

LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS: UN EXAMEN DE MEJORES PRÁCTICAS Y LECCIONES PARA PUERTO RICO

Segundo Informe

Sometido a: Fundación del Colegio de CPA de Puerto Rico

6 de diciembre de 2022

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	4
Aspectos Sobresalientes	5
Costa Rica como referencia de mejor práctica	6
Experiencias en jurisdicciones de los EE.UU.	9
Recomendaciones	10
1. Introducción	13
2. Mejores Prácticas en las Exportaciones de Servicios	15
2.1. Trasfondo sobre las exportaciones de servicios	15
2.2. “Best Practice” – Costa Rica	17
2.2.1. ¿Qué hace a Costa Rica un ejemplo?	18
2.2.2. ¿Qué factores explican ese éxito?	25
2.2.3. Puerto Rico y Costa Rica	26
2.3. Jurisdicciones en Estados Unidos	28
2.3.1. Programas estatales	30
3. Programa de Comercio y Exportación de Puerto Rico	34
4. Entrevistas a empresas beneficiarias de la Ley 60	37
ENTREVISTA COMPAÑÍA 1	37
ENTREVISTA COMPAÑÍA 2	39
ENTREVISTA COMPAÑÍA 3	40
ENTREVISTA COMPAÑÍA 4	41
ENTREVISTA COMPAÑÍA 5	43
ENTREVISTA COMPAÑÍA 6	45
ENTREVISTA COMPAÑÍA 7	46
ENTREVISTA COMPAÑÍA 8	47

5. Lecciones para Puerto Rico	50
6. Fuentes Consultadas.....	54
Apéndice A: Sectores de Servicios.....	58

Resumen Ejecutivo

Estudios Técnicos, Inc. (i.e., ETI) fue contratado por la Fundación del Colegio de CPA de Puerto Rico para llevar a cabo un estudio que sirva de base para el diseño de una política integrada sobre la exportación de servicios avanzados. La exportación de servicios está jugando un rol cada vez más importante en las economías en vías de desarrollo, permitiendo su conectividad al comercio internacional, algo que ha sido importante para el crecimiento y desarrollo económico de estas.

En Puerto Rico, diseñar una política dirigida al desarrollo de las exportaciones de servicios es importante ya que permitirá diversificar las exportaciones y ampliar el acceso a otros mercados. En este sentido, potenciar el desarrollo de la exportación de servicios basados en activos intangibles amplía los mercados, a la vez que reduce los costos transaccionales. Por otro lado, el diseño de un marco adecuado y balanceado de política pública que atraiga empresas foráneas interesadas en exportar servicios y permita el desarrollo de las condiciones internas necesarias para fomentar empresas locales que exporten servicios en áreas donde existen ventajas competitivas es fundamental.

El objetivo del estudio es insertar la discusión sobre la exportación de servicios en el contexto de las corrientes principales de comercio global, las nuevas manifestaciones de los procesos de inserción en la economía global, y las posibilidades para Puerto Rico, y proveer unas recomendaciones

El objetivo general del primer informe (Fase I) fue construir el marco de referencia que servirá para establecer las bases necesarias para expandir las exportaciones de servicios desde Puerto Rico a otros mercados. El marco conceptual incluyó una discusión sobre (i) la importancia de los activos intangibles en la exportación de servicios; (ii) los retos que enfrenta la cadena de suministros, la importancia que está asumiendo los servicios basados en activos intangibles para su funcionamiento, e implicaciones para la Isla; (iii) el marco legal vigente utilizado para fomentar la exportación de servicios; y (iv) las ventajas competitivas que tiene Puerto Rico. En el capítulo 6 del mismo se presentan las recomendaciones.

Este segundo informe (primero de la Fase II) complementa y amplía el primero, teniendo como objetivo central presentar, en un enfoque comparativo, las mejores prácticas en las exportaciones de servicios, y algunas lecciones para Puerto Rico. Se identificó como *Best Practice* a Costa Rica, economía que, por cierto, ha sido propuesta en algunos momentos como un modelo económico a seguir por Puerto Rico. Actualmente es una de las economías de la región de América Latina y el Caribe con éxito demostrado en exportaciones de servicios, como veremos más adelante.

El análisis comparativo incorpora también como ejemplos a cinco jurisdicciones en Estados Unidos – California, Florida, Georgia, Nueva Jersey, y Texas – que han alcanzado volúmenes considerables en exportaciones de servicios a países extranjeros, principalmente a Canadá, China, y la Unión Europea.

El informe concluye con unas lecciones preliminares para Puerto Rico, en base al análisis comparativo y evaluación de los programas de promoción, incluyendo el de Puerto Rico (Programa de Comercio y Exportación). Estas lecciones y recomendaciones se completarán con los resultados de las entrevistas a fondo que se llevarán a cabo, y que formarán parte del informe final.

Aspectos Sobresalientes

- El comercio de servicios ha adquirido mayor relevancia y peso en el comercio internacional gracias al conjunto de servicios que conforman lo que se conoce como las tecnologías de información y las comunicaciones, que dan paso a una mayor conectividad internacional, y facilitan enormemente la entrega de servicios.
- La digitalización, la automatización de procesos, el uso de inteligencia artificial y el análisis de datos son elementos importantes en la nueva dinámica comercial. Están asumiendo un rol de mayor peso en la gestión de los riesgos operacionales y de cumplimiento relacionados al funcionamiento adecuado de la cadena de suministros por *shocks* externos a la actividad comercial global.
- La economía digital representa un factor importante en el comercio internacional, incluyendo la exportación de servicios. Esta es clave para las pequeñas y medianas empresas pues ofrece unas herramientas que permite la conectividad con mayor facilidad a mercados globales, mediante el uso de comercio electrónico, acceso a servicios en la nube, plataformas *online*, entre varias opciones.
- En el caso de servicios exportables de Puerto Rico, el PIB generado se ha mantenido, en esencia, estable. Para el año fiscal 2020, ascendió a \$15,365.0 millones, de \$15,610.4 millones en el fiscal 2011.
- El empleo asalariado en servicios en Puerto Rico se ha ido reduciendo de 567,051 en el 2014 a 539,648 para el 2021, aunque su participación en el empleo total privado ha aumentado de 81.0% en el 2011 a 83.1% en el 2021.
- Algunas de las limitaciones que las pequeñas y medianas empresas confrontan para su gestión de exportación de servicios son: conectividad inadecuada, limitaciones en habilidades para satisfacer los requisitos con necesidades de

clientes potenciales, conocimiento limitado de los beneficios que la digitalización aporta, y acceso a fuentes de financiamiento.

- Existe un marco regulatorio para fomentar la exportación de servicios (Ley 20 de 2012 - "Ley para Fomentar la Exportación de Servicios" y la Ley 73 del 2008 - "Ley de Incentivos Económicos para el Desarrollo de Puerto Rico")¹. Bajo la Ley 20 se radicaron 835 decretos, de los cuales se aprobaron 490 decretos, creando 958 empleos. Bajo la Ley 73 se aprobaron 48 decretos, generando 2,015 empleos.

Costa Rica como referencia de mejor práctica

- Costa Rica fue seleccionado como un ejemplo de mejor práctica, ya que ha sido presentado a Puerto Rico como un modelo de economía pequeña a seguir, distinguiéndose, entre varios factores, por características demográficas similares, por condiciones de satisfacción de la demanda local y atender la externa (mediante exportaciones) y, estrategias de las firmas. En los últimos años su economía se ha vinculado más a las cadenas globales de alto valor añadido, con una mano de obra cada vez más cualificada.
- Aunque Puerto Rico mantiene unas ventajas respecto a Costa Rica; por ejemplo, un valor más alto de sus exportaciones y cualificaciones de su mano de obra, el análisis comparativo de Castro-González et.al. (2014) revela que "Puerto Rico debe de mejorar su exportación de servicios, en donde aparece con una puntuación muy baja."²
- Además, Costa Rica es sede de operaciones de empresas multinacionales para sus exportaciones *offshoring* de servicios destinadas a Estados Unidos, Asia, y Europa. Las exportaciones de servicios de tecnología, informática y comunicaciones (TIC) representan el 7.6% de su PIB, una proporción mayor que la de varias de las economías grandes de la región, como Argentina, Brasil, y Chile, con un valor total de \$9.0 billones en el 2021 comparado a \$2.2 billones en el 2002 (\$3.9 billones corresponden a servicios TIC-relacionadas, la mayoría hechas por compañías grandes).
- Según cifras de la Junta de Planificación de Puerto Rico, la brecha existente entre Costa Rica y la Isla en términos de las exportaciones totales de servicios (incluyendo las relacionadas con TIC) es significativa. Las exportaciones totales

¹ Estas leyes ahora forman parte de la Ley 60-2019 conocida como la Ley de Incentivos de Puerto Rico.

² Segundo Castro-González, Jesús Peña-Vinces, y Alex J. Ruiz-Torres (2014). Estudio intrapaíses de la competitividad global desde el enfoque del doble diamante para Puerto Rico, Costa Rica y Singapur. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Elsevier, 20, Issue 3 (Septiembre-Diciembre 2014). P. 126. En: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252313000506>

de servicios de Puerto Rico en el año fiscal 2019 ascendieron a \$4.4 billones, mientras que las de Costa Rica fueron de \$9.0 billones, de las cuales las correspondientes a TIC-relacionadas fueron \$29.1 millones, respecto a los \$4.0 billones de Costa Rica.

- No obstante, estimados recientes del *U.S. Bureau of Economic Analysis* para Puerto Rico sugieren que el monto total de las exportaciones de servicios es mayor, \$14.3 billones en el 2019, lo que implica que es posible que las exportaciones de servicios sean mayores a los estimados oficiales.
- Los servicios TIC exportados se han concentrado en el desarrollo de programados (*softwares*) para los procesos de administración de negocios, en particular a mercados de Europa Oriental y Asia. La exportación de estos servicios desde Costa Rica ha estado facilitada por la red extensa de telecomunicaciones interna y externa, y por la comunidad de desarrolladores de programados, en donde ocupa la posición número dos en la región.
- En el área de mercadeo digital la proporción de los servicios que son exportados a nivel internacional es importante.
- Su régimen de incentivos tiene como base el Régimen de Zonas Francas. Los incentivos contributivos para la inversión extranjera incluyen la eliminación de aranceles (tarifas) a las importaciones de los bienes e insumos que se utilicen, eliminación de impuestos sobre ingresos, a las exportaciones, y al capital; ahorros contributivos en el caso de reinversión.
- Los beneficios e incentivos contributivos están estandarizados, aplican a cualquier empresa según su tipo de operación; no es necesario negociar caso por caso, los incentivos se otorgan al inversionista que cumpla con los requisitos.
- Costa Rica ocupa el tercer lugar en América Latina en cuanto a destrezas en codificación y programación, lo que se ha logrado enfatizando la enseñanza en inglés, ocupando el segundo lugar en América Latina en el índice mundial de dominio del inglés.
- Costa Rica es signatario de varios acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, Canadá, Chile, China, México, Perú, Singapur, y Corea del Sur. Esto le ha abierto oportunidades de mercado en condiciones favorables. Recientemente, junto con Panamá y la República Dominicana establecieron un acuerdo comercial común para promover sus países como lugares de oportunidades para el *Nearshoring* y obtener ventajas en costos similares a los que ofrece China, tomando como base sus zonas francas.

- Un factor adicional importante que surge es la brecha entre los salarios en ambas economías, siendo mayor en Puerto Rico.
- El apoyo a las Pymes locales se ofrece a través de PROCOMER, la entidad promotora de comercio exterior, algo parecido a la entidad local en Puerto Rico, el Programa de Comercio y Exportación (véase el capítulo 3). En el caso de las exportaciones de servicios ofrece apoyo a una gama de servicios, entre ellos los intensivos en conocimiento tales como empresariales, tecnologías de información y comunicación y los de transformación.
- Puerto Rico tiene el Programa de Comercio y Exportación (PCE), adscrito al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio. Su función es desarrollar el comercio, enfatizando las Pymes, y las exportaciones de bienes y servicios a mercados externos, fundamentalmente países extranjeros. Comparado con PROCOMER, que tiene una gama de funciones mucho más amplia, el PCE está mucho más limitado en cuanto a programas, incentivos, y estrategias, y presupuesto, pero en términos generales hay similitudes.

Comparación de los programas de promoción de exportaciones de Costa Rica y Puerto Rico para las Pymes

Función/Servicios	PROCOMER	Programa de Comercio y Exportación*
Año de fundado	1996	2003**
Proveer apoyo técnico y financiero al departamento del gobierno responsable del comercio exterior para el cumplimiento de sus funciones, y a la entidad promotora de inversión externa.	✓	
Gestora del comercio exterior de bienes y servicios.	✓	
Apoyo a la creación de nuevas empresas.	✓	
Diseño y coordinación de programas relativos a exportaciones de bienes y servicios, e inversiones, junto con organismo promotor de inversiones del exterior.	✓	
Desarrollo de programas de capacitación e innovación para las empresas locales, que exportan o tienen el potencial para exportar.	✓	✓
Incentivos contributivos a las PYMES.	✓	✓
Desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios.	✓	✓
Desarrollo de negocios mediante misiones comerciales.	✓	✓
Detectar oportunidades comerciales en diferentes mercados, y desarrollar estudios de mercado.	✓	✓
Facilitar crédito e inversión.	✓	
Programas dirigidos específicamente para la exportación de servicios.	✓	
Incentivos a PYMES para exportar bienes o servicios.	✓	✓***
Desarrollo de PYMES como proveedoras a empresas exportadoras.	✓	
Programa de proceso de aceleración para exportar para PYMES exportadoras de programados.	✓	
Identificación de empresas con potencial de exportación.	✓	✓
Apoyo al exportador para que logre vender a través de plataformas en línea.	✓	✓
Presupuesto anual	\$34.4 millones	\$14.1 millones****

Fuentes: PROCOMER (2022); Programa de Comercio y Exportación, Departamento de Desarrollo Económico y Comercio; Oficina de Gerencia y Presupuesto.

* Es parte del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

** El programa tiene su origen en el 1960, bajo el antiguo Departamento de Comercio.

*** A través del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

**** De los cuales el 25.0% corresponde a la partida de pago de pensiones.

- Lo anterior apunta a que, en el caso de Costa Rica, el éxito en la estrategia de promoción de la exportación de servicios se atribuye a una combinación de

factores internos, incluyendo la política económica adoptada que ha estado centrada en el esquema de incentivos establecidos, en mejorar la capacitación del recurso humano y gubernamental, como también la apertura a la economía internacional, aprovechando la nueva dinámica comercial y financiera.

- No obstante, a pesar de los logros alcanzados, confronta limitaciones que afectan su sector TIC y posiblemente también a las Pymes exportadoras de servicios, por ejemplo, en el acceso a financiamiento, en la infraestructura de telecomunicaciones disponible, y en el diseño e implementación de políticas gubernamentales para el comercio exterior, la inversión e industria.

Experiencias en jurisdicciones de los EE.UU.

- El análisis de jurisdicciones a nivel de los Estados Unidos incluyó los siguientes estados: California, Florida, Nueva Jersey, Texas y Georgia.
- En todas las jurisdicciones, el empleo en los servicios (excluyendo Administración Pública) representa una mayor proporción del empleo no agrícola (65.3%) comparado a Puerto Rico, en particular, Florida y Nueva Jersey. Esto responde a la proporción alta del empleo en administración pública en la Isla (23.3%), relativo a la de las cinco jurisdicciones cuya proporción promedió 4.2%.
- En el caso de sectores importantes en las exportaciones de servicios, como los de Información, y Profesional, Científico y Administración, en Puerto Rico la participación compara favorablemente con las jurisdicciones evaluadas.
- Por el lado de las exportaciones, destaca el estado de California, con el monto mayor de todos los estados, \$162.0 billones, seguido por el estado de Texas, con \$66.3 billones. En ambos prevalecen las exportaciones de servicios de viajes, regalías y derechos de licencia (en California, reflejo de su industria de informática y fílmica), de transportación, y telecomunicaciones.
- Las jurisdicciones no tienen un programa dirigido específicamente a la exportación de servicios (exceptuando hasta cierto punto California, Florida y Texas que incluyen bienes), aunque también las promueven, haciendo a Puerto Rico algo particular. Al igual que los estados, el PCE de Puerto Rico hace uso también de los programas federales (menos el EXIM Bank).
- Un factor que explica el volumen tan alto de sus exportaciones de servicios en las jurisdicciones evaluadas es la base económica amplia que tienen, en particular California y Texas. Por otro lado, hay que destacar en el caso de Florida la importancia que tiene sus centros de transportación marítima y aérea.

Recomendaciones

Tomando como punto de partida la evaluación de la experiencia de Costa Rica y otras jurisdicciones de los Estados Unidos se presentan las siguientes recomendaciones:

1. El Programa de Comercio y Exportación (PCE) debería de establecer un programa separado dedicado exclusivamente a la promoción de las exportaciones de servicios, con énfasis particular en las Pymes, algo que ya adoptó en el caso de empresas similares en la manufactura.
2. En el caso de las exportaciones de servicios, adoptar un énfasis particular a aquellos intensivos en conocimiento relacionados a servicios TIC. En estos sectores hay una demanda alta en servicios tecnológicos en donde las empresas locales tienen capacidades ya establecidas.
3. El apoyo en cuanto a financiamiento y créditos es importante, en particular para aquellas empresas que están comenzando. Aunque el PCE tiene un programa de incentivos para las Pymes (como, por ejemplo, contributivos, para actividades de mercadeo y Pymes innovadoras), la oferta sigue limitada. Lo que recibe Puerto Rico, por ejemplo, bajo el programa federal STEP es bien poco. En este sentido debe auscultarse lo siguiente:
 - a. Utilizar al Banco de Desarrollo Económico como la entidad de apoyo para proveer financiamientos a Pymes enfocadas en la exportación de servicios. Sin embargo, esto requerirá implementar un plan de recapitalización del banco para ampliar sus posibilidades de financiamiento.
 - b. Otra forma sería establecer un programa en conjunto con el EXIM Bank de Estados Unidos, entidad que provee financiamientos a empresas norteamericanas (incluyendo a Puerto Rico) en sus exportaciones de bienes y servicios a países extranjeros. A principios de los noventa se estableció algo parecido con el EXIM Bank, pero luego fue descontinuado.
4. Las iniciativas que involucran al sector privado en la gestión exportadora son importantes, como lo demuestra las experiencias de California, Texas, y Florida, es decir, el establecimiento de una alianza público-privado. Esto requerirá, por una parte, del interés del sector privado a través de algunas de sus organizaciones de cúpula (por ejemplo, la Cámara de Comercio). Ya existe un mecanismo similar, la Ley Núm. 201 del 2014, que creó la Junta de Comercio Exterior, adscrita al DDEC.³ Aparentemente no se ha activado o reactivado.

³ LexJuris (2022). Ley Núm. 201 del Año 2014. Creación de la Junta de Comercio Exterior. En: <https://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2014/lexl2014201.htm>

5. El PCE debe desarrollar una plataforma que conecte a las Pymes con compradores de servicios del exterior, facilite las transacciones e integre en un solo lugar las diferentes fuentes de financiamiento disponible para las empresas exportadoras de servicios.
6. Aunque Puerto Rico no puede competir en costo laboral con Costa Rica, si puede ampliar su base de recursos técnicos de calidad para satisfacer la demanda que no pueda suplirse en este país o cualquier otro que compite en costos con la Isla. Esto requerirá:
 - El fortalecimiento del sistema educativo, incluyendo establecer una política educativa K-12 clara.
 - Darle continuidad y expandir los acuerdos colaborativos entre las empresas, las universidades y el gobierno para identificar las necesidades en términos de destrezas y atemperar los currículos y programas académicos a las transformaciones en el mercado laboral.
7. Debe realizarse una evaluación amplia del ecosistema empresarial (Pymes) de la Isla para tener visibilidad de quienes son las empresas (aquellas que son beneficiarias de decretos otorgados por el Código de Incentivos bajo la Ley 60 y las que no se benefician actualmente), entender en que sectores operan, precisar en qué etapa de desarrollo se encuentran, y diseñar política pública dirigidas a atender sus necesidades específicas.
8. Evaluar si los incentivos establecidos bajo la Ley 60 en el área de exportación de servicios es adecuada para lograr el objetivo de ampliar el desarrollo de las Pymes locales y su potencial de exportación. El Censo recomendado en el punto (7) debe proveer una idea clara de las características específicas de estas empresas, algo que es fundamental para diseñar una estructura de incentivos que se ajuste a las realidad de las empresas según la etapa del ciclo de desarrollo en la que se encuentren.
9. Costa Rica ha logrado desarrollar sus exportaciones de servicios, en particular los vinculados con TIC comparado con Puerto Rico. La experiencia muestra que hay áreas de mejorar para Puerto Rico. Se debe:
 - Incorporar, más allá de la Ley 60, una estrategia explícita de promoción de exportación de servicios.
 - Elaborar un plan anual de desarrollo estratégico en el área del fomento de empresas, con el objetivo de promover mejores programas y servicios,

todos ellos con acciones específicas ejecutables, en donde podría contar con el insumo de la Junta de Comercio Exterior.

10. Una descripción detallada de los instrumentos y mecanismos de los que dispone PROCOMER (ver tabla abajo) provee un marco de referencia para la adopción de medidas similares para mejorar la política pública en materia de exportación de servicios en la Isla:⁴

PROCOMER: Algunos programas de promoción de exportaciones de servicios relevantes

Programa Ramp Up	Entrenamiento que busca fortalecer la gestión empresarial de PYMES con objetivos de exportación encadenamientos, a través de asesoría personalizada enfocada en el desarrollo integral de modelos de negocios, basado en las áreas de finanzas, estrategia, gobierno corporativo, y sustentabilidad.
K-Global	Pone a disposición de startups y PYMES una plataforma digital que facilita la identificación y contacto con oportunidades.
Sistema VUI	Una Ventanilla Unica - plataforma digital - que el empresario puede acceder desde su casa o negocio, y le permite realizar todos los procesos y trámites sugeridos para operar en el país.
Programa de e-commerce	Desarrollo de plataformas de ventas, portales, y redes sociales.
Dirección de Inteligencia Comercial	Provee estadísticas de exportaciones, oportunidades de mercado, y todo tipo de datos comerciales.

En este sentido se plantea la necesidad de reestructurar el PCE, en la dirección que enfatice aquellos aspectos programáticos y áreas de servicios que no ofrece pero que si han sido instrumental en fomentar la exportación de servicios en el caso de PROCOMER.

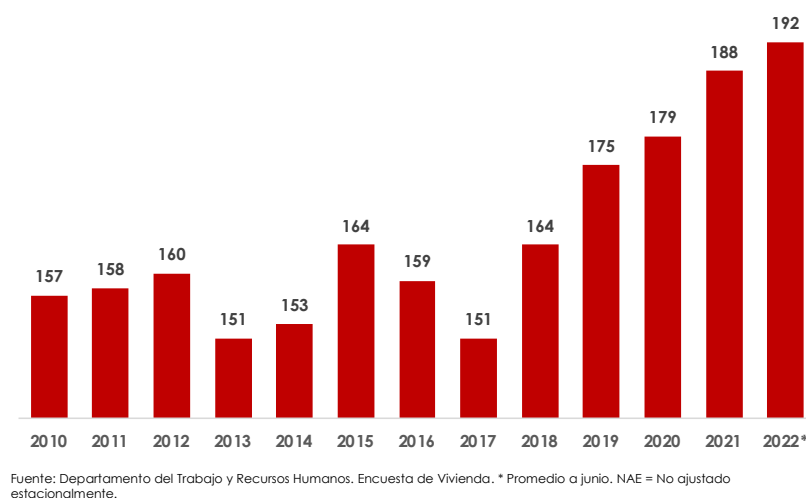
⁴ Para un detalle véase PROCOMER, en <https://www.procomer.com/>.

1. Introducción

Como se señala en el primer informe, en Puerto Rico, diseñar una política dirigida al desarrollo de las exportaciones de servicios es importante ya que permitirá diversificar las exportaciones y ampliar el acceso a otros mercados. En este sentido, potenciar el desarrollo de la exportación de servicios basados en activos intangibles amplía los mercados, a la vez que reduce los costos transaccionales. Por otro lado, el diseño de un marco adecuado y balanceado de política pública que atraiga empresas no locales interesadas en exportar servicios, y permita el desarrollo de las condiciones internas necesarias para fomentar empresas locales que exporten servicios en áreas donde existen ventajas competitivas es fundamental.

Estas son la base sobre la cual las Pymes pueden tener sus oportunidades para exportar sus servicios. La promoción de las condiciones internas mediante una política pública dirigida a fomentar el desarrollo del ecosistema empresarial doméstico es esencial ya que en los últimos años el número de empleados por cuenta propia, en donde se ubican una buena parte de los negocios de servicios, ha aumentado considerablemente desde el 2010.

Gráfica 1: Número de empleados por cuenta propia, 2010- 2022 NAE (# en miles)



El objetivo general del primer informe (Fase I) fue construir el marco de referencia que servirá para establecer las bases necesarias para expandir las exportaciones de servicios desde Puerto Rico a otros mercados. El marco conceptual incluyó una discusión sobre (i) la importancia de los activos intangibles en la exportación de servicios; (ii) los retos que enfrenta la cadena de suministros, la importancia que está asumiendo los servicios basados en activos intangibles para su funcionamiento, e implicaciones para la Isla; (iii) el marco legal vigente utilizado para fomentar la exportación de servicios; y (iv) las

ventajas competitivas que tiene Puerto Rico. En el capítulo 6 del mismo se presentan las recomendaciones.

Este segundo informe (primero de la Fase II) complementa y amplía el primero, teniendo como objetivo central presentar, en un enfoque comparativo, las mejores prácticas en las exportaciones de servicios, y algunas lecciones para Puerto Rico. Se identificó como mejores prácticas a Costa Rica, economía que, por cierto, ha sido propuesta en algunos momentos como un modelo económico a seguir por Puerto Rico. Actualmente es una de las economías de la región de América Latina y el Caribe con éxito demostrado en exportaciones de servicios, como veremos más adelante.

El análisis comparativo incorpora también como ejemplos a cinco jurisdicciones en Estados Unidos (California, Florida, Georgia, Nueva Jersey, y Texas) que han alcanzado volúmenes considerables en exportaciones de servicios a países extranjeros, principalmente a Canadá, China, y la Unión Europea.

El informe concluye con unas lecciones preliminares para Puerto Rico, en base al análisis comparativo y evaluación de los programas de promoción, incluyendo el de Puerto Rico (Programa de Comercio y Exportación). Estas lecciones y recomendaciones se completarán con los resultados de las entrevistas a fondo que se llevarán a cabo, y que formarán parte del informe final.

2. Mejores Prácticas en las Exportaciones de Servicios

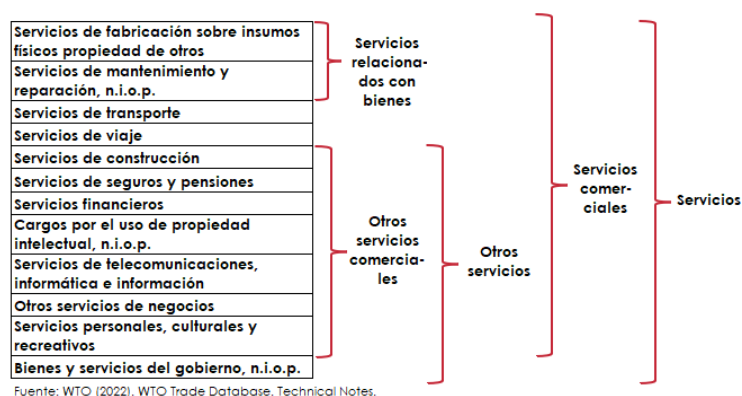
Como se indica en el primer informe (Capítulo 1), el comercio internacional de servicios juega un papel importante en la economía mundial. Esto se debe en gran medida a los avances tecnológicos, en específico la digitalización, que ha disminuido la barrera de entrada del mercado internacional para las Pymes que en el pasado se veían restringidas al mercado local nada más. Entre el 2005 al 2017, el comercio⁵ internacional de servicios aumentó, en promedio, 5.4% anual⁶.

La digitalización ha hecho que la tramitación de servicios no esté atada al plano físico; pudiendo las empresas producir y tramitar en mayores cantidades, a un paso más acelerado y a costos reducidos. Esta tecnología ha acelerado la creciente comerciabilidad fronteriza, permitiendo que los consumidores de una nación tengan acceso instantáneo a productos y servicios de otras naciones.

2.1. Trasfondo sobre las exportaciones de servicios

En el ámbito internacional, la exportación de servicios, en especial los denominados como servicios comerciales, está revitalizando el proceso de globalización que fue iniciado por la exportación de productos⁷, redundando en oportunidades y beneficios para las economías nacionales (mayor base de consumidores) y sus agentes económicos (mayor selección a un costo reducido) (véase el Diagrama 1).

Diagrama 1: Desglose de servicios comerciales



En el contexto de la provisión de servicios a nivel global existen cuatro modalidades típicas, que se describen a continuación:

⁵ Comercio se refiere al total – exportaciones más importaciones, como también a un flujo. Exportaciones es una parte del comercio.

⁶ World Trade Organization (2019). *World Trade Report 2019: The future of services trade*. WTO Publications. P. 22.

⁷ Loungani, P., Mishra, S., Papageorgiou, C., & Wang, K. (Marzo 2017). *World Trade in Services: Evidence from A New Dataset*.

- **Modo 1:** Comercio fronterizo – El servicio es suplido desde un país hacia otro, el suplidor y el consumidor se mantienen en sus respectivos países mientras el servicio cruza la frontera (por ejemplo, la prestación de un servicio a través del internet).
- **Modo 2:** Consumo en el extranjero – El consumidor viaja físicamente hacia otro país para obtener el servicio deseado (por ejemplo, el comercio a través del turismo).
- **Modo 3:** Presencia comercial – La prestación de un servicio por una empresa en un país a través de su sucursal, agencia o subsidiaria propia ubicada en otro país (por ejemplo, una tienda o sucursal establecida en otro país).
- **Modo 4:** Entrada temporal de personas físicas – Proveedores individuales viajan temporalmente a otro país para ofrecer sus servicios (por ejemplo, un arquitecto se muda por dos meses a otro país para prestar sus servicios).

Para el 2017, según los datos disponibles de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el modo 3 de presencia comercial fue el método de provisión de servicios que más valor generó, con un total de \$7.8 trillones de dólares o 58.9% del comercio internacional. Este fue seguido por el modo 1 de comercio fronterizo (\$3.7 trillones), modo 2 de consumo en el extranjero (\$1.4 trillones) y modo 4 de entrada temporal de individuos (\$0.4 trillones).

Estas cifras son reveladoras pues la provisión de servicios mediante la modalidad de presencia comercial es la que ha cobrado importancia en los últimos años, apoyada por la adopción de innovaciones tecnológicas en el proceso. En el segmento de servicios profesionales, por ejemplo, las empresas han adoptado plataformas digitales, reduciendo consideraciones de ubicación geográficas, y ampliando sus servicios a un mercado más amplio en otras jurisdicciones.

En la tabla 1 se presentan las exportaciones de servicios en el comercio mundial (excluyendo a las relacionados con bienes o manufactura) divididas por sectores. Este grupo de servicios representa más del 90% de las exportaciones internacionales de servicios, totalizando \$6.3 trillones para el 2019. Este total se redujo en el 2020 a \$5.2 trillones debido a la pandemia de Covid-19, afectando a varios servicios. Los servicios de viajes vieron una disminución drástica de 63% de su valor durante este periodo, pasando de \$1.4 trillones en el 2019 a \$532 billones en el 2020.

Otros servicios que experimentaron disminuciones en su valor durante la pandemia fueron los servicios de transportación (-21%), servicios de construcción (-18.5%) y los

servicios personales, culturales y recreativos (-10%).⁸ Los servicios en telecomunicaciones, informática y audiovisuales experimentaron una disminución de 2.3%. Sin embargo, el subsector de servicios de informática tuvo un aumento de 8% debido a la adopción del trabajo remoto durante este periodo⁹.

Tabla 1: Exportaciones de servicios comerciales por tipo de servicio*, 2017-2020 (\$ billones)

Servicios comerciales	2017	2018	2019	2020
Servicios de transporte	\$940.3	\$1,031.5	\$1,034.4	\$819.2
Servicios de viajes	\$1,326.0	\$1,430.7	\$1,453.5	\$531.8
Otros servicios de negocios	\$1,229.1	\$1,348.9	\$1,403.5	\$1,291.8
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	\$534.0	\$632.8	\$680.0	\$664.7
Servicios financieros	\$486.1	\$520.1	\$517.6	\$533.7
Cargos por el uso de propiedad intelectual, n.i.o.p.	\$384.0	\$418.5	\$424.0	\$388.3
Servicios de seguros y pensiones	\$132.0	\$141.9	\$134.6	\$134.8
Construcción	\$107.1	\$115.4	\$108.8	\$88.7
Servicios personales, culturales y recreativos	\$73.7	\$77.9	\$84.0	\$75.5

Fuente: United Nations. (2021). 2020 International Trade Statistics Yearbook.

*Se excluyen los servicios relacionados con bienes y manufactura.

2.2. "Best Practice" – Costa Rica

Se seleccionó a Costa Rica como un ejemplo de mejor práctica, ya que ha sido presentado a Puerto Rico como un modelo de economía pequeña a seguir, distinguiéndose, entre varios factores, las características demográficas similares, por condiciones de satisfacción de la demanda local y atender la externa (mediante exportaciones) y, estrategias

Una Ojeada a

Indicador	Costa Rica	Puerto Rico
Población (2020) millones	5.1	3.2
Producto Nacional Bruto (A precios corrientes) billones - 2019	\$61.2	\$70.8
PNB per cápita (2019) a precios corrientes	\$12,120	\$22,156
Crecimiento económico promedio (PNB): 2010-2019	3.5%	-1.5%
Tasa de alfabetización (2019)	97.9%	92.4%
Población con educación Escuela Superior (2021)	91.7%	75.6%
Fuerza Laboral (2020)	2.44M	1.11M
Tasa participación laboral (2021)	60.2%	42.7%
Tasa de desempleo (2021)	18.0%	8.1%
Empleo total no agrícola (2021) - miles	1.866	876,358
Empleo en manufactura como % empleo total no agrícola (2021)	12.2%	9.1%
Exportaciones de mercancías - 2019 - Millones	\$11,602	\$63,695
% Productos agrícolas	42.8%	0.1%
% Productos manufacturados	57.2%	99.9%
Empleo en servicios (Como % empleo total no agrícola) - 2021	67.5%	66.3%
Empleo de telecomunicaciones como % de empleo total no agrícola (2020)	0.5%	1.0%
Gasto público en educación como % del PIB	6.8%	6.1%

Fuentes: CEPAL (2021). Anuario Estadístico América Latina 2021; macrotrend.net.com; Costa Rica, Ministerio de Trabajo y Seguro Social, Anuario Estadístico 2020; SUTEL, Estadísticas del Sector de Telecomunicaciones 2021; The World Bank; Junta de Planificación de Puerto Rico (2021). Apéndice Estadístico 2021, tablas 1 y 23; Departamento del Trabajo y Recursos Humanos (2022). Empleo y Desempleo en Puerto Rico Junio 2022, p. 10.

⁸ United Nations. (2021). 2020 International Trade Statistics Yearbook (Vol. 2). New York, New York: United Nations Publications.

⁹ Organización Mundial del Comercio (2021). World Trade Statistical Review. (p. 16). Para tener acceso al documento referirse a https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2021_e/wts2021_e.pdf

de las firmas.¹⁰ Ambas economías tienen una fuerte orientación hacia la exportación.¹¹ En los últimos años su economía se ha vinculado más a las cadenas globales de alto valor añadido, con una mano de obra cada vez más cualificada.

En Puerto Rico estas ventajas competitivas se han reducido con el tiempo en la medida en que Costa Rica comenzó en la década de los ochenta a moverse de exportaciones basadas en productos agrícolas (el café en este caso) a exportaciones de manufactura ubicadas en las zonas francas que fueron estableciéndose y que estaban destinadas a fomentar la inversión extranjera. Por otra parte, el problema cada vez más severo de endeudamiento público que hizo crisis en el 2014 también contribuyó a este proceso.

Aunque Puerto Rico mantiene ventajas respecto a Costa Rica; por ejemplo, un valor más alto de sus exportaciones y cualificaciones de su mano de obra, el análisis comparativo de Castro-González et.al. (2014) revela que "Puerto Rico debe de mejorar su exportación de servicios, en donde aparece con una puntuación muy baja."¹² En este sentido, el adelanto de Costa Rica como base exportadora de servicios de TIC (Tecnología, Información y Comunicación) le ha convertido en un ejemplo para toda la región de América Latina.¹³ Interesantemente, Costa Rica ha adoptado esquemas de incentivos a la inversión extranjera similares a los de Puerto Rico, como veremos más adelante.¹⁴

2.2.1. ¿Qué hace a Costa Rica un ejemplo?

Actualmente, Costa Rica es sede de operaciones de empresas multinacionales para sus exportaciones "offshoring" de servicios destinadas a Estados Unidos, Asia, y Europa. Las exportaciones de servicios TIC representan el 7.6% de su PIB, una proporción mayor que la de varias de las economías grandes de la región, como Argentina, Brasil, y Chile, con un valor total de \$9.0 billones en el 2021 comparado a \$2.2 billones en el 2002. Del total al 2021, \$3.9 billones corresponden a servicios TIC-relacionados, en su mayoría hechas

¹⁰ Hay que tener en cuenta que una de las ventajas competitivas que tenía (y tiene) Costa Rica respecto a Puerto Rico son los salarios más bajos.

¹¹ Segundo Castro-González, Jesús Peña-Vinces, y Alex J. Ruiz-Torres (2014). Estudio intrapaíses de la competitividad global desde el enfoque del doble diamante para Puerto Rico, Costa Rica y Singapur. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Elsevier, 20, Issue 3 (Septiembre-Diciembre 2014). Páginas 122-130. En: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252313000506>

¹² Ibid. P. 126.

¹³ Sharad Choudhary (2022). A Prolific IT Services Market is Emerging in Costa Rica. NearshoresAmericas (Julio 12, 2022). En: <https://nearshoreamericas.com/a-prolific-it-services-market-is-emerging-in-costa-rica/>

¹⁴ Una diferencia es el régimen de zonas francas, aunque Puerto Rico podría considerarse en su totalidad como una "zona franca" para propósitos de incentivos contributivos.

por compañías grandes con operaciones en las zonas francas.^{15,16} El país cuenta con una base de 119 compañías, en las áreas de tecnología digital y diseño, y operan 16 de las 100 principales compañías de tecnología a nivel mundial.^{17,18} El énfasis promocional se ha dado en atraer empresas extranjeras.

Gráfica 2: Exportaciones TIC como porcentaje del PIB, 2019

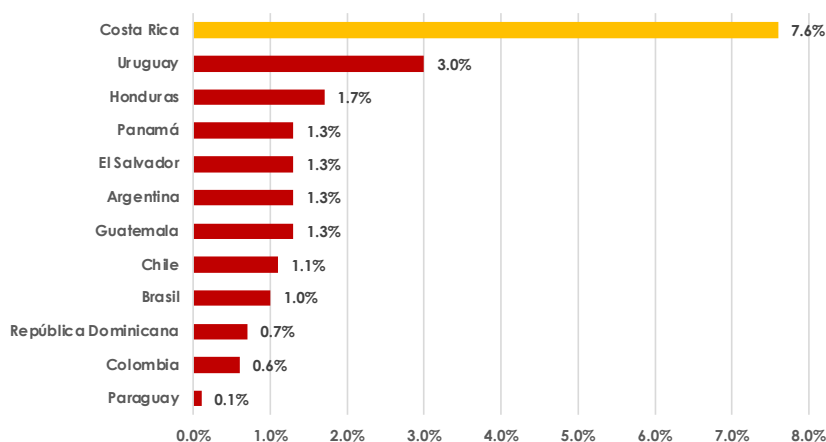


Tabla 2: Exportaciones de servicios TIC por sector

2. Exports of ICT-enabled services by economic activity			
Economic Activity	N° Enterprises	Sales ICT USD Mill	Relative Participation (%)
 Agriculture	-	-	-
 Commerce	69	177	5
 Manufacture	16	84	2
 Services	992	3 689	93
Total	1077	3 950	100

Source: Banco Central de Costa Rica.

¹⁵ Banco Central de Costa Rica (2021), Costa Rica: Exports of Services Over Information and Communication Technology Networks (ICT), Departamento de Estadística Macroeconómica (Mayo 2021). Pp. 9 y 11. En: https://unctad.org/system/files/non-official-document/p10_tdb_edc_wg2021_Torres.pdf

¹⁶ Knoema (2022), Costa Rica – Service exports in current prices. En: <https://knoema.com/atlas/Costa-Rica/Service-exports> Incluye todos los modos y tipos de servicios; Banco Central de Costa Rica (2021), Costa Rica: Exports of Services Over Information and Communication Technology Networks (ICT), Departamento de Estadística Macroeconómica (Mayo 2021), en: https://unctad.org/system/files/non-official-document/p10_tdb_edc_wg2021_Torres.pdf

¹⁷ Sharad Choudhary (2022).

¹⁸ CINDE (2022). Tecnologías Digitales. En <https://www.cinde.org/es/sectores/servicios-intensivos-conocimiento/digital#applications> Entre ellas Microsoft, IBM, CITRIX, Amazon, Accenture, Akamai, Astrix Technology.

Tabla 3: Exportaciones de servicios TIC por tipo de servicio consultado

6. ICT-enabled services by type of service consulted		
Types of services	ICT sales USD Mill.	Relative Participation
Telecommunications 	29	1
Computer services 	780	20
Sales and marketing services 	186	5
Information services 	8	0
Insurance and financial services 	87	2
Management, administration and back office services 	2 737	69
Licensing services 	0	0
Engineering, related technical services and R&D 	118	3
Education and training services 	5	0
TOTAL	3 950	100

Source: Banco Central de Costa Rica .

Cabe destacar algunos aspectos sobresalientes en el caso de Costa Rica:

- Para el 2025 se estima que la capital, San José, se convertirá en uno de los cinco polos globales para la industria de programados.
- El sector de telecomunicaciones ha sido el mayor beneficiario de los desarrollos tecnológicos en la economía, como consecuencia de las políticas económicas y de promoción adoptadas.¹⁹
- El 67.5% de los empleados no agrícolas están en servicios, mientras que en Puerto Rico la proporción es de 66.3% (cifra a mayo 2022).

¹⁹ La entrada de INTEL a Costa Rica en 1998 (que se retiró de Puerto Rico en el 2001) fue un agente catalítico para la transformación del sector de telecomunicaciones. En el 2014 movió parte de sus operaciones en Costa Rica a Asia. Véase Ricardo Monge-González (2017), Moving Up the Value Chain: The Case for INTEL in Costa Rica, International Labour Organization, Technical Reports (2017). En: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_584208.pdf

Tabla 4: Distribución del empleo por sector de Costa Rica y en Servicios, 1T22

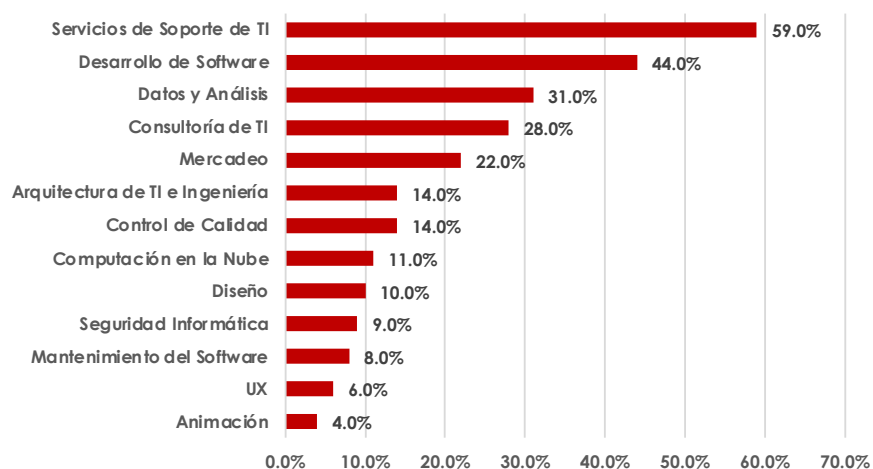
Sector	Empleo	Dist. %
Total No Agrícola	1,866,780	
Secundario	381,845	20.5%
Industria manufacturera	228,199	12.2%
Construcción	127,693	6.8%
Otros	25,953	1.4%
Terciario	1,484,935	79.5%
Comercio y reparación	353,476	18.9%
Transporte y almacenamiento	110,539	5.9%
Hoteles y restaurantes	138,060	7.4%
Intermediación financiera y de seguros	41,445	2.2%
Actividades profesionales y administrativas de apoyo	195,326	10.5%
Administración pública	85,290	4.6%
Enseñanza y salud	226,764	12.1%
Comunicación y otros servicios	194,214	10.4%
Hogares como empleadores	139,821	7.5%
Servicios:*	1,259,824	67.5%

* Incluye Comercio y reparación, Transporte y almacenamiento, Hoteles y restaurantes, Intermediación financiera y de seguros, Actividades profesionales y administrativas de apoyo, Enseñanza y salud, Comunicación y otros servicios.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Dirección Nacional de Empleo, Observatorio del Mercado Laboral, con base en la Encuesta Continua de Empleo, del Instituto Nacional de Estadística y Censos. I trimestre 2021 - 2022.

- Los servicios TIC exportados se han concentrado en el desarrollo de programados para los procesos de administración de negocios, en particular a mercados de Europa Oriental y Asia, facilitados por la red extensa de telecomunicaciones interna y externa, y por la comunidad de desarrolladores de programados, en donde ocupa la posición número dos en la región.

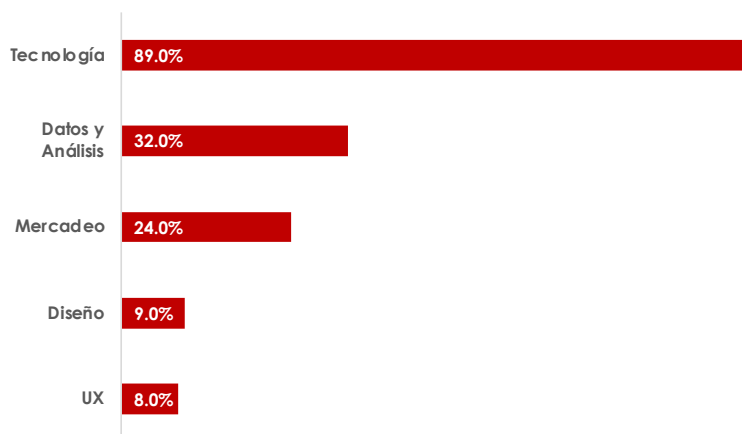
Gráfica 3: Participación de principales procesos desarrollados en el sector de tecnologías digitales exportados desde Costa Rica, 2020



Fuente: CINDE. UX = Experiencia de usuario

- En el área de mercadeo digital, la proporción de los servicios que son exportados es importante.²⁰

**Gráfica 4: Principales servicios de mercadeo digital exportados
(Como % del valor de la producción doméstica)**



Fuente: CINDE (2022). UX = Experiencia de usuario

- El sistema de incentivos tiene como base el Régimen de Zonas Francas que otorga incentivos contributivos para la inversión extranjera, incluyendo la eliminación de aranceles a las importaciones de los bienes e insumos utilizados, eliminación de impuestos sobre ingresos a las exportaciones y al capital, y ahorros contributivos en el caso de reinversión:²¹
 - ✓ 100.0% de exención de impuestos contributivos y de aranceles sobre importaciones, regalías, honorarios, ya sea sin límite de tiempo o por un período de 10 años.
 - ✓ En el caso de proyectos de servicios, un 100.0% de exención de impuesto a la renta por un primer período de 8 años, y 50.0% en el siguiente período de 4 años, con posibilidades de otorgarse períodos adicionales de 8 años si se lleva a cabo una reinversión significativa.
 - ✓ Los beneficios e incentivos contributivos están estandarizados, aplican a cualquier empresa según su tipo de operación; no es necesario negociar caso por caso, los incentivos se otorgan al inversionista que cumpla con los requisitos.

²⁰ CINDE (2022). Sectores Servicios – Industria Creativa. En: <https://www.cinde.org/es/sectores/servicios-intensivos-conocimiento/industria-creativa>

²¹ Costa Rica tiene un régimen contributivo especial para la inversión extranjera conocido como Régimen de Zona Franca, establecido por la Ley 7210. Son áreas geográficas así denominadas en varias partes del país, fuera de la capital, en donde empresas extranjeras pueden, con ciertos incentivos, invertir. Las compañías que pueden solicitar son aquellas que van a exportar sus servicios en sectores estratégicos, como investigación y desarrollo y proveedores importantes de materias primas. Véase CINDE, Régimen de Zona Franca en Costa Rica. En: <https://www.cinde.org/es/recursos/regimen-de-zona-franca-en-costa-rica>

- ✓ En el caso de una compañía o negocio en servicios, que se establezca como una compañía de exportación de servicios, el 50.0% de los servicios deben de ser exportado.
- ✓ Si se establece fuera del área metropolitana de San José, pueden disfrutar de mayores beneficios (en una zona franca).
- El país cuenta con una fuerza trabajadora diestra. Costa Rica ocupa el tercer lugar en América Latina en cuanto a destrezas en codificación y programación, lo que ha logrado enfatizando la enseñanza en inglés (ocupa el segundo lugar en la región en el índice mundial de dominio del inglés).²² La mayor parte de los trabajadores con destrezas están en los sectores de servicios.²³
- Costa Rica es signatario de varios acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, Canadá, Chile, China, México, Perú, Singapur, y Corea del Sur. Esto le ha abierto oportunidades de mercado en condiciones favorables. Recientemente, Costa Rica se unió a Panamá y la República Dominicana para promover el “Triangulo del Caribe”, un nuevo bloque comercial con el objetivo de establecer estrategias conjuntas para promover sus países como lugares de oportunidades para el *Nearshoring*, y obtener ventajas en costos similares a los que ofrece China, tomando como base sus zonas francas.²⁴
- Una ventaja adicional de la cual dispone Costa Rica, para su estrategia de *Nearshoring*, es el financiamiento que provee el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que financia las iniciativas de empresas extranjeras interesadas en *Nearshoring* para establecerse en Costa Rica y en el resto de los países de la región.²⁵

El apoyo a las Pymes locales se ofrece a través de PROCOMER, la entidad promotora de comercio exterior, algo parecido a la entidad local en Puerto Rico, el Programa de

²² EF English Proficiency Index (2021). The world's largest ranking of countries and regions by English skills. En: <https://www.ef.com/wwen/epi/>

²³ No obstante, todavía hay problemas con la calidad de la educación, según las evaluaciones de las pruebas PISA, cuyos resultados mostraban para el 2015 una ejecutoria de sus estudiantes en ciencias, matemáticas, y comprensión de lectura muy por debajo que los promedios para los países de la OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), aunque en América Latina ocupa el tercer lugar entre los países que participan en la prueba. Referirse a Ricardo Monge-González (2017), Moving Up the Value Chain: The Case for INTEL in Costa Rica, International Labor Organization, Technical Reports (2017), p. 19; Paula Umaña (2019), Pruebas PISA: Costa Rica ocupa el tercer lugar en América Latina, pero sigue sin superar el promedio de la OCDE, El Observador (Diciembre 3, 2019), en: <https://observador.cr/pruebas-pisa-costa-rica-ocupa-el-tercer-lugar-en-america-latina-pero-sigue-sin-superar-el-promedio-de-paises-ocde/>. Una situación similar se da también en el caso de Puerto Rico. Véase Estudios Técnicos, Inc. (2020), Human Capital Development in Puerto Rico (Octubre 19, 2020). Estudio preparado para la Junta Fiscal de Supervisión y Fiscalización. Las pruebas PISA son reconocidas internacionalmente para evaluar los sistemas educativos de cada país. Costa Rica se unió en el 2009 y Puerto Rico en el 2012.

²⁴ SELA (2021). “Panamá, Costa Rica y República Dominicana promueven el “Triangulo del Caribe”, un nuevo bloque comercial (Septiembre 10, 2021). En: <https://www.sela.org/es/prensa/servicio-informativo/20210910/si/75769/zonasfrancas> *Nearshoring* es una modalidad de negocios en donde una empresa mueve la totalidad de sus operaciones en un país distante a uno más cercano al destino. Es decir, una relocalización de las cadenas de suministro, cambiando Asia por una localización más próxima al punto de destino final, entendiéndose América del Norte, América Latina, y Europa.

²⁵ El Economista (México). El BID financia a empresas que quieran mudarse a América Latina. AméricaEconomía (Diciembre 28, 2021). En: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/el-bid-financia-a-empresas-que-quieran-mudarse-de-asia-a-america-latina>

Comercio y Exportación.²⁶ Fue creada en 1996 para asumir las funciones que tenían la Corporación de Zonas Francas de Exportación, el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones, y el Consejo Nacional de Inversiones. Ofrece apoyo tanto para las exportaciones de bienes como de servicios.

En el caso de las exportaciones de servicios ofrece apoyo a una gama de servicios, entre ellos los intensivos en conocimiento tales como empresariales, tecnologías de información y comunicación (TIC), así como los de transformación. Es responsable de:

- ✓ Diseñar y coordinar programas relativos a exportaciones e inversiones junto con la Agencia de Promoción de la Inversión de Costa Rica ("CINDE" por sus siglas en inglés).
- ✓ Detectar oportunidades comerciales en diferentes mercados y desarrollar estudios de mercado.
- ✓ Facilitar crédito e inversión.
- ✓ Proveer apoyo técnico y financiero al Ministerio de Comercio Exterior para administrar los regímenes especiales de exportación (arriba mencionados).
- ✓ Promover los intereses comerciales de Costa Rica en el exterior.
- ✓ Centralizar y agilizar los trámites de importación y exportación.
- ✓ Dar seguimiento a las estadísticas del comercio exterior.

Tiene una cartera de empresas exportadoras de aproximadamente 2,250, y un presupuesto operacional de \$34.4 millones (cifra al 2022).²⁷ En el año 2021, se generaron por concepto de ventas asociada a las exportaciones totales de servicios unos \$8.4 billones, de las cuales el 42.0% fueron por concepto de servicios empresariales y 13.1% por concepto de TIC.²⁸ Una de sus funciones más importantes es facilitar el crédito e inversión. En el 2021 el monto total ascendió a \$1.2 billones.²⁹

Puerto Rico tiene el Programa de Comercio y Exportación (PCE), adscrito al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.³⁰ Su función es desarrollar el comercio, enfatizando las Pymes, y las exportaciones de bienes y servicios a mercados externos, fundamentalmente países extranjeros. Comparado con PROCOMER, que tiene una gama de funciones mucho más amplia, el PCE está mucho más limitado en cuanto a programas, incentivos, y estrategias, pero en términos generales hay similitudes. La

²⁶ PROCOMER. En: <https://www.procomer.com/>

²⁷ PROCOMER (2022). Presupuesto 2022. En: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Presupuesto-2022.pdf>

²⁸ PROCOMER (2022) Memoria 2021. P. 24. En: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Memoria-2021.pdf>

²⁹ Ibid. P. 62.

³⁰ Programa de Comercio y Exportación, <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-comercio-y-exportacion#incentivos-a-pymes>; Ley Núm. 323 de 28 de diciembre de 2003, según enmendada, en: <https://bvirtuallp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Pymes/323-2003.pdf>

tabla 5 presenta una comparación de ambas entidades en cuanto a funciones y servicios. Entre otras cosas sobresale el hecho de que el presupuesto total del PCE es el 41.0% del de PROCOMER.

Tabla 5: Comparación de programas para la promoción de exportaciones: Costa Rica y Puerto Rico

Función/Servicios	PROCOMER	Programa de Comercio y Exportación*
Año de fundado	1996	2003**
Proveer apoyo técnico y financiero al departamento del gobierno responsable del comercio exterior para el cumplimiento de sus funciones, y a la entidad promotora de inversión externa.	✓	
Gestora del comercio exterior de bienes y servicios.	✓	
Apoyo a la creación de nuevas empresas.	✓	
Diseño y coordinación de programas relativos a exportaciones de bienes y servicios, e inversiones, junto con organismo promotor de inversiones del exterior.	✓	
Desarrollo de programas de capacitación e innovación para las empresas locales, que exportan o tienen el potencial para exportar.	✓	✓
Incentivos contributivos a las PYMES.	✓	✓
Desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios.	✓	✓
Desarrollo de negocios mediante misiones comerciales.	✓	✓
Detectar oportunidades comerciales en diferentes mercados, y desarrollar estudios de mercado.	✓	✓
Facilitar crédito e inversión.	✓	
Programas dirigidos específicamente para la exportación de servicios.	✓	
Incentivos a PYMES para exportar bienes o servicios.	✓	✓***
Desarrollo de PYMES como proveedoras a empresas exportadoras.	✓	
Programa de proceso de aceleración para exportar para PYMES exportadoras de programados.	✓	
Identificación de empresas con potencial de exportación.	✓	✓
Apoyo al exportador para que logre vender a través de plataformas en línea.	✓	✓
Presupuesto anual	\$34.4 millones	\$14.1 millones****

Fuentes: PROCOMER (2022); Programa de Comercio y Exportación, Departamento de Desarrollo Económico y Comercio; Oficina de Gerencia y Presupuesto.

* Es parte del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

** El programa tiene su origen en el 1960, bajo el antiguo Departamento de Comercio.

*** A través del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

**** De los cuales el 25.0% corresponde a la partida de pago de pensiones.

2.2.2. ¿Qué factores explican ese éxito?

Además de los esquemas de incentivos y regímenes especiales que se adoptaron, las cualidades laborales (aún con las limitaciones existentes), y los acuerdos con otros países, un elemento decisivo ha sido el cambio significativo que hubo en su política económica en los años noventa. Durante esa década se enfatizó una mayor apertura económica, tanto comercial como financiera, la participación del sector privado en las iniciativas económicas, el énfasis en la gestión exportadora diversificada no solo de bienes, sino también de servicios.

Puerto Rico tiene también un régimen de incentivos contributivos para estimular las exportaciones de servicios.³¹ Según Pierce Porras et.al. (2017), la globalización comercial y financiera facilitó la expansión de negocios internacionales, entre los cuales destacaron los servicios turísticos, así como los servicios empresariales. Esto dio paso a que las actividades de servicios aumentaran su importancia relativa, tanto en las exportaciones totales como en la estructura productiva de la economía.³² Puerto Rico, teniendo un andamiaje similar, sin embargo, no ha tenido tanto éxito.

Lo anterior apunta a que ha sido una combinación de factores internos – la política económica adoptada, centrada en el esquema de incentivos establecidos, mejoras en su capacitación de recursos humanos y gubernamentales, como también la apertura a la economía internacional, aprovechando la nueva dinámica comercial y financiera – lo que explica el éxito alcanzado por Costa Rica en su gestión de promover la exportación de servicios.

No obstante, a pesar de los logros alcanzados, el país enfrenta limitaciones que afectan el sector TIC, y posiblemente a las Pymes exportadoras de servicios. Estas limitaciones incluyen problemas con el acceso a financiamiento por las empresas pequeñas y medianas, en la infraestructura de telecomunicaciones, y en el diseño e implementación de políticas gubernamentales para el comercio exterior, la inversión e industria.³³

2.2.3. Puerto Rico y Costa Rica

El estudio comparativo de Castro-González et.al. (2014) de Puerto Rico con Costa Rica, encontró que Puerto Rico podía mejorar su nivel de competitividad incentivando la formación de más científicos y técnicos (velando por su retención, y potenciando la exportación de servicios) en donde obtuvo una puntuación menor a Costa Rica y Singapur.³⁴

De acuerdo con los estimados de la Junta de Planificación de Puerto Rico, la brecha con Costa Rica en cuanto a las exportaciones totales de servicios, y aquellas relacionadas con TIC es sustancial (véase la Tabla 6).³⁵ Las exportaciones totales de servicios de Puerto Rico en el año fiscal 2019 ascendieron a \$4.4 billones, mientras que

³¹ Véase el capítulo 4 del primer informe.

³² Allison Pierce Porras, Alejandra Ramírez Vargas, y Adriana Sandís Esquivel (2017). Costa Rica: Exportaciones de Servicios y Principales Destinos. Banco Central de Costa Rica. Departamento de Estadísticas Macroeconómicas (Febrero, 2017). En: https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/DocCuentasNacionalesProyecto/documentoscnaocpresentaciones/Exportacionesdeservicio_y_sus_principales_mercados.pdf

³³ Véase Ricardo Monge-González (2017), p. 18.

³⁴ Segundo Castro-González, Jesús Peña-Vinces, y Alex J. Ruiz-Torres (2014). Pp. 128-129.

³⁵ Véase la publicación *Balanza de Pagos 2020* (Junio 2021), tabla 4, en: <https://jp.pr.gov/balanza-de-pagos/>

las de Costa Rica fueron de \$9.0 billones, de las que \$29.1 millones correspondieron a ICT-relacionadas comparado a \$4.0 billones en Costa Rica.

Tabla 6: Exportaciones totales de servicios de Puerto Rico, Año fiscal 2019

Servicio	Valor (\$Mm)
Viajes	\$3,611.7
Transportación	\$527.0
Servicios Financieros	\$239.2
Telecomunicaciones, Información, e Informática	\$29.1
Total	\$4,407.0

Fuente: Junta de Planificación (2021). *Balanza de Pagos 2020*. Tabla 4.

Por otra parte, estimados recientes del U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA) para Puerto Rico indicarían que el monto total de las exportaciones de servicios es mucho mayor, \$14.3 billones en el 2019 (véase la tabla 7), dentro de las cuales, en la categoría de Otras, están incluidas aquellas por concepto de servicios informáticos, tales como programados.³⁶ De ser así, la magnitud de las exportaciones vinculadas a TIC son mayores, excediendo las de Costa Rica, probablemente hechas en su mayoría por las compañías no locales grandes del sector.

Tabla 7: Exportaciones totales de servicios de Puerto Rico – Nuevos estimados

Año Calendario	Otras*	Viajes	Total
2012	\$9,137	\$3,055	\$12,192
2013	\$9,351	\$3,191	\$12,542
2014	\$9,805	\$3,439	\$13,244
2015	\$9,990	\$3,662	\$13,652
2016	\$10,630	\$3,709	\$14,339
2017	\$11,023	\$3,288	\$14,311
2018	\$11,094	\$3,287	\$14,381
2019	\$10,542	\$3,759	\$14,301
2020	\$9,106	\$1,785	\$10,891

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis (2022). *Gross Domestic Product for Puerto Rico, 2020* (Julio 26, 2022). Tabla 3.1.

* Incluye servicios informáticos, tales como programas (software), transportación, servicios financieros.

En todo caso, aunque la magnitud es importante, más relevante quizás es la efectividad de las políticas e iniciativas dirigidas a promover tales exportaciones, y el desarrollo o maximización de las competencias necesarias/existentes, en particular de negocios locales, que son pequeños por lo general.

En la comparación de Castro-González et.al (2014), un factor adicional importante que surge es la brecha entre los salarios en ambas economías, siendo mayor en Puerto Rico. En Costa Rica, el salario promedio mensual era de \$737.0, y en Puerto Rico \$1,858,

³⁶ U.S. Bureau of Economic Analysis (2022). *Gross Domestic Product for Puerto Rico, 2020* (Julio 26, 2022). Tabla 3.1. En: <https://www.bea.gov/news/2022/gross-domestic-product-puerto-rico-2020>

ocupando Costa Rica el tercer lugar en América Latina.³⁷ Este diferencial salarial provee una ventaja competitiva al país, aunque en esta comparación hay que considerar los niveles de productividad, en donde es posible que en Costa Rica la capacitación promedio de los trabajadores sea menor. En el sector de IT (Información y Tecnología), sin embargo, los salarios no son bajos. Por ejemplo, el salario anual mediano de un ingeniero en programados es de \$37,001, y de un gerente en IT (Información y Tecnología) \$34,669, que figuran entre los salarios más altos en el país (cifras al 2022).³⁸ En Puerto Rico, en el caso de la ocupación de gerente de sistemas de computadoras e información, que sería lo más aproximado, el sueldo anual promedio es de \$82,490, y el de la ocupación de Programador, \$49,320.³⁹

Es evidente de que Costa Rica ha logrado desarrollar sus exportaciones de servicios, en particular los vinculados con TIC comparado con Puerto Rico. La experiencia muestra que hay áreas de mejorar para Puerto Rico.

2.3. Jurisdicciones en Estados Unidos

Luego de una evaluación se identificaron cinco jurisdicciones en Estados Unidos que se destacan en cuanto a programas para las exportaciones de servicios (en el caso de los estados son a países extranjeros). Estas jurisdicciones son Florida, Nueva Jersey, Georgia, California, y Texas. Todos ellos, en particular California, figuran entre grandes exportadores de servicios.

A manera de trasfondo, las tablas 8 y 9 presentan un comparativo entre las cinco jurisdicciones y Puerto Rico en cuanto a la composición de su empleo no agrícola y la proporción que representan los sectores de servicios y las exportaciones de servicios por tipo de servicio.

En todas las jurisdicciones seleccionadas, el empleo en los servicios (excluyendo Administración Pública) representa una mayor proporción del empleo no agrícola (65.3%) que, en Puerto Rico, en particular en el caso de Florida y Nueva Jersey. Una explicación de esto es la proporción alta que tiene el empleo en administración pública en Puerto Rico (23.3%), comparado con la de las cinco jurisdicciones, cuya proporción fue en promedio 4.2%.

En el caso de sectores importantes en las exportaciones de servicios, como los de Información, y Profesional, Científico y Administración, sin embargo, la participación de

³⁷ Rico (2020). Costa Rica has the third highest average salary in Latin America. QCOSTARICA (Agosto 26, 2020). En: <https://qcostarica.com/costa-rica-has-the-third-highest-average-salary-in-latin-america/> No existe un salario mínimo legislado.

³⁸ Teleport (2022). Salaries in San Jose, Costa Rica – Job Salary Calculator. Accesado en julio 20, 2022. En: <https://teleport.org/cities/san-jose/salaries/>

³⁹ U.S. Bureau of Labor Statistics. Occupational Employment and Wages Statistics – May 2021 State Occupational Employment and Wage Estimates – Puerto Rico, Management Occupations (11-000), (Julio 20, 2022). En: https://www.bls.gov/oes/current/oes_pr.htm#15-0000

estos en el caso de Puerto Rico compara favorablemente con la de las otras jurisdicciones.

Tabla 8: Empleo no agrícola y en servicios, 2019

	Florida	Nueva Jersey	Georgia	California	Texas	Puerto Rico
Construcción	822,000	283,700	335,100	1,288,100	1,253,200	25,800
Manufactura	487,600	359,700	528,100	1,661,000	1,173,100	73,300
Administración pública	398,600	188,400	221,300	855,700	529,500	202,600
Servicios totales	8,167,100	3,649,100	3,868,700	14,864,300	10,469,600	569,000
Comercio al por mayor	258,500	144,000	142,700	517,000	381,300	29,300
Comercio al por menor	1,241,100	462,800	537,100	1,939,000	1,543,700	122,000
Transporte, almacenamiento y utilidades	593,100	298,300	358,400	1,089,200	842,000	16,800
Información	162,400	106,000	113,400	541,900	207,100	18,300
Finanzas, seguros y bienes raíces	765,800	386,700	316,800	1,112,500	926,100	43,400
Profesional, científico y administración	1,312,500	614,300	657,100	2,700,200	1,619,500	120,600
Educación, salud y asistencia social	2,107,500	1,092,200	1,041,000	4,037,100	2,960,900	121,500
Arte, entretenimiento, alojamiento y comida	1,212,100	358,300	467,800	1,966,500	1,267,700	79,700
Otros servicios	514,100	186,500	234,400	960,900	721,400	17,400
Total:	9,875,300	4,480,900	4,953,200	18,669,100	13,425,400	870,700
Servicios como % del empleo total:	82.7%	81.4%	78.1%	79.6%	78.0%	65.3%
Resumen:						
Manufactura	4.9%	8.0%	10.7%	8.9%	8.7%	8.4%
Información	1.6%	2.4%	2.3%	2.9%	1.5%	2.1%
Profesional, científico y administración	13.3%	13.7%	13.3%	14.5%	12.1%	13.9%

Fuentes: The Coalition of Services Industries; Departamento del Trabajo y Recursos Humanos (2022). Empleo Asalariado No Agrícola.

Por el lado de las exportaciones, destaca el estado de California, con el monto mayor de todos los estados, \$162.0 billones, seguido por el estado de Texas, con \$66.3 billones. En ambos prevalecen las exportaciones de servicios de viajes, regalías y derechos de licencia (California, reflejo de su industria de informática y filmica), de transportación, y telecomunicaciones. En el caso de Florida los dos tipos de servicios más importantes (Transportación y Viajes) están vinculados a sus aeropuertos internacionales (Miami y Fort Lauderdale), al puerto marítimo de Jacksonville, y los servicios de apoyo.

Tabla 9: Exportaciones de servicios por tipo, 2019 (\$ Billones)

	Florida	Nueva Jersey	Georgia	California	Texas	Puerto Rico
Servicios de negocios, profesionales y técnicos	9.0	8.1	4.5	38.5	18.2	NA
Servicios de construcción	0.2	0.1	0.1	0.4	0.4	NA
Servicios financieros	2.3	2.0	4.3	14.3	6.3	0.2
Servicios de seguros	1.0	0.6	0.2	0.2	1.0	NA
Servicios de instalación, mantenimiento, y reparación	2.2	0.5	0.6	2.6	3.9	NA
Servicios personales y de recreación	0.6	0.1	0.5	12.9	0.2	NA
Regalías y derechos de licencia	2.5	3.4	3.2	30.2	10.1	NA
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	2.0	2.0	2.0	17.3	4.3	0.03
Servicios de transportación	8.8	4.9	6.4	13.6	9.9	0.5
Servicios de viajes	14.6	3.2	3.8	31.8	12.1	3.6
Total:	43.3	24.8	25.6	161.8	66.3	4.4

Fuentes: The Coalition of Services Industries; Junta de Planificación (2021). Balanza de Pagos 2020.Tabla 4.

Como se explicará anteriormente, los datos oficiales para Puerto Rico indican un monto total de exportaciones de servicios de \$4.4 millones, estimados que son parciales e incompletos. Por otra parte, están los estimados recientes del BEA, que indican unas exportaciones de servicios por \$14.3 billones en el 2019 (véase la Tabla 7). De estas, el 26.0% corresponden a viajes, una proporción mayor respecto a los estados considerados, exceptuando Florida, en donde los Viajes representaron el 34.0% del total de sus exportaciones de servicios. Desafortunadamente, los datos del BEA tampoco proveen un desglose por tipo de servicio exportado.

2.3.1. Programas estatales

Programa de Expansión Comercial de Estados (“STEP” por sus siglas en inglés): Es el programa que en esencia utilizan los estados para la promoción de exportaciones, incluyendo servicios (excepto Florida). El Programa de Expansión Comercial de Estados provee fondos dirigido al desarrollo de las exportaciones de empresas pequeñas en los Estados Unidos. Es dirigido a nivel nacional por la Oficina de Comercio Internacional del *Small Business Administration* (SBA). Las otorgaciones de estos fondos son administradas y proporcionadas por organizaciones gubernamentales estatales, normalmente sus departamentos de desarrollo económico.⁴⁰ Los fondos son otorgados a empresas pequeñas cualificadas que desean expandir sus negocios hacia el mercado internacional y van dirigidos a cubrir los costos asociados con dicho emprendimiento. Por otra parte, el *US Export-Import Bank*, agencia federal, provee financiamiento para las exportaciones de servicios cuando no hay financiamiento comercial disponible.⁴¹

En el año fiscal 2020, el programa otorgó un total de \$19.0 millones a través de los estados y territorios estadounidenses. En el 2021 se otorgó un total de \$15.1 millones. En el caso de Puerto Rico, el PCE recibió \$384,930. En la tabla 10 se presentan los montos otorgados a las cuatro jurisdicciones seleccionadas que recibieron fondos (Florida no solicitó).

Tabla 10: Grants otorgados bajo el Programa STEP, 2021

Estados	Subsidio federal AF20	% del monto total	Subsidio federal AF21	% del monto total
California	\$900,000	4.7%	\$0	-
Georgia	\$162,488	0.9%	\$240,000	1.6%
New Jersey	\$1,000,000	5.3%	\$1,250,000	8.3%
Texas	\$440,707	2.3%	\$250,000	1.7%

Fuente: U.S. Small Business Administration. <https://www.sba.gov/>

Una vez el negocio es seleccionado para recibir fondos de STEP, puede comenzar a invertir en el desarrollo de un proceso de exportación para su producto o servicio; los

⁴⁰ U.S. Small Business Administration (2022). <https://www.sba.gov/funding-programs/grants/state-trade-expansion-program-step#:~:text=Through%20awards%20to%20U.S.%20states,Participate%20in%20foreign%20trade%20missions>

⁴¹ U.S. Export-Import Bank. Services Exports. En: <https://www.exim.gov/solutions/services-exports>

costos de estas actividades comerciales serán reembolsados por las organizaciones gubernamentales. Las actividades elegibles para reembolso son:

- Ferias internacionales o misiones comerciales
- Ferias nacionales o misiones comerciales: con un límite de \$ 5,000
- Productos de servicio comercial de EE. UU.
- Desarrollo de sitios web y comercio electrónico: con un límite de \$ 5,000
- Pruebas de cumplimiento y registro de productos: con un límite de \$ 5,000
- Envío de muestras de productos: con un tope de \$ 5,000
- Propiedad intelectual: con un tope de \$ 2,500
- Material de marketing internacional: con un tope de \$ 5,000
- Exportar herramientas de investigación: con un límite de \$ 2,500
- Primas de pólizas del seguro del EXIM Bank

Además de STEP, los estados utilizan estos otros programas e incentivos federales, que aplican tanto a las exportaciones de bienes como de servicios:

U.S. Commercial Service (“USCS” por sus siglas en inglés): El USCS es la rama de promoción comercial de la Administración de Comercio Internacional dentro del Departamento de Comercio federal.⁴² Su propósito es promocionar la exportación de bienes y servicios en empresas estadounidenses, particularmente esas de tamaño pequeño y mediano. Adicional a esto, el servicio comercial ayuda a estas empresas estadounidenses a encontrar socios internacionales calificados y en general, esta rama representa los intereses comerciales de la nación a nivel internacional.⁴³ Este programa se organiza mediante más de 100 oficinas localizadas a través de todos los Estados Unidos y sobre 150 ciudades a través de 80 países⁴⁴. Los servicios ofrecidos por las oficinas de USCS se resumen en:

- Estudios de mercado online y personalizados.
- Apoyo a los expositores estadounidenses en ferias comerciales nacionales y extranjeras seleccionadas para atraer socios comerciales calificados.
- Programas basados en tarifas para presentar exportadores de productos estadounidenses a compradores y distribuidores calificados.

⁴² U.S. International Trade Administration. Export Solutions. En: <https://www.trade.gov/export-solutions>

⁴³ Office of the United States Trade Representative (2022). <https://ustr.gov/trade-topics/trade-toolbox/export-assistance>

⁴⁴ Exports.gov. Offices in the U.S. Referirse a: <https://2016.export.gov/usoffices/index.asp>

- Consejería y apoyo individualizado.
- Programas de capacitación en temas como documentación de exportación, controles de exportación y los conceptos básicos de exportación.

Export-Import Bank de los Estados Unidos (“EXIM” por sus siglas en inglés): Es la agencia oficial de crédito para exportaciones de los Estados Unidos. Su propósito es apoyar el empleo estadounidense mediante la facilitación de la exportación de bienes y servicios. Cuando empresas estadounidenses no consiguen prestamistas en el sector privado dispuestos a proporcionar financiamiento para proyectos dirigidos a la exportación, EXIM Bank llena este vacío. Les otorga las herramientas financieras necesarias para que estas empresas puedan competir por las ventas globales contra la competencia extranjera.⁴⁵

EXIM Bank asume riesgos crediticios que el sector privado no puede o no quiere aceptar, manteniendo una baja tasa de incumplimiento constantemente. Algunos programas de préstamos ofrecidos por el banco EXIM son el *Export Credit Insurance* (ECI) y el *Export Capital Trading Program*⁴⁶. Los servicios ofrecidos por esta agencia son:

- Apoyar transacciones comerciales de bienes y servicios fabricados en EE.UU.
- Proporcionar seguro de crédito a la exportación para ventas a corto y mediano plazo en condiciones de pago con cuenta abierta o garantizada. Para clientes exportadores se ofrecen pólizas de múltiples compradores, de un comprador único y pólizas para pequeñas empresas y exportadores ambientales.
- Proporcionar capital de trabajo previo a la exportación (préstamos directos a pequeñas empresas calificadas y garantías de préstamo a los prestamistas).
- Proporcionar garantías de préstamos de compradores extranjeros a los prestamistas para financiamiento a mediano plazo.
- Cofinanciamiento con otras *Export Credit Agencies*.
- Apoyo a la financiación de la cadena de suministro.

Por otra parte, California tiene el *China Trade and Investment Network* (CTIN). El CTIN es una asociación creada por la oficina de Negocios y Desarrollo Económico del gobernador de California con el propósito de expandir los esfuerzos comerciales y de inversión, primordialmente a la exportación hacia China.⁴⁷ Esta asociación está

⁴⁵ Export – Import Bank of the United States. Referirse a: <https://www.exim.gov/about>

⁴⁶ Office of the United States Trade Representative (2022). <https://ustr.gov/trade-topics/trade-toolbox/export-assistance>

⁴⁷ Oficina de Desarrollo Comercial y Económico del Gobernador de California (2022). En: <https://static.business.ca.gov/wp-content/uploads/2019/12/CTIN-Press-Release-2019-f.pdf>

compuesta por múltiples organizaciones localizadas dentro del estado, pero debido a su tamaño geográfico, se encuentran en regiones lejanas. La CTIN beneficia a los miembros ya que une a varias organizaciones de desarrollo económico en un solo lugar, con el propósito de exportar productos y servicios a China. Esto beneficia a las empresas de California que se hacen miembros, ya que facilita la cooperación empresarial y el compartir recursos y contactos para la exportación hacia el sudeste asiático.

Además, California, al igual que Texas, cuenta con una oficina dedicada a promover y proveer asistencia en el comercio e inversión de empresas estatales en el mercado mexicano, fomentando a la vez el intercambio bilateral. Algunos de sus servicios para las empresas incluyen la identificación de socios, citas personalizadas en México, la evaluación de mercado, consultoría cultural y servicios de investigación y la asesoría relacionada con negocios, contrato y regulaciones.⁴⁸

A diferencia de las otras jurisdicciones seleccionadas, Florida no tiene un programa estatal que se especialice en apoyar las empresas locales a desarrollar sus exportaciones. En su caso se creó una alianza público-privada de comerciantes y líderes gubernamentales llamada *Enterprise Florida, Inc.* (EFI).⁴⁹ El EFI, creada en el 1996, es la primera alianza tipo empresa-gobierno a la que el estado asigna la responsabilidad principal de fomentar el desarrollo económico y el comercio internacional. Los servicios ofrecidos por esta organización se asemejan a los ofrecidos por las oficinas del *U.S. Commercial Service*, y ofrecen financiamiento de exportaciones similar al EXIM Bank.⁵⁰

⁴⁸ Oficina del Gobernador de Texas (2022). En: https://gov.texas.gov/uploads/files/business/2020_Texas_Exports_Assistance_Programs_Overview_.pdf

⁴⁹ EnterpriseFlorida.com (2022). En: <https://www.enterpriseflorida.com/about/>

⁵⁰ EnterpriseFlorida.com (2022). En: <https://www.enterpriseflorida.com/wp-content/uploads/international-trade-development-services-flyer.pdf>

3. Programa de Comercio y Exportación de Puerto Rico

En el capítulo 4 del primer informe se examinó en detalle el marco legal y de incentivos disponibles para fomentar los servicios en Puerto Rico, específicamente centrados en la Ley 20 (según enmendada), y en la Ley 60 del 2019, el Código de Incentivos de Puerto Rico, que incorpora a su vez aquellos para los servicios.⁵¹

Esquemas de Promoción de Exportaciones que Incluyen Servicios



Existe también el Programa de Comercio y Exportación, adscrito al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.⁵² Como se mencionó antes, tiene como función desarrollar el comercio, enfatizando las Pymes, y las exportaciones de bienes y servicios a mercados

externos, fundamentalmente países extranjeros. Al igual que los estados, también es parte del STEP, a través del cual se provee una subvención a negocios elegibles para exportar su producto o servicio a países extranjeros.⁵³

En primera instancia, podría decirse que la oferta de servicios a las Pymes que ofrece es bastante amplia, muy similares a los que ofrecen los estados, aunque no hay como tal un programa exclusivamente dirigido a las exportaciones de servicios, como lo tiene PROCOMER.⁵⁴ Esto es una limitación, pues por su propia naturaleza y requisitos, los servicios tienen sus particularidades que no la tiene un producto manufacturado. Los estados tampoco tienen programas específicos para los servicios.

Los servicios/incentivos que ofrecen van, desde orientaciones para establecer o expandir un negocio a incentivos contributivos a Pymes. Los incentivos contributivos son desde exenciones parciales de primas al Fondo del Seguro del Estado, de permisos, propiedad, y en algunos casos de la patente municipal, contribución sobre ingresos a una tasa preferencial por tres años, y la preparación de planes de negocios.

⁵¹ Véase también el Apéndice D del primer informe.

⁵² Programa de Comercio y Exportación, referirse a <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-comercio-y-exportacion#incentivos-a-pymes>; Ley Núm. 323 de 28 de diciembre de 2003, según enmendada, en: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Pymes/323-2003.pdf>

⁵³ Programa de Comercio y Exportación. Referirse a <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-comercio-y-exportacion#incentivos-a-pymes>

⁵⁴ No hemos podido obtener informes de progreso del PCE, ni detalles históricos al presente sobre los tipos de empresas o negocios que ha atendido. En el informe anual del DDEC (Último para el fiscal 2020), no se provee de un detalle sobre el programa.

Mediante el programa de Pymes Innovadoras se incentiva el desarrollo y comercialización para la exportación de sus innovaciones, ofreciendo la oportunidad de obtener capital inicial. Aplica tanto para manufactura y servicios con ventas brutas menores a \$3.0 millones. Otro incentivo que se da a través del programa STEP, pero que aplica en el caso de manufactura, es el incentivo de transporte, que provee un reembolso de 20% de los gastos de transportación aérea o marítimos del producto.

Tabla 11: Servicios que ofrece el Programa de Comercio y Exportación

Servicios	
Año de fundación	2003*
Apoyo a la creación de nuevas empresas.	✓
Incentivos a PYMES para exportar bienes o servicios	✓**
Desarrollo de PYMES como proveedoras a empresas exportadoras.	✓
Incentivos contributivos a las PYMES	✓
Pymes Innovadoras:	✓
<i>Oportunidad de obtener capital hasta un máximo de \$200,000 para iniciar o expandir operaciones para empresas con ventas de menos de \$3.0 millones</i>	
Desarrollo de programas de capacitación e innovación para las empresas locales, que exportan o tienen el potencial para exportar.	✓
Subvención de la Administración de Desarrollo Económico federal a las Pymes:	✓
<i>Centros de Emprendimiento - Provee espacio colaborativo de servicios para desarrollar negocios en San Juan, Ponce y Mayagüez</i>	
Capacitación empresarial	✓
Programa Puerto Rico Innova:	✓
<i>Forjar visión que le permita generar nuevas ideas que propicien proyectos viables de negocios</i>	
<i>Desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios</i>	
Desarrollo de negocios mediante misiones comerciales	✓
Detectar oportunidades comerciales en diferentes mercados, y desarrollar estudios de mercado	✓
Identificación de empresas con potencial de exportación	✓
Apoyo al exportador para que logre vender a través de plataformas en línea.	✓
Subvención del Programa STEP	✓
Apoyo de la Oficina Comercial en la República Dominicana	✓
Presupuesto anual (2022)	\$14.1 millones***

Fuentes: Programa de Comercio y Exportación, Departamento de Desarrollo Económico y Comercio; Oficina de Gerencia y Presupuesto.

* El programa tiene su origen en el 1960, bajo el antiguo Departamento de Comercio.

** A través del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio. Fondo de Incentivos Económicos del Código de Incentivos, Ley 60-2019.

*** De los cuales el 25.0% corresponde a la partida de pago de pensiones.

Desafortunadamente, se desconoce la combinación de negocios o empresas (entre manufactura y servicios) que reciben estos beneficios e incentivos, lo que permitiría una mejor evaluación del programa en cuanto a su impacto entre los negocios de servicios.

4. Entrevistas a empresas beneficiarias de la Ley 60

En el segundo informe presentando se complementa y amplía el primero, teniendo como objetivo central presentar, en un enfoque comparativo, las mejores prácticas en las exportaciones de servicios, y algunas lecciones para Puerto Rico. Se identificó como caso de mejor práctica a Costa Rica. El análisis comparativo incorpora también como ejemplos a cinco jurisdicciones en Estados Unidos – California, Florida, Georgia, Nueva Jersey, y Texas – que han alcanzado volúmenes considerables en exportaciones de servicios a países extranjeros, principalmente a Canadá, China, y la Unión Europea.

El segundo informe concluyó con unas lecciones preliminares para Puerto Rico, en base al análisis comparativo y evaluación de los programas de promoción, incluyendo el de Puerto Rico (Programa de Comercio y Exportación). Estas lecciones y recomendaciones se complementan con los resultados de las entrevistas a fondo realizadas a directivos “seniors” de las empresas.

Se entrevistaron a representantes de ocho empresas o negocios en Puerto Rico en los sectores de servicios profesionales, comerciales, y finanzas. Para seleccionar a las empresas entrevistadas se utilizó la lista de beneficiarios de decretos bajo la Ley 60-2019 – El Código de Incentivos de Puerto Rico – provista por el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

El nombre de las compañías entrevistadas no se revela para proteger el acuerdo de confidencialidad acordado con estos. A continuación, se presenta un resumen de los aspectos más relevantes de las entrevistas a las empresas seleccionadas.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 1

Esta compañía fue fundada en el 2007, recibió el decreto de Ley 20 en el 2014, y comenzó a exportar servicios en el 2015. Los servicios que la compañía exporta incluyen servicios de automatización, servicios de tecnología de información para la manufactura, incluyendo diseño, mantenimiento y su operación (*electronic backh records*). También exportan servicios técnicos, como validaciones y calificaciones.

El mercado principal de la empresa es EE.UU. aunque también han exportado en casos puntuales a Argentina y Europa. En específico, actualmente exporta

servicios a empresas en el sector biofarmacéutico, aunque también a la industria de alimentos en Florida e industria metalúrgica en Argentina.

La exportación de servicios representa el 25% del volumen de ventas totales generadas por la empresa. Mucho de estos servicios se realizan principalmente en el formato virtual a través de la “nube”.

Según indica el directivo entrevistado, el proceso de exportación fue orgánico, apalancándose en los referidos de clientes locales que se movieron a los EE.UU. a trabajar en otras plantas y que sugirieron a la empresa convertirse en un proveedor de servicios a esas empresas. Entre los principales retos confrontados por la empresa al momento de exportar a los EE.UU. se encuentran:

1. Disponibilidad de recursos para financiar la expansión (funding) la inversión en capital y las operaciones.
2. Identificar los mercados potenciales en EE.UU. y en otras partes del mundo.
3. Limitación en la capacidad instalada para poder expandirse (mercadeo y negocio, expansión y mercado).
4. Un factor que limita su capacidad de expansión es la falta de disponibilidad de mano de obra hábil.

El directivo indicó que los incentivos contributivos han sido positivos ya que ha permitido mejorar el precio de los servicios a los clientes. Sin embargo, la empresa desconoce cuáles son los incentivos/programas que ofrece el Programa de Comercio y Exportación, así como lo que esto puede aportar por las compañías en términos de la posibilidad de abrir oficinas en otros mercados.

Uno de los principales obstáculos que ha enfrentado la empresa al momento de exportar servicios es el costo de los seguros. La empresa tiene que adquirir un seguro nuevo en las jurisdicciones en las que opera ya que algunos de los estados y empresas con las que hace negocio lo requiere. Por lo tanto, el costo adicional de adquirir el seguro tiene el efecto de incrementar los gastos operacionales de seguro, algo de lo que no pueden prescindir por la naturaleza del negocio (*liability* y compensación a empleados).

Las recomendaciones sugeridas al gobierno para promover la exportación de servicios incluyen:

1. Tener *leads* de los próximos proyectos importantes, o sea, que el gobierno sea transparente en sus planes de las iniciativas que se estarán implementando para facilitar la exportación de servicios.
2. Ayudar con la faceta del mercadeo de los servicios en EE.UU.
3. Identificar oportunidades en otros mercados y promover las compañías en otros mercados. Esto implica reconceptualizar el concepto de promoción, o sea, promocionar a Puerto Rico más que como destino de inversión, promover las empresas locales en el exterior.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 2

La Compañía 2 es una subsidiaria de una multinacional especializada en servicios financieros. Comenzó a exportar servicios de preparación de planes de declaraciones de impuestos federales desde Puerto Rico a Nueva York en el 2012. La exportación de servicios desde la isla a clientes de EE.UU. representa el 25% del total del volumen de negocios generado por la empresa en la Isla. Los servicios ofrecidos por la empresa a sus clientes en EE.UU. están basados en servicios en línea, correo electrónico y *softwares* en la nube.

El atractivo de establecer operaciones en el mercado local para exportar servicios era una ventaja en costos ya que el salario es más bajo en la isla que en EE.UU. y el acervo de estudiantes graduándose de contabilidad de la Universidad de Puerto Rico. Según el directivo entrevistado, estas ventajas llevaron a la empresa matriz a decidir establecer un centro de servicio a clientes en Nueva York desde Puerto Rico como estrategia de negocio.

Aunque los incentivos contributivos han sido buenos para el negocio, lo más importante para la empresa ha sido el costo por empleado y de las bienes raíces en la isla. Sin embargo, uno de los retos que enfrenta la empresa al momento de exportar servicios es el acceso a personal cualificado. Esta situación ha requerido adiestrar a los profesionales que son contratados localmente debido a la brecha de conocimiento versus los profesionales de Nueva York. La barrera del idioma también fue identificada como un reto muy importante.

En cuanto a las recomendaciones para exportar servicios, el directivo sugirió lo siguiente:

1. Ayudar a las empresas a identificar mercados internacionales a donde puedan exportar sus servicios.

2. Ayudar a las empresas en el proceso de solicitud de los decretos e incentivos y que el proceso de aprobación sea más expedito.
3. Promover los incentivos que provee la Oficina de Exenciones Contributivas para las empresas no locales que deseen exportar servicios desde Puerto Rico.
4. Mejorar su credibilidad internacional y que los contribuyentes que se benefician de los beneficios cumplan con las reglas asociada a estos reglamentos.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 3

La compañía fue incorporada en el 1997 pero comenzó a exportar su servicio en el 2005. El servicio que exporta es de *call center* a la región este, oeste y central de los EE.UU. Este servicio representa el 40% del volumen total de negocios de la empresa.

Según indica el directivo, la decisión de exportar surgió debido a que el mercado local estaba saturado así que tuvieron que evaluar la posibilidad de exportar servicios a los EE.UU. En ese proceso se dieron cuenta que podían ofrecer una propuesta de valor similar en términos de calidad y tipos de servicios que proveedores en los EE.UU. pero a un costo de mano de obra más bajo. Sin embargo, este indicó que parte de las dificultades enfrentadas por la empresa al momento de exportar servicios respondió a varios factores:

1. Problema de enfoque del gobierno en su estrategia ya que los esfuerzos para promover en el exterior las empresas locales con potencial de exportación es inexistente. En este sentido el enfoque debe ser, además de la promoción comercial de productos y la isla como destino de inversión, "traer potenciales clientes..., en vez de traer competidores".
2. La interrupción del negocio por problemas en el servicio de la energía eléctrica les ha encarecido los costos operacionales, reduciendo la ventaja competitiva en costos relativo a competidores en los EE.UU.
3. La disponibilidad de trabajadores para responder a la demanda por sus servicios también ha afectado las posibilidades de expandir sus servicios.

El directivo mencionó que la empresa no tiene presencia física en los EE.UU. y que tiene el recurso humano y el capital necesario para expandir la exportación de sus servicios, aunque el crecimiento a futuro se está limitado por la disponibilidad de mano de obra cualificada.

La empresa es beneficiaria de la Ley 20, ha recibido incentivos monetarios para la adquisición de maquinaria y equipo, así como otros asociados a la generación de empleo. Estos beneficios han sido importantes para la empresa ya que les ha permitido mantener la ventaja competitiva en costos relativo a los competidores de EE.UU.

Para identificar mercados/clientes potenciales y generar oportunidades de negocios, la empresa utiliza las redes sociales, su fuerza de venta interna y *brokers* con presencia en los mercados de interés.

Las recomendaciones sugeridas por el directivo para que el gobierno promueva la exportación de servicios incluyen:

1. Identificar mejor las industrias que quieren promover tomando en consideración aquellos nichos en donde hay disponibilidad de mano de obra y empresas locales para servir esos mercados.
2. Promover a clientes potenciales en otros mercados los servicios ofrecidos por las empresas interesadas en exportar servicios.
3. No dejar de promover los esfuerzos para atraer industrias que no haya en la isla.
4. Mejorar el costo de energía ya que es necesario para mantener la ventaja competitiva en costos relativo a otros estados de EE.UU.
5. Mejorar el sistema de estadísticas de la isla ya que es esencial para evaluar el desempeño de las iniciativas implementadas.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 4

La compañía se estableció en el 2016 y comenzó a exportar sus servicios en el 2017 a empresas localizadas en el noreste de los EE.UU. en la región conocida como el *Tri-state Area* (Connecticut, New York y New Jersey).

Los servicios de exportación incluyen consultoría técnico y científica hacia el mercado de las ciencias vivas (farma y biotecnología) y manufactura de células y genética. En específico, la empresa se especializa en *Quality Risk Management* (QRM) aunque ofrece otros servicios como, por ejemplo, cumplimiento regulatorio, validación de procesos, calificación de equipos y temas relacionados a requisitos del *Federal Drug Administration*. Según indica el directivo entrevistado, la exportación de estos servicios representa entre el 95-97% del volumen de negocio y suelen utilizarse las modalidades de servicios en

línea, correo electrónico, teléfono, y visitas presenciales al momento de hacer negocios.

El directivo indicó que el proceso de exportación de servicios a empresas farmacéuticas en los EE.UU. se dio a través de un proceso orgánico en el que inicialmente fueron subcontratados por empresas que habían sido contratadas para brindar unos servicios (dada la disponibilidad del recurso local) a través de un contrato “corp-to-corp” pero luego recibieron el acercamiento directo de las farmacéuticas para contratar sus servicios, dejando a un lado el rol del intermediario. *LinkedIn* fungió como una herramienta importante para dar a conocer los servicios de la empresa, que a diferencia de otras está especializado en un nicho muy específico de QRM.

Los principales retos enfrentados por la empresa en el proceso de exportar servicios incluyen:

1. La competencia que existe en el mercado.
2. El proceso de cualificación como proveedor directo por el tamaño que tenía la empresa o por lo tortuoso del proceso de cualificación en donde preferían contratar los servicios a través de un proveedor existente.
3. El ciclo de facturación ya que la empresa recibe los pagos en 90 días y el proceso de estandarizar costos para alinearlos al flujo de efectivo.
4. Debido al ciclo de facturación los bancos se mostraban reacios a proveer líneas de crédito.

El presidente de la empresa tiene planes de continuar exportando. Esta en la etapa de montar otra manufacturera en Puerto Rico para exportar productos, además de seguir expandiendo su plantilla para ampliar el negocio de servicios que exporta a los EE.UU.

Los decretos han sido instrumentales para la empresa ya que le permitió estructurar su negocio con un enfoque único en la exportación de los servicios de consultoría en los EE.UU. ante la saturación que existe por estos servicios en el mercado local. El directivo está al tanto de otros programas ofrecidos por el gobierno, pero indicó que lo más importante ha sido la tasa mínima del 4% otorgada bajo la Ley 60. El decreto ha permitido a la empresa generar unos ahorros contributivos que han sido utilizados para capitalizar la empresa, invertir en infraestructura básica y cubrir algunos costos operacionales.

Cabe indicar que el directivo indicó que entre los retos más importantes que enfrentó al momento de iniciar su operación y exportación fueron el desconocimiento de los mercados potenciales de exportación, la falta de conocimiento sobre el manejo de SURI y como levantar un negocio (*network*, como son los contratos, tipos de retenciones, etc.). Por último, este sugiere dos recomendaciones al gobierno de cara a fomentar la exportación de servicios:

1. Crear un adiestramiento sobre el uso y manejo de SURI (hacer planillas trimestrales para aquellos empresarios que comienzan sus negocios sin apoyo de contables ni socios)
2. Hacienda debe mejorar el servicio de ayuda telefónica para referencias relacionadas al manejo de SURI ya que el tiempo de espera es sustancial.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 5

La compañía se estableció en el 2002 y comenzó a exportar servicios de consultoría de tecnología para empresas al mercado del sur de Florida utilizando la modalidad remoto (servicios en línea y video conferencia) en el 2018. Estas exportaciones representan menos del 10% del volumen total de negocios generados por la empresa.

Según cuenta el directivo entrevistado, la empresa ha realizado varios esfuerzos para exportar servicios. El primer intento fue a México, pero no resultó ya que se había contratado a un *vendor* local y el esfuerzo resultó infructuoso. A raíz de esa experiencia, intentaron exportar servicios al sur de Florida por segunda ocasión; aunque esta vez no contrataron un *vendor* sino que uno de los socios estableció su residencia en el estado.

De este proceso la empresa entendió la importancia que tenía hacer la venta presencial, aunque el servicio se diera remoto desde Puerto Rico para beneficiarse del beneficio contributivo asociado a la Ley 20. El director resalta la importancia de la especialización al momento de considerar penetrar mercados en los EE.UU. ya que es un mercado de nichos especializados, o sea, “mientras más especialización, más efectividad” en el esfuerzo. No vale destacar solamente como elemento diferenciador la calidad del servicio sino la especialización.

La empresa tiene un plan de exportación y en sus esfuerzos por penetrar otros mercados intentó penetrar el mercado de la República Dominicana sin éxito.

Entre los factores limitantes en esta gestión se mencionó el costo de la mano de obra en Puerto Rico y las barreras de entrada al mercado dominicano (e.g., segmento de servicios profesionales y financieros). Con relación al último punto, el directivo destacó que una de las barreras es el impuesto del 29% que retiene el gobierno dominicano a los proveedores de servicios al momento de sacar el dinero del origen. Por lo tanto, sugirió que el Colegio investigue "sobre la inequidad en el trato contributivo entre la República Dominicana, por ejemplo, Ecuador; otro ejemplo, Uruguay y otros países versus Puerto Rico". La inequidad contributiva es algo que imposibilita penetrar el mercado latinoamericano, indicó el directivo.

El directivo afirma que la Ley 20 ha funcionado como incentivo ya que alivia la carga contributiva y el ahorro puede reinvertirse en la operación. Aunque conocen sobre el Programa de Comercio y Exportación, no participan de las misiones comerciales ya que la venta de un servicio profesional distinta a la venta de productos u otros servicios. No obstante, asistió a una de las misiones y pudo constatar que algunos empresarios pudieron conseguir buenas reuniones con empresas grandes.

Los obstáculos más importantes a la hora de exportar servicios:

1. Tener acceso al *network* en estos mercados.
2. Los esfuerzos de mercadeo para llegar a los clientes.
3. La barrera del idioma y el reclutamiento de personal que tenga pleno dominio del inglés.

Para contrarrestar los retos (1) y (2) la empresa vende una serie de servicios asociado a *softwares*, y se apalanca en los vendedores y fabricantes de estos para que les ayude a penetrar el mercado. Por último, las recomendaciones sugeridas al gobierno para fomentar la exportación de servicios incluyen:

1. Que el gobierno considere un crédito contributivo local para aquellas compañías que están reinvertiendo parte de sus ganancias en desarrollar el negocio de exportación de servicios.
2. El Programa de Comercio y Exportación debe tener un equipo enfocado en la exportación de servicios profesionales y hacer misiones comerciales dirigidas a estos fines.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 6

La compañía se estableció en el 1998 y exporta servicios de comunicaciones, incluyendo publicidad tradicional, digital, estrategias de mercadeo, consultoría de mercado hispano. El mercado principal de exportación es los EE.UU. (Washington D.C., Florida, Texas, pero por la naturaleza del servicio puede impactar otros estados) y deriva aproximadamente el 5% del volumen total del negocio de la exportación de estos servicios.

Para exportar servicios utiliza la modalidad remoto (email, teléfono, videoconferencia). El directivo indicó que uno de los factores que ha afectado la exportación de sus servicios es la interrupción del negocio asociadas a las secuelas de los huracanes y el Covid-19. Por otro lado, la estrategia para exportar ha sido mediante contacto con personas a través de llamadas telefónicas o *networking*, no mediante las misiones comerciales realizadas por el Programa de Comercio y Exportaciones y/o convenciones promovidas por la Cámara de Comercio.

La principal dificultad para exportar servicios ha sido la ausencia de un posicionamiento de Puerto Rico como marca de referencia en los mercados (*worldwide known*) de cualquier producto de comunicación realizado en Puerto Rico para su exportación.

El directivo indicó que la empresa no tiene un plan claramente establecido de exportación de servicios, por lo que el enfoque es continuar trabajando *One off projects* ya que son los que se facturan bien. Este indicó que exportar a Latinoamérica es difícil ya que el producto es caro. Sin embargo, es más viable en los EE.UU. ya que es un producto más económico cuando se comparan los costos asociados con los mismos servicios ofrecidos por empresas en los EE.UU.

Por último, las recomendaciones dirigidas al gobierno para fomentar la exportación de servicios incluyen:

1. Las misiones que hace el gobierno deben estar más enfocadas en la exportación de servicios mediante la promoción de empresas locales proveedoras de los servicios en otros mercados.
2. Debe enfatizarse en establecer algún tipo de programa de educación relacionado al manejo de riesgo e incentivar a que las empresas se atrevan a exportar servicios (ayuda de como guiar el proceso).

3. Proveer información sobre las leyes y reglamento de los mercados potenciales para la exportación de servicios.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 7

La empresa lleva décadas operando en la isla en el segmento de servicios de publicidad a la República Dominicana, Panamá, Costa Rica, Centroamérica, trinidad, Barbados e islas del Caribe que hablan inglés, y para el mercado hispano en Florida y New York.

La empresa exportaba servicios desde el 1987 aunque aplicó al decreto en el 2001-2002. Los incentivos otorgados por los decretos han sido importantes para el negocio, aunque no se benefician de otros programas otorgados por el Programa de Comercio y Exportaciones

Según mencionó el directivo, el proceso de exportación de servicios fue uno orgánico a través de los referidos de los clientes de la empresa. La exportación de servicios representa entre el 5-7% del total de volumen de negocios de la empresa. Aunque utilizan la modalidad remoto para exportar servicios (teléfono, correo electrónico y servicios en línea), dependen mucho de la modalidad presencial.

El reto principal para exportar servicios ha sido establecer relaciones de negocios de manera no presencial, “es muy difícil” indicó el directivo. Por lo tanto, están considerando como estrategia establecer alianzas o adquisición de otras operaciones en mercados de interés en donde ya existan relaciones establecidas con clientes. El directivo mencionó que no pese a lo anterior, la empresa pertenece a una red de agencias que tiene oficinas en todo el mundo, así que eso le ayuda a ofrecer servicios en esos mercados ya que hay una relación preexistente.

Para la industria de la publicidad, el trabajo remoto representa una amenaza ya que puede resultar en el cierre de departamentos que fácilmente podrían operar remoto a un costo más bajo en otros países. Por último, se recomienda al gobierno crear el marco institucional (instituciones/oficina) necesario para promover la exportación de servicios.

ENTREVISTA COMPAÑÍA 8

La compañía se estableció en 1997 y comenzó a exportar servicios de *head hunting* y *outsourcing* (firma de selección y tercerización) en el 2009, aunque ya habían tenido algún tipo de experiencia con proyectos específicos en los EE.UU.

La empresa exporta servicios a 23 países: Canadá, EE.UU., México, Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Colombia, Perú, Chile, Surinam, las Bahamas, Haití, República Dominicana, Jamaica, las Islas Vírgenes Americanas, las Vírgenes Británicas, Trinidad y Tobago, Barbados y Curazao, y España.

La exportación de servicios representa más del 50% del volumen total de negocios y utilizan distintas modalidades de exportación de servicios (correos electrónicos, teléfono, servicios en línea, y presencial). En esencia, los clientes de la compañía consisten en empresas privadas *Fortune 500* en los segmentos de farmacéuticas, servicios financieros, servicios de tecnología, servicios administrativos y comerciales, servicios de energía.

Desde Puerto Rico se maneja de manera centralizada los servicios comerciales (i.e., contabilidad, tesorería, mercadeo y gran parte del *sourcing* de candidatos para transacciones con clientes o para los recursos que tiene la empresa en otros países) a las entidades/operaciones en los otros países. Además, la empresa tiene oficinas con personal corporativo solamente en cuatro países (República Dominicana, Costa Rica, Panamá, y en Estados Unidos en Carolina del Norte), mientras que en el resto del personal contratado está ubicado en las oficinas de sus clientes.

El directivo cuenta que la exportación de servicios surgió de forma orgánica en donde inicialmente identificaron candidatos potenciales de su base de clientes que tuvieran presencia en otros mercados para así ofrecerle servicios. Posteriormente, se expandieron en esos mercados mediante la participación en subastas hechas por estos clientes. Una vez establecidos en los mercados, comenzaron a identificar clientes nuevos para expandir sus servicios, siempre manteniendo la relación con los clientes existentes.

El directivo indicó que entre las dificultades o retos más importantes que enfrentó la empresa al momento de exportar servicios estaban:

1. El financiamiento de la operación, ya que el servicio de *outsourcing* requiere que la empresa pague primero los gastos de nómina (incluyendo impuestos y beneficios marginales) que luego son reembolsado por el cliente. Es una operación intensiva en el uso de efectivo por lo que depende de que haya flujo de efectivo, pero esto se ve afectado por el ciclo de facturación y pago de las empresas multinacionales que no es de 5 a 15 días.
2. El realineamiento de las estructuras administrativas y financieras de las distintas operaciones para poder consolidar el negocio en uno solo, lo que vino a resolverse con la adopción de tecnologías.
3. Alinear los procesos internos de la empresa con los requisitos de cumplimiento fiscal y laboral correspondiente a cada país.

La empresa es beneficiaria del decreto otorgado bajo la Ley 20. El directivo indica que el decreto es un buen beneficio y ha ayudado a estructurar la operación para poder ofrecer los servicios desde Puerto Rico. El decreto le ha permitido a la empresa reducir el pago de impuesto y, por consiguiente, liberar recursos que se han reinvertido en el desarrollo de las operaciones de la empresa. Sin embargo, el decreto no ha sido el factor determinante para optar por establecer la operación en la isla.

Aunque la empresa participó de misiones comerciales promovidas por el Programa de Comercio y Exportaciones, ya no participan. La razón es que el beneficio obtenido de la participación de estos eventos es mínimo debido a que la empresa ya tiene un mercado establecido. No obstante, el directivo indicó que estas iniciativas son una buena oportunidad para “first timers”. Por otro lado, mencionó que la empresa no ha podido beneficiarse de los incentivos monetarios/subsidios por la falta de disponibilidad de estos al momento de solicitarlos o por errores de ellos en el proceso de completar los documentos requeridos.

Uno de los obstáculos que la empresa ha enfrentado para exportar servicios es la necesidad de acceso a financiamiento para cubrir parte de la operación en ciertos países con algunos clientes. La estructura de financiamiento es bien costosa y compleja y ha requerido reestructurar la operación bajo un holding que ayude a mitigar algunos de los riesgos asociados a sus operaciones. Por otro lado, entender y aprender sobre las diferencias en estilos de hacer negocios asociado

a las diferencias culturales en los países que opera la empresa ha sido un tema que han tendido que atender para poder viabilizar los negocios.

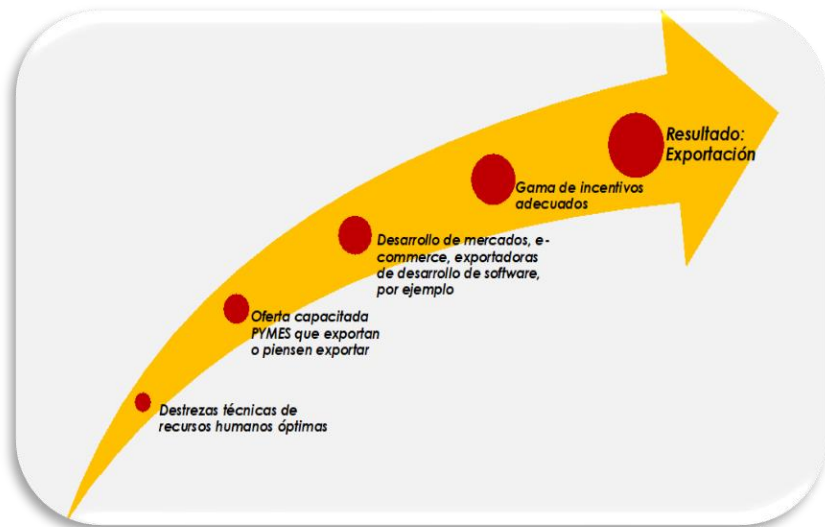
Por último, el directivo sugiere varias recomendaciones al gobierno para fomentar la exportación de servicios:

1. Educar bien al público sobre el decreto de la Ley 20 ya que los beneficios se extienden más allá de la empresa local o extranjera, no solo por los empleos que genera sino también por las empresas locales que están exportando servicios.
2. Aparte de atraer empresas de EE.UU. a Puerto Rico, el gobierno debe enfatizar que el decreto también es importante para que las empresas locales puedan exportar y aprender a exportar.

5. Lecciones para Puerto Rico

Son varias y diversas las lecciones que surgen de las comparaciones entre Puerto Rico, Costa Rica, los estados seleccionados y las entrevistas a empresas beneficiarias de la Ley 20:

1. La primera, en base al ejemplo de Costa Rica, es la importancia de tener una política pública en materia económica enfocada al objetivo central de exportación de servicios. Puede decirse que, en parte, en Puerto Rico se ha dado tal condición (Ley 20, según enmendada, y la Ley 60), pero esas medidas dependen de la voluntad del gobierno federal de endosarla o apoyarla.
2. Tal y como lo señala el estudio comparativo de Castro-González et.al. (2014), aunque Puerto Rico mantiene unas ventajas respecto a Costa Rica; por ejemplo, un valor más alto de sus exportaciones, cualificaciones de su mano de obra, “Puerto Rico debe de mejorar su exportación de servicios, en donde aparece con una puntuación muy baja.”⁵⁵



3. El adelanto de Costa Rica como base exportadora de servicios de TIC le ha convertido en un ejemplo para toda la región de América Latina. Puerto Rico tiene excelentes capacidades en ese sector y más acceso al mercado norteamericano, sin restricciones comerciales o tarifarias. Empresas grandes no locales, como Honeywell ya lo hacen. Hay que ver qué sucede en el caso de Pymes.
4. En base a lo anterior, Puerto Rico debe de incentivar la formación de más científicos y técnicos, así como su retención.

⁵⁵ Castro-González et.al. (2014). P. 126.

5. La brecha salarial con Costa Rica es algo con lo que no se puede competir, aunque los salarios medios para ocupaciones en TIC en ese país no son bajos. Puerto Rico no puede competir en base a salarios bajos; es en cuanto a la calidad de destrezas de los trabajadores en estas ocupaciones, por ejemplo, y su mayor disponibilidad.

6. La gama de servicios de apoyo a las exportaciones de servicios a Pymes de Puerto Rico es amplia, pero comparado con PROCOMER (aunque hay similitudes) el PCE está más limitado en cuanto a programas, incentivos, estrategias, y presupuesto (véase la tabla 5). Incluso el PCE tiene acceso al programa STEP al igual que las jurisdicciones evaluadas. La pregunta clave aquí es porqué: ¿es por el lado de la oferta (por ejemplo, el PCE), o la demanda (por ejemplo, pocos negocios disponibles o que cualifiquen, o que se interesen)?

7. La apreciación en las conclusiones/observaciones anteriores tiene que verse también en el contexto de la magnitud de exportaciones de servicios de Puerto Rico. Si se acepta el estimado superior del BEA (\$14.3 billones), éstas superarían las de Costa Rica, pero no las de las jurisdicciones evaluadas, pero esto no es tan importante (véase la tabla 7). Es muy probable que, en el caso de la categoría de Otras, que representaron el 73.4% del total, una buena parte de las exportaciones vinculadas a TIC corresponda a empresas grandes no locales, y la participación de Pymes sea bastante menor.⁵⁶

En todo caso, aunque la magnitud es importante, más relevante quizás es la efectividad de las políticas e iniciativas dirigidas a promover las exportaciones de servicios y el desarrollo o maximización de las competencias necesarias/existentes, en particular de negocios locales, que son pequeños por lo general.

8. Como se indicará en el primer informe, el desarrollo acelerado tecnológico en comunicaciones ha hecho de la Internet un medio de oportunidades para las Pymes de exportar sus servicios.

Modos mediante los cuales una Pyme puede exportar sus servicios

- **A distribuidores o consumidores finales en un mercado externo.**
- **Una estrategia indirecta proveyendo servicios a otras empresas o negocios que vendan sus productos o servicios en una cadena de valor externa.**
- **Vendiendo su servicio a intermediarios exportadores, agentes, o brokers, que a su vez exportan.**
- **Vendiendo su franquicia, licencias de su tecnología o procesos directamente a clientes externos.**

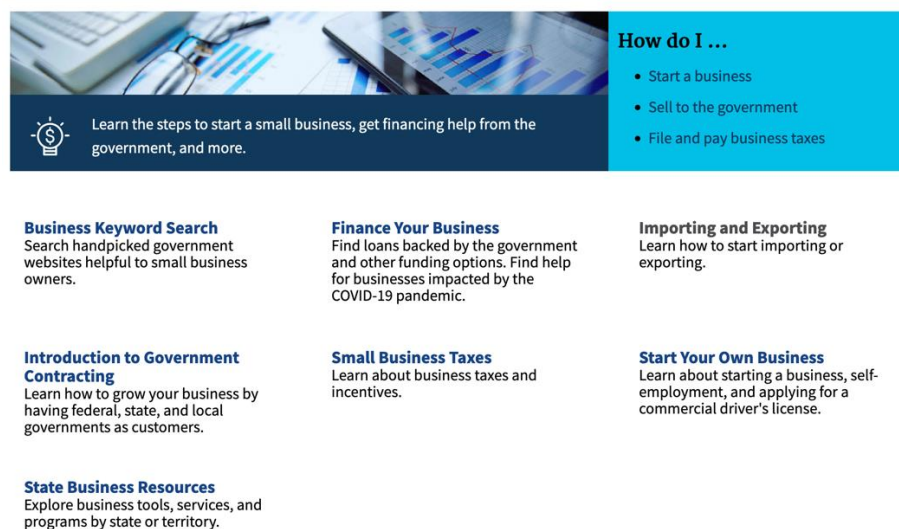
⁵⁶ Esta categoría incluye servicios informáticos, programados (Software), transportación marítima y aérea, y servicios financieros. El BEA no provee desglose por tipo.

9. EL PCE de Puerto Rico ofrece como un incentivo de exportación el desarrollo de una plataforma de E-Commerce. Desconocemos hasta qué punto la clientela del programa lo utiliza, pero es algo que definitivamente hay que ofrecer y promover más. En Estados Unidos, las Pymes en servicios están subrepresentadas en las exportaciones de servicios.⁵⁷ Es posible que lo mismo suceda en el caso de Puerto Rico. Esto no debe sorprender, ya que según el estudio de Khan et.al (2019), en Estados Unidos, comparado con las empresas grandes en servicios, las Pymes son menos propensas a exportar, y solo una proporción pequeña tiene portales en Internet que facilitan el colocar una orden y hacer pagos online.⁵⁸

Para remediar esto la agencia promotora de exportaciones de Estados Unidos, *usagov*, ha desarrollado un enfoque amplio que presenta en un solo portal todas las oportunidades que la Internet ofrece a las crecientes exportaciones de servicios de las Pymes.⁵⁹

Tabla 12: Portal de *usagov*

Small Business



How do I ...

- Start a business
- Sell to the government
- File and pay business taxes

Learn the steps to start a small business, get financing help from the government, and more.

Business Keyword Search
Search handpicked government websites helpful to small business owners.

Finance Your Business
Find loans backed by the government and other funding options. Find help for businesses impacted by the COVID-19 pandemic.

Importing and Exporting
Learn how to start importing or exporting.

Introduction to Government Contracting
Learn how to grow your business by having federal, state, and local governments as customers.

Small Business Taxes
Learn about business taxes and incentives.

Start Your Own Business
Learn about starting a business, self-employment, and applying for a commercial driver's license.

State Business Resources
Explore business tools, services, and programs by state or territory.

10. En el caso de las jurisdicciones seleccionadas, realmente no tienen un programa en específico dirigido a las exportaciones de servicios (exceptuando hasta cierto punto California, Florida y Texas, que incluyen bienes), aunque las promueven

⁵⁷ Joshua Meltzer (2015). Using the Internet to Promote Services Exports by Small and Medium-Sized Enterprises. Brookings Institution. Global Economy and Development Working Paper 83 (Febrero 2015). P. 1. Referirse a: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/internet-WP_WEB-Final.pdf

⁵⁸ Mahnaz Khan et.al. (2019). U.S. SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S. Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom. U.S. International Trade Commission. Investigation Number 332-569 (Septiembre 2019). Cap. 7. En: <https://usitc.gov/publications/332/pub4953.pdf>

⁵⁹ USAgov. Small Business. Referirse a: <https://www.usa.gov/business?source=busa>

también. Al igual que los estados, el PCE de Puerto Rico hace uso también de los programas federales (menos el EXIM Bank).

11. No existe un programa dirigido específicamente a promover la exportación de servicios en Puerto Rico. Se debe de considerar establecer uno, lo que no debería de ser un problema de organización. En este contexto el gobierno debe:
 - Promover las empresas locales que proveen servicios en los mercados internacionales.
 - Identificar oportunidades potenciales de negocios para las empresas que están interesadas en exportar servicios al exterior.
 - Establecer las herramientas que permitan proveer información clave sobre las características de los mercados potenciales (leyes, reglamentos, aspectos culturales relevantes, entre otros.)
12. Finalmente, hay que entender cuál es el ecosistema de las Pymes en Puerto Rico y la etapa del ciclo de desarrollo en la que se encuentran. Las necesidades de una empresa pequeña en la etapa inicial de su desarrollo son diferentes a una que se encuentra en etapa de madurez y lista para expandirse a otros mercados. Por lo tanto, hay que replantearse la estructura de incentivos bajo la Ley 60 ya que lo planteado anteriormente podría ser inoperante en algunos casos.

6. Fuentes Consultadas

- A. M. Santacreu and J. LaBelle (2021). *U.S. net exports of technology have fallen since 2011*. The Fred Blog, Federal Reserve Bank of St. Louis (July 29, 2021). At: https://fredblog.stlouisfed.org/2021/07/u-s-net-exports-of-technology-have-fallen-since-2011/?utm_source=CBNList&utm_medium=email&utm_campaign=CentralBankerNewsletter08_12_21
- A. M. Santacreu and J. LaBelle (2021). *Is China becoming a new innovation powerhouse? Data from the U.S. Patent and Trademark Office*. The Fred Blog, Federal Reserve Bank of St. Louis (August 5, 2021). At: <https://fredblog.stlouisfed.org/page/4/>
- Atkinson, R. D., Court, R. H., & Ward, J. M. (Julio 1999). *The State New Economy Index: Benchmarking Economic Transformation in the States*. En: <http://opensource.telkomspeedy.com/repo/abba/v01/DLL/NewEconomyIndex/1999-07-StateNewEcon.pdf>
- Banco Central de Costa Rica (2021). *Costa Rica: Exports of Services Over Information and Communication Technology Networks (ICT)*, Departamento de Estadística Macroeconómica (Mayo 2021). En: https://unctad.org/system/files/non-official-document/p10_tdb_edw_wg2021_Torres.pdf
- Bontis, N., Dragonetti, N. C., Jacobsen, K., & Roos, G. (1999). *The knowledge toolbox: A review of the tools available to measure and manage intangible resources*. European Management Journal, 17(4), 391-402.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2021). *Anuario Estadístico América Latina 2021* (Abril 2022).. En: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47827-anuario-estadistico-america-latina-caribe-2021-statistical-yearbook-latin>
- Carayannis, E. G. (2004). *Measuring intangibles: managing intangibles for tangible outcomes in research and innovation*. International Journal of Nuclear Knowledge Management, 1(1-2), 49-67.
- The Coalition of Services Industries (2022). *U.S. Service Exports by State – 2019*. En: <https://uscsi.org>
- Código de Incentivos de Puerto Rico, Ley Núm. 60 de 1 de julio de 2019. En: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/60-2019.pdf>
- CINDE (2022). *Tecnologías Digitales*. En: <https://www.cinde.org/es/sectores/servicios-intensivos-conocimiento/digital#aplications>
- CINDE (2022). *Régimen de Zona Franca en Costa Rica*. En: <https://www.cinde.org/es/recursos/regimen-de-zona-franca-en-costa-rica>
- Choudjary, Sharad (2022). *A Prolific IT Services Market is Emerging in Costa Rica*. NearshoresAmericas (Julio 12, 2022). En: <https://nearshoreamericas.com/a-prolific-it-services-market-is-emerging-in-costa-rica/>
- Costa Rica (2022). Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Dirección de Nacional de Empleo, Observatorio del Mercado Laboral con base en la Encuesta Continual de Empleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – trimestre 2021-2022. En: <https://www.mites.gob.es/es/estadisticas/index.htm>
- Crawford, M. J., Lee, J., Jankowski, J. E., & Moris, F. A. (Noviembre 2014). *Measuring R&D in the National Economic Accounting System. Survey of Current Business*. En: http://www.bea.gov/scb/pdf/2014/11%20November/1114_measuring_r_d_in_the_national_economic_accounting_system.pdf
- De Haan, M., & Van Rooijen-Horsten, M. (2003). *Knowledge Indicators based on Satellite Accounts – Final Report for NESIS*. En: <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/A68EE46B-AE4E-4232-A2ED-37BF2DD5D60A/0/knowledgeindicatorsbasedonsatelliteaccountsfinalreportNESIS.pdf>
- De Martino, Marcella (2014). *Sustainable Development Strategies of the Port Authority: The Network Approach* (Junio 2014). En: https://www.researchgate.net/profile/Marcella-De-Martino/publication/269379457_Sustainable_Development_Strategies_of_the_Port_Authority_The_Network_Approach/links/5644941b08ae451880a83f96/Sustainable-Development-Strategies-of-the-Port-Authority-The-Network-Approach.pdf?origin=publication_detail
- Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (2022). *Programa de Comercio y Exportación*. Accesado julio 28, 2022. En: <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-comercio-y-exportacion#incentivos-a-pymes>
- EF English Proficiency Index (2021). *The world's largest ranking of countries and regions by English skills*. En: <https://www.ef.com/wwen/epi/>
- Estudios Técnicos, Inc. (2016). *2016 Update: Economic Assessment Act 20/22*. En: <https://www.estudiostecnicos.com/projects/act2022update/Presentacion-update-DDEC-20-22-final.pdf>

- Estudios Técnicos, Inc. (2020). *Hunman Capital Development in Puerto Rico* (Octubre 19, 2020). Estudio preparado para la Junta de Supervisión Fiscal.
- Fefer, Rachel F. (2016). U.S. Trade in Services: Trends and Policy Issues. Congressional Research Service (Diciembre 6, 2016). R43291. En: www.crs.gov.
- Giovannini, E. & Cave, W. (Febrero 2005). *The Statistical Measurement of Services: Recent Achievements and Remaining Challenges* [Working Paper]. OECD Statistics Working Papers. doi: 10.1787/748203537383
- International Monetary Fund (2017). *World Trade in Services: Evidence from A New Data Set*. IMF Working Paper. Research Department (Marzo 2017). En: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2017/03/29/World-Trade-in-Services-Evidence-from-A-New-Dataset-44776>
- Instituto de Estadísticas de Puerto Rico (Marzo 28, 2014). Resolución Número 2014-02 – Aprobación de Cambios a la Metodología de la Contabilidad Nacional. En: www.estadisticas.gobierno.pr
- Langhammer, Rolf J. (2004). *Revealed comparative advantages in the services trade of the United States, the European Union and Japan: what do they tell us?*. The journal of world investment & trade, ISSN 1660-7112, Werner, Geneva, Vol. 5, Iss. 6, pp. 887-896. En: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/3429/1/langhammer_advantages.pdf
- Knoema (2022). Costa Rica – Service exports in current prices. En: <https://knoema.com/atlas/Costa-Rica/Service-exports>
- Ley de Incentivos Económicos para el Desarrollo de Puerto Rico, Ley Núm. 73 de 28 de mayo de 2008. En: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Desarrollo%20Econ%C3%B3mico/73-2008/73-2008.pdf>
- Ley para Adoptar un Capítulo 61 a la Ley Núm. 77 de 1957: Código de Seguros de Puerto Rico, Ley Núm. 399 de 22 de septiembre de 2004. En: <https://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2004/lexl2004399.htm>
- Ley para Establecer un Impuesto a las Corporaciones Foráneas, Ley Núm. 154 de 25 de octubre de 2010. En: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/154-2010.pdf>
- Ley para Fomentar la Exportación de Servicios, Ley Núm. 20 de 17 de enero de 2012. En: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Desarrollo%20Econ%C3%B3mico/20-2012/20-2012.pdf>
- Ley Reguladora del Centro Financiero Internacional, Ley Núm. 273 de 25 de septiembre de 2012. En: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Transacciones/273-2012/273-2012.pdf>
- Macrotrends (2022). Costa Rica GNP 1962-2022. En: <https://www.macrotrends.net/countries/CRI/costa-rica/gnp-gross-national-product>
- Mahnaz Khan et.al. (2019). U.S. SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S. Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom. U.S. International Trade Commission. Investigation Number 332-569 (Septiembre 2019). Cap. 7. En: <https://usitc.gov/publications/332/pub4953.pdf>
- Meltzer, Joshua (2015). Using the Internet to Promote Services Exports by Small and Medium-Sized Enterprises. Brookings Institution. Global Economy and Development Working Paper 83 (Febrero 2015). En: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/internet-WP_WEB-Final.pdf
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2022). Barómetro Laboral – Empleo en Costa Rica Rama de Actividad Económica. En: <https://barometrolaboralcr.com/actividad-productiva>
- Organization for Economic Cooperation and Development (2001). Andreas Lindner, Bill Cave, Lydia Deloumeaux, y Joscelyn Magdeleine. Trade in Goods and Services: Statistical Trends and Measurement Challenges. Statistics Brief, No. 1 Octubre 2001). En: www.oecd.org/oecdirect
- Pierce, Allison Porras, Alejandra Ramírez Vargas, y Adriana Sandís Esquivel (2017). *Costa Rica: Exportaciones de Servicios y Principales Destinos*. Banco Central de Costa Rica. Departamento de Estadísticas Macroeconómicas (Febrero, 2017). En: https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/DocCuentasNacionalesProyecto/documentoscnaocpresentaciones/Exportacionesdeservicio_y_sus_principales_mercados.pdf
- PROCOMER. En: <https://www.procomer.com/>
- PROCOMER (2022). Presupuesto 2022. En: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Presupuesto-2022.pdf>
- PROCOMER (2022) Memoria 2021. P. 24. En: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Memoria-2021.pdf>
- Puerto Rico. Programa de Comercio y Exportación, <https://www.ddec.pr.gov/programa-de-comercio-y-exportacion#incentivos-a-pymes> ; Ley Núm. 323 de 28 de diciembre de 2003, según enmendada, en: <https://bvirtualogp.pr.gov/ogp/Bvirtual/leyesreferencia/PDF/Pymes/323-2003.pdf>
- Puerto Rico. Junta de Planificación. *Ingreso y Producto*, varios años. En: <https://jp.pr.gov/ingreso-y-producto-2/>

- Puerto Rico. Junta de Planificación (2021). *Estadísticas Seleccionadas de Comercio Exterior 2020*. En: <https://jp.pr.gov/wp-content/uploads/2021/09/Estadisticas-Seleccionadas-del-Comercio-Exterior-de-Puerto-Rico-2020.pdf>
- Puerto Rico. Junta de Planificación (2022). *Apéndice Estadístico 2020* (Marzo 2021). En: <https://jp.pr.gov/apendice-estadistico-del-informe-economico-a-la-gobernador/>
- Puerto Rico. Junta de Planificación (2021). *Balanza de Pagos 2020* (Junio 2021). En: <https://jp.pr.gov/balanza-de-pagos/>
- Puerto Rico. Departamento del Trabajo y Recursos Humanos. *Estadísticas de Empleo y Desempleo Puerto Rico* Junio 2022. En: <https://www.mercadolaboral.pr.gov/lmi/pdf/Default/Grupo%20Trabajador/EMPLEO%20Y%20DESEMPLEO%20EN%20PUERTO%20RICO.pdf>
- Puerto Rico. Oficina de Gerencia y Presupuesto. *Presupuesto Aprobado 2021-2022*. En: https://presupuesto.pr.gov/Presupuesto_Aprobado2021-2022/Pages/default.aspx
- Ricardo Monge-González (2017), *Moving Up the Value Chain: The Case for INTEL in Costa Rica*, International Labour Organization, Technical Reports (2017). En: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_584208.pdf
- Rico (2020). *Costa Rica has the third highest average salary in Latin America*. QCOSTARICA (Agosto 26, 2020). En: <https://qcostarica.com/costa-rica-has-the-third-highest-average-salary-in-latin-america/>
- Segundo Castro-González, Jesús Peña-Vinces, y Alex J. Ruiz-Torres (2014). *Estudio intrapaíses de la competitividad global desde el enfoque del doble diamante para Puerto Rico, Costa Rica y Singapur*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Elsevier, 20, Issue 3 (Septiembre-Diciembre 2014). Páginas 122-130. En: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252313000506>
- SELA (2021). "Panamá, Costa Rica y República Dominicana promueven el "Triangulo del Caribe", un nuevo bloque comercial (Septiembre 10, 2021). En: <https://www.sela.org/es/prensa/servicio-informativo/20210910/si/75769/zonasfrancas>
- Teleport (2022). *Salaries in San Jose, Costa Rica – Job Salary Calculator*. Accesado en julio 20, 2022. En: <https://teleport.org/cities/san-jose/salaries/>
- The University of Kansas. KU Office of Export Compliance. *Overview of U.S. Export Laws*. En: <https://export-compliance.ku.edu/overview-us-export-laws>
- Thomson Reuters. *Practical Law* (2021). *International Trade in Goods and Services in the United States: Overview* (Octubre 1, 2021). En: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-007-7933?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-007-7933?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true)
- Torres CPA Group. *Guide. Puerto Rico Tax Incentives Act 60 – Export Services* (Chapter 3 of Subtitle B, formerly Act 20). En: https://torrescpa.com/wp-content/uploads/2019/11/03-Export-Services-Act-60-Chapter-3-of-Subtitle-B-formerly-known-as-Act-20.pdf?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=Puerto_Rico_Tax_Incentives_Act_60&utm_medium=email
- UNCTAD (2021). *2021 Handbook of Statistics*. Naciones Unidas. 2021. En: <https://unctad.org/webflyer/handbook-statistics-2021>
- USAgov. *Importing and Exporting*. En: <https://www.usa.gov/import-export>
- USAgov. *Small Business*. En: <https://www.usa.gov/business?source=busa>
- U.S. Bureau of Labor Statistics (2022). *Quarterly Census of Employment and Wages – Puerto Rico*.
- U.S. Bureau of Labor Statistics. *Occupational Employment and Wages Statistics – May 2021 State Occupational Employment and Wage Estimates – Puerto Rico, Management Occupations (11-000)*, (Julio 20, 2022). En: https://www.bls.gov/oes/current/oes_pr.htm#15-0000
- U.S. Bureau of Economic Analysis (2022). *Gross Domestic Product for Puerto Rico, 2020* (Julio 26, 2022). En: <https://www.bea.gov/news/2022/gross-domestic-product-puerto-rico-2020>
- U.S. International Trade Administration. En: <https://www.trade.gov/>
- U.S. International Trade Administration. *Export.gov*. En: <https://legacy.export.gov/welcome>
- U.S. Small Business Administration (2022). <https://www.sba.gov/funding-programs/grants/state-trade-expansion-program-step#:~:text=Through%20awards%20to%20U.S.%20states,Participate%20in%20foreign%20trade%20missions>
- van der Marel, Erik (2011). *Determinants of comparative advantage in services*. Working paper, Group d'Economie Mondiale, París, Francia. LSE Research Online, (Noviembre 2011). En: [http://eprints.lse.ac.uk/38993/1/Determinants_of_comparative_advantage_in\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/38993/1/Determinants_of_comparative_advantage_in(LSERO).pdf)

World Trade Organization (2020). *World Trade Report 2019. The Future of Services Trade*. En: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_wtr19_e.pdf

World Trade Organization (2022). *WTO Stats*. En: <https://stats.wto.org/>

WTO-UNCTAD (2020). *World Trade Statistical Review 2020 Datasets*. En: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts20_toc_e.htm

APÉNDICE A: SECTORES DE SERVICIOS

Sectores de Servicios Puerto Rico

Código NAICS		Sector y subsectores	Código NAICS		Sector y subsectores
42	4230	Comercio al por mayor	54	5411	Servicios profesionales, científicos y técnicos
		Mercancía al por mayor de bienes duraderos			Servicios legales
		Mercancía al por mayor de bienes no duraderos			Servicios de contabilidad, preparación de impuestos, libros y nómina
		Mayoristas y agentes de marcas electrónicas			Servicios arquitectónicos, de ingeniería y servicios relacionados
44-45	4410	Comercio al detal	54	5412	Servicios de diseños especializados
		Vehículos de motor y partes			Servicios de diseños de sistemas de computadoras y servicios relacionados
		Mueblería y mobiliario para el hogar			Servicios de asesoría administrativa, científica y tecnológica
		Tiendas de enseres electrónicos			Servicios de investigación y desarrollo científico
		Tiendas de equipo y suministro de jardinería			Servicios de publicidad y servicios relacionados
		Tienda de bebidas y alimentos			Otros servicios profesionales, científicos y técnicos
		Tiendas de cuidado personal y salud	55	55	Administración de compañías y empresas
		Estación de gasolina			Servicios administrativos y de apoyo
		Tienda de ropa, zapatos y accesorios de vestir	56	5610	Servicios de administración y apoyo
		Tiendas de artículos deportivos, librerías y tiendas de música			Manejo de desechos y servicios de remediación
48	4810	Tiendas de mercancía general	61	61	Servicios educativos
		Tiendas al detal de misceláneas			Servicios de salud y servicios sociales
		Venta al detal de negocios ambulantes			Servicios de cuidado de salud ambulatorio
		Transportación y almacenamiento			Hospitales
		Transportación aérea			Instalaciones de cuidado de convalecencia y residencial
		Transportación vía riel			Asistencia social
		Transporte acuática	71	7110	Arte y entretenimiento
		Transporte por camión			Compañías de representación de las artes
		Transporte terrestre de pasajeros	72	7211	Museos, lugares históricos e instituciones similares
		Transporte de ductos			Industrias de entretenimiento, apuestas y recreación
51	5110	Transportación escénica y de vista panorámica (turístico)	81	8110	Alojamiento y restaurantes
		Actividades de apoyo al transporte			Alojamiento
		Servicios postales privados			Servicios de alimentos y bebidas
		Mensajeros			Otros servicios
		Almacenaje			Reparaciones y mantenimiento
		Informática			Servicios personales y de lavandería
		Industria editorial			Organizaciones religiosas, civiles, sociales y políticas
		Industria cinematográfica y discográfica			
		Radio y televisión (excepto internet)			
		Internet, radio y televisión			
52	5210	Telecomunicaciones			
		Servicios de proveedores de internet, paginas y portales			
		Otros servicios de información			
		Finanzas y seguros			
		Intermediarios de crédito y actividades relacionadas			
		Servicios y comisiones de seguro			
		Fondos financieros y otros vehículos financieros			
		Bienes raíces y rentas			
		Bienes raíces			
		Servicios de alquiler y arrendamientos			
53	5310	Posesión de edificios por individuos			

Fuente: Junta de Planificación (2021). Ingreso y Producto 2020. Tabla 10.