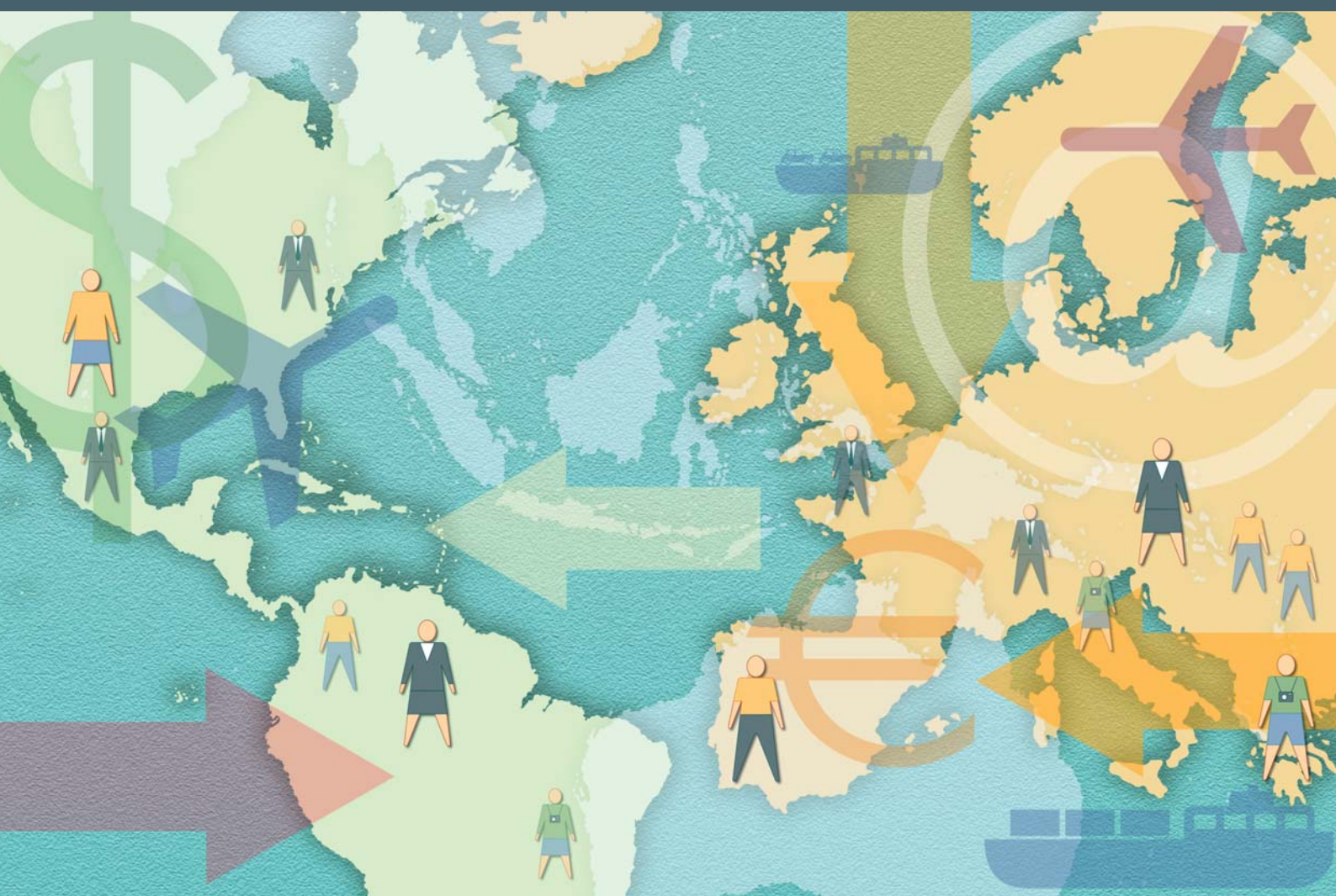




La internacionalització dels serveis*

JUAN R. CUADRADO-ROURA

Des del principi dels anys vuitanta, el procés d'internacionalització de les empreses de serveis s'ha intensificat substancialment. Les xifres totals sobre els intercanvis comercials de serveis, com també les que corresponen a les inversions directes relacionades amb el sector, mostren aquesta tendència. Les empreses que produeixen o subministren serveis intenten ampliar els intercanvis amb altres països per la via comercial, o bé creant sucursals, subscriuint concessions i llicències per a comercialitzar les seves marques o absorbint empreses locals per a introduir-se en altres economies. Els bancs i les entitats financeres importants, les companyies d'assegurances, les empreses de telecomunicacions, les de transports, les dedicades a subministraments d'energia i aigua o les que conformen la branca de «serveis a empreses», s'han internacionalitzat. I ho continuaran fent els pròxims anys.

Sens dubte, l'aplicació de la Directiva de Serveis de la UE impulsarà, encara més, la internacionalització de molts serveis.



* Una versió ampliada d'aquest article es pot llegir a: www.paradigmes.cat/

El pes important que el sector serveis té als països més desenvolupats i la seva expansió continuada els darrers anys constitueixen, sens dubte, un dels trets més comuns i característics de les seves economies. Òbviament, quan es comparen les xifres relatives a la seva contribució al PIB (Producte Interior Brut) o el que comporta l'ocupació en el sector en relació amb el total d'ocupats de cada país, s'observa que hi ha algunes diferències entre països i que, sobretot, la composició interna dels seus respectius sectors terciaris és força dispar. No obstant això, és evident que l'evolució global d'aquest sector i les tendències que mostren algunes de les seves branques tenen moltes similituds. De fet, hi ha coincidència, si més no, en tres aspectes. En primer lloc, en el fet que els serveis han estat, i encara ho continuen essent, el sector líder en la creació d'ocupació a tots els països. En segon lloc, en el fet que les relacions entre les activitats manufactureres i els serveis són cada vegada més estretes en totes les economies, de manera que la denominació que convencionalment s'aplica als països més desenvolupats qualificant-los d'«economies industrialitzades» s'hauria de substituir per la d'«economies *servindustrial*». I, finalment, també hi ha coincidència en el fet que les activitats de serveis no han quedat al marge del procés d'internacionalització que viuen totes les economies en les últimes dècades, tot i que algunes de les seves branques encara es caracteritzin pel fet de moure's en mercats locals.

Caldria substituir la denominació d'«economies industrialitzades» per la d'«economies servindustrial».

El desenvolupament del sector i el procés d'internacionalització a què m'acabo de referir obliguen a plantejar-se algunes preguntes importants, entre les quals hi ha, a tall d'exemple, les següents: Com i per què es produeix el comerç de serveis? Què significa el comerç de serveis en termes quantitatius? Els productors dels serveis es mouen o prefereixen invertir i localitzar-se en els països on tenen o poden tenir un mercat? Quines tendències mostra la inversió directa a l'exterior o de l'exterior en l'àmbit dels serveis? Quins obstacles operen en contra del comerç de serveis? Com s'ha enfocat aquest problema de la lliure circulació de serveis dins de la

Unió Europea? L'objectiu d'aquest article és, en primer lloc, intentar oferir respostes a algunes qüestions conceptuals sobre la internacionalització dels serveis, per a aportar i comentar més endavant algunes dades que il·lustren l'evolució del comerç de serveis i de les inversions directes relacionades amb el sector, tant a escala mundial com en el cas concret d'Espanya.

La internacionalització dels serveis com a part del procés més ampli de globalització

El procés de globalització que s'està vivint en les últimes dècades té una relació molt directa amb els serveis, i no tan sols des del punt de vista econòmic sinó també des de moltes altres facetes, com ara les culturals, socials i polítiques. En aquest sentit, n'hi hauria prou de referir-se als efectes del turisme als països que han estat receptors dels grans fluxos turístics del món, o als efectes que tenen l'expansió dels mitjans audiovisuals i el desenvolupament de les tecnologies de la informació o, sense que això esgoti els possibles exemples de la influència que tenen en els serveis, als grans avenços que s'han produït en els mitjans de transport.

Ningú no negaria en aquests moments que entre globalització i serveis hi ha una relació dinàmica clarament bidireccional (Cuadrado, Rubalcaba i Bryson, 2002). D'una banda, el procés de globalització afecta directament els serveis, ja sigui impulsant els intercanvis comercials de serveis, l'obertura i la integració dels mercats, o afavorint l'especialització i els processos *offshoring* (trasllat a tercers països de parts dels processos de producció, que poden incloure segments del nucli central del negoci) i *outsourcing* (subcontractació de productes de negoci entre països) a escala internacional. Però, des de la perspectiva contrària, els serveis també contribueixen a impulsar la internacionalització i la globalització econòmica, ja sigui per mitjà de l'intens desenvolupament dels transports i les comunicacions, de la generalització de noves modalitats operatives en els intercanvis, o per mitjà

de l'expansió creixent d'alguns serveis a les empreses, com ara la consultoria en els seus diferents vessants, l'assessorament tècnic, fiscal i legal, el desenvolupament de les fires i les exposicions internacionals, la celebració de congressos i trobades, etc. (Cuadrado, Rubalcaba i Bryson, 2002; Rubalcaba, 2007; Cuadrado i Visintin, 2008). De fet, assistim a una internacionalització progressiva de moltes empreses de serveis, que inclouen des de la banca i altres intermediaris financers fins a les companyies d'assegurances i de telecomunicacions, les empreses de distribució, les cadenes hoteleres amb presència en diversos continents i bona part dels proveïdors de serveis a empreses. Aquesta internacionalització no tan sols impulsa els encreuaments d'inversions internacionals en empreses de serveis, sinó també l'expansió dels intercanvis comercials vinculats a aquest camp d'activitat.

Formes de comerç i internacionalització dels serveis

La internacionalització dels serveis es manifesta tant en el creixement dels intercanvis transfronters de serveis com per mitjà de les inversions que fan les empreses del sector amb la creació de filials en altres països, l'absorció d'empreses locals o la presa de posicions amb l'objectiu d'estar presents i guanyar quotes de mercat en altres països.

Tanmateix, llevat d'excepcions, aquest procés s'està desenvolupant amb un endarreriment notable respecte al que va passar en el cas dels béns. Sens dubte, una raó important perquè això es produeixi és que bona part dels serveis tenen algunes característiques que els diferencien substancialment de la majoria dels béns. Esmentem-ne unes quantes: el caràcter immaterial de bona part dels serveis, que alhora es relaciona amb la impossibilitat d'emmagnetitzar-los; la necessitat que la producció i el consum de molts serveis hagin de coincidir en el temps (i també, tot i que no tan necessàriament, en el lloc); o el tipus de relacions molt directes que s'exigeixen entre qui subministra un servei i qui el consumeix. Tot això determina que la «internacionalització» de bastants serveis esdevingui un procés complex que va molt més enllà del simple intercanvi transfronter de productes.

D'altra banda, a més d'aquestes condicions intrínseques, els serveis s'han hagut d'enfrontar sempre amb nombroses «barreres» que han frenat o impedit el comerç de serveis, tot i que aquest comerç era o és realment possible. És típic dels serveis el fet que en tots els països s'hagin establert normes legals i reglamentacions que impedeixen o dificulten la prestació de serveis per un productor d'un país en un altre. A això s'hi sumen, a més, altres barreres de caràcter cultural, institucional i idiomàtic, que són molt més fàcils de superar en el cas dels intercanvis de béns que en el dels serveis. No solament per a subministrar-los des d'un altre país, sinó també per a poder instal·lar-se i desenvolupar-se en un país aliè al mercat del qual es vol accedir.

Els serveis s'han hagut d'enfrontar amb nombroses «barreres» que n'han frenat o impedit el comerç, tot i que aquest comerç era o és realment possible.

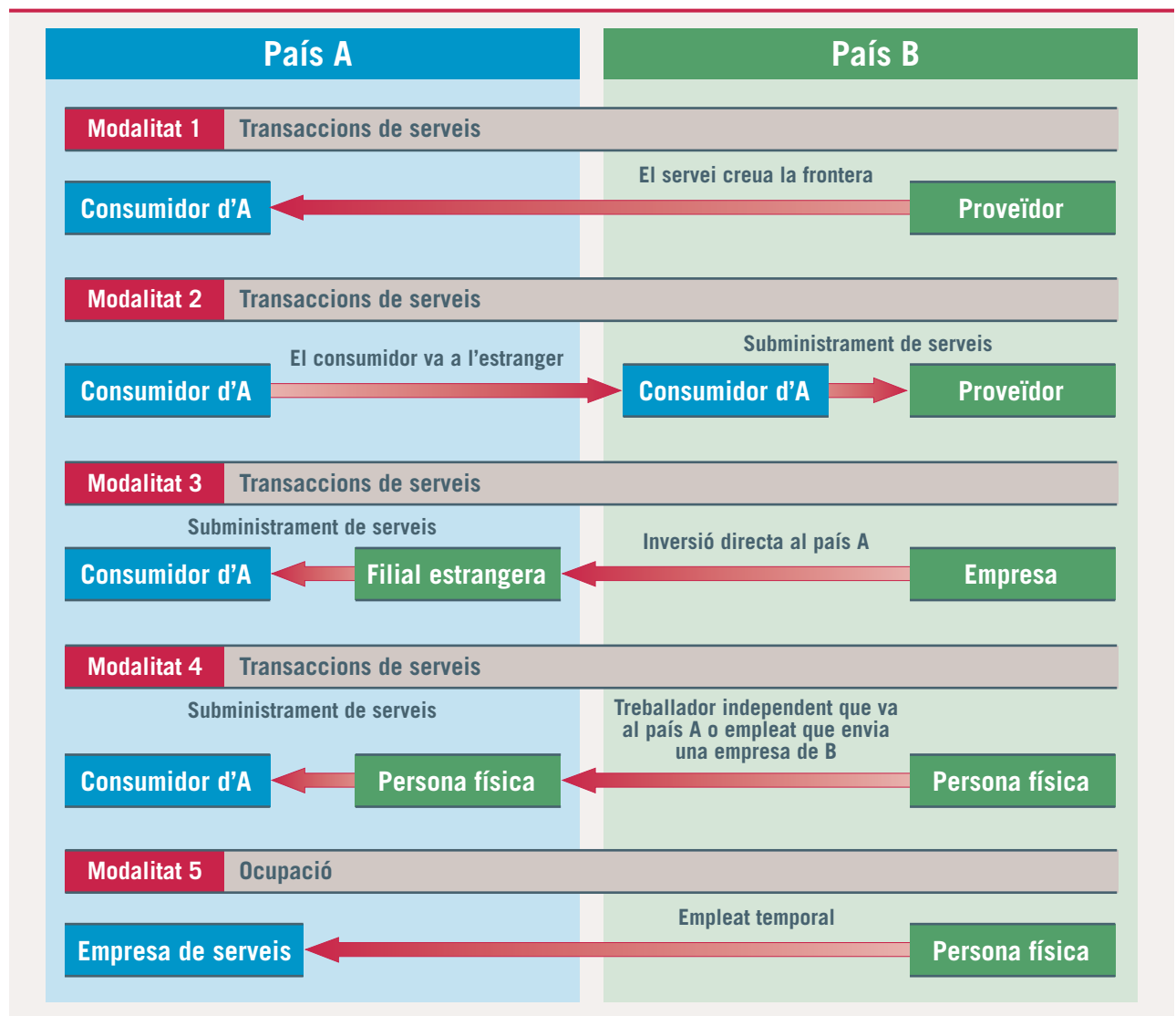
No hi ha dubte que certes activitats terciàries es poden adaptar fàcilment a les transaccions internacionals. De fet, i gairebé per definició, algunes d'aquestes activitats estan intrínsecament abocades a no respectar les limitacions frontereres, com passa amb les comunicacions o els transports. Però, en altres casos, la naturalesa mateixa del servei o l'existència de normes i regulacions pròpies de cada país impedeixen —o gairebé— el comerç transfronter. Els serveis personals (des de les perruqueries fins als serveis de taxi, per exemple, passant per la prestació de serveis de reparacions, o serveis relacionats amb l'educació o la sanitat) se solen produir i prestar en un àmbit territorial limitat o, si més no, cobrint àrees de mercat força reduïdes, fet que generalment només es pot superar per mitjà de l'establiment de sucursals, filials o xarxes d'establiments. En altres casos, el que passa és que les reglamentacions i les exigències burocràtiques imposades per les autoritats o per les associacions professionals de cada país (col·legis professionals, associacions d'empreses prestadores de determinats serveis i similars) són les que impedeixen o dificulten la prestació d'un servei en àmbits diferents del propi.

Les diferències que s'esdevenen en la producció i la prestació dels serveis en relació amb el cas dels béns i les dificultats que ofereix el mesurament i la comptabilització de les seves transaccions comercials, d'inversió o mixtes, han obligat a elaborar un marc teòric específic que permeti enquadrar les diverses formes i vies que utilitzen les empreses per a obrir-se als mercats internacionals. En aquest sentit, l'acord de serveis que es va signar i va entrar en vigor l'any 1995 (*General Agreement on Trade in*

Services, GATS) va definir quatre modalitats per a les quals els serveis poden donar lloc al comerç o a les inversions internacionals. L'esquema permet definir les quatre modalitats o vies que pot adoptar el tràfic de serveis a escala internacional.

► **Modalitat 1.** La primera via de comerç transfronterer fa referència al comerç transfronterer pròpiament dit. Correspon a aquells casos en què el proveïdor del servei està en un país i el consumidor

Quadre 1. Tipologies de les transaccions internacionals de serveis



Font: elaborat a partir del Manual on Statistics of International Trade in Services. UN, EC, IMF, OECD, UNCTAD i WTO, 2002.

▲ L'esquema defineix les quatre modalitats que pot adoptar el tràfic de serveis a escala internacional.

en un altre, sense que cap es vegi obligat a desplaçar-se necessàriament. En aquest àmbit cal situar, per exemple, les comunicacions, els transports, les assegurances i bona part dels serveis financers, els serveis d'informació i altres serveis empresarials.

► **Modalitat 2.** És la referida al consum d'un determinat servei a l'estranger. El consumidor resident en un país es veu obligat a desplaçar-se a un altre país per a poder gaudir del servei. Això passa, per exemple, amb les activitats turístiques, els viatges o la participació en esdeveniments culturals i lúdics.

► **Modalitat 3.** Correspon al cas en què les empreses d'un determinat país presten serveis en un altre país o en uns altres països, bé sia per mitjà de filials, prenent participacions en empreses locals o establint-hi personal propi. La naturalesa i les característiques dels serveis que es volen oferir (proximitat al client, relacions de confiança i de col·laboració, etc.) impulsen la necessitat d'invertir i prendre posicions en el país on es pretén operar. Els casos de l'hostaleria i de bastants serveis a empreses i de serveis d'informació, entre d'altres, proporcionen exemples de multinacionals que tenen filials en diferents països, cosa que incorpora, a més a més, molts avantatges o economies «de xarxa» al seu propi funcionament.

► **Modalitat 4.** Exigeix la presència de persones físiques i descriu aquells casos en els quals un individu es desplaça a un altre país per proporcionar un servei al consumidor. Com a exemples es poden esmentar els desplaçaments de qualsevol professional que viatgi a un altre país i hi romangui per assessorar empreses o governs, dur a terme estudis de mercat o projectar i dirigir obres d'enginyeria.

La definició d'aquestes quatre modalitats permet aclarir bastant les transaccions i els fluxos que es produeixen en el tràfic de serveis i el seu possible reflex –no sense dificultats– en els documents estadístics. Les dues primeres donen lloc a transaccions que normalment es registren en les balances de pagaments. Tanmateix, cal assenyalar que, com ja s'ha dit abans, les transaccions de la modalitat 1 a vegades es poden combinar amb les de la modalitat 4, la qual cosa condueix al fet que en les xifres de comerç internacional de serveis (elaborades a

partir de les corresponents balances de pagaments) s'incloguin totes les transaccions de les modalitats 1 i 2 i part de les que es produeixen d'acord amb la modalitat 4. Les exigències de flexibilitat en la provisió de serveis fan que aquests serveis es puguin comercialitzar simultàniament per vies o modalitats diferents, com passa en el camp de les assegurances i altres serveis financers quan la conclusió d'una operació requereix, per exemple, el desplaçament d'empleats al país del client.

La definició d'aquestes modalitats permet aclarir les transaccions i els fluxos que es produeixen en el tràfic de serveis i el seu possible reflex en els documents estadístics.

Les transaccions de la modalitat 3 i part de les de la modalitat 4 hauran de quedar reflectides, normalment, en les dades relatives a la **inversió estrangera directa** (IED), com a país emissor i com a país receptor. Són bastant nombroses les branques de serveis en les quals les empreses opten per tenir una presència directa a l'estranger, sia mitjançant inversions directes o desplaçant-hi una part del seu personal. Realment, aquesta estratègia és obligada en molts casos –hostaleria i serveis a empreses, per exemple– i respon a les característiques i la naturalesa de força activitats terciàries en les quals la proximitat als clients i les relacions de confiança o de col·laboració necessària entre el proveïdor i l'usuari del servei constitueixen un tret essencial de la prestació del mateix servei, de les característiques i del nivell de qualitat amb què es vol oferir des de l'empresa originària.

Barreres a la internacionalització dels serveis

La classificació anterior sobre les formes o les modalitats de prestació de serveis a clients situats en països diferents del país en el qual resideix l'empresa originària és, sens dubte, interessant i permet comprendre algunes peculiaritats del sector i valorar què reflecteixen les xifres sobre inversions i comerç internacional de serveis. Tanmateix, la realitat és

força més complexa i la prestació o les transaccions de serveis s'enfronten a aquesta realitat amb nombroses barreres que dificulten la lliure circulació, si no arriben a impedir-la.

La major part de les barreres es poden classificar en dos grans grups: legals i no legals. En el primer grup figuren tots aquells obstacles que són conseqüència de restriccions establertes mitjançant lleis i regulacions de qualsevol mena que generen algun tipus de discriminació o impediment en el tractament als productors domèstics de serveis respecte als estrangers. En el bloc de les dificultats no legals s'inclouen aquelles l'arrel de les quals no es troba en decisions polítiques o legals, sinó que obeeixen a causes històriques i culturals d'índole diversa. Entre aquestes causes hi ha les barreres idiomàtiques, la manca d'informació i les diferències en la manera de fer negocis o en el comportament de la ciutadania.

Les barreres idiomàtiques, la manca d'informació i les diferències en la manera de fer negocis o en el comportament de la ciutadania, són barreres no legals que afecten la internacionalització dels serveis.

La **Comissió Europea (COM, 2002, 441, final)** va analitzar aquest tema de manera força detallada en un document elaborat amb la finalitat de revisar els problemes del mercat interior de serveis, que va constituir el punt de partida per a decidir la preparació de la coneguda **Directiva de Serveis** aprovada al final del 2006. En aquest document, les possibles barreres es van organitzar tenint en compte les sis fases que cal diferenciar en el procés de producció i distribució dels serveis:

- Establiment del proveïdor del servei o serveis. La implantació d'un proveïdor de serveis en un país estranger implica que s'ha d'adaptar a les modalitats i les limitacions que hi ha. Les barreres que les empreses troben en la fase d'establiment consisteixen, en general, en l'obligació de complir les regulacions nacionals, regionals i locals establertes en el nou país per mitjà de llicències, autoritzacions

prèvies, requeriments legals o tècnics, etc. Tot això comporta no tan sols problemes pel temps que haurà de passar fins a assolir aquests requisits, sinó que també té un cost econòmic elevat pel fet d'haver de complir uns processos que ja s'havien dut a terme en el país d'origen. La barrera burocràtica per a establir-se pot arribar a significar l'abandonament dels plans previstos o la recerca de solucions alternatives.

- Utilització d'*inputs* per a produir els serveis. Els problemes relatius a la utilització/ocupació d'alguns *inputs* que són necessaris per a produir un servei en un altre país poden ser de caràcter divers. Els més destacables se solen produir en el reclutament i la contractació del personal. Sorgeixen problemes tant en la contractació d'empleats locals (subjectes a les reglamentacions pròpies) com en el desplaçament de personal de la plantilla pròpia. Les formalitats administratives i les peculiaritats de cada país en aquest terreny constitueixen també una barrera efectiva. Cal pensar en les qüestions relacionades amb la seguretat social, el sistema de pensions, els horaris, etc. D'altra banda, també hi pot haver requisits en termes de qualificació o de titulació que impliquin noves dificultats a l'hora de contractar, fins i tot quan les titulacions es podrien considerar equivalents o anàlogues.

- Promoció del producte que s'ofereix. La promoció del producte és essencial per a les empreses establertes en un país i fins i tot ho és més per a les que pretenen expandir-se cap a nous mercats per mitjà del comerç internacional. En aquest àmbit, els prestadors de serveis s'han d'enfrontar sovint amb nivells de regulació molt notables. En el cas de la publicitat, per exemple, les normes difereixen d'un país a un altre i poden afectar només productes determinats. En alguns casos, la publicitat està subjecta a restriccions de contingut o fins i tot és prohibida (com passa en alguns serveis professionals com ara l'advocacia, l'enginyeria i la medicina). En el cas de la promoció i la publicitat dels serveis financers també hi ha hagut algunes restriccions.

- Distribució dels serveis als usuaris. La distribució o la prestació de força serveis està subjecta també a nombroses barreres. Algunes estan relacionades amb l'essència mateixa del servei (el seu caràcter

immaterial o la necessitat de presència simultània del proveïdor i l'usuari), però d'altres són degudes a determinades barreres legals i institucionals de cada país. El cas en què el proveïdor i el consumidor o usuari es troben en països diferents n'és un exemple. Els operadors estrangers s'enfronten, força sovint, a situacions clarament discriminatòries pel fet d'haver de duplicar els esforços per a ajustar-se a les condicions tant del seu país d'origen com les vigents en el nou mercat. A Europa, per a exercir determinades professions, cal estar registrat a l'associació nacional corresponent, cosa que obliga els professionals que vulguin dedicar-se a la seva activitat en un altre país a inscriure-s'hi, complir una sèrie de requisits i satisfer les quotes corresponents. Així mateix, a escala europea les normatives i els requisits legals específics, com és ara el reconeixement de títols i qualificacions professionals, no estan normalitzats.

► Venda del producte (servei). Pel que fa a les barreres que afecten la fase de venda, l'informe de la Comissió al qual ens hem referit abans va ressaltar el nivell d'harmonització tan pobre que hi ha a la Unió Europea (UE). Els contractes, si es compara la manera com es formalitzen per països, requereixen incorporar diverses característiques i requisits a les empreses subministradores, que d'aquesta manera necessiten adaptar-se constantment a les formalitats vigents en els diferents mercats. En aquest camp, cal incloure també els problemes relacionats amb la facturació, la comptabilitat de l'**IIVA** (Impost sobre el Valor Afegit) i altres impostos, o la política de reemborsaments.

► Prestació de serveis de postvenda. En aquest apartat, les principals barreres corresponen novament a la legislació vigent en els diferents països. Sobre aquesta qüestió cal assenyalar que hi ha diferències quant a les responsabilitats legals i les obligacions de postvenda vigents. Per exemple, la cobertura obligatòria d'una assegurança pot variar substancialment d'un país a l'altre amb referència a un mateix tipus de serveis. I en el cas dels terminis de garantia que s'han d'establir passa una cosa semblant, o també pel que fa a les responsabilitats jurídiques i penals dels subministradors, ja siguin de serveis d'enginyeria o de la venda de determinats productes.

El comerç internacional de serveis. Les relacions entre comerç i inversions directes

En les últimes dècades, la «terciarització» ha avançat d'una manera pràcticament ininterrompuda en les economies més avançades del món. En molts països, els serveis representen el 70 % de l'ocupació i del valor afegit, i destaquen especialment EUA, Regne Unit, Holanda, Bèlgica, França, Dinamarca i Suècia, a banda del cas especial de Luxemburg (quadre 2).

Quadre 2. Participació dels serveis en el VAB d'algunes economies el 2007 i pes de les importacions i les exportacions de serveis (en milers de milions de dòlars EUA)

País	% valor afegit	Import.	Export.
Luxemburg	84,0	37,3	64,3
Estats Units	76,9	378,1	493,2
Regne Unit	76,3	203,1	281,4
França	77,4	130,4	145,4
Holanda	73,6	98,2	111,6
Bèlgica	75,3	72,3	78,9
Dinamarca	72,4	53,7	61,3
Itàlia	70,4	121,3	111,7
Suècia	71,8	47,8	63,4
Suïssa	70,8	29,6	66,3
Japó	70,1	150,2	129,0
Nova Zelanda	69,2	9,1	9,3
Austràlia	68,4	38,5	40,2
Mèxic	60,9	23,8	17,7
Espanya	67,4	98,5	128,9
Àustria	67,7	38,9	55,3
Finlàndia	64,2	22,0	23,0
Canadà	66,1	80,5	62,6
Noruega	55,9	38,2	40,3
Turquia	63,5	15,4	28,6
Corea	60,0	83,1	63,3
Irlanda	64,8	93,8	89,8

Font: OCDE, 2009

Un dels fets que destaca quan s'estudia el comerç mundial de serveis és que el sector té una presència bastant més inferior en el conjunt del comerç del que es podria esperar si es té en compte el pes que les seves branques d'activitat tenen en les economies. En valor mitjà, el comerç de serveis (importacions i exportacions) representa el 23-24 %, davant les xifres del 68-70 % i més que representen els serveis per la seva aportació al valor afegit total dels països. Les causes que poden explicar aquest desfasament són essencialment tres:

Els serveis generen el 23-24 % del total del comerç mundial mentre que aporten el 68-70 % al valor afegit total.

- ▶ La preferència dels serveis per alguna de les vies d'internacionalització que són més coherents amb la necessitat de proximitat física amb els mercats i els seus clients. En particular, tendeix a preferir-se la inversió estrangera directa (els serveis tenen una participació molt alta en aquest indicador, propera o superior al seu pes en les economies) o les xarxes de col·laboració i altres formes de transferència de coneixement, imatge o reputació (Cuadrado, Rubalcaba i Bryson, 2002).
- ▶ Les deficiències estadístiques que afecten el mesurament efectiu del comerç internacional de serveis; diverses modalitats de comerç de serveis molt importants no entren en les definicions estadístiques oficials, com ara el comerç intraindustrial i els moviments de persones.
- ▶ L'existència de barreres naturals i artificials al comerç de serveis. La segmentació elevada dels mercats impedeix un comerç més important, en alguns casos per qüestions vinculades a la naturalesa mateixa del servei (per exemple, producció i consum simultanis *in situ*) o al context socioeconòmic (per exemple, problema dels idiomes), però també en altres casos com a conseqüència de barreres artificials creades o avalades pels estats.

En el cas de la UE, les estadístiques disponibles mostren clarament que la integració del mercat de

serveis és molt inferior a la del mercat de béns. Com és lògic, el comerç intraeuropeu és superior a l'extraeuropeu en gairebé totes les branques de l'economia inclosos els serveis –més en importacions que en exportacions–, però el que reflecteixen les dades és que aquest comerç té un pes molt més elevat en el cas dels béns que en els serveis. D'altra banda, si s'analitza el que passa dins d'aquest últim sector es pot observar que hi ha, a més, diferències apreciables per branques d'activitat; per exemple, dins del grup de serveis a empreses, on els sectors de publicitat i màrqueting estan més integrats a Europa que els serveis professionals, els d'enginyeria i els relacionats amb R+D.

A escala mundial, els Estats Units ocupen la primera posició segons el valor de les exportacions i les importacions de serveis (quadre 2). El segon país en importància és el Regne Unit, i el Japó ocupa la tercera posició. Entre els països europeus, els que assoleixen xifres d'intercanvis més altes són França, Itàlia, Espanya i Holanda. En aquests dos últims casos, el valor de les exportacions de serveis és bastant elevat; a Espanya, és a conseqüència del turisme, tot i que –com es veurà més endavant– cada vegada és més important la presència d'altres serveis; en el cas d'Holanda, les exportacions de serveis cobren un espectre més ampli i interessant que va des dels transports i els serveis financers fins a la prestació de serveis a empreses i nombroses partides relatives a altres branques terciàries d'activitat.

El comerç intraeuropeu és superior a l'extraeuropeu en gairebé totes les branques de l'economia i dels serveis.

Des del punt de vista analític, una de les qüestions a les quals s'està prestant més atenció a escala internacional són les relacions que hi ha entre el comerç internacional (CI) i la inversió estrangera directa (IED) en serveis.¹ La literatura teòrica sobre el tema defensa posicions que no sempre són coincidents sobre el caràcter complementari o substitutiu que hi pot haver entre totes dues vies i, si bé la literatura teòrica ha tendit a defensar la tesi de la substitució, els estudis empírics mostren que el CI i la IED actuen cada cop més com a forma complementària en els processos d'internacionalització.

Bona part de les anàlisis disponibles prenen com a referència les dades sobre països i els seus fluxos de comerç i inversió. Però una altra part d'aquestes anàlisis estima que el tema s'ha d'estudiar en l'àmbit d'empreses, ja que són les empreses les que realment prenen decisions i apliquen estratègies.

Comerç i inversions directes en serveis en el cas d'Espanya

L'evolució de les transaccions internacionals d'Espanya en l'àmbit dels serveis i la de les inversions estrangeres directes en el país i de les que les empreses fan en altres països han registrat avenços bastant significatius que cal comentar.

Exportacions i importacions de serveis

A escala mundial, Espanya ocupa una posició destacada quant a les transaccions comercials de serveis, principalment com a conseqüència del turisme. El quadre 3 reflecteix, amb dades de l'Organització Mundial de Comerç (OMC), les posicions dels principals països pel que fa a les exportacions i les importacions de serveis i les variacions registrades en termes anuals i segons xifres en valors corrents en el període 1980-2006. En aquest darrer any, Espanya figura, segons els registres de l'OMC, en la setena posició quant a les exportacions de serveis i en la novena en relació amb les seves importacions. Tanmateix, cal assenyalar que el pes efectiu del comerç espanyol de serveis en relació amb el conjunt mundial és comparativament baix (3,7-3,8 % de les exportacions; 2,9 % de les importacions mundials publicades per l'OMC el 2007), si

Quadre 3. Ordenació per països exportadors i importadors de serveis²

EXPORTADORS SERVEIS COMERCIALS			IMPORTADORS SERVEIS COMERCIALS		
	Participació mundial 2006	Variació anual 1980-2006		Participació mundial 2006	Variació anual 1980-2006
1 Estats Units	14,3	14,5	1 Estats Units	11,7	14,8
2 Regne Unit	8,2	11,7	2 Alemanya	8,2	10,0
3 Alemanya	6,1	11,1	3 Regne Unit	6,5	11,9
4 Japó	4,5	11,7	4 Japó	5,5	9,3
5 França	4,1	6,1	5 França	4,1	7,8
6 Itàlia	3,7	10,5	6 Itàlia	3,9	11,6
7 Espanya	3,7	13,6	7 Països Baixos	3,0	9,2
8 Països Baixos	3,0	9,9	8 Irlanda	3,0	24,4
9 Índia	2,7	20,2	9 Espanya	2,9	16,6
10 Hong Kong (Xina)	2,6	15,7	10 Canadà	2,7	12,2
11 Irlanda	2,5	24,5	11 Índia	2,7	19,8
12 Bèlgica	2,1	=	12 Bèlgica	2,0	=
13 Canadà	2,1	12,9	13 Dinamarca	1,7	15,9
14 Dinamarca	1,9	14,8	14 Suècia	1,5	10,8
15 Luxemburg	1,9	=	15 Hong Kong (Xina)	1,3	14,7
16 Suècia	1,8	11,9	16 Luxemburg	1,2	=
17 Portugal	0,6	13,8	17 Finlàndia	0,6	11,1
18 Finlàndia	0,6	11,4	18 Portugal	0,4	13,0

Notes: els serveis comercials no inclouen serveis del govern. No hi ha informació disponible de serveis comercials per a Àustria i Xina.

Quadre 4. Dades principals sobre el comerç internacional de serveis a Espanya

	Balanç net* (X-M) 1992	Balanç net* (X-M) 2005	Participació (X+M) en el total de serveis 1992	Participació (X+M) en el total de serveis 2005	Taxa de creixement anual 1992-2005 (X+M)
Compte corrent	-16.492	-66.628	492,5	488,1	8,4
Béns	-23.304	-68.970	295,3	297,8	8,6
Serveis	9.598	22.635	100,0	100,0	8,5
Transport	-223	-1.858	17,8	20,7	9,7
Turisme	12.821	26.370	50,4	39,5	6,6
Altres serveis	-3.000	-1.878	31,8	39,8	10,2
Comunicacions	-58	-230	0,8	2,0	15,7
Construcció	39	498	1,5	1,7	9,7
Assegurances	98	22	3,3	1,0	-0,7
Serveis financers	433	-16	2,7	3,4	10,3
Serveis informàtics	-455	1.305	2,0	3,5	13,0
Cànon	-745	-1.677	2,1	2,0	8,0
Altres serveis a empreses	-1.371	-1.597	14,4	23,6	12,3
Serveis personals, culturals i d'oci	-413	-521	2,4	1,8	6,1
Serveis audiovisuals	-345	-530	1,7	1,0	4,8
Altres serveis personals, culturals i d'oci	-69	9	0,8	0,8	8,5
Serveis del govern	-526	338	2,6	0,8	-1,1

* En milions d'euros.
X Exportacions. M Importacions.

Font: elaboració pròpia a partir d'Eurostat. International Trade in Services. 2008.

bé ha estat i està per damunt de la mitjana de la UE-15 i de bastants països de la Comunitat.

El component més important de les exportacions espanyoles de serveis són les entrades per turisme.

Les xifres agregades són, en qualsevol cas, un pèl enganyoses, ja que el component més important de les exportacions espanyoles de serveis són les entrades per turisme, mentre que les altres partides no tan sols són menys importants sinó que, a més a més, el seu saldo net acostuma a ser negatiu o només lleugerament positiu (quadre 4, amb dades d'Eurostat). Això no vol dir que s'hagi de menysprear la importància d'algunes línies de la balança

espanyola de serveis, ja que, els últims anys, les transaccions netes (positives o negatives) han augmentat significativament la seva participació en el total, com passa amb les assegurances, els serveis informàtics i algunes activitats incloses en «altres serveis a empreses». De fet, mentre l'any 1992 una mica més de la meitat del comerç exterior de serveis corresponia a les activitats turístiques, el 2006 la seva importància en termes nets va disminuir (van representar el 39 %), cedint posicions als transports i a altres serveis, entre els quals comencen a destacar ja els serveis a empreses i els informàtics.

Tot i que aquí no podem aprofundir en l'anàlisi del comerç de serveis d'Espanya, és possible formular almenys tres breus reflexions. La primera és que, si es deixen a un costat les activitats turístiques,

Espanya està entrant cada vegada més en les transaccions internacionals de serveis, camp en què algunes activitats (comunicacions, transports, serveis a empreses, serveis audiovisuals i fins i tot alguns serveis personals) aconseguixen taxes d'augment en les exportacions que estan per damunt de les importacions. La segona és que, igual que en la major part dels països considerats abans, la significació d'aquestes transaccions exteriors no té relació amb el pes que tenen els serveis en l'economia. La mateixa naturalesa de molts serveis determina que això passi, ja que són molts els serveis que es produeixen i es consumeixen dins del mateix país (des de l'educació i la sanitat fins a la majoria dels serveis personals, bona part dels transports, etc.). Tanmateix, no és menys cert que el marge perquè els intercanvis internacionals de serveis augmentin és molt ampli, cosa que permet pensar en l'assoliment d'augment importants en el comerç de serveis d'Espanya amb la resta del món. Finalment, cal recordar que el saldo positiu que Espanya ha tingut en la seva balança de serveis no ha permès compensar l'elevat dèficit comercial per mercaderies. És més, els darrers quinze anys el saldo net negatiu s'ha triplicat.

La política econòmica hauria de prestar cada vegada més atenció i més suport a la promoció de les exportacions espanyoles de serveis. Alguns països amb una dimensió econòmica inferior a la que té Espanya (Holanda, Irlanda, Bèlgica, Canadà, Dinamarca...) ocupen posicions més bones tant en termes absoluts com pel que fa al seu pes a escala internacional.

Inversions estrangeres a Espanya i inversions espanyoles a l'exterior

Com s'ha exposat en el primer apartat d'aquest article, la realització d'inversions en altres països constitueix una de les vies més importants en el procés d'internacionalització de les empreses de serveis. La mateixa naturalesa d'alguns serveis i les seves exigències quant a les necessitats de relació directa amb els usuaris en molts casos fan que les empreses que pretenen entrar en altres mercats decideixin invertir-hi directament, bé sigui mitjançant l'adquisició d'entitats que ja operaven en els

mercats del país desitjat, creant filials o sucursals, o mitjançant acords de col·laboració amb empreses locals. D'altra banda, la globalització està impulsant el paper de les «marques» en l'àmbit internacional dels serveis (pensi's en les cadenes hoteleres, les empreses de consultoria, les de transports i altres), que representen un actiu molt important per a desenvolupar serveis en altres països, on per a estar-hi presents és necessari instal·lar-s'hi o bé tancar algun tipus de participació en el capital d'altres empreses. A més a més, la realització d'inversions en altres països constitueix una via per a esquivar algunes de les barreres que solen afectar el subministrament transfronterer de serveis.

Els darrers anys Espanya ha estat un país al qual han acudit i invertit les empreses de serveis d'altres països i, alhora, algunes empreses espanyoles han optat també per la realització d'inversions importants en tercers països. De fet, per aquest motiu Espanya ha estat un dels països que més ha invertit a l'exterior en alguns anys concrets en camps com la banca, la telefonia, els subministraments energètics i de l'aigua, etc.

Espanya ha estat un dels països que més ha invertit a l'exterior en alguns anys concrets en camps com ara la banca, la telefonia, els subministraments energètics i de l'aigua.

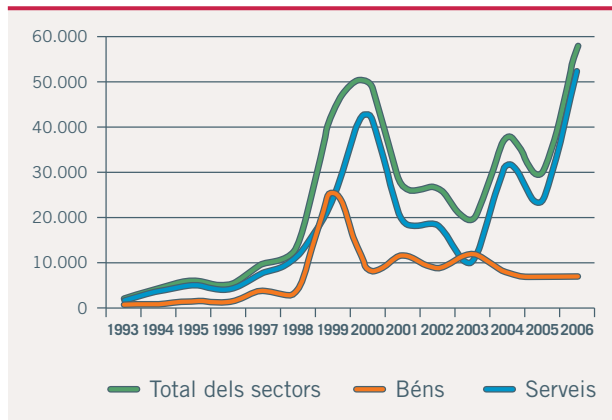
Els fluxos d'inversió directa referits al sector serveis espanyol es poden aproximar a partir de les series **Datainvox** del **Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç**, tant per a les inversions espanyoles en altres països com per a les inversions estrangeres a Espanya. Els gràfics 1 i 2 representen, respectivament, les IED realitzades per Espanya en altres països i les rebudes de l'exterior. Les xifres estimades mostren que en bastants exercicis Espanya ha estat, sobretot, un país inversor a l'exterior. El període 1998-2002 va ser el de més intensitat en les inversions rebudes i destinades al sector serveis, amb un màxim de 23.670 milions d'euros l'any 2000. La inversió espanyola en altres països també va tenir el seu primer màxim el 2000, quan va arribar als

42.783 milions d'euros; així mateix, va registrar un nou impuls el 2004 i el 2006, per disminuir posteriorment. En termes absoluts, els fluxos d'inversió



Gràfic 1. Inversions estrangeres directes rebudes per Espanya

(en milions d'euros)



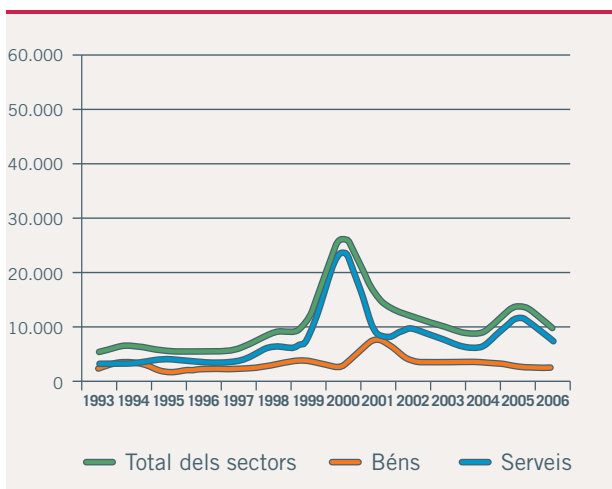
Font: elaborat amb xifres del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

▲ A partir del 2003 tornen a augmentar les inversions estrangeres a Espanya.



Gràfic 2. Inversions directes de l'exterior a Espanya en activitats de serveis

(en milions d'euros)



Font: elaborat amb xifres del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

▲ Les inversions provinents de l'exterior són molt inferiors que les espanyoles realitzades a fora.

directa en serveis són, d'una banda, considerablement superiors als corresponents a la producció de béns i, de l'altra, la inversió espanyola per a dur a terme activitats de serveis a l'exterior és molt més alta que la rebuda per aquest mateix concepte, com va assenyalar Fernández Otheo (2007).

Un fet que cal tenir en compte amb relació a les dades ofertes és que les inversions corresponents a cada exercici estan molt influïdes per alguna operació o operacions concretes realitzades que es van fer durant el mateix exercici, cosa que es reflecteix tant en la quantia total d'aquest any com en la distribució per sectors i branques d'activitat. Les preses de posició en banca i telefonia per Espanya en altres països han marcat alguns màxims que s'han comentat més amunt.

Les IED espanyoles s'han concentrat en algunes activitats molt concretes. Les principals són telecomunicacions i banca i altres intermediaris financers. Per sota, les activitats immobiliàries, els transports i el comerç a l'engròs.

Des del punt de vista sectorial, les IED espanyoles s'han concentrat, en els anys dels quals s'ofereixen dades, en algunes activitats molt concretes. Les dues principals són: telecomunicacions i banca i altres intermediaris financers. En una posició més baixa, tot i que rellevant, figuren les activitats immobiliàries (que en el període 2004-2006 van ser molt dinàmiques), els transports (amb una importància especial en aeroports), el comerç a l'engròs i els subministraments d'energia. Molt allunyats ja de les anteriors branques productives hi ha les assegurances i les activitats d'intermediació financera, les activitats informàtiques, els serveis vinculats a la salut i les activitats culturals. Com a país receptor d'inversions estrangeres, les principals activitats en les quals s'han concentrat han estat: assegurances, hostaleria, serveis informàtics i altres intermediaris financers.

L'origen de les IED cap a Espanya i la destinació de les inversions espanyoles cap a altres àrees del món també són interessants, sobretot perquè les dades

mostren que no han estat els països llatinoamericans els principals receptors de les inversions espanyoles directes en serveis, sinó la Unió Europea (gràfic 3). Espanya ha estat, sobretot, receptora d'inversions europees en activitats de serveis (22.846 milions d'euros, com a mitjana anual), tot i que els fluxos d'inversió espanyols cap a la UE orientats a branques de serveis assoleixen una xifra anual mitjana que també és important: 17.794 milions d'euros. En canvi, les xifres mitjanes de les inversions cap a Amèrica del Nord i Amèrica Llatina i des d'aquests territoris reflecteixen que Espanya ha originat uns fluxos molt superiors als que ha rebut. Això no és en absolut sorprenent en el cas dels països llatinoamericans, però sí quant a les inversions estatunidenques i canadenques. En tot cas, cal subratllar que les inversions espanyoles destinades a Europa són, de mitjana i per al període 2001-2006, dues vegades i mitja superiors a les dirigides cap a Amèrica Llatina. Els països que han

invertit més a Espanya són Holanda, Luxemburg, Regne Unit i França, que, en conjunt, representen més del 50 % de la inversió rebuda. Les inversions espanyoles més altes a la resta d'Europa, referint-nos sempre al sector serveis, s'han dirigit al Regne Unit, França, Països Baixos i Itàlia. A Amèrica Llatina, les inversions espanyoles han comprès un gran nombre de països, però amb una clara prioritat s'han dirigit cap a quatre: Brasil, Mèxic, Xile i Argentina, destinataris tant de les inversions en telecomunicacions i banca com de les orientades cap a altres activitats de serveis, tot i que sempre amb xifres molt inferiors, com és ara serveis a empreses, subministrament d'electricitat i aigua i hostaleria, entre d'altres.

Nota final: algunes idees per a retenir

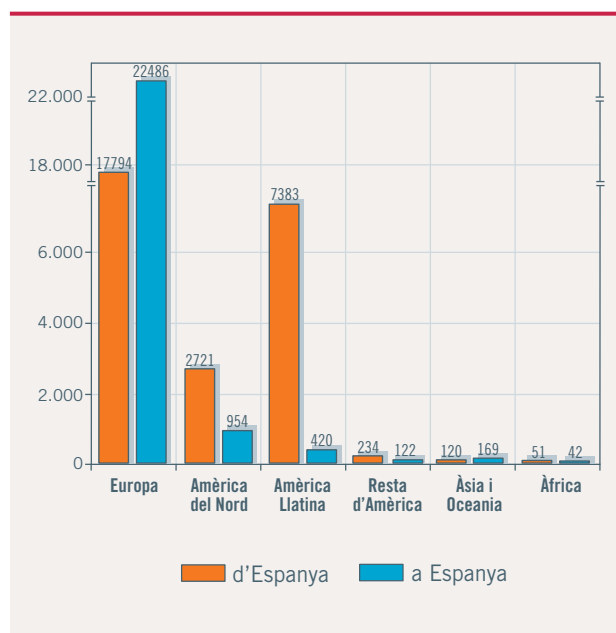
Hi ha alguns punts i algunes idees que es podrien ressaltar en cloure aquest text. Són els següents:

- ▶ El fet innegable que la «internacionalització» dels serveis –i per tant de les empreses que els produeixen o ofereixen– és un procés que s'ha accelerat molt els darrers anys i que es pot considerar ja que no té aturador.
- ▶ Aquest procés d'internacionalització es produeix per diverses vies i en particular per dues de concretes: les transaccions comercials de serveis a escala internacional i la realització d'inversions directes encreuades (d'altres països cap al propi i viceversa); aquesta última via és exigida en un bon nombre de casos per les característiques mateixes de molts serveis, que requereixen la màxima proximitat amb els usuaris, amb instal·lacions pròpies in situ.
- ▶ En l'article s'han enumerat les múltiples barreres que es deriven de les normes legals vigents a cada país, a banda de les no legals, com ara l'idioma i les pautes socials i culturals pròpies. La UE ha intentat recentment donar un impuls a la veritable existència del mercat únic de serveis, mitjançant una Directiva marc que obliga a suprimir tràmits i requisits innecessaris, com també a una transparència més gran per a les empreses.



Gràfic 3. Fluxos d'inversions, en mitjana anual per àrees geogràfiques 2001-2006

(en milions d'euros)



Font: elaborat amb dades del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç.

▲ Espanya ha estat sobretot receptora d'inversions europees en activitats de serveis.

- Les dades sobre el pes de les importacions i les exportacions de serveis a escala mundial i per països mostren que hi ha una clara desproporció en l'elevat pes del sector serveis en totes les economies. Tot i que molts serveis tenen i continuaran tenint caràcter local o regional, sembla indubtable que hi ha un ampli marge perquè el comerç de serveis amplii la seva dimensió els pròxims anys.
- En el cas d'Espanya, el text ha aportat dades sobre importacions i exportacions de serveis i sobre inversions en el sector tant procedents d'altres països com de les empreses espanyoles cap a l'estranger. En el primer cas, la balança espanyola ha estat tradicionalment i continua essent positiva i el turisme és la principal partida exportadora, tot i que

ja hi ha diversos conceptes les transaccions dels quals han crescut: transports (saldo negatiu el 2005), serveis informàtics (saldo positiu l'any 2005), altres serveis a empreses (saldo negatiu el mateix any), serveis audiovisuals i serveis personals, culturals i d'oci (tots dos amb saldo negatiu tot i que menys important).

- En el cas de les IED, es constata que les empreses espanyoles han fet inversions importants a la UE i a Amèrica Llatina (tot i que amb fluctuacions segons els exercicis) i que les principals inversions estrangeres procedeixen de la UE i, en particular, d'Holanda, Regne Unit i França, a més de Luxemburg, centrades en les branques d'assegurances, hostaleria, serveis informàtics i altres intermediaris financers.

JUAN RAMON CUADRADO-ROURA

Catedràtic d'Economia Aplicada a la Universitat d'Alcalá i director fundador de l'Institut de Análisis Económico y Social.

Ha estat professor i catedràtic a les universitats de Barcelona i Màlaga, i professor visitant a Berkeley (EUA).

Ha exercit diversos càrrecs públics i ha treballat en el camp dels problemes regionals i urbans i en política econòmica comunitària.



Referències bibliogràfiques

- CUADRADO, J.R.; VISINTIN, S. (2008). «Internacionalización de los servicios vía inversiones». *Economistas*, any XXVI, núm. 116, p. 61-68.
- CUADRADO, J.R.; RUBALCABA, L.; BRYSON, J. (eds.) (2002). *Trading Services in the Global Economy*. Cheltenham (RU): Edward Elgar.
- COM (2002). *Informe de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. Estado del mercado interior de servicios. Informe presentado en el marco de la primera fase de la estrategia para el mercado interior de servicios*. COM, 2002, 441, final. Brussel·les: Comissió Europea.
- DI MEGLIO, G.; RUBALCABA, L. (2007). «La internacionalización de los servicios en España». *Economistas*, any XXV, núm. 114, p. 63-71.
- FERNÁNDEZ OTHEO, C. (2007). «Flujos, stocks y rentas de inversión extranjera directa en la balanza de pagos. Una perspectiva comparada». *Economistas*, any XXV, núm. 114, p. 72-81.
- RUBALCABA, L. (2007). *The New Service Economy. Challenges and Policy Implications for Europe*. Cheltenham (RU): E. Elgar.
- VISINTIN, S. (2009). «Cruzar fronteras: Relaciones entre el comercio internacional y la inversión extranjera directa en el sector español de servicios». *Papeles de Economía Española*, núm. 122, p. 166-184.

Notes

1. Vegeu: Visintin (2009), del qual es prenen les idees d'aquesta part i les principals referències.
2. Les dades que s'aporten en els quadres 3 i 4 provenen del treball realitzat per Di Meglio, G. i Rubalcaba, L. (2007).