

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

**CARRERA DE AUDITORIA**

**DIPLOMADO EN TRIBUTACIÓN**



**TRATAMIENTO TRIBUTARIO PARA LA  
EXPORTACIÓN DE SERVICIOS, EN EL MARCO  
DEL ART. 1º DE LA LEY 1489 DEL 16 DE ABRIL  
DE 1993 – CASO EXPORTACIÓN DE SOFTWARE**

## **MONOGRAFÍA**

**POSTULANTES:**

**LIC. GENOVEVA MARIZOL CALLE GONZALES  
C.I. 4883547 L.P.**

**LIC. ALICIA SIÑANI BALBOA  
C.I. 4801858 L.P.**

**LA PAZ – BOLIVIA**

**2015**

## **DEDICATORIA**

*Con profundo amor, cariño y  
respeto dedicamos este trabajo a  
nuestros padres, Que Dios los  
bendiga siempre.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Quiero expresar mi gratitud a Dios, por permitirme culminar una de las metas propuestas.*

*Por recibir sabiduría, entendimiento, discernimiento y fortaleza constante, para superar momentos difíciles en mi vida.*

*Al Lic. Oscar Heredia, por su orientación, consejo y experiencia para culminar la presente Monografía.*

## CONTENIDO

CAPITULO I.....	8
ASPECTOS GENERALES.....	8
1. 1. ANTECEDENTES.....	8
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.2.1. Identificación del problema.....	9
1.2.2. Formulación del problema.....	10
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4. OBJETIVOS.....	14
1.4.1. Objetivo General.....	14
1.4.2. Objetivos específicos.....	14
CAPITULO II.....	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2. CONCEPTOS BÁSICOS.....	15
2.1. CONCEPTO Y DEFINICIONES BÁSICAS.....	15
2.1.1. ¿Qué significa servicios?.....	15
2.1.2. ¿Qué significa exportar? <sup>(6)</sup> .....	15
2.1.3. ¿Qué significa exportar servicios?.....	16
2.1.4. ¿Qué es un bien intangible?.....	16
2.1.5. ¿Qué es el Software?.....	16
2.1.6. ¿Qué modalidades de exportación de software se aplican? <sup>(7)</sup> .....	17
2.1.7. ¿Qué ventajas tiene la exportación?.....	17
2.1.8. ¿Qué consideraciones deben hacerse antes de tomar la decisión de exportar?.....	19
CAPITULO III.....	21
MARCO LEGAL.....	21
3.1. Ley N° 1489 de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de Las Exportaciones.....	21
3.2. Ley N° 843 de Reforma Tributaria.....	21
3.3. Ley N° 1990 General de Aduanas.....	22
3.4. Reglamentaciones específicas que reconocen la exportación de servicios.....	22
CAPITULO IV.....	24
4.1. MARCO INSTITUCIONAL.....	24

CAPITULO V .....	26
5. METODOLOGÍA .....	26
5.1. Tipo de investigación .....	26
5.2. Método de la investigación.....	27
5.3. Fuentes y técnicas de recolección de datos <sup>(5)</sup> .....	28
5.3.1. Fuentes primarias .....	28
5.3.2. Fuentes secundarias.....	28
5.3.3. Procedimiento.....	29
 CAPITULO VI.....	 30
 MARCO PRÁCTICO.....	 30
6.1. PROCEDIMIENTO TRIBUTARIO EN ARGENTINA .....	30
6.2. PROCEDIMIENTO TRIBUTARIO EN CHILE .....	44
6.3. PROPUESTA.....	59
 CAPITULO VII.....	 66
7.1. CONCLUSIONES.....	66
 CAPITULO VIII .....	 68
8.1. RECOMENDACIONES .....	68
 CRONOGRAMA .....	 69
 BIBLIOGRAFIA.....	 70
 ANEXOS	 72

## ABREVIATURAS

FONSOFT	Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software
CBTI	Cámara Boliviana de Tecnologías de la Información (CBTI)
CNC	Cámara Nacional de Comercio
PPMOSB	Programa de Promoción y Mejoramiento de la Industria del Software en Bolivia
OMC	Organización Mundial del Comercio
AFIP	Administración Federal de Ingresos Públicos
ADSIB	Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información
FUNDETIC	Fundación para el Desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación en Bolivia
UCB	Universidad Católica Boliviana
SSI	Software y los Servicios Informáticos
INTI	Instituto Nacional de Tecnología Informática

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación pretende efectuar un análisis del alcance de las definiciones contenidas en el artículo 1° de la Ley 1489 - LEY DE DESARROLLO Y TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES, específicamente referidas al tratamiento tributario preferencial aplicable a la exportación de servicios.

Las conclusiones a las cuales se puedan arribar producto del análisis de la Ley 1489 y de las normas derivadas de la misma, en relación a la Ley 843 – Ley de Reforma Tributaria y la Ley 1990 – Ley General de Aduanas; pretenden justificar la aplicabilidad o no aplicabilidad del tratamiento tributario definido en el artículo 13° de la Ley N° 1489, específicamente relacionado a las empresas de desarrollo de software que “transfieren/exportan” sus servicios al exterior del país, bajo diferentes formas de prestación de servicios o producción de bienes intangibles.

Las exportaciones de servicios resultan especialmente relevantes para los países en desarrollo, ya que las mismas contribuyen de manera significativa a la creación de puestos de trabajo y al desarrollo en general.

Año a año se renuevan las expectativas positivas en relación a la evolución futura del sector de tecnología en informática y telecomunicaciones, con un número creciente de pequeñas empresas que invierten en incorporar equipamiento y nueva tecnología y mejorar la calidad de los servicios prestados y su capacidad comercial.

El gobierno boliviano consciente del interés del sector, debe promocionar la industria estableciendo ventajas impositivas, la creación de fondos de promoción y garantizar la estabilidad fiscal por diez años para empresas cuya actividad principal sea el desarrollo de software.

El comercio exterior de servicios es una parte importante del PIB de los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo; sin embargo, en Bolivia las pequeñas y medianas

empresas del sector no ha sido desarrollado por falta de incentivos, políticas y normatividad respecto a los procedimientos de exportación a otros países.

## **CAPITULO I**

En este capítulo hacemos referencia sobre la importancia que tiene las exportaciones de servicios para los países en desarrollo, ya que las mismas contribuyen de manera significativa a la creación de puestos de trabajo y al desarrollo en general y que el proyecto de investigación pretende efectuar un análisis del alcance de las definiciones contenidas en el artículo 1° de la Ley 1489 - LEY DE DESARROLLO Y TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES, específicamente referidas al tratamiento tributario preferencial aplicable a la exportación de servicios, así como también el planteamiento de problema respecto al vacío legal para las exportaciones de software y los objetivos a los cuales queremos llegar con nuestra propuesta planteada.

## **CAPITULO II**

En este capítulo hacemos referencia a los conceptos básicos respecto al tema de exportación de servicios específicamente el software, recabado de algunos textos referentes al tratamiento de la exportación de servicios.

Este paso implica analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideran válidos para un correcto encuadre del estudio.

El elaborar el marco teórico no es sólo hacer una revisión o reseña de lo que se ha hecho antes con títulos semejantes, sino de insertarse de manera real y profunda en la actividad científica con el fin de encontrar el sentido de la investigación que se quiere hacer. La investigación teórica, previa a toda experimentación ubica al investigador dentro de este proceso y le sugiere cuales son las preguntas que todavía no tienen una respuesta comprobada y que son objeto de estudio.

### **CAPITULO III**

En este capítulo hablamos sobre la metodología que aplicamos para la investigación del presente tema, el tipo de investigación que enmarca dentro de un análisis sistemático de la normativa tributaria y aduanera vigente a la fecha de la ejecución del presente trabajo, método de la investigación las cuales son método deductivo y de análisis, fuentes y técnicas de recolección de datos, fuentes primarias y secundarias, procedimiento y limitaciones de la investigación.

### **CAPITULO IV**

En el marco legal hacemos referencia a las normativas que fueron objeto y estudio de nuestra investigación:

- ✓ Ley N° 1489 de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de Las Exportaciones
- ✓ Ley N° 843 de Reforma Tributaria
- ✓ Ley N° 1990 General de Aduana
- ✓ Ley N° 2074 - Impuesto al Valor Agregado en el Sector de Turismo
- ✓ Ley N° 3249 - Tasa Cero IVA – Transporte Internacional de Carga

### **CAPITULO V**

Nos referimos a los casos de Argentina y Chile, en los cuales existe normativa tributaria referente a la exportación de servicios y software.

### **CAPITULO VI**

En este capítulo hacemos referencia al marco Institucional del Servicio de Impuestos Nacionales, a quien presentamos nuestra propuesta referente al proyecto de “Ley de Promoción de la Industria del Software”.

# **CAPITULO I**

## **ASPECTOS GENERALES**

### **1. 1. ANTECEDENTES**

En los últimos años, el comercio de servicios ha crecido significativamente en la economía mundial. Los servicios se han convertido recientemente en el sector más dinámico del comercio internacional. Desde 1980, el comercio mundial de servicios ha crecido más deprisa que el comercio de bienes o mercancías.

En la actualidad, los servicios representan más de dos tercios del Producto Interno Bruto (PIB) Mundial. Es pertinente destacar que la parte del valor agregado de los servicios en el PIB suele ser bastante mayor en los países de ingresos más altos, siendo del 76% en los Estados Unidos. En cambio, se encuentra en alrededor del 54% y del 45%, respectivamente, en los países de ingresos medios y bajos.

No obstante, los servicios representan en el comercio internacional un porcentaje bastante inferior al comercio de bienes, alcanzando alrededor del 20%.

Los países que abren su economía al comercio exterior pueden acceder a mercados más grandes, lo cual es de especial relevancia tratándose de países pequeños como el nuestro. En efecto, la vía para lograr economías de escala es a través del acceso a un mercado más grande, que es precisamente el mercado internacional.

Bolivia como producto de la globalización y del acceso a los diferentes recursos tecnológicos (fibra óptica, telecomunicaciones, internet, voz IP, etc.) en la búsqueda justamente de mercados externos, en el último tiempo ha fortalecido un segmento de la economía de empresas dedicadas a la prestación de servicios tecnológicos.

Hoy en día ya no es raro encontrar profesionales y empresas bolivianas con productos y servicios que han traspaso barreras; así tenemos entre las más relevantes a empresas como

Jala Soft (con oficinas en USA), Trilogy Software Bolivia (filial de Salamanca Solutions International USA) o Colosa Solutions (con distribuidores distribuidos en más de 30 ciudades) y otras que se dedican a la producción de suites de consumo masivo (paquetes contables, ERP, CRM, etc.).

En el ámbito del comercio internacional Bolivia cuenta con muchos acuerdos, tratados e incentivos impositivos en materia de importación-exportación de bienes, lo que no sucede en el plano de los servicios. Así pues, en el mundo de los servicios y de los impuestos, las situaciones controversiales son el desafío a resolver con el establecimiento de políticas internas y acuerdos bi y multilaterales.

En este sentido el tratamiento preferencial tributario y aduanero debería adecuarse a estas nuevas tendencias comerciales internacionales que trascienden más allá del territorio nacional, generando recursos para el país, como complemento a las exportaciones tradicionales. En este sentido creemos de debe mirarse hacia afuera para ver lo que está ocurriendo en países de la región, que ante el crecimiento de este tipo de servicios ha desarrollado normativa específica que define el tratamiento tributario y aduanero para este sector de la economía.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Identificación del problema**

La Ley N° 1489 del 16 de abril de 1993, que se identifica como la LEY DE DESARROLLO Y TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES, en su artículo 1° establece lo siguiente: *“La presente Ley alcanza todas las mercancías y servicios del Universo Arancelario. Quedan fuera del alcance de esta Ley, aquellas mercancías y servicios, objeto de legislación específica, con excepción de los que corresponden al sector minero-metalúrgico”*.

En el mundo de los servicios, las fronteras se hacen cada vez más imperceptibles, pues las

telecomunicaciones y el desarrollo tecnológico de equipos y programas han logrado que la comunicación sea impresionantemente simple y cada día tenga menor costo. Es en este sector de la economía que por la naturaleza del negocio actualmente su alcance y cobertura se ha extendido más allá de las fronteras territoriales. <sup>(1)</sup>

Sin embargo, a causa de su naturaleza intangible, el comercio de servicios está sujeto intrínsecamente a muchas limitaciones. Los problemas fundamentales en este sentido radican en que la normativa tributaria fue diseñada pensando en la exportación de bienes, habiéndose incorporado los servicios con posterioridad, de manera que en muchos aspectos no logra adaptarse a la naturaleza y requerimientos de este sector.

En este trabajo se efectúa un análisis crítico de la normativa tributaria que afecta la exportación de servicios, detectando e identificando las principales dificultades tributarias que afectan a este sector, sobre la base del artículo 1° de la Ley N° 1489, identificando cual es el alcance para la exportación de servicios y su aplicabilidad al rubro específico de la producción y comercialización de software fuera del territorio nacional.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿En el marco de las definiciones del artículo 1° de la Ley N° 1489, será aplicable el tratamiento tributario preferencial para las exportaciones, en el caso específico de la prestación de servicios de desarrollo de software y soporte tecnológico, provistos a empresas y personas radicadas fuera del territorio nacional?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

---

<sup>(1)</sup>[http://www.opinion.com.bo/opinion/informe\\_especial/2012/0513/suplementos.php?id=30](http://www.opinion.com.bo/opinion/informe_especial/2012/0513/suplementos.php?id=30)

Estados Unidos, Europa e India fueron los lugares donde a un principio comenzaron a producirse programas (software) para un sin fin de servicios tecnológicos, pero durante los últimos años la mirada para la provisión de estos productos se volcó a Latinoamérica porque los costos de desarrollo y soporte son más reducidos.

Bolivia ha comenzado a incursionar en esta industria hace aproximadamente diez años y hoy es uno de los países sudamericanos que oferta este producto a costos más reducidos en relación al mercado, combinando de forma efectiva la alta capacidad profesional y el costo hora, que está por debajo de otros mercados.

De acuerdo con las estadísticas manejadas por la Cámara Boliviana de Tecnologías de la Información (CBTI), en la actualidad existen en el país más de 300 empresas dedicadas al desarrollo y soporte de aplicaciones informáticas (software), de las cuales al menos 40 se establecieron en la ciudad de Cochabamba. <sup>(2)</sup> Otros departamentos como Oruro, Tarija, La Paz y Santa Cruz también se dedican al desarrollo de esta industria de forma masiva y podríamos decir industrial.

Instituciones como la Cámara Nacional de Comercio, la Universidad Católica Boliviana y Business Trade Alliance estiman que en un par de décadas el país puede llegar a exportar software por un valor de mil millones de dólares anuales, por lo que en agosto de 2011 firmaron un acuerdo para impulsar el “Programa de Promoción y Mejoramiento de la Industria del Software en Bolivia”.

### **1.3.1. Justificación Social**

“El mundo en que vivimos opera sobre software, y la cantidad de software necesario aumenta exponencialmente en computadoras, sitios web, blogs, teléfonos celulares, tablet's, PDAs y pocket computers, dispositivos especializados (como ser cajeros automáticos o cajas de un supermercado), pantallas interactivas, centros de ayuda, etc

---

<sup>(2)</sup> <http://lpz.ueb.edu.bo/Forms/Noticias/NoticiasUCB.aspx?NSNoticia=73431>

El mercado de software en el mundo es insaciable”.

Según los expertos, el software hace referencia a todo programa o aplicación programada para realizar tareas específicas en computación.

Sin embargo, el concepto de software va más allá de los programas de computación en sus distintos estados: código fuente, binario o ejecutable; también su documentación, los datos a procesar e incluso la información de usuario forman parte del software o inclusive el soporte que se le puede dar a estos programas: es decir, abarca todo lo intangible, todo lo no físico (hardware).<sup>(3)</sup>

### **1.3.2. Justificación Práctica**

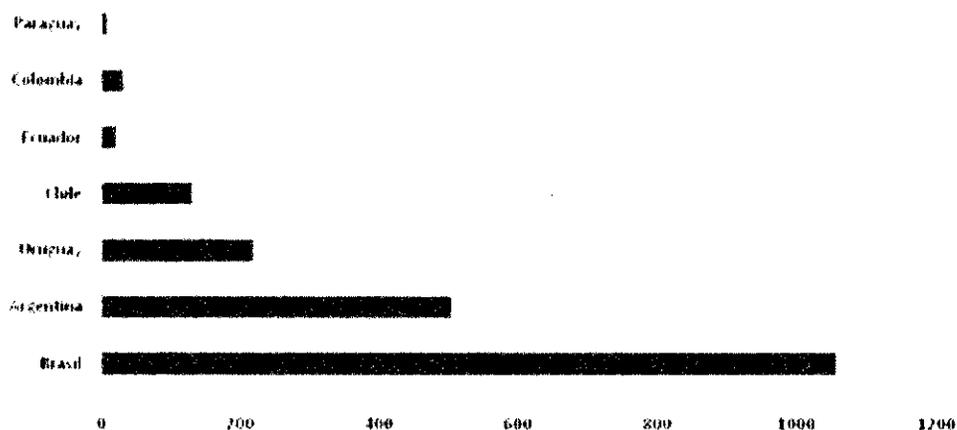
La actividad de la industria del software en Bolivia entendemos que podría estar alcanzada por el artículo 1° de la Ley N° 1489 que en un ámbito general establece las normas aplicables a la exportación de bienes y servicios. Y define el tratamiento tributario y arancelario aplicable a la venta de bienes y servicios cuyo destino es un mercado fuera del país.

Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Ecuador, Colombia y Paraguay son los países de la región que más apoyo han logrado de parte de sus gobiernos para hacer crecer esta industria. De acuerdo con las estadísticas de la ELAC la capacidad productiva de este segmento de la economía al 2008 era la siguiente:

---

<sup>(3)</sup> <http://www.bolivia.com/noticias/autonoticias/DetalleNoticia45615.asp>

## Exportación de software de la región – 2008 (En millones de dólares)



Fuente: ELAC <sup>(4)</sup>

Sin embargo, en el caso de Bolivia no existen registros que muestren con exactitud cuánto y dónde se exportan las soluciones tecnológicas que desarrollan las empresas nacionales o grupo de ingenieros que trabajan de forma particular.

Por algunas referencias en nuestra investigación hemos podido evidenciar que existen un grupo de empresas radicadas en la ciudad de Cochabamba que bajo el artículo 1° de la Ley N° 1489 ha gestionado una serie de trámites y registros como exportadores para reconocerse como sujetos pasivos de tributos que gozan de un tratamiento tributario y arancelario preferencial, aplicable a la exportación de servicios.

En este sentido el presente trabajo de investigación pretende, sobre la base del análisis de la normativa tributaria y aduanera fundamentar la aplicabilidad de las preferencias tributarias y arancelarias establecidas a las empresas de servicios y si el mismo alcanza a las empresas de desarrollo de software.

<sup>(4)</sup> Comisión Económica para América Latina y El Caribe (Cepal), sobre la Base de International Data Corporation (Idc), "La Industria De Servicios Globales", Santiago, Chile, 2009, A. Ruffinatti, "Crecen Las Exportaciones De Software Del Mercosur"

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo General**

Proponer al Servicio de Impuestos Nacionales la creación de una Ley bajo el artículo 1° de la Ley N° 1489 - LEY DE DESARROLLO Y TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES, a la exportación de servicios relacionados con la producción de software y los servicios derivados de esta actividad (soporte tecnológico, etc.).

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- (a) Realizar una revisión de la normativa tributaria y aduanera que regule el tratamiento tributario y arancelario, aplicable a la exportación de servicios.
- (b) Identificar las operaciones o transacciones calificables como exportación de servicios que actualmente cuentan con una reglamentación específica vigente.
- (c) Identificar las condiciones y/o requisitos que se deben cumplir para hacerse beneficiario de un tratamiento tributario preferencial.
- (d) Fundamentar la ausencia de una Ley, que regule el reconociendo de la prestación de servicios de desarrollo de software cuyo destino es un beneficiario fuera del país, para ser calificada como una exportación de servicios.

### **ALCANCE**

Entre las limitaciones que se encontraron para la realización de la presente investigación, se tiene en primer lugar, que en Bolivia el tema es conocido a nivel profesional, pero no existen estudios o análisis sobre el impacto de los mismos sobre las normas locales mismas que son estudiadas en la Gestión 2015.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2. CONCEPTOS BÁSICOS**

##### **2.1. CONCEPTO Y DEFINICIONES BÁSICAS**

###### **2.1.1. ¿Qué significa servicios?**

Un servicio es un conjunto de actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente. Estas actividades pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

La industria de servicios tiene un rol fundamental en la economía y su importancia se refleja en el Producto Bruto Interno, en la evolución del empleo y del comercio y también en el crecimiento de la inversión extranjera directa.

###### **2.1.2. ¿Qué significa exportar?<sup>6)</sup>**

Persona individual, empresa o agencia despachante de aduana que presenta una declaración de mercancías de exportación con las formalidades previstas en disposiciones legales.

Exportación Definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera del país.

Prohibiciones, el Estado garantiza la libre exportación de mercancías, con excepción de aquellas que están sujetas a prohibición expresa y de las que afectan a la salud pública, la seguridad del Estado, la preservación de la fauna y flora y del patrimonio cultural, histórico y arqueológico de la nación.

---

<sup>6)</sup>Promueve Bolivia conceptos básicos guía para productores, micro y pequeños empresarios

### **2.1.3. ¿Qué significa exportar servicios?**

En relación al comercio internacional, la Organización Mundial del Comercio (OMC) y las Naciones Unidas entienden que exportar servicios es cuando una prestación de esta categoría es provista por una empresa a un cliente que tiene su residencia permanente o principal en un país diferente del cual se encuentra el prestador. Es decir, cuando el prestador de servicio y cliente tienen sus respectivos lugares de residencia permanente en distintos países.

En el comercio tradicional de bienes estamos acostumbrados al rol regulador de la Aduana, donde los productos están identificados con un código arancelario y que deben cumplir con determinadas barreras no arancelarias.

En el caso de la exportación de servicios, éstos no pasan por la Aduana ya que no tienen posición arancelaria en sí mismos, ni derecho de exportación y arancel de importación, como en el comercio de bienes.

### **2.1.4. ¿Qué es un bien intangible?**

Los bienes intangibles son aquellos de naturaleza inmaterial como por ejemplo: el Know How, ciertos procesos operativos, las tecnologías de la información y servicios informativos, servicios profesionales, industrias culturales, entre otros.

### **2.1.5. ¿Qué es el Software?**

Conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

---

<sup>(6)</sup>Promueve Bolivia conceptos básicos guía para productores, micro y pequeños empresarios

Se conoce como software<sup>1</sup> al equipamiento lógico o soporte lógico de un sistema informático, que comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos que son llamados hardware.

### 2.1.6. ¿Qué modalidades de exportación de software se aplican?<sup>(7)</sup>

Para poder exportar software hay que tener en cuenta la unidad de negocios de la empresa, el proceso de negociación y el cierre de la operación del exportador con su cliente.

De acuerdo a los factores mencionados anteriormente, los resultados generados podrán situarnos en tres modalidades de exportación: vía aérea, courier o como servicio.

**Exportación vía área**, la exportación de software se realiza por medio de un soporte físico o digital (diskette, CD, DVD, entre otros), en el cual existe un despacho de exportación tradicional y la mercadería tendrá intervención de la Aduana de Bolivia y la Aduana del país de destino, concurriendo el pago de aranceles de exportación e importación correspondientes.

**Exportación vía courier**, la modalidad de envío es expresa y se caracteriza por ser “puerta a puerta”. Permite realizar a las empresas exportaciones diarias. Al igual que en el caso anterior se requiere de la intervención de un despachante de aduana.

**Exportación como servicio**, el software puede ser exportado como servicio, en donde generalmente se realiza de forma remota vía internet. La misma no tiene intervención de las Aduanas de manera directa.

### 2.1.7. ¿Qué ventajas tiene la exportación?

Entre las principales ventajas de exportar se encuentran:

---

<sup>(7)</sup>Análisis sobre las Condiciones Normativas, generales y específicas, para la exportación de Software al mercado de Brasil

- (a) Un mercado extenso: exportar implica introducir productos y servicios a mercados con mayor cantidad de consumidores potenciales que el mercado nacional.
- (b) Oportunidad de ampliar la participación y el conocimiento de mercados internacionales: al exportar la empresa deberá conocer cómo trabajan sus competidores, cuáles son sus estrategias y como han conseguido penetrar en los principales mercados extranjeros, asimismo complementará con el manejo logístico de trámites, seguros y otros.
- (c) Incremento en la producción: si no está operando con toda su capacidad instalada en el mercado nacional; al exportar, la capacidad y duración de los periodos de producción pueden aumentar, disminuyendo los costos medios por unidad e incrementando las economías de escala.
- (d) Desarrollo y crecimiento de la empresa: al generarse mayor dinamismo en ventas e ingresos.
- (e) Rentabilidad: al generarse ingresos mayores y disminuir costos por el incremento de servicios.
- (f) No depender de un solo mercado diversificando riesgos: al exportar, la empresa incrementará su base de mercado y reducirá la competencia interna en el país disminuyendo sus riesgos.
- (g) Estabilizar las fluctuaciones de mercado: se reduce la dependencia de la empresa por los cambios económicos, dentro de la economía nacional.
- (h) Mejorar la calidad de los productos: frente a las exigencias del mercado internacional.

- (i) Actualización tecnológica: al tomar conocimiento de las diversas alternativas sobre la tecnología existente en el mercado internacional.
- (j) Mejora de la competitividad de la empresa: la exportación aumenta las ventajas competitivas de las empresas y esto deriva a su vez en el incremento de las ventajas competitivas de Bolivia en su conjunto.
- (k) Imagen empresarial: al desarrollar contactos y relaciones comerciales con potenciales clientes e instituciones.
- (l) Generación de empleos: al desarrollarse la capacidad productiva y comercial de la empresa.
- (m) Generación de divisas: al generarse mayor calidad de los servicios en el mercado internacional.
- (n) Buen argumento para obtener financiación ante los bancos: ya que la actividad exportadora entraña una serie de beneficios y ventajas (facilidades) ante las entidades financieras.
- (o) Regímenes especiales de fomento: el exportador puede tener acceso a regímenes especiales de fomento a las exportaciones como ser RITEX, devolución impositiva.

#### **2.1.8. ¿Qué consideraciones deben hacerse antes de tomar la decisión de exportar?**

Una empresa exportadora nace con el deseo de sus empresarios de ampliar sus mercados y vender sus servicios a otros países, para ello debe tenerse clara cuál es la motivación que impulsa a la empresa hacia la exportación, por ejemplo:

- (a) La empresa tiene un producto “único” que difícilmente encontrará competencia en mercados extranjeros.

- (b) Se cree que los márgenes de utilidad por realizar ventas internacionales resultan más atractivos que los de las ventas locales.
- (c) Se busca incrementar el nivel de servicios para reducir los costos de la empresa.
- (d) La competencia local se ha vuelto muy dura y podría ser recomendable seguir compitiendo con ellos pero en mercados externos.
- (e) La empresa necesita nuevas tecnologías, diseños y habilidades que sólo se pueden obtener al ingresar en mercados extranjeros.

Cualquiera de los motivos mencionados es válido para tomar la decisión de exportar, pero debe tenerse en cuenta el gran compromiso y la seriedad que esto implica para todos y cada uno de los funcionarios que trabajan en la empresa.

## **CAPITULO III**

### **MARCO LEGAL**

#### **3.1. Ley N° 1489 de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de Las Exportaciones**

Artículo 1.- La presente Ley alcanza todas las mercancías y servicios del Universo Arancelario.

Quedan fuera del alcance de esta Ley, aquellas mercancías y servicios, objeto de legislación específica, con excepción de los que corresponden al sector minero-metalúrgico.

Artículo 2.- Exportador es toda persona natural o jurídica a cuyo nombre se efectúe una exportación a partir del territorio aduanero.

Artículo 3.- Se define como exportación definitiva de mercancías y servicios, todo acto por el cual mercancías o servicios, son comercializados fuera del territorio aduanero pagaran los derechos arancelarios y se devolverán los valores actualizadores de los beneficios recibidos.

Artículo 13.- Con el objeto de evitar la exportación de componentes impositivos, el Estado devolverá a los exportadores un monto igual al Impuesto al Valor Agregado (IVA) pagado, incorporado en el costo de las mercancías exportadas. La forma y las modalidades de dicha devolución serán reglamentadas por el Poder Ejecutivo sobre la base de lo previsto en el último párrafo del Artículo 11 de la Ley 843.

#### **3.2. Ley N° 843 de Reforma Tributaria**

ARTICULO 11°.- Las exportaciones quedan liberadas\* del débito fiscal que les corresponda.

Los exportadores podrán computar contra el impuesto que en definitiva adeudaren por sus operaciones gravadas en el mercado interno, el crédito fiscal correspondiente a las compras o insumos efectuados en el mercado interno con destino a operaciones de exportación, que a este único efecto se considerarán como sujetas al gravamen.

En el caso que el crédito fiscal imputable contra operaciones de exportación no pudiera ser compensado con operaciones gravadas en el mercado interno, el saldo a favor resultante será reintegrado al exportador en forma automática e inmediata, a través de notas de crédito negociables, de acuerdo a lo que establezca el reglamento de este Título I.

### **3.3. Ley N° 1990 General de Aduanas**

Artículo 98.- Exportación Definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera del país, sin el pago de los tributos aduaneros, salvo casos establecidos por Ley.

Artículo 100.- El despacho de las mercancías de exportación se formaliza y tramita por intermedio de un Despachante de Aduana ante la administración aduanera, en los lugares donde no existe el sistema de Ventanilla Única de Exportación (SIVEX).

### **3.4. Reglamentaciones específicas que reconocen la exportación de servicios**

#### **Ley N° 2074 - Impuesto al Valor Agregado en el Sector de Turismo**

ARTICULO 24°.- A efectos de la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el sector turismo, se considera como exportación de servicios:

- a) la venta de servicios turísticos que efectúen los operadores nacionales de Turismo Receptivo en el Exterior;
- b) Los servicios de hospedaje prestados por establecimientos hoteleros a turistas extranjeros

sin domicilio o residencia en Bolivia.

### **Ley N° 3249 - Tasa Cero IVA – Transporte Internacional de Carga**

Artículo Único. A partir del primer día hábil del mes siguiente a la publicación de la presente Ley, el servicio de transporte internacional de empresas bolivianas de carga por carretera incluido el transporte de encomiendas, paquetes, documentos o correspondencia, estará sujeto al régimen de tasa cero en el Impuesto al Valor Agregado (IVA). La aplicación de la mencionada tasa no implica que el sujeto pasivo sea beneficiario de la devolución del Crédito Fiscal (IVA), por no constituir exportación de servicios.

## **CAPITULO IV**

### **4.1. MARCO INSTITUCIONAL**

#### **SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS**

##### **Misión y Visión Institucional**

La Misión establece la razón de ser de la institución, coincidente con su mandato legal. Como resultado de los procesos de consulta, la Misión del SIN para el Plan Estratégico 2011-2015 es la siguiente:

“Proveemos al Estado de los recursos generados por impuestos nacionales, contribuyendo a mejorar la calidad de vida y el Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos”.

La Visión se entiende como la aspiración máxima del SIN desde el punto de vista institucional. En este sentido, la Visión adoptada para el SIN es:

“Somos una institución transparente, innovadora con valores, con compromiso e interés social que facilita el pago de impuestos y contribuye a la construcción de una Cultura Tributaria”.

##### ***Objetivos estratégicos***

###### **Objetivo Estratégico 1:**

“Disminuir la Evasión y la Mora Tributaria”.

###### **Objetivo Estratégico 2:**

“Incrementar el Universo de Contribuyentes Efectivos”.

**Objetivo Estratégico 3:**

“Reforzar el Cumplimiento Voluntario de Obligaciones Tributarias con una Mayor Cultura Tributaria y Seguridad en Fronteras”.

## CAPITULO V

### 5. METODOLOGÍA

#### 5.1. Tipo de investigación

El presente trabajo entra en la modalidad de Investigación Monográfica, el cual se enmarca dentro de un análisis sistemático de la normativa tributaria y aduanera vigente a la fecha de la ejecución del presente trabajo, con el propósito de describir los fundamentos teóricos, su aplicabilidad de sus definiciones sobre la exportación de servicios para el sector de la economía definido en el presente trabajo.

Con base a los objetivos propuestos en la investigación se realiza un estudio exploratorio y descriptivo sobre el *artículo 1º de la Ley N° 1489, referente a si será aplicable el tratamiento tributario preferencial para las exportaciones, en el caso específico de la prestación de servicios de desarrollo de software y soporte tecnológico, provistos a empresas y personas radicadas fuera del territorio nacional*

El estudio exploratorio es el primer nivel de conocimiento (Universidad Alejandro de Humboldt, 2002). Este estudio permite familiarizar a los investigadores con el tema en estudio. Se realiza este estudio porque:

El tema escogido ha sido muy poco estudiado e investigado a nivel local, por lo cual no existía información suficiente sobre los efectos tributarios que provocaría su aplicación al interior de nuestra economía local.

Es un nuevo fenómeno, dentro del área de estudios. (Universidad Alejandro de Humboldt, 2002), la situación analizada corresponde a un cambio normativo producido en los últimos años, los cuales obligan a las diferentes economías a adoptarlos como marco referencial para la exportación de servicios específicamente software, dentro de un proceso de convergencia normativa a mediano plazo.

Son estudios exploratorios las monografías e investigaciones bibliográficas (documentales) que buscan construir un marco teórico de referencia o las orientadas al análisis de los modelos teóricos.

El estudio exploratorio se complementa con el estudio descriptivo. El estudio descriptivo permite identificar características del universo en investigación, formas de conducta, comportamientos concretos. Estos estudios describen hechos a partir de un modelo teórico (Sabino, 1994). A su vez, los estudios descriptivos “sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes” (Hernández Sampieri y otros, 1997, p. 71)

Se realiza este estudio exploratorio porque:

Se identifica la esencia de los cambios normativos aplicables a la profesión contable, provocados por la globalización de las economías y la necesidad de información comparable y transparente.

Se establece la importancia de la aplicación de este cambio normativo internacional, orientado a la armonización de la normativa internacional, con el objeto de garantizar sus comparabilidad y transparencia, mediante el cual las exportaciones de servicios de entes locales, podrían ser analizados, utilizados y consolidados por usuarios externos (casa matriz, inversionistas, etc.) de una forma más transparente y uniforme.

## **5.2. Método de la investigación**

Para el desarrollo de esta investigación se presentan distintos procesos (Ladrón De Guevara, 1978):

- Método de Deductivo. Proceso que inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Método de Análisis. Se establece una relación causa-efecto entre los elementos que compusieron el objeto de la investigación; se explica este fenómeno iniciando su estudio por las partes más específicas que lo identifican y a partir de estas se llegó a una explicación total del problema.

### **5.3. Fuentes y técnicas de recolección de datos <sup>(5)</sup>**

Para cumplir con los objetivos planteados en el presente trabajo, se utilizaron técnicas de recolección de datos tanto primaria como secundaria.

#### **5.3.1. Fuentes primarias**

- a) Ley N° 1489 *de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de Las Exportaciones.*

#### **5.3.2. Fuentes secundarias**

- a) Libros de la profesión contable, con una orientación al establecimiento de marcos conceptuales generales.
- b) Boletines y pronunciamientos profesionales de organizaciones de profesionales del área.
- c) Análisis y recursos colocados por profesionales del área, en sitios web especializados.
- d) Material de apoyo de capacitaciones y seminarios referentes al tema, locales como internacionales.

Las fuentes secundarias son las fuentes que recopila información de uso general, pero que en determinado momento pueden ser de valor específico para la realización de un determinado proyecto. (Sabino, 1992)

---

(5) *Avendaño Osinaga Ramiro Metodología de la investigación 4ta Edición*

### **5.3.3. Procedimiento**

El esquema seguido en la presente investigación documental, está basado en la presentación y formulación del tema en estudio o problema, formulación de objetivos, revisión de la documentación referente al problema, recolección, análisis de la información recolectada y presentación de los resultados obtenidos en la investigación.

## CAPITULO VI

### MARCO PRÁCTICO

#### 6.1. PROCEDIMIENTO TRIBUTARIO EN ARGENTINA

El software y los servicios informáticos (SSI) es una de las actividades económicas de mayor crecimiento en la Argentina en lo que va de esta década, en especial luego de la devaluación del peso en 2002. Gracias a la reactivación económica y a la exportación de servicios y productos, favorecida por el tipo de cambio, el sector de las tecnologías de la información (TI) sacó provecho de la calidad de sus trabajadores y profesionales y logró consolidarse como una de las áreas de mayor dinamismo. Con apoyo del Estado a través de leyes específicas para la industria y con estrategias fiscales llegaron gigantes como Intel, Motorola y EDS. Incluso, la Argentina ya es considerada en algunos estudios internacionales como un referente mundial:

a) Los datos revelados por un informe realizado por la World Information Technology & Services Alliance (WITSA), una de las organizaciones más importantes del mundo en Tecnología de la Información, ubican a la Argentina entre los países con tasas de crecimiento más altas en el sector. Según ese trabajo, hasta el año 2009, el crecimiento de la industria del software en Argentina será del 63 %, mientras que la tasa promedio de América Latina alcanzará el 32 %; la de EE.UU., sólo el 24 %, y la Unión Europea, un 44%.

b) Una investigación de la consultora Gartner ratifica que la Argentina ocupa un lugar expectante, de “participante activo” (aunque aún no de liderazgo) en el mercado de provisión de servicios de tecnologías de la información. El país se destaca por su nivel educativo y el alto grado de preparación de su fuerza laboral, y se acerca cada vez más a los líderes. Es un rol que se ve reflejado en las exportaciones de software, y en la radicación de plantas de desarrollo de grandes jugadores del sector, además de la tercerización de atención y gestión de clientes de compañías de EEUU y Europa.

La consultora Gartner afirma que antes de la crisis económica de fines de 2001, el país “estaba posicionado para ser líder como proveedor de TI”. Pero la crisis demoró mucho ese proceso, además, por el tipo de cambio actual la Argentina está mejor que Brasil, por lo que espera que el país tenga en breve un lugar igual al de Brasil y a México.

La industria del software propiamente dicha nació en 1968, cuando IBM decidió separar su producción de equipos del desarrollo de programas para operarlos. El desarrollo de esta industria fue históricamente a través de las diversas olas de crecimiento causadas por cambios de plataforma. En los setenta, la vedette fue la mini computadora. En los ochenta, la PC. En los noventa, Internet. A cada nuevo invento, nuevas necesidades, nuevos mercados y nuevas oportunidades. La cantidad de usuarios corporativos creció exponencialmente. Siendo que hoy, las computadoras y los sistemas se han convertido en tecnología obligada de cualquier organización.

El sector de software y servicios informáticos (SSI) es un segmento dentro de las TICs, que ha venido creciendo más rápido que el de hardware en los últimos años, y se prevé que esta tendencia continuará a futuro.

Si bien los países desarrollados son los principales productores y consumidores de SSI, varios países en desarrollo han podido penetrar con éxito en el sector, siendo el caso de la India el más conocido mundialmente. Por un lado, la necesidad de reducir costos hace que las firmas de los países avanzados (en particular en EE.UU.) terciaricen crecientemente la provisión de servicios de información, estimulando la expansión del mercado internacional de outsourcing. Por otro, también se abren oportunidades para que las firmas de los países en desarrollo avancen en el desarrollo de productos y servicios de innovación, dado que el sector de SSI todavía está lejos de haber alcanzado una etapa de madurez tecnológica, a la vez que sus mercados aún están en proceso de permanente redefinición, lo cual hace que se abran constantemente nuevas oportunidades de negocios.

El sector de SSI, se ha venido expandiendo durante varias décadas, tanto en el mercado interno como, más recientemente, en los mercados externos, casi sin ningún apoyo oficial, basándose en la capacidad de sus recursos humanos, la principal ventaja competitiva del país en esta área.

Afortunadamente, en los últimos años ya han surgido varias iniciativas orientadas a promover el desarrollo del sector. Dentro de ellas, cabe destacar:

-La Ley 25856, que establece que la producción de software debe ser considerada como una actividad industrial, lo cual genera beneficios para el sector en tanto que en varias jurisdicciones la alícuota de ingresos brutos es menor para las actividades manufactureras que para las de servicios.

-La Ley de Promoción de la Industria del Software (Ley 25922, el Decreto 1182/04, el Decreto 1594/04 y la Resolución SICPYME 61/05) Esta ley contempla:

## **LEY DE PROMOCION DE LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE**

### **CAPITULO I**

Definición, ámbito de aplicación y alcances

**ARTICULO 1º** — Créase un Régimen de Promoción de la Industria del Software que regirá en todo el territorio de la República Argentina con los alcances y limitaciones establecidas en la presente ley y las normas reglamentarias que en su consecuencia dicte el Poder Ejecutivo nacional. El presente régimen estará enmarcado en las políticas estratégicas que a tal efecto establezca el Poder Ejecutivo nacional a través de sus organismos competentes y tendrá vigencia durante el plazo de diez años a partir de su aprobación.

**ARTICULO 2º** — Podrán acogerse al presente régimen de promoción las personas físicas y jurídicas constituidas en la República Argentina cuya actividad principal sea la industria

del software, que se encuentren habilitadas para actuar dentro de su territorio con ajuste a sus leyes, debidamente inscritas conforme a las mismas y desarrollen en el país y por cuenta propia las actividades definidas en el artículo 4°.

**ARTICULO 3°** — Los interesados en acogerse al presente régimen deberán inscribirse en el registro habilitado por la autoridad de aplicación. Facúltase a la autoridad de aplicación a celebrar los respectivos convenios con las provincias que adhieran al presente régimen, con el objeto de facilitar y garantizar la inscripción de los interesados de cada jurisdicción provincial en el registro habilitado en el párrafo anterior.

**ARTICULO 4°** — Las actividades comprendidas en el régimen establecido por la ley son la creación, diseño, desarrollo, producción e implementación y puesta a punto de los sistemas de software desarrollados y su documentación técnica asociada, tanto en su aspecto básico como aplicativo, incluyendo el que se elabore para ser incorporado a procesadores utilizados en bienes de diversa índole, tales como consolas, centrales telefónicas, telefonía celular, máquinas y otros dispositivos. Queda excluida del régimen establecido en la presente ley la actividad de autodesarrollo de software.

**ARTICULO 5°** — A los fines de la presente ley, se define el software como la expresión organizada de un conjunto de órdenes o instrucciones en cualquier lenguaje de alto nivel, de nivel intermedio, de ensamblaje o de máquina, organizadas en estructuras de diversas secuencias y combinaciones, almacenadas en medio magnético, óptico, eléctrico, discos, chips, circuitos o cualquier otro que resulte apropiado o que se desarrolle en el futuro, previsto para que una computadora o cualquier máquina con capacidad de procesamiento de información ejecute una función específica, disponiendo o no de datos, directa o indirectamente.

## **CAPITULO II**

### **Tratamiento fiscal para el sector**

**ARTICULO 6°** — A los sujetos que desarrollen las actividades comprendidas en el presente régimen de acuerdo a las disposiciones del capítulo I les será aplicable el régimen tributario general con las modificaciones que se establecen en el presente capítulo. Los beneficiarios que adhieran al presente régimen deberán estar en curso normal de cumplimiento de sus obligaciones impositivas y previsionales.

**ARTICULO 7°** — Los sujetos que adhieran a este régimen gozarán de estabilidad fiscal por el término de diez (10) años contados a partir del momento de la entrada en vigencia de la presente ley. La estabilidad fiscal alcanza a todos los tributos nacionales, entendiéndose por tales los impuestos directos, tasas y contribuciones impositivas que tengan como sujetos pasivos a los beneficiarios inscriptos. La estabilidad fiscal significa que los sujetos que desarrollen actividades de producción de software no podrán ver incrementada su carga tributaria total nacional al momento de la incorporación de la empresa al presente marco normativo general.

**ARTICULO 8°** — Los beneficiarios del régimen de la presente ley que desempeñen actividades de investigación y desarrollo en software y/o procesos de certificación de calidad de software desarrollado en el territorio nacional y/o exportaciones de software (asegurando a los trabajadores de la actividad la legislación laboral vigente), podrán convertir en un bono de crédito fiscal intransferible hasta el 70% (setenta por ciento) de las contribuciones patronales que hayan efectivamente pagado sobre la nómina salarial total de la empresa con destino a los sistemas y subsistemas de seguridad social previstos en las leyes 19.032 (INSSJyP), 24.013 (Fondo Nacional de Empleo) y 24.241 (Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones). Los beneficiarios podrán utilizar dichos bonos para la cancelación de tributos nacionales que tengan origen en la industria del software, en particular el impuesto al valor agregado (IVA) u otros impuestos nacionales y sus anticipos,

en caso de proceder, excluido el impuesto a las ganancias. El bono no podrá utilizarse para cancelar deudas anteriores a la efectiva incorporación del beneficiario al régimen de la presente ley y, en ningún caso, eventuales saldos a su favor harán lugar a reintegros o devoluciones por parte del Estado.

**ARTICULO 9°** — Los sujetos adheridos al régimen de promoción establecido por la presente ley tendrán una desgravación del sesenta por ciento (60%) en el monto total del impuesto a las ganancias determinado en cada ejercicio. Este beneficio alcanzará a quienes acrediten gastos de investigación y desarrollo y/o procesos de certificación de calidad y/o exportaciones de software, en las magnitudes que determine la autoridad de aplicación.

**ARTICULO 10.** — A los efectos de la percepción de los beneficios establecidos en los artículos precedentes, los sujetos que adhieran al presente régimen deberán cumplir con alguna norma de calidad reconocida aplicable a los productos de software. Esta exigencia comenzará a regir a partir del tercer año de vigencia del presente marco promocional.

**ARTICULO 11.** — Los sujetos que adhieran a los beneficios establecidos en la presente ley, que además de la industria del software como actividad principal desarrollen otras de distinta naturaleza, llevarán su contabilidad de manera tal que permita la determinación y evaluación en forma separada de la actividad promovida del resto de las desarrolladas. La imputación de gastos compartidos con actividades ajenas a las promovidas se atribuirán contablemente respetando criterios objetivos de reparto, como cantidad de personal empleado, monto de salarios pagados, espacio físico asignado u otros, siendo esta enumeración meramente enunciativa y no limitativa. Serán declarados y presentados anualmente a la autoridad de aplicación en la forma y tiempo que ésta establezca los porcentuales de apropiación de gastos entre las actividades distintas y su justificativo.

## **CAPITULO III**

### **Importaciones**

**ARTICULO 12.** — Las importaciones de productos informáticos que realicen los sujetos que adhieran al presente régimen de promoción quedan excluidas de cualquier tipo de restricción presente o futura para el giro de divisas que se correspondan al pago de importaciones de hardware y demás componentes de uso informático que sean necesarios para las actividades de producción de software.

## **CAPITULO IV**

### **Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (Fonsoft)**

**ARTICULO 13.** — Créase el Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (Fonsoft), el cual será integrado por:

1. Los recursos que anualmente se asignen a través de la ley de presupuesto.
2. Los ingresos por las penalidades previstas ante el incumplimiento de la presente ley.
3. Ingresos por legados o donaciones.
4. Fondos provistos por organismos internacionales u organizaciones no gubernamentales.

**ARTICULO 14.** — Facúltase al Jefe de Gabinete de Ministros a efectuar las modificaciones presupuestarias que correspondan, previendo para el primer año un monto de pesos dos millones (\$ 2.000.000) a fin de poder cumplir con lo previsto en el inciso 1 del artículo 13.

**ARTICULO 15.** — La Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, a través de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, será la autoridad de aplicación en lo referido al Fonsoft y actuará como fiduciante frente al administrador fiduciario.

**ARTICULO 16.** — La autoridad de aplicación definirá los criterios de distribución de los fondos acreditados en el Fonsoft los que serán asignados prioritariamente a universidades, centros de investigación, pymes y nuevos emprendimientos que se dediquen a la actividad de desarrollo de software.

A los efectos mencionados en el párrafo anterior la autoridad de aplicación convendrá con las provincias que adhieran al régimen de la presente ley, la forma y modo en que éstas, a través de sus organismos pertinentes, se verán representadas en la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica.

**ARTICULO 17.** — La autoridad de aplicación podrá financiar a través del Fonsoft:

1. Proyectos de investigación y desarrollo relacionados a las actividades definidas en el artículo 4° de la presente.
2. Programas de nivel terciario o superior para la capacitación de recursos humanos.
3. Programas para la mejora en la calidad de los procesos de creación, diseño, desarrollo y producción de software.
4. Programas de asistencia para la constitución de nuevos emprendimientos.

**ARTICULO 18.** — La autoridad de aplicación otorgará preferencia en la asignación de financiamientos a través del Fonsoft, según lo definido en el artículo 16, a quienes:

- a) Se encuentren radicados en regiones del país con menor desarrollo relativo
- b) Registren en la República Argentina los derechos de reproducción de software según las normas vigentes;
- c) Generen mediante los programas promocionados un aumento cierto y fehaciente en la utilización de recursos humanos;
- d) Generen mediante los programas promocionados incrementales de exportación;
- e) Adhieran al presente régimen de promoción.

**ARTICULO 19.** — Las erogaciones de la autoridad de aplicación relacionadas a la administración del Fonsoft no deberán superar el cinco por ciento (5%) de la recaudación anual del mismo.

## **CAPITULO V**

### **Infracciones y sanciones**

**ARTICULO 20.** — El incumplimiento de las normas de la presente ley y de las disposiciones de la autoridad de aplicación referidas a los beneficios establecidos en el capítulo II por parte de las personas físicas y jurídicas que se acojan al régimen de promoción de la presente ley, determinará la aplicación por parte de la autoridad de aplicación de las sanciones que se detallan a continuación:

1. Revocación de la inscripción en el registro establecido en el artículo 3° y de los beneficios otorgados por el capítulo II.
2. Pago de los tributos no ingresados con motivo de lo dispuesto en el capítulo II, con más los intereses, en relación con el incumplimiento específico determinado.
3. Inhabilitación para inscribirse nuevamente en el registro establecido en el artículo 3°.

## **CAPITULO VI**

### **Disposiciones generales**

**ARTICULO 21.** — La autoridad de aplicación de la presente ley será la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa dependiente del Ministerio de Economía y Producción, con excepción de lo establecido en el capítulo IV y sin perjuicio de lo establecido por el artículo 6° del decreto 252/2000, según texto ordenado por el decreto 243/2001.

**ARTICULO 22.** — La Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa deberá publicar en su respectiva página de Internet el registro de los beneficiarios del presente régimen, así como los montos de beneficio fiscal otorgados a los mismos.

**ARTICULO 23.** — A los fines de la presente ley quedan excluidas como actividades de investigación y desarrollo de software la solución de problemas técnicos que se hayan superado en proyectos anteriores sobre los mismos sistemas operativos y arquitecturas informáticas. También el mantenimiento, la conversión y/o traducción de lenguajes informáticos, la adición de funciones y/ o preparación de documentación para el usuario, garantía o asesoramiento de calidad de los sistemas no repetibles existentes. Quedan también excluidas las actividades de recolección rutinarias de datos, la elaboración de estudios de mercado para la comercialización de software y aquellas otras actividades ligadas a la producción de software que no conlleven un progreso funcional o tecnológico en el área del software.

**ARTICULO 24.** — La autoridad de aplicación realizará auditorías y evaluaciones del presente régimen, debiendo informar anualmente al Congreso de la Nación los resultados de las mismas. Dicha información deberá realizarse a partir del tercer año de vigencia de la ley.

**ARTICULO 25.** — Los beneficios fiscales contemplados en la presente ley, mientras subsista el sistema de coparticipación federal de impuestos vigente, se detraerán de las cuantías de los recursos que correspondan a la Nación.

**ARTICULO 26.** — El cupo fiscal de los beneficios a otorgarse por el presente régimen promocional será fijado anualmente en la ley de Presupuesto general de gastos y cálculo de recursos de la Administración nacional. A partir de la vigencia de la presente ley y durante los tres primeros ejercicios fiscales posteriores, el cupo correspondiente se otorgará en función de la demanda y desarrollo de las actividades promovidas.

**ARTICULO 27.** — Invítese a las provincias, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a los municipios a adherir al presente régimen mediante el dictado de normas de promoción análogas a las establecidas en la presente ley.

**ARTICULO 28.** — Comuníquese al Poder Ejecutivo.

### **Empresas Argentinas**

Podemos encontrar ejemplos de empresas argentinas con experiencia exportadora que requieren el apoyo de agencias gubernamentales para mejorar su posicionamiento, por ejemplo en las áreas consultoría como la empresa Pectra Technologies, del Grupo Roggio, con oficinas en Houston, Hexacta con oficinas en varios países, Softlab en servicios de IT para la industria petrolera, o Novamens en software para trabajo colaborativo.

También existen empresas de vanguardia tecnológica fundadas por emprendedores tecnológicos argentinos como Fuego Technologies ([www.fuego.com](http://www.fuego.com)) fundada por Emilio Lopez-Gabeiras y Félix Racca.

Sin lugar a dudas cualquiera de estas compañías puede mejorar su competitividad y posicionamiento hasta alcanzar su nicho en mercados altamente competitivos como Estados Unidos, Canadá o Europa, como es el caso testigo de CORE Security Technologies.

CORE es un modelo de lo que la industria argentina de software puede reproducir, una empresa fundada en Argentina y que mantiene la mayoría de capitales Argentinos, domina el segmento de software de seguridad con clientes como USS Marines, US Air Force, NASA, IBM, Microsoft, Accenture, KPMG, Northrop Grumman entre otros. La empresa tiene un equipo de ventas en Boston de 15 miembros y un equipo de investigación y desarrollo de 50 ingenieros y programadores localizado en Buenos Aires.

Un pequeño caso de éxito Pyme, sobre la base de tecnología de telefonía celular, la empresa en cuestión es 3GI, una Pyme de 10 personas. Se especializa en el software móvil y en el desarrollo de productos a medida y enlatados como la automatización de las fuerzas

de ventas, una suerte de digitalización de la relación cliente y proveedor, y la posibilidad de operar en tiempo real y de forma remota. No es un producto masivo, sino muy puntual de desarrollo de aplicación. Esta pyme se está exportando a América latina y Sudáfrica.

Otro ejemplo de una empresa argentina exitosa: Globant (que entre sus sedes tiene una ubicada en La Plata). Los directivos de la compañía, que en 2005 ganó un premio de la Fundación ExportAr como exportador de servicios, sostienen que año tras año duplican su facturación en el exterior. Tiene entre sus clientes al Grupo Santander, de España, la automotriz Renault y el portal de Internet británico Last Minute, uno de los más visitados del Reino Unido. El caso de lastminute.com, la segunda empresa de comercio electrónico en Europa, quien los seleccionó para la realización de un servicio de outsourcing de sus operaciones, incluyendo el mantenimiento de sus sitios web, bases de datos y servidores.

Anteriormente usaban los servicios de empresas de la India, pero que luego de numerosos inconvenientes, encontraron en Globant de Argentina una auténtica solución a sus problemas. En otros aspectos destacó la importancia de poder entenderse fácilmente con el proveedor y que este pueda suministrarle 50 o 60 personas entrenados y sin problemas de visados, lo cual le permitió prontamente tomar el control de las operaciones.

Calipso es una empresa desarrolladora y comercializadora de software ERP fundada en 1993. Es uno de los líderes de la región. La empresa cuenta con más de 300 personas involucradas en su operación global.

Tiene Certificación ISO9001. Su software ERP se encuentra implementado en industrias tales como la agropecuaria, alimenticia, educación, petróleo y gas, salud, sector público y metalurgia, en todo el mercado hispanohablante Idea Factory es una empresa que tiene entre sus principales objetivos el proveer desarrollos de software a los grandes consumidores de IT de todo el mundo. Entre los principales proyectos que ha llevado a cabo Idea Factory, están:

Implementación de un sistema integrado de gestión comercial y financiera desarrollado en Java en un ambiente web, para la empresa COMI.

La arquitectura para nuevas soluciones en la reingeniería tecnológica de la principal plataforma de información que posee la Secretaria de Hacienda del Ministerio de Economía del gobierno nacional argentino.

Difusión y capacitación de futuros profesionales en el laboratorio.NET de la UNICEN, así como en el asesoramiento a clientes sobre los beneficios que trae el utilizar la nueva plataforma tecnológica conocida como .NET, en colaboración con Microsoft.

Obtención una nueva versión en tecnología X-Tech de la aplicación NATOSS para monitoreo y alertas de servidores, networking y otros nodos de red para dar soporte a la Autopista de Información implementada por la empresa NEC en la provincia de San Luis, Argentina.

### **La competencia en exportación**

El grueso de la producción y las exportaciones de software se concentran en los Estados Unidos, Japón y en los países más avanzados del continente europeo. Sin embargo, existen casos de países en desarrollo o de la periferia europea presente en el sector de SSI a nivel mundial con una posición ya consolidada (Israel, India, Irlanda). A la vez, también hay países, como Brasil o Corea, que han desarrollado industrias de SSI de gran tamaño en base al tamaño y grado de sofisticación de sus mercados domésticos la India se desarrolló principalmente en la exportación de servicios, habiendo comenzado con el movimiento de profesionales (body shopping), para posteriormente moverse hacia la programación y los servicios offshore. El perfil exportador de Irlanda se diferencia claramente del indio tanto en términos de destino como de su composición, siendo la Unión Europea, en lugar de los EEUU, el principal destino de las exportaciones irlandesas. En cuanto a la composición, se diferencia del modelo indio por el predominio del software empaquetado con relación a los servicios. Israel, en cambio, se ha concentrado principalmente en el nicho de software orientado a las áreas de seguridad y tecnologías antivirus impulsado en un primer momento por sus fuerzas armadas.

En la Argentina se plantea el debate en torno a estos tres países: ¿Hay que adoptar algunos de estos modelos? El de India parece muy difícil de alcanzar dado que el modelo del outsourcing requiere de una masa crítica de recursos humanos que la Argentina no tiene, y es además el modelo en el que menor valor se acumula en la industria. Sería como exportar virtualmente los cerebros de nuestros programadores, en lugar de que creen propiedad intelectual argentina basada en un I+D propio con generación de activos nacionales y no crear activos para terceros que incomprensiblemente podrían ser recomprados por el país. Es comentado también que a la Argentina le cuesta mucho hacer un servicio off shore, porque el profesional no es sistémico sino creativo, pero esta es una opinión poco objetiva. Para la CESSI el modelo a mirar (no imitar) sería Israel, principalmente porque produce 5 mil millones de dólares en software, y 3 mil millones corresponden a exportaciones. Estos son números exorbitantes si consideramos que en ese país hay 50 mil personas empleadas; una altísima productividad comparada con Argentina, donde tenemos 47 mil trabajadores para 6 mil millones de pesos.

Sin embargo, también se debe pensar en competir creando nuevas opciones. En ese sentido, por ejemplo, Israel, India e Irlanda no compiten en el mercado de desarrollo de contenidos en español en Internet.

## 6.2. PROCEDIMIENTO TRIBUTARIO EN CHILE

**Exportar Servicios** es una oportunidad de participar en una de las industrias con mayor potencialidad y crecimiento en el mercado internacional.

Las Exportaciones de Servicios requieren de un esfuerzo diferente ya que se trata de un intangible. Asimismo, deben tenerse en cuenta aspectos que puedan afectar la exportación, como por ejemplo, los aspectos regulatorios y normativos internos de cada país.

A continuación, Ud. podrá conocer el **Proceso Exportador** para cada una de las modalidades de exportación reconocidas internacionalmente, así como los **Instrumentos de Apoyo** que instituciones públicas ofrecen al exportador en Chile.

### PROCESO EXPORTADOR DE SERVICIOS

El Acuerdo General de Comercio de Servicios (AGCS) define **cuatro modalidades de Exportación**, esta es una de las características que marca diferencia entre el Comercio de Servicios y el de Bienes.

- **Modo 1: Comercio Transfronterizo**
- **Modo 2: Movimiento del Consumidor**
- **Modo 3: Presencia Comercial**
- **Modo 4: Movimiento del Proveedor**

Se debe tener presente, que hasta ahora, el Servicio Nacional de Aduanas Chileno califica como Exportación de Servicios, aquellas transacciones realizadas dentro de las Instrucciones del **Modo 1: Comercio Transfronterizo**.

**Nueva Resolución del Servicio Nacional de Aduanas** que modifica la Calificación de Servicios de Exportación.

### APOYO A LA EXPORTACION DE SERVICIOS

- Instrumentos Tributarios

- Instrumentos Aduaneros
- Instrumentos Financieros
- Instrumentos de Fomento Productivo
- Instrumentos de Promoción de Exportaciones
- Certificaciones y Otros

## **Guías y Manuales sobre Comercio de Servicios**

### **CALIFICACIÓN DE UN SERVICIO COMO EXPORTACIÓN**

Para que un servicio sea calificado como exportación, el Servicio de Aduanas exigirá el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a) El Servicio deberá ser realizado en Chile y prestado a personas sin domicilio ni residencia en el país.
- b) El servicio debe ser utilizado exclusivamente en el extranjero, con excepción del servicio de transporte interno que se preste a mercancías en tránsito por el país.
- c) El servicio debe ser susceptible de verificación en su existencia real y en su valor.
- d) El prestador de servicio deberá desarrollar la actividad pertinente en Chile, manteniendo domicilio o residencia en el país, o a través de una sociedad acogida a las normas del artículo 41 D de la ley sobre impuesto a la Renta.

### **Servicios Calificados como Exportación**

Califíquese como exportación, de conformidad con lo dispuesto en el N° 16 de la letra E del artículo 12 del DL N° 825, de 1974, los servicios que enumera el “**Listado de Servicios Calificados como Exportación**”, el cual se entiende que forma parte integrante de la misma.

Estos servicios no requerirán de nueva calificación, sin perjuicio del necesario cumplimiento de los requisitos establecidos.

## **EJEMPLOS DE SERVICIOS CALIFICADOS COMO EXPORTACIÓN**

- Investigaciones y Estudios
- Investigaciones de Mercado
- Asesorías.
- Consultorías
- Diseño Arquitectura e Ingeniería.
- Organización, Utilización y Optimización de Recursos Humanos y de Inversión.
- Reparaciones e instalaciones navales.
- Transporte de carga de mercancías en tránsito o análisis de pureza, calidad, rendimiento, variedades y producción de semillas.
- Manipuleo de carga, estiba, cambios de embalaje, porteo, almacenaje, romaneo, etc., de carga de exportación.
- Transporte de carga internacional terrestre, etc.

A partir del 17/11/2004 a través de **Oficio Circular de la Dirección Nacional de Aduanas N°283**, se establece que los servicios prestados en la producción de largometrajes, películas, spots publicitarios, como también los programas computacionales (software) son calificados como exportación de servicios, previo cumplimiento de las normas y requisitos contenidos en la Resolución N° 2511 de la Dirección de Aduanas.

### **PROCESO EXPORTADOR**

***Paso 0:* Realizar los trámites de Iniciación de Actividades de Exportación ante el Servicio de Impuestos Internos (SII)**

El Exportador puede ser cualquier persona, natural o jurídica, domiciliada o residente en el país, que cumpla con los requisitos de Registro e Iniciación de Actividades ante la autoridad tributaria chilena respectiva, es decir, se constituya como contribuyente de impuesto ante el SII y, que efectúe los trámites para efectuar una exportación, ante los

organismos oficiales que correspondan. Es decir, antes de iniciar el proceso de Exportación debe poseer la habilitación legal para iniciar una actividad de exportación.

***Paso 1: Petición de Calificación de Exportador de Servicios, en el Servicio Nacional de Aduanas para servicios no calificados previamente.***

Para la calificación de servicios no considerados en el "Listado de Servicios calificados como exportación", deberá presentarse ante el Servicio de Aduanas una solicitud fundada, para lo cual podrá obtenerse el formulario respectivo y sus instrucciones de llenado, en su página Web, en la dirección [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl), sección Exportación de Servicios.

En dicha solicitud se indicará la identificación del peticionario, su Rol Único Tributario (RUT), el tipo de servicio, sus características y etapas. El Servicio de Aduanas podrá requerir la presentación de antecedentes adicionales sobre la naturaleza o especificaciones del servicio, así como el detalle de los costos y gastos asociados a éste. Asimismo, cuando las circunstancias lo aconsejen y con cargo al peticionario, solicitará estudios, análisis o dictámenes de técnicos o consultores externos, previamente reconocidos por el Servicio de Aduanas, que digan relación con la naturaleza del servicio.

Con todo, los servicios prestados por comisionistas no serán considerados como exportación. Tampoco se otorgará tal calificación al arrendamiento de bienes de capital y marcas comerciales. La solicitud será resuelta por el Servicio de Aduanas en el plazo máximo de 35 días hábiles, contado desde la fecha de presentación de la solicitud y sus antecedentes, por parte del interesado.

La Aduana, dentro de los primeros 10 días hábiles, podrá requerir mayores antecedentes, y resolverá dentro de los siguientes 25 días hábiles, contados desde la fecha en que se completen los antecedentes requeridos. Copia de la resolución que efectúe la calificación será remitida al Servicio de Impuestos Internos

La calificación de los servicios regirá a contar de la fecha que en cada caso se señala: 1. A contar de la fecha de vigencia de la presente resolución, para los servicios enumerados en el listado anexo. 2. A contar de la fecha de la resolución que los califica como tal, para los

servicios que se califiquen con posterioridad a la dictación de la presente resolución. En consecuencia, a partir de las fechas antes señaladas, los servicios calificados como exportación por el Servicio Nacional de Aduanas y, siempre que se presten cumpliendo los requisitos señalados en el número 1 de esta resolución, podrán ser exportados sin necesidad de requerir nuevamente su calificación. El Servicio de Aduanas actualizará el listado de servicios calificados como exportación, anexo a la presente resolución, a más tardar el día hábil siguiente a la fecha de emisión de la calificación de un nuevo servicio.

### **Dónde solicitar la Calificación**

La calificación se solicita en el Departamento de Regímenes Especiales en la Dirección Nacional de Aduanas de Valparaíso, Plaza Sotomayor N° 60, casilla 1720 correo central, Valparaíso.

### **Paso 2: Materialización del Reconocimiento**

- Una vez calificado el o los servicios, el beneficiario está en condiciones de enviar al exterior el servicio a ser prestado, contenido o no en su soporte, por medio de la presentación de la DUS 1er. Mensaje (ex Orden de Embarque.) Deberá presentarse, independientemente de su valor, un DUS Aceptación a Trámite y Legalización, cuando el servicio que se remite al exterior se contenga, soporte o exprese en un bien corporal mueble. El soporte del servicio sólo podrá ser remitido al exterior, una vez aprobado el respectivo DUS Aceptación a trámite.
- Dicha DUS debe presentarse ante la Aduana de Salida del servicio, al amparo de la Partida 00.25, del Arancel Aduanero, debiendo indicar el N° de la Factura de Prestación del Servicio, detallando esto en el recuadro "Descripción de la Mercancía", más el extracto del servicio "calificado".
- Transcurrido los 25 días, a contar de transmitido el 1er. Mensaje (ex Orden de Embarque) respectivo, deberá presentarse la DUS Legalizado -2° Mensaje. Pertinente.

**Tratándose de los servicios que se remiten al exterior que no se contengan, soporten o expresen en un bien corporal mueble, cuando se generen dos o más facturas en el mismo**

mes, podrá presentarse un DUS Legalización por todas las facturas generadas en un mes calendario, siempre que tengan un mismo país de destino. En estos casos, el número y fecha de cada una de las facturas consideradas en el DUS deberán ser detalladas en el recuadro observaciones generales del DUS. Este documento deberá presentarse dentro de los 10 primeros días corridos del mes siguiente a la fecha de emisión de las facturas que ampara.

Tratándose de servicios calificados como exportación que se remiten al exterior por medio de mecanismos electrónicos, podrán ser enviados a través de correo electrónico o portal o sitio Internet, conforme y de acuerdo a los términos establecidos en **RESOLUCIÓN EXENTA N° 4.460, VALPARAISO, 13 de octubre de 2004**

En los casos que el o los servicios no se contengan, soporten o expresen en un bien corporal mueble y específicamente para aquellos servicios que se envían por medio de Internet y/o correo electrónico; la Subdirección de Informática de la Dirección Nacional de Aduanas, mediante Oficio Ordinario N° 725/06.08.04, detalló las condiciones técnicas que debían cumplir los servicios calificados como exportación que fuesen enviados al exterior mediante mecanismos electrónicos, de tal manera de asegurar su fiscalización:

Para tal efecto téngase presente:

En caso de emplearse correo electrónico, al momento de practicar el envío, el exportador deberá remitir un mensaje, por este mismo medio, al Servicio Nacional de Aduanas, en el que conste la identificación de la empresa que realiza la exportación; nombre y domicilio del destinatario del servicio; número y fecha de la resolución que lo autoriza y el monto en que se valora la prestación del servicio. A su vez, el mensaje de correo que el exportador del servicio envíe al destinatario deberá llevar la opción que permita establecer si el correo fue abierto por él. Una vez que el exportador confirme esta información, remitirá este segundo mensaje al Servicio Nacional de Aduanas.

En caso de emplearse un portal o sitio Internet, el exportador deberá enviar en forma automática por cada descarga que practique, un mensaje al Servicio Nacional de Aduanas, en la forma con los contenidos y detalle señalado anteriormente.

En el caso de servicios de exportación que se desee prestar mediante la habilitación de un portal o sitio Internet, en el que se permita a terceros efectuar transacciones entre sí, el exportador deberá enviar mensualmente, un mensaje al Servicio Nacional de Aduanas, en el que conste la identificación de la empresa que realiza la exportación; número y fecha de la resolución que lo autoriza y el monto total cobrado por los servicios prestados, durante el período.

Para el registro de las operaciones señaladas de la presente resolución, el Servicio Nacional de Aduanas dispondrá de la casilla **servicios\_expo@aduana.cl**.

El Servicio Nacional de Aduanas procederá a practicar operaciones de fiscalización destinadas asegurar la existencia real del servicio que se envía al exterior por medios electrónicos y a establecer fehacientemente que cuentan con la infraestructura tecnológica, licencia de software, personal técnico y los recursos necesarios para producir el elemento objeto de la transacción.

Se excluyen de los mecanismos electrónicos de envío el “servicio ftp” (file transfer protocol), es decir, la transferencia de archivos punto a punto, en el que los datos se transfieren masivamente, registrando sólo la dirección ip de destino y el número total de caracteres transferidos.

Se entiende siempre y en todo momento que la exportación sólo se perfeccionará una vez legalizado el DUS respectivo.

Los DUS, sean Aceptación a Trámite o Legalización, deberán confeccionarse de acuerdo a las instrucciones contenidas en las normas del Capítulo IV y Anexo 35 del Compendio de Normas Aduaneras. La descripción de mercancías en el caso de los servicios calificados como exportación, deberá realizarse en la forma y orden que se indican en el numeral 11 del Apartado Instrucciones de llenado del DUS Exportación de Servicios, del Anexo 35 del Compendio de Normas Aduaneras, contemplando igualmente las siguientes normas:

- La resolución que califica al servicio como exportación deberá ser consignada en el recuadro V°B° del documento indicando el código 16, de acuerdo a la forma y orden que se indica en el numeral 8.16 del Apartado antes señalado.
- Como valor FOB del servicio deberá considerarse el valor de transacción. El servicio deberá clasificarse arancelariamente en la Partida 0025.
- Como valor FOB del Ítem respectivo deberá señalarse el valor del servicio prestado, el que deberá estar amparado por la respectiva factura.
- En caso, que el bien que contenga el servicio exportado se encontrare amparado por una Declaración de Admisión Temporal, ésta deberá ser cancelada conforme a la normativa legal vigente, sin perjuicio de tramitar el DUS Legalización. Cuando se presente esta situación, el DUS Legalización de reexportación que ampara el envío al exterior de la mercancía de admisión temporal, servirá de base para la confección del DUS Legalización del servicio de exportación.

### ***Paso 3: Materialización del envío al exterior del Servicio.***

- En caso de que la exportación se materialice en un soporte, con la aceptación a trámite del DUS 1er mensaje, se faculta al exportador para materializar el envío legal de la exportación al exterior. Para todos los efectos se entenderá consumada la exportación, sólo con la prestación y aceptación a trámite del DUS legalizado (2° mensaje).
- En el caso de no contenerse el servicio en un soporte, o bien corporal mueble, el exportador deberá cursar la presentación y su respectiva aceptación de un DUS Legalizado (sólo 2° mensaje).

### ***Paso 4: Proceso Bancario de Retornos y Anticipos de Comprador.***

Una vez consumada legalmente la exportación a través del DUS Legalizado, el interesado estará en condiciones de formalizar la liquidación de los retornos y/o el o los anticipos de comprador. Para todos los efectos deberá estar sujeto a la normativa legal vigente establecida en el Capítulo IV del Compendio de Normas de Cambios Internacionales del Banco Central de Chile. Los exportadores deberán informar al Banco Central sobre el

resultado de las operaciones de exportación que hayan realizado siempre y cuando exporten más USM\$ 5.000 al año.

La Dirección Nacional de Aduanas señala que los exportadores de servicios deberán dar pleno cumplimiento de las normas establecidas en la Resolución N° 2511 de 16.05.2007, cualquiera sea el modo de envío de los servicios al exterior.

Para obtener mayores antecedentes respecto a la normativa existente del Servicio de Impuestos Internos, visite [www.sii.cl](http://www.sii.cl)

## **APOYO A LA EXPORTACION DE SERVICIOS**

### Instrumentos Tributarios

**Exención del I.V.A.** conforme al artículo 12 N° 16 letra e) del D.L. N° 825/74: Exentos de I.V.A. los ingresos percibidos por la prestación de servicios calificados como exportación.

**NOTA: SÓLO PARA SERVICIOS CALIFICADOS COMO EXPORTACIÓN.**

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas. 2004.

**Devolución del I.V.A.** conforme ART. 36° D.L. 825/74: Los exportadores tienen derecho a recuperar el I.V.A. que se les hubiere recargado al adquirir bienes o al utilizar servicios para su actividad de exportación. Igual derecho tienen respecto del impuesto pagado al importar bienes para el mismo objeto.

**NOTA: SÓLO PARA SERVICIOS CALIFICADOS COMO EXPORTACIÓN**

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas. 2004.

**Circular N° 05 del 10 de Enero del 2008 que imparte instrucciones sobre procedimientos administrativos y de fiscalización referidas a solicitudes de devolución de IVA por servicios calificados como exportación**

- **Devolución de Impuesto Adicional** (Ley N° 18.768): Se aplica un impuesto de 20% por servicios pagados a firmas extranjeras por asesorías o consultorías. Cuando el contribuyente es un exportador, el Impuesto Adicional pagado tendrá el carácter

de pago provisional mensual, el cual se constituirá en su favor en el mes que sea declarado y pagado al Fisco por las personas que contratan dichos servicios. Fuente: Mecanismos de Fomento aplicables según procedimiento exportador. Libro: Proceso Exportador de Servicios en Chile. 1999.

- **Ley Plataforma de Inversiones** (Ley N° 19.840): Esta medida unilateral denominada "Ley Plataforma de Inversiones" evita la triple tributación mediante un método denominado "sistema de extraterritorialidad". Lo anterior se logra permitiendo a los inversionistas extranjeros, cuyo propósito es invertir o prestar servicios en terceros países, evitar en Chile los impuestos a la renta que originen dichas inversiones o servicios, aprovechando de paso las ventajas que ofrece el país para canalizar y administrar recursos financieros hacia terceros países. Fuente: Biblioteca Congreso Nacional.
- **Reducción unilateral de la Doble Tributación** conforme ART. 41 A de la Ley de la Renta, contenida en el artículo 1° del D.L. N° 824/74: Los exportadores tienen derecho a imputar como crédito en contra del impuesto de Primera Categoría, el impuesto que se le haya retenido en el país extranjero al efectuar la remesa del pago hacia Chile.

---

<sup>(8)</sup> Fuente: [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl).

**Resolución Exenta N° 002.511**

**VISTOS Y CONSIDERANDO:**

Que, el artículo 12, letra E, N° 16 del DL N° 825, de 1974, le otorga al Servicio Nacional de Aduanas la facultad de calificar los servicios como exportación, para efectos de la exención del Impuesto al Valor Agregado a los ingresos percibidos por dicha prestación.

Que, el artículo 36 del DL N° 825, da derecho a quienes presten servicios a personas sin domicilio ni residencia en el país a recuperar el Impuesto al Valor Agregado que se hubiere pagado en la adquisición de bienes o contratación de servicios necesarios para realizar la exportación, cuando dicha prestación de servicios sea calificada como exportación por el Servicio de Aduanas, según lo dispuesto en el N° 16 de la letra E del artículo 12 del mismo texto legal.

Que, en consideración al crecimiento experimentado por la exportación de servicios y las políticas de fomento al sector, se hace necesario agilizar y simplificar el procedimiento establecido en la resolución N° 3.635, de fecha 20.08.2004, mediante la cual el Servicio de Aduanas concede la calificación a que se refiere el N° 16, letra E, del artículo 12 del DL N° 825, de 1974, y

**TENIENDO**

**PRESENTE:**

Estos antecedentes, lo dispuesto en el artículo 4° N°s. 7 y 8 del DFL N° 329, de 1979, en el artículo 1° del DL N° 2.554, de 1979 y lo señalado en el Capítulo IV y Anexo 35 del Compendio de Normas Aduaneras, dicto la siguiente

**R E S O L U C I O N :**

**ESTABLECE NORMAS, FIJA REQUISITOS, OBLIGACIONES Y NORMAS DE CONTROL PARA LA CALIFICACION DE UN SERVICIO COMO EXPORTACIÓN**

1. Para que un servicio sea calificado como exportación por el Servicio Nacional de Aduanas, de conformidad con lo dispuesto en el N° 16 de la letra E del artículo 12 del DL N° 825, de 1974, deberá cumplirse con los siguientes requisitos:

### **Requisitos**

1.1 El servicio deberá ser:

a) Realizado en Chile y prestado a personas sin domicilio ni residencia en el país.

b) Utilizado exclusivamente en el extranjero, con excepción de los servicios que se presten a mercancías en tránsito por el país.

c) Susceptible de verificación en su existencia real y en su valor.

1.2 El prestador del servicio deberá desarrollar la actividad pertinente en Chile, manteniendo domicilio o residencia en el país, o a través de una sociedad acogida a las normas del artículo 41 D de la ley sobre Impuesto a la Renta.

### **Servicios calificados como exportación**

2. Califiquense como exportación, de conformidad con lo dispuesto en el N° 16 de la letra E del artículo 12 del DL N° 825, de 1974, los servicios que enumera el listado anexo a la presente resolución, identificado como "Listado de Servicios Calificados como Exportación", el cual se entiende que forma parte integrante de la misma.

Estos servicios no requerirán de nueva calificación, sin perjuicio del necesario cumplimiento de los requisitos establecidos en el N° 1 de esta resolución.

### **Procedimiento para servicios no calificados previamente**

3. Para la calificación de servicios no considerados en el listado mencionado en el punto 2

anterior, deberá presentarse ante el Servicio de Aduanas una solicitud fundada, para lo cual podrá obtenerse el formulario respectivo y sus instrucciones de llenado, en su página Web, en la dirección [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl), sección Exportación de Servicios. En dicha solicitud se indicará la identificación del peticionario, su Rol Unico Tributario (RUT), el tipo de servicio, sus características y etapas.

El Servicio de Aduanas podrá requerir la presentación de antecedentes adicionales sobre la naturaleza o especificaciones del servicio, así como el detalle de los costos y gastos asociados a éste. Asimismo, cuando las circunstancias lo aconsejen y con cargo al peticionario, solicitará estudios, análisis o dictámenes de técnicos o consultores externos, previamente reconocidos por el Servicio de Aduanas, que digan relación con la naturaleza del servicio.

Con todo, los servicios prestados por comisionistas no serán considerados como exportación. Tampoco se otorgará tal calificación al arrendamiento de bienes de capital.

4. La solicitud será resuelta por el Servicio de Aduanas en el plazo máximo de 35 días hábiles, contado desde la fecha de presentación de la solicitud y sus antecedentes, por parte del interesado. La Aduana, dentro de los primeros 10 días hábiles, podrá requerir mayores antecedentes, y resolverá dentro de los siguientes 25 días hábiles, contados desde la fecha en que se completen los antecedentes requeridos. Copia de la resolución que efectúe la calificación será remitida al Servicio de Impuestos Internos.

**Vigencia de la calificación**

5. La calificación de los servicios regirá a contar de la fecha que en cada caso se señala:

5.1. A contar de la fecha de vigencia de la presente resolución, para los servicios enumerados en el listado anexo.

5.2. A contar de la fecha de la resolución que los califica como tal, para los servicios que se

califiquen con posterioridad a la dictación de la presente resolución.

En consecuencia, a partir de las fechas antes señaladas, los servicios calificados como exportación por el Servicio Nacional de Aduanas y, siempre que se presten cumpliendo los requisitos señalados en el número 1 de esta resolución, podrán ser exportados sin necesidad de requerir nuevamente su calificación.

El Servicio de Aduanas actualizará el listado de servicios calificados como exportación, anexo a la presente resolución, a más tardar el día hábil siguiente a la fecha de emisión de la calificación de un nuevo servicio.

### **Formalización de la exportación**

6. La exportación de los servicios calificados como tal por el Servicio de Aduanas, se materializará a través de un Documento Único de Salida (DUS), conforme a las normas del Capítulo IV, del Apéndice III del mismo Capítulo y Anexo 35, del Compendio de Normas Aduaneras, a que se refiere la resolución N° 1300, de 2006, de esta Dirección Nacional. En el caso que el monto FOB de la exportación no supere los US\$ 2.000, se podrá tramitar un Documento Único de Salida Simplificado (DUSSI).

7. Los servicios calificados como exportación podrán ser remitidos al exterior por medios físicos o cualquier medio electrónico, tales como correo electrónico, portal o sitio de Internet y servicios “ftp” (file transfer protocol), debiendo el exportador mantener un registro de cada operación que permita acreditar la efectiva prestación del servicio y su envío al exterior.

8. En todo caso, el exportador deberá conservar a disposición del Servicio Nacional de Aduanas, para los efectos de control y fiscalización de la operación, la totalidad de los antecedentes de respaldo, por un plazo de cinco (5) años, a contar del primer día del año calendario siguiente a aquel de la fecha del hecho generador de la obligación tributaria aduanera, conforme al artículo 7° de la Ordenanza de Aduanas.

**Acceso a beneficios del DL N° 825, de 1974**

9. Para impetrar los beneficios a que se refiere el DL N° 825, de 1974, y en particular el establecido en el artículo 36 de dicho cuerpo legal, el exportador deberá ser contribuyente del impuesto al valor agregado y los servicios de exportación respectivos estar gravados con dicho impuesto. Para tal efecto, el contribuyente exportador de servicios deberá seguir los procedimientos y normas establecidas para todo exportador ante el Servicio de Impuestos Internos.

Vigencia de la resolución

10. La presente resolución entrará en vigencia transcurrido el plazo de treinta (30) días hábiles desde la fecha de su publicación en el Diario Oficial.

### **6.3. PROPUESTA**

*Proponer al Servicio de Impuestos Nacionales la creación de una Ley bajo el artículo 1° de la Ley N° 1489 - LEY DE DESARROLLO Y TRATAMIENTO IMPOSITIVO DE LAS EXPORTACIONES, a la exportación de servicios relacionados con la producción de software y los servicios derivados de esta actividad (soporte tecnológico, etc.).*

## **LEY DE PROMOCION DE LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE**

### **CAPÍTULO I**

#### **Definición, ámbito de aplicación y alcances**

Artículo 1°: Créase un Régimen de Promoción de la Industria del Software que regirá en todo el territorio nacional con los alcances y limitaciones establecidas en la presente Ley y las normas reglamentarias que en su consecuencia dicte el Poder Ejecutivo Nacional. El presente régimen estará enmarcado en las políticas estratégicas que a tal efecto establezca el Poder Ejecutivo Nacional a través de sus organismos competentes y tendrá vigencia durante el plazo de diez años a partir de su aprobación.

*Identificar las condiciones y/o requisitos que se deben cumplir para hacerse beneficiario de un tratamiento tributario preferencial.*

Artículo 2°: Podrán acogerse al presente régimen de promoción las personas físicas y jurídicas constituidas en el estado Plurinacional, cuya actividad principal sea la industria del software, que se encuentren habilitadas para actuar dentro de su territorio con ajuste a sus leyes, debidamente inscriptas conforme a las mismas y desarrollen en el país y por cuenta propia las actividades definidas en el artículo 4°.

Artículo 3° Los interesados en acogerse al presente régimen deberán inscribirse en el registro habilitado por la Autoridad de Aplicación. Facultase a la Autoridad de Aplicación a celebrar los respectivos convenios con las gobernaciones que adhieran al presente régimen,

con el objeto de facilitar y garantizar la inscripción de los interesados de cada jurisdicción en el registro habilitado por el párrafo anterior.

Artículo 4° Las actividades comprendidas en el Régimen establecido por la ley son la creación, diseño, desarrollo, producción e implementación y puesta a punto de los sistemas de software desarrollados y su documentación técnica asociada, tanto en su aspecto básico como aplicativo, incluyendo el que se elabore para ser incorporado a procesadores utilizados en bienes de diversa índole, tales como consolas, centrales telefónicas, telefonía celular, máquinas y otros dispositivos. Queda excluida del régimen establecido en la presente ley la actividad de auto desarrollo de software.

Artículo 5° A los fines de la presente ley, se define el software como la expresión organizada de un conjunto de órdenes o instrucciones en cualquier lenguaje de alto nivel, de nivel intermedio, de ensamblaje o de máquina, organizadas en estructuras de diversas secuencias y combinaciones, almacenadas en medio magnético, óptico, eléctrico, discos, chips, circuitos, o cualquier otro que resulte apropiado o que se desarrolle en el futuro, previsto para que una computadora o cualquier máquina con capacidad de procesamiento de información ejecute una función específica, disponiendo o no de datos, directa o indirectamente.

## **CAPÍTULO II**

### **Tratamiento fiscal para el sector**

Artículo 6°: A los sujetos que desarrollen las actividades comprendidas en el presente régimen de acuerdo a las disposiciones del Capítulo Primero, les será aplicable el régimen tributario general con las modificaciones que se establecen en el presente Capítulo. Los beneficiarios que adhieran al presente régimen deberán estar en curso normal de cumplimiento de sus obligaciones impositivas y previsionales.

Artículo 7°: Los sujetos que adhieran a este régimen gozarán de estabilidad fiscal por el término de diez (10) años contados a partir del momento de la entrada en vigencia de la presente Ley. La estabilidad fiscal alcanza a todos los tributos nacionales entendiéndose por tales los impuestos directos, tasas y contribuciones impositivas que tengan como sujetos

pasivos a los beneficiarios inscriptos. La estabilidad fiscal significa que los sujetos que desarrollen actividades de producción de software no podrán ver incrementada su carga tributaria total nacional al momento de la incorporación de la empresa al presente marco normativo general.

**Identificar las operaciones o transacciones calificables como exportación de servicios que actualmente cuentan con una reglamentación específica vigente.**

Artículo 8° Los beneficiarios del régimen de la presente ley que desempeñen actividades de investigación y desarrollo en software y/o procesos de certificación de calidad de software desarrollado en el territorio nacional y/o exportaciones de software podrán convertir en un bono de crédito fiscal intransferible hasta el 70 % (setenta por ciento) de las contribuciones patronales que hayan efectivamente pagado sobre la nómina salarial total de la empresa con destino a los sistemas y subsistemas de seguridad social previstos en las Leyes y Sistema Jubilaciones y Pensiones. Los beneficiarios podrán utilizar dichos bonos para la cancelación de tributos nacionales que tengan origen en la Industria del Software, en particular el Impuesto al Valor Agregado (IVA) u otros impuestos nacionales y sus anticipos en caso de proceder, excluido el Impuesto a las Ganancias. El bono no podrá utilizarse para cancelar deudas anteriores a la efectiva incorporación del beneficiario al régimen de la presente ley y en ningún caso, eventuales saldos a su favor harán lugar a reintegros o devoluciones por parte del Estado.

Artículo 9°: Los sujetos adheridos al régimen de promoción establecido por la presente ley tendrán una desgravación del 60% en el monto total del Impuesto a las Ganancias determinado en cada ejercicio. Este beneficio alcanzará a quienes acrediten gastos de investigación y desarrollo y/o procesos de certificación de calidad y/o exportaciones de software, en las magnitudes que determine la Autoridad de Aplicación. La imputación de gastos compartidos con actividad principal, desarrollen otras de distinta naturaleza, llevarán su contabilidad de manera tal que permita la determinación y evaluación en forma separada de la actividad promovida del resto de las desarrolladas.

Artículo 10º: A los efectos de la percepción de los beneficios establecidos en los artículos precedentes, los sujetos que adhieran al presente régimen deberán cumplir con alguna norma de calidad reconocida aplicable a los productos de software. Esta exigencia comenzará a regir a partir del tercer año de vigencia del presente marco promocional.

Artículo 11º: Los sujetos que adhieran a los beneficios establecidos en la presente ley que además de la industria del software como actividades ajenas a las promovidas se atribuirán contablemente respetando criterios objetivos de reparto como cantidad de personal empleado, monto de salarios pagados, espacio físico asignado u otros, siendo esta enumeración meramente enunciativa y no limitativa. Serán declarados y presentados anualmente a la autoridad de aplicación en la forma y tiempo que esta establezca los porcentuales de apropiación de gastos entre las actividades distintas y su justificativo.

### **CAPÍTULO III**

#### **Importaciones**

Artículo 12º: Las importaciones de productos informáticos que realicen los sujetos que adhieran al presente Régimen de Promoción quedan excluidas de cualquier tipo de restricción presente o futura para el giro de divisas que se correspondan al pago de importaciones de hardware y demás componentes de uso informático que sean necesarios para las actividades de producción de software.

### **CAPÍTULO IV**

#### **Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOFT)**

Artículo 13: Créase el Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOFT), el cual será integrado por:

1. Los recursos que anualmente se asignen a través de la ley de presupuesto.
3. Los ingresos por las penalidades previstas ante el incumplimiento de la presente ley
4. Ingresos por legados o donaciones.

5. Fondos provistos por organismos internacionales u organizaciones no gubernamentales.

Artículo 14: Facultase al Jefe de Gabinete de Ministros a efectuar las modificaciones presupuestarias que correspondan, previendo para el primer año un monto de bolivianos cincuenta millones a fin de poder cumplir con lo previsto en el inciso 1 del artículo 13.

Artículo 15: El Vice Ministerio de Ciencia y Tecnología y los organismos de Innovación Productiva, a través de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (ADSIB) será la Autoridad para la Aplicación en lo referido al FONSOFT y actuará como fiduciante frente al administrador fiduciario.

Artículo 16: La Autoridad de Aplicación definirá los criterios de distribución de los fondos acreditados en el FONSOFT. Serán asignados prioritariamente a Universidades, Centros de Investigación, PyMEs y nuevos emprendimientos, que se dediquen a la actividad de desarrollo de software. A los efectos mencionados en el párrafo anterior, la Autoridad de Aplicación convendrá con las Gobernaciones que adhieran al régimen de la presente ley, la forma y modo en que éstas, a través de sus organismos pertinentes, se verán representadas en la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia.

Artículo 17: La Autoridad de Aplicación podrá financiar a través del FONSOFT:

1. Proyectos de investigación y desarrollo relacionados a las actividades definidas en el artículo 4 de la presente.
2. Programas de nivel terciario o superior para la capacitación de recursos humanos.
3. Programas para la mejora en la calidad de los procesos de creación, diseño, desarrollo y producción de software.
4. Programas de asistencia para la constitución de nuevos emprendimientos.

Artículo 18: La Autoridad de Aplicación otorgará preferencia en la asignación de financiamientos a través del FONSOFT, según lo definido en el artículo 15, a quienes:

- a) Se encuentren radicados en regiones del país con menor desarrollo relativo.
- b) Registren en el Estado Plurinacional los derechos de reproducción de software según las

normas vigentes.

- c) Generen mediante los programas promocionados un aumento cierto y fehaciente en la utilización de recursos humanos.
- d) Generen mediante los programas promocionados incrementales de exportación
- e) Adhieran al presente régimen de promoción.

Artículo 19: Las erogaciones de la Autoridad de Aplicación relacionadas a la administración del FONSOFT no deberán superar el cinco por ciento (5%) de la recaudación anual del mismo.

## **CAPÍTULO V**

### **Infracciones y sanciones**

Artículo 20: El incumplimiento de las normas de la presente ley y de las disposiciones de la Autoridad de Aplicación referidas a los beneficios establecidos en el capítulo II por parte de las personas físicas y jurídicas que se acojan al régimen de promoción de la presente ley, determinará la aplicación por parte de la Autoridad de Aplicación de las sanciones que se detallan a continuación:

1. Revocación de la inscripción en el registro establecido en el artículo 3 y de los beneficios otorgados por el capítulo II.
2. Pago de los tributos no ingresados con motivo de lo dispuesto en el capítulo II, con más los intereses, en relación con el incumplimiento específico determinado.
3. Inhabilitación para inscribirse nuevamente en el registro establecido en el artículo 3.

## **CAPÍTULO VI**

### **Disposiciones Generales**

Artículo 21º: La Autoridad de Aplicación de la presente Ley será la Secretaría de Industria Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, dependiente del Ministerio de Economía y Producción.

Artículo 22: La Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa deberá publicar en su respectiva página de Internet el Registro de las empresas beneficiarias del presente régimen así como los montos de beneficio fiscal otorgados a cada empresa.

Artículo 23: A los fines de la presente ley quedan excluidas como actividades de Investigación y Desarrollo de software la solución de problemas técnicos que se hayan superado en proyectos anteriores sobre los mismos sistemas operativos y arquitecturas informáticas. También el mantenimiento, la conversión y/o traducción de lenguajes informáticos, la adición de funciones y/o preparación de documentación para el usuario, garantía o asesoramiento de calidad de los sistemas no repetibles existentes. Quedan también excluidas las actividades de recolección rutinaria de datos, la elaboración de estudios de mercados para la comercialización de software y aquellas otras actividades ligadas a la producción de software que no conlleven un progreso funcional o tecnológico en el área del software.

Artículo 24: La Autoridad de Aplicación realizará auditorías y evaluaciones del presente régimen, debiendo informar con periodicidad de al menos cada tres años al Congreso de la Nación los resultados de las mismas.

Artículo 25: Los beneficios fiscales contemplados en la presente ley, mientras subsista el sistema de coparticipación federal de impuestos vigente, se detraerán de las cuantías de los recursos que correspondan a la Nación.

Artículo 26: El cupo fiscal de los beneficios a otorgarse por el presente régimen promocional será fijado anualmente en la Ley de Presupuesto General de Gastos y Cálculos de Recursos de la Administración Nacional. A partir de la vigencia de la presente ley y durante los tres primeros ejercicios fiscales posteriores, el cupo correspondiente se otorgará en función de la demanda y desarrollo de las actividades promocionadas.

Artículo 27: Invítase a las Gobernaciones y a los municipios a adherir al presente régimen mediante el dictado de normas de promoción análogas a las establecidas en la presente ley.

## CAPITULO VII

### 7.1. CONCLUSIONES

*Fundamentar la ausencia de una Ley, que regule el reconociendo de la prestación de servicios de desarrollo de software cuyo destino es un beneficiario fuera del país, para ser calificada como una exportación de servicios.*

Muchas autoridades del estado están convencidos que el cambio del modelo tradicional de exportación de recursos naturales hacia la exportación de productos tecnológicos, que utilizan mano de obra altamente calificada, es claramente necesaria, puesto que permite generar riqueza sostenible y la creación de un amplio sector de servicios con expectativas de ingresos individuales mucho mayores a los actuales. En muchos países se demostró que el desarrollo de software es un rubro eficiente que tiene mercados insaciables para lograr esta transición.

Bolivia ha comenzado a incursionar en esta industria hace aproximadamente diez años y hoy es uno de los países sudamericanos que oferta este producto a costos más reducidos que otros.

Los primeros años fueron de prueba para muchas empresas bolivianas, y en particular cochabambinas, y sobrevivieron aquellas que sobre todo se enfocaron para atender a grandes empresas del mercado local o a las de Europa y Estados Unidos. Sin embargo, Cochabamba tiende a convertirse en uno de los centros más importantes por el crecimiento de una de las empresas más grandes del país: Jalasoft.

La industria del software en Bolivia y en Cochabamba recién está dando sus primeros pasos, el desarrollo de la misma también dependerá del apoyo que otorgue el Gobierno. “Hay muchas cosas que debemos trabajar con el Gobierno, desde el control de la industria, la normativa legal hasta la provisión de equipos a costos más razonables”

La actividad de la industria del software en Bolivia todavía no está regulada por ninguna ley, tal como sucede en países vecinos como Argentina, Uruguay, Chile y Costa Rica son los países de la región que más apoyo han logrado de parte de sus gobiernos para hacer crecer esta industria.

Sin embargo, en el caso de Bolivia no existen registros que muestren con exactitud cuánto y dónde se exportan las soluciones tecnológicas que desarrollan las empresas nacionales o grupo de ingenieros que trabajan de forma particular.

“El problema de las empresas de software es que están trabajando hoy en día en un mercado que no está controlado por nadie, y lamentablemente el Gobierno no hace nada respecto a esto”, actualmente, hoy se requiere de una regulación para que los productos sean exportados con ciertas ventajas y que a su vez esto traiga beneficios al país.

## **CAPITULO VIII**

### **8.1. RECOMENDACIONES**

Recomendamos a las instituciones vinculadas al área de la tecnología y al Servicio de Impuestos Nacionales tomar en cuenta la propuesta de Ley de Promoción de la Industria de Software descrita en el capítulo VI por la importancia y necesidad en que se convirtió el uso del software a nivel mundial en las facilidades que brindan para mejorar la vida del hombre.

Ya que el concepto de software va más allá de los programas de computación en sus distintos estados: código fuente, binario o ejecutable; también su documentación, los datos a procesar e incluso la información de usuario forman parte del software o inclusive el soporte que se le puede dar a estos programas: es decir, abarca todo lo intangible, todo lo no físico (hardware).

Convencidos que el cambio del modelo tradicional de exportación de recursos naturales hacia la exportación de productos tecnológicos, que utilizan mano de obra altamente calificada, es claramente necesaria, puesto que permite generar riqueza sostenible y la creación de un amplio sector de servicios con expectativas de ingresos individuales mucho mayores a los actuales. En muchos países se demostró que el desarrollo de software es un rubro eficiente que tiene mercados insaciables para lograr esta transición.

## CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	SEMANA 1					SEMANA 2					SEMANA 3					SEMANA 4				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Revisión bibliográfica																				
Elaboración perfil monografía																				
Elaboración del sustento teórico																				
Recolección de la información																				
Análisis de los datos obtenidos																				
Elaboración de las conclusiones y recomendaciones																				
Presentación del trabajo final																				

## **BIBLIOGRAFIA**

### **Referencia Bibliográfica:**

Montes Camacho, Niver, (2001), Bolivia: Metodología de Investigación para auditores.

Pinto Correa, María de la Caridad PhD, (2012), Bolivia, Texto Guía de Metodología de la Investigación.

### **Referencia Legal:**

Ley 1489 promulgado el 16 de abril de 1993, de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de las exportaciones. Gaceta Oficial de Bolivia.

Decreto Supremo Nro. 25465 promulgado el 23 de agosto de 1999, Reglamento para la devolución de Impuestos a las Exportaciones. Gaceta Oficial de Bolivia.

Decreto Supremo Nro. 26397 promulgado el 17 de noviembre de 2001, Modificación al Decreto Supremo Nro. 25465. Gaceta Oficial de Bolivia.

### **Lincografía:**

<http://www.monografias.com> – Servicios

[http://www.opinion.com.bo/opinion/informe\\_especial/2012/0513/suplementos.php?id=3027](http://www.opinion.com.bo/opinion/informe_especial/2012/0513/suplementos.php?id=3027)

<http://www.fundeticbolivia.org/site/index.php/programas-y-proyectos/ley-del-software-en-bolivia>

<http://www.bolivia.com/noticias/autonoticias/DetalleNoticia45615.asp>

<http://lpz.ucb.edu.bo/Forms/Noticias/NoticiasUCB.aspx?NSNoticia=73431>

[http://www.larazon.com/version\\_fi.php?ArticleId=870&EditionId=2630&ids=88](http://www.larazon.com/version_fi.php?ArticleId=870&EditionId=2630&ids=88)

[http://www.lostiempos.com/observador-economico/economia-y-mercados/economia-y-mercados/20141027/software-for-export-hecho-en-bolivia-con-thompson\\_278947\\_613874.html](http://www.lostiempos.com/observador-economico/economia-y-mercados/economia-y-mercados/20141027/software-for-export-hecho-en-bolivia-con-thompson_278947_613874.html)

<http://tiempo.infonews.com/nota/40173#!nota/40173/software-argentina-ya-lidera-las-exportaciones-en-america-latina>

ANEXOS

# CÓMO EXPORTAR

GUIA PARA PRODUCTORES, MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS

## INDICE

### Capítulo 1: Información básica

- ¿Qué significa exportar?
- ¿Qué ventajas tiene la exportación?
- ¿Qué preguntas deben hacerse antes de tomar la decisión de exportar?
- ¿Cuáles son los errores que se cometen con mayor frecuencia al exportar?

### Capítulo 2: La Empresa

- ¿Qué tipos de empresas existe en nuestra legislación?
- ¿Cómo establezco una empresa?
- Obtención del registro de comercio de Bolivia (FUNDEMPRESA)
- Obtención del número de identificación tributaria (NIT)
- Licencia de funcionamiento para actividades económicas
- Caja Nacional de Salud
- Administradoras de fondos de pensiones (AFP's)

### Capítulo 3: ¿Cómo Exportar?

- ¿Cómo habilito mi empresa para exportar?
- Requisitos o formalidades para registrarse al SIDUNEA++
- ¿Qué documentos necesito para exportar?

### Capítulo 4: Trámite de Exportación

- ¿Que documentos se requiere para exportar?

### Capítulo 5: ¿A dónde Exportar?

- ¿A qué países podría exportar?
- Acuerdos comerciales y SGP
- ¿Cuál es la metodología de investigación de mercados externos?
- ¿Donde puedo obtener información comercial de un país en particular?
- ¿Cómo puedo determinar la demanda externa de mi producto?
- ¿Cómo establecer contactos comerciales y comunicación con potenciales importadores o clientes?
- ¿Cómo definir el mejor canal de distribución para mis productos?
- ¿Cuáles son los diferentes intermediarios que intervienen en las exportaciones?
- ¿Cómo selecciono a un distribuidor en el extranjero para mi producto?
- ¿Cómo se realiza un contrato de compra - venta?
- ¿Cómo puedo hacer conocer mi producto?
- ¿Cómo puedo obtener información acerca de los mercados y clientes?
- ¿Cómo puedo obtener información sobre los gustos y preferencias de los compradores externos?
- ¿Cómo puedo seleccionar el mercado meta?
- ¿Qué factores toma en cuenta el importador para escoger a su proveedor extranjero?
- ¿Qué factores debo considerar en una negociación con el importador?

### Capítulo 6: Términos de Negociación Internacional - Incoterms

### Capítulo 7: Medios Internacionales de pago

### Capítulo 8: Incentivos a las exportaciones

- RITEX
- Zonas Francas
- CEDEIM

Capítulo 9: Promoción Internacional

- ¿Cómo participar en ferias y eventos internacionales?
- ¿Qué es una Feria?
- ¿Por qué participar en una Feria?
- ¿Qué es una misión comercial o empresarial?
- ¿Qué es una Rueda de Negocios?
- ¿Qué podemos obtener o conseguir de una Rueda de Negocios?
- ¿Cómo enviar Muestras Comerciales?

Capítulo 10: ¿Cómo aprovechar el TCP?

Capítulo 11: ¿Qué es el Programa de Desarrollo del Comercio y Promoción de las Inversiones - PROCOIN?

Capítulo 11: ¿Qué es el Centro de Promoción Bolivia - PROMUEVE BOLIVIA?

Capítulo 12: ¿Cómo aprovechar el Internet y el Comercio Electrónico?

Capítulo 14: ¿Qué es la Plataforma de Apoyo al Exportador - PAEX ?

“La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de PROMUEVE BOLIVIA y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea”

# Capítulo 1

## Información general

### *¿Qué significa exportar?*

La exportación es el envío legal de mercancías nacionales para su uso o consumo en el extranjero.

**Exportador:** Persona individual, empresa o agencia despachante de aduana que presenta una declaración de mercancías de exportación con las formalidades previstas en disposiciones legales.

Exportación Definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero y que están destinadas a permanecer definitivamente fuera del país.

Prohibiciones, el Estado garantiza la libre exportación de mercancías, con excepción de aquellas que están sujetas a prohibición expresa y de las que afectan a la salud pública, la seguridad del Estado, la preservación de la fauna y flora y del patrimonio cultural, histórico y arqueológico de la nación.

### *¿Qué ventajas tiene la exportación?*

Entre las principales ventajas de exportar se encuentran:

- **Un mercado extenso:** exportar implica introducir productos a mercados con mayor cantidad de consumidores potenciales que el mercado nacional.
- **Oportunidad de ampliar la participación y el conocimiento de mercados internacionales:** al exportar la empresa deberá conocer como trabajan sus competidores, cuáles son sus estrategias y como han conseguido penetrar en los principales mercados extranjeros, asimismo complementará con el manejo logístico de trámites, seguros y transporte.
- **Incremento en la producción:** si no está operando con toda su capacidad instalada en el mercado nacional; al exportar, la capacidad y duración de los periodos de producción pueden aumentar, disminuyendo los costos medios por unidad e incrementando las economías de escala.
- **Desarrollo y crecimiento de la empresa:** al generarse mayor dinamismo en ventas e ingresos.
- **Rentabilidad:** al generarse ingresos mayores y disminuir costos por el incremento de volúmenes.
- **No depender de un solo mercado diversificando riesgos:** al exportar, la empresa incrementará su base de mercado y reducirá la competencia interna en el país disminuyendo sus riesgos.
- **Estabilizar las fluctuaciones de mercado:** se reduce la dependencia de la empresa por los cambios económicos, gustos del consumidor y fluctuaciones estacionales, dentro de la economía nacional.
- **Mejorar y uniformar la calidad de los productos:** frente a las exigencias del mercado internacional.
- **Actualización tecnológica:** al tomar conocimiento de las diversas alternativas sobre la tecnología existente en el mercado internacional.
- **Mejora de la competitividad de la empresa:** la exportación aumenta las ventajas competitivas de las empresas y esto deriva a su vez en el incremento de las ventajas competitivas de Bolivia en su conjunto.
- **Imagen empresarial:** al desarrollar contactos y relaciones comerciales con potenciales clientes e instituciones.
- **Generación de empleos:** al desarrollarse la capacidad productiva y comercial de la empresa.
- **Generación de divisas:** al generarse mayor cantidad y calidad de las ventas en el mercado internacional.

- **Buen argumento para obtener financiación ante los bancos:** ya que la actividad exportadora entraña una serie de beneficios y ventajas (facilidades) ante las entidades financieras.
- **Regímenes especiales de fomento:** el exportador puede tener acceso a regímenes especiales de fomento a las exportaciones como ser RITEX, devolución impositiva, Zonas francas.

### **¿Qué consideraciones deben hacerse antes de tomar la decisión de exportar?**

Una empresa exportadora nace con el deseo de sus empresarios de ampliar sus mercados y vender sus productos a otros países, para ello debe tenerse clara cuál es la motivación que impulsa a la empresa hacia la exportación, por ejemplo:

- La empresa tiene un producto "único" que difícilmente encontrará competencia en mercados extranjeros.
- Se cree que los márgenes de utilidad por realizar ventas internacionales resultan más atractivos que los de las ventas locales.
- Se busca incrementar el nivel de ventas para reducir los costos de producción de la empresa gracias a las economías de escala.
- La competencia local se ha vuelto muy dura y podría ser recomendable seguir compitiendo con ellos pero en mercados externos.
- La capacidad de producción es muy abundante para el mercado local únicamente y se necesita incrementar la cantidad de compradores.
- La empresa necesita nuevas tecnologías, diseños y habilidades que sólo se pueden obtener al ingresar en mercados extranjeros.

Cualquiera de los motivos mencionados es válido para tomar la decisión de exportar, pero debe tenerse en cuenta el gran compromiso y la seriedad que esto implica para todos y cada uno de los funcionarios que trabajan en la empresa.

### **¿Cuáles son los errores que se cometen con mayor frecuencia al iniciarse en la exportación?**

Los errores que las empresas pequeñas y medianas cometen más a menudo cuando empiezan a exportar o a ampliar sus operaciones hacia mercados extranjeros son:

- No tener claros los objetivos por los que se incursiona en la exportación.
- No solicitar asesoramiento especializado para elaborar una estrategia y un plan de comercialización internacional, antes de empezar un emprendimiento como la exportación.
- Insuficiente compromiso y conocimiento del equipo directivo para superar las dificultades iniciales y los requisitos financieros que entraña la exportación.
- Insuficiente cuidado al seleccionar un representante de ventas o distribuidor.
- Intentar conseguir pedidos del mundo entero en vez de concentrarse en uno o dos mercados estratégicos.
- Descuido de las exportaciones cuando el mercado doméstico se acelera.
- Trato desigual entre los distribuidores y clientes internacionales y los nacionales.
- Suponer que una estrategia comercial o producto específico tendrá éxito automáticamente en todos los países.
- Reticencia a modificar productos para cumplir con los reglamentos o las preferencias culturales de mercados extranjeros.
- No imprimir ofertas de productos, servicios, venta o garantías en otros idiomas.
- No contratar a una empresa de administración de exportaciones, cuando la empresa no puede tener su propio departamento de exportaciones.
- No elaborar contratos de compraventa internacional con el cliente extranjero.
- No poner suficiente énfasis en la gestión logística integral de flujos documentales, físicos, de información y de dinero en las transacciones comerciales externas de la empresa.

## Capítulo 2

### La Empresa

La actividad exportadora exige como primer requisito la constitución legal de una unidad económica. Nuestra legislación contempla la existencia de algunos tipos de empresa y toda empresa debe registrarse bajo uno de esos tipos.

#### ¿Qué tipos de empresas existen en nuestra legislación?

##### ***Empresa Unipersonal***

Es aquella en la que una sola persona es la propietaria y se hace cargo de las responsabilidades sociales generadas por ésta. El tamaño de la Empresa está dado por los aportes que realice.

##### ***Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)***

Es una empresa conformada por dos o más personas denominadas "socios", en la que los socios son responsables de las obligaciones sociales de la empresa según el monto de sus aportes de capital a la empresa. El fondo común esta dividido en cuotas de capital en dinero efectivo, no así en acciones o títulos valor. Este tipo de sociedad no debe tener más de veinticinco socios.

##### ***Sociedad Colectiva (SC)***

Es una empresa cuya constitución es igual a la de una SRL pero con la diferencia de que sus socios se hacen responsables de las obligaciones sociales de la empresa en forma subsidiaria, solidaria e ilimitada según el monto de su aporte.

##### ***Sociedad en Comandita Simple (SCS)***

Es una empresa conformada por uno o más socios que sólo responden con el capital que se obligan a aportar, y por uno o más socios que responden por las obligaciones sociales en forma solidaria e ilimitada, hagan o no hagan aportes al capital social.

##### ***Sociedad Anónima (SA)***

Es una empresa conformada por dos o mas personas denominadas "socios". El capital de esta empresa está representado por acciones y las responsabilidades de sus socios queda limitada a la cantidad de acciones con que cuente cada uno de ellos.

##### ***Sociedad en Comandita por Acciones (SCA)***

Es una empresa conformada por dos o más personas denominadas "socios". Sus socios se hacen responsables de las obligaciones sociales de la empresa de forma subsidiaria, solidaria e ilimitada según la cantidad de acciones con que cuente cada uno de ellos. Sólo los aportes de los socios comanditarios se representan por acciones.

##### ***Sociedad de Economía Mixta***

Es una empresa conformada por alguna institución pública (dependiente del estado) y por una empresa privada para la realización de actividades de interés colectivo o la implantación, el fomento o el desarrollo de actividades industriales, comerciales o de servicios. La responsabilidad de ambas partes esta limitada a los aportes efectuados y compromisos establecidos al momento de la constitución de la empresa mixta.

##### ***Sociedades Constituidas en el Extranjero***

Es una empresa que se rige conforme a las leyes del país en el que fue constituida, pero que para desarrollar actividades en Bolivia debe obtener capacidad jurídica constituyéndose como una sociedad local y quedar sujeta a las leyes de la República.

## ¿Cómo constituir una empresa?

### **Obtención del registro de comercio de Bolivia (FUNDEMPRESA)**

El Registro de Comercio debe tramitarse ante la Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMPRESA), que es el órgano técnico - legal y administrativo de fé pública con jurisdicción nacional, encargado de otorgar la Matrícula de Comercio, que habilita el ejercicio legal de la actividad comercial, e inscribir todos los actos, contratos y documentos comerciales sujetos a registro conforme establecen las previsiones del Código de Comercio y disposiciones legales complementarias. (Ver Anexo N° 1)

### **Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT)**

El NIT es el Número de Identificación Tributaria que tiene vigencia a partir del 1 de enero de 2005 y reemplaza al Registro Único de Contribuyentes (RUC).

A partir del 1 de enero de 2005, los sujetos pasivos inscritos en el Padrón Nacional de Contribuyentes consignan su NIT en todos los trámites y documentos presentados para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. La emisión de facturas, notas fiscales o documentos equivalentes deberán llevar impreso el Número de Identificación Tributaria (Ver Anexo N° 3)

### **Licencia de funcionamiento para actividades económicas**

Corresponde a la solicitud realizada expresamente por el contribuyente a efectos de que el Gobierno Municipal de cada ciudad, en uso de sus facultades y atribuciones, otorgue y extienda a favor del titular de una actividad económica la respectiva Licencia de Funcionamiento Municipal.

#### **Requisitos:**

De manera general, para otorgar la respectiva Licencia de Funcionamiento los Gobiernos Municipales solicitan a los contribuyentes los siguientes documentos:

- Formulario de Licencia de Funcionamiento
- Padrón Municipal de Contribuyente (PMC)
- Cédula de identidad (original y fotocopia del representante legal, en caso de persona jurídica)
- NIT o inscripción al Régimen Simplificado (original y fotocopia)
- Última factura de luz del local (original y fotocopia)
- Croquis de distribución de los ambientes y descripción de los espacios físicos donde funcionará su negocio.

#### **En caso de persona jurídica se debe agregar:**

- Fotocopia del testimonio de constitución de sociedad
- Fotocopia del poder notariado del representante legal. Toda la documentación debe ser presentada en fólder.

Fuente: Para el Departamento de La Paz - Gobierno Municipal de La Paz ([www.ci-lapaz.gov.bo](http://www.ci-lapaz.gov.bo))

### **Registro en la Caja Nacional de Salud**

Las empresas deben inscribir a sus empleados a la Caja Nacional de Salud para cumplir con los requisitos exigidos por Ley, de la misma manera un trabajador que desee incorporarse a la caja de forma voluntaria también puede hacerlo.

La Caja Nacional de Salud atienden en todas las capitales del departamento y su trámite es en todo el país.

Fuente: Caja Nacional de Salud (591-2) 2333857, 2333874 (La Paz) \*

### **Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP's)**

Son entidades encargadas de administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada. Su objetivo es incrementar el nivel de ahorro del país, de acuerdo a las leyes vigentes, todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFP's.

Es un registro obligatorio de un empleador afiliado a su personal en una AFP, con el objetivo fundamental de crear un vínculo laboral entre el empleador y su personal dependiente. Bolivia en actualidad cuenta con dos administradoras de Fondos de pensiones:

**AFP "Previsión"**

**Requisitos para la afiliación:**

- Fotocopia del NIT.
- Fotocopia del Documento de Identidad del Representante Legal

Lugar del Trámite: Oficinas a Nivel Nacional

Fuente: AFP Previsión ([www.prevision.com.bo](http://www.prevision.com.bo))

**AFP "Futuro"**

**Requisitos para la afiliación:**

- Llenar Formulario de Inscripción del Empleador.
- Fotocopia del NIT.
- Fotocopia del Documento de Identidad del Representante Legal.

Lugar del Trámite: Oficinas a Nivel Nacional

Fuente: AFP Futuro ([www.afp-futuro.com](http://www.afp-futuro.com))

## Capítulo 3

### ¿Cómo Exportar?

#### ¿Cómo se habilita una empresa para exportar?

Para que una empresa legalmente constituida pueda realizar operaciones de exportación debe contar con algunos registros adicionales, como ser:

##### **Registro ante la Unidad de Servicios a Operadores (USO) SIDUNEA++**

Este registro es ante la Aduana Nacional de Bolivia y habilita a las empresas exportadoras para la utilización del sistema automatizado de gestión aduanera de exportaciones SIDUNEA++, que es un software que provee gratuitamente la Aduana boliviana que permite al exportador o a su agente despachante elaborar las Declaraciones de Exportación a través de un computador para su posterior presentación en recintos de aduana al momento del despacho de exportación.

Cualquier exportador puede hacer uso de los Centros Públicos habilitados por la Aduana Nacional para la utilización del sistema SIDUNEA, los mismos se encuentran en las diferentes Cámaras de Exportadores en todo el país.

Consultas: [www.sidunea.aduana.gov.bo](http://www.sidunea.aduana.gov.bo)

##### **Otros registros**

Las empresas exportadoras pueden afiliarse a Instituciones Publicas en función a la actividad comercial que realicen. Estas Instituciones le proporcionarán los certificados o autorizaciones exigidas para la realización del trámite de exportación.

En Bolivia no es obligatoria la afiliación ante cámara alguna para efectuar actividades de exportación. Sin embargo los empresarios podrán evaluar los beneficios de formar parte de una de ellas en función a las ventajas y beneficios que esta afiliación les brinde.

## Capítulo 4

### Trámite de Exportación

De acuerdo a la Ley 1483, Ley de Tratamiento Impositivo a las Exportaciones y la Resolución Biministerial N°. 007/99 de 26 de marzo de 1999, existen dos procedimientos dentro de la "Libre Gestión" para realizar el trámite de exportación.

El primero, utilizando los servicios de una Agencia Despachante de Aduanas, la que por encargo del exportador deberá responsabilizarse del trámite, presentando la documentación requerida y llenando los diferentes formularios.

El segundo, en el cual el exportador; en uso pleno de los derechos que le otorga la Libre Gestión; realiza el trámite en forma directa.

#### ¿Qué documentos se requiere para exportar?

##### **Factura Comercial de Exportación**

Documento elaborado por el exportador, no sujeto al régimen tributario del comercio interno, que le permite declarar el valor de la mercancía a exportar, el mismo que debe contener la siguiente información:

- Número correlativo de factura (Dosificada de acuerdo a Resolución del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) - numérico, alfanumérico)
- Lugar y fecha de emisión
- Nombre o razón social y Dirección del exportador
- Información general del importador o consignatario
- Detalle y cantidad de la mercancía
- Valor unitario y total
- Condición de venta (INCOTERMS)
- Firma del exportador y sello de la empresa

La Resolución Normativa de Directorio No. 10-05-03 de 28 de Marzo de 2003 establece lo siguiente:

- Las personas naturales o jurídicas, que de conformidad con las Leyes N° 1489, N° 1963 y N° 1731, realicen operaciones de exportación definitiva de mercancías, incluyendo las exportaciones RITEX, para fines de control están obligadas a cumplir con los requisitos de habilitación, impresión y emisión de Facturas Comerciales de Exportación sin Derecho a Crédito Fiscal.
- La habilitación (Dosificación) de Facturas Comerciales de Exportación, se efectuará mediante asignación de un Número de Orden de Factura, otorgado por Impuestos Nacionales, por cada establecimiento del contribuyente en el que se realicen operaciones de exportación.
- Cada número de Orden de Factura otorgado, servirá sólo para la habilitación de un número determinado por el exportador, el mismo será renovado en posteriores solicitudes de habilitación. Las facturas comerciales de exportación de las sucursales deben ser habilitadas en dependencias de la Gerencia Distrital correspondiente al domicilio legal de contribuyente (casa matriz), donde se encuentra inscrito en el Número de Identificación Tributaria (NIT).

##### **Lista de Empaque**

Documento necesario cuando las mercancías a exportar requieren especificaciones con mayor detalle. La lista de empaque debe acompañar a la factura comercial de exportación y estar en relación directa a este último documento. Esta lista debe indicar:

- Número de la factura comercial de exportación relacionada con la lista de empaque
- Lugar y fecha de emisión

- . Información general del exportador
- . Cantidad total de bultos, dimensiones y peso de cada bulto
- . Cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje
- . Descripción del embalaje
- . Marcas y tallas de las mercancías
- . Peso neto y bruto total
- . Firma del exportador y sello de la empresa

***Declaración de Exportación (DOCUMENTO ÚNICO DE EXPORTACIÓN - DUE)***

Este documento es una declaración jurada mediante la cual el exportador certifica que los detalles especificados responden a la verdad. Su llenado es extraído principalmente de la Factura Comercial de Exportación, en el caso que contenga la lista de empaque, utilizará la información contenida en este último documento.

***Certificado de Origen***

El Certificado de Origen permite acreditar que los productos a exportarse tienen origen boliviano, cumplen las normas establecidas y se acogen a las preferencias arancelarias de los diferentes convenios en los que participa Bolivia.

Actualmente, este documento es emitido y expedido por el Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones SENAVEX.

SENAVEX fue creado mediante Decreto Supremo No. 29847 el 10 de Diciembre de 2008. En funcionamiento desde el 26 de enero de 2009. Es una entidad pública desconcentrada bajo dependencia directa del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural con dependencia funcional del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones. Con sede en la ciudad de La Paz y 10 oficinas regionales en todo el territorio nacional.

La Oficina central del SENAVEX se encuentra en la ciudad de La Paz: Av. Camacho Esquina Bueno Piso 5 Telf. (591-2) 211362 / 2113621.

En Bolivia se emiten los siguientes Certificados de Origen:

- . El Certificado de Origen "ALADI"-Asociación Latinoamericana de Integración, cuando la exportación es realizada a cualquiera de los países miembros de esta asociación, incluyendo los de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).
- . El Certificado de Origen "MERCOSUR" Mercado Común del Sur, según el Acuerdo de Complementación Económica Bolivia - MERCOSUR (ACE N° 36), cuando la exportación está dirigida a cualquiera de los países miembros de éste Acuerdo (Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil).
- . El Certificado de Origen SGP Form A "Generalized System of Preferences", cuando la exportación está dirigida a países de la Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Finlandia, Francia, Inglaterra, Grecia, Italia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Suecia). A otros países miembros del SGP (Australia, Bulgaria, Canadá, Checoslovaquia, Hungría, Estados Unidos de Norte América, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Reino Unido, Suiza). Japón, Rusia.
- . El Certificado de Origen TLC México "Tratado de Libre Comercio Bolivia - México" (ACE N° 31), cuando la exportación está dirigida a éste país. Según disposición complementaria al tratado, a partir de mayo de 1999 existe la auto-certificación.
- . El Certificado de Origen para "Terceros Países", cuando la exportación es dirigida a países del resto del mundo con el que Bolivia no tiene convenio o acuerdo comercial, pero que a solicitud del exportador se le puede extender dicho documento.

### **Otros Certificados**

De acuerdo a la naturaleza del producto, el exportador podrá obtener los siguientes documentos:

- **Certificados Sanitarios.**- documentos emitidos por autoridad competente del Estado boliviano Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), que certifica que las mercancías a exportarse se encuentran libres de contaminación, buen estado y aptos para su consumo o utilización.
- **Certificado Zoosanitario.**- Documento emitido por el SENASAG, para la exportación de productos provenientes del reino animal.
- **Certificado Fitosanitario.**- Documento emitido por el SENASAG, para la exportación de productos provenientes del reino vegetal.
- **Certificado de Inocuidad Alimentaria.**- Documento emitido por el SENASAG, para la exportación de productos alimenticios acabados.
- **Certificado Ictosanitario.**- Documento emitido por el SENASAG, para la exportación de productos provenientes de la piscicultura
- **Certificado Bromatológico.**- Documento emitido por el SENASAG, para la exportación de productos comestibles en general.
- **Certificado Toxicológico.**- Documento emitido por el Ministerio de Salud y Previsión Social, para la exportación de productos alimenticios elaborados con materias primas provenientes del reino animal o agentes orgánicos.
- **Certificado Químico.**- Documento emitido por el Ministerio de Salud y Previsión Social, para la exportación de productos curtientes o tintóreos, pigmentos, de resina y preparaciones de perfumería, tocador o cosmética.
- **Certificado CITES.**- Documento emitido por el Viceministro de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Desarrollo Forestal para la exportación de madera (mara, roble y cedro) y otras especies amenazadas de extinción.
- **Certificado Forestal de Origen (CFO).**- Documento emitido por la Superintendencia Forestal para la exportación de productos forestales, maderables y no maderables.
- **Aviso de conformidad.**- A requerimiento específico de la empresa importadora, el exportador podrá solicitar se le extienda el "Aviso de conformidad". Documento emitido por una empresa verificadora autorizada por el Estado boliviano, quien certifica, previa comprobación, que la cantidad, calidad y valor corresponde a las mercancías a ser exportadas.
- **Certificado de INBOPIA.**- Certificado "Hecho a mano" del Instituto Boliviano de la Pequeña Industria y Artesanía (INBOPIA).
- **Certificado de la OIC (Café)**

### **Documento de Transporte**

Emitido por la empresa transportadora contratada por el exportador para realizar la operación de exportación. Este documento, dependiendo el medio de transporte a utilizar, tiene las siguientes denominaciones:

- **Carta de Porte (autotransporte).**- La empresa transportadora emite este documento cuando la exportación se realiza por vía carretera.
- **Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading).**- La empresa o agencia naviera, emite este documento cuando utiliza el transporte marítimo para realizar la operación de exportación.
- **Guía aérea (Airway Bill).**- La línea aérea, emite este documento cuando el exportador utiliza el transporte aéreo para realizar la operación de exportación.
- **Carta de Porte (Ferrocarri).**- La empresa ferroviaria emite este documento cuando utiliza el transporte férreo para realizar la operación de exportación.

### **Seguros**

El seguro incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran los bienes muebles o semovientes durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. Lo debe contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final.

## Requisitos Documentales según el tipo de Exportación

### *Para exportaciones definitivas*

Se debe presentar los siguientes documentos:

- . Factura Comercial (Original y copias) dosificada
- . Certificado de Origen, cuando corresponda.
- . Certificado fito y zoosanitario, cuando corresponda
- . Certificado de producto artesanal y de la pequeña industria, cuando corresponda
- . Lista de empaque, cuando corresponda
- . Certificado de análisis de minerales y metales. Además, el Impuesto Complementario a la Minería (ICM), cuando corresponda
- . Declaración Única de Exportación - DUE- SIDUNEA

### *Para Exportaciones R.I.T.E.X.*

Se debe presentar los siguientes documentos:

- . Factura Comercial (dosificada)
- . Lista de empaque, cuando corresponda
- . Certificado de Origen, cuando corresponda.
- . Certificado fito y zoosanitario, cuando corresponda
- . Certificado de producto artesanal y de la pequeña industria, cuando corresponda
- . Declaración Única de Exportación - DUE- Formularios SIDUNEA
- . Declaración de Admisión Temporal- DUI- de las materias primas
- . Formulario 508 ( hoja de saldos para aduana nacional)

### *Para exportaciones temporales*

Se debe presentar los siguientes documentos:

- . Declaración Única de Exportación
- . Factura o nota de remisión
- . Declaración Única de Importación o Factura de compra en mercado interno

### *Para reexportaciones*

Se debe presentar los siguientes documentos:

- . La Factura Comercial (Original y copias)
- . Lista de empaque, cuando corresponda
- . Declaración Única de Exportación
- . Declaración Única de Importación

### *Para efectos personales*

Se debe presentar los siguientes documentos:

- . Declaración Jurada
- . Lista de empaque, cuando corresponda
- . Declaración Única Exportación (DUE)
- . Documento de identificación
- . Certificación de exportación emitido por Ministerio de Relaciones Exteriores y Cultos (para misiones diplomáticas)

## Requisitos Documentales según Producto a Exportar

De acuerdo a la naturaleza del producto y el país destino, el exportador debe presentar la siguiente documentación:

### **Exportación de Minerales**

- . Factura Comercial (Original y copias) dosificada
- . Lista de empaque, cuando corresponda
- . Certificado de Origen, cuando corresponda.

- Declaración Única de Exportación - DUE - SIDUNEA
- Certificado de análisis de minerales y metales. Además, el Impuesto Complementario a la Minería (ICM), cuando corresponda
- Certificado de Liquidación INE
- Formulario de Compra y Venta de Minera, cuando corresponda

#### **Exportación de Artesanías**

- Factura Comercial (Original y copias) dosificada
- Lista de empaque, cuando corresponda
- Declaración Única de Exportación - DUE- SIDUNEA
- Certificado de INBOPIA (cuando corresponda)

#### **Requisitos para productos Agrícolas y Agroindustriales**

##### **a) Certificado Fitosanitario**

Lugar de Trámite: SENASAG

Requisitos para el Registro Fitosanitario:

- Carta de solicitud de inscripción dirigida al Jefe Distrital.
- Fotocopia del NIT
- Fotocopia del Padrón Municipal de Contribuyentes. Croquis de ubicación de las instalaciones.
- Dos fotocopias de boleta de depósito en la cuenta bancaria del SENASAG N° 1-1053094 Banco Unión de Bs. 400.
- Fotocopia de Cedula de Identidad del representante legal de la empresa.
- Informe de inspección técnica de la infraestructura, instalaciones, maquinaria y equipo de planta.

Vigencia del certificado de registro: 2 años  
Requisitos para la emisión del certificado fitosanitario:

- Formulario de solicitud de certificado de exportación
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Dos copias de Boleta de depósito bancario

##### **b) Productos Alimenticios - Certificado de Inocuidad Alimentaria para la exportación**

Lugar de Trámite: SENASAG

Requisitos para el Registro sanitario de empresas procesadoras de Alimentos:

- Carta de solicitud de Registro dirigido al Jefe Distrital del SENASAG
- Nombre o Razón Social de la empresa
- Croquis de ubicación de la Planta
- Capacidad de producción por mes
- Nombre y marca del producto que procesa la empresa
- Refacción de ingredientes aditivos, identificados por su nombre genérico y su referencia numérica internacional
- Muestra de etiqueta por producto
- Tiempo de almacenamiento que garantice la vida útil del producto, en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- Sistema de identificación del lote de producción (cuando corresponde)
- Toma de muestra de agua para análisis físico, químico, microbiológico
- Fotocopia de NIT
- Fotocopia de la licencia de funcionamiento
- Fotocopia legalizada de manifiesto ambiental
- Formulario de solicitud UIA - REG. - FORM - 001, debidamente llenado

- Croquis de la distribución de ambientes de la planta y flujograma de elaboración de productos
- Toma de muestra para análisis de laboratorio de acuerdo al producto
- Depósito en la cuenta bancaria del SENASAG:  
Servicios prestados sector artesanal: Bs. 500  
Servicios prestados sector semi-industrial: Bs. 800

**Requisitos para la emisión del Certificado Fitosanitario:**

- Formulario de solicitud de certificado de exportación
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Dos copias de Boleta de depósito bancario

**c) Certificado zoosanitario para la exportación**

Lugar de Trámite: SENASAG

Requisitos para la emisión del Certificado Zoosanitario:

- Formulario de solicitud de certificado de exportación
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Dos copias de Boleta de depósito bancario
- Certificado de fumigación (cuando corresponda)
- Otros certificados (según el país de destino)

**Exportación de Café**

a) certificado de Origen - ICO

Lugar de Trámite: Cámara Departamentales de Exportadores

- solicitar N° de inscripción ICO
  - Aporte a la Organización Internacional del Café
- Según volumen de exportación (0.20 ctvos. de \$us. Por saco de 60 Kg.)
- Certificado de SENASAG (para café procesado)

b) Certificado de Calidad del Café de Exportación

Lugar de Trámite: IBNORCA

- Certificado voluntario, a requerimiento del exportador
- Declaración Única de Exportación DUE
- Aporte a la cuenta IBNORCA (0.922 CTVS. de dólar por saco de 60 Kg.)

**Exportación de Madera**

Lugar de Trámite: Superintendencia Forestal Nacional

a) Registro en la Superintendencia Forestal Nacional

- Carta de solicitud de inscripción dirigida al Director Departamental
- Programa de abastecimiento y procesamiento de materias primas de la gestión presente (de acuerdo al Reglamento de la Ley Forestal)

Datos de la empresa: Ubicación de la planta depósitos, maquinaria

- Fotocopia del NIT
- Fotocopia del REX
- Fotocopia de matrícula de FUNDEMPRESA
- Poder de Representante legal (cuando corresponda)

b) Requisitos para la emisión del Certificado de Exportación CFO-4

- Carta de solicitud al Director Departamental
  - CFO 2 de Origen, original
  - Planilla de descripción del producto
- Costo del CFO - 4 de: Bs. 140

## Productos forestales maderables, no maderables y palmito cultivado

Lugar de Trámite: Superintendencia Forestal

Las empresas dedicadas a la comercialización de palmito cultivado deberán registrarse anualmente a la Superintendencia Forestal presentando la siguiente información:

- Formulario de registro ante la Superintendencia Forestal
- Programa de Abastecimiento y Procesamiento de Materia Prima (PAPMP)
- Solicitud de Talonario y Guías de Transporte
- Descripción General de la Empresa y Procesamiento de Materia Prima para la elaboración de productos Terminados.
- Croquis aproximado de distribución de equipo y maquinaria
- Proyección de la fuentes de abastecimiento
- Hasta cuatro (4) firmas autorizadas adicionales a la del representante legal para la emisión de Notas de recepción de materia prima y guías de transporte

Las empresas que se registren por primera vez deberán presentar adicionalmente:

- Fotocopia del NIT
- Fotocopia del Acta de Constitución de la Empresa
- Fotocopia del Poder del Representante Legal
- Registro de Comercio

### TABLA DE CERTIFICADOS FORESTALES DE ORIGEN \* (CFO)

\* Resolución Administrativa N° 002/98 emitido por Superintendencia Forestal el 6 de enero de 1996

### Exportación de Madera Mara y Cedro

#### a) Certificado CITES

Lugar de Trámite: Dirección de Biodiversidad

Requisitos para la Inscripción de la empresa:

- Carta de solicitud dirigida al Director General de Biodiversidad
- Fotocopia legalizada de la escritura de Constitución de la Empresa
- Fotocopia legalizada del Poder de Representante Legal (cuando corresponda)
- Fotocopia legalizada de NIT y REX
- Fotocopia legalizada de la Resolución Administrativa de la Superintendencia Forestal.
- Plan de abastecimiento de materia prima
- Fotocopia simple de FUNDEMPRESA

Requisitos APRA la emisión del certificado CITES:

- Carta de solicitud del interesado al Director General de Biodiversidad.
- Factura Comercial.
- Lista de empaque
- Boleta del depósito bancario (\$. 20) en cuenta fiscal N° 1-2484222 del Banco de la Unión.
- Copia del Certificado Forestal (CFO4) otorgado por la Superintendencia Forestal

### El Despacho de Exportación Aduana

El día de la exportación, el transportista, el agente despachante o el exportador debe presentar en las unidades de Aduana de frontera de salida, la mercadería y los documentos necesarios para el trámite de exportación.

De acuerdo a sorteo, se determina si debe realizarse un reconocimiento físico de la mercadería o no, asignándose un Vista de Aduana para la revisión de ésta y de los documentos que la acompañan.

Una vez que el Vista de Aduana declara su conformidad con los resultados de su inspección y estampa los sellos correspondientes en la Declaración de Exportación y en los Documentos de Transporte, el transportista puede continuar su viaje con rumbo al exterior portando un ejemplar de la Declaración Única de Exportación (DUE), los Documentos de Transporte y un ejemplar del Certificado de Salida emitido por la Aduana.

**Instituciones que intervienen en el proceso exportador**

Los trámites de exportación ante estas instituciones, pueden ser realizados por un despachante de aduanas o por el mismo exportador. Los organismos que intervienen de forma directa en el proceso de exportación son las siguientes:

- Aduana Nacional.
- Empresa Transportadora
- Empresa Aseguradora
- Empresa Verificadora
- Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)
- Cámara Forestal
- Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)
- ALBO S.A. o SUISS PORT
- Administración de Servicios Portuarios - Bolivia (ASP-B)

Ver Anexo N° 2 (Formatos de documentos de exportación)

## **El Despacho de Exportación Aduana**

El día de la exportación, el transportista, el agente despachante o el exportador debe presentar en las unidades de Aduana de frontera de salida, la mercadería y los documentos necesarios para el trámite de exportación.

De acuerdo a sorteo, se determina si debe realizarse un reconocimiento físico de la mercadería o no, asignándose un Vista de Aduana para la revisión de ésta y de los documentos que la acompañan.

Una vez que el Vista de Aduana declara su conformidad con los resultados de su inspección y estampa los sellos correspondientes en la Declaración de Exportación y en los Documentos de Transporte, el transportista puede continuar su viaje con rumbo al exterior portando un ejemplar de la Declaración Única de Exportación (DUE), los Documentos de Transporte y un ejemplar del Certificado de Salida emitido por la Aduana.

**Instituciones que intervienen en el proceso exportador**

Los trámites de exportación ante estas instituciones, pueden ser realizados por un despachante de aduanas o por el mismo exportador. Los organismos que intervienen de forma directa en el proceso de exportación son las siguientes:

- Aduana Nacional.
- Empresa Transportadora
- Empresa Aseguradora
- Empresa Verificadora
- Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG)
- Cámara Forestal
- Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)
- ALBO S.A. o SUISS PORT
- Administración de Servicios Portuarios - Bolivia (ASP-B)

Ver Anexo N° 2 (Formatos de documentos de exportación)

# CÓMO EXPORTAR

## (Segunda Parte)

### Capítulo 5

### ¿A Dónde Exportar?

Bolivia, en un esfuerzo de diversificación de mercados, firmó acuerdos comerciales que le dan la posibilidad de exportar en condiciones preferenciales a otros países. Asimismo, es beneficiaria de mecanismos de cooperación comercial unilateral que le otorgan los países desarrollados a través de los Sistemas Generalizados de Preferencias (SGPs).

#### Acuerdos Comerciales y SGP

Esquemas y acuerdos de Preferencias Arancelarias de los que goza Bolivia

N	Acuer	Tipo de	País	Vigen
1	Comunidad Andina CA	Zona de Comer	Colombia Ecuador, Venezu	Indefini
2	ACE	Zona de arancelarias	Chi	Indefini
3	ACE	Zona de arancelarias	Méxi	Indefini
4	ACE	Zona de arancelarias	Argentina, Brasil, Urugu	Indefini
5	ACE	Zona de arancelarias	Cu	Indefini
6	ATPD	Zona de arancelarias unilaterales	Estados Unidos de	31 de Diciembre de
7	SGP	Preferen arancelarias unilaterales	Estados Unidos de	31 de Diciembre de
8	SGP Unión	Preferen arancelarias unilaterales	Países de la Unión	31 de Diciembre de
9	SGP	Preferen arancelarias unilaterales	Jap	31 de Diciembre de

#### ¿Cuál es la metodología de investigación de mercados externos?

La investigación de mercados es un proceso sistemático para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisiones. Para conocer en que mercados vender, que calidad demandan estos mercados, cuales son los precios, y como penetrar en dichos mercados, es necesario realizar una investigación de mercados.

La investigación de mercados es el paso inicial de la comercialización y proporciona a la empresa la información sobre lo que el consumidor quiere, orientando así su actividad productiva. Antes de decidir sobre alguna acción a seguir en materia de exportaciones, la empresa debe contar con información sobre los mercados, y ese es el papel de la investigación. Los objetivos de la investigación de mercados, son: conocer al consumidor, disminuir los riesgos y obtener y analizar la información.

#### Metodología de la Investigación de Mercados

Los pasos previos a la planeación de la investigación de mercados, son:

- Detección de la necesidad de información
- Definición del objetivo
- Investigación preliminar o exploratoria

En base a estos pasos, se da inicio a la Planeación de la Investigación de Mercados, que comprende los siguientes pasos:

- . Método de recolección de datos
- . Determinación del método de muestreo
- . Diseño de formas de recolección de datos
- . Trabajo de campo
- . Tabulación
- . Interpretación y análisis
- . Conclusiones

#### **Fuentes de Información comercial en Bolivia**

1. Representaciones diplomáticas de otros países en Bolivia
2. Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL)
3. Oficinas nacionales de promoción comercial
4. Cámaras privadas de exportadores, comercio e industria y otros organismos privados
5. Universidades y Centros de Capacitación
6. Cámaras Binacionales

#### **En el exterior:**

1. Centro de Comercio Internacional (CCI-UNCTAD/OMC)
2. Centro de Promoción de Importaciones de Holanda (CBI)
3. Representaciones diplomáticas de Bolivia en el extranjero
4. Agregados Comerciales
5. Organismos de Promoción de Importaciones
6. Organismos estatales
7. Cámaras Binacionales de Comercio
8. Eventos Internacionales
10. SIPPO. JETRO

#### **Perfiles de Mercado**

Un medio para investigar mercados sin incurrir en grandes costos, es la elaboración de Perfiles de Mercado. El Perfil de Mercado puede ser realizado por la propia empresa, si es que cuenta con personal entendido en comercio exterior, o bien encargar su elaboración a un consultor externo especialista en la materia. Los criterios para la selección de mercados son:

#### **Aspectos a tomar en cuenta**

- . consumo alto
- . importación alta respecto al consumo, tendencias
- . competencia baja
- . entornos político, económico y social estables
- . experiencia previa de otros exportadores bolivianos
- . cercanía geográfica
- . preferencias arancelarias

#### **Evaluación de barreras no arancelarias**

- . prohibición para importar el producto
- . permisos de importación
- . cuotas
- . normas técnicas
- . regulaciones fito y/o zoonosanitarias
- . calidad exigida en el mercado

#### **¿Cómo se determina la demanda externa de un producto?**

La investigación de mercados es parte fundamental del esfuerzo del exportador, el saber cómo, dónde, cuánto y quién le puede comprar sus productos le ayuda a definir mejor sus estrategias y en su operación podrá planear mejor sus: flujos de efectivo, niveles de producción y el crecimiento y desarrollo de su empresa. Fuentes de información hay muchas a nivel internacional, y con el desarrollo de las telecomunicaciones y de la informática

actualmente su investigación se puede complementar notablemente. Para determinar la demanda externa del producto, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

#### **Factores**

- La demanda de su producto puede estar influenciada por factores cuantitativos, como: número de habitantes, centros urbanos, etc., así como por factores cualitativos: ingresos económicos, distribución urbana, entre otros.
- Clases de Fuentes de Información.
- Primarias, las cuales se basan en una investigación directa en el país de destino,
- Secundarias, como informes, reportes o estudios realizados, así como servicios de consultoría.

El exportador, además de las compañías de renombre que existen a nivel internacional, también tiene otras alternativas, como contactar agencias investigadoras de mercados del país donde desea exportar, las cuales puede ubicar en las páginas telefónicas amarillas, o contactarse con los Agregados Comerciales de Bolivia en el exterior (Red Externa). Otra alternativa viable es considerar la información comercial disponible a través de las Cámaras de Exportadores Regionales.

#### **Ponderación de la Demanda/País**

La demanda de sus productos puede depender de factores cuantitativos o cualitativos, o de otros aspectos; por ejemplo, si ya existen clientes o demanda para sus productos o si va a abrir mercado

Se considera que para el exportador pequeño y mediano, puede ser costoso hacer una investigación de mercado en base a las fuentes primarias, sin embargo es importante señalar que el empresario en Bolivia puede acceder en forma gratuita a documentos que le pueden apoyar a conocer sus oportunidades de negocios, lo que le permitirá facilitar o abaratar este proceso. Por ejemplo, el Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL) elabora a través de su Servicio de Red Externa, múltiples estudios y perfiles de mercado, a nivel de producto-mercado.

Por su parte, organismos internacionales como el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC o el Centro para la Promoción de las Importaciones en Países de Desarrollo CBI, publican diversos documentos sobre el mismo tema que pueden ser consultados libre de costos.

#### **¿Cómo establecer contactos comerciales y comunicación con potenciales importadores o clientes?**

Existen diferentes culturas para hacer negocios internacionales, dependiendo de las regiones geográficas y países específicos, los exportadores tendrán que dirigirse de diferente manera. Para aquellos países donde no se hable español, se sugiere utilizar el inglés, dado que este es considerado el idioma comercial.

En algunos países una comunicación escrita tiene toda validez y confiabilidad, en otros se prefiere el contacto a través de una llamada telefónica o un encuentro personal; mientras que en otras culturas un acuerdo verbal tiene toda la efectividad y vigencia como si fuese un acuerdo escrito.

En este sentido, se considera que las formas para establecer contacto con el cliente son:

- **Comunicación no personal:** fax, correo electrónico o E-mail (cada vez más usado), correo o mensajería para envío de documentos, muestras, etc.
- **Comunicación personal:** teléfono (cuando la comunicación personal e inmediata es necesaria), contacto personal en su país (en Bolivia, en un evento internacional, etc.).
- En términos generales y enunciativos, las ventajas y desventajas de ambos tipos son:

- **Ventajas de comunicación no personal:** exactitud y claridad en los mensajes, tiempo para revisar, analizar y evaluar la información, uso eficiente del tiempo, bajo costo, flexibilidad para adaptarse a las diferencias de horarios.
- **Desventajas de la comunicación no personal:** no se perciben detalles de comunicación verbal, el seguimiento o las respuestas no son tan ágiles, los acuerdos son más lentos.
- **Ventajas de la comunicación personal:** contacto vivencial que permite una mejor comunicación, facilidad para lograr buen entendimiento y empatía, los acuerdos o las respuestas se logran más ágilmente, se facilita el seguimiento expedito.
- **Desventajas de la comunicación personal:** pueden existir problemas si no existe buen entendimiento por semántica en los idiomas (por ejemplo: hablar con un asiático cuando ambos tenemos problemas con el idioma inglés, puede ser problemático); costo alto o mayor a la comunicación no personal.

En conclusión, algunas recomendaciones para mantener una buena comunicación con los clientes y mantenerlos son, oportunidad (dar respuesta rápida a las comunicaciones o solicitudes, convencerá al cliente de que somos atentos y eficaces), claridad (debemos asegurarnos que se ha realizado en la forma que pide o comprende el cliente) y mantenerse en contacto con su cliente.

### ¿Cómo definir el mejor canal de distribución de productos?

Se debe definir por un lado, en qué parte del proceso o nivel del canal de distribución se enfocará la fuerza de venta, y por otro lado, cual será el intermediario de exportación a utilizar para penetrar en el mercado, lo cual también estará influenciado por la estrategia competitiva definida previamente.

El canal de distribución es la organización propia o externa, que permite desarrollar un conjunto ordenado de operaciones, para llevar a cabo la venta de un producto o servicio en un mercado externo, de manera tal, que las necesidades de los compradores sean satisfechas razonablemente.

#### **Canales de Distribución**

La estructura de los canales de distribución varía con base en el tipo de producto a manejar, ya sea de consumo, industrial o de servicios. Asimismo, varía de país a país, debiendo considerarse los siguientes factores que determinan el canal a utilizar, conocidos como las 11 C's:

##### **Internos:**

- Compañía
- Carácter y naturaleza del producto
- Capital
- Costo
- Cobertura
- Control
- Continuidad
- Comunicación

##### **Externos:**

- Características del cliente
- Cultura
- Competencia

La elección del canal de comercialización depende en gran medida de la infraestructura de comercialización con que cuenta la empresa boliviana. Asimismo, se sugiere tomar en consideración el tipo de servicios que ofrece cada canal así como los márgenes de intermediación de cada uno de ellos, en el mercado meta.

### ¿Cuáles son los diferentes intermediarios que intervienen en las exportaciones?

La estructura y canales de distribución, (entendiendo por canal de distribución al "conjunto de instituciones comerciales que vinculan al productor con el consumidor final), pueden

variar de acuerdo al mercado y producto. Entre los intermediarios más frecuentes se encuentran los comercializadores, agentes, importadores, mayoristas y minoristas. De acuerdo a su posición, especialización y funciones en el mercado, actuarán de manera particular en la distribución.

**Agentes Comerciales.** El agente comercial es una organización acreditada oficialmente por el fabricante que obtiene pedidos, los deriva al productor, quien embarca directamente al comprador y gestiona el cobro. El agente comercial recibe comisión o plus por esta actividad.

**Importador/mayorista.** Es aquel individuo o empresa que compra a un exportador; cuenta con existencias y las vende. Cubre sus gastos y obtiene beneficios gracias a la diferencia entre el precio de compra y el precio de venta, o sea obtiene un margen de utilidad. A diferencia del agente, el mayorista cuenta con un stock bajo su propio riesgo. Sin embargo, existen una serie de combinaciones donde los mayoristas/importadores pueden fungir también como agentes y viceversa.

**Minoristas.** Los minoristas constituyen un paso previo antes de que el producto llegue a las manos del consumidor. La variedad de minoristas depende del producto de que se trate, de la cadena de productos que manejan, del grupo de consumidores al que están dirigidos los productos, de la forma en que se hacen distinguir de sus competidores, etc.

**Tiendas Departamentales.** La tienda departamental ofrece a los consumidores la oportunidad de comprar una gran variedad de productos bajo un mismo techo. La mayoría de las tiendas departamentales son miembros de cadenas comerciales y tienen decisiones de compra de manera centralizada bajo un departamento de compras especializado por grupo de productos.

**Tiendas Múltiples.** Generalmente conocidas como tiendas múltiples o tiendas en cadena, juegan un papel muy importante para el sector de textil y confección. Las compras son centralizadas y ofrecen la variedad en precio, calidad y moda. Generalmente comercializan su propia marca.

Se recomienda analizar cada uno de los intermediarios que intervienen en una operación comercial con el objeto de ver cual se ajusta a sus necesidades de comercialización.

### **¿Cómo seleccionar a un distribuidor en el extranjero para un producto?**

Se entiende por distribuidor a la empresa o persona que compra mercaderías al fabricante o productor y las comercializa por cuenta propia a su clientela, utilizando su propia fuerza de ventas.

#### **Ventajas de la Utilización de Distribuidores:**

- Se mantienen existencias del producto en el territorio de ventas, mejorando la atención al consumidor final.
- Se perciben los estímulos a la exportación
- Se tiene menores costos y riesgos que mediante una comercialización directa.
- No se tienen gastos de comercialización
- Pone su red comercial y técnica al servicio del productor (recomendable para productos duraderos con servicio de post-venta).
- El Distribuidor financia campañas promocionales.

#### **Desventajas de la Utilización de Distribuidores:**

- Se pierde el control del producto.
- El distribuidor puede en ocasiones fijar el precio del producto.
- Experiencia insuficiente del mercado.
- No existe contacto directo con el consumidor.
- El distribuidor puede vender productos de la competencia.

### **¿Cómo se realiza un contrato de compra - venta?**

Es difícil citar un contrato tipo que se pueda aplicar a todos los acuerdos de exportación; no obstante, es importante considerar ciertas disposiciones mínimas o condiciones generales, que son útiles para la elaboración de cualquier contrato. A continuación se detallan las condiciones que pueden servir de referencia para los contratos de exportación;

- **Nombre y dirección de las partes.**
- **Producto, normas y características:** El contrato de exportación debe especificar explícitamente el nombre del producto y sus normas técnicas, tamaños en que se provee el producto, normas y características nacionales e internacionales, su posición arancelaria, requisitos especiales del comprador, características de las muestras, envase, embalaje, etc.
- **Cantidad:** La cantidad debe redactarse en cifras y letras especificando si se trata de unidades, peso o volumen. Cuando la cantidad de los productos se mencione por peso o volumen, deberá mencionarse la unidad de que se trata. Por ejemplo: toneladas, kilogramos, etc.
- **Embalaje, etiquetado y marcas:** Los requisitos referentes a embalaje, etiquetado y a las marcas varían cuando se exporta y se deberá describir claramente en el contrato. Asimismo si la mercancía estará unitizada. Ej: en pallets, contenedores, etc.
- **Valor total del contrato:** El valor total del contrato debe mencionarse en letras y números, así como la moneda utilizada y el país al que hace referencia.
- **Condiciones de entrega:** El precio del contrato debe estar relacionado directamente con un Término de Comercio que estipule las condiciones de entrega (preferentemente de conformidad con los Incoterms 2000)
- **Descuentos y comisiones:** El contrato deberá estipular también a cuánto se eleva el descuento o comisión, quién debe pagarlas y a quien. La base del cálculo de la comisión y el porcentaje también deben mencionarse claramente. Los descuentos y/o comisiones pueden estar o no incluidos en el precio de las exportaciones, según lo decidan conjuntamente el exportador y el importador.
- **Impuestos, aranceles y tasas:** De acuerdo a las condiciones de entrega se entiende que el precio establecido por el vendedor incluye impuestos, aranceles y tasas relativas a la exportación de la mercancía. De igual manera, las eventuales tasas del país importador corren a cargo del comprador.
- **Lugares:** Aunque el Término de Comercio indica específicamente un solo lugar, es conveniente especificar el lugar de despacho y el lugar de entrega y de ser posible debe indicarse el lugar de toma a cargo por el transportista, el punto de embarque, el punto de desembarque y el destino de la mercancía.
- **Periodos de entrega o de envío:** Las fechas de la entrega o de envío deberán mencionarse, en lo posible específicamente o ya sea a partir de 1°) la fecha del contrato, 2°) la fecha de notificación de la emisión de una carta de crédito irrevocable o 3°) de la fecha de recepción del anuncio de la concesión de la licencia de importación por el vendedor. Asimismo, debe indicarse la fecha tope para la presentación de los documentos a partir de la fecha de embarque.
- **Envío parcial / trasbordo / agrupación del envío:** El contrato debe estipular explícitamente si las partes en el contrato han acordado un envío parcial o un trasbordo, así como el punto de trasbordo y eventualmente el número de envíos parciales concertados. Cuando se prevea enviar los bienes bajo régimen de "agrupación de envío de exportación", éste se mencionará en el contrato.
- **Condiciones especiales de Transporte:** Si bien el Término de Comercio acordado, puede estar relacionado con el medio de transporte, este Término de Comercio no debe confundirse con las condiciones de la Contratación del Transporte, debiendo especificarse en el contrato cualquier condición especial que sea requerida Ej.: Si el flete incluye los gastos de descarga.
- **Condiciones especiales de Seguros:** De acuerdo al Término de Comercio y en forma similar al transporte, el contrato debe estipular claramente las condiciones del seguro de la mercancía contra las pérdidas, desperfectos o destrucción que puedan ocurrir durante el transporte. El contrato debe mencionar la cobertura de riesgos, su incidencia, la moneda del seguro, la suma asegurada, etc.
- **Documentos:** Cuando se trate de otros documentos distintos a la Factura Comercial, al Documento de Transporte o al Documento de Seguro, debe estipularse en el contrato que otros documentos son necesarios y quien debe emitir estos documentos con sus especificaciones.
- **Inspección:** Aunque muchos productos están sometidos a inspecciones antes de la expedición por agencias designadas, los compradores extranjeros pueden estipular sus propias condiciones y tipo de inspección y exigir que lo efectúe otra empresa. Las partes deben establecer claramente la naturaleza y método de inspección, así como la agencia encargada de efectuar la inspección de los bienes, cuando difieran de los previstos en el

control de calidad y las normas de inspección antes de la expedición, en estos casos debe aclararse en el contrato quien asumirá estos costos por inspecciones adicionales.

- **Licencias y permisos:** La obtención de una licencia para la internación de ciertos productos en el país del comprador puede ser más difícil en algunos países que en otros, por lo que las partes en el contrato deben declarar claramente si la transacción de exportación requiere o no una licencia de importación y quien debe solicitarla.
- **Condiciones de pago:** Debe indicarse si el pago es anticipado, al contado o al crédito, e incluso para aquellos casos de "al contado" si el pago se realizara al embarque o contra presentación de documentos ya sea en el país del exportador o del importador. Un solo contrato puede estipular diferentes condiciones de pago dividiendo en porcentajes la transacción.
- **Medios de Pago:** De acuerdo a la(s) condición(es) de pago pactadas, debe especificarse el o los medios de pago a utilizar, ya sea pago directo, cobranza o carta de crédito, aclarando la modalidad de estos o sea transferencia, orden de pago, cheque bancario, efectivo, cobranza contra pago, cobranza contra aceptación y pago, carta de crédito irrevocable o irrevocable y confirmada, transferible, de pago a la vista, de pago diferido, aceptación o negociación de giros o letras de cambio, etc. Es recomendable que el exportador negocie preferentemente su pago mediante carta de crédito irrevocable y confirmado.
- **Garantía:** Si fueran requeridas garantías contractuales, deben estipularse el tipo y la fecha de vencimiento de las mismas.
- **Incumplimiento de contrato por causas de "fuerza mayor":** Las partes en el contrato deben definir ciertas circunstancias en las cuales se libera de las responsabilidades contraídas en el contrato. Dichas disposiciones, denominadas de "fuerza mayor", tienen por objeto definir las medidas que cabe tomar en caso de incumplimiento por circunstancias insuperables acaecidas tras la firma del contrato.
- **Retrasos de entrega o pago:** El contrato definirá la cuantía que se le abona al comprador a título de daños y perjuicios en caso de retraso en la entrega por razones ajenas a la fuerza mayor o por incumplimiento de terceros. Asimismo definirá el interés que se le abonara al vendedor por el retraso en el pago por razones ajenas a la fuerza mayor o por incumplimiento de terceros.
- **Recursos:** Es conveniente incluir alguna posibilidad de recursos en el contrato, en caso de que se incumplan determinadas partes del mismo. Dichos recursos deberían corresponder a las disposiciones obligatorias aplicables a la jurisdicción del contrato.
- **Arbitraje:** El contrato incluirá también una disposición de arbitraje, para la resolución rápida y amistosa de diferencias o contenciosos que puedan surgir entre las partes.
- **Idioma:** Si es posible debe especificarse el idioma del contrato que prevalecerá en caso de diferencias entre las partes.
- **Jurisdicción:** El contrato debe especificar la jurisdicción por la que se rige y debe estipular la ley nacional aplicable al contrato
- **Firma de las partes:** Debe notarse que en muchos casos el contrato de compraventa internacional es pactado mediante el envío de una oferta y la aceptación de la misma, intercambios efectuados por medios de comunicación en los cuales no siempre es posible que estén firmados o que se pueda autenticar la firma, por lo que las partes deberán tener en cuenta el monto total de la transacción y si es necesario que se formalice este acuerdo mediante la firma de ambas partes en un contrato.

## ¿Cómo hacer conocer un producto?

Las principales herramientas de comunicación que pueden ser utilizadas son:

- **Mercadotecnia directa:** incluye correo directo y teléfono (telemarketing).
- **Publicidad:** incluye publicidad gratuita y pagada.
- **Visitas:** incluye viajes individuales y misiones comerciales.
- Participación en eventos y ferias internacionales.
- **Medios electrónicos:** páginas en Internet y correo electrónico.
- Elaboración de catálogos o fotografías de los productos y perfil de la empresa.
- Envío de muestras de los productos, definiendo políticas sobre su manejo: ¿Se regalan, se venden o se cobra sólo el flete?
- Participación en el Directorio de Exportadores de CEPROBOL.
- Participación en los Directorios de las Cámaras de Exportadores Departamentales.

Para seleccionar estas herramientas, es bueno preguntarse lo siguiente:

- ¿Qué objetivos se persiguen?
- ¿Dónde se promoverá?
- ¿Cuáles son los costos o presupuesto con el que se cuenta?
- ¿Cuál herramienta de comunicación de las citadas es más conveniente?
- ¿Cómo utilizarlas óptimamente?

En función a los objetivos específicos que persiga la empresa, ésta puede evaluar, según sus recursos disponibles, la mejor estrategia de difusión comercial del producto que desea vender.

### **¿Cómo obtener información acerca de los mercados y clientes?**

Uno de los principales objetivos al exportar es el de incrementar el volumen y valor de las ventas de la empresa. En forma posterior a su Investigación de Mercado, el exportador debe ubicar, contactar y dar seguimiento a nuevos clientes (importadores).

#### **Medios de contacto:**

- Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL)
- Cámaras y Asociaciones
- Embajadas y Consulados
- Ferias y exposiciones comerciales
- Agregados Comerciales
- Misiones comerciales y visitas personales
- Compañías comercializadoras
- Otras

#### **Fuentes de información:**

- Directorios de importadores o compradores de países, regiones o municipios.
- Boletines comerciales
- Revistas, periódicos y publicaciones especializadas
- Internet

Entre los aspectos que mayor esfuerzo requieren, está el encontrar clientes que demandan su producto. Afortunadamente, existen diversos medios para encontrar y contactar potenciales compradores. Utilice todos los que le sean más convenientes para su empresa y su producto.

Direcciones de Importadores en Internet (ver anexo)

### **¿Cómo obtener información sobre los gustos y preferencias de los compradores externos?**

El análisis del consumidor permite caracterizar tanto al consumidor actual como al potencial de modo de obtener así un perfil que permita determinar la estrategia comercial a utilizar. El análisis de las demandas pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir.

Los hábitos y motivaciones de compra serán determinantes para definir al consumidor real y la estrategia comercial que deberá diseñarse para enfrentarlo en su papel de consumidor frente a la posible multiplicidad de alternativas en su decisión de compra.

Las preferencias básicas de productos extranjeros de los consumidores de un país, están supeditadas, en muchos casos, a las regulaciones de organismos o instituciones gubernamentales, por lo que en primer lugar, se deben identificar las regulaciones del país a donde desea exportar, para cumplir con ellas y que su cliente no tenga problemas para realizar la importación. Un análisis de los requisitos de importación del país de destino ofrece información sobre las normas necesarias para la aceptación del producto en el mercado meta.

En cuanto a las demás preferencias del consumidor, éstas estarán siempre interrelacionadas con las condiciones del mercado (como competencia, calidad, precio, servicio, promoción, etc.); con los aspectos culturales o religiosos (colores, usos, costumbres, gustos, modas, etc.) y por circunstancias naturales (clima, aspectos demográficos, etc.).

Es conveniente conocer los distintos aspectos de mercado, como tendencias en cuanto a usos, costumbres, modas, sabores, preferencias, entre otras. Igualmente conocer las características de los productos de la competencia y el ciclo de vida del producto en el mercado meta. Se tienen diversas fuentes para conocer las variables descritas anteriormente

- Bibliotecas, documentos y revistas especializadas de acuerdo al producto o país de destino.
- Perfiles o estudios de mercado ya publicados o realizados en el extranjero, accesibles a través de las Embajadas de Bolivia en el exterior.
- Embajadas u oficinas comerciales de otros países en Bolivia.
- Red Externa de Bolivia (REB) en el extranjero, a través del Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL).
- Investigación de campo (Viajes de negocios, misiones, ferias, etc. o vía Internet)

Por otra parte se puede sondear la aceptación y/o adecuación del producto con posibles compradores mediante el envío de muestras (antes de venderles). Al igual que en el mercado nacional, conocer los gustos, hábitos, costumbres y preferencias de sus clientes, es factor para que su producto pueda ser más demandado, si este se adapta a estas preferencias.

### ¿Cómo seleccionar el mercado meta?

Un método para seleccionar el mercado meta, consiste en definir parámetros a evaluar, asignándoles un peso determinado a cada uno de ellos en base a sus intereses o fortalezas y debilidades (la suma de todos esos pesos debe ser igual a 100); posteriormente se asigna una calificación del 1 al 5 a cada parámetro por cada uno de los países considerados.

Una vez que se tienen los pesos por parámetro a evaluar y sus respectivas calificaciones del 1 al 5, se multiplica el peso ponderado del parámetro a evaluar por la calificación correspondiente a cada país y se divide entre 100. De esta forma se obtiene una calificación ponderada para cada parámetro en cada país.

El mejor mercado para un producto es el que obtenga la suma mayor de la calificación ponderada; a continuación se presenta un ejemplo de la matriz de ponderación que se sugiere utilizar (de acuerdo al ejemplo, el mejor mercado es el A):

#### Selección del Mercado Meta

##### Ejemplo de Evaluación final Ponderada

Parámet	Peso	Mercad					
		A	A	B	B	N	N
		Calificaci	Ponderac	Calificaci	Ponderac	Calificaci	Ponderac
Rentabili	2	3	0.7	5	1.2	2	0.
Distan	1	5	0.7	1	0.1	2	0.1
Tamaño del	5	2	0.	1	0.0	4	0.
Tendencia de	1	4	0.	3	0.4	1	0.1
Tendencia Importacio	1	1	0.1	2	0.	4	0.
Oportunidad	2	5	1.2	4	1	3	0.7
Possibilida							
TOT	10		3.		3.		2.3

Calificación: del 1 al 5

Ponderación: calificación ponderada obtenida

Conocer las fortalezas y debilidades de su empresa y su negocio, le permitirán hacer ajustes o capacitarse en aquellos renglones más débiles, que le significarán ser más competitivo para poder exportar.

### **¿Qué factores toma en cuenta el importador para escoger a su proveedor extranjero?**

En términos generales, un comprador internacional siempre busca tres aspectos básicos:

#### **Seguridad en el abastecimiento oportuno**

Que la empresa tenga el soporte para cumplir con los acuerdos de manera oportuna, al integrar bien sus funciones de producción, administración, estabilidad financiera y sistemas de logística y distribución.

#### **Negocios de largo plazo**

Que la empresa con la que negocia tenga una visión de largo plazo y de permanencia en la exportación, y que no sólo considere atractiva la venta externa cuando el mercado doméstico esté en problemas y al recuperarse éste, deje de lado la exportación. El comprador busca proveedores estables y permanentes.

#### **Negocios de beneficio mutuo**

Que el proveedor considere que el negocio debe ser bueno para ambas partes y se interese por el futuro de su comprador.

Haga énfasis en estos tres aspectos y en las comunicaciones que se tengan al inicio de la relación. Por ejemplo, cerrar los comunicados con frases como:

. . . con la seguridad de que podremos desarrollar negocios de beneficio mutuo y de largo plazo, estamos a su servicio. . .

Desde luego, existen otros parámetros importantes que pueden variar dependiendo del sector industrial, del producto y del país del comprador, entre otros aspectos.

### **¿Qué factores se debe considerar en una negociación con el importador?**

- . **Actitud:** de beneficio mutuo y de que los negocios permanezcan en el largo plazo.
- . **Una buena preparación:** representa el 70% o más de las probabilidades de éxito en la negociación.
- . **El soporte de la negociación:** en negocios de compraventa internacional, la preparación se traduce en tener bien definida la estrategia comercial de exportación, ya que en términos prácticos es lo que negociamos. El orden en el que se negocia es importante.

Por ejemplo, si se inicia con el precio, la siguiente solicitud del comprador podrá ser *¿Cómo vas a apoyar la promoción?, dame otro descuento o producto o una bonificación, etc.*, y después de negociar la promoción; *¿Qué servicio me ofreces?, capacita a mis vendedores, dame garantía de un año, etc.* y para terminar, tal vez el comprador solicite *pequeñas* adecuaciones al producto o a su embalaje. Es muy común que los compradores soliciten el precio de los productos como un primer elemento a conocer, para saber si vale la pena iniciar una negociación más formal o no.

A continuación se presentan los puntos generales de análisis:

- Precio de lista
- Termino de Comercio
- Descuentos
- Márgenes
- Plazos de pagos
- Condiciones de pago, crédito y medio de pago.
- Publicidad
- Venta personal

- Promoción de ventas
- Garantías
- Devoluciones
- Refacciones
- Capacitación a vendedores
- Atención Post-venta
- Canales de distribución
- Cobertura
- Ubicaciones
- Inventarios
- Transporte y seguro
- Producto
- Calidad
- Características y adecuaciones
- Opciones
- Estilo
- Nombre de marca
- Envase y embalaje
- Presentaciones  
(tamaños o capacidades)

El negociar en el orden ya descrito, en ocasiones es conveniente pero debe adecuarse a cada circunstancia.

- Si la estrategia competitiva es de Liderazgo en Costos, está bien dar una referencia de precio desde un principio, ya que es nuestra principal fortaleza.
- Si la estrategia competitiva es de Diferenciación, entonces se debe negociar en el orden opuesto, debido a que primero debemos hacer notar la diferenciación del producto, el mercado al que nos dirigimos (plaza), el servicio que ofrecemos, el aspecto de promoción y finalmente el precio.

Desde luego es muy importante tener un rango de precios dentro del cual puede lograrse un acuerdo, o sea: un límite inferior basándose en costos y uno superior sobre la base del mercado; cualquier aspecto que sea sujeto de regateo debe contar con estos límites para tener un rango de acuerdo en la negociación. Se deben considerar también los aspectos de comunicación no verbal y de diferencias culturales.

## Capítulo 6

# Términos de Negociación Internacional

### ¿Qué son los INCOTERMS?

Los Incoterms 2000 son reglas de interpretación a las expresiones contractuales que se utilizan a nivel mundial para establecer las responsabilidades del vendedor (exportador) y del comprador (importador) dentro de una operación de comercio internacional. La palabra INCOTERM viene de la abreviación de la frase en inglés "International Commercial Terms" que significa "Términos de Comercio Internacional". Gracias a la aplicación de los INCOTERMS, puede establecerse un lenguaje común para compradores y vendedores de diferentes países que facilite el establecimiento de obligaciones relacionadas al transporte de la carga, seguros, riesgos, pago de impuestos, despacho aduanero y demás aspectos financieros y documentales.

Existen 13 Términos de Comercio Internacional, a continuación se describe el significado de cada uno de ellos.

- **EXW (Ex works = En fábrica)** Significa que el vendedor cumple con la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, taller, fábrica, almacén, etc.) sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.
- **FCA (Free carrier = Franco transportista)** Significa que el vendedor entrega la mercancía despachada para la exportación al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido. Debe observarse que el lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de la mercancía en ese lugar.
- **FAS (Free alongside ship = Franco al costado del buque)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía es colocada al lado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador ha de soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel momento. El término FAS exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.
- **FOB (Free on board = Franco a bordo)** "Franco a Bordo" significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.
- **CFR (Cost and freight = Costo y flete)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de embarque y al puerto de destino convenido, pero el riesgo de pérdida o daño de la mercancía es asumido por el importador desde el punto de entrega. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.
- **CIF (Cost, insurance and freight = Costo, seguro y flete)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino convenido, pero el riesgo de pérdida o daño de la mercancía es asumido por el importador desde el punto de entrega, no obstante el vendedor deberá contratar y pagar la prima correspondiente por un Seguro de mínima cobertura sobre el transporte de las mercancías. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.
- **CPT (Carriage paid to = Transporte pagado hasta)** Significa que el vendedor cumple con la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él, pero además, que debe pagar los costos del transporte necesarios para llevar la mercancía al destino convenido. Esto significa que el comprador asume todos los riesgos y cualquier otro costo contraído después de que la mercancía haya sido así entregada.
- **CIP (Carriage and insurance paid = Transporte y seguro pagados hasta)** "Transporte y seguro pagados hasta" significa que el vendedor cumple con la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él mismo pero, debe pagar además, los costos del transporte necesario para llevar la mercancía al destino

convenido; el riesgo de pérdida o daño de la mercancía es asumido por el importador desde el punto de entrega, no obstante el vendedor deberá contratar y pagar la prima correspondiente por un Seguro de mínima cobertura sobre el transporte de las mercancías.

- **DAF (Delivered at frontier = Entregada en frontera)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y no descargados, en el punto y lugar de la frontera convenidos, pero antes de la aduana fronteriza del país importador, debiendo estar la mercancía despachada de exportación pero no de importación.
- **DES (Delivered ex ship = Entregada sobre buque)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador a bordo del buque en el puerto de destino convenido, no despachada de aduana para la importación, El vendedor debe soportar todos los costos y riesgos inherentes al llevar la mercancía al puerto de destino acordado con anterioridad a la descarga.
- **DEQ (Delivered ex quay = Entregada sobre muelle)** Significa que el vendedor cumple con la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador, sin despachar de aduana para la importación en el muelle (desembarcadero) del puerto de destino convenido. El vendedor debe asumir los costos y riesgos ocasionados al llevar la mercancía al puerto de destino convenido y al descargar la mercancía sobre muelle o desembarcadero.
- **DDU (Delivered duty unpaid = Entregada con impuestos no pagados)** Significa que el vendedor cumple con la entrega de la mercancía al comprador; no despachada de aduana para la importación y no descargada de los medios de transporte, a su llegada al lugar de destino convenido, se aplica este término generalmente cuando el exportador debe encargarse del transporte de la mercadería por sí mismo hasta el país del importador.
- **DDP (Delivered duty paid = Entregada con impuestos pagados)** Significa que el vendedor cumple con la entrega de la mercancía al comprador; despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte a su llegada al lugar de destino convenido. El vendedor debe soportar todos los costos y riesgos contraídos al llevar la mercancía hasta aquel lugar, incluyendo el pago de impuestos y cualquier otro trámite de importación.

#### Forma de uso de los Incoterms.

En todo contrato de compra-venta internacional o cotización, se debe mencionar el INCOTERM a ser utilizado para la transacción, seguido del nombre de algún lugar convenido para la entrega de la mercadería.

**Por ejemplo:** Si se establece que el precio de una mercadería a ser exportada desde Bolivia es de "\$us. 20.000 FOB Puerto de Arica", debe entenderse que el exportador finaliza sus obligaciones con hacer entrega de la mercadería una vez traspasada la borda del buque transportador ubicado en el puerto de Arica, debiendo el importador asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercadería desde aquel punto, comprometiéndose adicionalmente a realizar el pago correspondiente de \$us. 20.000 por dicha mercadería al exportador.

## Capítulo 7

### Medios Internacionales de pago

#### ¿Cómo se cobran las exportaciones?

En toda operación de comercio internacional, el exportador debe ser responsable y cumplir con el envío de la mercadería en los plazos establecidos y con las características de calidad, presentación y embalaje requeridas. Por su lado, el importador debe también ser responsable pagando puntualmente el precio de los productos enviados por el exportador.

Para ello, antes de iniciar la exportación, debe establecerse claramente con el importador las condiciones y medios de pago a los que se sujetará el contrato de compraventa internacional.

Se citan a continuación las principales condiciones y medios de pago utilizados en el comercio internacional.

#### ¿Qué son las condiciones de pago?

Las condiciones de pago se basan en los convenios entre el exportador y el importador con relación a la cancelación de las sumas de dinero correspondientes a la transferencia de propiedad de la mercadería. El establecimiento de las condiciones de pago a ser aplicadas en la transacción de comercio internacional va en función al grado de confianza existente las partes y está sujeto a lo convenido en negociaciones realizadas entre éstas. A continuación, se describen las más usuales condiciones de pago.

- **Pago anticipado** Implica que el importador deberá hacer efectiva la cancelación de la suma total correspondiente a la compra de la mercadería antes de que se haga efectiva la transferencia de propiedad de la misma. El pago debe ser realizado en una fecha convenida de mutuo acuerdo entre el exportador y el importador según el contrato de compra-venta internacional suscrito entre ambos.
- **Al contado** Implica que el importador deberá hacer efectiva la cancelación de la suma correspondiente a la compra de la mercadería en un solo pago, mismo que será realizado en una fecha convenida de mutuo acuerdo entre el exportador y el importador según el contrato de compra-venta internacional suscrito entre ambos.
- **Contra entrega** Implica que el importador deberá hacer efectivo el pago correspondiente a la compra de la mercadería al momento mismo de la transferencia de propiedad de la mercadería, transacción a ser realizada en fecha y lugar convenidos de mutuo acuerdo entre el exportador y el importador según el contrato de compra-venta internacional suscrito entre ambos.
- **Al crédito** Implica que el importador deberá hacer efectiva la cancelación de la suma correspondiente a la compra de la mercadería en forma diferida, totalmente, o en pagos parciales, mismos que serán realizados en las fechas convenidas de mutuo acuerdo entre el exportador y el importador según el contrato de compra-venta internacional suscrito entre ambos.
- **En cuenta corriente** Esta condición de pago es una variante de pago al crédito, y se emplea cuando existe una relación muy periódica, estable y confiable entre el exportador y el importador. En este caso, el exportador va efectuando continuos despachos de mercancía al importador, el cual va realizando asimismo los pagos en la medida en que se han concertado en el contrato de compra - venta internacional.
- **En consignación** Esta condición de pago es también una variante de pago al crédito pero el derecho de propiedad de la mercadería no es traspasado hasta el momento de su venta en el extranjero, constituyéndose el importador en un receptor y depositario de la mercadería y en un intermediario en la venta de la misma. En este caso, el exportador va efectuando despachos de mercadería al importador, el cual va realizando los pagos en la medida en que efectivamente se venden en el exterior.

## ¿Qué son los medios internacionales de pago?

Los medios internacionales de pago se basan en los convenios entre el exportador y el importador con relación a la forma en la que se realiza la transferencia de las sumas de dinero correspondientes a la venta de la mercadería. Al igual que en las condiciones de pago, El establecimiento del medio internacional de pago a ser utilizado en la transacción de comercio internacional va en función al grado de confianza existente las partes y está sujeto a lo convenido en negociaciones realizadas entre éstas. A continuación, se describen los más usuales medios internacionales de pago.

- **Pago directo** Consiste en que el importador realiza el pago de la suma correspondiente a la compra de la mercadería en forma directa al exportador y/o utiliza los servicios de algún banco para que se haga efectivo dicho pago. En este caso, el banco es únicamente responsable de la transferencia de dinero, ya sea mediante cheque, orden de pago, abono en cuenta o giro.
- **Cobranza** Consiste en que el importador realiza el pago de la suma correspondiente mediante un banco en el exterior, que obrando según las instrucciones del exportador, hace entrega al importador de los documentos necesarios para que este se constituya en el propietario de la mercadería.
- **Crédita documentario** El Crédito documentario o Carta de Crédito es el medio internacional de pago más utilizado en el mundo, no sólo por las garantías y seguridades que ofrece al exportador, sino por que gracias a la intermediación requerida de los bancos contratados, se consigue minimizar los riesgos que asumen el exportador y el importador. Consiste en un compromiso adquirido por un banco a solicitud del importador, para cancelar o negociar al exportador las sumas convenidas contra documentos que prueben el cumplimiento de la transacción.

## Capítulo 8

### Incentivos a las Exportaciones

El gobierno de Bolivia, en su afán de proporcionar un marco operacional adecuado para estimular el crecimiento y desarrollo económico del país en el contexto internacional, ha establecido la aplicación de ciertos regímenes y mecanismos de apoyo, promoción y fomento a las exportaciones.

Entre estos se destaca el Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (RITEX) y las Zonas Francas.

#### ¿En qué consiste el Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo - RITEX?

Este Régimen permite el ingreso de materias primas y bienes intermedios a territorio aduanero nacional con la suspensión de tributos de importación, siempre y cuando sean incorporados en un proceso productivo que permita la fabricación de productos de exportación.

El RITEX está dirigido a los empresarios que desean exportar y que para tal propósito necesitan realizar la importación de insumos y bienes intermedios. Dentro de las principales normas que regulan el funcionamiento del Régimen RITEX se encuentran las siguientes:

- . La Ley N° 1990 de 28 julio de 1990 (Ley de Aduanas)
- . Decreto Supremo 25870 Reglamento a la Ley General de Aduanas
- . El Decreto Supremo N° 25706 de 14 marzo de 2000 y disposiciones complementarias (Texto ordenado).
- . Decreto Supremo N° 26397 de 7 de noviembre de 2001.
- . Decreto Supremo N° 27128 de 14 de agosto de 2003 (Modificaciones).
- . Resolución Ministerial N° 157 de 24 de septiembre de 2005 - Aprueba Texto Ordenado.

El Viceministerio de Industria, Comercio y Exportaciones, a través de la Dirección General de Comercio y Exportaciones, es el encargado de otorgar la Resolución Administrativa que autoriza la incorporación de las empresas Régimen RITEX en el país. Los tributos aduaneros suspendidos por la admisión temporal de materias primas y bienes intermedios son los siguientes:

- . Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- . Impuesto a los Consumos Específicos (ICE)
- . Gravamen Arancelario (GA)

Dentro de los Requisitos exigidos al exportador para acogerse al RITEX, señalar los siguientes: Formulario de solicitud de incorporación y/o modificación al RITEX debidamente llenado. Además la solicitud debe incluir el Número de Registro de Matrícula de Comercio (FUNDEMPRESA) y número de NIT.

- . Fotocopia legalizada de Testimonio de Poder del Representante Legal.
- . El informe pericial firmado por el representante legal deberá contener: el esquema del proceso productivo, las especificaciones de las materias primas y bienes intermedios. Además, los porcentajes máximos de desperdicios y mermas, la especificación de los coeficientes técnicos de producción y cuando se trata de sustancias químicas y precursores, deberá presentar un segundo informe pericial.
- . Certificado de Registro en la Dirección de Sustancias Controladas - Ley N° 1008 (cuando corresponda).
- . No tener deudas con el Servicio de Impuestos o Aduana Nacional (Solvencia Tributaria).

Si las empresas que además del producto principal de exportación pretenden producir dentro del RITEX envases, embalajes, u otros bienes intermedios correspondientes al producto de exportación, o si son empresas proveedoras RITEX, también deberán cumplir los mismos requisitos mencionados.

- **Beneficiarios del régimen** Todas las empresas exportadoras y proveedoras.
- **Plazo de permanencia de mercancías admitidas temporalmente** El plazo de permanencia de las materias primas y bienes intermedios admitidos temporalmente será otorgado por la Administración Aduanera por un plazo máximo de 360 días calendario.
- **Institución que otorga las Resoluciones de incorporación y modificación** El Viceministerio de Industria, Comercio y Exportaciones
- **Vigencia de las Resoluciones de Incorporación** Las Resoluciones de Incorporación tienen carácter indefinido y entran en vigencia a partir de la fecha de su emisión.

### ¿Qué son las Zonas Francas?

Una Zona Franca es un área establecida dentro del territorio nacional en la que se puede introducir -temporalmente- mercancías nacionales o extranjeras sin someterlas al pago de tributos aduaneros por ellas, en espera de su destino posterior. Este régimen está normado por las siguientes normas legales: Ley N° 1990 de 28 de julio de 1999, Ley N° 2493 de 4 de agosto de 2003 y Decreto Supremo N° 27944 de 20 de diciembre de 2004.

El objetivo del régimen es la generación de empleo sostenible y capacitación permanente, la atracción de inversiones principalmente intensivas en mano de obra, la captación y desarrollo de tecnología, la generación de valor agregado y el desarrollo de una infraestructura comercial, industrial y de servicios vinculados al comercio internacional para la realización de procesos productivos destinados al mercado interno y fundamentalmente a las exportaciones y la facilitación del comercio.

#### Tipos de Zonas Francas

Las Zonas francas pueden ser de dos tipos: Industriales y Comerciales.

- **Industriales** Son áreas en las cuales las mercancías introducidas son sometidas a procesos productivos como ser operaciones de producción, ensamblaje, transformación, elaboración y confección de productos finales, actividades de reacondicionamiento y reparación para su posterior importación o exportación; producción de servicios industriales.
- **Comerciales** Son áreas en las cuales las mercancías introducidas pueden permanecer sin límite de tiempo, sin transformación alguna y en espera de su destino posterior. Los usuarios podrán efectuar las siguientes operaciones, siempre que no modifiquen sus características esenciales y su naturaleza: Almacenamiento, mejora en presentación, acondicionamiento, comercialización, reenvasado, reembalaje y etiquetado, entre otras.

#### Beneficios del uso de Zonas Francas

Es útil introducir mercancías a una Zona Franca Comercial:

- Para realizar las operaciones de distribución de las mercancías a clientes mayoristas desde los depósitos de la Zona Franca mediante despachos parciales.
- Para realizar operaciones de fraccionamiento, re-ensado, cambio de embalajes, clasificación, etiquetado, consolidación, etc.
- Mientras se concreta la exportación de las mercancías a un tercer país.

Es útil introducir mercancías a una Zona Franca Industrial:

- Para realizar operaciones de transformación que generen valor agregado a las mercancías antes de su envío a destino final.

- Para incorporarlas a materias primas no nacionales, cuya combinación tenga por objeto la exportación a un tercer país.

### **Ingreso de mercancías a una Zona Franca**

Las mercancías provenientes del país pueden introducirse en zona franca con la presentación de los siguientes documentos:

- Declaración Única de Exportación - DUE
- Factura Comercial
- Documentos de Transporte
- Lista de Empaque
- Certificado de ingreso a depósito
- Registro y sellos de Aduana

Las mercancías provenientes de otros países pueden introducirse en zona franca con la presentación de los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Lista de empaque (cuando corresponda)
- Documento de transporte de mercancías estableciendo el nombre de la zona franca como destino final.

### **¿En qué consiste la devolución de impuestos?**

A través de las Leyes No. 1489 "Desarrollo y Tratamiento impositivo a las Exportaciones" del 16 de abril de 1993 y No. 1963 del 19 de marzo de 1999, el Gobierno de Bolivia establece que los exportadores tienen derecho a la devolución de los impuestos internos al consumo y de los aranceles pagados sobre los insumos incorporados en las mercancías exportadas. Aquello, en concordancia con una medida universal aceptada por todos los países miembros de la Organización Mundial del Comercio OMC basada en el principio de la "neutralidad impositiva", consistente en la premisa de que no se deben "exportar impuestos" ya que estos encarecen el precio del producto exportado en el mercado final restándole competitividad. Para que una empresa exportadora acceda a la devolución de impuestos correspondientes a cada exportación que realice, debe efectuar la Solicitud de Devolución Impositiva a las instancias pertinentes del Servicio Impuestos Nacionales.

### **¿Qué es el CEDEIM?**

El CEDEIM es un título valor negociable, que puede ser efectivizado y transferible por simple endoso, ser transado en la Bolsa Boliviana de Valores BBV o pagar impuestos cuya recaudación esta a cargo del Servicio de Impuestos Nacionales o de la Aduana Nacional.

**Impuestos que son restituidos.**- una empresa exportadora puede acceder a la recuperación de los siguientes impuestos.

- IVA (Impuesto al Valor Agregado) correspondiente a las importaciones o adquisiciones de bienes en el mercado interno incluyendo bienes de capital, activos fijos, contratos de obras o prestación de servicios, vinculados a la actividad exportadora.
- GA (Gravamen Arancelario) correspondiente a los aranceles pagados directamente por el exportador -o por terceros- en la importación de bienes y servicios incorporados al producto exportado, pero deduciendo las mermas técnicas y desperdicios con valor comercial.
- ICE (Impuesto al Consumo Específico) correspondiente a la adquisición de bienes finales exportados sujetos a este impuesto, previa presentación de la Nota Fiscal.

## **La Obtención del CEDEIM**

El CEDEIM puede tramitarse a partir del primer día hábil del mes siguiente al que se efectuó la exportación, ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) con la presentación de los siguientes documentos:

### **Documentos Básicas:**

- . Copia legalizada del NIT
- . Copia legalizada del Registro de Comercio FUNDEMPRESA
- . Testimonio de Constitución de la Empresa
- . Poder original y fotocopia de Cédula de Identidad del representante legal para el trámite del CEDEIM y recojo de valores.

### **Para la devolución del IVA:**

Se debe acceder al Software gratuito para la devolución del CEDEIM, denominado Sistema DUDIE, el cual se lo puede descargar del sitio Web del Servicio de Impuestos ([www.impuestos.gov.bo](http://www.impuestos.gov.bo)).

### **Para la devaluación del GA:**

Se debe presentar los siguientes documentos originales:

- . Declaración Única de Exportación - DUE
- . Factura Comercial
- . Documentos de Transporte
- . Certificado de Salida

El CEDEIM correspondiente es emitido a la orden del exportador y es entregado en la oficina donde se haya presentado la SDI. Los plazos de entrega para los CEDEIMS son computables a partir de la fecha de aceptación y aprobación (plazo de 180 días calendario) de la SDI de acuerdo al siguiente detalle.

- . Veinte días calendario en el caso del GA.
- . Veinte días calendario cuando el exportador comprometa en su SDI una boleta de garantía bancaria para la devolución correspondiente al IVA.
- . Veinte días calendario, cuando el exportador presente adjunto a su SDI, el dictamen de verificación previa, realizado por una empresa especializada autorizada por el Servicio de Impuestos Nacionales.
- . Ciento veinte días calendario cuando el exportador no comprometa la boleta de garantía bancaria, para la devolución del IVA.
- . Una vez emitido el CEDEIM se cuenta con 90 días calendario para retirarlo del Servicio de Impuesto, caso contrario el sistema los anula automáticamente.

La boleta de garantía es devuelta al exportador si no existe ninguna observación durante la verificación del crédito fiscal o cuando se hubiese vencido el plazo de validez de la boleta aún sin existir la verificación correspondiente.

## **Usos del CEDEIM**

Al ser un título de valor negociable, puede servir para ser cambiado por simple endoso por su valor indicado (menos una tasa de descuento por la efectivización), o para realizar el pago de los impuestos cuya recaudación se encuentre a cargo del SIN o de la Aduana Nacional.

Los impuestos que pueden ser pagados con el CEDEIM'S son:

- . Impuesto al Valor Agregado - IVA, (13 %) en importaciones
- . Gravamen Arancelario - GA
- . Impuesto al Consumo Específico - ICE (alícuota variable)
- . Impuesto a las Transacciones
- . Impuesto A las Utilidades

Para mayor información consultar en le sitio Web ([www.impuestos.gov.bo](http://www.impuestos.gov.bo))

## Capítulo 9

# Promoción Internacional

### Ferias, Ruedas de Negocios, Misiones Comerciales, Exhibiciones

#### ¿Qué es una Feria?

Feria, es un evento con una duración determinada, que se lleva a cabo regularmente y en el cual una cantidad de expositores presentan una oferta principal de uno o varios sectores productivos o de servicios.

Asimismo, las ferias son una de las principales herramientas de promoción para las empresas, ya que éstas permiten al empresario, aparte de exhibir su producto, conocer con mayor facilidad el mercado objetivo, estudiar el nivel de la competencia, establecer relaciones directas con sus futuros clientes a nivel internacional, incursionar en mercados internacionales y maximizar el número de contactos en el menor tiempo posible.

Además, las ferias son plataformas de iniciativas de cooperación, son sitios de encuentros y centros de distribución para el intercambio e innovación de ideas, productos y conocimientos.

#### ¿Por qué participar en una Feria?

Antes de tomar la decisión de participar en una feria, es necesario hacer un análisis de la situación de la empresa, determinar porqué debo participar en esta feria o aquella, fijando los objetivos de participación, definidos en el marco de la planificación a mediano plazo. Los objetivos pueden ser:

- . Acceder a nuevos mercados
- . Encontrar nuevos distribuidores o agentes
- . Iniciar contactos con potenciales nuevos clientes?
- . Examinar y conocer a las empresas de la competencia.
- . Conocer y actualizar las tendencias
- . Orientar de mejor manera la situación del rubro.
- . Conseguir alianzas estratégicas o cooperaciones
- . Percibir las nuevas tendencias del desarrollo.
- . Incrementar las ventas.

#### ¿Qué es lo más importante en una feria?

- . Quiénes son los visitantes? Se trata de posibles clientes?, de distribuidores (mayoristas)?, líderes de opinión?, competidores, o algo diferente?
- . Relevancia de la feria para el sector respectivo de la industria: Se trata de un evento de tendencias innovadoras?, hemos de participar para hacer acto de presencia en nuestros mercados- destino?
- . Nuestros competidores: Han participado en el pasado?, tienen previsto participar en el futuro?

#### ¿Cuáles son los beneficios de participar en una feria internacional?

Las ferias comerciales son consideradas como uno de los mejores métodos para reunirse con los clientes actuales y contactar los clientes potenciales, descubrir nuevas perspectivas y ofrecer bienes y servicios en el mercado internacional.

Se pueden clasificar según los objetivos para los que se organizan:

- Exposiciones mundiales: se presentan los avances logrados a nivel nacional e internacional en distintos campos de las actividades económicas.
- Ferias comerciales: se organizan para fomentar el comercio internacional, dirigido especialmente a vendedores y compradores.
- Ferias especializadas: se exponen determinados productos o grupos de productos específicos y se presenta la última información y avances tecnológicos.

Se ha descubierto que la mayoría de los compradores utilizan las ferias o exposiciones como fuente principal de información al decidir una compra. El stand de una empresa dice mucho sobre sus capacidades, eficiencia y empeño. El exportador debe considerar a su stand como una tarjeta de visita, por lo cual es fundamental dar una buena impresión desde un principio para atraer clientes potenciales.

El stand en una feria es una expresión de la empresa y como tal, su diseño debe transmitir inmediatamente su imagen: debe tener un fuerte impacto visual y proyectar, en un vistazo, la empresa y el producto que propone. Su papel es doble ya que no basta con que sirva de pantalla, sino también debe servir de escenario para demostraciones, debates y ventas. Los estudios demuestran que las empresas que participan en ferias tienen aproximadamente siete segundos para captar el interés de los visitantes.

El comunicar a los compradores potenciales que la compañía participará en una feria es una actividad de comercialización muy importante para reforzar las ventas. La inversión en actividades promocionales antes de la feria, redundará en mayor éxito y mejores resultados.

Está comprobado que las invitaciones personales son la motivación más frecuente por la cual alguien visita una exposición comercial. Sin embargo, no se debe confundir una invitación personal con panfleto publicitario en donde solamente se indique el lugar, la fecha y la ubicación de la muestra. Si es posible, las invitaciones deberán ser personalizadas indicando una razón para visitar la exposición. Algunas empresas realizan seguimiento por medio de llamadas telefónicas para asegurarse de que la invitación fue recibida y recalcar la oportunidad de negocios que significa el evento.

### **¿Qué se necesita para participar exitosamente en una feria internacional?**

Para lograr todos los objetivos de participación en las ferias, es indispensable planificar. La planificación permite proteger las inversiones y sacar el mejor y mayor provecho a las mismas.

Para que la planificación y participación den buen resultado, es indispensable designar a un coordinador para las ferias. Dicha persona se encargará de reservar el stand más estratégico, según las características del producto, confirmar y comunicar objetivos claros que se desean obtener de la participación, prepara un presupuesto detallado y controlar costos, confirmar la selección y disponibilidad de los productos a exponer, ejecutar el tema de la exposición, encargarse del diseño y construcción del stand, contratar al personal necesario para la exposición y capacitarlo, organizar el transporte y manipulación de los artículos expuestos y preparar un informe sobre la rentabilidad de la feria y los resultados obtenidos después de la participación.

Las empresas interesadas en participar en ferias comerciales deben tener presente que los organizadores de ferias brindan servicios de asesoramiento a los participantes en todos los aspectos relativos a la feria.

Es indispensable preparar un presupuesto detallado y atenerse a él. El mejor método para preparar un presupuesto global realista, consiste en tomar en cuenta las tareas por realizar, siguiendo los siguientes pasos:

- Decidir los objetivos deseados con la participación.

- Elaborar una lista con las tareas que se deben realizar.
- Estimar los costos que entrañan las tareas a realizar.

Para elaborar una lista detallada de los posibles gastos y asignar adecuadamente recursos proporcionales a la participación, tome en cuenta los siguientes gastos que suele exigir la participación en una feria:

Costos de exposición: alquiler del espacio, diseño y decoración del stand, servicios (costo de agua, luz y teléfono, etc.), mobiliario, equipos de luz y/o sonido, arreglos florales, transporte de la mercancía, impuestos, seguros, almacenamiento y vigilancia.

Costos de funcionamiento y de personal: capacitación del personal, alojamiento en el hotel, viáticos, uniformes, pasajes aéreos, impuestos del viajero, transporte, sueldos del personal de atención.

Costos promocionales: preparación y elaboración de información para la prensa, alquiler de salas para ruedas de prensa, participación en seminarios y/o ruedas

### **¿Qué es una misión comercial o empresarial?**

Una misión comercial es un evento donde participa un grupo de empresarios de un sector específico, al cual se le organiza una agenda de negocios a medida de acuerdo a su oferta exportable, esta agenda puede ser cumplida en un solo lugar o consistir en visitas a las empresas o fábricas de los compradores. Las misiones comerciales pueden ser sectorializadas o monográficas o de dos o más sectores.

### **¿Qué es una Rueda de Negocios?**

Es un evento que reúne a un grupo de empresarios de dos o más países invitados, de uno o varios sectores, en un país determinado y en un solo lugar, con el ánimo de hacer negocios de comercialización, intercambio de negocios, intercambio de experiencias y estudiar el mercado del país al que se visita. En una rueda de negocios el empresario tiene la oportunidad de mostrar su producto características del mismo y negociar el precio con el posible comprador.

### **¿Qué podemos obtener o conseguir de una Rueda de Negocios?**

En una rueda de negocios también se pueden obtener representaciones de productos, captación de inversiones para mejorar la producción o negocio, etc.

### **¿Qué son las Exhibiciones Comerciales - Show Rooms?**

Son exposiciones de productos de uno o varios sectores, donde el empresario productor tiene la oportunidad de mostrar su producto y explicar las características del mismo, tanto al público especializado como público en general asistente al evento. A este tipo de evento normalmente se invita a compradores y comercializadores de productos.

### **¿Cómo realizar un envío de muestras al exterior?**

Las muestras son objetos representativos de una categoría determinada de mercadería ya producida, que están destinados exclusivamente a exhibiciones o demostraciones para concretar operaciones comerciales con dicha mercadería.

Las muestras son la parte más representativa de los productos que está ofreciendo a su comprador y reflejan la imagen de su compañía. El que sus muestras le lleguen en buen estado y oportunamente al cliente significará mucho para el desarrollo de sus exportaciones.

La importación y la exportación de muestras están exentas del pago de tributos que gravan la importación para consumo o la exportación para consumo cuando no excedan los valores máximos que establece la reglamentación.

Los envíos de muestras al exterior se pueden realizar por los siguientes medios o servicios:

- Mensajería (Courriers): son las compañías más utilizadas para el envío de muestras, ya que ofrecen un servicio de puerta a puerta, incluyendo el transporte y desaduanización de las muestras. Es comúnmente utilizado en envío de muestras pequeñas o en volúmenes reducidos de productos.
- Paquetería: lo ofrecen muchas empresas transportistas; su limitación es que algunas veces no se proporciona el servicio de despachar en la aduana.
- Consolidadoras de Cargas: se emplean para el envío de muestras de volumen significativo, las compañías consolidadoras (que agrupan carga de varios usuarios) ofrecen también el servicio puerta a puerta incluyendo el despacho en aduanas.

Describa en sus facturas el artículo que envía. Asigne un valor monetario a todos sus artículos, aunque en la misma factura ponga la leyenda: Muestras sin valor comercial, valor declarado para fines aduaneros.

## Capítulo 10

### ¿Cómo aprovechar el TCP?

Con un compromiso verdadero y responsable para emprender un proceso de desarrollo sustentable, para la satisfacción de las necesidades de nuestro pueblo, estamos empeñados en desarrollar proyectos de unidad que nos ayuden a combatir la desigualdad social en nuestra región.

#### **El TCP, una alternativa para nuestros pueblos...**

El TCP es un proyecto que trasciende el campo económico y comercial, porque nace reconociendo y respetando las características históricas y culturales de sus Pueblos, lo que determina un verdadero proceso de unidad e integración:

#### **ALCANCE HISTORICO**

Es el primer acuerdo que se da sin los lineamientos e imposiciones de los países poderosos y sus organismos internacionales,

Es un proyecto que involucra a los Pueblos indígenas de Bolivia y de América, los "condenados al exterminio, históricamente despreciados y humillados, marginados, excluidos y alienados política y culturalmente".

#### **ALCANCE POLÍTICO**

Propugna una verdadera integración que trasciende lo comercial basado en principios comunitarios, la cooperación, la solidaridad, la voluntad común para avanzar y promover el desarrollo justo y sustentable.

El objetivo principal: "la transformación de las sociedades, haciéndolas más justas, cultas, participativas y solidarias". Una relación de confianza recíproca entre los tres países, preservando su independencia, soberanía e identidad.

#### **ALCANCE CULTURAL**

El acuerdo constituye un impulso al proceso de descolonización que se vive en Bolivia. La construcción de un modelo de convivencia social que no se asiente en la competencia y el afán de acumulación.

Es la reivindicación de nuestra cultura en los principios básicos de la relación entre los hombre y los pueblos: La reciprocidad, complementariedad, relación hombre/naturaleza, etc.

Una nueva y verdadera integración sustentada en principios de ayuda mutua, solidaridad y respeto a la autodeterminación, una adecuada respuesta a la altura de la justicia social, la diversidad cultural, la equidad y al derecho al desarrollo que merecen y reclaman los pueblos.

Es la afirmación de la experiencia boliviana y sus culturas originarias, en la recuperación de su cosmovisión ancestral, la medicina natural y en el intercambio de experiencias para la investigación científica sobre los recursos naturales y los patrones genéticos agrícolas y ganaderos.

#### **ALCANCE COMERCIAL**

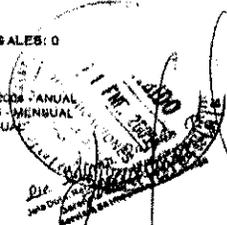
Comercio para los pueblos, no libre competencia...

- . El TCP no entiende al comercio y la inversión como fines en sí mismos, sino como medios de desarrollo.
- . Defiende el derecho de las economías más pequeñas a mantener en sectores estratégicos, llámense aranceles aduaneros, cuotas, licencias y otras medidas no arancelarias que son instrumentos para la protección de su industria nacional u su mercado interno.
- . Rechaza el principio de trato igualitario entre naciones cuyas economías son abismalmente diferentes y reconoce el derecho de los Estados regular y a incursionar en sectores estratégicos.
- . Pretende reducir las asimetrías de los países participantes con distinto nivel de desarrollo, creando mecanismos de compensación, comprometiendo a todos los actores económicos (cooperativas y empresas privadas de todos los tamaños) a dar solución a problemas esenciales para la gente, como son la alimentación, vivienda, preservación del medio ambiente y la industrialización.
- . Postula la complementariedad frente a la competencia, la reciprocidad, la convivencia con la naturaleza contra la explotación irracional de los recursos y la defensa de la propiedad social frente a la privatización externa.
- . Es un modelo que pretende resolver el problema de la distribución de la riqueza a favor de los más pobres. La prioridad del nuevo modelo es la mejora de los niveles de vida (ingresos, educación, salud, agua, cultura), y un desarrollo sostenible, equitativo, igualitario y democrático.

ANEXOS

I.- DOCUMENTOS DE CONSTITUCION

1.- NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA NIT

	<b>RÉGIMEN GENERAL</b>
<b>CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN PADRON NACIONAL DE CONTRIBUYENTES</b>	
NIT: 122837020	
NOMBRE / RAZÓN SOCIAL: BRASTIMBER BOLIVIA LTDA	
<b>DATOS GENERALES:</b>	
DOMICILIO FISCAL: CALLE LOS BATOS NRO. 189 ZONA SAN CARLOS	ALCALDÍA: Santa Cruz
DEPENDENCIA: SANTA CRUZ	MES DE CIENNE: DICIEMBRE
GRAN ACTIVIDAD: COMERCIO MAYORISTA	
ACTIVIDAD PRINCIPAL: Importación y exportación	
ACTIVIDADES SECUNDARIAS:	
REPRESENTANTE LEGAL: COCHAMANIDIS CANELAS JUAN CARLOS	Nº SUCURSALES: 0
<b>OBLIGACIONES:</b>	
FORM. 156 - IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES - ALTA 15/10/2004 - MENSUAL	
FORM. 00 - IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS - ALTA 15/10/2004 - ANUAL	
FORM. 143 - IMPUESTO AL VALOR AGREGADO PAGO MENSUAL - ALTA 15/10/2004 - MENSUAL	
FORM. 08 - RC-IVA AGENTES DE RETENCION MENSUAL - ALTA 15/10/2004 - MENSUAL	
FECHA DE INSCRIPCIÓN AL PADRÓN: 15/10/2004	
FECHA DE EMISIÓN DEL CERTIFICADO: 15/10/2004	
<small>EL UNIA CASTEDO PANAMÁGUA JEFES DEPTO. DECCIÓN DE REGISTRO Y EMPADRONAMIENTO GERENCIA DEPTAL SANTA CRUZ</small>	
<small>IMPUESTOS NACIONALES</small>	
<small>El presente certificado sus datos declarados en su formulario de empadronamiento, además de las obligaciones generadas a partir del mismo. En caso de haberse suscrito con uno o más datos o datos, consulte al Departamento de Gestión de Recaudación y Empadronamiento de la Dirección General de Impuestos Nacionales para regularlos.</small>	
<b>ACLARACIONES SOBRE LAS OBLIGACIONES DEL CONTRIBUYENTE</b>	
<small>De acuerdo a la actividad económica declarada en su formulario de Empadronamiento, la Administración Tributaria determinó que actualmente a los impuestos que conlleva, le corresponden las siguientes obligaciones:</small>	
IT - 156 IUE - 00 IVA - 143 RC-IVA - 08	
<b>ACUSE RECIBO Nº : 70-0039-047-4</b>	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: BRASTIMBER BOLIVIA LTDA	
Nº MEDIDOR DOMICILIO FISCAL: T00002599	Nº MEDIDOR DOMICILIO HABITUAL:
DOMICILIO FISCAL: CALLE LOS BATOS NRO. 186 ZONA SAN CARLOS - CALLE LOS BATOS NRO. 189 ZONA SAN CARLOS - E LA SEGUNDA CUADRA	

## 2.- REGISTRO DE COMERCIO

### REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA



No. DE OPERACIÓN: 07V740807004

#### MATRICULA DE COMERCIO

EL REGISTRO DE COMERCIO, ORGANO CONCESIONADO A LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - FUNDEMPRESA, MEDIANTE CONTRATO DE CONCESION DE FECHA 17 DE DICIEMBRE DE 2001, EN MERITO A LAS FACULTADES ESTABLECIDAS EN EL DECRETO SUPREMO 26215 Y EN CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL CODIGO DE COMERCIO;

#### OTORGA:

LA MATRICULA DE COMERCIO No 00112843 AL COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL, CUYOS DATOS SE DETALLAN A CONTINUACION:

NOMBRE COMERCIAL : EMPRESA BRANTEX  
OBJETO : CONFECCIONES PRENDAS DE VESTIR  
CAPITAL : Bs. 734,380.00 (SETECIENTOS TREINTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS OCHENTA 00/100 BDLIVIANOS)  
DOMICILIO : SANTA CRUZ - RADIAL 27 ESQUINA CALLE RIO SAN MIGUEL S/N  
REPRESENTANTE LEGAL : ROMAN LLANOS CLAUDIA KAREN  
CEDULA DE IDENTIDAD : 00003767175  
FORMULARIO : 20/0202  
LIBRO DE REGISTRO : 80  
No. DE REGISTRO : 00107957  
FECHA DE REGISTRO : 31 DE MARZO DE 2005  
CUMPLIDAS LAS FORMALIDADES REQUERIDAS POR EL CODIGO DE COMERCIO, EL CITADO COMERCIANTE INDIVIDUAL O EMPRESA UNIPERSONAL, PODRA EJERCER ACTIVIDADES COMERCIALES EN SU RUDRO.  
SANTA CRUZ, 07 DE JUNIO DE 2005

  
Dr. Carlos Alberto Suárez Chávez  
GERENTE DE AREA ORIENTAL  
REGISTRO DE COMERCIO - FUNDEMPRESA



Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

PAGINA: 1 de 1

Nº 063133

Panel vigente a partir del 01/01

3.- REGISTRO UNICO DE EXPORTADOR RUEX

REFX

Page 1 of 1

**SENAVEX**  
Servicio Nacional de Verificación de Exportadores

**REGISTRO UNICO DEL EXPORTADOR - RUEX**

**DATOS GENERALES DEL EXPORTADOR**

Razon Social: **SENAVEX EXPORT S.A.S.**  
 Nombre Comercial: **SENAVEX EXPORT S.A.S.**  
 Departamento: **SANTA CRUZ** Ciudad: **SANTA CRUZ DE LA SIERRA**  
 Dirección: **AV. BARRANCO DE MADRE DIEGO ALCAYA Y 29**  
 Teléfono(s): **0041 3 3551814** Fax: **0041 3 3551816**  
 E-mail: **comercio@senavex.com.ec**  
 Página Web:  
 Casilla Postal:

Fecha de inscripción: **17/04/2009**  
 NIT: **03421008**  
 FUNDEMPRESA: **20114381**  
 Tipo Empresa: **SENO S DE RESPONSABILIDAD**

**CLASIFICACION COMERCIAL CUCI**

Nº	Descripción
1	MADERA, LEÑA Y CARBON VEGETAL

**DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL**

Nombre y Apellido: **SVT-F 3551816** **79011104**  
 Teléfono(s): **0041 3 3551816**  
 E-mail:

Visite su Sitio Virtual Individual [www.senavex.gob.ec](http://www.senavex.gob.ec)  
 Nota: Su contraseña será enviada a su correo personal

**DETALLE DE PRODUCTOS**

Nº	Código	Descripción	Cantidad de Producción Anual (kg)	Unidad de Medida
1	4407990000	MADERA SIMPLEMENTE SECA Y FASICIONES SIN CÉLULAS Y SIN SECAJ. TIPO DE MADERA CEDRO.	100000	kg
2	4407990000	Madera Tablo	100000	kg
3	4407990000	Madera Maciada	100000	kg

**SENAVEX**  
Servicio Nacional de Verificación de Exportadores

**REPÚBLICA DE GUAYACÁN**

Fecha autorización y sello del Exportador: **07/08/2009**

LA PERSONA NATURAL O JURÍDICA DETALLADA EN ESTE DOCUMENTO SE ENCUENTRA REGISTRADA COMO EXPORTADOR EN EL SERVICIO NACIONAL DE VERIFICACIÓN DE EXPORTACIONES

**SENAVEX**  
Servicio Nacional de Verificación de Exportadores

**CREDENCIAL DEL EXPORTADOR**

Regional: **REGISTRO UNICO DEL EXPORTADOR - RUEX**

Razon Social de la Empresa: **SENAVEX**

FUNDEMPRESA: **20114381** NIT: **03421008** VIGENCIA Del: **17/04/2009** al: **17/04/2010**

ANEXOS

II.- DOCUMENTOS DE EXPORTACION

1.- FACTURA DE EXPORTACION

<b>E</b>	FACTURA N° 2378 / 2004		
NIT N. 3520456			
<b>FACTURA COMERCIAL</b>			
EXPORTADORA LA GUAJIRA S.A. Av. La Balsa No. 7343 Teléfono: (571) 337-0254 Fax: (571) 349-4542 Calle Comercio 1000004			
FECHA: 04 de abril de 2004			
Nombre de Consignatario: Import - Export La Guajira S.A. Dirección: Calle La Guajira, Edif. Oriental, Piso 4, Of. 410 Teléfono: (571) 389-3265 Fax: (571) 389-2374 Rep. Legal: Andrés del Campo Cabrea País: Bogotá, Colombia			
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	PRECIO \$K.
4.960	Cajas de Cartón	Aceite Comestible Vegetal de Soya NANDINA: 1507.90.00.00	40.000,00
3.000	Tambores de Plástico	Aceite Comestible Vegetal de Soya NANDINA: 1507.90.00.00	17.011,14
		FCA - Santa Cruz	57.011,14
		Flete Santa Cruz - Tambo Quemado	3.710,00
		FOB Frontera - Tambo Quemado	60.721,14
		Flete Tambo Quemado - Arica	1.590,00
		FOB - Arica	62.311,14
		Flete Marítimo Arica - Buenaventura	1.800,00
		Seguro	560,00
		CIF - Buenaventura	64.671,14
DATOS DE TRANSPORTISTA: Nombre de Empresa: Transporte Royal S.S.L. Modalidad de Transporte: Camión - Marítimo			
DECLARACION JURADA: Declaro bajo juramento que los datos contenidos en esta Factura Comercial son el reflejo fiel de la verdad y los precios indicados son los auténticamente pagados o a pagarse. Así mismo declaro que no existen convenios que permitan alterarlos en estos precios.			
			Firma y Sello

2.- LISTA DE EMPAQUE

<b>E</b>	REFERIDA A LA FACTURA N° : 2378 / 2003		
<b>LISTA DE EMPAQUE</b>			
EXPORTADORA LA CONCEPCION S.R.L. Av. La Bananca No. 7543 Teléfono: (591 3) 589 - 0254 Fax: (591 3) 329 - 4242 Santa Cruz - BOLIVIA			
NIT N° 2520454			
<b>FECHA : 04 de abril de 2003</b>			
CANTIDAD	CONTENIDO DE CADA UNIDAD	DIMENSIONES DE CADA UNIDAD	PESO DE CADA UNIDAD
4960 Cajas de Cartón	Aceite Comestible Vegetal de Soya	0.265x0.33x0.3 mts.	
3000 Tambores Plásticos	Aceite Comestible Vegetal de Soya	0.36x0.5x0.31 mts.	
Naturaleza del producto : Líquido <input checked="" type="checkbox"/> Sólido Frágil <input checked="" type="checkbox"/> Peligroso			
Recomendación de manejo : No Volcar, mercadería frágil.			
Número total de bultos : 7960 Volumen total : 300 m <sup>3</sup> Peso bruto total : 99.28821 Kgs.			
_____ Firma y Sello			





5.- DOCUMENTO DE TRANSPORTE

**CONTRATACION DEL TRANSPORTISTA  
(TERRESTRE, FLUVIAL, MARITIMO, AEREO)**

<b>Manifiesto Internacional de Carga por Carretera/Declaración de Tránsito Aduanero</b> <b>Manifiesto Internacional de Carga Rodoviaria/Declaración de Tránsito Aduanero</b>			
1 Nombre y domicilio del transportista / Nombre e identificación del transportista <b>TRANSPORTES ROYAL S.R.L.</b> <b>Carretera al Norte S.M. 10.5</b> <b>FACTO N° 00488</b>		3 Tipo de transporte <input checked="" type="checkbox"/> Terrestre	4 V 05
2 País de origen / País de destino <b>S. U. C. / NOROCC</b>		5 Lugar / Fecha <b>121 / 05.02.2002</b>	6 Fecha de emisión / Fecha del transporte
7 Nombre y país de destino / Nombre del destino y país de destino <b>SAO PAULO - BRASIL</b>			
8 Nombre y país de origen / Nombre del origen y país de origen <b>ATICA - CHINA</b>			
9 Nombre y domicilio del transportista <b>Transporte Royal S.R.L.</b> <b>Carretera al Norte S.M. 10.5</b>		10 País de destino / País de destino 11 País de origen / País de origen	
12 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		13 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
14 Número de transporte / Número de transporte <b>00. 0123456789</b>		15 Número de transporte / Número de transporte <b>20.000 kg.</b>	
16 Año / Año <b>1997</b>		17 Año / Año 18	
19 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		20 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
21 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		22 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
23 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		24 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
25 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		26 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
27 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		28 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
29 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		30 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
31 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		32 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
33 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		34 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
35 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		36 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
37 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		38 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
39 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		40 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
41 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		42 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
43 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		44 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
45 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		46 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
47 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		48 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
49 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		50 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
51 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		52 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
53 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		54 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
55 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		56 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
57 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		58 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
59 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		60 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
61 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		62 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
63 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		64 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
65 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		66 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
67 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		68 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
69 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		70 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
71 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		72 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
73 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		74 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
75 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		76 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
77 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		78 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
79 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		80 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
81 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		82 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
83 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		84 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
85 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		86 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
87 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		88 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
89 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		90 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
91 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		92 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
93 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		94 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
95 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		96 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
97 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		98 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	
99 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>		100 Tipo de transporte <b>TERRESTRE</b>	

OFICINA ADUANA DE PARTIDA - MONTE MA - ALFARBENSA DE PARTIDA

## ANEXOS

### III.- LISTADO DE INSTITUCIONES RELACIONADAS AL COMERCIO EXTERIOR

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural  
Telf.: (591-2) 2 368791 - Fax: (591-2) 2129213  
Palacio de Comunicaciones Piso 20  
Av. Mariscal Santa Cruz  
E-mail: [contacto@desarrollo.gov.bo](mailto:contacto@desarrollo.gov.bo)  
[www.desarrollo.gov.bo](http://www.desarrollo.gov.bo)  
La Paz

Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones  
Telf.: (591-2) 2124240 - Fax: (591 2) 2360534  
Palacio de Comunicaciones Piso 17  
Av. Mariscal Santa Cruz  
La Paz

Viceministerio de Micro y Pequeña Empresa  
Telf.: (591-2) 2124240 - Fax: (591 2) 2360534  
Palacio de Comunicaciones Piso 17 - Av. Mariscal Santa Cruz  
La Paz

Viceministerio de Producción Industrial a Mediana y Gran Escala  
Telf.: (591 2) 2124240 - Fax: (591 2) 2360534  
Palacio de Comunicaciones Piso 17  
Av. Mariscal Santa Cruz  
La Paz

Ministerio de Relaciones Exteriores  
Calle Ingavi esq. Junín  
Telf.: (591-2) 2 408189/central piloto 2 408900  
Fax: (591-2) 2 408642/2 408905/2 408934  
<http://www.rree.gov.bo>  
La Paz

Viceministerio de Relaciones Exteriores  
Telf.: (591-2) 2406884/2408330 - Fax: (591-2) 2 408642  
Calle Ingavi esq Junín  
La Paz

Viceministerio de Relaciones Económicas  
y Comercio Exterior  
Telf.: (591-2) 2408067 - Fax: (591-2) 2408642  
Calle Ingavi esq. Junín  
La Paz

PROMUEVE BOLIVIA  
Avenida Camacho, Esquina Calle Bueno, Edificio Viceministerio de Comercio y Exportaciones  
Telf.: (591-2) 2 336886 - Fax: (591-2) 2 336996  
E-mail : [contacto@promueve.gob.bo](mailto:contacto@promueve.gob.bo)  
[www.promueve.gob.bo](http://www.promueve.gob.bo) - Casilla 13028  
La Paz

Ministerio de Planificación del Desarrollo  
Telf.: (591-2) 2116000 - Fax: (591-2) 2318473  
Dirección: Av. Mariscal Santa Cruz No. 1092  
E-mail: planificacion@gov.bo  
www. planificacion.gov.bo  
La Paz

Instituto Boliviano de Normas  
y Calidad - IBNORCA  
Telf.: (591-2) 2223738 - Fax. (591-2) 2223410  
Av. Bush 1196 Miraflores - Casilla No. 5034  
E-mail: info@ibnorca.org - www.ibnorca.org  
La Paz

Instituto Nacional de Estadística - INE  
Telf.: (591-2) 2 222333,2 220327 - Fax: 2 222885  
Calle Carrasco No. 1391 - www.ine.gov.bo  
La Paz  
Aduana Nacional de Bolivia  
Telefax: (591-2) 2 128008  
Dirección: Edif. Aduana, Av. 20 de Octubre N° 2038  
Casilla No. 13058 - www.aduana.gov.bo  
La Paz

Servicio de Impuestos Internos  
Calle Ballivián No. 1333  
Telf.: (591 2) 2204411 - Fax: (591 2) 2203572  
www.impuestos.gov.bo  
La Paz

#### UNIDADE DE CERTIFICACION

Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones SENADEX.  
Av. Camacho Esquina Bueno Piso 5  
Telf. (591-2) 211362 / 2113621  
Fax: (591-2)2372055

#### CAMARAS DE EXPORTADORES

Cámara Nacional de Exportadores - CANEB  
Telf.: (591-2)2 440943 -2441491 - Fax. (591 2) 2 441491  
Av. Arce esq. Goitia Nro. 2017 - Casilla No. 12145  
E-mail:  
La Paz

Cámara de Exportadores de La Paz- CAMEX  
Telf.: (591-2) 2444310 - 2442832 - Fax. (591-2) 2442842  
Av. Arce Esq. Gotilla N° 2017 - Casilla No. 789  
E-mail: camex@entelnet.bo  
La Paz

Cámara de Exportadores de Santa Cruz - CADEX  
Telf.: (591-3) 3 3517314 - Fax. (591-3) 3 321509  
Av. Velarde No 131-135 - Casilla No. 3440  
E-mail: cadex@cadex.org - www.cadex.org  
Santa Cruz

CAMARA DE EXPORTADORES DE COCHABAMBA - CADEXCO  
Av. Killman (Antigua terminal de salidas del aeropuerto Jorge Wilsterman)  
Telf.: (591-4) 4113396 - E-mail: cadexco@entelnet.bo - Casilla: 2735  
Cochabamba

Cámara de Exportadores de Tarija - CADEXSTAR  
Telefax: (591-4) 6663280 - E-mail: caincotar@cosett.com.bo  
cadextar@olivi.tja.entelnet.bo  
Calle 15 de Abril No. 259 - Casilla No. 282  
Tarija

Cámara de Exportadores del Noroeste - CADEXNOR  
Calle Antenor Vázquez s/n - Telf.: (591-3) 8522099 - Fax: (591-3) 8523359  
E-mail: cadexnor@cadexnor.org.bo - wwwwl: cadexnor.org.bo  
Riberalta - Beni

Cámara de Exportadores de Oruro - CADEXOR  
Telefax: (591-2) 5280350 - E-mail: cadexnor@entelnet.bo  
Calle Adolfo Mier No. 652 y Soria Galvarro - Casilla: 802  
Oruro

Cámara de Industria y Comercio de Chuquisaca  
Telf.: (591-4) 6451194 / 6451724 - Fax: (591-4) 6451850  
E-mail: cicch@entelnet.bo - Calle España No. 64 - Casilla No. 33  
Sucre

Cámara de Exportadores de Potosí  
Calle Sucre, Edif. YEYOS, Of. 23 - Tef.: (591-2) 6120481  
Fax: (591-2) 26227697 - E-mail: cpromex@cotapnet.com.bo  
Potosí

Cámara Nacional de Industrias  
Telf.: (591-2) 2 366851, 2 366925, 2 374477 - Fax: (591-2) 2 362766  
E-mail: cni@entelnet.bo - www.bolivia-industry.com - Casilla No. 611  
Av. Mariscal Santa Cruz N° 1392, Edificio Cámara de Comercio Piso 14  
La Paz

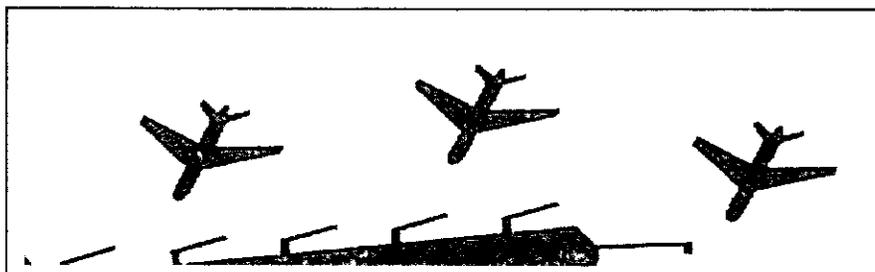
Cámara Nacional de Comercio - FUNDEMPRESA  
Telf.: (591-2) 2 378606 - Fax: (591-2) 2 391004  
Av. Mariscal Santa Cruz No. 1392, Edificio Cámara de Comercio piso 1  
Casilla No. 7 - E-mail: cnc@BoliviaComercio.org.bo  
www.BoliviaComercio.org.bo  
La Paz



Dirección de Tráfico Internacional  
Coordinación de Fronteras y Tráfico Federal

**Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza**  
Área Control de Cargas Comerciales

# **GUIA GENERAL de REQUISITOS y PROCEDIMIENTOS de TRÁMITES**



Aeropuerto Internacional de Ezeiza  
2009

## INDICE

Índice .....	1
Introducción.....	2
Datos útiles de la IVSE.....	3
Modelo de "Solicitud de Intervención".....	4
<b>INTERVENCIONES DE EXPORTACIÓN</b>	
Exportación de productos, subproductos y derivados de origen animal .....	5
Exportación de productos lácteos y apícolas.....	6
Exportación de productos farmacológicos de uso veterinario .....	7
Firma del Certificado Sanitario de Exportación Definitiva.....	8
Secuencia operativa de exportación de productos, subproductos y derivados de origen animal (FLUJOGRAMA) .....	9
Firma de Certificados Zoosanitarios de Exportación de caninos y felinos domésticos.....	10
Caninos y Felinos domésticos: consideraciones particulares .....	11
Exportación de Caninos y Felinos domésticos.....	12
Exportación de animales vivos; huevos fértiles; material reproductivo animal y trofeos de caza.....	13
<b>INTERVENCIONES DE IMPORTACION</b>	
Importación de productos, subproductos y derivados de origen animal.....	14
Importación de animales vivos.....	15
Importación de animales vivos: Consideraciones particulares.....	16
Importación de Material Reproductivo Animal .....	17
<b>REIMPORTACIONES</b>	
Autorización de Reingresos de productos y/o animales vivos.....	18
Modelo de nota de reingresos.....	19
<b>INTERVENCIONES de TRANSITOS ENTRE TERCEROS PAISES</b>	
Tránsitos entre Terceros Países: ingreso terrestre.....	20
Tránsitos entre Terceros Países: intra-aeroportuario.....	21



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Área Control de Cargas Comerciales

## **GUIA DE GENERAL de REQUISITOS y PROCEDIMIENTOS de TRAMITES**

### **INTRODUCCIÓN**

La Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza (IVSE) - Área Control de Cargas Comerciales – destacada en el Puesto de Frontera habilitado del Aeropuerto Internacional de Ezeiza; tiene la misión de ejecutar las acciones de responsabilidad del SENASA en las actividades del comercio internacional de animales vivos, material reproductivo animal y productos, subproductos y derivados de origen animal de su competencia.

A su vez, los propósitos de la misma son: a) impedir el ingreso al territorio nacional de agentes etiológicos, plagas vegetales y enfermedades animales de alto riesgo y zoonosis que puedan ser vehiculizadas por cargas comerciales y equipajes de pasajeros internacionales y que puedan convertirse en un riesgo para la Salud Pública y el estatus fito-zoosanitario de la República Argentina; y b) garantizar que las exportaciones cumplan con las exigencias de los países compradores, favoreciendo la preservación de los mercados internacionales y la confiabilidad de la certificación sanitaria del SENASA y de la República Argentina.

Para ello se vale de distintas acciones que abarcan desde la supervisión y los distintos controles físicos sobre la mercadería y/o los animales vivos, hasta la rigurosa constatación documental para verificar el cumplimiento de los requisitos que establece el nivel central del SENASA.

El objeto de esta Guía es resumir toda la documentación que debe presentar el usuario a efectos de agilizar los trámites y poder cumplir a su vez con toda la reglamentación vigente.



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

## DATOS UTILES

- PUESTO de FRONTERA:** Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza (IVSE)  
Area Control de Cargas Comerciales.
- UBICACIÓN de la OFICINA:** Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza
- TERMINAL de CARGAS ARGENTINAS (T.C.A.)  
Bodega de Exportaciones, Depósito C.  
Autopista Richieri s/n (1802)
- Aeropuerto Internacional de Ezeiza  
Buenos Aires, Argentina.
- DIAS y HORARIOS de ATENCIÓN:** Lunes a viernes de 9:00 a 17:00 (horario oficial).  
Las 24 horas los 365 días del año: a solicitud del usuario mediante la modalidad de servicios extraordinarios requeridos por particulares.
- FORMULARIO PARA INICIAR CUALQUIER TRAMITE:** "Solicitud de Intervención":  
(AVISO PREVIO) se puede presentar con 24 horas de antelación personalmente en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por fax.
- TELEFONO / FAX de la IVSE:** (54 11) 5480-6521  
(54 11) 4480-0020
- CELULAR CORPORATIVO:** # 511
- Web:** [www.senasa.gov.ar](http://www.senasa.gov.ar)  
**E-mail:** [ivse@senasa.gov.ar](mailto:ivse@senasa.gov.ar)  
[icalasci@senasa.gov.ar](mailto:icalasci@senasa.gov.ar)

# SENASA

Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

**SOLICITUD DE INTERVENCIÓN N°** .....

(a ser asignado por la IVSE)

Ezeiza, ...../...../..... a las .....hs.

Al Responsable de la  
Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

**Teléfono y fax N° 5480 – 6521**

Me dirijo a usted a fin de solicitar la presencia de personal de esa Inspección, a los efectos de intervenir en la operación cuyos datos se detallan en el presente formulario.

**TIPO DE OPERACIÓN** (Marcar con una cruz a la derecha de la operación que corresponda)

EXPORTACIÓN		RETORNO DE EXPORTACIÓN		TRANSITO	
IMPORTACION		FIRMA CERTIFICADO SANITARIO EXPORTACIÓN		OTRO	

PAIS DE ORIGEN / PAIS DE DESTINO: .....  
(Tachar lo que no corresponda excepto en caso de tránsito entre terceros países)

MERCADERIA .....

UBICACIÓN : Cámara – Depósito - Rampa – Sector: .....  
(en el caso de IMPORTACIONES de productos)

ANIMALES VIVOS .....

CANTIDAD .....

COMPAÑIA AEREA: ..... DIA Y HORA DEL VUELO: .....

**SOLICITO PRESENCIA DE PERSONAL DEL SENASA PARA EL**

**DIA Y MES** ..... **HORA** .....

**NOMBRE DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR / INTERESADO:** .....

**DOMICILIO:** ..... **TELEFONO:** .....

Declaro conocer la normativa vigente y las pautas operativas de aplicación por el SENASA y por otros Organismos que pudieran estar involucrados en esta operación. A efectos de su validez, deberán cumplimentarse TODOS los datos solicitados.

**LOS DATOS CONSIGNADOS TIENEN EL CARÁCTER DE DECLARACIÓN JURADA**

## RESERVADO PARA EL SENASA

N° de recepción otorgado: .....

Recibido el ...../...../..... a las ..... Hs

Firma y aclaración: .....

Firma y aclaración del interesado



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la EXPORTACIÓN de PRODUCTOS,  
SUBPRODUCTOS y DERIVADOS de ORIGEN ANIMAL.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- Certificado Sanitario de Exportación Definitivo (CSED): copia (2)
- Certificado Sanitario de Exportación Provisorio (CSEP): copia firmada en original (2)
- Permiso de Embarque para Exportación provisorio (original + 1 copia) (3)
- Despacho de exportación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia. (4)
- Factura ó Remito de la carga: copia.
- Guía Aérea de salida: copia.
- Solicitud de Autorización de Exportación: original y copia. (5)

(1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521.

(2) Se tramita en la Coordinación de Exportación de Productos de la D.T.I. del SENASA (Paseo Colón 417 PB – Capital Federal) Tel 4121-5485 / 5486 ó en las distintas Oficinas del interior del país autorizadas a emitir Certificados (CSED) y en esta Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza, Area Control de Cargas Comerciales: Tel. (54 11) 5480-6521

(3) Lo extiende el Veterinario Oficial en el Establecimiento de origen habilitado para exportar a ese destino.

(4) En caso de corresponder.

(5) Para exportaciones de PRODUCTOS LACTEOS y APICOLAS.



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la EXPORTACIÓN de  
PRODUCTOS LÁCTEOS y APÍCOLAS.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- Certificado Sanitario de Exportación Definitivo (CSED): copia (2)
- Solicitud de Autorización de Exportación: original y copia; debidamente cumplimentada al dorso en la sección "verificación". (3)
- Despacho de exportación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
- Factura ó Remito de la carga: copia.
- Guía Aérea de salida: copia.

(1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521.

(2) Se tramita en la Coordinación de Productos Lácteos y Apícolas de la D.T.I. del SENASA (Paseo Colón 417 PB – Capital Federal) Tel 4121- 5268 / 5269; en los casos que el país de destino lo requiera.

(3) Se tramita en la Coordinación de Productos Lácteos y Apícolas de la D.T.I. del SENASA (Paseo Colón 417 PB – Capital Federal) Tel 4121- 5268 / 5269



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la EXPORTACIÓN de  
PRODUCTOS FARMACOLÓGICOS de uso VETERINARIO.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- "Autorización de Exportación" del SENASA: original (2)
- Despacho de exportación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza:  copia.
- Factura ó Remito de la carga:  copia.
- Guía Aérea de salida:  copia.

(1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521.

(2) Se tramita en la Dirección de Agroquímicos, Productos Farmacológicos y Veterinarios (D.A.P.F.y V.) del SENASA (Paseo Colón 417 PB – Capital Federal) Tel 4121- 5494 / 5372.



**GUIA PARA LA TRAMITACIÓN del CERTIFICADO SANITARIO de EXPORTACIÓN DEFINITIVO (CSED) de productos, subproductos y derivados de origen animal ó mercaderías que contengan entre sus componentes ingredientes de origen animal.**

**A) REQUISITOS PREVIOS A LA INICIACIÓN DEL TRAMITE:**

- Inscripción en el REGISTRO de EXPORTADORES del SENASA, Resolución N° 492/01.(1)
- Credencial: Anexo II resolución 492/01 ó Nota de autorización. (1)

**B) DOCUMENTACIÓN a PRESENTAR en la IVSE:**

- Solicitud de Intervención ("Aviso previo") (2)
- Fotocopia constancia de Inscripción Res. 492/01 vigente.
- Solicitud de C.S.E.D. : formulario 2002 (3)
- C.S.E.P.: original (4)
- Anexo al CSEP (en los casos que corresponda)
- C.S.E.D.: formularios pre – impresos por triplicado; cumplimentados por el exportador.
- Anexo Estadístico de Exportación: formulario 2004

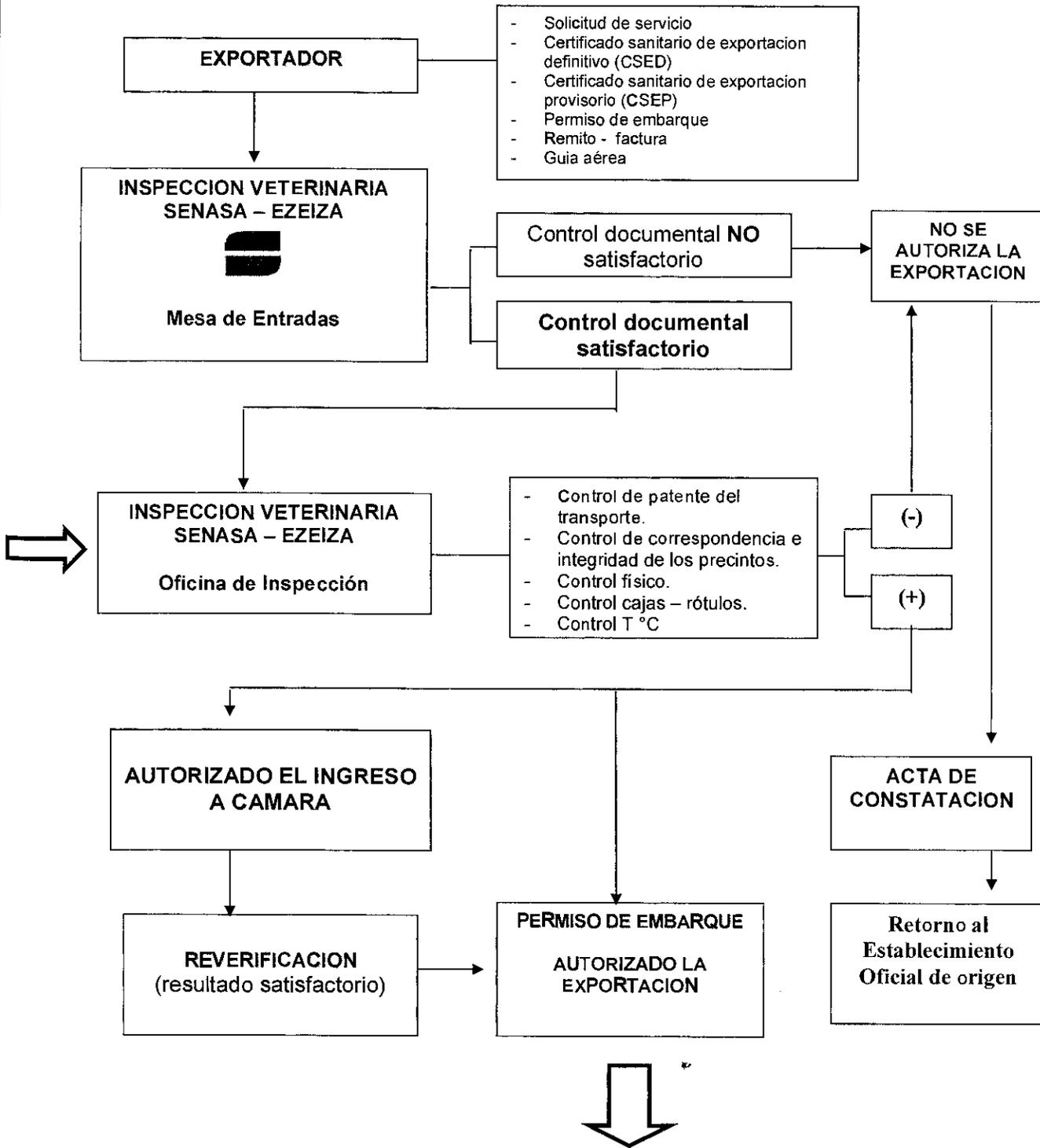
**C) PAGOS de los ARANCELES que correspondan (5)**

- (1) Se tramita en la Dirección de Tráfico Internacional del SENASA (Paseo Colón 417 PB Tel 4121-5255)
- (2) Entregar en la Mesa de entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521.
- (3) CSED: Certificado Sanitario de Exportación Definitivo.
- (4) CSEP: Certificado Sanitario de Exportación Provisorio.
- (5) Al momento de la presente (2008) son 3,20 pesos por cada copia.

# INSPECCION VETERINARIA SENASA EZEIZA

## Area Control de Cargas Comerciales

SECUENCIA OPERATIVA PARA CONVALIDAR UNA EXPORTACION DE PRODUCTOS,  
SUBPRODUCTOS Y DERIVADOS DE ORIGEN ANIMAL (Resolución SENASA 501/01)





Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

**GUIA PARA LA TRAMITACIÓN del CERTIFICADO ZOOSANITARIO de  
EXPORTACIÓN de CANINOS y FELINOS DOMESTICOS.**

**Presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza (IVSE):**

- **SOLICITUD de SERVICIO (“AVISO”)**

Se debe presentar con 24 horas de anticipación en la Mesa de entradas de la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza, personalmente ó enviar por fax al (54-11) 5480 – 6521.

- **CERTIFICADO de SALUD del ANIMAL (original)**

Extendido por un Médico Veterinario en su recetario ó del Hospital / Clínica al que pertenezca (con datos de su matrícula profesional) donde constarán los siguientes datos identificatorios de/los animal/es:

- nombre del propietario
- nombre del animal
- fecha de nacimiento del animal (edad)
- especie
- raza
- sexo
- pelaje

y además se certificará la ausencia de signos clínicos de enfermedad infecto – contagiosa propias de la especie al momento de la inspección.

- En el caso de hembras preñadas, se deberá indicar la aptitud para viajar.
- En el caso de cachorros, indicar la fecha de nacimiento (edad del animal).

- **PAGO DEL ARANCEL CORRESPONDIENTE**

Al momento de la presente (2008), son 13,20 pesos por certificado.

- **CERTIFICADO OFICIAL de VACUNACIÓN ANTIRRABICA (copia)**

Para animales mayores a 3 (tres) meses de edad. Deberá ser emitido por un Médico Veterinario en Formulario Oficial (Colegio Veterinario ó Consejo Profesional conteniendo todos los datos de la vacuna aplicada)

Nota: de acuerdo a la Normativa Comunitaria vigente, para la exportación de caninos y felinos domésticos con destino a la U.E. el Certificado Zoosanitario debe tramitarse únicamente en dependencias del Lazareto Cuarentenario Capital del SENASA (Av. Brasil y Balbín, Costanera Sur, Capital Federal, Tel. 4361-4632 ó 4362-5755)



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

**EXPORTACIÓN de CANINOS y FELINOS DOMESTICOS:  
CONSIDERACIONES PARTICULARES.**

**EXPORTACIÓN de CANINOS y FELINOS MENORES DE 90 DIAS**

Se debe presentar un Certificado Sanitario (original) extendido por el veterinario particular donde conste la edad (fecha de nacimiento) del cachorro; y la aptitud para realizar el viaje, debido a que por su tamaño son más vulnerables a los efectos de la deshidratación .

Los cachorros menores de 60 (sesenta) días NO serán autorizados a embarcar.

**EXPORTACIÓN de CANINOS y FELINOS a la U.E.**

De acuerdo a la Normativa Comunitaria vigente, para la exportación de caninos y felinos domésticos con destino a la U.E. el Certificado Zoosanitario debe tramitarse únicamente en dependencias del Lazareto Cuarentenario Capital del SENASA (Av. Brasil y Balbín, Costanera Sur, Capital Federal, Tel. 4361-4632 ó 4362-5755).

De acuerdo al Reglamento CE 1193/2005 los caninos y felinos domésticos procedentes de la República Argentina (a excepción de aquellos que hayan permanecido o transitado por provincias donde se hayan detectado casos de Rabia Urbana) quedan exceptuados de realizar la valoración de anticuerpos antirrábicos.

**EXPORTACIÓN de CANINOS y FELINOS a AUSTRALIA y/o NUEVA ZELANDIA**

Se debe firmar el Certificado Zoosanitario Internacional en el Puesto de Frontera de salida (Aeropuerto de Ezeiza).

El exportador y/o su representante deben presentar una jaula preparada (con agujeros en todos sus laterales, incluida la puerta) a efectos de que se le puedan colocar los precintos de SENASA.



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la EXPORTACIÓN de  
CANINOS y FELINOS.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- Certificado Zoosanitario de Exportación Internacional del SENASA: original y copia (2)
- Formulario de "Autorización Condicionada" debidamente cumplimentado (con número de Expte. de Aduana otorgado) por las autoridades de la D.G.A. Ezeiza (3).
- Despacho de exportación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
- Guía Aérea de salida: copia.

- (1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521.
- (2) Se puede tramitar en el Lazareto Cuarentenario Capital; en cualquier Delegación del SENASA que tenga profesional con firma internacional habilitada, y en la IVSE.
- (3) Se debe tramitar en forma previa al embarque del/los animal/les en la IVSE, mediante formulario ad-hoc.



REQUISITOS GENERALES para la EXPORTACIÓN de ANIMALES VIVOS;  
HUEVOS FÉRTILES; MATERIAL REPRODUCTIVO ANIMAL  
y TROFEOS de CAZA.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- Certificado Zoosanitario de Exportación: copia (2)
- Ficha filiatoria para la identificación del EQUINO: copia (3) (\*)
- Certificado extendido por el veterinario particular del equino: original (4)
- Certificado para Exportación de la Dirección de Fauna Silvestre: copia. (5)
- Certificado C.I.T.E.S.: copia (6)
- Certificado de Zootecnia del SENASA: copia (7)
- Despacho de Exportación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
- Factura ó Remito de la carga.
- Guía Aérea de salida: copia.

(\*) si al momento de la verificación del caballo con la correspondiente ficha de filiación no se constata su correcta correspondencia (pelaje, sexo, marcas, señas, remolinos, particularidades de la cara y de los remos) NO SE AUTORIZARA EL EMBARQUE DE ESE EQUINO POR ESTE PUESTO DE FRONTERA, y se procederá a labrar un Acta de Constatación.

- (1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE ó enviar por fax al (54 11) 5480 – 6521.
- (2) Se tramita ante la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 – Capital Federal) Tel. 4121-5427, ó en sus distintas dependencias.
- (3) Para la exportación de equinos.
- (4) Para la exportación de equinos: cuando se deban certificar determinados requisitos a solicitud del país de destino.
- (5) Ley 22.421 de Conservación de la Fauna. (en los casos que corresponda)
- (6) Para el caso de especies protegidas por el apéndice CITES (Convention International Trade in Endangered Species of wild fauna and flora)
- (7) En el caso de Material Reproductivo Animal. Se tramita ante la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 – Capital Federal) Tel. 4121-5427, ó en sus distintas dependencias.



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la IMPORTACION de PRODUCTOS,  
SUBPRODUCTOS y DERIVADOS de ORIGEN ANIMAL (\*)

Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza

- Solicitud de Intervención ó Aviso Previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- Aviso de Llegada (Formulario V, VI ó VII de la Resolución SENASA 816/02): original (2)
- 
- Monografía descriptiva de los procesos de elaboración, del sistema de envasado y proyecto de rótulo: copia.
- Certificado Sanitario Oficial del país de origen: original + 1 copia.
- Traducción del Certificado Sanitario al idioma castellano (de corresponder).
- Despacho de Importación de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
- Factura ó Remito.
- Guía Aérea de arribo.

(1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE o enviar por Fax al (54 11) 5480-6521

(2) Se tramita en la Coordinación de Importación de Productos de la Dirección de Tráfico Internacional del SENASA (Paseo Colón 417 Capital Federal) Tel 54 11 4121-5286.

**Formulario V:** destinado a consumo humano y/o animal.

**Formulario Vi:** destinado a la industria no alimentaria humana y/o animal.

**Formulario VII:** destinado a degustación, eventos especiales, análisis técnicos de calidad, empaque ú otros.

**Formulario VIII (Modelo de Nota):** Muestras declaradas como tales.



**REQUISITOS GENERALES para la IMPORTACIÓN de ANIMALES VIVOS  
(excepto caninos y felinos); y TROFEOS de CAZA**

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
  - "Solicitud de Importación" de Animales Vivos : original (2)
  - Certificado Zoosanitario Oficial del país de origen: original + 1 copia.
  - Traducción del Certificado Zoosanitario al idioma castellano (de corresponder).
  - Certificado de Zootecnia: copia (3)
  - Certificado para importación de la Dirección de Fauna Silvestre: copia. (4)
  - Certificado C.I.T.E.S. del país de origen: copia (5)
  - Certificado de la Dirección de Acuicultura: copia (6)
  - Despacho de Importación ó Solicitud Particular de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
  - Factura ó Remito: copia.
  - Guía Aérea de arribo: copia.
  - Comprobante del pago de los Aranceles.
- (1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE o enviar por Fax al (54 11) 5480-6521  
(2) Se tramita ante la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 Capital Federal) Tel. 54 11 4121-5427.  
(3) Para el caso de pollitos BB.  
(4) Ley 22.421 de Conservación de la Fauna. (en los casos que corresponda)  
(5) Para el caso de especies protegidas por el apéndice CITES (Convention International Trade in Endangered Species of wild fauna and flora)  
(6) Para el caso de peces ornamentales vivos, crustáceos e invertebrados.

**IMPORTANTE: Si el Certificado Zoosanitario no cumple la totalidad de los requisitos sanitarios vigentes; y/o no se tramitó la "Solicitud de Importación"; NO se autorizará el ingreso del/los animales por este Puesto de Frontera, debiendo el importador ó su representante proceder a reexportarlos.**



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Area Control de Cargas Comerciales

## IMPORTACIÓN DE ANIMALES VIVOS: CONSIDERACIONES PARTICULARES

### EQUINOS

Además de la documentación indicada precedentemente, se recomienda que el importador envíe por fax a esta Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza con la mayor antelación posible, el Certificado Zoosanitario que acompañará a los animales; a efectos de verificar si el mismo cumple con todos los requisitos sanitarios exigidos por la República Argentina para su ingreso al país.

### CANINOS y FELINOS

Los interesados en ingresar un canino y/o felino que proceda de algún país de Africa y/o Asia (excepto Japón) deberán tramitar en forma previa una "Solicitud de Importación" en dependencias de la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 – Capital Federal. Tel 4121 – 5427)

### REEXPORTACION de ANIMALES VIVOS

Si el Certificado Zoosanitario no cumple la totalidad de los requisitos sanitarios vigentes; y/o el interesado no tramitó la "Solicitud de Importación"; NO se autorizará el ingreso del/los animales por este Puesto de Frontera, debiendo el importador ó su representante proceder a reexportarlos.

En tal sentido, los requisitos son permanentemente comunicados y notificados a todas las compañías aéreas que operan en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza.

Asimismo estas consideraciones están contenidas en el manual "Reglamentación para el Transporte de Animales Vivos" que publica la IATA (Asociación del Transporte Aéreo Animal).

Por todo lo expuesto, de ocurrir uno de estos casos, se procede a labrar la correspondiente "Acta de Constatación" y a reenviar el/los animal/es hasta el país de origen.



REQUISITOS GENERALES PARA LA IMPORTACION DE MATERIAL REPRODUCTIVO  
ANIMAL

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- Solicitud de intervención ó Aviso previo, presentado con 24 horas de antelación (1)
- "Solicitud de Importación" de Material reproductivo: original (2)
- Certificado Zoosanitario Oficial del país de origen: original + 1 copia.
- Traducción del Certificado Zoosanitario al idioma castellano (de corresponder).
- "Certificado de Zootecnico de importación de semen" / "Certificado importación de embriones": copia (3)
- Poder otorgado por la Empresa importadora designando y autorizando a la persona que realizará la intervención: original (4)
- Despacho de Importación ó Solicitud Particular de la Dirección General de Aduana (DGA) Ezeiza: copia.
- Lista de empaque ("paking list")
- Factura ó Remito: copia.
- Guía Aérea de arribo: copia.
- Comprobante del pago de los Aranceles.

(1) Se puede entregar en la Mesa de Entradas de la IVSE o enviar por Fax al (54 11) 5480-6521

(2) Se tramita ante la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 Capital Federal) Tel. 54 11 4121-5427.

(3) Se tramita ante la Dirección de Cuarentena Animal del SENASA (Paseo Colón 367 Capital Federal) Tel. 54 11 4121-5427

(4) Debe ser otorgado por la Empresa a favor de la/s persona/s que realizarán la intervención; quedará archivada en la IVSE.



REQUISITOS GENERALES para la AUTORIZACIÓN de REINGRESOS de  
PRODUCTOS y/o ANIMALES VIVOS.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- "Solicitud de Intervención" ó Aviso previo. (1)
- "Solicitud de Autorización de REINGRESO": dirigida al Jefe de la IVSE en original según modelo Anexo I (2).
- Certificado Sanitario ó Zoosanitario de Exportación, extendido por el SENASA oportunamente, en original.
- Nota ó Acta confeccionada por la Autoridad Sanitaria Oficial del país de origen, indicando los motivos causales del rechazo, en original.
- Traducción al idioma castellano de la Nota ó Acta, en caso de corresponder.
- Despacho de Exportación de la Dirección General de Aduana (DGA): cumplido oportunamente: copia.
- Despacho de Reingreso de la Dirección General de Aduana (DGA) de Ezeiza: copia.
- Guía aérea ó B/L de salida: copia.
- Guía aérea de reingreso: copia.
- Constancia de registro como operador comercial (Resolución 492/01)

(1) Se puede entregar en la Mesa de entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521

(1) Solicitar Modelo de Nota en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza.



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Área Control de Cargas Comerciales

**MODELO de NOTA para SOLICITAR la AUTORIZACIÓN de REINGRESOS de PRODUCTOS y/o ANIMALES VIVOS (Anexo I).**

MEMBRETE DE LA FIRMA INTERESADA

Lugar y fecha

Al responsable del Puesto de Frontera Habilitado

Ref: Solicitud de reingreso

De nuestra consideración:

Nos dirigimos a Ud. a los efectos de solicitar se nos autorice el REINGRESO al país de la mercancía que se detalla:  
..... (describir e indicar ubicación) por el Puesto de Frontera Habilitado del Aeropuerto Internacional de Ezeiza el día  
.....

La mencionada mercancía fue exportada con destino a ..... según consta en el Permiso de Embarque cumplido de la  
DGA N° ..... del que se adjunta una copia, a bordo del vapor / vuelo (describir nombre, patente, etc) ..... el día  
..... amparada por el Certificado Sanitario Definitivo de Exportación del SENASA N° ..... de fecha ..... expedido en  
..... que se adjunta; siendo rechazada en dicho país por las razones que se detallan (describir)  
..... según Acta / Documento que se adjunta.

Esta mercancía procedía del Establecimiento ..... con habilitación oficial del SENASA N° ..... y fue exportada por la  
firma ..... solicitando por la presente la autorización de su traslado con CARÁCTER DE INTERVENIDA al  
Establecimiento ..... con habilitación oficial del SENASA N° ..... a los efectos de procederse a  
..... con conocimiento y autorización de las autoridades pertinentes del SENASA.

Firma y aclaración del responsable / representante de la Empresa



Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza  
Área Control de Cargas Comerciales

REQUISITOS GENERALES para la AUTORIZACIÓN de un TRANSITO entre  
TERCEROS PAISES

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- "Solicitud de Intervención" ó Aviso previo. (1)
- "Permiso Zoosanitario de Tránsito Internacional por Territorio Argentino" extendido por el SENASA en el Puesto de Frontera de ingreso al país: original y duplicado (2). (a)
- Certificado Sanitario ó Zoosanitario, extendido por la autoridad sanitaria oficial del país de origen: copia (3).
- Manifiesto Internacional de Carga por Carretera – Declaración de Tránsito Aduanero (MIC – DTA) copia. (a)
- Carta de Porte Internacional por Carretera (CRT): copia (a)
- Guía aérea de salida: copia (a).
- Guía aérea de llegada: copia (b).

TRANSITO ENTRE TERCEROS PAISES:

- a) Ingreso terrestre a la República Argentina por un Puesto de Frontera habilitado y salida del país vía aérea con intervención de la IVSE del Aeropuerto de Ezeiza.
- b) Ingreso aéreo a la República Argentina por el Aeropuerto de Ezeiza (con intervención de la IVSE) y egreso terrestre del país por otro Puesto de Frontera habilitado.

- (1) Se puede entregar en la Mesa de entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521
- (2) En los casos que el ingreso al país se realice por un Puesto de Frontera y el egreso por Ezeiza
- (3) Si el ingreso al país es por Ezeiza, debe presentar Certificado Sanitario ORIGINAL.



REQUISITOS GENERALES para la AUTORIZACIÓN de un TRANSITO entre  
TERCEROS PAISES: intra - aeroportuario.

**Documentación a presentar en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza:**

- "Solicitud de Intervención" ó Aviso previo. (1)
- Solicitud de Tránsito Internacional intra – aeroportuario: original y copia (2)
- "Permiso de Tránsito" extendido por el Nivel Central del SENASA: original y copia (3).
- Certificado Sanitario ó Zoosanitario, extendido por la autoridad sanitaria oficial del país de origen: copia.
- Guía aérea de entrada: copia.
- Guía aérea de salida: copia.
- Transbordo (TRAB) emitido por la DGA de Ezeiza : copia.

TRANSITO ENTRE TERCEROS PAISES:

- c) Ingreso aéreo a la República Argentina por el Aeropuerto de Ezeiza (con intervención de la IVSE) y egreso vía aérea por la misma compañía Aérea.
- d) Ingreso aéreo a la República Argentina por el Aeropuerto de Ezeiza (con intervención de la IVSE) y egreso vía aérea por otra compañía Aérea.

(5) Se puede entregar en la Mesa de entradas de la IVSE ó enviar por Fax al (54 11) 5480-6521

(6) Solicitar modelo y tramitar en forma previa en la Inspección Veterinaria SENASA Ezeiza, Area Control de Cargas Comerciales.

(7) En caso de corresponder.

**AUTORIZACIÓN de una IMPORTACION de POLLITOS BB**  
(Tareas realizadas en su totalidad por un Profesional Veterinario)

