

La cuota española de servicios comerciales: características y evolución

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS
DEL SECTOR EXTERIOR

Los análisis sobre el comercio internacional de servicios han estado tradicionalmente relegados a un segundo plano frente a los estudios sobre el comercio internacional de bienes. Sin embargo, la importancia del comercio internacional de intangibles es incuestionable ya que, entre otras muchas razones, constituye una de las fuentes primordiales de la globalización económica. Según los últimos datos ofrecidos por la Organización Mundial de Comercio (OMC), el comercio internacional de servicios llegó prácticamente a los 1.500 billones de dólares en 2001, frente a los casi 6.000 billones de dólares del comercio internacional de mercancías. Aunque la importancia de los servicios comerciales es básica para definir aspectos claves como la competitividad de una economía o conseguir el equilibrio de sus cuentas exteriores (pensemos, sin ir más lejos, en el papel del turismo como rúbrica compensadora de la balanza comercial española), sorprende el escaso eco que ha tenido hasta fechas recientes su estudio en los principales organismos internacionales. Probablemente esta ausencia provenga de las debilidades estadísticas sobre el tema que nos ocupa así como de la protección tradicional que han tenido los servicios y que sólo en las últimas décadas comienza a desvanecerse con los compromisos desreguladores y liberalizadores asumidos por los países desarrollados.

Comienza así una nueva etapa, teórica y práctica, en el estudio de los intangibles, en la que se analiza su casuística y las implicaciones nacionales e internacionales de su desregulación.

El objetivo de este artículo es desgranar algunos de los aspectos más destacados del sector de

servicios comerciales desde la perspectiva del comercio internacional, incidiendo en la posición española. Para ello, en primer lugar comentaremos cuáles son las fundamentales fuentes estadísticas para el estudio de los intangibles. Posteriormente nos detendremos en el análisis de los elementos que han dinamizado este sector en las últimas décadas. En la tercera parte del artículo nos ocuparemos de la posición de los servicios comerciales españoles en el panorama internacional y finalizaremos sintetizando las principales ideas que hayamos obtenido.

Fuentes estadísticas para el estudio de los intangibles

Una de las razones principales que ha limitado hasta el momento el estudio del sector servicios en el comercio internacional ha sido la ausencia de series relativamente largas y homogéneas entre países que permitieran realizar comparaciones internacionales con una cierta perspectiva histórica. Actualmente, las fuentes estadísticas principales para el estudio de los invisibles, a nivel internacional, son la OCDE, Eurostat, la OMC y la balanza de pagos elaborada por cada país.

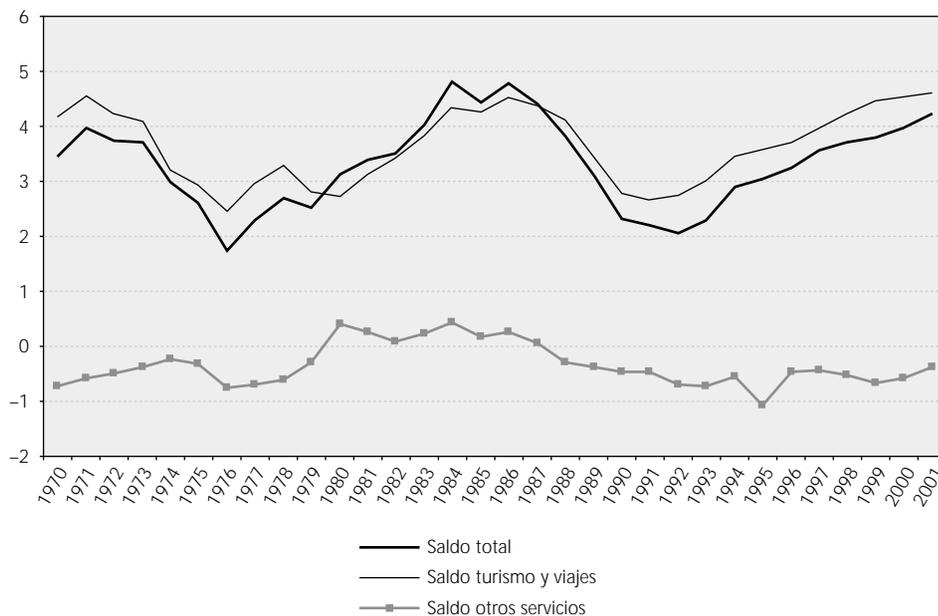
Nosotros seguiremos a lo largo del artículo las estadísticas elaboradas por la OMC, que a partir de su creación en 1995, proporciona anualmente el *ranking* de los países en el comercio internacional de bienes y servicios comerciales, desagregando éstos últimos en tres categorías: «servicios de transporte», «viaje» y «otros servicios comerciales».

El esfuerzo desplegado para proporcionar estadísticas sobre el comercio internacional de intan-



EN PORTADA

GRAFICO 1
DESAGREGACION DEL SALDO DE LA BALANZA DE SERVICIOS ESPAÑOLA



Fuente: Subdirección General de Estudios del Sector Exterior a partir de los datos del Banco de España.



EN PORTADA

gibles es, por lo tanto, relativamente reciente y de ahí que no haya una clara tradición por su estudio hasta fechas actuales. Sin embargo, la necesidad de conocer las características de este sector y sus implicaciones económicas, tanto desde una perspectiva nacional como internacional, ha alentado los esfuerzos de los principales organismos nacionales e internacionales, embarcados actualmente en la elaboración de nuevas estadísticas. Si nos centramos en el caso español, un claro exponente de este esfuerzo ha sido la creación de la cuenta satélite del turismo por el Instituto Nacional de Estadística.

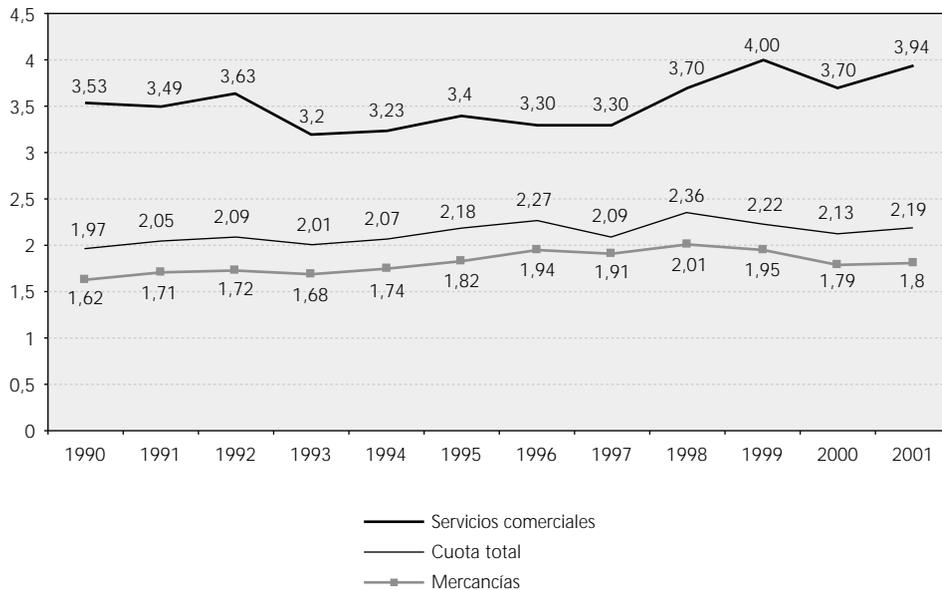
Factores que impulsan el desarrollo del comercio internacional de intangibles

A principios de los ochenta, en Europa comenzó una ola de desregulación y liberalización en el sector servicios que tuvo su referente más inmediato en Reino Unido. Fue entonces cuando se abandonó la visión clásica según la cual el sector servicios era un sector apartado de la competencia que tenía sus propias reglas de funcionamiento, tanto sectoriales como regionales. Sin embargo, a medida que se comprendió

que la exclusividad del comercio internacional de intangibles no podía vincularse a servicios como el turismo, sino a otros muchos sectores conexos o no a él, el interés por los servicios comerciales aumentó progresivamente.

No obstante, el punto de inflexión lo marcó la Ronda Uruguay, donde por vez primera se asumieron compromisos por las entonces «Partes Contratantes» para liberalizar, en un período amplio, los mercados internacionales de servicios. Además, la Ronda Uruguay instauró un marco común de reglas que deberían regir, a partir de entonces, el comercio internacional de servicios. Conviene recordar, no obstante, que este cambio de rumbo vino motivado por la preocupación de los países desarrollados ante la pérdida progresiva de competitividad en sus sectores tradicionales. En efecto, una vez que las economías avanzadas asumieron el protagonismo de los países en desarrollo en sectores como el textil, el naval o el siderúrgico, comprendieron que sus ventajas comparativas en años venideros estaban en sectores intensivos en tecnología media y/o alta, donde ocupaban una posición privilegiada. Este esfuerzo no se ha desvanecido en absoluto y así, en la Conferencia Ministerial de Doha cele-

GRAFICO 2
CUOTAS DE MERCADO ESPAÑOLAS EN SERVICIOS COMERCIALES Y MERCANCIAS



Fuente: OMC y Subd. Gral. de Estudios sobre el Sector Exterior.

brada el año pasado, el comercio internacional de servicios ocupó un lugar estelar entre los compromisos asumidos por los Miembros.

Pero también existen otros factores que han impulsado el comercio internacional de servicios en los últimos años. Si nos centramos en los factores procedentes por el lado de la demanda, se percibe cómo las agendas liberalizadoras, emprendidas con mayor o menor intensidad por los países desarrollados, han reducido sustancialmente los precios de los servicios comerciales (utilizados como servicio final o como *input*) al tiempo que aumenta el abanico de elección para consumidores y/o productores, que no tienen por qué auto-restringirse a la oferta nacional.

Desde la perspectiva de la oferta, las mejoras en las infraestructuras o en el sector de las telecomunicaciones por poner sólo dos de los ejemplos más representativos, han supuesto una reducción sustancial en los costes y una mejora en la calidad de los servicios prestados. Pero también, esta mayor competencia internacional exige vigilar variables un tanto descuidadas hasta fechas recientes como la atención personalizada al cliente, la diferenciación vertical u horizontal del servicio o la reputación de la empresa.

La posición de España en el comercio internacional de invisibles

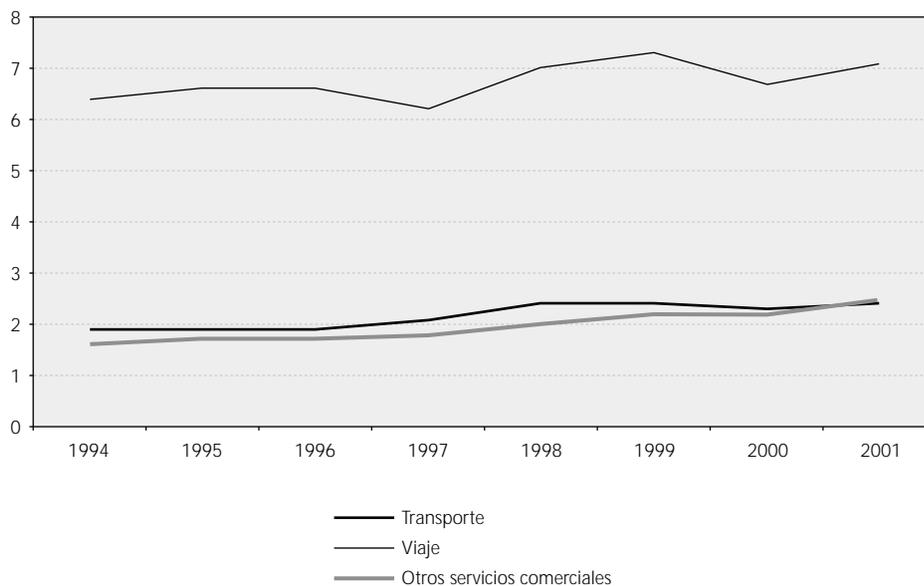
Como se observa en el Gráfico 1, la evolución del saldo de la balanza de servicios está muy condicionada por el saldo de la rúbrica «turismo y viajes», excendentario en todos los años analizados, y que tiene una clara función compensadora en la Balanza de Pagos española, sobre todo para amortiguar el déficit de la balanza comercial. Este comportamiento diferencial entre nuestro comercio internacional de bienes y servicios tiene su correlato en las cuotas de mercado españolas en bienes y servicios comerciales. En efecto, tal y como ilustra el Gráfico 2, nuestra cuota de mercado en servicios comerciales es netamente superior a la registrada por el comercio de mercancías. Sirva de refrendo que en el año 2001, mientras que la cuota de mercado española en mercancías fue del 1,8 por 100, la de servicios alcanzó un 3,9 por 100.

Esta «dualización» entre el comercio internacional de bienes y servicios españoles se refleja a su vez en las distintas posiciones que ocupa España en el *ranking* mundial de exportadores de bienes y servicios comerciales. En concreto, en el año 2001, mientras que nuestro país fue el sexto



EN PORTADA

GRAFICO 3
CUOTAS ESPAÑOLAS EN SERVICIOS DE TRANSPORTE, VIAJE Y OTROS SERVICIOS COMERCIALES



Fuente: OMC (varios años).



EN PORTADA

exportador mundial de servicios comerciales fue decimosexto en el de mercancías. Nuestra cuota de mercado en el comercio mundial de servicios comerciales en 2001 sólo fue inferior a la de Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania y Japón, con cuotas de mercado comprendidas entre el 18,1 por 100 de Estados Unidos y el 4,4 por 100 de Japón.

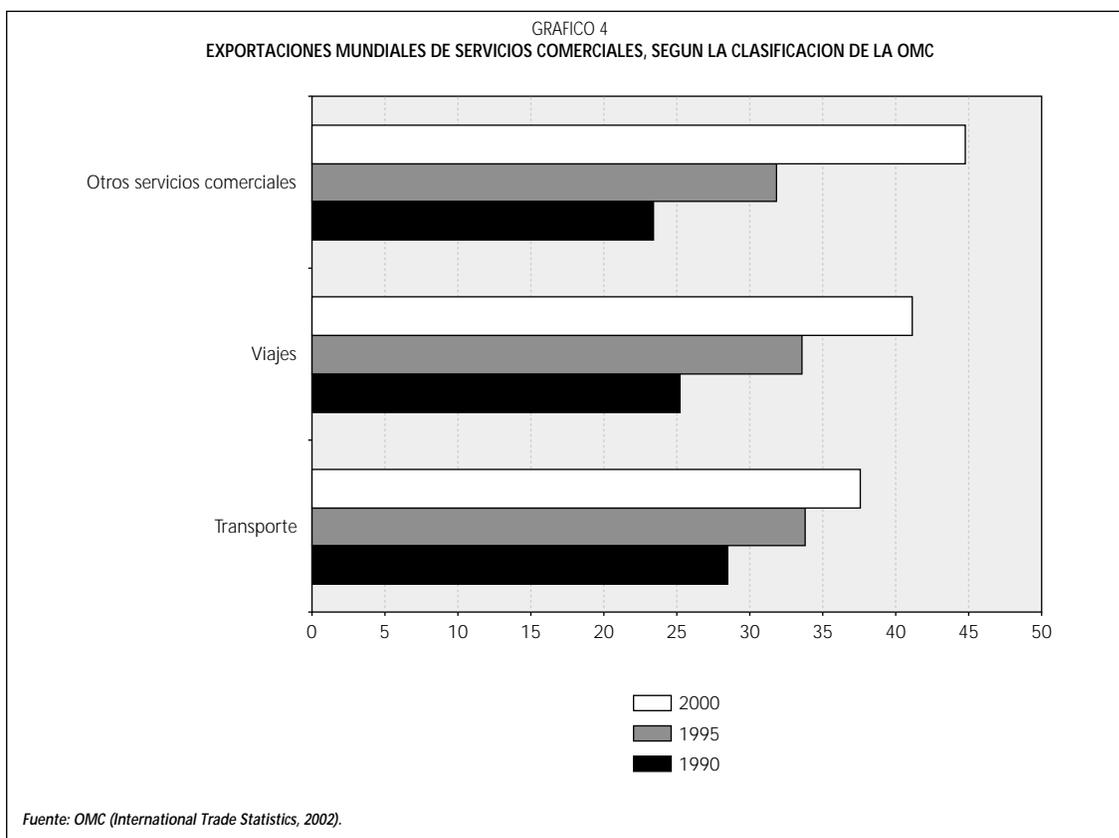
Si descendemos un nivel y observamos la evolución de las cuotas españolas según la desagregación ofrecida por la OMC, se ratifica el sesgo español hacia las actividades relacionadas con el turismo, puesto que los servicios de «viaje» registran las cuotas más elevadas, seguidas por los «servicios de transporte» (Gráfico 3). El potencial español en el sector turístico justifica que ocupemos la segunda posición en el *ranking* mundial de exportadores de servicios de viaje, sólo por detrás de Estados Unidos.

Por último, la rúbrica de «otros servicios comerciales» registra las cuotas más bajas y es precisamente aquí donde deberían concentrarse los mayores esfuerzos si no se quiere perder capacidad competitiva en los años futuros. Recordemos que esta rúbrica recoge servicios muy heterogéneos, como las comunicaciones, los servicios financieros, la construcción, los seguros, los

royalties y rentas de la propiedad intelectual, y los servicios ofrecidos a las empresas. Ahora bien, esta heterogeneidad no es óbice para que haya sido la partida más dinámica de todos los servicios comerciales durante los noventa y principios del nuevo milenio (Gráfico 4).

Sin embargo, en España, esta partida es la más débil no sólo porque así lo testimonian las cuotas previamente comentadas en las tres categorías de servicios comerciales, sino porque también lo ratifican los datos de Balanza de Pagos, donde el saldo de la sub-balanza «otros servicios» es desde 1987 sistemáticamente deficitario. Este hecho constituye una llamada de atención, máxime si tenemos en cuenta que la competitividad de una economía se mide cada vez más por variables ligadas a intangibles como los servicios a empresas, los servicios financieros o las telecomunicaciones, elementos todos ellos relacionados con la inversión directa extranjera, pieza clave en la internacionalización de las economías.

En definitiva, los próximos años son cruciales para que España no pierda el tren de la «nueva competitividad» cuyos puntos cardinales serían básicamente los siguientes: los servicios a empresas, los servicios financieros, y la distribución (comercio y servicio post-venta). Como podemos



comprobar, se trata de actividades íntimamente ligadas con la inversión directa extranjera, o si se quiere, con la presencia comercial en el exterior, eje principal de la internacionalización de las economías.

Conclusiones

La economía española ha mantenido tradicionalmente una posición privilegiada en las exportaciones de servicios comerciales mundiales gracias al potencial de nuestro sector turístico. Sin embargo, en las últimas décadas, se aprecia un cambio en el patrón mundial de servicios comerciales, cada vez más sesgado hacia variables como los servicios suministrados a empresas, las

telecomunicaciones o los servicios financieros. La mayor o menor capacidad para generar este tipo de servicios condiciona, por lo tanto, la competitividad nacional e internacional de una economía. Teniendo en cuenta que los servicios comerciales españoles están fuertemente sesgados hacia las actividades turísticas sería deseable que nuestro país se esforzara en mejorar la oferta de intangibles con mayor potencial de crecimiento en las próximas décadas, asegurando así la capacidad competitiva en una economía cada vez más internacionalizada. Adicionalmente, la diversificación productiva del sector terciario español permitiría ampliar la capacidad compensadora de la balanza de servicios, que no se reduciría a la partida de «turismo y viajes».



EN PORTADA



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA en INTERNET



www.revistasICE.com