



Journal of Economics, Finance and

Administrative Science

ISSN: 2077-1886

jguillen@esan.edu.pe

Universidad ESAN

Perú

Carazas, Pedro Miguel

COMERCIO POTENCIAL DE SERVICIOS DEL PERÚ CON EL ASIA PACÍFICO

Journal of Economics, Finance and Administrative Science, vol. 13, núm. 24, junio, 2008, pp. 113-130

Universidad ESAN

Surco, Perú

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360733604006>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

COMERCIO POTENCIAL DE SERVICIOS DEL PERÚ CON EL ASIA PACÍFICO*

Pedro Miguel Carazas

pcarazas@iaccsac.net

Resumen

Los servicios representan el 47% del producto mundial y diversos estudios señalan que la liberalización de su comercio ofrece mayores beneficios que el correspondiente al de bienes. Pese a ello, hay poca investigación sobre este tema y la definición del concepto servicios es aún motivo de controversia. El Perú no escapa de la tendencia mundial, pues los servicios constituyen el 65% del PBI y el 75% de la PEA. Además, su desarrollo es vital para el objetivo nacional del posicionamiento *hub*. El presente estudio tiene como meta identificar, sobre la base de indicadores comerciales y de liberalización, el comercio potencial de servicios con el Asia Pacífico, región que representa cerca del 18% del comercio mundial actual. Esta investigación abarca el comportamiento comercial peruano, así como el de Chile y Colombia, países a los que también se les considera competidores como «plataforma de entrada» a la subregión andina. Se encuentra que hay un amplio margen para intensificar relaciones con el Asia Pacífico y se ofrece recomendaciones de política con relación a la política exterior peruana.

Palabras claves: comercio de servicios, liberalización, apertura, posicionamiento *hub*, economías APEC.

Abstract

Services account for 47% of global output and, as per several studies conducted, the liberalization of their trade brings more advantages than trade in goods. Despite of this fact, there has been little research on the subject, and the definition of services has remained controversial. Peru sticks to global trend, as services represent 65% of GDP and 75% of EAP. Moreover, the development of tertiary sector is essential to attain a hub position. This paper is aimed at identifying the potential trade in services with Asia Pacific, based on trade and liberalization indicators –this region accounts for nearly 18% of current world trade–. It considers the commercial behavior of Peru, as well as that of Chile and Colombia, which are regarded as competitors in their condition of «access platform» to the Andean sub region. It is concluded that there are many possibilities to intensify relations with Asia Pacific and policy recommendations that should be taken into account by the Peruvian foreign policy are provided.

Key words: trade in services, liberalization, opening, hub position, APEC member economies.

* Trabajo premiado con el primer puesto en el IV Concurso de Investigación Juan Abugattás Abugattás, convocado en el 2007 por la Red Peruana para Estudios del Asia Pacífico (Redap).

Introducción: marco conceptual y relevancia del tema

El estudio de los servicios es reciente, en parte debido a que, desde el nacimiento de la economía como ciencia, ya Adam Smith descartaba su importancia afirmando que estos no producían ningún valor agregado. Recién en 1977 se articula la definición más expandida sobre el término *servicios*. Para Hill:

... constituyen el cambio en la condición de una persona o bien de propiedad de una unidad económica, que se lleva a cabo como resultado de la actividad de otra unidad económica con el acuerdo previo de la mencionada persona o unidad económica (1977: 318).

Este concepto contiene implícitas la intangibilidad y no la *almacenabilidad* de los servicios, ya que requieren la proximidad física del productor y el consumidor. Por su parte, el *Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios* se basa en el Sistema de Cuentas Nacionales de 1993, según el cual:

... los servicios no son entidades independientes sobre las que se puedan establecer derechos de propiedad; no pueden intercambiarse por separado de su producción. Los servicios son productos heterogéneos producidos sobre pedido que generalmente consisten en cambios en las condiciones de las unidades que los consumen y que son el resultado de las actividades realizadas por sus productores a demanda de los consumidores. En el momento de concluir su producción los servicios han sido suministrados a sus consumidores (OMC, 2003).

No obstante, el manual considera que el término *servicios* abarca un conjunto heterogéneo de productos y actividades intan-

gibles que resultan difíciles de englobar en una definición simple. En ese sentido, el concepto *servicios* se encuentra actualmente en un proceso de cambio semántico debido a dos motivos:

- Los avances tecnológicos generan cambios en el proceso producción-consumo de los servicios. En 1989, Bhagwati afirmaba que no siempre los servicios requieren la proximidad física del productor y del consumidor debido al desarrollo tecnológico, lo cual en nuestros días es prácticamente una certeza. Por ello, las conceptualizaciones recientes indican que los servicios necesitan, más bien, «interacción» entre ambos.
- La mayor investigación académica sobre el tema genera una creciente comprensión de las características subyacentes a los servicios.

El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) indica cuatro modos para su comercialización en el contexto internacional:

Modo 1. Comercio transfronterizo: es el servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor. Por ejemplo, el suministro de un servicio a través de las telecomunicaciones.

Modo 2. Consumo en el extranjero: el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor. El ejemplo más importante para el Perú es el turismo.

Modo 3. Presencia comercial: es el servicio brindado por un proveedor de servicios de un miembro mediante la presencia comercial en el territorio de cualquier otro miembro. Este modo se

mide mediante la inversión extranjera directa (IED).

Modo 4. Presencia física de personas naturales: consiste en el desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio. Los servicios profesionales son un ejemplo de esta modalidad.

Es preciso indicar que estas categorías teóricas no son tan sencillas de diferenciar en la práctica. Esto se debe a que las actividades comerciales en ocasiones representan una «mezcla» de modos. Pero la clasificación del GATS es sumamente valiosa en la medida en que armoniza la información disponible, lo que permite realizar estudios comparables para distintas regiones y períodos.

1. Importancia de los servicios en el desarrollo económico

Los servicios cumplen fundamentalmente una labor de intermediación a través de espacio y tiempo de las actividades económicas, por lo que tienen un efecto transversal sobre los demás sectores productivos. Así, como son provistos eficientemente reducen de manera significativa los costos de transacción y contribuyen al desarrollo económico.

De esa manera, diversos estudios de equilibrio general computable (McGuire, 2002; UNCTAD, 2005) han indicado que el proceso de liberalización del comercio de servicios puede ofrecer beneficios aun mayores que la liberalización del comercio de bienes, especialmente para los países en desarrollo. Complicaciones con la calidad de la información disponible y la calibración de los modelos pueden dificultar

la interpretación de los resultados de las investigaciones mencionadas (Nielson y Taglioni, 2004). Sin embargo, no dejan de ser reveladoras en cuanto a la importancia de los servicios y su comercio internacional.

Por otro lado, en la actualidad existe una tendencia a aglomerar las principales líneas de comercio marítimo y con ello los flujos comerciales en determinados puertos estratégicos dentro de una región. Estos puertos cumplen la función de redistribuir las mercaderías al resto de la región a la cual pertenecen: son los denominados puertos *hub* (Belaunde y Bryce, 2005).

Debido a la posición estratégica que representa para un país tener un puerto *hub*, para el Perú es un objetivo nacional convertirse en *hub* subregional en la zona andina. Chile, Colombia y Ecuador tienen objetivos similares, por lo que se presentan como potenciales rivales en la costa del Pacífico de América Latina. Según Belaunde y Bryce (2005), los principales competidores del Perú son Chile y Colombia, resultado que se obtiene si se evalúa la capacidad *hub* mediante cinco criterios:

- Conectividad
- Infraestructura y costos portuarios
- Apertura comercial
- Tamaño de mercado
- Distancias

Por ello, es vital el mayor crecimiento de los servicios *vis-à-vis* con estos países en la medida en que permiten mejorar la conectividad, desarrollar el mercado local, reducir las distancias económicas e incrementar la apertura efectiva del país. Asimismo, la ubicación geográfica de estas tres naciones en la costa sudamericana del

Pacífico es el fundamento de su competencia para posicionarse como principales socios comerciales (en materia de bienes y servicios) de los países del Asia Pacífico y ser su «plataforma de ingreso» a la región andina.

2. Objetivos, alcances y metodología

Si se tiene en cuenta las condiciones previamente planteadas y que el continuo fortalecimiento de las relaciones político-económicas entre los países orientales y los latinoamericanos crea una oportunidad de negocios para los segundos que puede ser aprovechada de manera desigual por cada uno de ellos (dependiendo de sus condiciones iniciales y su ajuste a las necesidades de mercado), el presente trabajo plantea el siguiente objetivo:

Identificar las potencialidades en el comercio de servicios entre el Perú y el Asia Pacífico, tanto desde las perspectivas exportadora e importadora.

Para definir las potencialidades se considera el comportamiento comercial reciente del Perú y el de nuestros competidores regionales (Chile y Colombia) mediante el uso de un esquema metodológico que se explica más adelante. Además, habida cuenta de las características singulares del modo 3 (presencia comercial) y la información disponible, el estudio solo cubre las modalidades 1, 2 y 4 del GATS. Se analizan los servicios comerciales —definidos como el total de servicios prestados menos los servicios gubernamentales—, con especial énfasis en aquellos servicios relacionados con el posicionamiento *hub* que se divide en los siguientes sectores:

- Comunicaciones
- Construcción

- Seguros y servicios financieros
- Transporte
- Servicios empresariales
- Viajes personales (entiéndase como servicios turísticos)

2.1. Hipótesis

La hipótesis que se plantea es la existencia de un potencial para el incremento de la interacción comercial con el Asia Pacífico en sectores relevantes para el posicionamiento del Perú como *hub* en la región andina.

2.2. Esquema metodológico

La metodología que se plantea estudia la potencialidad del comercio de servicios mediante los modos 1, 2 y 4 del Perú con el Asia Pacífico; asimismo, se toma en consideración las relaciones peruanas recientes con el resto del mundo y con la región asiática. El comportamiento comercial peruano es comparado con el de Chile y Colombia, a fin de tener una noción más exacta del potencial en relación con los competidores regionales. Es importante aclarar que, a diferencia del comercio de bienes, la información con la que se cuenta para servicios es mucho más restringida tanto en calidad como en temporalidad; en vista de ello, este estudio se basa en la estructura comercial reciente y utiliza información de la Cepal (2004), GATS (2001) y de la base de datos de GTAP (2001).

Para alcanzar el objetivo indicado previamente es necesario, en primer lugar, ofrecer un panorama reciente de las tendencias generales y sectoriales del comercio de servicios en el Perú. Asimismo, se presentan las relaciones bilaterales peruanas con regiones y países relevantes. Posteriormente, se

Cuadro 1. Indicadores utilizados

| Indicadores | | Fórmula | Descripción |
|----------------|--------------------------|----------------------------------|--|
| Comerciales | VCR reg | $(X_{ip}/X_p) / (X_{ir}/X_r)$ | Participación del sector i en las exportaciones totales del país p entre participación del sector i en las exportaciones de la región. Si VCR>1, se considera que el país p tiene ventajas comparativas reveladas en exportaciones del sector i . |
| | CRC reg | $(M_{ip}/M_p) / (M_{ir}/M_r)$ | Participación del sector i en las importaciones totales del país p entre participación del sector i en las importaciones de la región. Si CRC>1, se considera que el país p tiene ventajas comparativas reveladas en importaciones del sector i . |
| | Doble relatividad | $(X_{jp}/X_{ip}) / (X_{jp}/X_p)$ | Participación del país j en las exportaciones del país p en el sector i entre la participación del país j en el total de exportaciones del país p . Mientras mayor sea el índice, mayor será la importancia relativa del país j en el sector i . |
| Liberalización | Índice de cobertura | N_t / N_{max} | Porcentaje de acuerdos firmados entre el total de acuerdos posibles. |
| | Índice de liberalización | P_t / P_{max} | Puntaje obtenido entre puntaje máximo obtenible sobre los compromisos del GATS. |

Elaboración propia.

Nota: Para construir el índice de cobertura se requiere saber el número de acuerdos firmados en el GATS. Sin importar lo que señale el tipo de acuerdo, este se contabiliza. Finalmente, el índice de cobertura será el ratio entre el total de acuerdos firmados sobre el total de acuerdos posibles. En la medida en que mayor sea el índice podrá entenderse que el país analizado ha firmado mayor número de acuerdos, con lo cual se aproxima a ser más liberal. Donde N_t es el número de acuerdos firmados, mientras que N_{max} es el número máximo de acuerdos posibles por firmar.

El índice de liberalización, a diferencia del índice de cobertura, sí toma en cuenta qué es lo que contiene cada acuerdo firmado. Si el acuerdo firmado establece «Sin restricción», se le otorga un puntaje de 1; si el acuerdo menciona o no establece «Nada», se le otorga un puntaje de 0. Finalmente, si señala algún acuerdo diferente a las antes mencionadas, se le otorga un puntaje de 0,5. El índice de liberalización vendría a ser la suma de puntajes obtenidos según los acuerdos firmados entre el número de acuerdos firmados. Mientras mayor sea el índice de liberalización, puede considerarse al país en cuestión como de mayor apertura comercial en servicios. Donde P_t es el puntaje obtenido por los países según los acuerdos firmados y P_{max} es el puntaje máximo obtenible según el número de acuerdos firmados.

procede a identificar las potencialidades en el comercio exportador e importador de servicios del Perú con China, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Malasia y Singapur (países seleccionados del Asia Pacífico por su importancia económica) mediante el análisis de indicadores que han sido adaptados de la literatura referida al comercio de bienes. También se incluye índices del grado de liberalización basados en Hoekman (1995) para evaluar el nivel de apertura aparente del Perú, Chile, Colombia

y los países elegidos del Asia Pacífico. En el cuadro 1 se muestra detalladamente la construcción de indicadores del grado de liberalización empleados.

Con respecto a las herramientas básicas metodológicas empleadas, es pertinente hacer dos aclaraciones:

- La diferencia en las características de transportabilidad e intangibilidad entre bienes y servicios crea la necesidad de

desarrollar una teoría propia para el comercio de servicios; sin embargo, diversos autores como Nielson y Taglioni (2004) concluyen que la teoría de bienes puede aplicarse al comercio de servicios.

- El índice de Hoekman utilizado no distingue entre barreras y medidas aplicadas al comercio de servicios, en el que son barreras aquellas medidas que lo restringen indebidamente. Este estudio, por ende, parte de comparar el grado de liberalización actual frente a un escenario de competencia perfecta sin ninguna restricción internacional ni interna para los servicios.

Sobre la base de las herramientas indicadas, se define que existe potencial exportador para el Perú en un sector i y mercado j , si el Perú presenta ventajas comparativas en ese sector i frente a sus competidores regionales (Chile y Colombia), además si la relación comercial del Perú con el mercado j (medida sobre la base del monto de exportación e índice de doble relatividad) es menor que la de sus competidores. Entonces, la identificación del potencial exportador se complementa observando el grado de liberalización del mercado j en el sector i mediante los indicadores de liberalización basados en Hoekman (1995).

De manera análoga, se define el potencial importador para el Perú en un sector i desde un mercado j , si el Perú presenta capacidad relativa de compra en el sector i en relación con sus competidores regionales y si la relación comercial del Perú con el mercado j es menor que la de sus competidores. Se observa también el grado de liberalización del Perú, Chile y Colombia en el sector analizado.

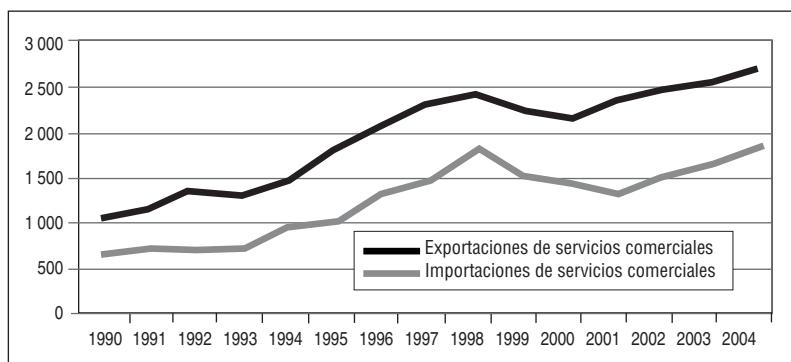
3. Análisis de flujos

3.1. Análisis general: temporal y sectorial

El comercio de servicios del Perú ha presentado un incremento sostenido en el periodo analizado (1990-2004), tanto por el lado de las exportaciones como por el correspondiente a las importaciones (véase gráfico 1). El crecimiento de ambos flujos se acelera a partir de la primera mitad de la década del noventa debido a las reformas de mercado y a la apertura comercial que incluyó el comercio de servicios, aunque luego ese aumento mostró una ligera caída entre 1998 y el 2002.

En el 2004 las exportaciones peruanas de servicios comerciales alcanzaron un nivel de 1913,88 millones de dólares, mientras que las importaciones llegaron a 2756,42 millones de dólares, lo cual arroja una balanza comercial de servicios deficitaria equivalente a 842,54 millones de dólares. Este resultado deficitario ha sido característico del Perú debido principalmente a las importaciones realizadas de los sectores transporte, comunicaciones, construcción y servicios empresariales. No obstante, desde el 2002 a la fecha, el déficit se encuentra disminuyendo gracias al incremento de exportaciones del rubro viajes.

La evolución histórica muestra que el crecimiento promedio anual de las exportaciones de servicios en el Perú entre 1990-1995 ha sido de 7,22%, entre 1995-2000 fue de 7,83% y entre 2000-2004 fue de 7,77% (mayor a la tasa de crecimiento mundial equivalente a 7,50%). En cuanto a la participación de las exportaciones de servicios sobre el total de las exportaciones al mundo, esta es equivalente a 14% y de igual manera la participación de las



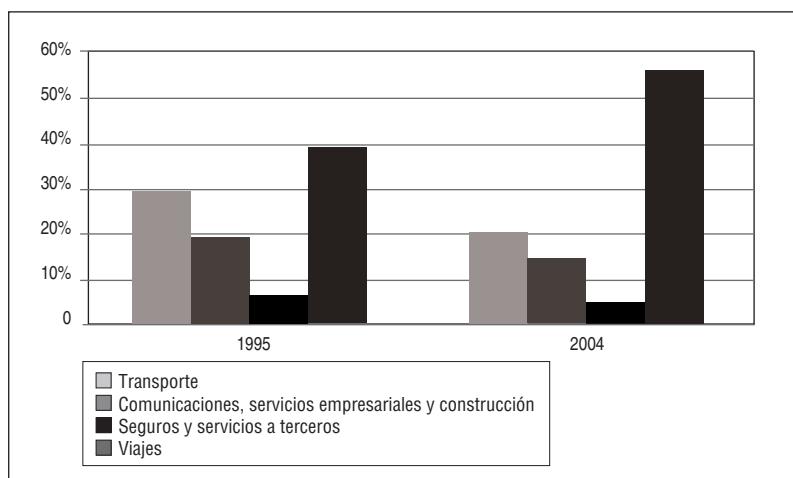
Fuente: Cepal.

*Gráfico 1
Flujos de comercio peruano de servicios comerciales (1990-2004)
(en millones de dólares)*

importaciones de servicios sobre el total de importaciones al mundo equivale a 21%. Cabe resaltar que si se tomase en cuenta el modo 3, la participación sería mayor.

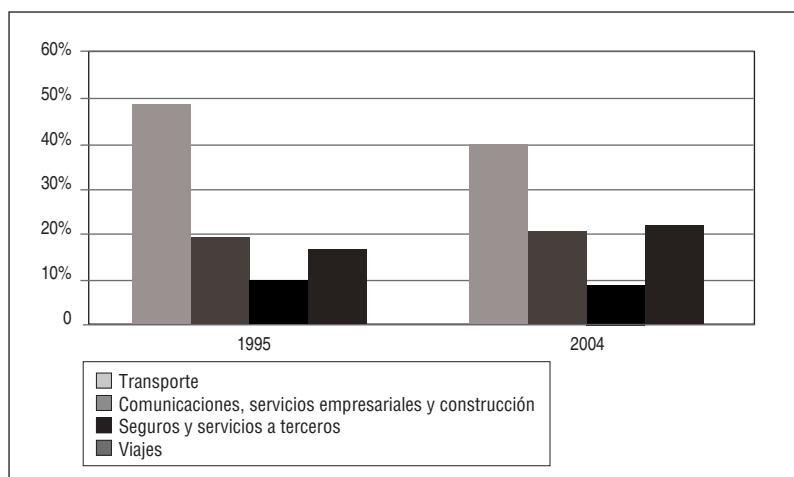
En relación con la participación sectorial en las exportaciones de servicios, el gráfico 2 revela que para el 2004 los que

han tenido una mayor participación son el rubro viajes con 56,35% (1078,49 millones de dólares) y transportes con 19,89% (380,74 millones de dólares). De este mismo gráfico 2, se puede observar que a partir de la segunda mitad de la década del noventa el crecimiento exportador también fue liderado por el sector viajes con 37,85%



Fuente: Cepal.

*Gráfico 2
Comparación de las participaciones por periodo de las exportaciones peruanas de servicios (1995-2004)*



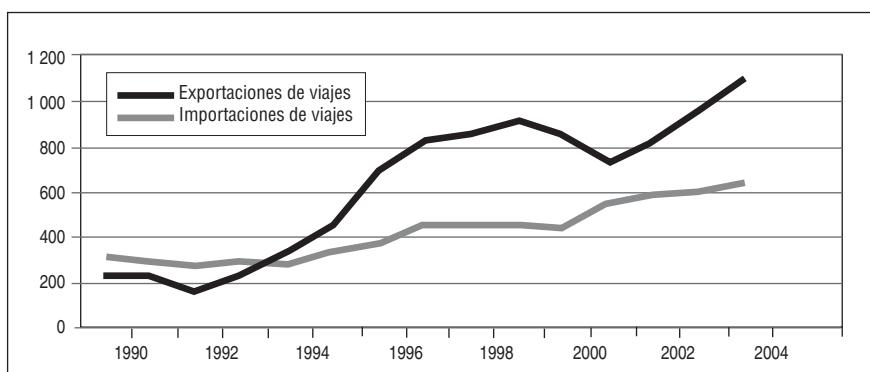
Fuente: Cepal.

*Gráfico 3
Comparación de las participaciones por periodo en las importaciones peruanas de servicios (1995-2004)*

(428,12 millones de dólares), seguido muy de cerca por transportes con 29,89% (338,18 millones de dólares).

Por el lado de las importaciones, el gráfico 3 muestra que el sector transportes ha sido el líder desde la primera mitad de

los años noventa con 39,94% (465 millones de dólares) y ha presentado un crecimiento sostenido hasta la actualidad de 6,32% anual. De igual manera, el rubro viajes, el siguiente en importancia, representó en el 2004 el 22,50% del total (620,45 millones de dólares).



Fuente: Cepal.

*Gráfico 4
Flujos de comercio peruano del rubro viajes (1990-2004)
(en millones de dólares)*

Al realizar un análisis sectorial, el gráfico 4 muestra la evolución de las exportaciones e importaciones del rubro viajes. Por el lado de las exportaciones, estas crecieron en un promedio anual de 12,13%, durante el periodo 1990-2004; mientras que las importaciones han crecido en menor intensidad (5,45%). Cabe resaltar que es el único sector que presenta un superávit comercial.

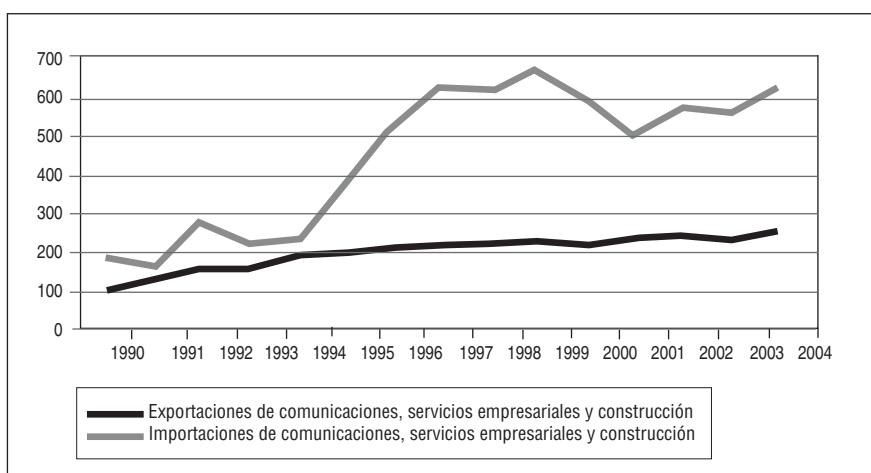
En el conjunto formado por el sector comunicaciones, servicios empresariales y construcción, las importaciones han presentado un notable crecimiento (8,78% anual) en el periodo analizado (1990-2004), pese a que entre 1999 y el 2001 hubo una ligera caída (véase gráfico 5). De igual manera, las exportaciones peruanas de estos sectores han mantenido un lento crecimiento en relación con el de las importaciones (6,32% anual), razón por la cual el déficit en la balanza comercial ha crecido en ese periodo.

En el gráfico 6 se puede observar la evolución de las exportaciones e importaciones de seguros y servicios financieros. Con respecto a las exportaciones, estas muestran una tendencia constante hasta 1997, para luego crecer de manera abrupta en 1998 e iniciar asimismo un fuerte descenso a partir del año siguiente. Por el contrario, las importaciones reflejan un crecimiento sostenido hasta el 2004, año en que se advierte una ligera caída.

El gráfico 7 muestra que las exportaciones del sector transportes no presentan un crecimiento significativo, este solo es de 1,47% anual en el periodo de análisis. El mayor crecimiento de las importaciones en 6,32% anual es motivo del incremento sostenido del déficit.

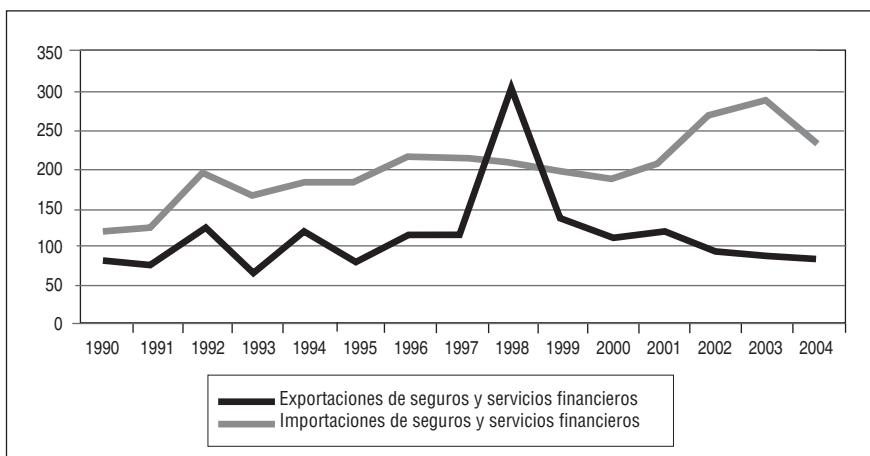
3.2. Relaciones bilaterales

La Unión Europea es el principal destino para las exportaciones peruanas de servicios



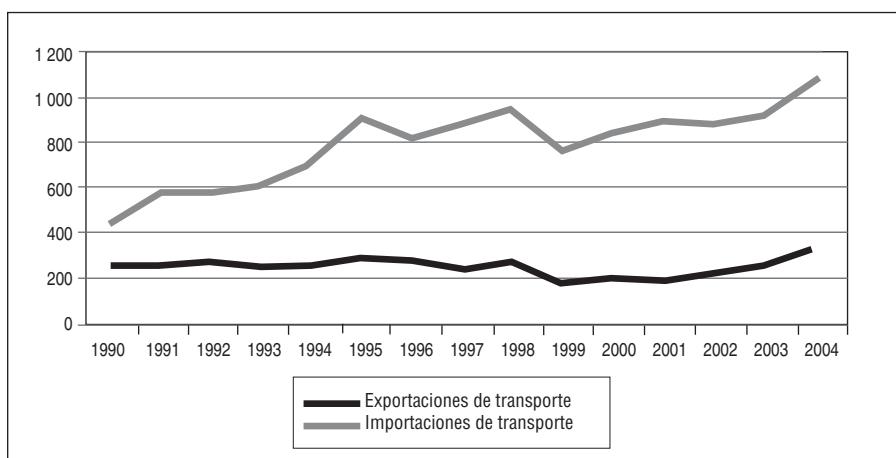
Fuente: Cepal.

*Gráfico 5
Flujo de comercio peruano de servicios de comunicaciones, informática y otros entre 1990-2004 (en millones de dólares)*



Fuente: Cepal.

*Gráfico 6
Flujo de comercio peruano de seguros y servicios financieros (1990-2004)
(en millones de dólares)*

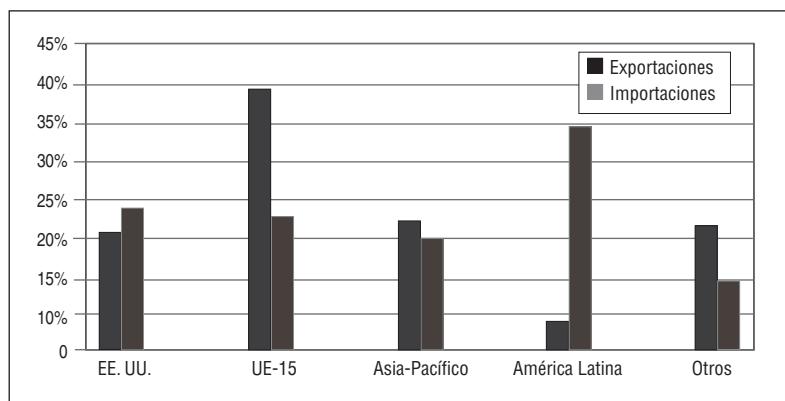


Fuente: Cepal.

*Gráfico 7
Flujo de comercio peruano de servicios de transporte (1990-2004)
(en millones de dólares)*

con 535,15 millones de dólares, equivalente a 38,70% del total (véase gráfico 8). La segunda región de destino para nuestras exportaciones es el Asia Pacífico con 263 millones de dólares, equivalente a

19,12% del total exportado. Dentro de la región asiática, la participación de Japón es la más resaltante con 5,6% (77 millones de dólares), seguido por Corea con 2,72% (37 millones de dólares).



Fuente: Cepal.

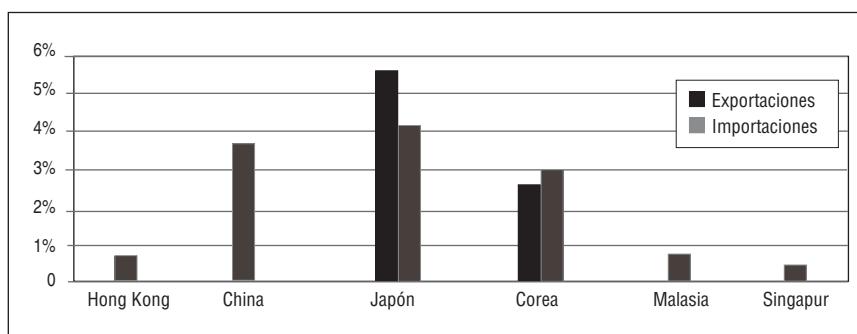
Gráfico 8

*Comparación por regiones entre las exportaciones e importaciones peruanas de servicios
(Participación porcentual)*

El sector que ha mostrado una mayor importancia para el comercio bilateral entre el Perú y el Asia Pacífico ha sido transportes con un valor exportado equivalente a 106 millones de dólares, seguido por servicios empresariales con un valor de 24 millones de dólares.

Por el lado de las importaciones de servicios, América Latina es el principal pro-

veedor para el Perú, con una participación de 32,49% (2823,81 millones de dólares). De igual manera, el gráfico 8 refleja que el continente asiático tiene una participación equivalente al 16,37% del total importado y dentro del Asia Pacífico, Japón con 4,08% (355,19 millones de dólares) y China con 3,74% (325,14 millones de dólares) son nuestros principales proveedores (véase gráfico 9).



Fuente: Cepal.

Gráfico 9

*Comparación por países entre las exportaciones e importaciones peruanas de servicios
(Participación porcentual)*

4. Identificación del potencial comercial con el Asia Pacífico

4.1. Potencial exportador

Para poder identificar el potencial exportador peruano en el ámbito sectorial es importante observar, en primer lugar, la tendencia histórica de sus ventajas comparativas en la región, es decir, en relación con sus competidores en la zona sudamericana del Pacífico.

El gráfico 10 refleja que el Perú ostenta ventajas comparativas en los sectores seguros y servicios financieros, comunicaciones y en el rubro viajes. El comportamiento de las tendencias permite reconocer que las ventajas comparativas en el rubro viajes se encuentran consolidándose sostenidamente, lo cual no ocurre en los dos sectores mencionados. Aunque a pesar del demostrado crecimiento de las ventajas comparativas regionales de los viajes, este rubro dentro de las exportaciones peruanas sigue estando ligeramente por debajo de las de Chile y Colombia (véase cuadro 2). Por ello, se

puede asumir que existe un amplio potencial para el crecimiento de las exportaciones peruanas del rubro viajes. En forma particular, dentro del Asia Pacífico, China se presenta como el mercado objetivo más importante.

Más allá del atractivo propio que representa un mercado con sesenta millones de personas de clase media con un ingreso similar a la clase media europea, se recuerda que en enero del 2004 el Perú recibió la calificación de Estatus de Destino Aprobado (EDA) por parte del gobierno chino. El EDA es un programa que permite que ciudadanos chinos puedan visitar otros países con fines turísticos sin necesidad de tramitar visas personalmente y también posibilita que las agencias de viajes promocionen paquetes turísticos con destino a estos países. A fin de aprovechar correc-tamente esta gran oportunidad, en abril del 2006 Promperú presentó a sesenta agencias de turismo chinas la campaña «Diez razones para conocer el Perú, más una». Chile también posee la calificación de EDA, por lo que se intensifica la necesidad de mejorar

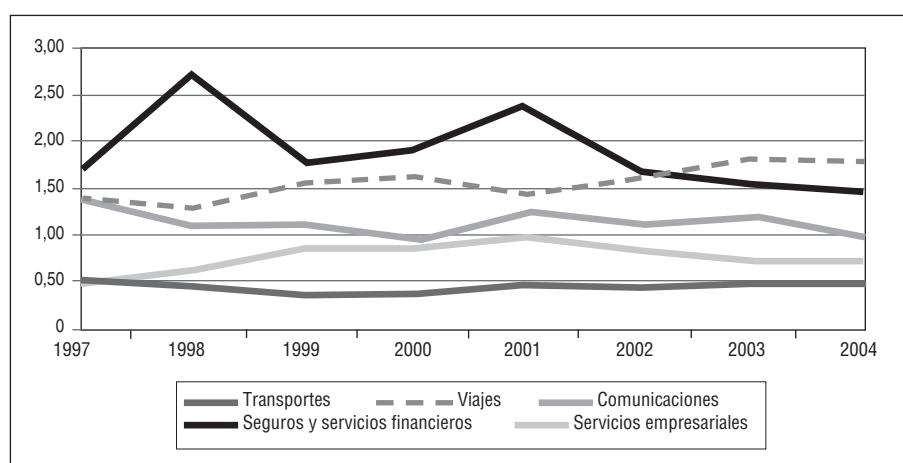


Gráfico 10
Evolución de las ventajas comparativas regionales según sectores del Perú (1997-2004)

Cuadro 2. Montos y promedios de los diferentes sectores de servicios empresariales entre 2001-2004 (en millones de dólares)

| Sectores de servicios empresariales | | Perú | Colombia | Chile |
|-------------------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|
| Rubro viajes | Exportación promedio | 891,41 | 1 021,36 | 911,46 |
| | Importación promedio | 585,98 | 1 140,99 | 761,81 |
| Comunicaciones | Producción ⁽¹⁾ | 1 621,70 | 2 853,68 | 1 995,20 |
| | Exportación ⁽²⁾ | 81,21 | 167,01 | 141,81 |
| Seguros y servicios financieros | Producción ⁽¹⁾ | 2 713,67 | 5 137,53 | 3 000,08 |
| | Exportación ⁽²⁾ | 94,98 | 38,90 | 156,07 |
| Índice de liberalización | | 0,13 | 0,28 | 0,17 |
| Índice de cobertura | | 0,25 | 0,63 | 0,63 |

Fuente: Cepal, 2004; GTAP, 2001; GATS.

(1) GTAP database, 2001.

(2) Cepal, promedio 2001-2004.

la infraestructura turística y, fundamentalmente, de desarrollar la interconexión aérea con el Asia Pacífico.

Los otros dos sectores en los cuales el Perú cuenta con ventajas comparativas adquieren especial relevancia para el objetivo nacional de consolidación *hub*. El desarrollo de los servicios de comunicaciones y la mayor integración comercial de este sector con la región del Asia Pacífico permite una mejora ostensible de la conectividad, y este justamente viene a ser un punto débil del Perú frente a Chile y Colombia (Belaunde y Bryce, 2005), aprovechar las oportunidades que se identifiquen en este sector es clave. Por su parte, la mayor integración en servicios financieros con la región asiática facilita la interacción en tiempo real entre capitales del Asia Pacífico y el Perú, lo que posibilita la generación de mayores acercamientos empresariales.

En el sector comunicaciones, la información del cuadro 2 muestra que tanto

el nivel de producción como el nivel de exportaciones del Perú son inferiores a los alcanzados por Chile y Colombia. Por lo que las ventajas comparativas peruanas, aunque decrecientes, aparentan ser un reflejo de un potencial para lograr un mejor desempeño.

Dentro de la región del Asia Pacífico, en el cuadro 3 se resalta que las exportaciones a los seis países incluidos en la muestra son menores al 50% de las exportaciones de Chile o Colombia, excepto en el caso de Singapur. Es decir, existiría una brecha importante para incrementar las exportaciones peruanas de servicios de comunicaciones a estos países asiáticos y alcanzar el nivel logrado por nuestros competidores regionales. La mayor diferencia en los montos exportados por ellos se da en el comercio con Japón, país que con un índice de cobertura de 0,5 —el cual expresa el número de acuerdos firmados sobre los posibles en el GATS— es inferior en relación con China, Hong Kong y Singapur. En tanto que el grado de liberalización asumi-

Cuadro 3. Montos e indicadores de potencialidad por países según sectores

| Sector | Países | Montos en millones de dólares | | | | | |
|---|----------|-------------------------------|-------|-----------|-------|---------|----------|
| | | Corea | China | Hong Kong | Japón | Malasia | Singapur |
| Servicios de comunicación | Perú | 2,38 | 0,85 | 2,61 | 3,26 | 0,31 | 0,14 |
| | Chile | 0,68 | 0,70 | 1,52 | 0,57 | 0,34 | 0,09 |
| | Colombia | 5,67 | 1,75 | 6,34 | 7,28 | 0,72 | 0,18 |
| Índice de cobertura del sector servicios de comunicación | Perú | 0,71 | 1,07 | 1,70 | 0,39 | 0,33 | 0,06 |
| | Chile | 5,02 | 1,72 | 5,57 | 6,74 | 0,64 | 0,24 |
| | Colombia | 0,84 | 1,14 | 1,58 | 0,48 | 0,53 | 0,16 |
| Índice de liberalización del sector servicios de comunicación | Perú | 0,50 | 0,67 | 0,71 | 0,50 | 0,42 | 0,63 |
| | Chile | 0,22 | 0,76 | 0,55 | 0,19 | 0,18 | 0,27 |
| | Colombia | 0,54 | 5,41 | 3,90 | 8,20 | 0,46 | 2,77 |
| Servicios financieros y seguros | Perú | 0,10 | 2,88 | 1,46 | 0,92 | 0,33 | 1,19 |
| | Chile | 0,66 | 3,59 | 3,12 | 6,64 | 0,45 | 1,82 |
| | Colombia | 0,15 | 4,02 | 1,53 | 0,66 | 0,37 | 1,10 |
| Índice de cobertura del sector servicios financieros y seguros | Perú | 0,43 | 0,54 | 1,23 | 2,33 | 0,16 | 0,19 |
| | Chile | 0,29 | 1,42 | 1,38 | 0,66 | 0,52 | 0,49 |
| | Colombia | 0,47 | 0,88 | 0,82 | 0,94 | 0,75 | 0,94 |
| Índice de liberalización del sector servicios financieros y seguros | Perú | 0,74 | 0,62 | 0,71 | 0,33 | 0,37 | 0,39 |
| | Chile | 11,74 | 2,99 | 20,96 | 19,22 | 23,66 | 20,03 |
| | Colombia | 1,17 | 0,72 | 1,03 | 0,95 | 1,60 | 1,45 |
| Servicios empresariales | Perú | 7,96 | 2,86 | 13,85 | 13,18 | 15,05 | 13,04 |
| | Chile | 0,84 | 1,09 | 0,77 | 0,49 | 2,39 | 1,87 |
| | Colombia | 5,12 | 2,81 | 9,21 | 10,28 | 9,81 | 8,70 |

Fuente: GTAP, 2001.

do en los acuerdos firmados por Japón es de solo 0,19; por lo que su nivel general de liberalización aparenta ser inferior al del Perú.

En el mismo sentido, el indicador de doble relatividad refleja que las participaciones en comunicaciones de Hong Kong y Corea del Sur para el Perú son inferiores que sus correspondientes a Chile y Colombia. Ello refuerza la noción de un potencial existente con estos dos países. Entre ambos, los resultados tanto de índices de cobertura y liberalización señalan que habría una mayor oportunidad para aprovechar el potencial exportador hacia Hong Kong, pues existirían menores medidas que restrinjan el comercio.

En lo referente al sector de seguros y servicios financieros, el *cuadro 3* muestra que la producción peruana de estos servicios es menor que la de Chile y Colombia, pero el nivel total de exportaciones en estos servicios del Perú es superior al de Colombia. Dentro del Asia Pacífico, el *cuadro 3* también indica que el nivel de exportaciones peruanas hacia cada uno de los países de la muestra es superior al de Chile y Colombia, pero con una excepción: las exportaciones chilenas de seguros y servicios financieros a Corea son más altas que las del Perú.

El índice de doble relatividad refleja que las participaciones en seguros y servicios financieros de Corea y Malasia para el Perú son inferiores a sus pesos para Chile y Colombia, por lo que se asume un potencial para incrementar el comercio bilateral con ambos países asiáticos. Se debe considerar, sin embargo, que en este sector los índices de cobertura de Corea y Malasia son los menores de la muestra del Asia Pacífico, lo cual podría significar la mayor presencia

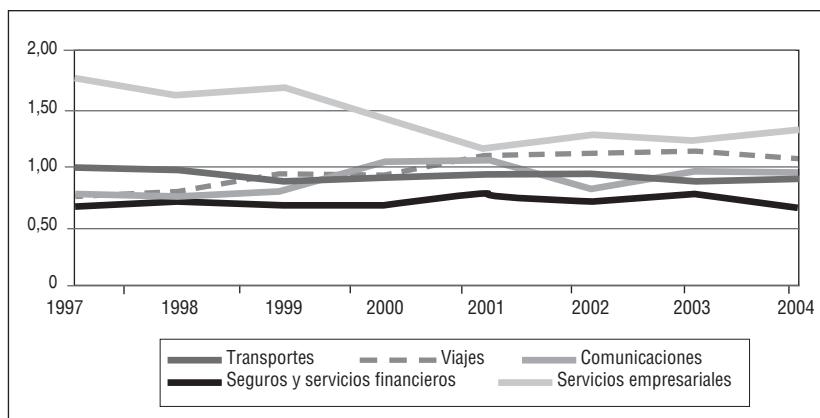
de medidas que eventualmente podrían interferir con el comercio.

4.2. Potencial importador

De manera similar al potencial exportador, se pueden detectar las oportunidades de aumentar el comercio importador peruano en lo sectorial, se analiza la evolución de su capacidad de compra relativa a Chile y Colombia. Así, el *gráfico 11* refleja que el Perú posee capacidad relativa de compra en los sectores de servicios empresariales y en el rubro viajes.

Dentro del rubro viajes, las importaciones desde el Perú son menores a las de Chile y a las de Colombia, lo cual revela un potencial importador en dicho sector desde el Asia Pacífico. El incremento del comercio importador de la región asiática en este sector dependerá del aumento del ingreso disponible y la mejora de la interconexión aérea con dicha región.

En lo referente a servicios empresariales, el *cuadro 3* muestra que el monto importado por el Perú desde los países del Asia Pacífico es mayor que el monto importado de Colombia y Chile desde la misma región. No obstante, el índice de doble relatividad refleja que las participaciones de China, Singapur y Malasia para el Perú son inferiores que para Chile y Colombia. Por ello, se asume que existiría un potencial para incrementar las relaciones comerciales con estos tres países, en el cual Malasia representa el potencial por desarrollar con la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (Asean). Con respecto a Singapur y Malasia es interesante observar que el sector de servicios empresariales tiene una mayor participación en el total de producción de servicios en relación con los demás países asiáticos de la muestra.



Fuente: Cepal.

Gráfico 11

Evolución de la capacidad relativa de compra según sectores del Perú (1997-2004)

Por último, pese a que el Perú hasta el 2004 no muestra capacidad de compra relativa en el sector comunicaciones, sí lo ha hecho en el 2000 y el 2001. Además, en este sector el grado de liberalización del Perú es muy superior a sus competidores regionales; por lo que es posible hablar de un potencial para incrementar el comercio importador y mejorar la integración con el Asia Pacífico. En efecto, el flujo de importaciones del Perú desde cada uno de los países de la muestra es inferior al comercio importador de Chile y Colombia desde los mismos.

Conclusiones y recomendaciones

Dentro de un campo de estudio en una etapa temprana de investigación y que cuenta con información limitada, este trabajo representa un esfuerzo por contribuir a la escasa literatura existente en el Perú sobre el tema.

Además de los resultados encontrados, un aporte importante de esta investigación

es el ofrecer una adaptación consistente de la teoría de bienes al área de comercio de servicios. Esta adaptación considera tres aspectos claves:

- 1) las revelaciones de mercado en cuanto a oferta y demanda,
- 2) la política comercial articulada en el grado de liberalización mostrado y
- 3) el carácter estratégico de algunos servicios para lograr objetivos nacionales más allá del aspecto comercial.

Los resultados reflejan un potencial para incrementar las relaciones con la región Asia Pacífico. En la perspectiva exportadora se identifica la posibilidad de incrementar el comercio de servicios del rubro viajes, de comunicaciones, y de seguros y servicios financieros, en el que estos dos últimos son claves para el posicionamiento *hub* del Perú. En lo que respecta al sector comunicaciones, existe una especial oportunidad para incrementar las exportaciones hacia Corea, Hong Kong y Japón; entre ellos, Hong Kong es

el que aparenta una mayor liberalización de su comercio en comunicaciones. Corea y Malasia se presentan como los mercados de mayor potencial para incrementar las exportaciones de seguros y servicios financieros.

En la perspectiva importadora se puede identificar la posibilidad de incrementar el comercio de los servicios empresariales y de los viajes. En el sector de servicios empresariales se detecta que las importaciones desde China, Malasia y Singapur tienen potencial para ser mayores a su valor actual.

Los hallazgos mencionados evidencian la necesidad de ampliar y fortalecer las relaciones económicas y comerciales mediante el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC). En ese sentido, la presidencia peruana de APEC en el 2008 ofrece el marco ideal para generar un proceso de consolidación de las oportunidades que

se infieren a partir del comportamiento comercial del Perú.

Actualmente, el Perú cuenta con acuerdos comerciales firmados con Singapur y Tailandia, se encuentra en negociaciones con China y está próximo a negociar con Corea del Sur, además se plantean negociaciones futuras con Japón, Australia y Nueva Zelanda. En ese escenario, el estudio revela que los mencionados acuerdos no deberían limitarse al tema de bienes, sino que deberían abarcar también tratados sobre servicios y otros pertinentes para la generación de ventajas comparativas dinámicas.

Este proceso de liberalización debe estar acompañado por reformas internas que permitan establecer un marco regulatorio adecuado para aprovechar las potencialidades observadas en el comercio. De ese modo, se podrá contribuir con el comercio exterior de servicios e impulsar el desarrollo económico del país.

Referencias bibliográficas

- BANGA, Rashmi. 2005. *Trade and foreign direct investment in services: a review*. Indian Council for Research on International Economic Relations. Working Papers N.^o 154, New Delhi.
- BELAUNDE, Pedro y BRYCE, Alfonso. 2005. *Evaluación de los requisitos para el desarrollo del puerto del Callao como un hub portuario subregional de la costa oeste de América del Sur*.
- CAMINO, Claudia De. 2003. *América Latina y el Caribe: series estadísticas sobre el comercio de servicios 1980-2001*. Cuadernos estadísticos N.^o 29. Santiago de Chile: UN-Cepal, 123 págs.
- CANTÍN, Laura y VARGAS, Karina. 2006. *¿Ventajas comparativas en la exportación de servicios?* Análisis de los sectores de transporte aéreo y turismo.
- CENTER FOR GLOBAL TRADE ANALYSIS. 2004. *Global Trade analysis project*.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL). 2004. <www.eclac.org>.
- CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO (UNCTAD). 2005. *El comercio de servicios y sus repercusiones sobre el desarrollo*.

- FINDLAY, Christopher y WARREN, Tony (eds.) 2000. *Impediments to Trade in Services: Measurement and Policy Implications*. Londres: Routledge.
- HILL, T.P. 1977. On goods and services. *Review of Income and Wealth*, Dec. 23, págs. 315-338.
- HOEKMAN, Bernard. 1995. *Tentative first steps. An Assessment of the Uruguay Round on Services*. Policy Research Working Paper N.º 1455, May. Washington D.C.: Banco Mundial.
- MATTOO, Aaditya; RATHINDRAN, Randeep y SUBRAMANIAN, Arvind. 2001. Measuring Services Trade Liberalization and its impact on Economic Growth. *Policy Research Working Paper*. The World Bank Development Research Group.
- MATTOO, Aaditya y FINK, Carsten. 2002. *Regional Agreement and trade in services: Policy Issues*. World Bank Policy Research Working Paper.
- McGUIRE, Greg. 2002. *Trade in services-Market access opportunities and the benefits of liberalization for developing economies*.
- NIELSON, Julia y TAGLIONI, Daria. 2004. *Services Trade Liberalisation. Identifying opportunities and gains*. Feb. Working Paper N.º 1, OECD Trade Policy.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). 2001. *Quantification of costs to national welfare from barriers to services trade: A literature review*. Working Party of the Trade Comité.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC). 2003. *Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios*.
- VAN WELSUM, Desirée. 2003. *International Trade in Services: Issues and Concepts*.
- WHALLEY, John. 2003. *Assessing the benefits to developing countries of liberalization in service trade*.
- WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). 2006. *Measuring trade in services*.