

## Comercio Internacional de Servicios: Una alternativa interesante para países en desarrollo

*Paloma Ochoa*  
*Coordinadora CEDEX*

En su artículo “The World is Spiky”, Richard Florida analiza la concentración de recursos en ciudades cuyo PBI es mayor que el de algunos países. Así, la economía de la Ciudad de Nueva York es equivalente a la de Brasil o Rusia, la de Chicago a la de Suecia, y unidas, las economías de Nueva York, Los Angeles, Chicago y Boston, son similares en volumen a la economía china.

Este fenómeno, los picos existentes en el mundo, está vinculado a la concentración de ciencia y tecnología, innovación y, particularmente, servicios (financieros, turísticos, profesionales, etc.) de los más calificados, en importantes ciudades alrededor del mundo. Estos polos se encuentran altamente concentrados en América del Norte, Europa y algunas zonas de Asia, mientras que, en América del Sur, la única ciudad que sobresale es San Pablo.

La generación de una fuerte economía de servicios, orientada tanto al mercado interno como internacional, está muy relacionada con esta evolución y presenta oportunidades interesantes de expansión para economías en desarrollo, como muy bien prueba el caso indio. Sin embargo, el tema de la exportación de servicios aún es relativamente poco explorado y la reglamentación de su funcionamiento presenta aún muchas áreas grises.

En primer lugar, el comercio de servicios en los flujos de intercambio internacional viene creciendo a importantes tasas de alrededor del 7.8% anual desde 1980, siendo más dinámico que el comercio de bienes, cuyas tasas anuales de crecimiento promedio en el mismo período son de 6.7%.

En gran medida esto tiene que ver con el hecho de que, en tiempos no muy lejanos, la mayoría de los servicios eran considerados no transables. Las nuevas tecnologías han permitido que muchos servicios puedan ser comercializados internacionalmente. Esto ha tenido también un impacto en el tipo de servicios intercambiados. Así, mientras en 1970 los servicios más tradicionales (transporte y turismo) representaban el 63% del comercio de servicios, actualmente esa participación ha caído al 52%, aunque en América Latina siguen siendo mayoritarios (alrededor del 74%). Aún a pesar del crecimiento en la exportación de servicios, la brecha entre producción y exportación sigue siendo importante.

Por otra parte, las exportaciones de servicios no crecen al mismo ritmo en todas las regiones. China e India vienen creciendo a tasas muy dinámicas de alrededor del 14% para la primera y 18% para la segunda, y exportan el 9% de su

producción. América Latina creció a tasas del 7% anual en los 90 pero actualmente lo hace a un ritmo del 3% y exporta sólo el 4.5% de su producción. Esto resulta particularmente llamativo si se considera que el sector servicios genera, en las economías latinoamericanas, el 66% del PBI y el 60% del empleo en promedio, e indica que aún hay un largo camino por recorrer.

En el caso particular de la Argentina, se identifican oportunidades para la exportación de distintos tipos de servicios: turísticos, educativos, médicos, de call centers, de generación de contenidos, informáticos, de software, y diversos tipos de servicios profesionales. La mayor participación en el caso argentino corresponde a los vinculados a la actividad turística que representan el 49% de los servicios exportados, constituyéndose, en términos de divisas, en la cuarta actividad exportadora del país.

Aún con estas cifras de crecimiento, Argentina está muy lejos de explotar todo su potencial de generación de divisas a través del turismo. Esto se hace claramente evidente al comparar las cifras argentinas con aquellas de destinos similares (en cuanto a distancia y características), como Australia. Mientras que las divisas generadas por las exportaciones de turismo fueron de alrededor de 2.500 millones de dólares en 2004 para Argentina, en el caso australiano representaron cerca de 13.000 millones.

A pesar de esto, el crecimiento de la demanda turística extranjera y la potenciación del turismo interno ha revalorizado la importancia del sector en la economía Argentina. Actualmente representa el 7.2% del valor de las exportaciones de bienes y el 50% de las exportaciones de servicios y es, en términos de generación de divisas, la tercera actividad exportadora de la Argentina.

Se estima que, con la economía creciendo a un ritmo similar al actual, la cantidad de turistas se incrementaría en 99% en diez años, generando un incremento de 173% en el ingreso de divisas.

Sin embargo, la difusión de la Argentina como destino turístico es poco consistente, lo que no permite desarrollar completamente el potencial del sector. Lo mismo podría decirse de otros servicios que están aún menos desarrollados y cuyo efecto derrame sobre la economía es por demás significativo.

El reciente lanzamiento de la marca país Argentina, podría ser una oportunidad para aglutinar los esfuerzos en torno a una estrategia conjunta y una imagen unificada. Aún así, un desarrollo consistente de servicios de exportación en el largo plazo requiere trabajar fuertemente no sólo sobre la promoción sino también sobre la infraestructura disponible y la capacidad de prestación, generando conocimiento y actualización permanente para poder responder a las demandas del sector más dinámico del comercio internacional.