



Ficha PRODUCTO-DESTINO

Industrias creativas - Miami

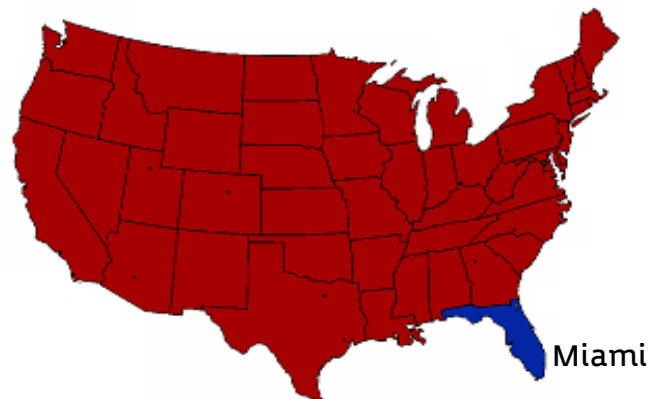
Mayo 2019



MIAMI

Aspectos Generales

Miami	
Alcalde	Francis Suárez
Ubicación geográfica	Sureste del estado de Florida
División administrativa	Sistema de comisionado encabezado por el alcalde
Idioma oficial	Inglés (69% habla español)
Clima	Subtropical
Prefijo telefónico	+1 212/646/332



Población

	2017
Población (Millones)	443.007
Distribución de la Población	100% urbana
Distribución Género	50,6% mujeres 49,4% hombres
Distribución Étnica	Blancos (75,4%), Afroamericanos (18,4%), Amerindios (0,3%)

Economía

Estados Unidos	2017
Moneda	Dólar Americano (US\$)
PIB (Billón US\$)	19.39
Principales Industrias (%PIB)	Servicios (80,6), Industria (8,0%), Gobierno (11,2%), Sector Primario (0,2%)
División Sectorial del Trabajo	Servicios (91,2%), Industria (8,8%)

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base al Censo Oficial de Estados Unidos, Sitio Oficial de la Ciudad de Miami, CIA-The World Factbook y Banco Mundial.

Economía de Miami¹

A lo largo de las últimas tres décadas, la Ciudad de Miami se ha convertido en el centro financiero, comercial y cultural del hemisferio occidental. En la actualidad, actúa como "puerta de acceso" indiscutida para cientos de empresas de todo el mundo y es un lugar de encuentro para llevar a cabo negocios globales.

Miami cuenta con una privilegiada ubicación geográfica de Miami, la infraestructura de vanguardia, los servicios de transporte (aéreo, marítimo y terrestre), una atmósfera multicultural, instalaciones renombradas para encuentros y convenciones mundiales, vastos recursos financieros, comerciales y legales, así como una talentosa y diversa fuerza laboral.

Además, la ciudad está conectada con el mundo, pues es sede del punto de acceso a la red (NAP) de las Américas y posee la más moderna tecnología de información y comunicación de la región. El NAP asegura conectividad a través de Internet en todo momento y en todo lugar.

Más de 500 compañías multinacionales ya utilizan Miami como su base en las Américas, dado que se considera la "Capital de las Américas" para los negocios, el comercio y la inversión.

Comercio Exterior²

ESTADOS UNIDOS

El intercambio comercial de servicios de Estados Unidos con el mundo se ha mantenido constante en el período analizado. Sin embargo, los valores de las importaciones norteamericanas de servicios muestran un leve aumento. **La cifra más alta de las importaciones de servicios se alcanzó en el 2017, cuando superó los US\$ 538 mil millones, registrando un crecimiento de 7%** respecto al año anterior.

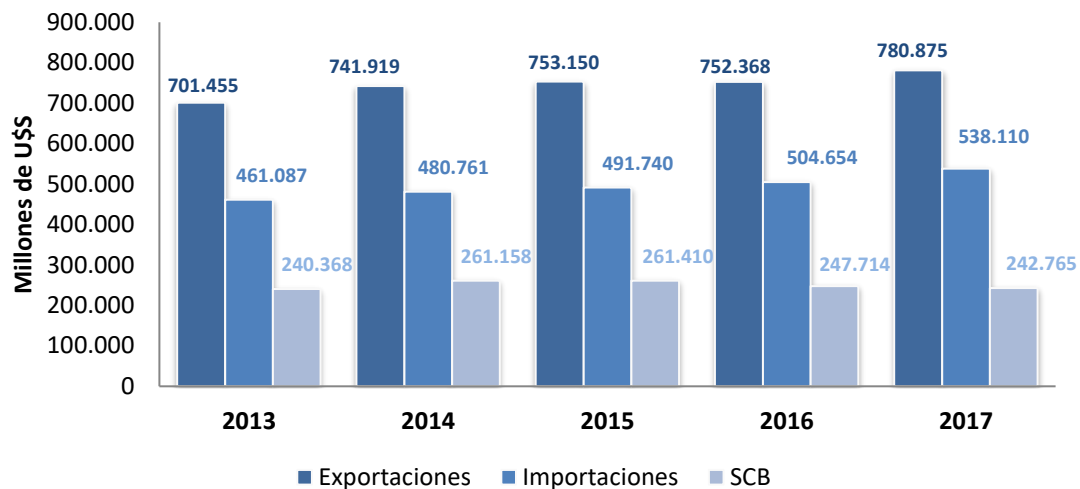
Asimismo, **2017 fue el año de mayor destaque para las exportaciones** norteamericanas, pues **la cifra superó ampliamente los US\$ 780 mil millones**, aunque el aumento fue a en una tasa inferior, 4% en relación al año 2016.

Dentro de los sub-sectores, la importación de servicios de viajes, servicios de transporte y servicios empresariales, son las categorías de mayor relevancia (63%) en 2017. El restante 37% se reparte en: servicios de seguros y pensiones (9%); cargos por el uso de la propiedad intelectual (9%); servicios de telecomunicaciones (9%), informática e información (7%); servicios financieros (5%); servicios del gobierno (4%); y servicios de mantenimiento (2%). Por su parte, en las exportaciones los principales subsectores fueron: viajes (26%), servicios empresariales (19%) y cargos por el uso de la propiedad intelectual (16%).

¹ Fuente: Consulado de Uruguay en Miami.

² Fuente: Trade Map.

**Gráfica 1- Intercambio comercial de servicios de Estados Unidos con el Mundo
Años 2013-2017**



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Trade Map

MIAMI

Mientras que el intercambio de bienes ha sido deficitario para Miami en los últimos 5 años, **el intercambio de servicios ha sido favorable**, siendo el año 2018 el año record tanto para las importaciones como las exportaciones (U\$S 559.211 y U\$S 828.425 millones respectivamente). En este sentido, la variación interanual fue positiva en ambos casos, **las exportaciones crecieron a un 2.82% y las importaciones en un 3.85%**.

**Gráfica 2 - Intercambio de servicios Miami-Mundo
Años 2017 – 2018 (Millones de U\$S)**



**Tabla 1 - Comercio de servicios de Miami por regiones
Año 2018 - Millones de U\$S**

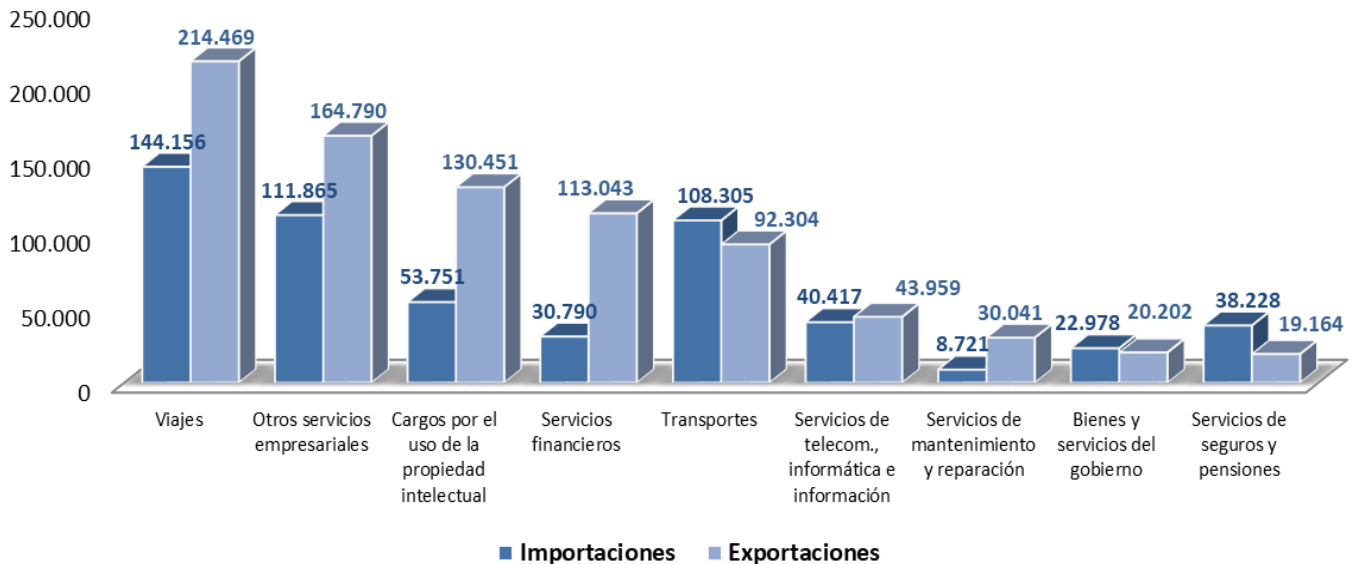
Regiones o Grupos	Exportaciones	Importaciones
Unión Europea	255.899	196.017
América del sur y central	34.413	80.970
OPEC	121.082	12.155
Otros	417.030	270.068
Total	828.424	559.210

Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Bureau of Economic Analysis.

La Unión Europea es el principal socio comercial, con una participación de 31% en las exportaciones y 35% en las importaciones, seguido por América Latina y el Caribe con una participación del 4% y del 15%, respectivamente.

En cuanto a al intercambio por subsector, **los servicios más relevantes son los viajes y los servicios empresariales** que tienen en conjunto una participación de más del 45% en el total importado y exportado por Miami.

Gráfica 3 - Intercambio de servicios de Miami con el Mundo por sub-sector

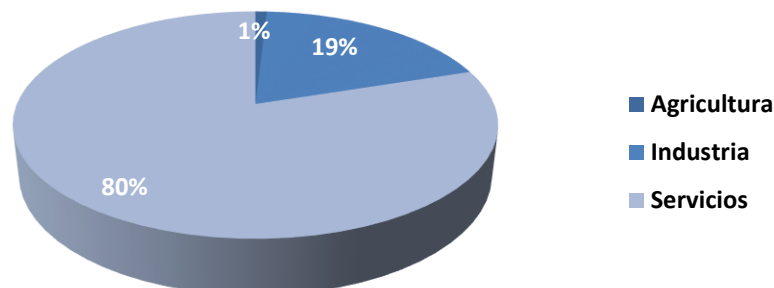


Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Bureau of Economic Analysis.

El sector de servicios en Estados Unidos y Miami

El sector servicios se ha convertido en el segmento más dinámico del comercio internacional con un crecimiento por encima del comercio de mercancías. Estados Unidos no es ajeno a esta tendencia. En efecto, se estima que **en 2018 el sector servicios aportó más U\$S 9.610 miles de millones al PIB total del país**, empleando aproximadamente el 56,9% de la población activa³.

Gráfica 4 – Participación de los sectores en el PIB de EEUU- Año 2017 (%)



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de CIA – The World Factbook.

³ Fuente: CIA- World Factbook.

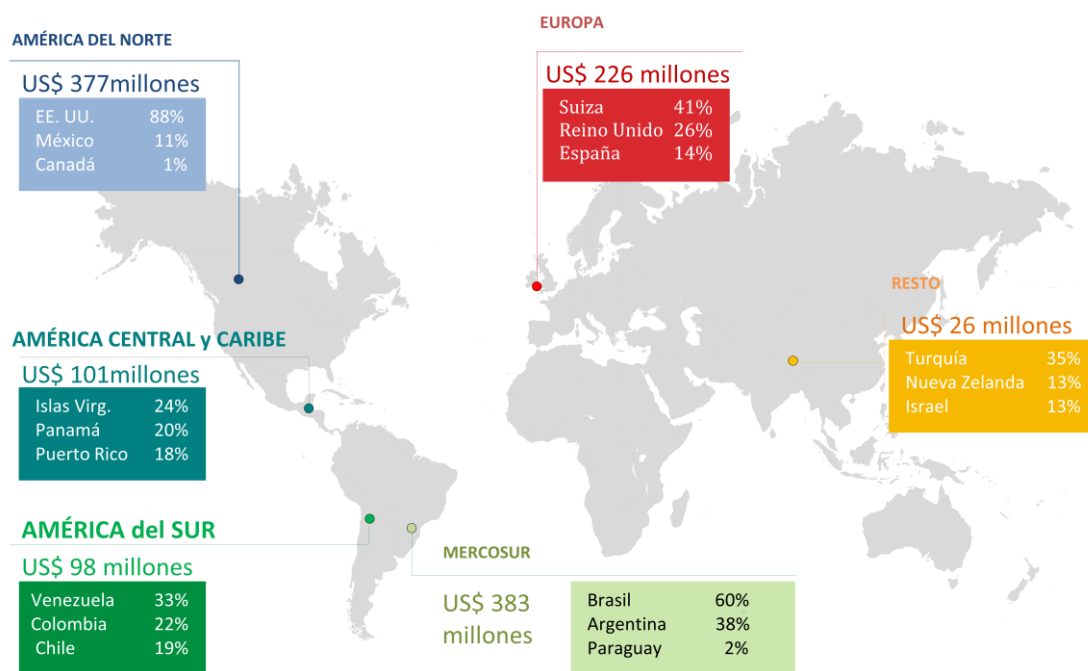
El sector no sólo ocupa un lugar importante en el PIB nacional, sino que también en el comercio, dado que a diferencia del comercio de bienes, presenta un saldo de comercial favorable durante el período analizado. Si bien las importaciones crecieron a una tasa promedio superior a las exportaciones 3,9% contra 2,7%, el saldo de comercial superavitario se mantuvo estable. En 2017 el saldo comercial fue de US\$ 242.765 millones.

Estados Unidos cuenta con uno de los mercados de consumidores más grande del mundo. Miami cuenta con un mercado de más de 443.007 millones de personas que contribuye al PBI total en un 2,9% a 12,1%⁴. Si bien históricamente la economía de Miami se destaca por el turismo, siendo el principal sector de la ciudad, su economía se ha diversificado, ganando importancia sectores como es el de servicios.

Comercio con Uruguay

La importancia creciente de las exportaciones de servicios globales desde Uruguay se soporta en algunos sectores claves que han aprovechado las ventajas que ofrece el país para el desarrollo de sus negocios. La cantidad de empresas que exportan este tipo de servicios desde Uruguay supera las 2000.

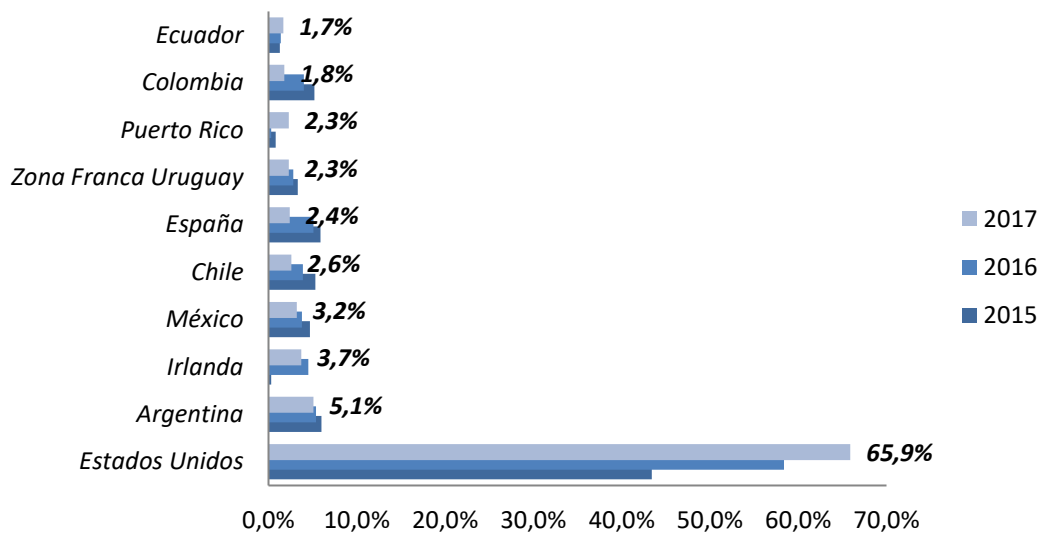
El siguiente mapa muestra la información recolectada a partir del último censo de Zonas Francas (2016). Como se observa, los servicios globales exportados desde ZZFF tienen como principal destinos los países de la región, Norteamérica y Europa. Resulta especialmente relevantes el mercado de Estados Unidos, representativo del 88% del monto exportado al continente norteamericano (US\$ 377 millones).



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos de Censo de Zonas Francas (2016).

⁴ Fuente: https://www.bea.gov/system/files/2018-09/gdp_metro0918_0.pdf

Gráfica 5 – Destino de las exportaciones uruguayas de TICs – Años 2015-2016



Fuente: Elaborado por Uruguay XXI en base a datos del Informe CUTI (2017).

Por otra parte, **Estados Unidos se posicionó como el principal destino de exportación de los servicios TICs en 2017** e incluso aumentó su participación relativa, alcanzado a más del 60% del total.

Análisis por sub-sectores

Las industrias culturales y creativas, que abarcan disciplinas como la arquitectura, la artesanía, las artes audiovisuales, el diseño gráfico e industrial, la moda, la música, los servicios digitales y el software, han mostrado un interesante dinamismo en los últimos años, abriendo paso a nuevos mercados de exportación.

Respecto al valor económico, el comercio de bienes y servicios creativos generó un total de US\$ 547.000 millones en 2012⁵ a nivel mundial. Además la fuerza laboral mundial de las industrias creativas supera a la de la industria automotriz de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

El mercado estadounidense es diverso en gustos y tiene un amplio rango de niveles de ingresos, lo que facilita hacer negocios para una amplia gama de bienes y servicios. Estados Unidos marca la pauta en las tendencias de consumo en los mercados mundiales. Estar presente en este mercado, facilita el éxito en los negocios.

⁵ Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe, BID, 2017.

DISEÑO INDUSTRIAL⁶

Estados Unidos tiene un mercado del diseño bastante desarrollado, presente en una amplia variedad de bienes: desde productos para el hogar – como los que se analizan en este reporte – hasta productos de alta tecnología, como electrónicos y equipamiento médico. Las grandes ciudades del país (Nueva York, Los Ángeles) suelen ir a la vanguardia de las tendencias que luego se replican a nivel global. Estas tendencias en los productos no solo se dan a nivel estético, sino también en redefinir los parámetros de la industria en cuanto a innovación, sustentabilidad, calidad en la manufactura y funcionalidad de los productos. La principal oportunidad para este sector está ligada al aumento de la demanda de los bienes de diseño industrial, lo que a su vez se ha traducido en un aumento sostenido de las importaciones.

Aunque una gran parte de los productos de diseño industrial, en especial los productos para el hogar provienen del mercado local, la industria ha experimentado una mayor competencia internacional en los últimos cinco años, en gran parte debido a la afluencia de mercancías importadas desde China.

La demanda está conducida fundamentalmente por los ingresos disponibles, que han aumentado en los últimos años en Estados Unidos. Los productos de diseño para el hogar se consideran discrecionales, por lo que el nivel de ingresos disponibles generalmente determina el gasto en bienes de diseño industrial.

A medida que los niveles de ingresos de los estadounidenses tienden a ser más altos, es más probable que los consumidores compren bienes discrecionales, como electrodomésticos, artículos decorativos y otros artículos para el hogar. Además, el aumento de los ingresos disponibles ha permitido a los propietarios de hogares llevar a cabo mejoras en sus hogares, postergados luego de la crisis económica del 2008. Por ello, el auge en el mercado de la vivienda también es un factor que estimula el crecimiento de la industria. El aumento en el número de viviendas y en las tasas de propiedad de estas ha impulsado los ingresos de la industria, especialmente para productos más grandes y costosos como muebles.

Por otra parte, en Estados Unidos hay un marcado interés por productos innovadores, pero se estima que el mercado puede llegar a saturarse y con ello intensificarse la competencia. Pero, habrá espacio para el crecimiento a medida que las preocupaciones medioambientales, los avances tecnológicos y los costos de producción pasen a primer plano en el diseño de productos. Por ello, es importante que las empresas diseñen productos más sostenibles, fáciles de usar y rentables para impulsar el crecimiento.

La irrupción de los canales de venta por internet y de tiendas de descuento han sido motores en el crecimiento de la industria en Estados Unidos. El incremento de las ventas por internet también es una oportunidad para los bienes de diseño industrial importados, ya sea vender por internet a través de tiendas especializadas de diseño, o por canales e-commerce de amplia variedad de productos, como es el caso de Amazon. A la vez, es importante considerar el impacto del e-commerce en la competencia, en especial de los bienes de diseño de más bajos precios confeccionados en China, principalmente.

⁶ Fuente: Informe ProChile – Diseño industrial.

La industria se caracteriza por un crecimiento de los ingresos, un número creciente de empresas, el aumento de la aceptación en el mercado de los productos de la industria y un alto nivel de cambio tecnológico.

AUDIOVISUAL⁷

La industria de medios y entretenimiento (M & E) es un mercado de US\$ 703 mil millones, compuesto por negocios que producen y distribuyen películas, programas de televisión, comerciales y contenido de transmisión, música y grabaciones de audio, radiodifusión, publicación de libros y videojuegos, como también servicios y productos auxiliares.

El mercado estadounidense de M & E, que representa un tercio de la industria mundial, es el mercado más grande del mundo de este tipo. Se espera que la industria estadounidense alcance los US\$ 804 mil millones para el año 2021 (Entertainment & Media Outlook de PriceWaterhouseCoopers).

El sector cuenta con aproximadamente 13.908 compañías identificadas como 'Producción de películas y videos' y se proyecta un estimado de 80.000 empleos para el año 2026. En los principales estados para los servicios de animación como California, se prevé que el crecimiento del empleo sea casi el doble que el del resto del país, con un crecimiento anual del 15% en el periodo 2016-2026.

SERVICIOS DE ANIMACIÓN DIGITAL

El mercado de Servicios de Animación Digital en Estados Unidos es relevante por el gran volumen de ventas anuales que registra y por su repercusión en la economía local. Ha representado un mercado de US\$ 254.000 millones en 2017, registrando un crecimiento anual de 8% (2016-2026), proporcionando más de 74.000 empleos.

La expansión actual de la industria de la animación es el resultado de un aumento eficiente de producciones animadas a través de la especialización de tareas de mayor valor agregado, como la licencia de propiedad intelectual entre países que se asocian. Como tal, los principales elementos de producción que se mueven hacia modelos tercerizados incluyen la planificación y gestión de la propiedad intelectual, en particular para la localización y las incursiones en los mercados auxiliares. Más recientemente, los estudios de animación / VFX han comenzado a invertir más en investigación y desarrollo (I + D) y planificación, en lugar de invertir en la etapa de producción. Como resultado, el número de puestos de trabajo en la etapa de producción ha aumentado en los estudios de animación offshore o subcontratada.

La estrategia principal en estas producciones animadas (para reducir crecientes costos de mano de obra y producción) es la subcontratación de trabajos de animación y el uso de contratos basados en proyectos con profesionales independientes y estudios de socios extranjeros. Dichos modelos han demostrado ser especialmente ventajosos para los países que han apoyado con éxito sus cadenas de distribución, creando oportunidades para la exportación de servicios de mano de obra calificada y menos calificada.

⁷ Fuente: Informe ProChile-Servicios de Arquitectura en Estados Unidos.

De acuerdo con el reporte Global Animation, VFX & Games Industry: Strategies, Trends & Opportunities, 2018, el valor total de la industria de animación global fue de US\$254.000 millones en 2017 y se proyecta alcance US\$ 270.000 millones en 2020. La mayoría de los segmentos en esta industria están creciendo a una tasa del 2% anual. Se registra un fuerte aumento en la transmisión de contenido por video, siendo el tamaño del mercado global de transmisión de contenido de animación de US\$2.400 millones el 2017 que crece a una tasa anual del 8%. El tamaño de la industria de los servicios de animación en EE.UU. el 2017 fue de US\$128.000 millones.

SERVICIOS DIGITALES Y MARKETING⁸

Los servicios digitales representan un 5,1% del PIB para la economía de EEUU y actualmente su aporte en términos monetarios es de US\$ 836 miles de millones, cifra que aumenta considerablemente cada año. Entre los servicios digitales, destacan aquellos relacionados al Marketing Digital, industria muy importante en EE.UU., ya que sus ingresos han ido en constante aumento en la última década.

Asimismo, cabe destacar que el formato de marketing móvil es el que ha experimentado mayor crecimiento gracias a la explosiva venta de smartphones con un relativo aumento en la inversión publicitaria para el formato móvil en EE.UU.

Una de las tendencias más relevantes en cuanto a los servicios de Marketing Digital es que las empresas están tendiendo a la externalización de estos servicios. El principal atractivo que presenta la externalización de los servicios de marketing digital, es que los costos para la empresa contratante se logran reducir a lo menos en un 30%. Empresas de todos los tamaños e industrias están optando por externalizar los servicios requeridos de Marketing Digital.

En EE.UU., una tendencia muy fuerte que se está dando en las empresas es externalizar los servicios de marketing digital. La contratación externa de proveedores de datos y tecnologías es habitual para el desarrollo de su marketing digital. Además con el tiempo esta práctica ha ido aumentando significativamente y un tercio de estas compañías deben traspasar sus trabajos a agencias externas de marketing digital, compañías de servicios digitales u otros proveedores.

SERVICIOS PARA CINE Y PUBLICIDAD⁹

El negocio de la industria cinematográfica está cambiando, por ejemplo, el protagonismo de Netflix, que domina el negocio de transmisión por Internet, mediante una fuerte inversión en producción y adquisición de series y la preferencia del consumidor por Internet, en lugar de la televisión, el cable y los DVD, son factores a considerar.

Dado lo anterior se hace necesario tomar en cuenta las tendencias imperantes en el mercado objetivo. Un reporte que se considera valioso por representar una fotografía del panorama actual de la industria cinematográfica, es el reporte de tendencias y desafíos de la revista American Cinematographer: Cinema 2018 - 9 Key Trends / Challenges, que señala que: “El cine

⁸ Fuente: Informe ProChile - Sector Cine y Publicidad.

⁹ Fuente: Informe ProChile - Sector audiovisual.

es tanto una industria global como un arte tecnológico, por lo que es natural que las tendencias y los desafíos estén entrelazados con los negocios, la tecnología y la cultura”. La referida publicación hace referencia a las siguientes tendencias claves:

Relevancia de Netflix:

- » Invertió US\$ 6 mil millones de dólares en contenido de video en 2017
- » Alcanzó los 117 millones de suscriptores, divididos en aproximadamente 50/50 entre EE.UU. y el resto del mundo.
- » Incrementó sus ingresos en un 36% en 2017
- » Sus ingresos globales 2017 son US\$11 mil millones, aproximadamente los mismos que el total de la taquilla de EE.UU.
- » Proyecta gastar US\$ 8 mil millones en 2018, en 700 series y 80 largometrajes.

Amazon es un competidor que está alcanzando a Netflix. Invertió US\$ 4,5 mil millones en series y películas en 2017. Ambos gigantes están comprando contenido de calidad de algunos de los cineastas más innovadores, como: los hermanos Coen, Alfonso Cuarón, Ildikó Enyedi, Todd Haynes, Bong Joon-Ho y Dee Rees. La siguiente figura muestra los presupuestos estimados anuales en contenido de videos de Netflix y Amazon tanto originales, como con licencia. Los estudios tradicionales, liderados por Disney, que está listo para lanzar su propio servicio de transmisión en 2019. Apple y Facebook también se han sumado, se rumorea que Apple ha considerado comprar Netflix.

Series de cine: Durante la última década, gran parte de lo mejor del cine estadounidense se ha ofrecido en series notables, vistas en TV y PC, ha sido una alternativa a las franquicias de superhéroes que dominan la taquilla, por lo que muchos cineastas estadounidenses independientes han recurrido a las series para contar diferentes tipos de historias, definiendo nuevos tipos de películas de varias horas, enfocadas más en el personaje, que en la historia. De acuerdo al referido reporte: “las series contemporáneas son como la literatura en serie del siglo XIX, cuando grandes escritores como Dickens, Dostoievski y Dumas publicaron algunas de sus novelas maestras, uno o más capítulos a la vez en publicaciones en el diario”.

Preferencia por cámaras de formato grande: Por la perspectiva y profundidad de campo que ofrecen. Actualmente hay cinco cámaras líderes con sensores de gran formato: Arri Alexa 65, Arri Alexa LF, Panavision DXL, Red Monstro y Sony Venice.

Regla 4K píxeles: Debido, en parte, a la importancia de Netflix, esta estricta regla que usa para sus propias producciones, se está convirtiendo en el estándar de producción y postproducción. Las de cámaras de formato grande entrega resoluciones de 6K y 8K. De acuerdo a mencionado reporte: “No está claro si eso implica mayores resoluciones en postproducción y proyección. Algunos expertos, como Michael Cioni y Dan Sasaki de Panavision, han señalado los beneficios en términos de delicadeza, por ejemplo, filmar con 8K para obtener una imagen final en 4K”.

TV versus sala de cine: Las últimas TVs son técnicamente superiores a las pantallas de las salas de cine. Si bien estas últimas ofrecen mayor escala y una experiencia única grupal, necesitarán una nueva tecnología de imagen para mantener a su público. Un ejemplo de alta calidad de

imagen y sonido es el brindado por los llamados "teatros premium", como las cadenas IMAX o Dolby Cinema. Datos relevantes: - El estándar de TV UHD es equivalente a la resolución 4K en los cines, pero la mayoría de las pantallas son 2K en la actualidad. - Las TVs son actualmente capaces de velocidades de cuadro más altas que las salas de cine. - El espacio de color estándar de la TV 2020 es más extenso que el estándar de sala de cine actual DCI-P3. - Los TVs tienen una mayor capacidad de rango dinámico que las salas de cine y mejores tonos negros. De acuerdo al reporte referido: "El futuro a largo plazo del cine depende del cambio tecnológico, y la tecnología de imagen más prometedora es la pantalla LED. Si las pantallas de televisión son mejores que los proyectores, deberían reemplazarlas".

La creciente diversidad de los personajes: Una de las tendencias culturales más importantes de la industria. Es permitir a personajes como mujeres y personas de color ocupen puestos de poder (ejemplos como Wonder Woman, el carisma y la fuerza de Gal Gadot envían un gran mensaje al público joven, Black Coher de Ryan Coogler). La diversidad detrás de la cámara (ejemplos como la afamada modelo, Rachel Morrison, ASC, es la primera cinematógrafa nominada a un Oscar por Mudbound de Dee Rees, y la primera cinematógrafa en filmar una gran película de acción, Pantera Negra, el afroamericano, Bradford Young, ASC, filmó: A Star Wars Story, Ava DuVernay es la primera mujer afroamericana en dirigir una película con un presupuesto de más de 100 millones, A Wrinkle in Time y Greta Gerwig obtuvo una nominación al Oscar por dirigir a Lady Bird.

Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial¹⁰

Existen distintas formas de proteger la propiedad intelectual, siendo las cuatro más importantes: derechos de autor (copyright), patentes (patents), marcas (trademarks) y secretos comerciales (trade secrets).

Derechos de autor

Los Derechos de Autor (Copyright en inglés) es el término legal para describir el derecho económico que se les otorga a los creadores de trabajos artísticos y literarios, incluyendo el derecho para reproducir dicho trabajo, hacer copias del mismo, ejecutarlo o visualizarlo en público. La protección de los derechos de autor protege la obra desde su creación (durante la vida del autor) hasta 70 años después de la muerte del autor.

Patente

Una patente es un tipo de derecho o conjunto de derechos exclusivos de propiedad, concedidos por un Estado a un inventor o a su cesionario, por un período limitado de tiempo a cambio de la divulgación de una invención. Este período es normalmente de 20 años. Después de la caducidad de la patente cualquier persona puede hacer uso de la tecnología de la patente sin la necesidad del consentimiento del titular de ésta. Hay tres tipos de patentes:

¹⁰ Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

- » Patentes de utilidad: pueden ser concedidas a cualquiera que invente o descubra cualquier proceso nuevo, máquina, o artículo de fabricación, o cualquier mejora nueva y útil de los mismos.
- » Patentes de diseño: pueden ser concedidas a cualquiera que invente un nuevo diseño, original y ornamental de un artículo de fabricación.
- » Patentes de plantas: pueden ser concedidas a cualquiera que invente o descubra una nueva variedad de planta. La gestión para adquirir una patente en EE.UU. debe realizarse ante la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos (USPTO, por sus siglas en inglés).

Trademark

El registro de una marca comercial impide que otros usen su nombre, eslogan o logotipo, o que usen un nombre similar a su marca sin su permiso. Debe registrar su marca con la USPTO. La protección de la propiedad intelectual es vital en el mundo de negocios, así que debe asegurarse que la empresa tenga protección adecuada de su propia marca y nombre. Secretos Comerciales Los secretos comerciales hacen referencia a información que posee la empresa y que por tanto le proporciona una ventaja económica. Un ejemplo de ello es la fórmula de la gaseosa Coca-Cola. La mayoría de los estados han adoptado la Uniform Trade Secrets Act⁷, que fue elaborada por la National Conference of Commissioners on Uniform State Laws, para definir mejor los derechos y recursos de los secretos comerciales.

Normativa referente a contrataciones públicas

A nivel federal, la normativa más relevante en materia de contrataciones públicas por parte del gobierno estadounidense está comprendida en los siguientes documentos:

- » Federal Acquisition Regulation ó Regulación Federal para las Adquisiciones (FAR)
- » Buy American Act (BAA)
- » Trade Agreements Act (TAA)
- » Procurement Integrity Act

Asimismo, existen ciertos principios esenciales que rigen a las contrataciones públicas, como ser el trato nacional, las reglas de origen, la igualdad de oportunidades de participación y de adquisición.

Según el principio de **trato nacional**, se les otorga a los proveedores de servicios un trato no menos favorable que el otorgado a los prestadores nacionales. Además se aplican en materia de servicios las mismas **reglas de origen** que para el comercio regular de mercancías (35%).

De acuerdo con el principio de **igualdad de oportunidades de participación**, todos los proveedores domésticos y los proveedores extranjeros que cumplan con las condiciones de participación en un proceso de contratación pública podrán participar sin distinción o discriminación alguna. En ese mismo sentido, garantizando la **igualdad de oportunidades de adquisición**, tenemos que si las ofertas han sido presentadas a tiempo y por escrito, y cumplen

con las condiciones de participación, la adjudicación será realizada exclusivamente con base en el cumplimiento de los criterios de evaluación.

Tributación y Retenciones¹¹

Las retenciones aplicables a los servicios exportados desde Uruguay hacia Estados Unidos son las detalladas en el siguiente cuadro. Cabe aclarar que la tasa de retención es la misma independientemente de la naturaleza de los servicios y aplica siempre y cuando origine rentas de fuente estadounidense (cuando son prestados en Estados Unidos).

Tabla 2 – Retenciones aplicables en Estados Unidos a la prestación de servicios

Pagos		Retenciones	
Naturaleza ⁽¹⁾	Lugar de prestación	Renta	IVA ⁽²⁾
Servicios técnicos	Uruguay	n/a	n/a
	Estados Unidos	30%	n/a
Otros servicios	Uruguay	n/a	n/a
	Estados Unidos	30%	n/a

Si bien en Estados Unidos no existe un impuesto como el IVA, en casos puntuales la prestación de algunos servicios puede estar sujeta a impuestos de consumo, como el “Sales Tax” y el “Use Tax”. Este impuesto es de naturaleza estatal y, por lo tanto, las normas aplicables dependerán del estado donde tenga lugar la prestación del servicio.

Tabla 3 – Retenciones aplicables en Estados Unidos a dividendos, regalías e intereses

Pagos	Retenciones	
	Renta	IVA (*)
Dividendos	30%	n/a
Regalías	30% ⁽¹⁾	n/a
Intereses	30%	n/a

Informe País Estados Unidos

Para acceder a información y datos más detallados, visite el Informe País de Estados Unidos, elaborado por el Departamento de Inteligencia Competitiva, a través del siguiente [link](#).

¹¹ Fuente: PWC.

Guía Básica para el exportador

En el siguiente [link](#), encontrará una guía elaborada por el Departamento de Promoción de Exportaciones de Uruguay XXI para acercar una herramienta útil, práctica y de consulta rápida, que comprenda los aspectos básicos a tener en cuenta en el proceso exportador y oriente al empresario que comienza a elaborar su estrategia de inserción en el mercado internacional.

Páginas web de interés

- » Administración General de Servicios: www.gsa.gov
- » Administración Internacional de Comercio: www.trade.gov
- » Cámara de Comercio de Miami: www.miamichamber.com
- » Cámara de Comercio Latina-EEUU (CAMACOL): www.camacol.org
- » Censo de Estados Unidos: www.census.gov
- » Departamento de Comercio: www.commerce.gov
- » Embajada de EE.UU. en Uruguay: uy.usembassy.gov
- » Gobierno de Miami: www.miamigov.com
- » Oficina de Adquisiciones: www.acquisition.gov



Uruguay XXI
PROMOCIÓN DE INVERSIONES,
EXPORTACIONES E IMAGEN PAÍS

Rincón 518/528 - CP 11000
Tel.: +598 2915 3838
Montevideo - Uruguay

www.uruguayxxi.gub.uy
info@uruguayxxi.gub.uy
  Uruguay XXI