

La exportación de servicios como promotor de la innovación empresarial

Enrique Gea-Izquierdo, PhD

Índice:



- Introducción
- Objetivo
- Método
- Resultados
- Discusión
- Conclusiones

Introducción (I)



El **comercio de servicios ha incrementado** de manera sostenida su importancia en la economía mundial, debido a:

- cambios en los patrones de consumo
- surgimiento de cadenas globales de valor
- apertura comercial (disminución de barreras comerciales)
- avances en las tecnologías de la información y comunicación
- aporte a la generación de empleos
- contribución al crecimiento económico

Introducción (II)



El comercio mundial de servicios según la OMC alcanzó los **4,73 billones de dólares en 2016**. Los principales proveedores de servicios son: Estados Unidos, China, Alemania, Reino Unido, Francia, Japón, Holanda, Irlanda, Singapur e India. **Estos países representan más del 50 % del comercio total de servicios** en este año, mientras que la **contribución de los países en desarrollo fue del 34 % respecto al intercambio total**.

Objetivo



Describir el comportamiento del comercio de servicios en los países miembros de la **CAN** y **el Mercosur**, aportando de esta manera a las investigaciones realizadas que pretenden determinar la influencia de la internacionalización en la **innovación empresarial**.

Método (I)



- En este trabajo se revisan las **exportaciones** en general y de **servicios** en particular de los países miembros de la **CAN** (Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú) y el **Mercosur** (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) en los **últimos cinco años**.
- El análisis del comercio internacional de servicios presenta dificultades de tipo estadístico-conceptual debido a que no existe una definición única de lo que se entiende por comercio de servicios.

Método (II)



Se utilizó la definición del **Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC** y las **formas de suministro** por esta organización identificadas:

- comercio transfronterizo
- consumo en el extranjero
- presencial comercial
- movimiento de personas físicas



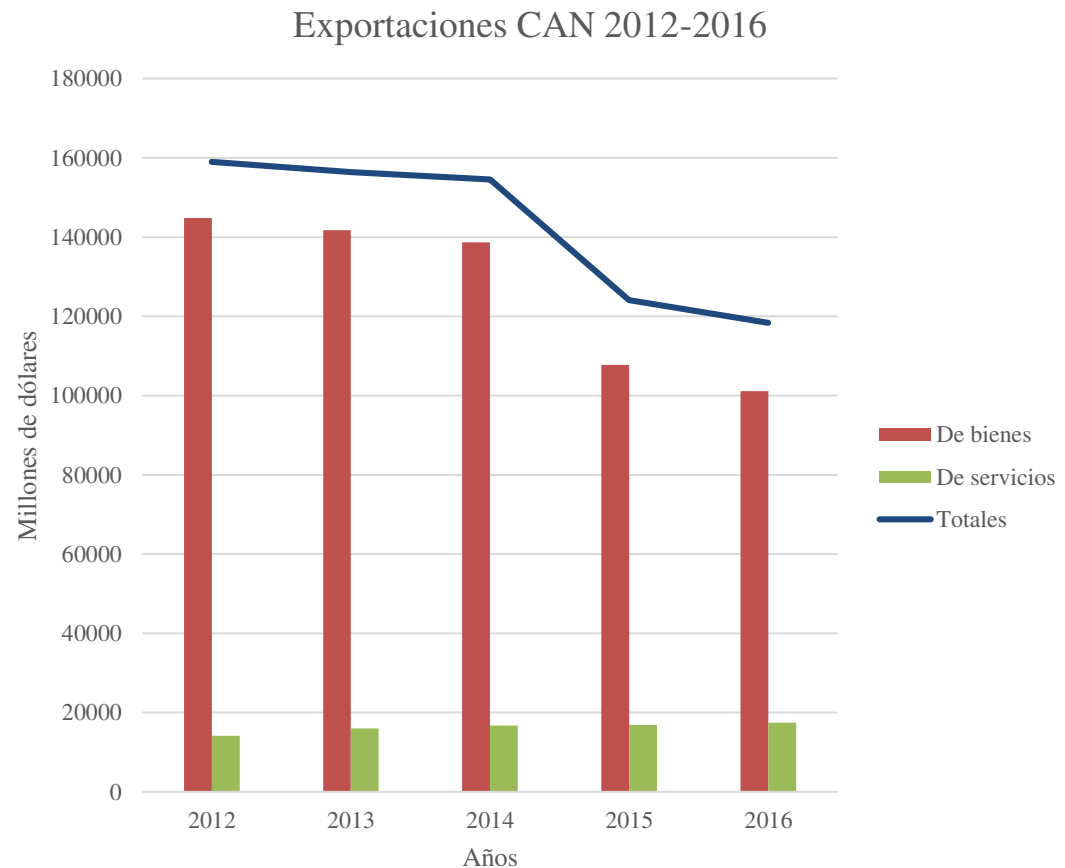
Método (III)

Los datos utilizados en este estudio provienen del portal de datos abiertos: **Números para el Desarrollo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, para el período 2012-2016. Los indicadores analizados son exportaciones totales, de bienes y servicios.

Para mostrar la relación existente entre internacionalización e innovación se tomaron los datos del **Índice Global de Innovación (IGI) 2017**, elaborado conjuntamente por la Universidad Cornell, el INSEAD y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y se los comparó con el ranking de la OMC de proveedores de servicios.

Resultados (I)

- Durante el período de análisis las exportaciones totales de los países miembros de la CAN **muestran una clara contracción**, debido en parte a la **alta dependencia de las exportaciones de bienes mayoritariamente, primarios**.
- Entre 2012 y 2016 las exportaciones de servicios de la CAN crecieron un 23 %, mientras que las de bienes decrecieron un 30 %.

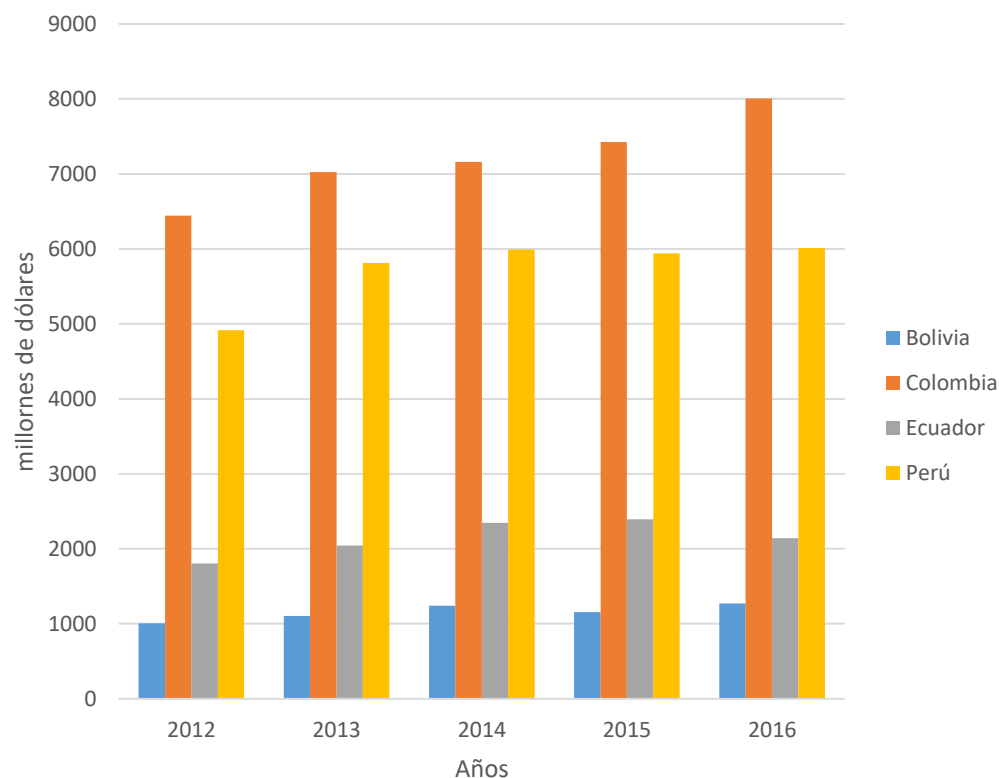


Resultados (II)



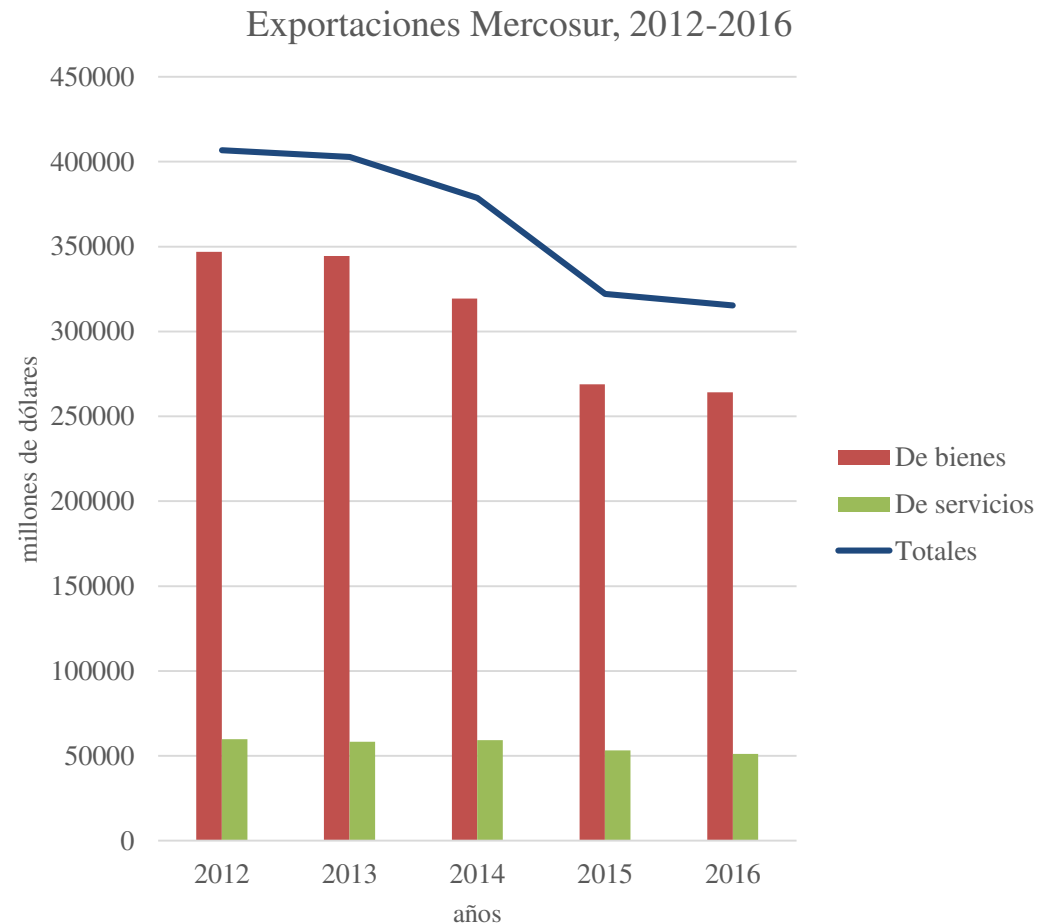
- **Colombia** lidera la exportación de servicios mostrando un crecimiento del 24 %.
- Las **exportaciones ecuatorianas** han estado marcadas por intensas fluctuaciones. Entre 2012 y 2013 crecieron un 13 %, mientras que en 2015-2016 decrecieron un 11 % .

Exportaciones de servicios CAN



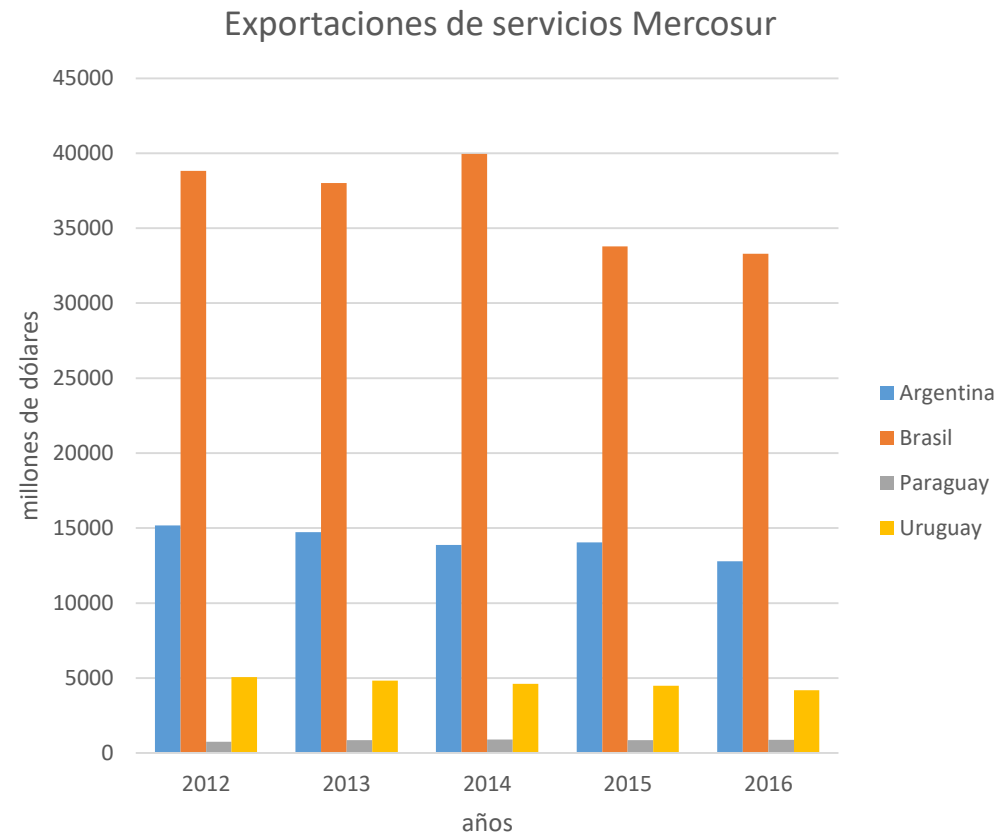
Resultados (III)

- Las exportaciones del **Mercosur** se encuentran altamente concentradas en **bienes 85 %**, en promedio, del total exportado entre 2012 y 2016.
- Las **exportaciones totales, decrecieron** en un **23 %**. A diferencia de las cifras reportadas por la CAN, en Mercosur las exportaciones de bienes y servicios decrecen.



Resultados (IV)

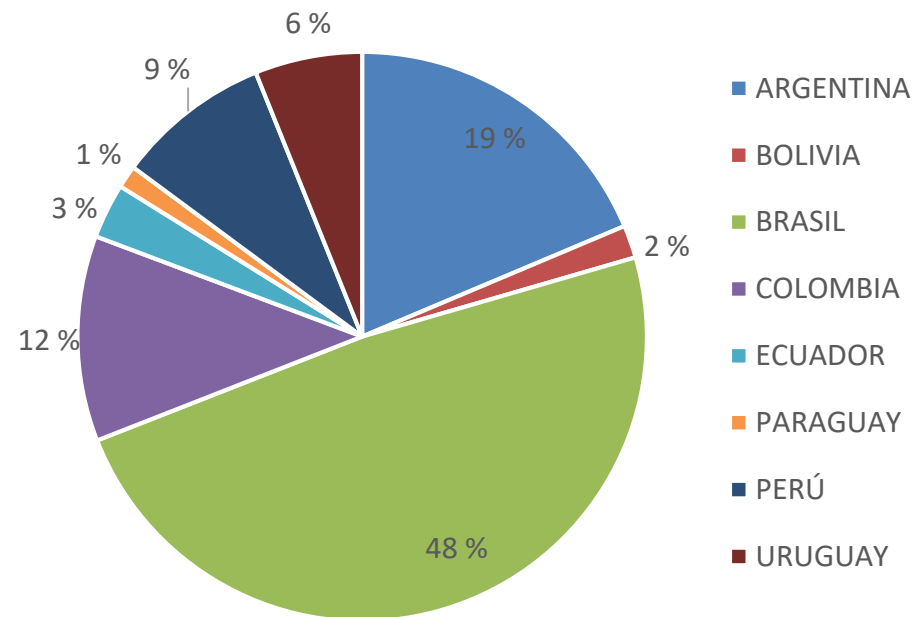
- El principal exportador de servicios en Mercosur es **Brasil**; sus exportaciones representan el 65 % del total exportado por Argentina, Uruguay y Paraguay.
- En segundo lugar se encuentra **Argentina**, cuyas exportaciones muestran un decrecimiento del 16 %, el mayor de este grupo.
- Las exportaciones **paraguayas** crecieron en un 17 %, siendo la única economía de este grupo que reporta tal comportamiento.



Resultados (V)

- **Brasil** es el líder absoluto en la **exportación de servicios**, seguido por Argentina y Colombia respectivamente. Las ventas de estos tres países, en 2016, representaron el 79 % del total exportado.
- Un segundo grupo conformado por **Perú, Uruguay y Ecuador** totalizó en ese año 12 334,81 millones de dólares (18 %).
- Finalmente se encuentran **Paraguay y Bolivia** cuya participación es del 3 %.

Exportaciones de Servicios CAN-Mercosur, 2016



Resultados (VI)



- **Los tres principales proveedores de servicios (2016) de la CAN y el Mercosur; Brasil, Argentina y Colombia**, se ubicaron en las posiciones 26, 44 y 56 respectivamente. Perú, Uruguay y **Ecuador** ocuparon las posiciones 64, **91** y 92; en tanto que Bolivia y Paraguay la 100 y 121 de la lista constituida por 167 países.

Resultados (VII)



- En las **diez primeras posiciones del IGI** se encuentran Suiza, Suecia, Países Bajos, Estados Unidos, Reino Unido, Dinamarca, Singapur, Finlandia, Alemania, Irlanda (economías de alto ingreso).
- Existe **coincidencia entre los líderes en el comercio de servicios y los líderes de la innovación**. Las excepciones son Dinamarca y Finlandia por el lado del ranking de innovación y China e India en lo referente al comercio.

Resultados (VIII)



País	Ranking IGI	País	Ranking OMC
Suiza	1	Estados Unidos	1
Suecia	2	China	2
Países Bajos	3	Alemania	3
Estados Unidos	4	Reino Unido	4
Reino Unido	5	Francia	5
Dinamarca	6	Japón	6
Singapur	7	Países Bajos	7
Finlandia	8	Irlanda	8
Alemania	9	Singapur	9
Irlanda	10	India	10
Corea	11	Bélgica	11
Luxemburgo	12	Suiza	12
Islandia	13	Italia	13
Japón	14	Corea	14
Francia	15	España	15
Hong Kong	16	Canadá	16
Israel	17	Hong Kong	17
Canadá	18	Luxemburgo	18
Noruega	19	Emiratos Árabes Unidos	19
Austria	20	Suecia	20

Discusión (I)



- La **internacionalización** es un proceso que **demanda** una minuciosa **planificación estratégica** que implica poner a prueba la capacidad de la empresa para aprender rápidamente en un contexto distinto al que está acostumbrada a manejar y a sortear de manera efectiva los nuevos **niveles de riesgo** que debe enfrentar.
- La **habilidad para aprender y adaptarse** son características propias de la **innovación**; dentro de este contexto resulta claro que la innovación es un componente crucial de la **estrategia**.
- La **prestación de servicios** ofrece la **oportunidad** a las **empresas latinoamericanas**, independientemente de su tamaño, de incursionar en las **cadena globales de valor**.

Discusión (II)



- Los **principales actores del comercio de servicio son también los líderes del ranking de innovación**. Estos países han apostado a generar las condiciones necesarias para beneficiarse de la apertura comercial y de las oportunidades de tener un mercado global, **mediante** la inversión en su capital humano, infraestructura, creación de un clima de negocios favorable al inversionista, así como el incentivo a la investigación.
- Para que los **países miembros de la CAN y el Mercosur logren incursionar con éxito** en esta nueva tendencia mundial es necesaria la **generación de asociaciones público privadas** que apoyen las iniciativas de exportación de servicios, no solamente en las áreas de turismo y transporte, sino de los llamados **servicios intensivos** en conocimiento (salud, educación, marketing, publicidad, asesoría jurídica y contable, desarrollo de software, investigación y desarrollo).

Conclusiones



- El **ingreso a un mercado externo** requiere del **compromiso** al más alto nivel **empresarial** y de una minuciosa **planificación estratégica** que incluye una auditoría interna que permita detectar debilidades y fortalezas y el análisis de los mercados potenciales para identificar amenazas y oportunidades.
- Existe una **relación positiva entre innovación y crecimiento**. Los efectos de la innovación en el crecimiento de la organización **pueden variar dependiendo** del tipo de industria de la que se trate, el entorno en que desarrolla sus actividades y el mercado en que actúa.
- Para la mayoría de los **países de América del Sur** resulta complicado incorporarse a las cadenas de valor global; al igual que ocurre con el comercio de bienes su participación en servicios es marginal comparada con la de otras regiones geográficas. **La dificultad para la inserción exitosa de estas economías podría explicarse por la baja inversión pública y privada en actividades de investigación, así como el escaso involucramiento de la universidad** en estos aspectos.

Muchas gracias