



El comercio internacional de servicios en España

■ LUIS RUBALCABA BERMEJO
Universidad de Alcalá.

Uno de los aspectos más interesantes de los servicios es el que se refiere a su comercio internacional. En un momento en el que las economías están cada vez más globalizadas, los servicios están desempeñando un papel paulatinamente más activo. Hoy, las actividades "intangibles" ya son meras acompañantes o espectadoras de los procesos de integración económica. Prácticamente, no hay procesos de globalización que no requieran una fuerte aportación de ellas. Los datos del comercio internacional de servicios son uno de los signos más claros de la relevancia que tienen en el nuevo escenario global.

El presente artículo aborda los principales rasgos y tendencias del comercio internacional de servicios en España, a partir de un contexto más amplio desde el que se entienden las relaciones entre servicios y globalización. Las secciones centrales muestran los datos básicos del comercio de servicios en España, cuál es la posición española en el contexto internacional, hasta qué punto sigue siendo un sector que compense el fuerte déficit comercial de la balanza comercial española y, por último, en qué medida se están incorporando nuevos

servicios en el comercio internacional. Con ello se quiere poner a prueba o verificar la formulación de algunos tópicos referidos al tema, como el predominio absoluto del turismo en el comercio de servicios español, la escasa participación de nuevos servicios o la insuficiente fortaleza del comercio nacional de servicios, dado el contexto internacional crecientemente competitivo.

SERVICIOS Y GLOBALIZACIÓN

Los servicios interactúan con la globalización de múltiples formas. En otro trabajo (Rubalcaba y Cuadrado, 2001) se muestra cómo los servicios influyen en los procesos globales, y viceversa, a partir de numerosos elementos que interactúan, creando un escenario nuevo que no existía hace unos años. Por ejemplo, los servicios de transporte y comunicaciones son los principales responsables de haber reducido hasta lo inimaginable el coste de la distancia. Los servicios comerciales y de distribución han facilitado enormemente el intercambio de bienes. Muchas de las compañías transnacionales no podrían serlo sin el concurso de los servicios a empresas necesarios para la interna-

cionalización. El crecimiento de la nueva economía ha venido de la mano de algunos servicios avanzados.

Los propios servicios constituyen ya un elemento característico de los intercambios entre las diversas partes del globo: una parte sustancial de las transacciones internacionales se debe exclusivamente a los servicios, la inversión extranjera tiende a concentrarse con mucha facilidad en servicios (Mallampally y Zimny, 2000), las franquicias y marcas internacionales prosperan en el complejo y heterogéneo mundo de los servicios (Carases y Aranda, 2000), algunas de las grandes fusiones y adquisiciones se producen dentro del sector terciario (WIR, 2000). Los lectores del mundo de la distribución comercial conocen bien los efectos de la globalización en el sector, y cómo ésta ha traído mayores exigencias de competitividad y de adaptación a entornos más inciertos. Pese a las limitaciones existentes en la internacionalización de los servicios –por definición, estos son menos comercializables e internacionalizables que los bienes–, los retos que se están produciendo obligan a pensar nuevas estrategias empresariales, nuevos esfuerzos

CUADRO N° 1

PORCENTAJE DE SERVICIOS EN EL VALOR AÑADIDO, EL EMPLEO Y EL COMERCIO

PAÍS	VALOR AÑADIDO 1998	EMPLEO 1998	EXPORTACIONES 1999	IMPORTACIONES 1999	EXPORTACIONES CREC. 1988/99	IMPORTACIONES CREC. 1988/99
UNIÓN EUROPEA (15)	67,5	64,9	21,4	21,8	9,3	9,9
ALEMANIA	66,6	62,6	12,8	22,1	10,0	11,7
AUSTRALIA	70,4	73,3	23,5	21,4	10,2	3,9
AUSTRIA	64,5	61,7	32,4	29,6	6,9	14,7
BÉLGICA	69,8	71,5	20,4	20,1	9,1	7,6
CANADÁ	64,0	73,9	12,3	14,9	10,4	6,2
COREA	50,2	60,0	14,6	18,3	19,4	21,4
DINAMARCA	71,3	69,4	24,2	26,1	6,8	7,9
ESPAÑA	64,9	61,5	32,3	17,6	11,7	16,3
ESTADOS UNIDOS	72,2	73,7	27,0	14,9	12,4	11,2
FINLANDIA	63,0	65,7	13,6	20,0	6,6	2,5
FRANCIA	70,8	70,4	21,7	18,5	4,1	4,0
GRECIA	68,5	59,2	65,5	19,5	12,0	12,7
HOLANDA	69,3	75,0	24,4	23,8	12,5	9,1
IRLANDA	51,0	62,3	17,3	37,8	48,1	50,5
ITALIA	66,5	61,4	21,0	21,7	9,8	8,3
JAPÓN	61,1	62,5	13,0	28,9	5,0	4,8
MÉXICO	65,6	55,9	8,0	8,9	8,5	8,0
NORUEGA	63,9	71,9	25,2	31,4	4,6	6,8
NUEVA ZELANDA	64,5	67,0	25,2	25,7	8,1	4,6
PORTUGAL	60,2	50,4	24,4	14,1	12,3	14,9
REINO UNIDO	69,9	71,8	27,5	20,8	12,4	11,5
SUECIA	67,9	71,7	17,8	25,0	6,5	6,1
SUIZA	63,0	69,1	21,6	14,8	7,3	7,7
TURQUÍA	52,6	34,9	35,3	17,4	15,5	27,9
MEDIA	64,8	64,9	23,3	21,4	11,2	11,6
DESVIACIÓN	6,02	8,87	11,11	6,28	8,46	9,94
COEF. VARIACIÓN	0,09	0,14	0,48	0,29	0,76	0,86

FUENTE: Basado en OMC (2000) y OCDE (2000b).

en modernización de los negocios y en la cualificación de los recursos humanos, nuevas regulaciones y políticas de apoyo al sector.

Ciertamente, el comercio internacional, definido en sentido clásico, es

sólo un botón de muestra de todas las formas a través de las cuáles los servicios se internacionalizan. Existe el comercio internacional que se produce a través de la inversión directa extranjera, del comercio intra-industrial, de las fu-

siones y adquisiciones, de la presencia de recursos y personas procedentes de otros países, de la propagación de marcas, franquicias, o de la difusión del saber hacer que tiende a estandarizar ciertas fases en la producción de los servi-



cios. Estas son algunas de las formas alternativas o complementarias que tienen los servicios para expandirse y que, por motivos obvios, no serán analizadas en este artículo. En todo caso, el comercio internacional en sentido clásico representa una forma indispensable y única en la formación de servicios internacionales. Cualquier país que quiera estar en lo más alto de los niveles competitivos debe aspirar a tener un comercio de servicios bien desarrollado y que ofrezca posibilidades de expansión al conjunto de actividades económicas.

ECONOMÍA DE SERVICIOS, COMERCIO DE SERVICIOS

El comercio de servicios debería estar más desarrollado en los países más terciarizados, por razones obvias. Los países que generan más valor añadido y empleo en servicios deberán ser los que tengan mejor posición para exportar, e importar servicios. El cuadro nº 1 expone los resultados de comparar la importancia de los servicios en las economías más avanzadas con los niveles relativos y la evolución del comercio internacional de servicios.

Las dos primeras columnas indican los países más terciarizados. Australia, Estados Unidos, Reino Unido y Dinamarca representan el extremo alto de la terciarización, con tasas que sobrepasan el 70%, tanto en empleo como en valor añadido. Por el contrario, países poco desarrollados relativamente, como Turquía y Corea, apenas tienen en servicios poco más del 50% del valor añadido. Nótese que algunos países muy desarrollados, como Alemania y Japón, tienen tasas de servicios relativamente modestas.

De la presencia de servicios en el comercio internacional de servicios sobresale, antes que nada, el hecho de que los servicios tengan un peso muy inferior al que cabría esperar por su presencia en la economía. En promedio, un 21-23% frente al casi 65% de participación en empleo y valor añadido. Este desfase se explica de muy diversas maneras. Por problemas de barreras naturales y



artificiales al comercio de servicios, y por las deficiencias en las estadísticas del sector, que sólo cubren una parte del conjunto de transacciones. Entre las barreras más citadas al comercio de servicios se encuentran las siguientes (OECD, 2000a): la necesidad de interactuar el cliente y el oferente cuando co-producen un servicio, el tamaño reducido de muchas empresas de servicios, la alta diferenciación de muchos servicios, las diferencias culturales, o las restricciones legales o económicas a la movilidad y al comercio libre de servicios.

En todo caso, la influencia de estos factores puede ser muy diferente según el país, de modo que algunos tienen su comercio más terciarizado que otros. En exportaciones de servicios, la terciarización máxima se produce en países muy turísticos como Grecia, Turquía o España, y en potencias terciarias como Estados Unidos y Reino Unido. Ratios muy pequeños se producen en países muy dispares, por razones probablemente diferentes: Alemania, Canadá, Corea, Finlandia, Japón y Méjico. Las importaciones están muy terciarizadas en algunos pequeños países de pujante nivel económico (Noruega, Austria, Irlanda), siendo particularmente bajas en países tan diferentes como Méjico, Portugal, Suiza y Estados Unidos.

Comparando los indicadores expuestos, resulta claro que los países muy terciarizados, con Estados Unidos y Reino Unido al frente, tienen un porcentaje de exportación de servicios muy alto, en torno al 25%. Por su parte, los países desarrollados relativamente poco terciarizados, Japón y Alemania, han estado

tradicionalmente muy orientados al comercio exterior de manufacturas y, por tanto, ofrecen unos ratios de exportaciones de servicios muy bajos, en torno al 13%. Sin embargo, en el resto de países se observa tal heterogeneidad que no se puede concluir ninguna relación simple entre terciarización de la economía y terciarización de los servicios. De hecho, calculando coeficientes de correlación no sale ninguno significativo. De aquí que la terciarización del comercio responda a factores de índole muy diversa, relacionados directamente con el peso del comercio de bienes en cada país, y no con un proceso de terciarización en general.

Las dos últimas columnas indican el crecimiento del comercio de servicios en exportaciones e importaciones entre 1988 y 1999. Los mayores crecimientos han sido para pequeños países en pujanza económica (Irlanda, Corea, Turquía y Portugal) con tasas entre el 12% y el 50% de crecimiento anual. El caso de Irlanda es significativo, pues siendo un país poco terciarizado, apenas un 51% del valor añadido en servicios, su fuerte crecimiento económico ha necesitado y espoleado asombrosamente el comercio de servicios, no sólo sus importaciones de servicios. Pero también países maduros en la economía de servicios han tenido crecimientos de su comercio terciario muy altos, como Estados Unidos y Reino Unido, con un 12,4% de crecimiento medio anual en exportaciones y un 11% en importaciones.

Las tasas más modestas, inferiores al 5% en importaciones, se han producido en Austria, Finlandia, Francia, Japón y Nueva Zelanda, países muy diversos entre sí, y con niveles de terciarización de valor añadido, empleo y comercio muy distantes. Nuevamente, no se puede realizar asociaciones simples, esta vez entre niveles de terciarización y crecimiento del comercio internacional de servicios. Lo que sí parece evidente es que la variabilidad en la terciarización de comercio internacional y, especialmente en la evolución del mismo, es mucho



CUADRO N° 2

EL COMERCIO DE SERVICIOS EN ESPAÑA FRENTE A LOS GRANDES PAÍSES

	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES			SALDO		APERTURA
	1989	1999	TASA 89-99	1989	1999	TASA 89-99	1989	1999	(X+M)/PIB
UNIÓN EUROPEA	296.902	574.475	0,09	282.407	561.370	0,10	14.495	13.105	1,34
ESTADOS UNIDOS	113.340	253.358	0,12	84.954	180.415	0,11	28.386	72.943	0,47
REINO UNIDO	45.400	101.517	0,12	37.796	81.376	0,12	7.604	20.141	1,29
FRANCIA	58.606	82.577	0,04	45.018	63.118	0,04	13.588	19.459	1,02
ALEMANIA	39.708	79.305	0,10	61.140	132.816	0,12	-21.432	-53.511	1,01
ITALIA	30.924	61.177	0,10	31.901	58.376	0,08	-977	2.801	1,03
JAPÓN	40.260	60.313	0,05	76.960	114.173	0,05	-36.700	-53.860	0,40
ESPAÑA	24.370	53.001	0,12	11.418	29.998	0,16	12.952	23.003	1,40
(% ESPAÑA/UE)	8,2%	9,2%	-	4,0%	5,3%	-	-	-	-

FUENTE: Basado en OMC (2000) y OCDE (2000b).

mayor que la variabilidad (desviación típica y coeficiente de variación) de la terciarización económica, que es hoy bastante baja, especialmente en valor añadido, entre los países más desarrollados. Por cierto, obsérvese que las diferencias entre países son mayores en los niveles de exportación que de importación, mientras que en las tasas de variación ha sucedido lo contrario.

España tiene una situación singular. Con un grado de terciarización medio –un 65% de valor añadido y un 61,5% de empleo en servicios–, sus niveles y crecimientos de comercio de servicios son relativamente altos. Especialmente en exportaciones, que suponen el 32,3% del total de intercambios de bienes y servicios (sólo superada por Grecia y Turquía); y bastante menos en importaciones, con el 17,6% (algo por debajo de la media). Por su parte, los crecimientos han sido muy notables: casi un 12% de media anual en exportaciones y más de un 21% en importaciones. La tendencia es, por tanto, a acercar la terciarización de la importación de servicios española a la media de los países más avanzados, haciendo posible el uso de los servicios que en España son relativamente escasos.

POSICIÓN INTERNACIONAL DE ESPAÑA EN COMERCIO DE SERVICIOS

El cuadro n° 2 muestra los principales datos de comercio internacional de servicios en los países más avanzados y España. La Unión Europea aglutina alrededor de un 42% del comercio mundial de servicios, mientras que Estados Unidos tiene una cuota mundial del 16%. Sin embargo, la distribución del comercio es diferente. Europa tiene un superávit claramente menor que el de Estados Unidos. En Europa, Reino Unido, Francia y España ostentan grandes superávits en comercio de servicios, pero Alemania acarrea un fuerte déficit, al igual que Japón. Entre 1989 y 1999, los países con superávit han acumulado un superávit aún mayor, mientras que los que tenían déficit, han aumentando también su déficit, excepto en Italia, que registra un cambio de signo. Las tasas de variación parecen acrecentar, normalmente, las diferencias entre países con superávit y países con déficit en servicios.

España tiene una cuota en el comercio internacional de cerca del 4% en exportaciones y algo más del 2,2% en importaciones. Dentro de la Unión Euro-

pea, las exportaciones españolas de servicios suponen el 9,2%, mientras que las importaciones sólo el 5,3%. Esto significa que la exportación de servicios es muy positiva y coherente con el peso de España en el escenario internacional. Respecto a la Unión Europea, el comercio de servicios supera los porcentajes españoles en el empleo y PIB europeos (sobre el 8,5%).

Por el contrario, en importaciones estamos aún lejos de alcanzar los niveles que podrían esperarse. Obsérvese que las tasas han sido muy positivas tanto en exportaciones como en importaciones y, aunque las exportaciones han crecido menos que las importaciones en tasa de variación media anual, el saldo de 1999 es muy superior al correspondiente a 1989.

La importancia del comercio de servicios en España viene también reflejada por el hecho de que España tiene el coeficiente de apertura en servicios más alto de los países que recoge el cuadro n° 2, por encima al del conjunto de la Unión Europea. Lógicamente, los países con un gran mercado interior como Estados Unidos o Japón, tienen coeficientes muy bajos.

CUADRO N° 3

LÍDERES DEL COMERCIO MUNDIAL DE BIENES Y SERVICIOS

ORDEN	EXPORTADORES	PARTE 1989-1999	% VARIACIÓN ANUAL	ORDEN	IMPORTADORES	PARTE 1989-1999	VARIACIÓN % ANUAL
BIENES				BIENES			
1	ESTADOS UNIDOS	12,4	2	1	ESTADOS UNIDOS	18,0	12
2	ALEMANIA	9,6	0	2	ALEMANIA	8,0	0
3	JAPÓN	7,5	8	3	REINO UNIDO	5,4	2
4	FRANCIA	5,3	-2	4	JAPÓN	5,3	11
5	REINO UNIDO	4,8	-1	5	FRANCIA	4,9	0
6	ITALIA	4,2	11	6	CANADÁ	3,7	7
7	CANADÁ	4,1	-6	7	ITALIA	3,7	-1
8	PAÍSES BAJOS	3,6	0	8	PAÍSES BAJOS	3,2	0
9	CHINA	3,5	6	9	HONG KONG, CHINA	3,1	-3
10	BÉLGICA	3,1	-	10	CHINA	2,8	18
16	ESPAÑA	2,0	1	13	ESPAÑA	2,5	9
SERVICIOS				SERVICIOS			
1	ESTADOS UNIDOS	18,8	6	1	ESTADOS UNIDOS	13,4	9
2	REINO UNIDO	7,5	3	2	ALEMANIA	9,9	3
3	FRANCIA	6,1	-2	3	JAPÓN	8,5	3
4	ALEMANIA	5,9	0	4	REINO UNIDO	6,0	4
5	ITALIA	4,5	-8	5	FRANCIA	4,7	-4
6	JAPÓN	4,5	-2	6	ITALIA	4,3	-7
7	PAÍSES BAJOS	4,0	3	7	PAÍSES BAJOS	3,5	1
8	ESPAÑA	3,9	8	8	CANADÁ	2,9	3
9	BÉLGICA-LUXEMBURGO	2,9	6	9	BÉLGICA-LUXEMBURGO	2,7	7
10	HONG KONG, CHINA	2,6	4	10	CHINA	2,3	16
11	CANADÁ	2,5	6	11	ESPAÑA	2,2	11

FUENTE: OMC (2000).

El cuadro n° 3 expone los líderes del comercio internacional de bienes y servicios, por lo que podemos ver la especificidad del poderío en un tipo de productos respecto al otro. En bienes, el G7 es el que lidera tanto las importaciones como las exportaciones, encabezados por Estados Unidos y Alemania. Japón y Francia siguen en exportaciones de bienes, mientras que Reino Unido y Japón lo hacen en importaciones.

En comercio de servicios el panorama es ligeramente diferente. No cambia el líder, Estados Unidos, con las más altas cuotas mundiales en comercio de servicios. En exportación, con un 18,8% supera la cuota de 12,4% con la que lideraba el comercio de bienes. En importaciones sucede lo contrario. Lidera los servicios con un 13,4%, inferior al 18% de bienes, generador del mayor déficit comercial del mundo.

En Estados Unidos, el superávit de servicios compensa parcialmente el abultado déficit comercial, como veremos que también sucede, aunque en otra medida, en España.

Tras Estados Unidos, el G7 no permanece compacto en comercio de servicios. En exportaciones Canadá baja al puesto 11, mientras que Holanda y España ocupan el séptimo y el octavo respectivamente.

CUADRO N° 4

LOS SERVICIOS EN EL TOTAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL

	1993	2000	TASA 1993-2000 (*)	PESO 1993	PESO 2000	DIF. 1993-2000
INGRESOS						
B. CORRIENTE	86.579,9	210.107	20,4	100,0	100,0	0,0
MERCANCIAS	47.340,7	124.731	23,4	54,7	59,4	4,7
SERVICIOS	23.428,1	57.091	20,5	27,1	27,2	0,1
* TURISMO Y VIAJES	15.100	33.655	17,6	17,4	16,0	-1,4
* OTROS SERVICIOS	8.328,1	23.436	25,9	9,6	11,2	1,5
PAGOS						
B. CORRIENTE	90.789,5	229.346	21,8	100,0	100,0	0,0
MERCANCIAS	58.781	160.633	24,8	64,7	70,0	5,3
SERVICIOS	14.463,8	33.110	18,4	15,9	14,4	-1,5
* TURISMO Y VIAJES	3.621,3	5.962	9,2	4,0	2,6	-1,4
* OTROS SERVICIOS	10.842,5	27.147	21,5	11,9	11,8	-0,1
SALDOS						
B. CORRIENTE	-4.209,6	-19.239	-1,4	100	100	0
MERCANCIAS	-11.440,3	-35.902	-1,4	272	187	-85
SERVICIOS	8.964,3	23.981	2,1	-213	-125	88
* TURISMO Y VIAJES	11.478,7	27.693	8,3	-273	-144	129
* OTROS SERVICIOS	-2.514,4	-3.711	4,4	60	19	-40

(*) LA TASA DE VARIACIÓN DE LOS SALDOS ES LA DIFERENCIA ENTRE LAS TASAS DE INGRESOS MENOS LAS TASAS DE PAGOS.

FUENTE: Banco de España (2000).

En importaciones también Holanda desplaza a Canadá del séptimo puesto. En esta ocasión España hace el número 11. En exportaciones Reino Unido y Francia adelantan a Alemania y Japón, mientras que en importaciones sucede lo contrario, lo que es coherente con el signo de los saldos que se veía en el cuadro anterior.

La posición de España es claramente superior en servicios que en bienes, donde los puestos son bastante modestos (16 en importaciones y 13 en importaciones). Pero aún en el mejor de los casos, la exportación de servicios, las cuotas de los países más avanzados son claramente superiores y algún pequeño país tiene cuotas parecidas a no-

sotros: Holanda, Bélgica-Luxemburgo y Hong-Kong.

IMPORTANCIA DEL COMERCIO DE SERVICIOS EN ESPAÑA

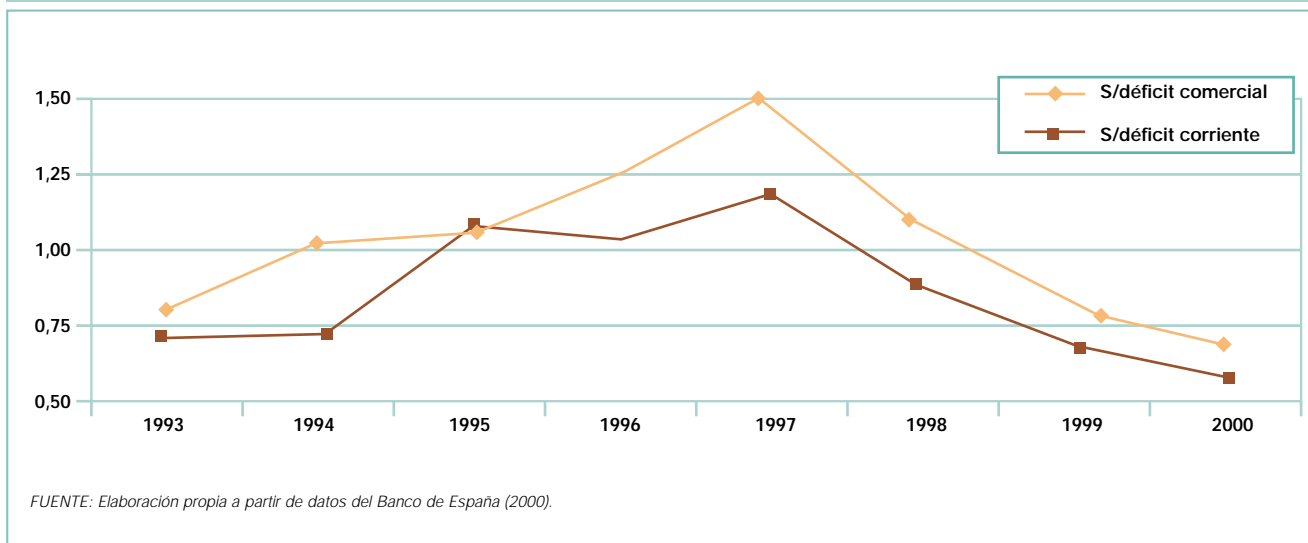
Los saldos netos derivados del comercio de servicios son muy positivos, pero no bastan para compensar el déficit comercial abultado que procede del comercio de bienes. El cuadro n° 4 muestra los resultados de la balanza por cuenta corriente española, omitiéndose las rentas y transferencias que suponen aportaciones menos relevantes al objeto del análisis (en términos absolutos representan la mitad de los ingresos por servicios, y más o menos lo mismo de los pagos por servicios).

Al considerar el peso de los servicios en el total de la balanza corriente, los porcentajes relativos son lógicamente inferiores a cuando se consideraba el total del comercio de bienes y servicios solamente. Aún así, las exportaciones de servicios representan el 27,2% de los ingresos totales, frente al 14,4% de los pagos totales. De estos porcentajes, los ingresos por turismo condicionan el 16% de la balanza corriente pero sólo el 2,6% de los pagos. En los otros servicios que no son turismo los pagos superan a los ingresos, por lo que puede decirse que, a excepción del turismo, España tiene también un déficit en comercio de servicios, aunque sea de pequeña magnitud en comparación con el déficit en bienes.



GRAFICO Nº 1

LA CAPACIDAD COMPENSATORIA DEL DÉFICIT EXTERIOR



Las tendencias mostradas por el comercio durante los años 90 muestran algunos resultados interesantes, dentro de un contexto general en el que las tasas medias de crecimiento anual del comercio han sido extraordinariamente altas en todos los casos.

El comercio de bienes ha continuado su tendencia a acumular mayor déficit, mientras el comercio de servicios acumula mayor superávit. La novedad se ubica en los otros servicios, donde la situación enormemente deficitaria de 1993 se está reduciendo al haber conocido los ingresos tasas de crecimiento medio anual superiores a los crecimientos de las importaciones. De hecho, el déficit del comercio de servicios en el año 2000 resulta muy pequeño: un 19% del déficit total, cuando en 1993 era de un 60%; hemos pasado de una cuarta parte del déficit generado por los bienes, a una décima parte.

Este cambio de tendencia es un signo positivo en el comercio de servicios, pero nótese que su peso en el conjunto de ingresos y pagos se ha comportado de modo estable, en el primer caso, y decreciente, en el segundo. El comercio de bienes no sólo es mucho más decisivo por la magnitud de sus cifras absolutas,

sino que su peso en el comercio total es también creciente. Este hecho explica que la capacidad de los servicios para compensar el déficit exterior comercial de España no se encuentre hoy en sus mejores momentos.

El gráfico nº 1 muestra la capacidad compensatoria de los servicios sobre el déficit exterior, tanto corriente como comercial. Puede observarse cómo en el año 2000 ésta se encuentra en su punto más bajo desde 1993, después de haber tenido varios años, de 1994 a 1998, en los que los saldos positivos en servicios compensaban netamente los negativos de los bienes.

Incluso en 1997 se produjo un dato muy positivo, coincidiendo el saldo negativo más bajo en bienes desde 1993 con el saldo positivo en servicios más alto también desde dicho año. Hubo un superávit comercial amplio (el 50% del saldo de servicios).

Desde 1998 estas virtudes de los servicios se están reduciendo, pese a que los saldos positivos de los servicios no han dejado de crecer año tras año durante todo el periodo. Sin embargo, su comportamiento tan positivo ya no basta para frenar un déficit comercial acelerado por las ingentes importaciones de

bienes, alentadas en un contexto de bonanza económica. Además, la capacidad de absorber el déficit corriente es menor que en el caso comercial, puesto que las rentas de inversión arrojan saldos negativos muy fuertes y crecientes en la balanza de pagos española, de modo que sobre los servicios ya no sólo pesa la responsabilidad de compensar el déficit de bienes, sino los déficits crecientes por pagos de rentas de inversión (representan ya lo mismo que el 50% del déficit del comercio de bienes).

COMPOSICIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS: RESULTADOS POR ACTIVIDAD

Una vez analizada la estructura y evolución del comercio de servicios en cuanto a tal, y el papel del turismo en particular, resulta necesario estudiar las componentes concretas del comercio de servicios y su evolución. El cuadro nº 5 muestra los principales resultados. Comenzado con la estructura de la balanza de servicios, ésta está dominada en un 61% por el turismo en ingresos, siguiendo con un 14,1% los transportes y con un 13,2% los servicios a empresas. En ingresos, el turismo está perdiendo peso relativo a favor de los servicios a empresas e infor-

Comercio internacional de servicios

CUADRO Nº 5

COMPOSICIÓN Y VARIACIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS

	DATO 1993	DATO 1999	TASA 1993-99	PESO RELATIVO 1993	PESO RELATIVO 1999	DIFERENCIA PESOS 1993-99
INGRESOS						
SERVICIOS	23.428,1	50.190,1	20,5	100,0	100,0	0,0
- TURISMO Y VIAJES	15.100,0	30.481,7	17,6	64,5	60,7	-3,7
- TRANSPORTES	3.319,2	7.070,3	18,8	14,2	14,1	-0,1
- COMUNICACIONES	352,8	550,9	9,4	1,5	1,1	-0,4
- CONSTRUCCIÓN	338,5	455,3	5,8	1,4	0,9	-0,5
- SEGUROS	607,6	756,9	4,1	2,6	1,5	-1,1
- SERVICIOS FINANCIEROS	499,3	1.255,7	25,2	2,1	2,5	0,4
- SERVICIOS INFORMÁTICOS	454,9	1.915,5	53,5	1,9	3,8	1,9
- SERVICIOS A EMPRESAS	2.223,5	6.640,3	33,1	9,5	13,2	3,7
- SERVICIOS PERSONALES Y CULTURALES	143,6	412,8	31,2	0,6	0,8	0,2
- SERVICIOS GUBERNAMENTALES	273,8	328,4	3,3	1,2	0,7	-0,5
- ROYALTIES	114,9	323	30,2	0,5	0,6	0,2
PAGOS						
SERVICIOS	14.463,8	28.600,2	18,4	100,0	100,0	0,0
- TURISMO Y VIAJES	3.621,3	5.181,5	9,2	25,0	18,1	-6,9
- TRANSPORTES	3.154,6	7.293,1	21,9	21,8	25,5	3,7
- COMUNICACIONES	232,7	539,5	22,0	1,6	1,9	0,3
- CONSTRUCCIÓN	223,2	305,5	6,1	1,5	1,1	-0,5
- SEGUROS	678,2	880,4	5,0	4,7	3,1	-1,6
- SERVICIOS FINANCIEROS	575,6	1.234,9	19,1	4,0	4,3	0,3
- SERVICIOS INFORMÁTICOS	507,9	1.085,2	18,9	3,5	3,8	0,3
- SERVICIOS A EMPRESAS	3.214,5	8.788,1	28,9	22,2	30,7	8,5
- SERVICIOS PERSONALES Y CULTURALES	517,9	1.173,3	21,1	3,6	4,1	0,5
- SERVICIOS GUBERNAMENTALES	993,0	403,6	-9,9	6,9	1,4	-5,5
- ROYALTIES	744,9	1.715,2	21,7	5,2	6,0	0,8
SALDOS						
SERVICIOS	8.964,3	21.589,9	2,1	100,0	100,0	0,0
- TURISMO Y VIAJES	11.478,7	25.300,2	8,3	128,0	117,2	-10,9
- TRANSPORTES	164,6	-222,8	-3,0	1,8	-1,0	-2,9
- COMUNICACIONES	120,1	11,4	-12,6	1,3	0,1	-1,3
- CONSTRUCCIÓN	115,3	149,8	-0,4	1,3	0,7	-0,6
- SEGUROS	-70,6	-123,5	-0,9	-0,8	-0,6	0,2
- SERVICIOS FINANCIEROS	-76,3	20,8	6,2	-0,9	0,1	0,9
- SERVICIOS INFORMÁTICOS	-53,0	830,3	34,6	-0,6	3,8	4,4
- SERVICIOS A EMPRESAS	-991,0	-2.147,8	4,2	-11,1	-9,9	1,1
- SERVICIOS PERSONALES Y CULTURALES	-374,3	-760,5	10,2	-4,2	-3,5	0,7
- SERVICIOS GUBERNAMENTALES	-719,2	-75,2	13,2	-8,0	-0,3	7,7
- ROYALTIES	-630,0	-1.392,2	8,5	-7,0	-6,4	0,6

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del Banco de España (2000).



máticos. En pagos, los servicios a empresas representan la parte fundamental, con un 30,7% del total, seguidos por transportes (25,5%) y turismo (18,1%). En esta ocasión, los servicios a empresas han ganado 8,5 puntos porcentuales en sólo 6 años, a costa del turismo y de los servicios gubernamentales, básicamente. Los servicios de transporte también han ganado una cuota muy importante en los pagos (3,7 puntos). La estructura porcentual de los saldos viene siendo dominada absolutamente por el turismo, aunque en los últimos años los servicios informáticos han cambiado hacia mejor y de modo significativo el signo de su contribución, y los servicios gubernamentales han casi eliminado su déficit. Sobresalen las considerables contribuciones negativas de servicios a empresas y royalties.

Entre 1993 y 1999 los ingresos provenientes de los servicios han crecido un 20,5% como media anual, cuando los pagos lo han hecho en un 18,4%. De ahí que resulte que los servicios españoles han seguido reforzando su papel como exportadores netos. Sin embargo, no todos los servicios han contribuido a este fenómeno. Del turismo proviene, sin lugar a dudas, la mayor aportación positiva, ya que el saldo en superávit no ha parado de crecer. Los otros servicios han tenido saldos muy pequeños influyendo poco en el resultado final de los servicios. En cualquier caso, hay que destacar los saldos positivos de los servicios informáticos y financieros, que han cambiado de signo, y la reducción de los déficit en servicios personales,

culturales y gubernamentales. Por el contrario, los saldos positivos de transportes, comunicaciones y construcción se han visto reducidos o eliminados, y los siempre saldos negativos de servicios a empresas y royalties también han seguido creciendo.

Estos resultados se explican por factores muy diversos, asociados a evoluciones diferentes, bien de ingresos, bien de pagos. Por ejemplo, los ingresos por exportaciones de servicios informáticos han crecido más de un 50% anual de media, lo que es un signo del asentamiento y consolidación del sector en España. Por su parte, los servicios a empresas han tenido la segunda tasa más alta en variación de ingresos, un 33,1% de media anual, pero los pagos, partiendo de un nivel un 50% más alto, han crecido casi al 30%, de modo que al final predomina un fuerte saldo negativo. Este hecho está en línea con otros estudios que valoran el retraso comparativo de España en muchos servicios a empresas (Rubalcaba, 2001, Rubalcaba y Cuadrado, 2000), especialmente los más avanzados y exportables.

EL MICROCOSMOS DEL COMERCIO DE SERVICIOS: EVOLUCIÓN RECIENTE

La última sección del artículo propone indagar el microcosmos del comercio de servicios a través de los datos más desagregados posibles ofrecidos por Eurostat (2000). Aunque la mayoría de los servicios que se recogen representan proporciones minúsculas en el comercio de servicios español, resulta interesan-

te conocer su evolución reciente así como los saldos comerciales de dichas partidas. El gráfico nº 2 expone los resultados. La variación de cada partida en el comercio se expone a través de la suma de los ingresos y pagos y la tasa de variación media anual entre 1995 y 1998. Los saldos son la media entre los cuatro años con datos disponibles, de modo que se atenúan las oscilaciones de años en los que puntualmente afectan al comercio (coger un solo año podría no ser significativo para muchos sectores), pero no se elimina la influencia de grandes variaciones (cómo sucedería tomando medianas, por ejemplo).

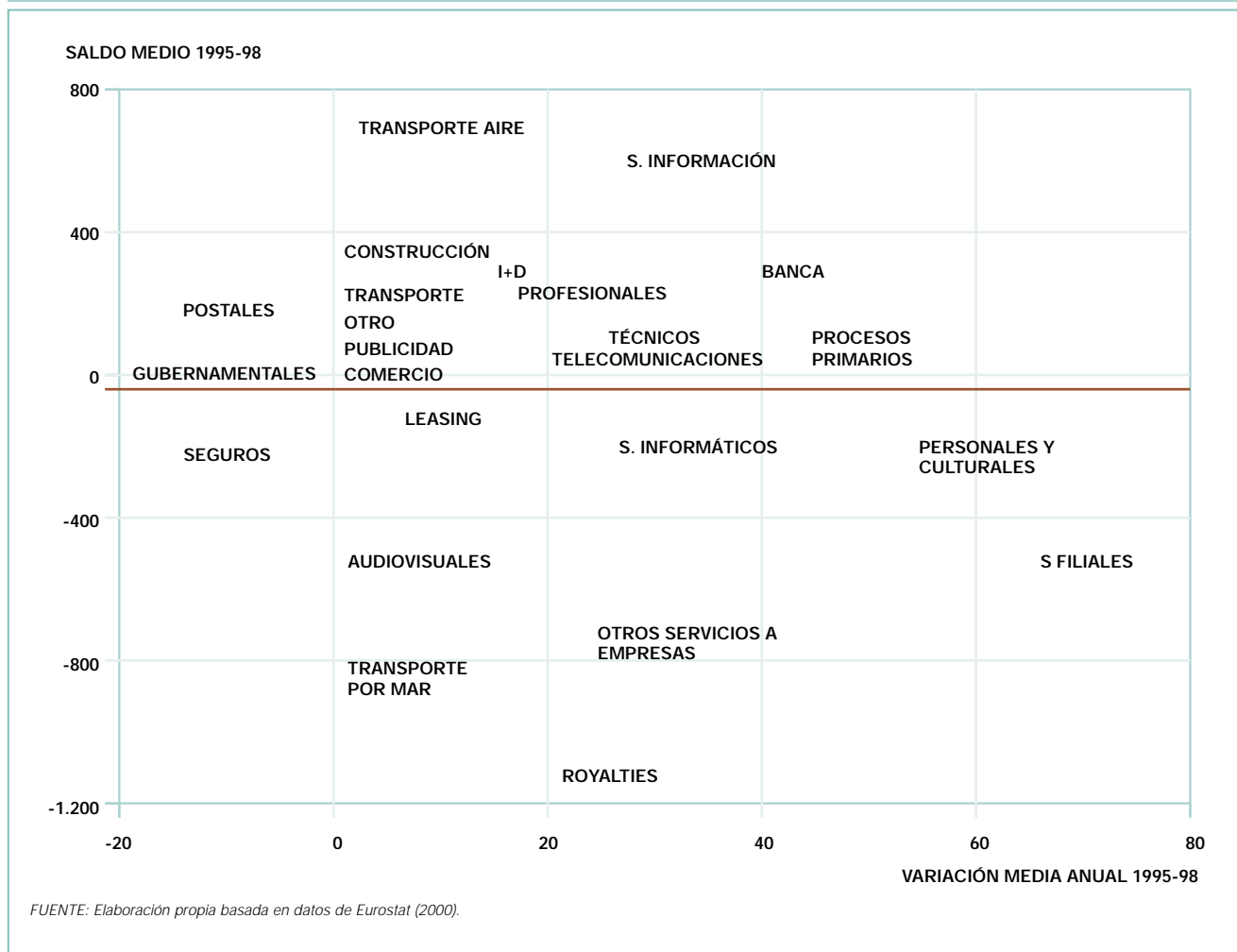
Del gráfico se obtienen seis grupos. Primero los dos de la derecha, que representan las variaciones más altas entre 1995 y 1998: son los servicios con un comercio más dinámico en esos años, por encima al 22% de la media. El primero concentraría los servicios más positivos para el comercio español, ya que además de ser dinámicos, tienen saldos medios superiores a la media y, por lo general, positivos.

Aquí se agrupan los servicios financieros, los servicios de información, los servicios técnicos y los servicios ligados a los procesos primarios. En la frontera con estos grupos se encuentran los servicios profesionales (legales, contabilidad, auditoría y gestión, entre otros) y los servicios de telecomunicaciones. Igual de dinámicos pero con saldos negativos aparecen los otros servicios a empresas, los royalties y los servicios entre filiales (los dos primeros tienen saldos muy negativos). Los servicios perso-



GRAFICO Nº 2

EVOLUCIÓN Y SALDO DEL COMERCIO DE SERVICIOS (EXCLUIDO TURISMO)



nales y culturales y los servicios informáticos tienen tasas de crecimiento elevadas pero saldos medios muy cercanos a la media (ligeramente negativos).

Con tasas intermedias de crecimiento (entre el 0 y el 22% de media anual) pero saldos positivos aparece el grupo más numeroso, con ocho sectores: transporte por aire, construcción, I+D, otro transporte, publicidad, comercio y los dos antes mencionados de servicios profesionales y telecomunicaciones, justo en la media de crecimiento. Debajo el transporte por mar y los servicios audiovisuales crecen razonablemente, pero con saldos bastante negativos. El leasing ostenta un saldo cercano a la media.

Por último, hay tres sectores con tasas de crecimiento negativas en el periodo 1995-1998. Los servicios postales, con saldo ligeramente positivo, los servicios gubernamentales, con saldo ligeramente negativo pero por encima de la media, y los seguros, con saldo negativo y por debajo de la media (único representante del peor grupo posible).

Como puede apreciarse, el paisaje del comercio de servicios es muy variado y resulta difícil confirmar nitidas tendencias aglutinantes. Por dos factores. Primero por las limitaciones de los datos, escasos en número y cobertura, que impiden analizar más años. En segundo lugar, por la muy baja representación de

muchos de los servicios en la balanza de pagos. De los 23 sectores incluidos, sólo tres superan el 5% de participación en el comercio de servicios: transporte aéreo (9,9%), transporte marítimo (6,1%) y otros servicios a empresas (5,9%). Cerca del 3% sólo hay otros cinco sectores: otros transportes (3,6%), servicios entre filiales (3,4%), servicios financieros (3,1%) royalties (2,7%) y servicios de información (2,5%). Los otros 15 sectores sólo ocupan menos del 2,5% cada uno en el comercio de servicios, y la mayoría de ellos menos del 1,5%. El predominio del turismo en el comercio de servicios español (45,4%) se mantiene en el tiempo pero

algunos de los servicios más dinámicos están comenzando a tener un cierto protagonismo.

CONCLUSIONES

El comercio de servicios español no resulta ajeno a las tendencias que ligan el desarrollo terciario con la globalización. Por multitud de razones los servicios están llamados a jugar un papel cada vez más importante en la globalización, aunque no puede afirmarse que exista una relación estadística entre terciarización económica y terciarización del comercio.

Los resultados obtenidos han mostrado una clara relación entre los países líderes en el mundo con el desarrollo del comercio de servicios. Aunque los servicios han dado la oportunidad a países como España y Holanda de acercarse al G7 en el podio del comercio internacional, el liderazgo de este último en servicios se mantiene en consonancia con su dominio en el comercio de bienes. No obstante, existen diferencias significativas entre países muy orientados a la exportación de servicios y la importación de bienes (Estados Unidos y Reino Unido), y países muy orientados a la exportación de bienes y la importación de servicios (Alemania y Japón). España seguiría el modelo anglosajón, gracias a la notable cuota de mercado de sus exportaciones en servicios.

El análisis detallado del caso español ha mostrado la primacía del turismo en la balanza de servicios española. Es el turismo el que otorga casi totalmente los superávits en balanza de servicios. Los otros servicios han tenido déficit durante los años 90, aunque éste último se está reduciendo considerablemente, proporcionando un signo esperanzador para que haya otros servicios que acompañen al turismo para compensar la balanza comercial.

Esto es muy importante hoy porque, pese al crecimiento continuo del superávit de servicios y del turismo en los años 90, desde 1998, el déficit en el comercial de bienes es tal que se está redu-



ciendo la capacidad de los servicios para compensarlo.

Las esperanzas para que otros servicios tomen el relevo parcial al turismo proviene de los transportes, las telecomunicaciones y algunos servicios a empresas, como los informáticos o de información. Sin embargo, el grueso de los servicios a empresas y los royalties mantiene y crecen en sus déficit comerciales, mostrando las carencias españolas en la provisión de servicios nacionales avanzados, por lo que no queda más remedio que la importación. Algo similar sucede con los servicios audiovisuales.

Por último, resulta evidente que el comercio de servicios está creciendo de modo muy significativo en casi todas las categorías analizadas y que lo normal es que estas tasas de crecimiento continúen en el futuro.

En muy pocos servicios el comercio se ha ralentizado o experimentado un retroceso. Sin embargo, en lo concerniente a los saldos hay elementos preocupantes que no deberían pasar desapercibidos para los estudiosos y responsables de las políticas económicas y comerciales. Los servicios españoles aún podrían hacer mucho más de lo que hacen. Y de ello se beneficiaría toda la economía y la sociedad española. ●

LUIS RUBALCABA BERMEJO
Universidad de Alcalá

BIBLIOGRAFÍA

- CASARES, J. y ARANDA, E. (2000): "Las marcas en la configuración del sector servicios: una visión en escorzo"; *Inform. Comercial Española*, nº 787, septiembre-octubre: 83-94.
- CUADRADO ROURA, J.R. y RUBALCABA BERMEJO, L. (2000): *Los servicios a empresas en la industria española*. Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- EUROSTAT (2000) *International trade in Services – EU. Annex to the publication EU international transactions. Detailed Tables*. European Commission, Luxemburgo.
- MALLAMPALLY, P. y ZIMNY, Z. (2000) "Foreign direct investment in services: trends and patterns". En Aharoni, Y. y Nachum, L. (Eds.) *Globalisation of Services: Some implications for theory and practice*. Routledge, Londres y Nueva York.
- OECD (2000a) *The service economy. Business and Industry Policy Forum Series*. STI. OECD, Paris.
- OECD (2000b) *OECD Economic outlook*, No. 67, June 2000. OECD.
- RUBALCABA BERMEJO, L. (2001). *La economía de los servicios a empresas en Europa*. Pirámide, Madrid.
- RUBALCABA, L. y CUADRADO, J. R. (2001). "Services in the Globalisation Age: Interrelations and Explanatory Dimensions". En Cuadrado, Rubalcaba y Bryson *Trading services: towards a global economy*. Edgar Elgar (en imprenta)
- WIR-UNITED NATIONS (2000) *World Investment Report, Cross-border Mergers and Acquisitions and Development*. Naciones Unidas, Nueva York.
- OMC (WORLD TRADE ORGANISATION) (2000) *International Trade Statistics 2000*. OMC, Ginebra.