

# sección *i*nternacional



## Los servicios empresariales en el comercio internacional

### HACIA UN ENFOQUE INTEGRAL DEL INTERCAMBIO

Una de las tareas de los economistas es explicar, incluso prever, el comercio internacional de un país, es decir, su intercambio de bienes y servicios con el resto del mundo. Tradicionalmente la atención se ha centrado en las transacciones de mercancías, pero el incesante crecimiento del número y el volumen de *servicios comerciales* reclama un enfoque integral. Muchos de éstos pueden clasificarse como servicios empresariales que comprenden un grupo heterogéneo de actividades financieras, informáticas, contables, jurídicas, técnicas, administrativas y de comunicaciones, entre otras.

Con el desarrollo de las telecomunicaciones y el avance de las políticas de liberalización comercial, varios mercados de servicios traspasaron las fronteras nacionales y algunos tienen ya alcances mundiales. El advenimiento de la *era de la información* ha sido un factor clave en el aumento del intercambio de servicios empresariales, por lo menos del mismo modo que en el de manufacturas. Con base en un estudio reciente de la ONU,<sup>1</sup> a continuación se refiere la evolución del comercio internacional de servicios empresariales y sus nexos con el intercambio de mercancías, las corrientes de inversión directa y la innovación.

1. Organización de las Naciones Unidas, *Estudio Económico y Social Mundial 1996. Tendencias y políticas en la economía mundial*, Nueva York, 1996.

### EXPANSIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS EMPRESARIALES

La venta de servicios más allá de las fronteras no es el único medio, ni suele ser tampoco el principal, que tienen los residentes de un país para prestar servicios a los de otro. La operación internacional de empresas subsidiarias es un medio más habitual en muchos sectores, como ocurre cuando la filial de un banco extranjero presta servicios financieros en otro país. Sin duda la inversión directa ha sido el principal medio de participación foránea en los mercados nacionales de servicios empresariales, pero la vía del comercio adquiere cada vez más importancia.

Este hecho no resulta tan evidente en los indicadores básicos de comercio internacional.<sup>2</sup> En 1994 el valor global del intercambio de servicios equivalió a 22% del monto del comercio de mercancías, frente a 21% en 1970 y 19% en 1980.<sup>3</sup>

La relativa uniformidad de ese indicador encierra, sin embargo, distintos ritmos de crecimiento del comercio de los principales tipos de servicio. De 1970 a 1994, por ejemplo, el valor de los servicios de transporte

2. La información considerada sobre el comercio internacional de servicios y mercancías proviene principalmente del Fondo Monetario Internacional, tal como se compila para las estadísticas de la balanza de pagos. Los datos se refieren al valor de las exportaciones con base en una muestra de 86 países.

3. En este año la proporción fue más baja por los efectos de los altos precios internacionales del petróleo.

aumentó con más lentitud que el del intercambio total de bienes y servicios. De hecho, su costo medio se redujo durante ese lapso; si en 1970 representaba 9% del valor del comercio de mercancías, en 1980 dicha proporción descendió a 8% y en 1994 a 6.5%. Este retroceso puede atribuirse en parte a los cambios técnicos y las economías de escala derivadas de los avances en los medios de transporte a granel, el uso de grandes buques tanque, los envíos en contenedores y el abaratamiento de la movilización de personal.

Durante los años setenta el aumento de los ingresos por concepto de viajes o turismo<sup>4</sup> fue más lento que el del comercio total de bienes y servicios, pero desde 1980 se tornó más rápido. Este vuelco parece denotar las mayores posibilidades de viajar para una parte creciente de la población mundial, así como el aumento de los viajes de negocios asociado a la proliferación transnacional de las empresas.

A diferencia del transporte y los viajes, el valor del comercio internacional de servicios empresariales se incrementó con mayor celeridad que el de bienes y servicios desde los setenta. En 1994 se convirtieron en el principal renglón del comercio de servicios al alcanzar un valor total de exportación de casi 410 000 millones de dólares (42% del intercambio sectorial).

4. Este rubro comprende los gastos de los visitantes extranjeros en el país *exportador*, se clasifica como viajes en la contabilidad de la balanza de pagos y como *turismo* en el sistema de cuentas nacionales.

C U A D R O 1

## ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DE SERVICIOS, 1970 Y 1994 (PORCENTAJE DEL COMERCIO TOTAL DE SERVICIOS)

	1970			1994		
	Total	Países desarrollados	Países en desarrollo	Total	Países desarrollados	Países en desarrollo
Transporte	35.1	36.3	23.1	23.2	23.3	23.1
Viajes	27.0	25.6	37.1	30.0	28.2	39.7
Servicios empresariales	27.0	28.0	19.8	42.0	43.7	32.6
Servicios del gobierno <sup>1</sup>	10.9	9.5	20.0	4.8	4.8	4.6
Total de servicios	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

1. Principalmente gastos de los gobiernos, o de los organismos internacionales en otros países (por ejemplo, para mantener embajadas o consulados).

Fuente: Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas de la Secretaría de las Naciones Unidas, con base en datos del FMI sobre 86 países.

Tanto en los países en desarrollo cuanto en las economías avanzadas el comercio de servicios empresariales creció más rápido que el de los demás tipos de servicio y que el de mercancías. En las naciones desarrolladas la ponderación de los servicios empresariales en las exportaciones totales de servicios se elevó de 28% en 1970 a cerca de 43% en 1994, mientras que en los países en desarrollo ascendió de 19.8 a 32.6 por ciento (véase el cuadro 1).

#### PRINCIPALES EXPORTADORES DE SERVICIOS EMPRESARIALES

La exportación de servicios empresariales proviene sobre todo de las economías desarrolladas, a las que correspondió 88% del flujo mundial respectivo en 1994 (véase el cuadro 2). Los siete países proveedores más importantes fueron, en orden de

volumen, Estados Unidos, los Países Bajos, Francia, Japón, el Reino Unido (incluida Irlanda del Norte), Alemania e Italia. Estas naciones concentraron, en conjunto, dos tercios de las exportaciones mundiales de servicios empresariales. Estados Unidos fue el principal proveedor (unos 66 000 millones de dólares en 1994), seguido de los Países Bajos (48 000 millones) y Francia (47 000 millones de dólares).

Las economías desarrolladas también son las principales compradoras de servicios empresariales, aunque sus exportaciones superaron a sus importaciones por montos de 25 000 millones a 40 000 millones de dólares al año durante el período 1985-1994. De las siete potencias exportadoras, sin embargo, sólo Estados Unidos, el Reino Unido, Francia y los Países Bajos son exportadores netos. Alemania, Italia y Japón son importadores netos. Pero no necesariamente los países del primer grupo resultan siempre los

proveedores más competitivos de dichos servicios, ya que existe la opción de suministro por medio de la inversión directa.

Estados Unidos obtuvo en 1994 un superávit de unos 26 500 millones de dólares en el intercambio de servicios empresariales, monto equivalente a más de dos tercios del superávit total de las economías desarrolladas, a lo que contribuyeron mucho sus grandes excedentes por concepto de regalías y derechos de licencia e informática. En cambio Alemania y Japón han registrado un déficit crónico, que ascendió respectivamente a 10 000 millones y 13 000 millones de dólares en 1994, derivado principalmente de sus grandes importaciones de servicios de producción, es decir, los utilizados como insumos en el proceso productivo. En los casos de Francia, Italia y los Países Bajos, cabe destacar su apreciable superávit en el comercio de servicios de construcción e ingeniería.

C U A D R O 2

## EXPORTACIONES MUNDIALES DE SERVICIOS EMPRESARIALES, POR REGIONES, 1980-1994 (MILES DE MILLONES DE DÓLARES)

	1980	1985	1990	1994
Total	112.7	141.0	310.1	409.6
Países desarrollados	99.4	127.1	281.4	361.4
Países en desarrollo	13.3	14.0	28.7	48.2
Exportadores de petróleo	3.1	2.8	4.8	5.2
No exportadores de petróleo	10.2	11.2	23.9	43.0
Asia oriental y sudoriental <sup>1</sup>	6.1	6.8	14.0	28.5
Otros países de Asia	1.6	2.6	6.4	9.3
América Latina y el Caribe	4.0	3.2	5.3	8.2
África	2.6	1.4	3.0	2.2

1. No se incluye a China, porque se carece de datos para series cronológicas completas.

Fuente: Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas de la Secretaría de las Naciones Unidas, con base en datos del FMI.

Durante 1994 las economías en desarrollo exportaron juntas servicios empresariales por 48 000 millones de dólares, menos que Estados Unidos. La mayoría de ellas muestra grandes carencias de mano de obra calificada, capacidad de investigación y desarrollo e infraestructura de información moderna, factores esenciales para la competitividad de los servicios. Los países en desarrollo registraron un déficit conjunto de 2 000 millones a 7 000 millones de dólares al año durante el decenio pasado.<sup>5</sup> En este grupo los mayores ingresos netos por exportaciones de servicios empresariales correspondieron a Singapur (6 300 millones de dólares en 1994), Turquía (3 600 millones) y Filipinas (1 700 millones); Brasil, Tailandia y varios países exportadores de petróleo, en cambio, registraron cada uno déficit superiores a 1 000 millones de dólares.

Las exportaciones de servicios empresariales de los países en desarrollo son aún bajas, pero han aumentado con creciente rapidez. El mayor dinamismo corresponde a las pujantes economías del Este y Sudeste de Asia, cuyas exportaciones de servicios empresariales crecieron a una tasa promedio anual de casi 12% en el período 1980-1994; las de América Latina aumentaron a un ritmo de 5% y las de África a uno de 2 por ciento.

Entre los 30 países a la vanguardia en el comercio mundial de servicios empresariales figuran 11 naciones en desarrollo y, entre ellas, cinco economías asiáticas: Corea del Sur, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia. En 1994 correspondió a éstas más de la mitad de los servicios empresariales exportados por las naciones en desarrollo. Singapur marchó a la cabeza con ventas de casi 12 000 millones de dólares y un superávit en el comercio respectivo superior a 6 000 millones de dólares. Corea del Sur, Malasia y Tailandia, en cambio, fueron grandes importadores de servicios empresariales y mostraron un déficit persistente.

También figuraron tres países latinoamericanos, Brasil, México y Chile, pero en los dos primeros sus elevadas importaciones les causaron un déficit neto de 1 000 millones a 2 000 millones de dólares cada uno.

5. La diferencia entre el superávit de los países desarrollados en el intercambio de servicios empresariales, de 25 000 millones a 40 000 millones de dólares al año, y el déficit de los países en desarrollo, de 2 000 millones a 7 000 millones al año, puede atribuirse a que la cobertura de los datos no es completa. Además de que las importaciones de los segundos se notifican de manera incompleta, las cuantiosas importaciones netas de las economías exsocialistas sólo se registran en parte y no se consideran en este análisis. También pueden subestimarse las exportaciones de servicios empresariales en el plano mundial, puesto que una parte considerable se cumple entre filiales de una compañía en distintos países y los registros son imperfectos.

Algunas islas del Caribe han participado en pequeña escala en las exportaciones de servicios empresariales, como en las relacionadas con la operación de datos informáticos extraterritoriales (Barbados, Jamaica, Santa Lucía y Granada),<sup>6</sup> mientras que otros países se muestran particularmente activos en los tradicionales mercados financieros extraterritoriales.

En África las exportaciones de servicios empresariales equivalieron en 1994 a menos de un quinto de las de Asia oriental y sudoriental. El déficit respectivo de esa región, de unos 20 000 a 35 000 millones de dólares anuales, representó alrededor de dos tercios de su déficit total en el comercio de servicios. Casi todos los servicios empresariales muy especializados de África se importan de economías desarrolladas o provienen de profesionales y filiales extranjeros.

Al igual que en el intercambio de mercancías, en África el comercio intrarregional de servicios empresariales tiene serias limitaciones. Los crecientes esfuerzos por establecer una red de comunicaciones continental y otras formas de cooperación regional, sin embargo, pueden abrir paso a un mayor comercio sectorial entre los países africanos.

### PRINCIPALES SERVICIOS DE EXPORTACIÓN

La categoría más dinámica de los servicios empresariales ha sido la de los relacionados con la información, como las telecomunicaciones, los programas computacionales, los servicios informáticos y el procesamiento de datos. Durante 1995 los gastos mundiales en ellos se estimaron en 325 000 millones de dólares,<sup>7</sup> lo que refleja el progreso de las tecnologías de la información y sus aplicaciones a una amplia gama de actividades comerciales. Además, las mayores posibilidades de contratar dichos servicios con proveedores independientes y el aumento de la demanda de aquellos vinculados con la restructuración de industrias, han impulsado mucho el comercio internacional respectivo.

Los servicios se prestan en diversas formas: incluidos en la mercancía o por separado; vendidos directamente a los usuarios finales o mediante intermediarios; con el comprador y el vendedor a corta o remota distancia, y de manera individual o en paquetes. Por lo demás, la estructura mundial de los servicios relacionados con la informa-

6. Véase "Trabajo y tecnología: la transformación de dos industrias. Informática", en ONU, *Estudio Económico y Social Mundial, 1995*, Nueva York, 1995.

7. Departamento de Comercio de Estados Unidos, *U.S. Global Trade Outlook, 1995-2000*, Washington, 1995, p. 175.

ción es muy fluida. Las tecnologías usadas en los diferentes servicios son convergentes, es decir, utilizan señales digitales para transmitir sonido, imagen y datos. Ello engendra una amplia variedad de nuevas empresas de servicios, al tiempo que las empresas existentes se fusionan, se integran verticalmente y se diversifican.

Estados Unidos, el principal proveedor de servicios de información, captó 46% del mercado internacional en 1994, porcentaje mayor que el de las economías de Europa occidental en conjunto (32.5%). La gran potencia americana marcha a la vanguardia tecnológica, proporciona una enorme diversidad de productos ya probados en su poderoso mercado interno y aprovecha el uso predominante del idioma inglés. De 1986 a 1994 las exportaciones estadounidenses de telecomunicaciones, servicios de informática y de base de datos, excluidos los envíos a filiales extranjeras, crecieron a razón de 10% al año.<sup>8</sup> Los países europeos y Japón son grandes importadores, pero los primeros pueden competir en varios segmentos del mercado y se extienden con rapidez hacia otras regiones.

En ese tipo de servicios existe una honda brecha tanto de conocimientos cuanto de tecnología entre los países en desarrollo y los desarrollados. En casi todos los primeros los servicios de información se encuentran todavía en una fase temprana, por lo que importan la mayoría de los elementos básicos de las economías desarrolladas. Pero a medida que se extiende el uso de las computadoras y mejora la infraestructura de comunicaciones, la demanda de servicios se intensifica a ritmos de 10 a 15 por ciento al año en muchas naciones en desarrollo. También sus exportaciones crecen con rapidez, sobre todo de productos que entrañan un uso intensivo de la mano de obra en las pujantes economías asiáticas. De hecho, en los últimos años se han abierto oportunidades para dichas exportaciones y empresas de las economías desarrolladas que contratan el suministro de servicios de información con países en desarrollo.

### Servicios de comunicación

Una parte importante del mercado de la información corresponde a los servicios de comunicación. En el ámbito internacional, y en muchas economías nacionales, la oferta tradicionalmente ha sido menos competitiva ya que los cargos a los usuarios, además de los costos de prestación del servicio, han incluido rentas económicas significativas y

8. Con base en datos presentados en Departamento de Comercio de Estados Unidos, *Survey of Current Business*, septiembre de 1995, p. 76.



*o es suficiente analizar los flujos de servicios empresariales como si fueran independientes de los de mercancías afines, de la inversión directa e, incluso, de las secuencias tecnológicas. De hecho, ese criterio puede ser también un problema para el análisis del comercio de bienes específicos. Pero siempre lo es para el examen de servicios empresariales*

diferenciales. Por lo general las autoridades nacionales, lo mismo empresas estatales de telecomunicación que entidades de regulación, establecen precios para las conexiones internacionales al sistema nacional. Las tarifas de una llamada telefónica desde un país a otros pueden así variar mucho, aunque los segundos se encuentren a igual distancia del primero.

Los ingresos totales de las economías desarrolladas por concepto de ventas de servicios públicos de telecomunicación se estimaron en 395 000 millones de dólares en 1992;<sup>9</sup> a Estados Unidos correspondió aproximadamente 41%. Aunque el principal servicio de comunicaciones es el telefónico, cabe destacar el dinamismo de otros, como la televisión por cable, la transmisión de datos, la telefonía celular y los servicios de *valor añadido* (entre ellos varios especializados a los que se tiene acceso por medio del sistema telefónico común o de alguna red de empresas). Se espera que la convergencia de las tecnologías y la desreglamentación incrementen la competencia, estimulen el crecimiento y aceleren el desarrollo del mercado. Las alianzas entre empresas especializadas en distintos componentes de dichos servicios se tornan cada vez más frecuentes.

De 1990 a 1993 los ingresos por servicios de comunicación en las economías desarrolladas crecieron a un ritmo promedio de 9% al año. En Estados Unidos el crecimiento fue algo menor, de 6%, pero el país mantuvo la

posición dominante. El rápido aumento de la demanda de servicios de comunicación se atribuye a la disminución de su costo, el acceso relativamente fácil a ellos, la ampliación de las redes digitales y el incremento de la inversión y del comercio internacionales, así como a la liberalización y desreglamentación sectorial.

La región en desarrollo más dinámica en el campo de las telecomunicaciones es la del Este y Sudeste de Asia. En varios de sus países el sector avanzó a un ritmo vertiginoso durante los últimos diez años, aunque desde un punto de partida bajo. Los ingresos de China procedentes de las telecomunicaciones internacionales aumentaron en promedio 56% al año, lo que reflejó su creciente integración en la economía internacional.

Muchos países en desarrollo han instalado sistemas de comunicación digitales, pero los que cuentan con la base tecnológica y los recursos humanos calificados necesarios tal vez puedan transitar directamente de los sistemas analógicos a los de mayor complejidad tecnológica. Ante el enorme costo que entraña construir una red de comunicaciones dominante, empero, las empresas de los países en desarrollo han buscado alianzas estratégicas con compañías de las economías desarrolladas para asegurar el acceso a los sistemas de comunicación mundiales.

El avance de Asia en los servicios de comunicación, por otro lado, no es un caso típico entre los países en desarrollo. En África el sector se encuentra en una primera etapa, si bien ya se comenzó a fortalecer la infraes-

tructura de telecomunicaciones y a conectar los sistemas de los países del continente a las redes mundiales.

### **Programas de informática**

La multiplicación del número de computadoras personales conectadas a las redes, así como de las aplicaciones de nuevas tecnologías a otras industrias, ha intensificado la demanda de programas informáticos. Como la interfase entre los distintos sistemas es cada vez más compleja, una parte de las actividades comerciales se desplaza del equipo físico al soporte lógico de la computadora. La expansión económica mundial, desde luego, también alimenta esa demanda.

Sin duda, los programas informáticos integran una de las *zonas grises* en que se confunden las mercancías y los servicios del comercio internacional. La exportación de programas preparados explícitamente para un cliente extranjero constituye la venta de un servicio, pero los programas preparados para su comercialización masiva parecen corresponder más bien a la categoría de mercancías y suelen registrarse como tales en las cuentas comerciales; como el valor de los programas comercializados supera en mucho al costo del producto en sí, por su carácter de propiedad intelectual, resulta más apropiado clasificarlos como una exportación de servicios.<sup>10</sup>

9. OCDE, *Communications Outlook*, 1995, París, 1995, p. 22.

10. El programa no se vende en realidad, sino que se concede una licencia de uso al comprador.

Los ingresos mundiales por la comercialización de programas aumentaron más de 15% al año en el primer quinquenio de los noventa, con lo cual ascendieron a 95 000 millones de dólares en 1995. Estados Unidos es el proveedor dominante en el mercado mundial, con alrededor de 75% del total de programas comercializados en 1993.<sup>11</sup> Las ventas estadounidenses al extranjero se estimaron en 24 000 millones de dólares en ese año, frente a importaciones de apenas 4 000 millones de dólares. La participación de Europa Occidental y Japón todavía es pequeña, pero la competencia se intensifica y ha contribuido a reducir los precios de los programas.

En varias economías dinámicas de Asia y algunas de América Latina<sup>12</sup> la programación informática ha crecido muy rápido durante los últimos diez años, pero a partir de una base pequeña. En esas regiones la producción de soporte lógico es todavía relativamente escasa y rudimentaria, aun cuando algunos países se hayan convertido en productores importantes de equipo físico. La mayoría de los programas avanzados se importa.

En Argentina, Brasil y México se ha buscado establecer industrias informáticas y en los ochenta aumentó con rapidez la producción de programas,<sup>13</sup> pero en campos no tan complejos como el de las aplicaciones administrativas y contables. En muchos países africanos las computadoras personales comienzan a aparecer y, si bien se prestan algunos servicios posteriores a la venta, éstos y los informáticos en general son todavía escasos.

Durante el último decenio varios países en desarrollo, entre otros Brasil, China, la India, México y Filipinas, aumentaron sus exportaciones de servicios informáticos de gran intensidad de mano de obra, como la captura de datos y la programación. A ello contribuyó la mayor demanda de dichos servicios contratados fuera de las empresas originarias y la escasez de profesionales de la informática en las economías desarrolladas.

Un ejemplo ilustrativo es la India, cuya producción nacional de programas informáticos crece con rapidez y ha comenzado a exportarlos. En el bienio 1994-1995 las ventas respectivas en el país subieron 54%, a unos 11 000 millones de rupias, mientras que las exportaciones se elevaron 50%, a 500 millones de dólares.<sup>14</sup> La India, que cuenta con un conjunto de profesionales de la infor-

mática bien calificados y sueldos inferiores a un quinto de los que se perciben en las economías desarrolladas, puede ser muy competitiva en esa actividad donde el costo laboral representa una parte importante de los costos de producción totales. Además, el gobierno de esa nación asiática ha buscado estimular la afluencia de inversiones foráneas y las exportaciones. La industria india del soporte lógico, en suma, experimenta una rápida transformación que comprende desde el procesamiento de datos basado en una mano de obra barata hasta proyectos de preparación de programas avanzados. Para aprovechar las oportunidades respectivas, un número creciente de compañías extranjeras se ha establecido en la India y otros países en situación semejante.

### Servicios financieros

El desarrollo del sector de la información ha estimulado el crecimiento de otros servicios empresariales, en especial los financieros cuya operación depende sobremanera de la transmisión y el procesamiento de información, a saber: la banca, los seguros y los mercados de valores. La capacidad técnica para procesar la información en lugares remotos y el costo decreciente de la transmisión de los datos, junto con la liberalización y la desreglamentación de los mercados, llevaron a la rápida mundialización de los servicios financieros y al surgimiento de instrumentos nuevos, complejos e, incluso, hechos "a la medida". Las redes de comunicación mundiales permiten realizar a distancia transacciones financieras masivas en cualquier momento y lugar.

Desde fines de los ochenta se intensificó el comercio de servicios financieros, aunque en las economías desarrolladas lo ha hecho con más celeridad que en economías en desarrollo. En las primeras casi todos los bancos se han conectado ya a redes de información internacionales, sea mediante redes propias o servicios arrendados. De 1987 a 1990 prácticamente se duplicaron los servicios financieros que prestan los bancos de las principales economías industrializadas a clientes extranjeros.<sup>15</sup> Las exportaciones de servicios financieros de Estados Unidos crecieron a un ritmo promedio anual de 10% durante el decenio pasado.

Los países en desarrollo están más atrasados tanto en las aplicaciones tecnológicas cuanto en la liberalización financiera. En los últimos diez años, sin embargo, la apertura de los mercados financieros avanzó de

modo espectacular en un número creciente de naciones, sobre todo de Asia, y ello ha facilitado la irrupción de empresas financieras provenientes de las economías avanzadas. En muchos otros países en desarrollo, empero, la preocupación por la falta de experiencia de las instituciones financieras nacionales, los costos de acceso a las redes mundiales y la falta de una infraestructura de comunicaciones adecuadas han inhibido la integración de sus sectores financieros en el mercado internacional.

### Otros servicios

Además de los dinámicos servicios de la *era de la información*, hay un importante comercio internacional de servicios empresariales más tradicionales. Uno de éstos es el de la construcción e ingeniería, en que se combinan dos tipos distintos de recursos humanos: especialistas calificados y mano de obra semicalificada.<sup>16</sup> A causa de ello, los contratos internacionales suelen asumir la forma de operaciones conjuntas entre empresas de países desarrollados y en desarrollo.

En la ingeniería de consulta, que requiere profesionales especializados, las naciones desarrolladas dominan el mercado. Se estima que en 1994 los contratistas de esos países percibieron 85% de los ingresos internacionales de la construcción, cuyo monto total ascendió a unos 92 000 millones de dólares. La mayor participación correspondió a Japón (20%); le siguieron Estados Unidos (16%), Francia (13%), el Reino Unido (12%) y Alemania (11%).<sup>17</sup> China, con una posición competitiva en proyectos de uso intensivo de mano de obra, ha surgido como un exportador prominente entre los países en desarrollo. Durante 1994 sus ingresos ascendieron a casi 3 000 millones de dólares, cantidad próxima a los ingresos de Corea, principal país exportador del grupo. En el aspecto técnico el progreso chino también es vertiginoso.

De los mercados regionales de países en desarrollo, el del Este y Sudeste de Asia es el más dinámico. Allí los contratos de construcción son muy diversos, desde proyectos de infraestructura como centrales eléctricas y sistemas de transporte hasta plantas químicas, refinerías, instalaciones manufactu-

16. Las actividades de los trabajadores semicalificados no se suelen clasificar como servicios empresariales sino como exportaciones de mano de obra, transferencia de emigrantes o remesas de trabajadores, según el tiempo que los trabajadores permanezcan en el exterior y su situación en materia de residencia. Se trata de un factor más que complica la interpretación de los datos presentados sobre el comercio internacional de servicios empresariales.

17. *Engineering-News Record*, 28 de agosto de 1995, p. 36.

11. Departamento de Comercio de Estados Unidos, *U.S. Global Trade*, op. cit., p. 135.

12. Entre ellas las de Argentina, Brasil, México, China, Hong Kong, Corea del Sur, Filipinas y Taiwan.

13. Véase Carlos M. Correa, "Informatics in Latin America: Promises and Realities", *Journal of World Trade*, vol. 23, núm. 2, abril de 1989, pp. 81-96.

14. *Financial Times*, 6 de diciembre de 1995.

15. UNCTAD, *The Tradeability of Banking Services: Impact and Implications* (publicación de las Naciones Unidas, número de venta: E.94.II.A.12), cuadro VI.2.

reras y grandes edificios. Los países de la región, empero, importan elementos esenciales de la construcción provistos por empresas transnacionales ante la falta de conocimientos especializados y recursos financieros internos; esta insuficiencia no impide que algunos también exporten servicios de construcción.

En el África al sur del Sáhara la carencia de conocimientos especializados, los equipos deficientes, la tecnología rudimentaria, las penurias financieras y las restricciones cambiarias, entre otros factores, originan que los servicios de ingeniería y consultoría nacionales carezcan en general de competitividad internacional. Así, partes importantes de los proyectos de consultoría son obra de especialistas europeos.<sup>18</sup>

Las transacciones internacionales de otros servicios empresariales, como los jurídicos, contables, médicos, cinematográficos, publicitarios y de radiodifusión, están limitadas por barreras reglamentarias que incluyen desde las exigencias estrictas de calidad para proveedores extranjeros de servicios hasta la exclusión directa de éstos por razones de seguridad nacional, salud pública y protección cultural. En cambio, las barreras tecnológicas se han reducido mucho, entre otras causas por los progresos en las tecnologías de información, cuyo comercio, por cierto, ha aumentado.

#### DETERMINANTES DEL COMERCIO DE SERVICIOS EMPRESARIALES

La expansión del comercio internacional de servicios empresariales es parte del avance general de los servicios en la actividad económica mundial. En 1970 este sector, incluida la construcción, generó 55% del producto bruto conjunto de los países desarrollados y en desarrollo. En 1990 tal proporción se elevó a 65%, sobre todo por el crecimiento de la categoría de servicios, como los que se han incorporado al comercio internacional.<sup>19</sup>

Aunque el peso relativo de los servicios aumentó más en las economías desarrolladas, la expansión sectorial fue intensa en los países en desarrollo. La importancia creciente de los servicios no sólo se debe a la mayor demanda de los consumidores,

asociada con el aumento de los ingresos, sino también a los mayores requerimientos de servicios productivos por las empresas. Además, la conservación de los materiales y el empujamiento de los productos favorecen el aumento de los servicios incluidos en la producción industrial. A esos factores generales se suman otros determinantes específicos del dinamismo del comercio internacional de servicios empresariales.

#### Factores de expansión

Para que los servicios empresariales puedan ser objeto de comercio internacional deben, primero, proporcionarse como actividad comercial específica y, segundo, ofrecerse en venta más allá de las fronteras. El cambio técnico favorece la viabilidad de las empresas de servicios especializados que pueden operar a larga distancia. La expansión de empresas transnacionales por todo el planeta, así como el desvanecimiento de las reglamentaciones y las barreras comerciales, también alientan el intercambio mundial.

Como ocurre en la industria desde hace más de un siglo, en los servicios comerciales, especialmente los de banca y seguros, las grandes empresas participan de manera destacada en la actividad sectorial más allá de las fronteras nacionales.<sup>20</sup> Pero mientras que las inversiones industriales se relacionaban usualmente con el comercio internacional, las inversiones en servicios asumieron más bien la forma de una entidad extranjera que se establecía en el país receptor para prestar un servicio al mercado local (con obvias excepciones, como el financiamiento del comercio internacional). En la actualidad, sin embargo, las inversiones en servicios se asemejan a las industriales: el comercio es una parte fundamental de la historia.

Las razones del cambio parecen radicar en el progreso técnico, que ha multiplicado el número de servicios empresariales específicos, reducido el costo de suministro en gran escala y permitido la producción a gran distancia del cliente. En algunos casos los servicios empresariales se han normalizado, lo cual permite, por ejemplo, el uso generalizado de programas de contabilidad informáticos; en otros, han aumentado las oportunidades de proporcionar servicios adaptados al cliente, como cuando se contrata a una empresa extranjera para que sus programadores diseñen un sistema de contabilidad para cubrir necesidades específicas.

Sin duda, la *revolución de la información* se encuentra en la raíz de todo el proceso.

20. Un estudio clásico de este fenómeno es el de Mira Wilkins, *The Emergence of the Multinational Enterprise*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1970.

Las constantes innovaciones técnicas y su rápida difusión han transformado varias veces los procesos para transmitir información en el curso de una generación.

Los servicios empresariales que se prestan cara a cara son cada día menos, mientras las oportunidades de lograr una división del trabajo más fina continúan en aumento. Las empresas reducen su capacidad interna para realizar algunos servicios y prefieren recurrir a proveedores independientes. Si en otro tiempo los proveedores tenían que encontrarse con el cliente, ahora los avances de la comunicación les permiten negociar a distancia. Merced a los rápidos cambios en las redes de información y comunicación, un número creciente de servicios ya no depende de la presencia física: simplemente se transmiten por cable a los usuarios.<sup>21</sup> Más aún, existe una intensa presión competitiva para reducir los costos mediante la separación de algunos segmentos de los servicios de producción y su reubicación en lugares o países donde los insumos complementarios resulten más baratos o la demanda de servicios específicos cuente con un potencial atractivo.<sup>22</sup>

No sólo han disminuido las barreras tecnológicas al comercio internacional de servicios, sino también los obstáculos políticos (aunque todavía subsisten muchos). Las barreras artificiales en el comercio de servicios empresariales, mucho mayores que en el de mercancías, asumen la forma de control directo de movimientos transfronterizos, restricciones a las inversiones y desaliento del comercio mediante procedimientos administrativos, impuestos y normas sobre la propiedad. Tanto las empresas interesadas en proporcionar servicios a un mercado nuevo cuanto los posibles compradores rechazan dichas barreras y han logrado que la liberalización del comercio sectorial sea tema prioritario en cada vez más países.

Los servicios financieros son un ejemplo típico. Sus ventas internacionales, como la compraventa de valores por clientes extranjeros y la información sobre los resultados de las empresas cotizantes en las bolsas locales para operadores foráneos, sobrevinieron al liberarse las corrientes financieras en los mercados nacionales de países desarrollados y en desarrollo. La mayor parte del comercio de esos servicios tiene una estrecha relación con las inversiones directas de instituciones financieras extranjeras. En Corea del Sur, por ejemplo, la cantidad de sucursa-

21. Véase Jagdish N. Bhagwati, "Splintering and Disembodiment of Services and Developing Nations", *The World Economy*, vol. 7, junio de 1984, pp. 133-143.

22. En la gestión de empresas, sin embargo, también suele haber modas y algunos expertos advierten ya alguna tendencia de retorno a la centralización de la organización empresarial.

18. Véase G. K. Ikiara, W.N. Nyangena y M.I. Muriira, *Services in Kenya*, UNCTAD, Coordinated African Programme of Assistance on Services, agosto de 1994, pp. 31-34.

19. Los porcentajes correspondientes a la construcción y al comercio mayorista y minorista casi no se modificaron de alrededor de 5.5 y 18.5 por ciento, respectivamente, mientras que los de transporte y comunicaciones sólo subieron medio punto, a cerca de 5.5%. En cambio, el porcentaje de los otros servicios subió de 26.5 a casi 35 por ciento del producto bruto referido.

## C U A D R O 3

## PARTICIPACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE LOS SIETE PAÍSES INDUSTRIALIZADOS MÁS PODEROSOS, 1975, 1980 Y 1993 (PORCENTAJES)

	1975	1980	1993
Alemania			
Entrada de capitales	34	40	53
Salida de capitales	47	48	69
Canadá			
Entrada de capitales	25	25	32
Salida de capitales	28	26	49
Estados Unidos			
Entrada de capitales	36	45	53
Salida de capitales	29	39	51
Francia			
Entrada de capitales	60	62	59
Salida de capitales	40	44	52
Italia			
Entrada de capitales	29	31	58
Salida de capitales	40	31	65
Japón			
Entrada de capitales	18	22	44
Salida de capitales	40	44	66
Reino Unido			
Entrada de capitales	-	28	41
Salida de capitales	-	35	45

Fuente: Datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, enero de 1996.

les de bancos del exterior ascendió de 16 en 1975 a 98 en 1995, mientras que el de las filiales y sucursales de empresas extranjeras de seguros y valores subió de siete en 1980 a 78 en 1995.<sup>23</sup>

Las empresas de servicios transnacionales pueden vender en un mercado extranjero sin invertir allí en forma directa, pero la modalidad que al parecer prefieren es la inversión y venta de servicios por medio de sus propias entidades. De cualquier manera, es evidente que las compañías de servicios, entre éstos los empresariales, han cobrado mucha más importancia en la inversión extranjera directa. En los casos de Canadá, Estados Unidos, Francia y el Reino Unido, cerca de la mitad de la inversión en el exterior por parte de empresas nacionales corresponde a los servicios, lo cual refleja que la presencia del sector aumenta al paso del tiempo (véase el cuadro 3). Los servicios también destacan en las inversiones extranjeras que reciben tales países. En Alemania, Italia y Japón, alrededor de dos tercios de la inversión foránea correspondió a los servicios. Las empresas de servicios extranjeros también han realizado cuantiosas inversiones en esos países, aunque no tanto en Ja-

23. Datos del Banco de Corea.

pón. En las naciones en desarrollo puede advertirse una tendencia similar.<sup>24</sup>

### CONSIDERACIONES FINALES


A caso este análisis puede ser desalentador para los economistas deseosos de explicar las exportaciones e importaciones de servicios empresariales. Las teorías convencionales sobre el comercio de mercancías son más directas y sencillas que una teoría comparable en el caso de los servicios. Una de las razones es que los servicios empresariales constituyen un grupo de actividades heterogéneo. Otra dificultad más importante es que los servicios pueden suministrarse en formas más diversas que las mercancías y en proporciones dependientes de una multitud de factores.

En el centro de muchos servicios empresariales objeto de comercio internacional

24. Una parte importante de la inversión directa en servicios en los países en desarrollo se realiza en centros financieros extraterritoriales y en países de conveniencia; pero incluso si se excluyen estas inversiones, la proporción que corresponde a los servicios en el total de inversiones directas en los países en desarrollo ha aumentado con el correr del tiempo.

hay un activo intangible, un elemento de propiedad intelectual que confiere a la empresa proveedora una ventaja competitiva en la venta del servicio. Si la compañía otorga una licencia o marca registrada para su producto, percibe ingresos por derechos que se contabilizan como exportación de un servicio empresarial. Si invierte directamente en un país extranjero, ello le proporciona una renta que corresponde a otra categoría con una evolución temporal distinta. Si incorpora su tecnología o marca registrada a un producto destinado a mercados del exterior, en la balanza de pagos tal operación se registra como la exportación de una mercancía. Se trata de sólo tres de las muchas formas de extraer una renta económica de la propiedad intelectual.

Si una empresa informática envía sus programas y manuales de procesamiento de textos para su venta en el exterior, por ejemplo, la operación puede registrarse como una exportación de mercancías. Si los vende a un fabricante de computadoras que los carga en los equipos que luego exporta, se incluyen en el valor de éstos. Si sólo envía una copia del programa a una empresa extranjera que paga derechos por hacer copias adicionales que venderá o cargará en computadoras, la operación aparece en la balanza de pagos como exportación de un servicio empresarial. Por último, si la empresa abre una sucursal en el extranjero, el producto económico de la venta del programa se registrará como parte de los ingresos de la sucursal y será un elemento determinante de sus beneficios que, cuando se repatrien, figurarán en la balanza de pagos como beneficios de una inversión.

Quienes pretendan explicar el comercio de servicios empresariales, en suma, deben tener en cuenta los determinantes de las posibilidades de sustitución de mercancías, servicios e inversiones para captar las rentas económicas. Además, las rentas pueden tener a menudo un límite de tiempo, incluso ser efímeras, debido a la posibilidad de una rápida erosión de la superioridad de la tecnología y del conocimiento.<sup>25</sup> No es suficiente analizar los flujos de servicios empresariales como si fueran independientes de los de mercancías afines, de la inversión directa e, incluso, de las secuencias tecnológicas. De hecho, ese criterio puede ser también un problema para el análisis del comercio de bienes específicos. Pero siempre lo es para el examen del comercio de servicios empresariales. Ignorar esto equivaldría a actuar como los tres ciegos de la parábola que trataban de describir un elefante de acuerdo con las partes que cada uno podía tocar. 

25. Véase James R. Melvin, *Trade in Services*, The Institute for Research on Public Policy, Nueva Escocia, Canadá, 1989, pp. 42-43.