

---

# Estudio de Mercado Servicios Tecnología de Información en Estados Unidos

**Julio 2012**

---

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Nueva York

**pro|CHILE**

## Contenido

I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO .....	3
1. NOMBRE DEL SERVICIO.....	3
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	3
II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR .....	7
1. TAMAÑO DEL MERCADO .....	7
2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS .....	9
3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO .....	10
4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS.....	10
5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR.....	12
6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS.....	12
7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES .....	12
8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS .....	13
III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS .....	15
IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR .....	17
1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO .....	17
2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS .....	19
3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO .....	21
4. DINAMISMO DE LA DEMANDA .....	21
V. INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO .....	22
VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.....	23
Algunas ventajas comparativas de Chile en el sector TIC .....	24
VII. CONTACTOS RELEVANTES .....	25
VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.....	26

# Estudio de Mercado Servicios de Tecnología de Información en Estados Unidos

## IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

### 1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)

SACH	Descripción
0025.0000	Otros Servicios de Informática e Información.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Las exportaciones chilenas de servicios han ido adquiriendo un peso significativo en el sector externo de nuestra economía. Caracterizadas por un fuerte dinamismo y por generar empleos de alta calidad las exportaciones de servicios están generando una nueva fase exportaciones de mayor valor agregado. Tecnologías de información y comunicaciones, transportes, turismo, minorista (*retail*), servicios profesionales, producciones audiovisuales, servicios empresariales y servicios financieros, son todas actividades que están manifestando altas tasas de crecimiento y una marcada orientación hacia los mercados externos. Las cifras que se presentan a continuación así lo avalan, donde podemos destacar que la exportación de servicios TIC ha pasado a ser el segundo sector más grande luego de servicios de transporte.

#### Exportaciones de Servicios Chilenos al Mundo

La cuenta de exportaciones de servicios transfronterizos se encuentra segmentada de acuerdo a la Balanza de Pagos en tres partidas:

- Los servicios de transporte.
- Los servicios de viajes.
- Otros servicios.

Los dos primeros denominados servicios tradicionales, mientras que el tercero representa los servicios no tradicionales. Estos últimos albergan, entre otros, a los servicios globales u offshoring, servicios a las empresas, servicios profesionales, ingeniería e informática y financieros.

Según la Coalición de Exportadores de Servicios (CES) de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) durante 2011 las exportaciones de servicios alcanzaron los US\$12.400 millones, lo que representa un crecimiento de 14,5% respecto al año anterior.

Considerando estas cifras, el sector servicios constituye más del 13,2% del total de exportaciones del país.

	May-11	May-12	Ene-May 2011	Ene-May 2012	Variación (%)	
					Mayo	Ene-May
Servicios considerados exportación (Monto FOB en dólares)	90.835.440	105.495.516	464.281.576	488.385.086	16%	5%

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas

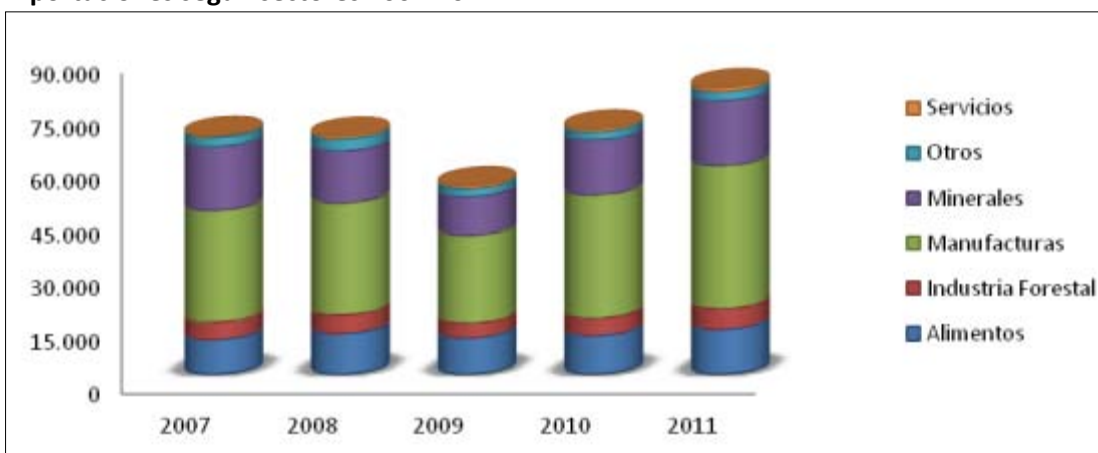
Al presentar la composición sectorial de las exportaciones chilenas desde el año 2007, se aprecia que el 50% de éstas están constituidas por Manufacturas, luego Minerales, con un 22% y Alimentos con un 15%. Al comparar 2011 con el año anterior, el sector que más crece es el de Servicios, con un aumento de 24% anual.

#### Exportaciones según sectores 2007-2011

MACROSECTOR	FOB 2007 (MMUS\$)	FOB 2008 (MMUS\$)	FOB 2009 (MMUS\$)	FOB 2010 (MMUS\$)	FOB 2011 (MMUS\$)	Var 11/10 (%)	Part. % 2011
Alimentos	9.666	11.362	10.110	10.750	12.495	16,2	15,5
Industria Forestal	4.924	5.313	4.141	4.922	5.833	18,5	7,2
Manufacturas	31.415	31.390	24.648	34.682	40.233	16,0	50,0
Minerales	17.907	14.638	10.973	15.466	18.228	17,9	22,6
Otros	2.611	3.287	2.229	2.175	2.590	19,1	3,2
Servicios	563	881	842	896	1.114	24,2	1,4
<b>Total</b>	<b>67.086</b>	<b>66.870</b>	<b>52.944</b>	<b>68.891</b>	<b>80.493</b>	<b>16,8</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Banco Central

#### Exportaciones según sectores 2007-2011

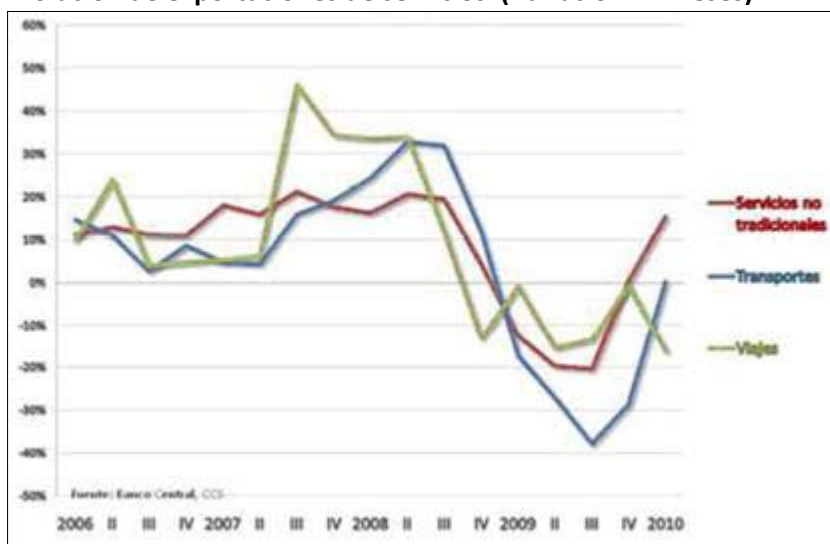


Fuente: Banco Central

El 17% de las exportaciones de Chile a EEUU corresponden a servicios. Se trata de un sector en crecimiento y que ofrece oportunidades, sobre todo si se considera que 80% de la economía de Estados Unidos son servicios, ofreciendo innumerables negocios para los productores competitivos e innovadores. De ahí que Chile haya tenido un exitoso desempeño exportador en servicios hacia EEUU en el pasado reciente, y que su potencialidad en este mercado sea destacable.

Las exportaciones de servicios no tradicionales superaron los US\$2.700 millones, experimentando un repunte de 25% respecto al año 2009, explicando la cuarta parte del total de los servicios exportados. Los mayores incrementos en este tipo de servicios se observaron en el rubro de servicios empresariales (13%), servicios de informática e información (12%), regalías y derechos de licencia (12%) y servicios financieros (11%). Precisamente los servicios empresariales corresponden al rubro más importante entre las exportaciones no tradicionales, con un 70% del total.

### Evolución de exportaciones de servicios (Variación 12 meses)



Fuente: Banco Central<sup>1</sup>

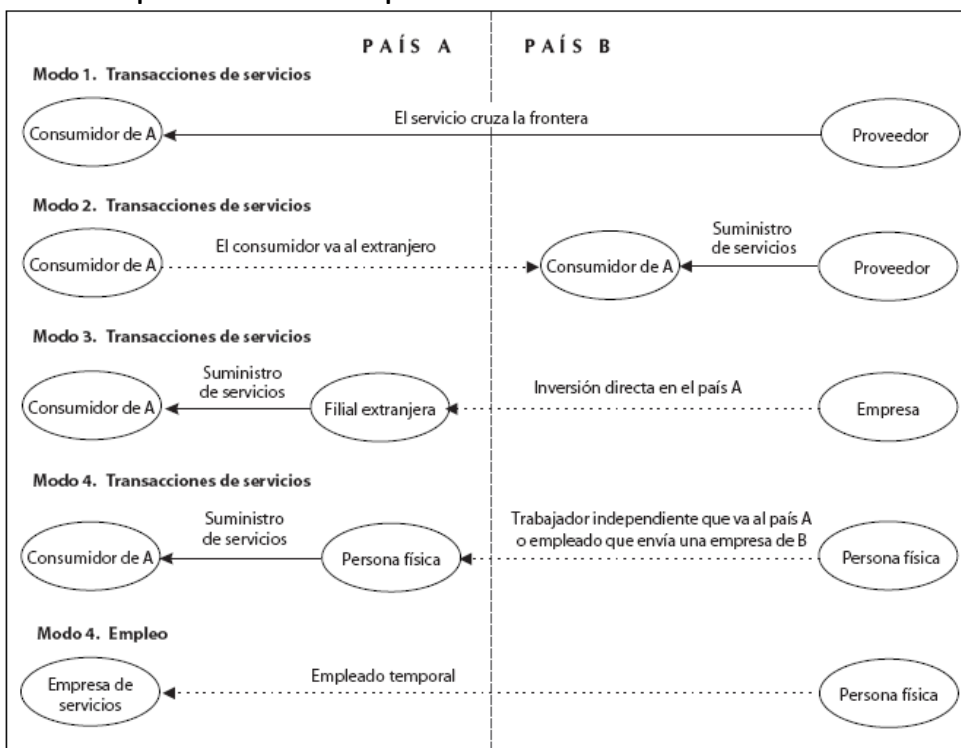
Debemos agregar que una de las debilidades de las cifras oficiales sobre exportación de servicios es que aún no incluyen las ventas materializadas mediante presencia comercial de empresas nacionales en el exterior. Si a las exportaciones de servicios transfronterizos (que superaron los US\$ 8.500 millones en 2009) se le adicionan las ventas de servicios a través de filiales en el exterior, que según la CCS bordearía los US\$ 7.000 millones, las exportaciones totales de servicios chilenos podrían situarse en los US\$ 15.000 millones anuales.

Cabe señalar que dada la naturaleza en la prestación de servicios, los medios a través de los cuales se pueden proveer son a través de cuatro modos, a saber:

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

<sup>1</sup> Datos de 2011 no se encuentran disponibles a la fecha

**Cuadro Sinóptico de los modos de prestación de servicios TIC**



Fuente: Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios. OMC

**Modo 1 – Suministro transfronterizo:** Este sería el caso de empresas de informática que prestan sus servicios desde Chile a distancia. El producto o servicio final se provee a través de Internet o a través del envío del material en el cual se contenga el servicio, como por ejemplo un CD.

Sólo esta modalidad es reconocida por el Servicio Nacional de Aduanas como una exportación de servicios. Cuando se trata de un bien físico que pasa la frontera (el proceso para exportar servicios ante el SNA está resumido en el siguiente link del portal “Chile Exporta Servicios”:

[http://www.chilexportaservicios.cl/ces/default.aspx?tabid=2310#paso\\_4](http://www.chilexportaservicios.cl/ces/default.aspx?tabid=2310#paso_4)

**Modo 2 – Consumo en el extranjero:** Este sería el caso de personas naturales que viajan a Chile para obtener un servicio. Este caso no se aplica en gran medida a los servicios TIC los casos de subcontratación o externalización (*outsourcing*) en general caen en el Modo 1 o en el Modo 3 a través del establecimiento de una filial de la empresa extranjera).

**Modo 3 – Presencia comercial:** Este sería el caso de una empresa chilena que se instala física y legalmente a través de un establecimiento comercial en los EE.UU. para proveer sus servicios. Información específica para establecer presencia comercial en Nueva York se encuentra disponible en la “Guía de Soluciones de Negocios” del sitio oficial de la ciudad de New York:

<http://www.nyc.gov/html/sbs/nycbiz/html/home/home.shtml>

**Modo 4 – Presencia de personas físicas:** Este es el caso de las personas que viajan a los EE.UU. a prestar sus servicios.

Dados estos cuatro canales de prestación de servicios, en el caso de bienes y servicios TIC ellos se prestan en general a través de los modos 1, 3, y 4. Sin embargo, cada uno requiere de un nivel de desarrollo y tamaño de la empresa diferente. En el caso de las exportaciones chilenas, los casos de exportación de bienes y servicios TIC se han hecho principalmente a través de los modos 1, suministro transfronterizo, y en muy menor escala a través del modo 3, presencia comercial.

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

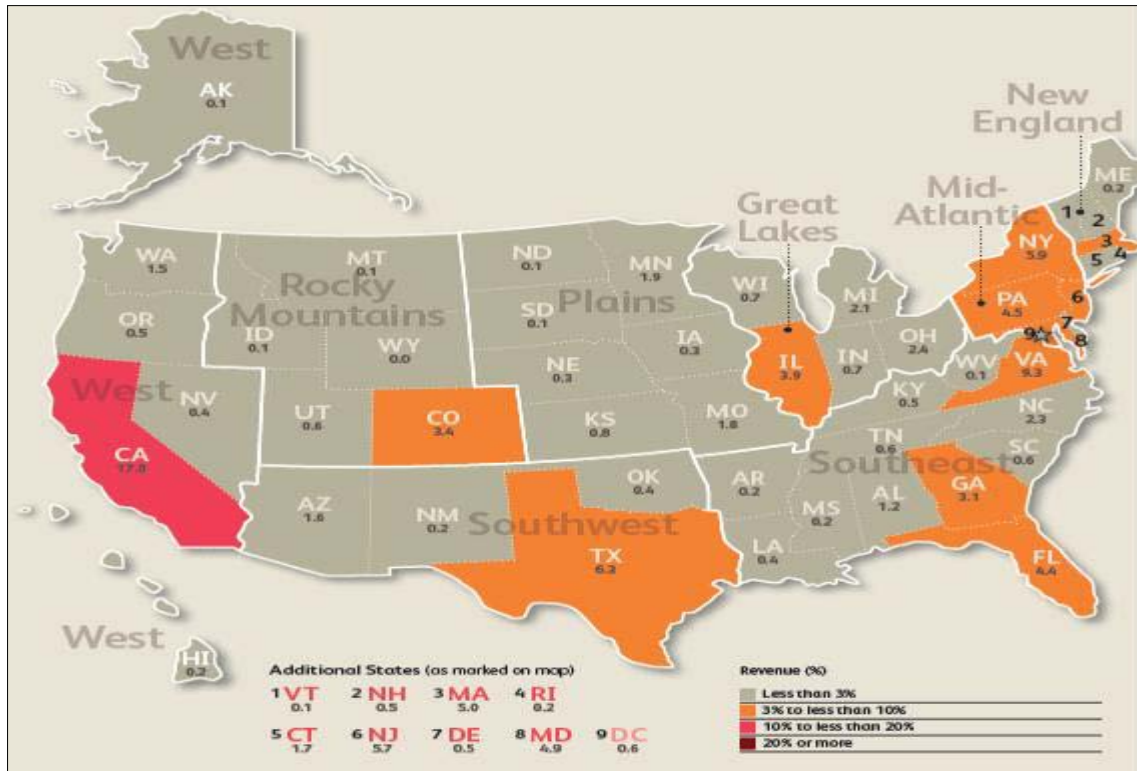
El mercado norteamericano es el consumidor más grande del mundo de bienes y servicios TIC. Como centro financiero y empresarial, este es un mercado donde se pueden crear grandes oportunidades de negocios al existir un uso masivo y una demanda permanente de servicios TIC que atraviesan todas las esferas de la sociedad y todos los rubros de negocios. El uso de Internet, páginas web, comercio electrónico y educación electrónica, entre otros, son parte integrante de la manera de vivir y hacer negocios, por lo que se convierte en un mercado de demanda permanente de todo tipo de servicios de tecnología e información.

Así, se vislumbra un nicho para las empresas chilenas que ofrecen servicios en la línea de desarrollo de software, diseño de páginas web y servicios prestados a través de Internet. En esta línea los servicios de intranet, organización de datos, conectividad intra-empresarial y todos aquellos servicios destinados a mejorar la gestión de empresa se vislumbran como un mercado objetivo. Además, en particular Nueva York es uno de los Estados con mayor población latina en los EE.UU. con un mercado propio que se ha desarrollado como un fuerte nicho de negocios en constante crecimiento. En este contexto, las empresas chilenas cuentan con una ventaja comparativa al poder proveer servicios en español y al entender cómo opera el consumidor latinoamericano.

Adicionalmente, la región del Atlántico concentra el 20,2% de los establecimientos debido a la prominencia de grandes clientes en la región de Nueva York. De hecho, la mayoría de las empresas más grandes de servicios TIC tienen su sede en Nueva York por términos de cercanía con el cliente. Aunque no siempre es necesario estar físicamente presente para llevar a cabo gran parte del trabajo en esta industria, la presencia física puede ser una gran ayuda para el desarrollo de nuevos negocios.

Hacia 2015 se espera que la industria de servicios TIC rebrote y crezca a 266 mil millones de dólares a una tasa media anual del 2,8%. El crecimiento en gran medida se debe a un aumento en los presupuestos de TI en empresas de diferentes industrias, lo que va a la par con la recuperación de la economía. El aumento existente de las fusiones y adquisiciones (M&A) también ayudará a la industria en los próximos cinco años.

Ubicación de Empresas TIC en Estados Unidos. 2012



Fuente: Ibis World

La distribución de industrias TIC, está de acuerdo a los niveles de población y la distribución de las empresas de servicios financieros, los clientes del gobierno y las empresas de tecnología. La mayoría de las industrias TIC se encuentran en el sureste, seguido de cerca por el Atlántico-Medio y Oeste.

El sureste tiene 23,1% de los establecimientos del país de consultoría y representa el 22,9% de los ingresos de la industria. Dentro de la región Sudeste. Virginia es el estado más importante, representando el 9,3% de los ingresos de la industria. Virginia es un destino popular para los operadores de la industria debido a su proximidad con Washington D.C.

El área del Atlántico-Medio generó el 22,1% de los ingresos de la industria durante 2011 y la participación que posee supera su nivel de población (posee solo un 15,6% de la población total del país). La diferencia se debe al hecho de que las empresas TIC más importantes tienen su sede en Nueva York, debido al gran número de empresas en la ciudad. Además, la presencia de clientes del gobierno federal y las agencias en Washington D.C., contribuye a la demanda de servicios TIC en la región.

El Oeste es otro centro importante para las empresas de consultoría. Durante 2011 generó el 19,6% de los ingresos de la industria y tuvo un 18,5% de las empresas TIC, lo que excede su nivel de población del país, estimado en 17%. Esto se debe principalmente a la concentración de empresas de alta tecnología en Silicon Valley.



## 2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

En los últimos cinco años hasta 2012, la industria TIC ha crecido a un promedio anual del 3,3%. Una parte importante de este crecimiento tuvo lugar entre el año 2005 y 2007 cuando la economía estaba en una fase de expansión. Sin embargo, en 2008, 2009 y 2010, los ingresos de la industria rápidamente disminuyeron debido a la recesión, la disminución de la actividad económica y a un aumento de empresas en quiebra. Dada la situación, muchos prestadores de servicios TIC tuvieron dificultades para conseguir más clientes con menos empresas necesitando soporte. Sin embargo, mientras la demanda disminuía en ciertas industrias como la de servicios financieros, el estímulo fiscal y la demanda del sector público significó una fuente importante de los ingresos de la industria. Según la empresa Ibis World, se estima un crecimiento promedio anual del 3% de hasta 2017

### Datos de la Industria

Año	Ingresos(\$m)	Valor Agregado Industria(\$m)	Establecimientos	Empresas
2003	228.043,7	109.461,0	402.563	392.44
2004	228.505,6	116.537,8	417.553	406.59
2005	241.285,4	120.642,7	389.599	379.42
2006	254.243,7	127.121,9	407.173	396.567
2007	278.779,0	131.026,1	415.625	402.013
2008	295.514,4	141.846,9	416.244	403.687
2009	284.294,7	139.304,4	413.954	398.586
2010	302.487,5	148.218,9	431.34	413.732
2011	317.308,2	155.481,0	443.418	423.248
<b>2012</b>	<b>327.458,3</b>	<b>163.729,2</b>	<b>448.739</b>	<b>427.904</b>
2013	336.954,6	171.846,9	455.918	431.755
2014	345.378,5	169.235,5	461.389	433.914
2015	359.539,0	179.769,5	472.924	440.422
2016	371.763,3	189.599,3	482.856	443.505
2017	378.826,8	185.625,2	488.167	447.94
<b>Ranking Sectorial</b>	<b>1/35</b>	<b>1/35</b>	<b>3/35</b>	<b>3/35</b>
<b>Ranking Economía</b>	<b>23/703</b>	<b>13/703</b>	<b>18/702</b>	<b>18/702</b>

Fuente: Ibis World

### Cambio Anual

Año	Ingresos(%)	Valor Agregado Industria(%)	Establecimientos(%)	Empresas(%)
2004	0,2	6,5	3,7	3,6
2005	5,6	3,5	-6,7	-6,7
2006	5,4	5,4	4,5	4,5
2007	9,7	3,1	2,1	1,4
2008	6,0	8,3	0,1	0,4
2009	-3,8	-1,8	-0,6	-1,3
2010	6,4	6,4	4,2	3,8
2011	4,9	4,9	2,8	2,3
<b>2012</b>	<b>3,2</b>	<b>5,3</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>
2013	2,9	5,0	1,6	0,9
2014	2,5	-1,5	1,2	0,5
2015	4,1	6,2	2,5	1,5
2016	3,4	5,5	2,1	0,7
2017	1,9	-2,1	1,1	1,0
<b>Ranking Sectorial</b>	<b>14/35</b>	<b>15/35</b>	<b>23/35</b>	<b>26/35</b>
<b>Ranking Economía</b>	<b>231/703</b>	<b>208/703</b>	<b>305/702</b>	<b>293/702</b>

Fuente: Ibis World

### 3. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

En Estados Unidos existe un clima de estabilidad política, seguridad jurídica y recuperación económica. Durante la recesión, sin embargo, se contrajo la economía, pero a partir de 2010 ha entrado en recuperación.

### 4. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS

En cuanto a los servicios de información y comunicaciones no existen restricciones de acceso al mercado ni discriminaciones de nacionalidad. Se considera que existen bajas barreras de ingreso.

En cuanto a los derechos de propiedad intelectual, la regulación existente tiende a proteger los derechos de autor. Existe una presión considerable para crear un marco legislativo que supervise las operaciones que se desarrollen vía internet, en particular en lo que respecta a la protección de la propiedad intelectual. Sin embargo, la amplitud de la información y la libertad con la que se mueve hace que cualquier régimen regulatorio sea sumamente difícil de aplicar.

En el área de las telecomunicaciones existe una regulación especial por la Federal Communications Commission (FCC, [www.fcc.gov](http://www.fcc.gov)). Esta es una agencia de gobierno que regula las comunicaciones nacionales e internacionales por radio, televisión, cable y satélite.

Por último, cabe señalar que, en términos generales, cada uno de los modos de prestar servicios señalados generan diferentes consecuencias legales e impositivas para el empresario/a. Aún si la empresa no se constituye legalmente en los EE.UU. probablemente tendrá que negociar con entidades locales y deberá

saber los derechos y obligaciones que tendrá como deudor o acreedor de las mismas los que varían según el tipo de entidad con la cual se está negociando.

Básicamente, las empresas operan como:

- Corporación (Corporation)
  - Corporación C
  - Corporación S
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (Limited Liability Company)
- Sociedad en Nombre Colectivo (Partnership)
- Sociedad en Comandita (Limited Partnership)
- Comerciante Individual (Sole Proprietorship)

**Características Generales**

Corporación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una de las que ofrece mayor libertad a las empresas en NY.</li> <li>• Se rige por la separación de propietarios (accionistas) y administradores.</li> <li>• Requiere la inscripción de un Certificado de Incorporación ante las autoridades competentes.</li> <li>• No tienen responsabilidad personal por las deudas de la empresa.</li> <li>• La Corporación C y la Corporación S tienen diferentes requisitos y sobre todo diferentes regímenes impositivos: La primera está sujeta a una carga impositiva doble.</li> </ul>
Sociedad Limitada (LLC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opera a través de socios quienes gestionan la empresa por sí mismos o a través de la designación de gerentes.</li> <li>• Socios tienen responsabilidad personal por las deudas de la compañía.</li> <li>• Ganancias y pérdidas de la empresa son personales.</li> <li>• Tiene varias formalidades de constitución.</li> </ul>
Sociedad en Nombre Colectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada socio tiene derecho a representar y actuar a nombre de la sociedad.</li> <li>• Socios tienen responsabilidad personal por las deudas de la compañía.</li> <li>• Tiene muy pocas formalidades para su constitución.</li> </ul>
Sociedad en Comandita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está constituida por al menos un socio solidario y cualquier número de socios comanditarios de responsabilidad limitada.</li> <li>• Es menos común en las empresas comerciales y mayor en las industrias del entretenimiento y bienes raíces.</li> </ul>
Comerciante Individual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el tipo más básico de empresa y está constituido por un solo propietario quien asume todos los derechos y obligaciones de la misma.</li> <li>• No requiere formalidad alguna.</li> </ul>

En cuanto a los impuestos a pagar en los EE.UU. los modos 1 y 2 mencionados en el apartado 1,2 que no requieren un establecimiento físico en el país estarán sujetos a menores cargas impositivas que en el caso de una empresa que se establece físicamente en el país. En este último caso, hay una serie de impuestos que rigen tanto en la etapa de establecimiento como de operación. En el caso del modo 4 la persona que viaja en forma personal a prestar los servicios estará sujeta al pago de impuestos por los servicios que se le hayan pagado.

Para mayor información sobre cómo operar un negocio en Nueva York, visite la página web “Doing Business in NYC” en: <http://www.nyc.gov/html/sbs/nycbiz/html/home/home.shtml>

## 5. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR

Los consumidores de servicios TIC no cuentan con apoyo específico dentro de los EE.UU. para la adquisición de servicios en el exterior. La industria de *outsourcing* y *offshoring* está plenamente liberalizada.

## 6. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

El gasto público en los servicios de la industria ha sido un área de crecimiento constante en los últimos cinco años. El gobierno federal, gobiernos estatales y locales ven la necesidad de tener sistemas TIC eficientes y seguros. El paquete de estímulos fiscales que se introdujo para contener la crisis económica ha servido para aumentar aún más la importancia del sector de servicios TIC. El aumento en el gasto fiscal se considera importante para la industria al haber evitado una caída mucho mayor de la economía.

Las compras públicas constituyen aproximadamente el 15% de los ingresos de la industria por lo que el Gobierno es considerado dentro del grupo de los clientes importantes. Esta información es de suma utilidad para las empresas chilenas, sobre todo considerando que el Tratado de Libre Comercio entre Chile y los EE.UU. tiene un capítulo de compras públicas. El capítulo otorga un marco regulatorio dentro del cual se establece trato nacional, medidas de transparencia, condiciones para participar y otros. El texto del Capítulo de Compras Públicas se puede encontrar en el siguiente link:

[http://rc.direcon.cl/sites/rc.direcon.cl/files/bibliotecas/EU\\_Contratacion\\_Publica\\_0104.pdf](http://rc.direcon.cl/sites/rc.direcon.cl/files/bibliotecas/EU_Contratacion_Publica_0104.pdf)

## 7. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

La penetración de usuarios de Internet en los Estados Unidos alcanza cerca del 79% de la población. El acceso a banda ancha y a servicios más rápidos ha abierto las puertas para otras tecnologías como VoIP, lo que ha aumentado la demanda por mejores servicios y tecnologías. Como consecuencia del aumento en el uso de Internet las tendencias en el mercado muestran un aumento en la demanda que los usuarios hacen de programas accesibles a través de la web.

### Usuarios de Internet en Estados Unidos

Región	Población ( 2011 Est.)	Población % Mundo	Usuarios Internet Dic, 2011	Penetración Internet
Estados Unidos	347.394.870	5%	273.067.546	79%
Resto del Mundo	6.582.660.284	95%	1.994.166.196	30%
Total Mundo	6.930.055.154	100%	2.267.233.742	33%

NOTAS: (1) Los datos de Internet se basa en el Censo de EE.UU 2010 (2) El número estimado de población se basan en cifras de la Oficina del Censo de EE.UU. (3) Los números de uso de Internet proceden de los datos publicados por Nielsen, la UIT, IWS, y otras fuentes de investigación confiable.

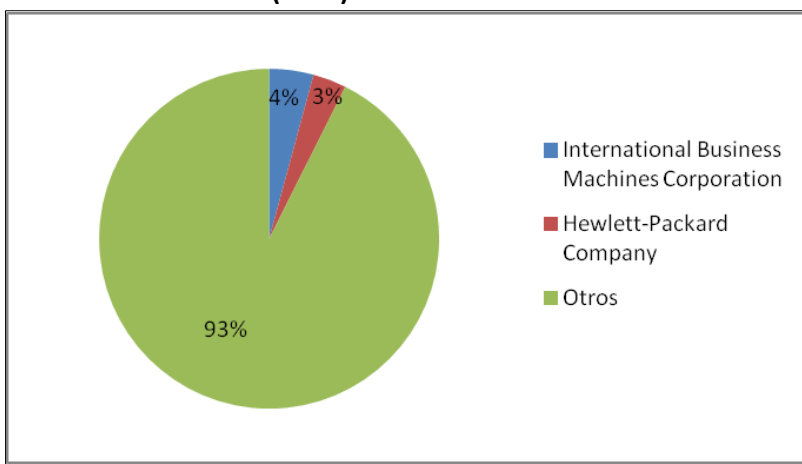
Fuente: Internet World Stats

El establecimiento de las conexiones de Internet en un hogar depende en gran medida del precio de computadoras personales (PC) y equipo relacionados. A su vez, la velocidad de la conexión depende de la potencia del PC. En la medida que los precios de los PC caen, mayor cantidad de personas pueden comprar un equipo nuevo (o más potente) y por lo tanto, establecer o actualizar la conexión de Internet. Se estima que a finales de 2014, el 84.7% de los hogares en Estados Unidos contara con un computador.

### 8. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS

Como en la mayor parte de las industrias de la economía norteamericana, la participación del sector privado es clave sin existir monopolios estatales. A continuación se presentan los principales actores privados en la industria.

#### Proveedores Internos (2012)



Fuente: Ibis World

La industria IT en E.E.U.U. está compuesta por un pequeño número de empresas multinacionales conocidas, y un gran número de empresas pequeñas especializadas en distintas habilidades y/o lugares geográficos, por lo que se puede decir que esta es una industria altamente competitiva y fragmentada.

Establecido en 1911. International Business Machines Corporation (IBM) es una empresa diversificada con sede en compañías globales de tecnología de información suministro de sistemas, productos, servicios, software y la financiación a empresas y hogares. IBM ofrece a sus productos a través de sus ventas globales y las organizaciones de distribución. Además de sus propias ventas y redes de distribución. IBM también ofrece sus productos y servicios a través de una variedad de socios de negocios de terceros, incluidos los distribuidores y revendedores. así como a través de sus canales en línea. En los últimos cinco años. IBM ha seguido vendiendo algunas de sus empresas a fin de centrarse en las divisiones más rentables.

Hewlett-Packard Company (HP) es una empresa global de tecnología que se especializa en la fabricación de computadores, el almacenamiento, hardware de red, software y servicios. Con sede en California. la compañía presta servicios a más de 160 países en todo el mundo. En 2009, la compañía se dividió en siete segmentos. Una de las adquisiciones más importantes que la compañía hizo en el cuarto trimestre de 2008 es de Electronic Data Systems (EDS) de 13.8 mil millones dólares. EDS ofrece servicios en sistemas de infraestructura, desarrollo de aplicaciones y outsourcing de procesos empresariales. La transacción ha aumentado significativamente los ingresos de HP.

EMC Corporation (Participación de mercado estimada 2.4%). es una compañía Fortune 500. que se especializa en estructura virtual hardware. software y servicios. En 2012 la compañía ha generado ingresos estimados es U\$22.2 billones y emplea a 48.500 personas alrededor del mundo. EMC contribuye a la industria a través del segmento de almacenamiento de información, que produce ingresos estimados en U\$7.7 billones en operaciones solo en E.E.U.U. Ofreciendo un portafolio de software personalizado e integrado, almacenamiento y rescate de información y soluciones administrativas a organizaciones.

Booz Allen Hamilton (Participación de mercado estimada 1.7%) es una empresa privada de consultoría con sede en Virginia. La compañía se especializa en estrategia, así como de consultoría TIC. La mayoría de los trabajos contractuales de la compañía se ha completado para el gobierno de los EE.UU. en las áreas de defensa y seguridad nacional. En 2010, la compañía generó aproximadamente US \$ 4.3 mil millones en ingresos. Uno de los eventos más importantes para la compañía en el último año fue obtener una ganancia de 120 millones dólares de un contrato de servicios TIC para apoyar una parte del Ejército proporcionando ingeniería de sistemas y servicios de integración.

Accenture (Menos de 1% de participación) es una de consultoría de renombre mundial, líder de gestión, servicios tecnológicos y outsourcing. La empresa creció a partir del colapso de Arthur Andersen Consulting a raíz del escándalo de Enron. Desde entonces Accenture se enfoca cada vez más en proveer de gestión y servicios de consultoría a sus clientes. La compañía se especializa en más de 17 industrias diferentes. La consultora ofrece servicios a clientes en todo el mundo.

Computer Science Corporation (CSC) ofrece soluciones para clientes de todo el mundo proporcionando servicios tales como diseño e integración de sistemas. IT y externalización de procesos empresariales (BPO), desarrollo de aplicaciones de software, web y almacenamiento de aplicaciones y consultoría tecnológica. Con un crecimiento del 10% en 2009 CSC estuvo muy por delante del rendimiento de la industria. Gran parte del crecimiento reciente de la compañía ha tenido lugar en Asia, en lugar de los EE.UU. o los mercados europeos. CSC estuvo en una buena posición para sobrevivir la recesión económica mundial debido a que una alta proporción de los ingresos de la empresa se deriva de los principales contratos del gobierno federal.



## OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

Obstáculos	Si	No	Observaciones
Presencia de monopolios		X	
Acceso a trabajos gubernamentales	x		Existen restricciones particulares de domicilio y otros según estado y a nivel federal
Fijación de tarifas para los servicios		X	
Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor. seguridad y salud.		X	
Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios		X	
Restricciones al movimiento de profesionales. técnicos y administrativos		X	Existen restricciones en términos de migración y visas de trabajo
Prohibición a los extranjeros de publicitarse		X	
Restricciones sobre el tipo de entidad legal		X	
Requisitos de presencia comercial		X	
Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros		X	
Restricciones a la participación de capital		X	
Requisitos de autorización por autoridades locales		X	
Prueba de necesidad económica		X	
Prohibición de establecimiento permanente		X	
Políticas de convalidación de títulos		X	
Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales		X	
Requisitos de licencia		X	
Requisitos de experiencia previa		X	
Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales		X	
Requisitos de residencia o nacionalidad		X	
No cobertura de los seguros públicos de salud		X	
Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas		X	
Restricciones cambiarias		X	
Impedimentos para transferir tecnología e informaciones		X	
Requisitos de transferencia tecnológica		X	
Política de compra nacional		X	
Compartimentalización del ámbito de actividades		X	
Aprobación por parte de asociación profesional doméstica		X	
Obligación o prohibición de asociarse con		x	

Obstáculos	Si	No	Observaciones
profesionales locales			
Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras		X	
Requisitos de nacionalidad		X	
Exigencia de residencia previa. incluida residencia permanente		X	
Pruebas de aptitud		X	
Períodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros		X	
Restricciones al número de extranjeros en el directorio		X	
Requisitos de ingreso		X	
Requisitos de desempeño: contenido local. exigencias de capacitación		X	
Requisitos de licencias. estándares y calificaciones		X	
Exigencia de obtener un domicilio legal		X	No existe exigencia. pero se sugiere tenerlo
Requisitos de graduación local		X	
Requisitos de idioma		X	No existe exigencia. pero por la naturaleza del servicio debe ser prestado en inglés
Adopción de estándares éticos		X	
Requisitos de autorización		X	
Restricciones al envío de remesas al exterior		X	No hay restricciones previo pago de impuestos pertinentes
Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros		X	
Prueba de necesidad económica		X	
Subsidios a firmas locales		X	
Doble tributación		X	Acuerdo firmado en febrero 2010. Sujeto a ratificación.
Impuestos discriminatorios		X	
Exigencias de reciprocidad		X	
Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados		X	
Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros		X	



# IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO

## IMPORTADOR

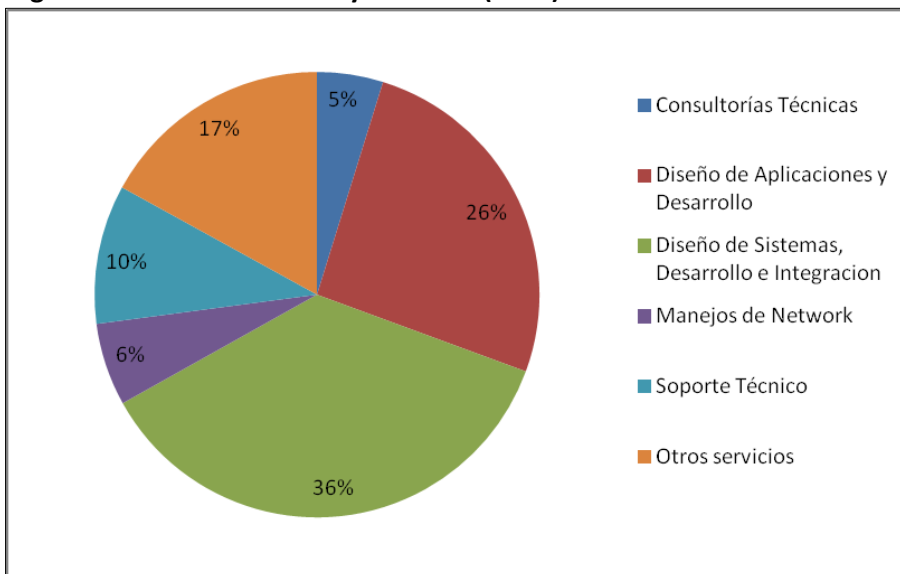
### 1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

La industria de servicios TIC es altamente competitiva. En la actualidad alrededor del 75% de las empresas están constituidas por pequeños operadores independientes. Para las empresas de consultoría más pequeñas existe una competencia significativa en el precio, con el fin de obtener proyectos y contratos externos. En la medida que más competidores nacionales e internacionales entren en el mercado, la competencia seguirá en aumento.

En respuesta a una mayor competencia, muchas empresas hacen internalización (*outsourcing*) a países con salarios calificados bajos, como la India y China, para reducir costos. Sin embargo, la calidad de los servicios se ha visto afectado por la diferencia cultural, la diferencia de horarios y otros aspectos.

En cuanto a la segmentación de mercado, de servicios TIC en Estados Unidos, podemos ver que hay un sector que es considerablemente más importante que el resto. Este es el de Sistemas de Integración. Diseño y Desarrollo, constituyendo el 36.3% del mercado. Diseños de aplicaciones y desarrollo, otros servicios. Servicios de soporte técnico y manejos de network, le siguen tal como se puede ver en el cuadro a continuación.

#### Segmentación de Productos y Servicios (2012)



Fuente: Ibis World

Las Consultorías Técnicas representan el 5% de los ingresos de la industria. Este segmento se refiere a las reuniones con clientes reales en cuestión de asesoría. Un cliente puede contratar a un consultor para discutir acerca de sistemas informáticos. Durante la reunión inicial, el consultor tratará de entender los

negocios que opera el cliente y qué sistemas o aplicaciones debería tener este para hacer su negocio más eficiente. La consulta inicial puede tener un pequeño costo, sin embargo si el consultor ha sido contratado por el cliente, la empresa consultora puede cobrar una comisión por retención además de las horas facturables.

Los Sistemas de Integración y los Diseños de Aplicación a pedido generan de manera conjunta el 62% de los ingresos de la industria.

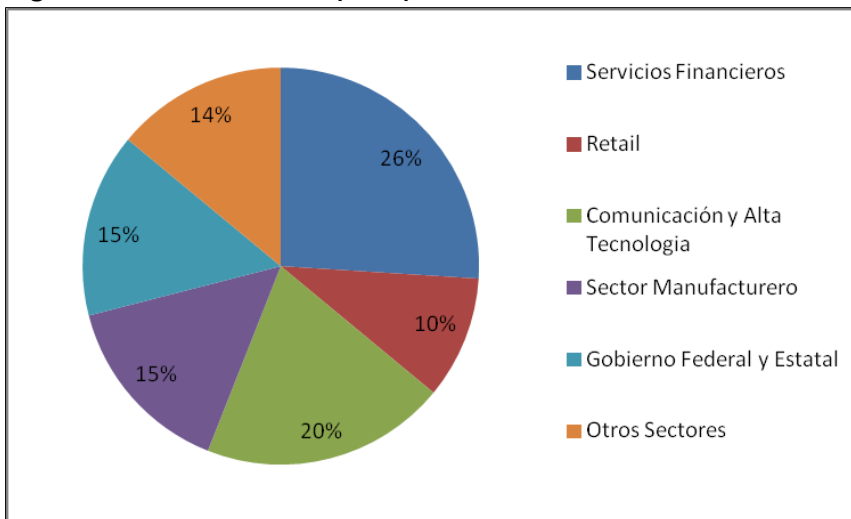
El Diseño de Sistemas de Integración y Desarrollo representa el 36.3% de los ingresos de la industria. Este segmento se refiere al bosquejo de la arquitectura de los computadores, componentes e interfaces con el fin de ayudar al cliente a operar de manera más eficiente su negocio. Los diseños pueden incluir servidores personalizados y dispositivos de almacenamiento para ayudar a una empresa en el manejo más eficaz de la información. Además, los sistemas de seguridad deben estar en su lugar con el fin de prevenir el robo de datos y brechas de seguridad. La integración del sistema incluye el proceso de implementación del hardware sin interrumpir el proceso de trabajo diario. Los consultores deben crear una estrategia para aplicar el nuevo sistema de modo que también este sincronizado con el sistema antiguo.

Las aplicaciones de software permiten a las empresas recuperar, organizar, dirigir y manipular datos y bases de datos para satisfacer sus necesidades individuales. El desarrollo de software apropiado se está convirtiendo cada vez más relevante para las pequeñas y medianas empresas de tamaño. En los últimos cinco años ha habido un cambio significativo hacia la industria que proporciona el sistema informático personalizado, diseño de la aplicación y el desarrollo de servicios para atender a clientes individuales.

Otros servicios en la industria constituyen el 17% de los ingresos de la industria. En esta categoría se pueden incluir el diseño de páginas web. La importancia de un sitio web en forma de comunicación con los clientes actuales y futuros es cada vez mayor. Como resultado, las empresas pueden contar con consultores de IT para ayudarles a desarrollar un sitio web único.

En cuanto a la fuente de los clientes, el mercado puede segmentarse en el ámbito público y privado. Dentro de la esfera privada, hay diferentes sectores empresariales que utilizan servicios TIC, tal como se muestra en el gráfico del año 2012 a continuación.

### Segmentación de Mercado (2012)



Fuente: Ibis World

Uno de los mayores clientes de servicios TIC es el sector de Servicios Financieros que constituye el 26% de los ingresos de la industria. Los consultores TIC trabajan con las empresas de la industria de servicios financieros para almacenar y proteger mejor la privacidad de información. La información intercambiada es a menudo sensible, por lo que los consultores deben implementar la seguridad en todos los aspectos de la tecnología en la empresa. La demanda existe también para crear plataformas de negociaciones más innovadoras.

Las Tiendas Minoristas y la Industria de Manufactura generan el 25% de los ingresos de la industria. Los minoristas y los fabricantes requieren servicios TIC que les ayude con el control de inventario. Para los minoristas es importante poder contar con aplicaciones y sistemas eficaces, que den alertas sobre el estado del inventario, necesidad de hacer órdenes, etc. Para los fabricantes, también es importante crear un sistema que sincronice sistemas de pedido y fabricación y evitar gastos de bodegaje.

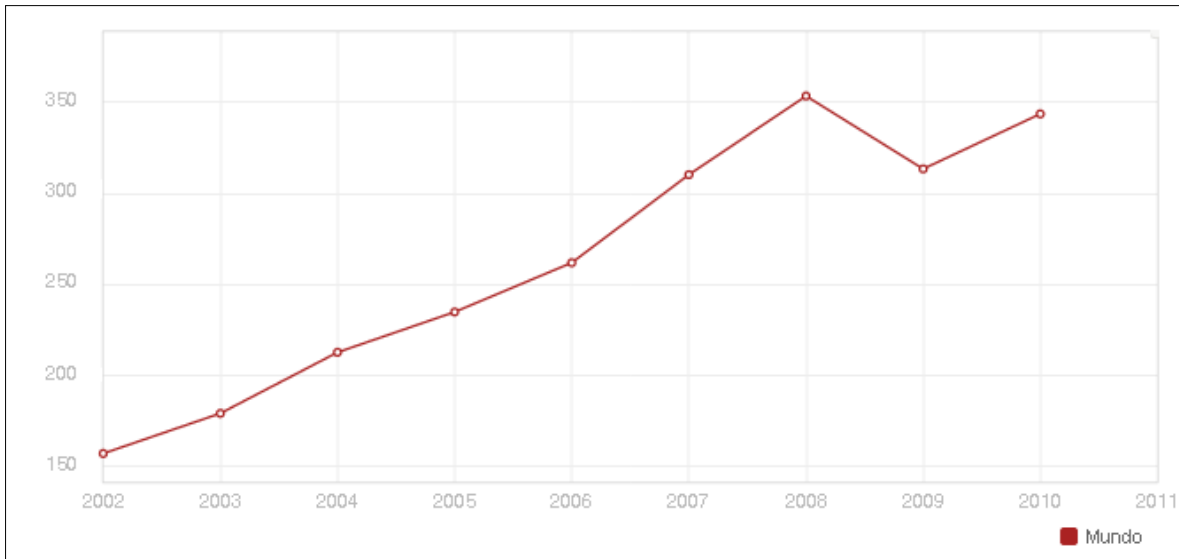
Las Comunicaciones y Alta Tecnologías se ocupan de integrar de manera rápida e inteligente la entrega de información. Este segmento representa el 20% de los ingresos de la industria. Debido a que la industria de la tecnología está en constante evolución, la necesidad de sistemas más rápidos es siempre una prioridad.

Otros Sectores conforman el 14% de los ingresos. En este segmento se puede incluir el sector de los hogares, que principalmente contratan servicios TIC para el mantenimiento y resolución de problemas, tales como la eliminación de virus, la creación de cuentas personales y dominios de Internet.

## 2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

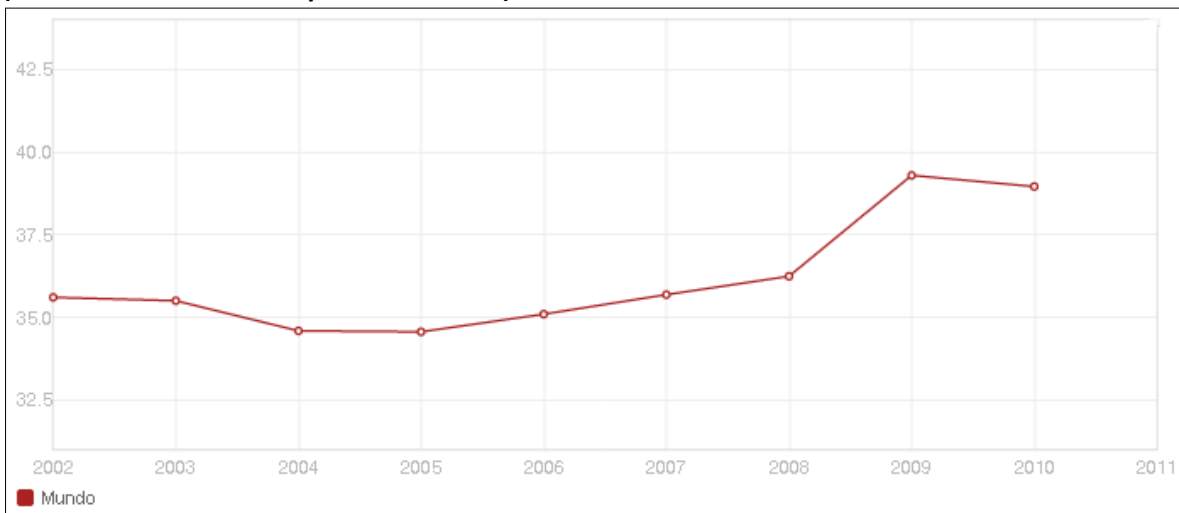
Los datos disponibles para las importaciones de servicios de Estado Unidos arrojan cifras hasta 2010. Se puede observar una importante tendencia al alza de los servicios de computación, comunicaciones y otros similares, con tasas de crecimiento por sobre el resto de los servicios.

**Importaciones de Servicios Comerciales (Miles de millones US\$ a precios actuales)**



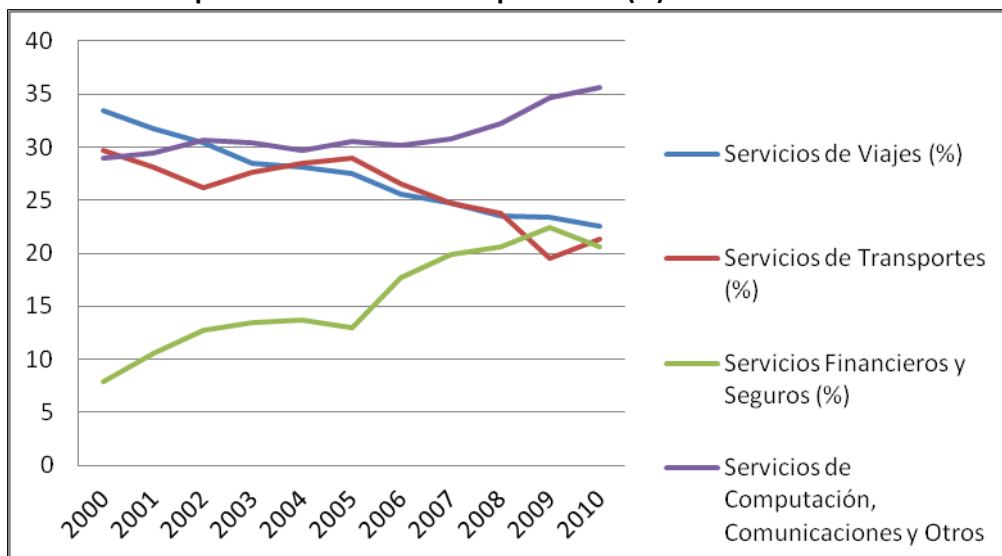
Fuente: Banco Mundial

**Importaciones de Servicios Computacionales, Comunicacionales y otros servicios (Miles de millones US\$ a precios actuales)**



Fuente: Banco Mundial

**Variación de Importaciones de Servicios por Rubro (%)**



Fuente: Banco Mundial

**3. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO**

**India** – Los bienes y servicios TIC son el producto de mayor exportación de India a los EEUU después de los diamantes y los textiles. La gran ventaja comparativa de India es que tiene una muy extensa población de habla inglesa. En el caso de estas empresas ellas hicieron un fuerte énfasis en *bodyshopping* trasladándose a trabajar directamente en la ubicación del cliente. La exportación de sus servicios ha ido en permanente alza y sus principales mercados de destino son en un 63% EE.UU., Canadá y Latinoamérica; 26% Europa; 4% Japón y 7% hacia el resto del mundo.

**Costa Rica** – Ha creado un Programa de Apoyo a la Competitividad del Sector (Prosoftware) que junto con la Cámara Costarricense de Tecnologías de Información y Comunicación (Camtic) ha liderado un proceso de investigación y diagnóstico del sector TIC de Costa Rica. Han hecho un importante trabajo en la promoción del país como productor de primer nivel de TICs en los mercados internacionales.

**Argentina** – La exportación argentina de bienes y servicios TIC tiene como principal destino Latinoamérica y luego los EE.UU. en menor medida. Las empresas ingresan a estos mercados a través de socios locales y en algunos casos a través del establecimiento de empresas en el lugar de prestación del servicio. El esfuerzo por ingresar a otros mercados ha ido acompañado de mayores certificaciones de calidad internacionalmente reconocidas, lo que facilita el acceso a mercados competitivos como el norteamericano.

**4. DINAMISMO DE LA DEMANDA**

El dinamismo de la demanda por servicios TIC va estrechamente ligado al desarrollo tecnológico, razón por la cual la demanda tiene una estricta relación con los avances que se vayan haciendo. En general la demanda de servicios informáticos se estima que ha crecido con fuerza desde mediados y finales de la década de 1980, debido a un fuerte crecimiento económico y aumento del uso de la computadora por las

agencias de seguros, la banca, así como sectores del gobierno. El área de mayor crecimiento en servicios de informática fue en el software e integración de sistemas. Se estima que durante la recesión económica de principios de 1990, la industria sufrió una disminución importante en la demanda de servicios. Esto resultó de una combinación de un crecimiento más lento durante la recesión y en el período inmediatamente después de la reestructuración de los distintos clientes, en particular entre sus unidades de banca, las finanzas y los seguros.

## V ■ INDICADORES DE DEMANDA PARA EL SERVICIO

En los últimos años ha habido un aumento significativo de la demanda. Ello ha sido consecuencia de un aumento en el uso de las computadoras como vía de información y comunicación. También hubo un aumento en el uso y la demanda de Internet como servicio de información, que se tradujo en un aumento de la demanda de elaboración de páginas web durante finales de los años 1990 y principios de 2000, y para otros servicios en línea del área de financiero y bancario entre otras industrias. Sin embargo, desde que se terminó la burbuja tecnológica, hubo un desaceleramiento de la industria que duró hasta 2004.

La demanda de servicios TIC por parte de servicios financieros disminuyó durante la recesión en Estados Unidos de 2008-2009, mientras que la demanda del sector público aumentó dado el estímulo fiscal que introdujo el gobierno de los E.E.U.U. en 2009.

Durante 2012, los ingresos de la industria han experimentado un crecimiento positivo y se espera que esta tendencia continúe a lo largo del año, logrando un crecimiento del ingreso anual de la Industria de un 3.2%, alcanzando los 327.5 mil millones dólares, dado que la banca, agencias financieras y de seguros, y otras industrias relacionadas relacionados están en expansión.

En un horizonte de 5 años, el crecimiento de los ingresos, será particularmente lento al principio, pero el aumento de fusiones y adquisiciones en otras industrias, será una bendición para los consultores de TIC, con más consolidaciones, las empresas requerirán asistencia en la integración de contabilidad, almacenamiento de información y otros sistemas. Además, el aumento del uso de los teléfonos inteligentes (smartphones) en el lugar de trabajo se espera que aumente la demanda de servicios TIC para proteger a las empresas de violaciones de la seguridad.

Para los próximos 5 años, hasta el 2017, se estima que habrá un crecimiento en la industria de un 3.0%. Este crecimiento, en gran parte, se deriva del aumento de presupuestos por parte de las empresas en la medida que la economía se recupera.

## VI. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

Cabe mencionar que en el caso de los servicios TIC que se prestan en rigor constituyen casos de *outsourcing*. Estos son los casos en los cuales una empresa determinada mueve o destina los recursos orientados a cumplir ciertas tareas, a una empresa externa por medio de un contrato. Para el caso de Chile los casos de *offshore outsourcing* – donde el servicio se presta fuera de los EE.UU. – es lo que podría resultar más beneficioso para las empresas chilenas. En efecto, Chile ya ha atraído considerable atención por parte de las compañías internacionales debido a los bajos costos, una economía estable y un ambiente político propicio.

En este momento, los principales destinos de outsourcing por parte de los EE.UU. son India, Canadá, China, Polonia, Filipinas, República Checa, Rusia, Rumania, Brasil y Sudáfrica.

Las recomendaciones para abordar el mercado pasan por tres aspectos fundamentales: definición del producto, modo de prestación del servicio y estrategia de marketing.

**Definición del Producto.** El producto con el cual se va a ingresar al mercado debe ser claramente definido. En un mercado donde hay un alto número de proveedores de soluciones de tecnología e información. Se debe analizar concienzudamente cuáles son las ventajas comparativas y los nichos a abordar. En una etapa inicial, se recomienda abordar a la pequeña y mediana empresa local.

**Modalidad de Prestación.** En una primera etapa, y dada la facilidad de prestar el servicio de manera transfronteriza en este sector, se sugiere idea de iniciar negocios a través de alianzas estratégicas con proveedores locales que ya estén instalados y que conozcan el mercado. De esta manera el servicio se provee desde Chile contando con un socio local.

Cabe señalar que la manera de prestar el servicio lleva consigo una serie de implicancias impositivas y legales a los cuales hay que prestarle detenida atención a la hora de elaborar el plan de exportación.

**Estrategia de Marketing.** Dentro de la estrategia de marketing se deberá tener presente que las empresas locales toman decisiones acerca de la contratación de servicios TIC sobre una base más amplia que sólo el precio de los servicios. También se toman en cuenta factores tales como la compatibilidad con los servicios existentes, disponibilidad de información a través de la página web de la empresa y la reputación de la empresa.

En cuanto a la compatibilidad, las empresas valoran que los servicios del proveedor puedan ser integrados a los sistemas existentes, que sean fáciles de usar y que sean funcionales. Asimismo, requieren que exista facilidad de atención al cliente con capacidad de dar respuestas y soluciones inmediatas en caso de problemas técnicos.

El segundo punto valorado por las empresas es un fácil acceso a información sobre la empresa y sus productos. Buscan fuentes de información directamente en Internet por lo que es clave que la página web de la compañía esté disponible en inglés y que cuente con información completa y detallada sobre la empresa y sus servicios, y que sea de fácil acceso y navegación.

Dentro de la estrategia de marketing es necesario también dar a conocer previos casos de éxito. Asimismo, es importante que las estrategias de asociación se hagan con empresas confiables con buena reputación dentro del mercado

**Ferias y eventos.** Se recomienda participar en alguna de las ferias de mayor relevancia para mantenerse al día de los últimos avances tecnológicos y de lo que se ofrece en el mercado. Estas ferias y convenciones también contemplan ponencias y charlas sobre cómo hacer negocios en ciertas áreas TIC que pueden ser de interés para el empresario (ver listado de ferias y eventos en sección 7).

**Asociatividad.** Por último, recomendamos participar en las organizaciones existentes en Chile que proveen información y contacto con otras empresas. En los EE.UU. ya está funcionando la plataforma de servicios TIC de Chile IT que agrupa a empresas que están en condiciones de exportar servicios. Otras organizaciones relevantes son ACTI (Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información). GECHS (Software y Servicios Chile AG) y la AIE (Asociación de Industrias Eléctricas- Electrónica), todos activos colaboradores de las acciones de ProChile en el extranjero.

En definitiva, la estrategia de internacionalización debe incluir metas claras en:

- ✓ Planificación estratégica y compromiso de internacionalizar
- ✓ Identificación de segmentos con potencial
- ✓ Gestión de recursos humanos y desarrollo de recursos para la internacionalización
- ✓ Disponibilidad financiera y de otros recursos en general
- ✓ Evaluación de postulación a fondos públicos de apoyo a la exportación
- ✓ Competencia internacional de los productos/servicios de la firma
- ✓ Grado de madurez de la empresa en relación con el nivel de desafíos en contexto internacional
- ✓ El modelo de negocios a implementar
- ✓ Estrategias de marketing
- ✓ Los criterios de selección del mercado al cual ingresar y la planificación de los “modos de entrada” a cada mercado.

El mercado de los EE.UU. tiene un gran potencial si se tiene:

- Visión de largo plazo
- Adecuada planificación
- Compromiso
- Expectativas realistas.

#### Algunas ventajas comparativas de Chile en el sector TIC

- A nivel latinoamericano, es un sector consolidado con un alto nivel de exportaciones lo que lo hace contar con la ventaja comparativa de tener experiencia exportadora y, por otro lado, conocer el potencial mercado latino en los EE.UU. si ese fuera su nicho.
- Existe una mano de obra técnica y profesional calificada que ofrece precios competitivos comparados con los precios que ofrecen otros proveedores internacionales.
- El estar en el mismo huso horario ofrece una ventaja por sobre otros proveedores internacionales. como el caso de India y China.
- Existe un potencial de promoción a través de las compañías que han contratado los servicios de *outsourcing* tecnológico a compañías chilenas y que lo avalan como un país avanzado en ese rubro (i.e. Microsoft, Yahoo, GE. Delta, IBM, Tata).
- Por último, existe una buena imagen país en términos económicos, políticos y sociales. El marco del Tratado de Libre Comercio con los EEUU ofrece una garantía de seriedad y un marco



- regulatorio de confianza, estable y transparente.
- La tendencia de la globalización es cada vez mayor. Desde principios de 2000, muchas industrias han establecido sus operaciones internacionales en las principales ciudades del mundo. Sin embargo, gran parte de las actividades centrales de la industria no necesariamente requieren la presencia física del cliente en el domicilio o el lugar de trabajo. Las tecnologías como la videoconferencia se pueden utilizar para conectar los consultores para el cliente. No obstante, sigue siendo importante para el consultor aparecer en el sitio del cliente de vez en cuando durante el proceso de consulta.
- La banca, las finanzas, los seguros y las industrias relacionadas son mercados clave de los clientes de TIC. Cuando la industria de servicios financieros está creciendo, la demanda de servicios de TI será alto.

## VIII. CONTACTOS RELEVANTES

### Eventos Relevantes

En EEUU se están realizando en forma permanente actividades en relación al mercado TIC. En orden alfabético, los principales eventos y ferias son los siguientes:

Nombre: CTIA Wireless  
 Lugar: Florida  
 Sector: Telecomunicaciones inalámbricas  
 Sitio Web: [www.ctia.org](http://www.ctia.org)

Nombre: Gartner Symposium/ITxpo  
 Lugar: Florida  
 Sector: Outsourcing  
 Sitio Web: <http://www.gartner.com/technology/events/events.jsp>

Nombre: ISCe Satellite and Communications  
 Lugar: San Diego  
 Sector: Telecomunicaciones vía satélite  
 Sitio Web: [www.isce.org](http://www.isce.org)

Nombre: International CES  
 Lugar: Las Vegas  
 Sector: Telecomunicaciones  
 Sitio Web: [www.cesweb.org](http://www.cesweb.org)

Nombre: Interop  
 Lugar: Las Vegas y Nueva York  
 Sector: Informática y tecnología  
 Sitio Web: [www.interop.com](http://www.interop.com)

Nombre: NAB  
 Lugar: Las Vegas  
 Sector: Tecnología audiovisual. Medios electrónicos  
 Sitio Web: [www.nabshow.com](http://www.nabshow.com)

Nombre: National Retail Federation  
 Lugar: Nueva York  
 Sector: Retail  
 Sitio Web: [www.nrf.com](http://www.nrf.com)

Nombre: RSA Conference  
 Lugar: San Francisco  
 Sector: Sistemas de seguridad e informática  
 Sitio Web: [www.rsaconference.com](http://www.rsaconference.com)

## VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

### **Información sobre el mercado:**

- National Technology Transfer Centre:  
 Otorga acceso información federal sobre tecnología, servicios y marketing para encontrar socios estratégicos.  
[www.nttc.edu](http://www.nttc.edu)
- National Technical Information Service  
 Es el centro más grande de información relativa a proyectos financiados por el gobierno en ciencia. Tecnología, ingeniería y negocios.  
[www.ntis.gov/](http://www.ntis.gov/)
- National Telecommunications and Information Administration for the USA. Tiene publicaciones, informes y políticas en TICs.  
[www.ntia.doc.gov](http://www.ntia.doc.gov)
- Washington Technology  
 Es una revista de inteligencia de mercado TIC.  
[www.washingtontechnology.com](http://www.washingtontechnology.com)
- USA Technology:  
 Cuenta con la última información, eventos, temas de tecnología. etc.  
[www.usatech.com](http://www.usatech.com)

- Technology Futures Inc.  
Otorga servicios de manejo de tecnología, estrategia, administración, predictibilidad a organizaciones comerciales, gubernamentales y académicas.  
[www.tfi.com](http://www.tfi.com)
- IBC Life Sciences  
Otorga información científica, tecnológica y de negocios.  
[www.ibclifesciences.com](http://www.ibclifesciences.com)
- Association of University Technology Managers  
[www.autm.net/index.cfm](http://www.autm.net/index.cfm)
- Journal of Technology Education  
Incluye discusiones académicas sobre educación en tecnología.  
<http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JTE/>
- National Institute of Standards and Technology  
Trabajan en la industria para incentivar la innovación, el comercio y empleo.  
[www.nist.gov](http://www.nist.gov)
- National Nanotechnology Initiative  
Es un programa que coordina esfuerzos de múltiples agencias en la nanotecnología, ingeniería y tecnología.  
[www.nano.gov](http://www.nano.gov)

**Agencias de gobierno en los EEUU:**

- The City of New York  
[www.nyc.gov](http://www.nyc.gov)
- Bureau of Customs and Border Protection  
[www.cbp.gov/](http://www.cbp.gov/)
- Bureau of Economic Analysis  
Department of Commerce  
[www.bea.gov/](http://www.bea.gov/)
- Copyright Office. Library of Congress  
[www.copyright.gov](http://www.copyright.gov)
- Department of Commerce (DoC)  
[www.commerce.gov](http://www.commerce.gov)
- International Revenue Service (IRS)  
[www.irs.gov](http://www.irs.gov)
- Department of Justice. Antitrust Division  
[www.usdoj.gov/atr](http://www.usdoj.gov/atr)

- Department of Labour  
[www.dol.gov](http://www.dol.gov)
- Food and Drug Administration (FDA)  
[www.fda.org](http://www.fda.org)
- Patent and Trademark Office. Department of Commerce  
[www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)
- US Chamber of Commerce  
[www.uschamber.org](http://www.uschamber.org)
- Department of the Treasury  
[www.ustreas.gov](http://www.ustreas.gov)
- Export-Import Bank (Exim Bank)  
[www.exim.gov](http://www.exim.gov)
- Federal Trade Commission (FTC)  
[www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)
- First Gov  
[www.usa.gov/Citizen/Topics/Science.shtml](http://www.usa.gov/Citizen/Topics/Science.shtml)
- Foreign Trade Zones Board. Department of Commerce.  
[ia.ita.doc.gov/ftzpage/](http://ia.ita.doc.gov/ftzpage/)
- International Trade Administration. Department of Commerce  
[www.trade.gov](http://www.trade.gov)
- International Trade Commission (ITC)  
[www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)
- Office of the US Trade Representative (USTR)  
[www.ustr.gov](http://www.ustr.gov)
- Securities and Exchange Commission (SEC)  
[www.sec.gov](http://www.sec.gov)
- Small Business Administration (SBA)  
[www.sba.gov](http://www.sba.gov)

**Links de interés en Chile:**

- Chile IT  
[www.chile-it.com](http://www.chile-it.com)
- Portal Chile Exporta Servicios  
[www.chilexportaservicios.cl](http://www.chilexportaservicios.cl)

- ProChile  
[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
- CORFO  
[www.hightechchile.com](http://www.hightechchile.com)
- Servicio Nacional de Aduanas  
[www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)
- Amcham  
[www.amchamchile.cl](http://www.amchamchile.cl)
- ACTI  
[www.acti.cl](http://www.acti.cl)
- GECHS  
[www.gechs.cl](http://www.gechs.cl)