

## EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS ANTE EL FUTURO

Marta Galiano<sup>1</sup>

Febrero de 2020

### 1. Presentación

El comercio internacional de servicios viene experimentando desde hace más de una década un intenso crecimiento, en consonancia con su peso creciente en la estructura productiva de las economías, tanto en términos de actividad como de empleo —el sector servicios aporta el 65,1% del PIB mundial y concentra el 48% del empleo—. Esta terciarización, claramente asentada en las economías avanzadas, también se observa en las economías menos avanzadas al hilo de su proceso de desarrollo.

Cuadro 1. Principales indicadores de comercio de bienes y servicios, 2018.

	Bienes					Servicios				
	Volumen (Millones \$)	Tasa crecimiento medio 05-18 (%)	Participación en comercio mundial (%)	Cuota de mercado		Volumen (Millones \$)	Tasa crecimiento medio 05-18 (%)*	Participación en comercio mundial (%)	Cuota de mercado	
				(%)	Posición				(%)	Posición
<b>Mundo</b>										
Exportaciones	19.450.625	5,7	77,1	-	-	5.769.671	6,5	22,9	-	-
Importaciones	19.867.276	5,5	78,4	-	-	5.485.181	6,3	21,6	-	-
<b>España</b>										
Exportaciones	345.166	5,2	69,8	1,8	17	149.032	3,7	30,2	2,6	11
Importaciones	388.044	3,3	82,1	2,0	15	84.854	5	17,9	1,6	18
Tasa cobertura	89,0					175,6				

Fuente: WTO Data.

Tradicionalmente, la presencia de los servicios en el comercio internacional ha sido menor en comparación a los bienes, lo que responde a la propia naturaleza intangible de los servicios y a la dificultad natural que supone su compraventa en los mercados exteriores, a lo que se añade una menor regulación de sus flujos comerciales y menor presencia en los acuerdos multilaterales de comercio. Asimismo, en el caso de los servicios la existencia de barreras no arancelarias, principalmente de carácter regulatorio, limitan el intercambio transfronterizo de servicios.

<sup>1</sup> Doctora en Economía.

No obstante, el proceso de rápida globalización y los avances tecnológicos han cambiado dicha perspectiva, al contribuir de forma importante en las dos últimas décadas a una expansión acelerada del comercio internacional de servicios, con la aparición de nuevos servicios y de nuevas formas de prestación de éstos, favoreciendo su acceso a los mercados internacionales. En este nuevo contexto, los servicios, junto con las mercancías, han podido mejorar su competitividad y productividad participando las cadenas globales de valor (CGV)<sup>2</sup>, por las que productos y servicios se desarrollan en distintas fases y distintos países de forma que es posible determinar el valor añadido incorporado en cada una de las fases de producción, por cada empresa y país. Esto entronca, además, con el fenómeno creciente de la servitización de la industria, derivada de su creciente integración con los servicios, que supera la tradicional división sectorial de las actividades productivas y, por tanto, las características que tradicionalmente han venido diferenciando a las actividades del sector servicios.

Por todo lo señalado anteriormente, merece la pena analizar en esta nota técnica la posición que actualmente ocupan los servicios en el comercio internacional y las oportunidades que se abren para el futuro ante los cambios en los patrones de comercio derivados de las grandes transiciones: tecnológica, demográfica y climática, y que pueden afectar a la elección de qué servicios comercializan los países, con quién y cómo. Como señala el Informe de Comercio 2019 de la OMC sobre el futuro del comercio de servicios, es necesario profundizar en su conocimiento y situarlo en el centro del debate sobre el comercio global.

## 2. Diagnóstico

En los últimos años se viene observando un crecimiento espectacular del comercio internacional de servicios, sobre todo en relación al comercio de bienes (Gráfico 1). Según datos de la OMC, entre 2005 y 2018, el valor nominal del comercio de servicios se duplicó desde los 2.600 miles de millones de dólares de 2005 a 5.700 en 2018, lo que supuso un crecimiento promedio anual del 6,5%, casi un punto porcentual por encima del crecimiento del 5,6% que registró el comercio de bienes. Para 2040, la OMC estima que la participación de los servicios en el comercio mundial aumentará un 50% más<sup>3</sup>.

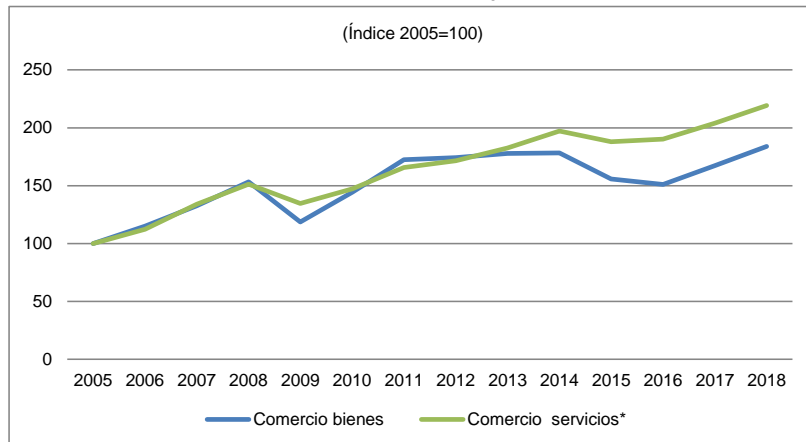
---

<sup>2</sup> Conjunto de actividades o etapas de producción que se realizan en diferentes países y que son requeridas para la elaboración y venta de bienes y servicios finales, desde las fases iniciales de producción de insumos básicos hasta la dotación de servicios de posventa. Véase Banco de España, "España en las cadenas globales de valor", *Boletín Económico* 3/2017.

<sup>3</sup> WTO, World Trade Report 2019, The future of services trade.



Gráfico 1. Crecimiento del comercio mundial de bienes y servicios.



*Nota: El comercio mundial se ha calculado como promedio de las exportaciones e importaciones mundiales. El comercio de servicios hace referencia al total de servicios comerciales, que representan más del 98 por 100 del total de servicios, siendo el resto servicios del Gobierno relacionados con la administración pública en el extranjero.*

*Fuente: WTO Data.*

A pesar de este rápido crecimiento, los servicios suponen algo menos de la cuarta parte del conjunto de flujos mundiales, atendiendo exclusivamente al valor absoluto de los volúmenes de comercio exterior procedentes de las balanzas de pagos. Sin embargo, estos datos no reflejan en su totalidad el comercio de servicios que se produce a nivel internacional. Y ello porque hay algunas limitaciones que impiden conocer exactamente el volumen total de comercio de servicios que se realiza a nivel global.

La información sobre el comercio internacional de servicios, más allá de los turísticos, es más compleja y limitada que la del comercio internacional de mercancías, ya que las fuentes de información no cubren la totalidad de los intercambios de servicios que se realizan y algunos no se contabilizan. Es el caso de los servicios incorporados en los bienes que se destinan al mercado externo, que representan en torno a una tercera parte de su valor, los servicios que aportan un valor intangible difícil de medir (marca o diseño) y los servicios digitales gratuitos.

El proceso de servitización de la industria ha hecho más difícil establecer una clara separación entre bienes y servicios y, por tanto, medirlos de forma adecuada. Es el caso de algunos servicios que se han convertido en comercializables gracias a una estandarización creciente que ha reducido los costes facilitando su provisión, o aquellos otros asociados a la venta de bienes y para los que hay una demanda creciente o los ya citados servicios incorporados en los bienes.

Además, no hay que olvidar que la economía mundial se articula en torno a cadenas globales de valor en las que los componentes de un determinado bien o servicio se

producen en diferentes países. Esta creciente integración de las distintas fases de producción de un bien en distintos países ha permitido superar la tradicional segmentación de los mercados, abriéndose al mercado internacional y, en el caso de los servicios, ha favorecido la externalización global de muchas actividades, lo que ha supuesto nuevas oportunidades para proveer de servicios a otros mercados.

Todos estos cambios en las actividades de servicios han llevado a asumir junto a los cuatro modos tradicionales de prestación de servicios, definidos en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS)<sup>4</sup>, la existencia de un quinto modo que englobaría estos otros servicios vinculados a los bienes y que resulta difícil de definir. Como aproximación, la OCDE y la OMC han desarrollado la base de Comercio en Valor Añadido (TiVA)<sup>5</sup>, basada en metodología *input-output*, que ofrece información sobre el comercio de servicios en términos de valor añadido, y constituye la única fuente estadística que recoge, de manera integral, el comercio internacional de servicios a través de los cuatro modos de suministro existentes. A partir de estas nuevas herramientas, la OMC ha constatado que el comercio de servicios supondría más de la mitad del volumen total de comercio internacional (el 59% en el caso de España), frente a algo menos del 25% según datos de la balanza de pagos que se ha señalado anteriormente, lo que da idea de la importancia de los servicios que lleva aparejado el comercio de bienes.

En esta línea de profundizar en el conocimiento del comercio de servicios, recientemente, la OMC ha desarrollado la base de datos TISMOS, de carácter experimental, que permite aproximarse al comercio de servicios diferenciando cada uno de los modos de prestación de los mismos. A partir de esta información, se constata que el modo dominante de prestación de servicios a nivel internacional es la presencia comercial, a través de una delegación o filial de una empresa extranjera, que concentra casi el 60% del total del comercio de servicios realizado.

El comercio mundial de servicios se concentra, como se recoge en el gráfico 2, principalmente en las economías más avanzadas (América del Norte, Unión Europea y Australia), que canalizan dos terceras partes de las exportaciones de servicios, y

---

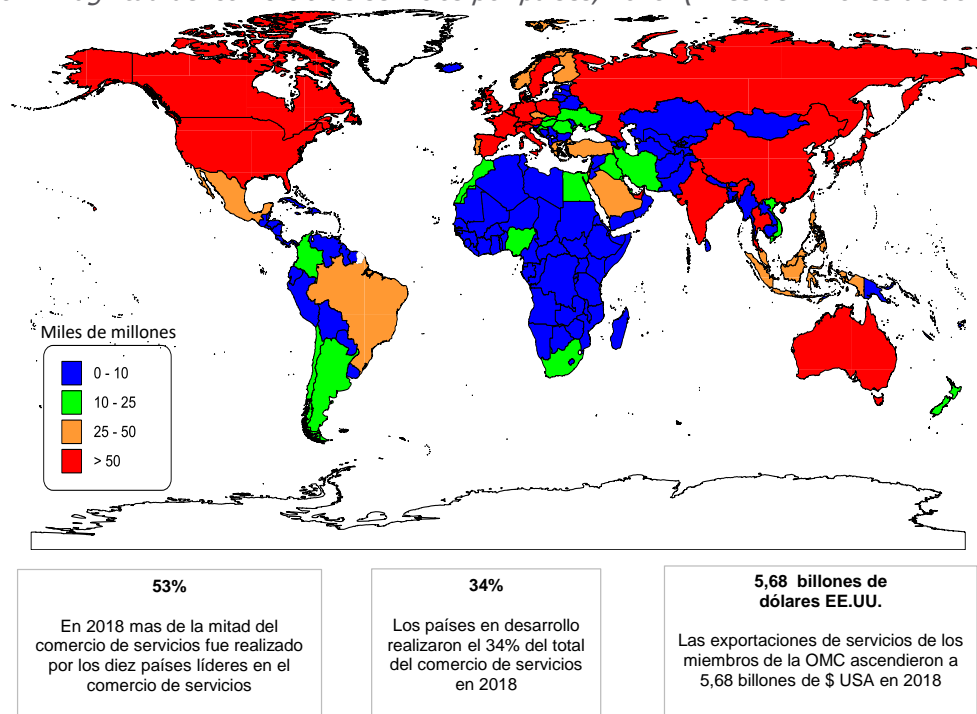
<sup>4</sup> El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS), alcanzado en el seno de la OMC en 1995, estableció cuatro modos de exportación/importación de servicios: 1) suministro transfronterizo; 2) consumo en el extranjero; 3) presencia comercial, a través de una delegación o filial de una empresa extranjera; y 4) empleo, que implica la presencia de personas desplazadas para prestar el servicio en el país de quien recibe la prestación.

<sup>5</sup> La base de datos TiVA de la OCDE-OMC, presentada por primera vez en 2013, obtiene a través de una tabla *input-output* global los datos de comercio en términos de valor añadido, evitando la doble contabilización. Presenta algunas limitaciones, como el retardo de los datos que ofrece como el hecho de que únicamente recoge información sobre los servicios finales comercializados, dejando al margen los servicios que se producen dentro de la propia empresa.

algunos países como China, India o Brasil, mientras que en otras regiones todavía ocupa un peso residual del comercio mundial. De hecho, algo más del 50 por 100 de los movimientos se concentra en sólo diez países.

La cuota de España en el comercio internacional de servicios se viene situando en los últimos años en torno al 2,6%, por encima de la cuota en el comercio de bienes, que se sitúa en el 1,8%, pero lejos del 3,3% que representaba hace diez años. El menor dinamismo en el crecimiento del comercio de servicios en España contrasta con el dinamismo observado a nivel global, que responde también al incremento registrado por las exportaciones de servicios de países como Estados Unidos, China o Irlanda.

Gráfico 2. Magnitud del comercio de servicios por países, 2018. (Miles de millones de dólares)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el ITC.

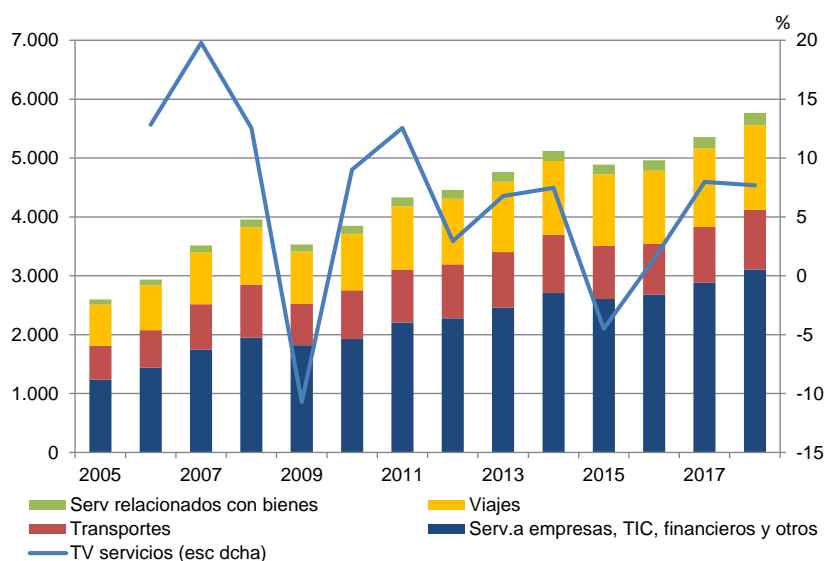
El dinamismo que ha experimentado el comercio de servicios muestra como característica diferencial la importancia creciente de los servicios no turísticos que han crecido un 64 por 100 en la última década y donde destacan principalmente el transporte y los servicios a empresas, pero también los servicios de telecomunicaciones e informática, los servicios financieros y los cargos por el uso de la propiedad intelectual.

Los servicios a empresas concentran en torno al 30% de las exportaciones de servicios no turísticos e incluyen servicios de I+D, de consultoría y otros servicios profesionales y servicios técnicos y relacionados con el comercio y otros servicios empresariales



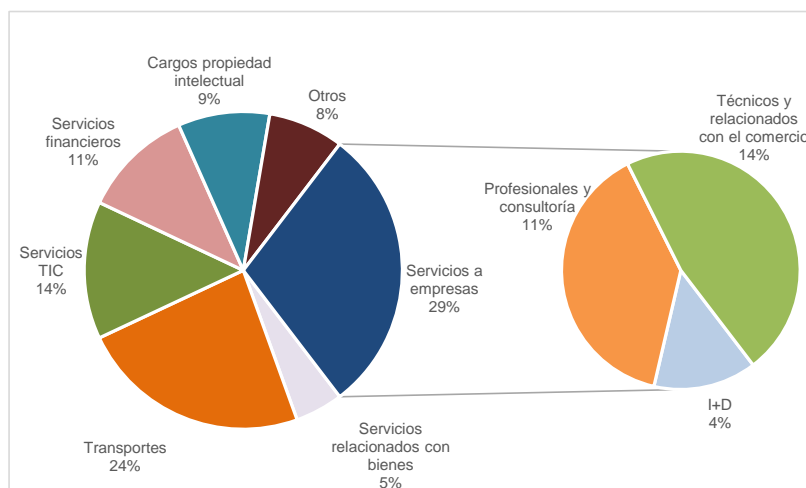
(ingeniería, arquitectura, marketing, investigación de mercados, publicidad), actividades que se caracterizan a su vez por tener, en general, un contenido tecnológico alto o medio alto y una productividad media elevada y para las que se prevé un crecimiento intenso a medio y largo plazo. Las exportaciones españolas presentan un gran dinamismo en estas actividades, habiendo crecido rápidamente en los últimos años y concentrando una tercera parte del total de las exportaciones de servicios realizadas.

*Gráfico 3. Evolución de las exportaciones mundiales de servicios por tipo de servicio, 2005-2018 (Miles de millones de dólares y variación en porcentaje).*



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el ITC a partir de balanza de pagos.

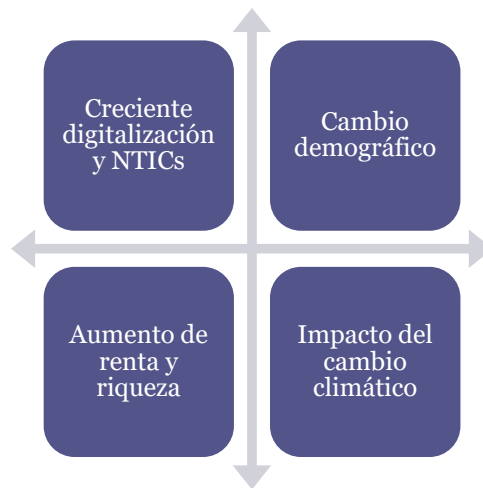
*Gráfico 4. Exportaciones mundiales de servicios no turísticos por tipo de servicio, 2018 (porcentaje).*



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el ITC.

## 3. Conclusiones

De cara al futuro se identifican cuatro retos que afectarán al comercio de servicios y que es necesario anticipar ya que crearán nuevos tipos y demandas de servicios que podrán afectar a los ya existentes<sup>6</sup>. Estos cuatro retos se concretan en los siguientes: la creciente digitalización y las nuevas tecnologías que contribuirán a reducir los costes y las barreras existentes para el comercio en algunos sectores; el cambio demográfico, que afectará a la demanda futura de servicios con nuevas tendencias de especialización en servicios de salud, educación, digitales, muchos de ellos mediante provisión a través de las redes; el aumento de renta y riqueza que se asocia a mayores demandas de servicios intensivos en conocimiento, servicios financieros y de seguros; y el impacto del cambio climático, que impactará directamente en algunos servicios como turismo y transportes en favor de servicios y provisión más sostenibles.



## 4. Recomendaciones

A la vista de todo lo anterior se pueden ofrecer algunas recomendaciones de política económica:

### a) De carácter general

- La importancia de los servicios en el volumen de comercio mundial, hoy pero también en el futuro próximo, implica desarrollar instrumentos para mejorar su conocimiento y comprensión situando el comercio de servicios como una parte central del debate más amplio sobre la evolución y tendencias del comercio mundial.

<sup>6</sup> WTO, World Trade Report 2019, The future of services trade.

- Dada la infrarrepresentación que tienen los servicios en el comercio internacional y que responde en gran parte a las limitaciones que existen en las fuentes de información disponibles, es necesario continuar desarrollando fuentes estadísticas sólidas que permitan analizar de forma integrada, sistemática y actualizada la realidad del comercio de servicios bajo todos los modos de suministro, con un adecuado nivel de desglose sectorial y geográfico.
- En el ámbito de los acuerdos comerciales, hay que continuar trabajando en el desarrollo de acuerdos multilaterales, entre bloques económicos o países, que incluyan el comercio de servicios como un elemento esencial de los mismos, lo que permitirá un desarrollo aún mayor a medida que se avance en su liberalización y se aborden en ellos los retos a los que se enfrentan hoy día estos intercambios.

## b) Para España

- Por lo que se refiere a España, y ante el dinamismo del comercio de servicios que se ha producido en la última década con una concentración en pocos países y la previsión de continuar esa tendencia en el futuro, es necesario reforzar e incrementar la posición competitiva de la economía española para alcanzar una mayor presencia en el comercio mundial e incrementar la cuota de mercado que se viene manteniendo estable en los últimos años. A este respecto, sería conveniente articular medidas concretas para impulsar el comercio de servicios en el marco de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027.
- La mejora de la capacidad competitiva tradicionalmente se ha basado en elementos como las estrategias de negocio que persiguen mejorar los resultados empresariales o los distintos entornos competitivos sectoriales, relacionados con el desarrollo de los mercados y de la competencia. Sin embargo, es necesario impulsar otros determinantes más estructurales de la competitividad<sup>7</sup> que cobran relevancia en un contexto de creciente globalización y transformación tecnológica como la especialización y diferenciación del servicio, la innovación en servicios y procesos, el desarrollo tecnológico o la calidad del capital humano en cuanto a formación y competencias adecuadas para afrontar el reto de competir en el mercado global pero también de gestión empresarial orientada al exterior. Factores, todos ellos, determinantes para afrontar con éxito el proceso de internacionalización y de acceso a nuevos mercados. En este ámbito es importante tener en cuenta los retos que se plantean para el futuro del comercio de servicios y ser capaces de elaborar estrategias de internacionalización capaces de prever y anticipar los cambios que se puedan producir.

<sup>7</sup> CES, Informe 01/2019, sobre Exportación de servicios no turísticos en España, marzo de 2019.





- Asimismo, hay que impulsar medidas para propiciar una mayor inserción española en las CGV, promoviendo la incorporación de las exportaciones españolas de servicios como *inputs* intermedios en las exportaciones de otros países. Ello permitirá aprovechar las ventajas de la especialización pero también de la estandarización y favorecerá una mejora de la productividad y de la competitividad.