

UNIVERSIDAD MILITAR

NUEVA GRANADA



**SERVICIOS PROFESIONALES ¿UNA ALTERNATIVA PARA
EL COMERCIO INTERNACIONAL COLOMBIANO?**

NICOLÁS PULIDO MORENO

ENSAYO

PROFESOR:

CÉSAR AUGUSTO BERNAL TORRES

DOCTOR EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESPECIALIZACION EN COMERCIO INTERNACIONAL

BOGOTÁ D.C.

2013

**SERVICIOS PROFESIONALES ¿UNA ALTERNATIVA PARA EL COMERCIO
INTERNACIONAL COLOMBIANO?**

ENSAYO

NICOLÁS PULIDO MORENO

CODIGO: 8600697

PROFESOR:

CÉSAR AUGUSTO BERNAL TORRES

DOCTOR EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESPECIALIZACION EN COMERCIO INTERNACIONAL

BOGOTÁ D.C.

2013

ENSAYO

SERVICIOS PROFESIONALES ¿UNA ALTERNATIVA PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL COLOMBIANO?

NICOLÁS PULIDO MORENO[^]

RESUMEN

En los inicios del siglo XXI el comercio de servicios en general comienza a dominar el mundo, esto como resultado de los procesos de globalización de la economía y el desarrollo y aplicación de la tecnología de la información a todos los campos del saber. En esta nueva sociedad marcada por la importancia del conocimiento, los bienes ceden terreno a los servicios como elemento vital para el comercio internacional en razón a que estos últimos son capaces de proveer mayores rentabilidades y concentrar mayor cantidad de valor agregado; además los bienes sin el soporte de un servicio muchas veces son insuficientes para satisfacer las necesidades de los clientes. Y son precisamente estas las razones por las cuales para el comercio de servicios demanda legislaciones, acuerdos, clasificaciones, estrategias para comercializarlos, entre otras acciones que permitan aumentar el nivel transaccional. Este documento plantea la importancia de los servicios en general para el comercio internacional, las condiciones en las que se comercializan los servicios y la oportunidad que representan para el crecimiento económico. Así mismo realiza una revisión al contexto de los servicios profesionales en Colombia, su oportunidad de expansión como una tendencia de las economías emergentes y presenta algunas consideraciones al respecto.

Palabras Clave:

Servicios profesionales; Comercio internacional; Globalización; Crecimiento; Colombia; Economía emergente.

[^] Estudiante de la Maestría en Gestión de Organizaciones y aspirante al título de especialista en Gerencia de Comercio Internacional de la Universidad Militar Nueva Granada. Contador Público de la Universidad Nacional de Colombia.

ABSTRACT

In the early twenty-first century trade in services in general begins to dominate the world, this as a result of the globalization of the economy and the development and application and application of information technology to all fields. In this new society marked by the importance of knowledge, goods losing ground to services as vital element to international trade for the reason that the latter are able to provide higher returns and concentrate as much added value, in addition the goods without the support of a service are often insufficient to meet the needs of customers. It is precisely for these reasons which to demand services trade legislation, agreements, classifications, strategies to market, among other actions to increase the transactional level. This paper discusses the importance of services in general for international trade, the conditions under which the services are marketed and the opportunity it represents for economic growth. Also we review the context of professional services in Colombia, the opportunity for expansion as an emerging trend and presents some considerations about it.

Key Words:

Professional services, International trade, Globalization, Growth, Colombia, Economy emerging.

INTRODUCCIÓN

En una era en la que el fenómeno de la globalización ha alcanzado a casi todas las actividades humanas y en donde el capital traspasa las barreras nacionales en busca de más y mejores utilidades, los servicios se perfilan como el nuevo referente en los mercados globales, superando a las mercancías con las cuales tradicionalmente se desarrollan y crecían las naciones. Esta situación ha sido posible gracias al desarrollo y evolución que han presentado las TIC's en las últimas décadas, además de tecnologías tales como; el internet, la nanotecnología y la robótica han permitido que los servicios como un bien intangible crezca, se diversifique y supla nuevas necesidades que demanda la actual sociedad basada en el conocimiento.

En este sentido a escala global se reconoce que los servicios se producen en su totalidad a base de conocimiento y que estos generan mayores valores agregados al momento de comercializarlos en un mercado, situación que intrínsecamente genera mayores retornos y utilidades en términos económicos. Así la dinámica del comercio de servicios a nivel internacional presenta una tendencia con gran auge en los países y

regiones desarrolladas como es el caso de Estados Unidos y Europa, considerados los actores más representativos del comercio de servicios a nivel mundial.

Sin embargo, esta situación no es única y exclusiva de las economías desarrolladas, pues para economías emergentes en países como India, Sri-Lanka, Bangla Desh, Filipinas o China los servicios representan una posibilidad de transformación productiva y de desarrollo regional y nacional según la Alcaldía Mayor de Bogotá (2007). De la misma manera puede asimilarse que para el caso colombiano que corresponde a las economías emergentes de América latina exista la posibilidad de incursionar con mayor fuerza en el comercio de servicios, generando así un espacio para el crecimiento en términos económicos y de acumulación de conocimiento, el cual es posible a través de la interacción entre los avances científicos y tecnológicos y el proceso productivo.

En este orden de ideas se entiende que el comercio de servicios representa una oportunidad de crecimiento para las economías especialmente para las emergentes, pues esta situación corresponde a la tendencia global que se viene desarrollando en la última década. Para el caso particular de los servicios profesionales esta situación no es ajena, por el contrario este segmento viene ganando terreno frente a las otras categorías (Transportes, Viajes, Financieros, Comunicaciones, Construcción, Empresariales y otros) pues su crecimiento en los últimos años ha sido bastante vertiginoso. En razón a que estos servicios generalmente son altamente especializados, son brindados por profesionales altamente calificados (lo que en la actualidad se conoce como Knowledge worker) y son actividades con retornos y rentabilidades altas.

Es esta la razón por la cual este trabajo se ha enfocado en realizar una revisión del contexto global de los servicios como potencial para el crecimiento de las economías en donde se han identificado algunos elementos clave para el comercio de los mismos; como son los acuerdos comerciales de servicios, la clasificación de los servicios y la forma como estos pueden prestarse. De la misma forma se ha aterrizado la revisión al caso Colombiano para el segmento específico de los servicios profesionales en donde se abordan algunas de las condiciones particulares más relevantes que tiene el país para brindarlos.

Luego de este análisis se concluye que Colombia presenta un gran potencial para el fomento y consolidación de su sector de servicios profesionales pues la economía se viene comportando de manera similar a la tendencia de globalización y desarrollo de las TIC's. Aun cuando se deban mejorar algunas condiciones para lograr un mayor posicionamiento en el mercado de los servicios colombianos. Así mismo se referencia la posición de que goza el país al ser considerado como una economía emergente a nivel regional como mundial, lo que favorece el desarrollo de su sector de servicios profesionales por elementos como la posición geopolítica la cual es considerada estratégica, el nivel educativo, el bajo costo de la mano de obra lo cual lo hace más competitivo, el aumento de la confianza inversionista que se traduce en mayor nivel de IED, entre otros factores.

En este orden de ideas, se valida como para el periodo 2000-2012 el rubro de los servicios profesionales que pertenece a la categoría de otros servicios en la balanza de pagos Colombiana ha presentado un crecimiento del 288% respecto al año 2000. Esta situación puede entenderse como resultado de las tendencias anteriormente descritas y también deja ver como especialmente la exportación de servicios profesionales han venido creciendo a un ritmo mayor que el de las otras clasificaciones de servicios. Así con base en una humilde revisión de los datos históricos de la balanza de pagos se puede determinar que el sector de servicios profesionales tiene un futuro promisorio y que sumado a la consolidación de varios acuerdos comerciales este se perfila como el momento de los servicios profesionales en Colombia.

En este sentido, el objeto de este trabajo es en primera medida revisar de forma general las condiciones en las cuales se desarrollan los servicios a nivel global y presentar la importancia de los mismos como elemento clave para el crecimiento económico. En segunda instancia se busca aterrizar y definir el concepto de servicios profesionales como una categoría de los servicios, y a su vez indicar que estos presentan unas características y condiciones particulares para su prestación, y en la tercera parte se analizaran las condiciones de los servicios profesionales en Colombia, así como el potencial que pueden representar para el crecimiento del comercio internacional. Como apartado final de este trabajo se presentaran algunas conclusiones y consideraciones relevantes sobre el tema.

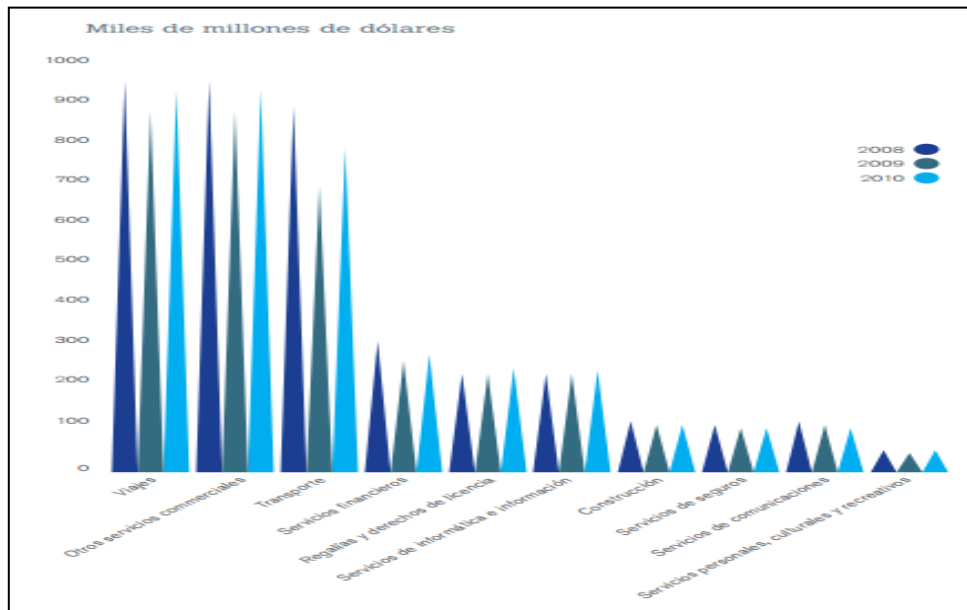
Este trabajo se realizó con base en la consulta de artículos científicos relacionados con el tema de servicios y servicios profesionales, así mismo se contó con la consulta en bases de datos especializadas y revisión de información generada por instituciones de reconocida trayectoria en materia económica, la cual está publicada o disponible en sus páginas web.

Perspectiva de los servicios en el comercio internacional

Durante las últimas décadas el crecimiento y desarrollo de los servicios en el mundo ha presentado un avance importante, esto en razón al proceso de globalización y a la evolución de nuevas y mejores tecnologías de la información. Como resultado de estos procesos se genera el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) comúnmente conocido como GATS (General Agreement on Trade in Services) y el cual se origina en las negociaciones de la Ronda Uruguay (1986-1994), este acuerdo busca lograr un mayor nivel de liberalización e integración de los mercados de servicios. Así Clark y Rajaratnam (1999, 307) afirman que “Durante los siglos XIX y XX, el mundo ha pasado de una economía de la fabricación hacia una basada en los servicios. En el siglo XXI se verá la transformación completa. En efecto, el siglo XXI será el siglo de los servicios como continuidad de la globalización” Traducción del autor.

Grafico No. 1

Exportaciones mundiales de servicios comerciales por sectores 2008-2010



Fuente: OMC Estadísticas del comercio internacional 2011. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2011_s/its11_trade_category_s.pdf

En este sentido y de acuerdo con las estadísticas de la OMC¹ (Organización Mundial de Comercio) para el comercio de servicios, las exportaciones de servicios comerciales aumentaron para 2010 en un 9%. Con lo cual se corrobora el buen augurio para el mercado de los servicios a nivel mundial indicado anteriormente. Con estos datos, la OMC presenta a Europa y Asia como las principales regiones proveedoras y consumidoras de servicios a nivel global, pues según el informe de estadísticas presentado para el año 2010 la exportación de servicios alcanzó los 3.965 Millones de dólares, entre los que se destacan los servicios de transporte con 785 Millones, los viajes con 940 Millones y otros servicios comerciales con 1.970 Millones. Estas mediciones dejan ver cómo aun con la crisis financiera mundial de 2009, el comportamiento de los servicios no está directamente correlacionado con el ciclo económico; situación que lo ubica en una posición ventajosa frente a la producción de bienes ante externalidades como es la inestabilidad de los mercados.

Así, el fenómeno que lleva al crecimiento a nivel mundial de los servicios también trae como consecuencia la tendencia generalizada hacia la deslocalización o *Offshoring* que

¹ Para un mayor nivel de detalle véase: Estadísticas del comercio internacional 2011. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2011_s/its11_trade_category_s.pdf

se asocia a diversos factores según explica Muñoz (2006) entre los que se destacan: abandono de la actividad de forma parcial o total, deslocalización de la ó las actividades en un ámbito nacional o internacional y por causas diversas; de las cuales es imprescindible señalar: los costos de mano de obra, la calidad de prestación de los servicios, la mejora en productividad alcanzada, las diversas condiciones geopolíticas y socio-culturales que se presentan en el desarrollo de un servicio. Sin embargo debemos aclarar que el concepto de *Offshoring* debe profundizarse y entenderse apropiadamente para el caso de los servicios.

Por ende los servicios deben alcanzar condiciones suficientes tales que; les permitan no requerir agentes definidos para la prestación cara a cara, presenten un alto y especializado contenido de información, que su lineamiento con las tecnologías de la información les proporcione un valor agregado y que permita la alta diferenciación por remuneración en salarios, así como un buen nivel de ocupación en los lugares de destino; estas razones solo son algunas de las tantas condiciones que ostentan particularmente los servicios. Respecto a los bienes y/o mercancías “Los servicios se diferencian generalmente de mercancías por cuatro características distintas: la intangibilidad, la inseparabilidad, la variabilidad y la imperdurabilidad” (Stafford, 2005). Traducción del autor.

Esta claridad se presenta en razón a que los servicios se comercializan en segmentos de mercado que en la actualidad presentan niveles de más rápido crecimiento, que se prestan en diversas ubicaciones geográficas y alcanzan a diversas culturas. Esta situación se aprecia con claridad como efecto de la globalización de servicios, en donde se exponen 6 tendencias, según Frazer y Patterson (1998):

“...La primera es el cambio hacia los servicios en las economías de los países más desarrollados, la actividad manufacturera se ha desplazado a las economías de bajos salarios. Segunda, como los fabricantes se globalizan, sus proveedores de servicios deben seguirlos. Tercera, la tecnología ha tenido un efecto unificador, en donde las fronteras nacionales son significativamente menores que en el pasado. Cuarta, la apertura de los previamente cerrado mercados de la antigua Unión Soviética y en Europa del Este ha provocado gran oportunidades para los proveedores de servicios para expandirse en estas áreas en las que es muy necesaria su experiencia. Quinta, la Ronda Uruguay de negociaciones del GATT ha eliminado algunas de las barreras a la exportación de servicios. Y última, como muchos las economías se desarrollan y alcanzan niveles más altos de riqueza, más servicios son exigidos. A menudo, estos servicios no están disponibles a nivel local o se requieren en una escala global...” (P. 294) traducción del autor.

Como efecto del crecimiento del mercado mundial de servicios, la necesidad facilitar su diferenciación e incremento del nivel transaccional de los mismos; la OMC a través del ACGS ha definido y establecido las formas como se realiza la prestación de los servicios en el comercio mundial, estas definiciones son claves para permitir el adecuado acceso, promoción y prestación de los servicios en las diversas economías y regiones. A continuación se presentan las formas estipuladas en el marco del AGSC:

- Suministro transfronterizo de servicios. Del territorio de un miembro al territorio de cualquier otro miembro.
- Consumo en el extranjero. En el territorio de un miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro miembro.
- Presencia comercial del proveedor extranjero en el país receptor por un proveedor de servicios de un miembro mediante la presencia comercial en el territorio de cualquier otro miembro.
- Traslado temporal de personas físicas a otro país para prestar en él los servicios por un proveedor de servicios de un miembro, mediante la presencia de personas físicas de un miembro en el territorio de cualquier otro miembro. (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2010, 19).

Pero adicional a la forma como generalmente se prestan los servicios entre un lugar y otro (Es decir, entre un ámbito interno-externo), es necesario indicar que estos se pueden clasificar por la generación de valor agregado que estos encarnan según lo expone Duran (2012):

Cuadro No.1
Clasificación de servicios por valor agregado

TIPOS DE SERVICIOS	SECTORES	VALOR AGREGADO	Calidad de la mano de obra
Intensivos en Mano de Obra (Servicios de Contacto) Business Process Outsourcing BPO	Transporte, viajes, servicios personales, servicios para la agroindustria (empacado y procesamiento), turismo	BAJO	Estudios primarios y carreras tecnológicas, Conocimientos de inglés
Intensivos en Mano de Obra y Conocimiento (Information technology Outsourcing) ITO	Telecomunicaciones, servicios financieros, computación e informática, servicios empresariales (legales y contables, arquitectura, ingeniería y publicidad)	MEDIO	Estudios universitarios, diplomados .Conocimiento de inglés, administración
Intensivos en Conocimiento (Knowledge Process Outsourcing) KPO	Inteligencia de mercado, Consultoría de negocios, Servicios legales, Investigación y desarrollo, Diseño de nuevos productos	ALTO	Universitarios, profesionales especializados, maestría y doctorado. Conocimientos de inglés, administración, destrezas matemáticas u otros idiomas

Fuente: http://www.cepal.org/comercio/noticias/paginas/9/46709/Comercio_Servicios_LAC_mundo_PA_may_2012_JD.pdf

En donde se puede apreciar el nivel de valor agregado que se genera, la calidad de mano de obra requerida para cumplir con el servicio, los sectores en donde se puede llegar a prestar el servicio y finalmente el tipo de servicio que se está prestando. Esta clasificación es la que consideramos presenta más acertadamente un enfoque para los servicios profesionales.

Con base en esta clasificación y a las características propias de los servicios, podemos entender que los servicios se desarrollan bajo aspectos y condiciones particulares propias de los mercados en donde se comercializan. Para delimitar nuestro caso de estudio: los servicios profesionales responden a tres características, que se enumeran en Niño (2004, 4-5):

- Los servicios profesionales tienen economías de escala como consecuencia de las inversiones que hacen los proveedores de servicios en el desarrollo de conocimientos y habilidades. Las empresas de servicios profesionales exitosas son aquellas que logran aplicar los conocimientos de adquiridos sobre una extensa base de clientes.
- Los servicios profesionales se tienden a tranzar en forma intertemporal, donde el momento de la contratación del servicio profesional y el del suministro del mismo son diferentes.
- Los mercados de servicios profesionales se caracterizan por tener altos costos de transacción. El suministro de este tipo de servicios hace necesario realizar grandes inversiones en conocimientos específicos sobre el cliente, que difícilmente son utilizables con otros clientes.

Ahora teniendo en cuenta las características que definen a un servicio, las formas como se puede prestar el servicio, una clasificación aplicable y las particularidades que enmarcan a los servicios profesionales, buscaremos contextualizar estos aspectos para el mercado de servicios colombiano. En busca de identificar oportunidades, debilidades y fortalezas en la promoción, comunicación y acceso de los servicios profesionales colombianos a los mercados extranjeros como una opción de crecimiento para el comercio.

Colombia en el comercio de servicios profesionales

El hecho de que Colombia se presente en los últimos años como una de las economías con mayor proyección en Latinoamérica y se le denomine en el ámbito mundial como una economía emergente representa una oportunidad para el comercio de servicios. Pues estos se presentan como una tendencia que ha impulsado el crecimiento de las economías emergentes. Así bajo la óptica y entendiendo que se viene dando un proceso de integración internacional de los mercados de servicios profesionales y de

consultoría que han hecho posible que los países en desarrollo superen el círculo vicioso que impedía que se ofrecieran servicios profesionales porque no había demanda interna y esta no surgía porque no había oferta doméstica de estos servicios. (Niño, 2004)

En este orden de ideas acciones como la promoción, divulgación, regulación e información sobre el proceso de exportación de servicios profesionales en Colombia es fundamental para lograr este cometido. Y muestra de ese trabajo se observa con el apoyo brindado por el gobierno al lograr acciones concretas como la firma de tratados y conformación de programas para la promoción y consolidación propuestas que tengan como objetivo la exportación de servicios. Así el país en este momento cuenta con varios de estos mecanismos, entre los cuales podemos destacar los siguientes:

Tratados de libre comercio:

- TLC con Estados Unidos el cual está en vigencia desde 2012 y en el cual se negociaron según la Cámara de Comercio de Medellín los siguientes temas: Servicios trasfronterizos, servicios de telecomunicaciones, servicios financieros y comercio electrónico. Respecto a los servicios profesionales se tiene la claridad que estos son aquellos “que para su prestación requieren educación superior especializada, adiestramiento, capacitación o experiencia equivalente” (Pg. 76).
- TLC con Chile corresponde a un acuerdo de comercio que está regulado por el tratado bilateral suscrito por ambos países, el cual a su vez constituye un protocolo adicional al Acuerdo de Complementación Económica (ACE). Las disposiciones sobre acceso a mercados en general no presentan restricciones relacionadas con número de prestadores del servicio, valor total de los activos o transacciones de servicios, o tipos de sociedades que pueden prestar los servicios.
- CAN (Comunidad Andina de Naciones). El Acuerdo de Integración Subregional Andina integrado por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Tiene vigencia desde mayo de 1969 como el Acuerdo de Cartagena, conocido también como Pacto Andino. Respecto al comercio de servicios, los países miembros de la Comunidad Andina cuentan desde 1998 con un marco general de principios y normas para la liberalización del comercio de los servicios.

- TLC con México o acuerdo del G3, que en un comienzo involucraba a Colombia, México y Venezuela. Tiene vigencia desde 1995 y aplica actualmente en su totalidad para las relaciones de Colombia con México, ante la renuncia que del mismo hizo Venezuela. De manera similar a como se han construido los demás tratados comerciales, el suscrito con México contempla una serie de disposiciones de carácter general.

Programas de promoción y apoyo a las exportaciones:

- El Programa de Transformación Productiva (PTP) es una alianza público-privada, creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre el sector público y privado². Este a su vez corresponde al El Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 del Gobierno Nacional y es administrado por Bancoldex.

De acuerdo con lo registrado en la balanza de pagos para las exportaciones de servicios durante el periodo 2000 – 2012, encontramos que el nivel de crecimiento en general ha sido en promedio del 200% salvo el caso excepcional de los servicios empresariales que ha alcanzado el 900%, con relación al monto de exportaciones que se presentaba al inicio del periodo en cuestión. Para el caso de los servicios profesionales, estos se hallan registrados en la categoría de otros servicios y como se puede observar en el cuadro No. 2; esta categoría presenta un crecimiento del 288% pasando de 93 millones a 269 millones de dólares (USD) entre el 2000 y el 2013 respectivamente.

Cuadro No. 2
Exportaciones de servicios Colombianos 2000-2012

* Cifras en Millones de Dolares (USD)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	% Aumento
Exportaciones *	2.049	2.190	1.867	1.921	2.258	2.668	3.377	3.636	4.137	4.202	4.446	4.856	5.240	
Transporte	588	567	539	623	679	780	899	1.104	1.239	1.136	1.207	1.557	1.470	250%
Viajes	1.030	1.217	967	893	1.061	1.222	1.554	1.669	1.844	1.999	2.083	2.201	2.351	228%
Comunicaciones	186	190	152	150	200	238	287	291	302	317	277	307	360	194%
Seguros y financieros	74	53	36	36	31	31	59	68	70	48	45	55	55	75%
Empresariales	78	68	74	113	171	272	445	372	528	546	603	498	734	946%
Otros servicios	93	96	99	106	117	125	133	132	154	157	230	238	269	288%

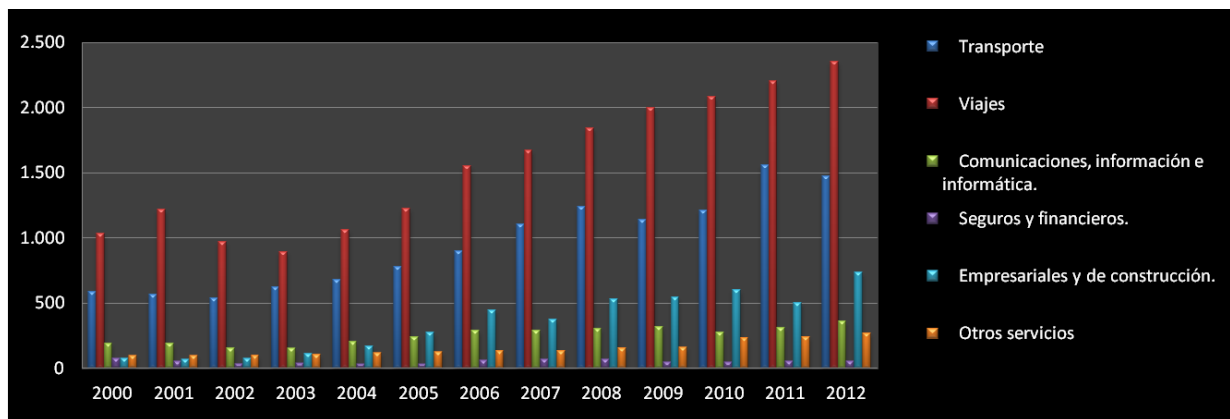
Fuente: Construcción propia a partir de la balanza de pagos. Información disponible en:
<http://www.banrep.gov.co/es/info-temas-a/2293>

² Para mayor información y detalle consulte: <http://www.ptp.com.co>

De igual forma puede apreciarse en el siguiente grafico, la evolución de los servicios para el periodo comprendido entre el año 2000 y 2012.

Grafico No. 2 Crecimiento de las exportaciones de Servicios en Colombia 2000-2012

Cifras en Millones de Dolares (USD)



Fuente: Construcción propia a partir de la balanza de pagos. Información disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/info-temas-a/2293>

Con base en esta información podemos constatar el importante crecimiento que han tenido los servicios profesionales en Colombia en estos últimos 12 años, aun cuando no hay información más detallada o desglosada de estos servicios si podemos constatar que este corresponde a un segmento que se está comportando de acuerdo al análisis que hemos venido realizando a lo largo de este trabajo. Adicionalmente que en los últimos 3 años este crecimiento viene siendo más acentuado, esta condición contrasta con el buen momento a nivel regional y global viene teniendo el país. En otras palabras estas cifras corroboran que Colombia como una economía emergente presenta un gran potencial de crecimiento especialmente en el rubro de los servicios profesionales.

Así mismo se debe reconocer que existen algunos factores que son imprescindibles para el fomento y prestación de los servicios profesionales, en los cuales se debe profundizar y lograr un apoyo tanto en el ámbito privado como publico si en realidad se desea consolidar un sector de servicios profesionales fuerte, competitivo y capaz de aprovechar el buen momento a atraviesa el país y la economía. De estos factores podemos destacar los siguientes:

- **Capital Humano:** Esta se presenta como una de las mayores debilidades del país, teniendo en cuenta el bajo nivel de inversión en ciencia y

tecnología, lo que a su vez genera un nivel muy bajo de innovación. Adicionalmente la capacidad limitada para el dominio de un segundo idioma, conocida como bilingüismo.

- **Infraestructura:** Este factor está asociado principalmente a los programas de promoción e implementación de las TIC's a nivel nacional. Pero no es lo único que se debe tener en cuenta; el tema de la ubicación geopolítica hace de Colombia un lugar estratégico en donde es importante también lograr mejoras sustanciales en puertos, aeropuertos y carreteras para facilitar el transporte de pasajeros
- **Acceso a financiación:** Este factor corresponde a los programas para financiar proyectos que se puedan generar en el sector servicios. Sin embargo no existen fondos de capital de riesgo, ni fondos de capital semilla que fomenten, apoyen y permitan la creación y posterior consolidación de los proyectos.

Conclusiones

Los servicios profesionales representan una gran oportunidad para Colombia en el comercio internacional, debido a que existe una tendencia global de consumo que demanda servicios con diversos niveles de valor agregado, esto como resultado de la consolidación del proceso de globalización que se ha venido dando en los últimos años. Sumado a esta situación, también se presenta el vertiginoso cambio y evolución especialmente en las TIC's. Sin embargo existen algunas limitaciones que ameritan ser estudiadas y revisadas con mayor profundidad de tal suerte que permitan en el corto y mediano plazo lograr un mayor posicionamiento de los servicios profesionales colombianos.

Algunos de los retos que se deben asumir y con los cuales se debe trabajar en pro de mejorar las condiciones para la promoción y exportación de servicios profesionales en Colombia corresponden a:

Mejorar y diversificar la oferta educativa en el país para los diferentes niveles educativos (Tecnológico, Profesional y Especialidades de posgrado) en donde se incrementen las tasas de formación de personal altamente calificado y las opciones para lograr un mayor nivel de especialización productiva que responda a áreas previamente identificadas y definidas con potencial de crecimiento.

Continuar con la penetración y mejora de redes de comunicación, aun cuando Colombia presenta de los niveles más altos a nivel Latinoamérica en cubrimiento de internet y telefonía celular, es necesario también lograr mejoras en el acceso a servicios de

energía eléctrica y telefonía que en algunas regiones del país son intermitentes o inexistentes. Lograr una mejora sustancial en infraestructura física especialmente en puertos, aeropuertos y carreteras que son necesarios para la prestación de servicios, así como para la movilidad de las personas que adquieren y prestan los servicios profesionales.

Se requiere que se diseñen e implementen estrategias innovadoras para la promoción y mercadeo de los servicios pues debe recordarse que la prestación de servicios profesionales responde a condiciones puntuales como la ubicación geográfica, la cultura, el idioma entre otros. De manera similar deben fomentarse y fortalecerse programas de apoyo a la exportación de servicios profesionales, que permitan la mejora de recurso humano, acceso a infraestructura y participación de financiamiento.

Colombia al presentarse como una economía emergente no solo a nivel regional, sino también a nivel mundial ostenta una posición y una situación que favorece la IED, pues es atractiva para inversionistas extranjeros que buscan economías estables y en crecimiento. Adicionalmente respecto a la región, Colombia presenta una posición geoestratégica, niveles de escolaridad y costo de la mano de obra que son más competitivos, condiciones que permiten un crecimiento sostenido y ascendente en el tiempo. Algunos de los ejemplos que ilustran mejor estas condiciones son: los servicios de salud, los servicios BPO, los servicios de hotelería y turismo y los servicios relacionados con software y TI.

Como se observa en la balanza de pagos el rubro de exportación de servicios profesionales se registran cifras que denotan participaciones económicas muy importantes, y muestran el crecimiento e importancia que ha venido ganando el sector servicios en la economía nacional en la última década especialmente. Por tanto, el potencial en materia de exportación de servicios es un tema que debe ser fortalecido y consolidado por entes gubernamentales y privados, y que debe replantear estrategias que permitan a Colombia, posicionarse como un excelente proveedor de servicios a nivel internacional.

Esta situación puede facilitar el acceso de recursos (Capital, Conocimiento, Tecnologías, Maquinaria y Equipos, entre otros) provenientes de otras latitudes, esta condición adicionalmente debería lograrse con el apoyo de programas del orden gubernamental que busquen o tengan como objetivo fomentar y ampliar la plataforma o base para la prestación de servicios profesionales. En la medida en que ya se han logrado acuerdos como los tratados de libre comercio que sirven de canal para la exportación de servicios.

Finalmente es importante dejar algunos aspectos en consideración que no se abordaron en este trabajo, pero que representan elementos importantes para el crecimiento y mejora del sector de servicios profesionales en Colombia. Pues como se presento en este trabajo Colombia se encuentra en un momento en el cual se dan condiciones históricas, económicas, políticas, comerciales y tecnológicas que permiten que el sector de los servicios en general se consolide y especialmente el de los servicios profesionales, por tanto es pertinente dejar abierta la opción a la preocupación por el tema y a la esperanza de un desarrollo futuro, pero no muy lejano para exportación de servicios profesionales Colombianos.

A saber, los aspectos son:

- La adopción de estándares internacionales de calidad
- La acreditación internacional de programas académicos y universidades
- Normas técnicas de servicios
- Certificación de organizaciones e individuos
- Bilingüismo
- Promoción de las exportaciones e inversión en servicios profesionales
- Zonas francas y parques de servicios

BIBLIOGRAFIA

Alcaldía Mayor de Bogotá (2007). Bogotá: Plataforma de comercio internacional de servicios. Lineamientos de política. Secretaria distrital de desarrollo económico. Junio de 2007. Disponible en:

http://www.desarrolloeconomico.gov.co/component/docman/doc_download/41-bogota-plataforma-de-comercio-internacional-de-servicios

Borchert, I. Gootiiz, B y Mattoo, A. (2012). Policy Barries to International Trade in Services. Evidence from a New Database. The Work Bank. Policy Research Working Paper. Disponible en: http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2012/06/28/000158349_20120628132350/Rendered/PDF/WPS6109.pdf

Cámara de comercio de Medellín para Antioquia (2010). Comercio Internacional de servicios: la nueva apuesta exportadora de Antioquia. Documentos comunidad Cluster No. 6. Disponible en:

http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=201&PortalId=0&TabId=515

Clark, T. y Rajaratnam, D. (1999). International services: perspectives at century's end. *Journal of services marketing*. Vol. 13. No. 4/5. Pp. 298-310.

Coalición Regional de Servicios (2012). Manual sobre el Comercio de Servicios en los Acuerdos de Libre Comercio Negociados por Colombia. Documento disponible en: http://camara.ccb.org.co/documentos/9124_Manual_sobre_el_comercio_de_servicios.pdf

Duran, J. (2012). El Comercio de Servicios en los países de América Latina y el Caribe y el mundo. CEPAL. Presentación en Panamá, 3 de mayo de 2012. Disponible en: http://www.cepal.org/comercio/noticias/paginas/9/46709/Comercio_Servicios_LAC_mundo_PA_may_2012_JD.pdf

Figuroa, M. (2008). Los servicios profesionales en América del norte. Un análisis de sus resultados y perspectivas a partir del tratado de libre comercio. No. 224. Enero – Abril. Pg. 111-136. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/n224/n224a6.pdf>

Francois, J. y Hoekman, B. (2010). Services Trade and Policy. *Journal of Economic Literature by American Economic Association*. Vol. 48. No. 3 (September 2010). Pp. 642-692. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/20778764>

Frazer, K. y Patterson, P. (1998). Internationalization of services: the service exporting decision. *The Journal of services marketing*. Vol. 12. No. 4. Pp. 294-311

McKinney, J. y Moore C. (2008). International Bribery: Does a Written Code of Ethics Make a Difference in Perceptions of Business Professionals. *Journal of Business Ethics*. Vol. 79. No. 1/2, *World Business Ethics: Does East Meet West?*. April – May. Pp. 103-111. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25075649>

Muñoz, M. (2007). Deslocalización de los servicios: ¿Mito o Realidad?. *Revista de Economía Mundial*. Pg. 57-78.

Niño, J. (2004). El comercio internacional de servicios profesionales y la integración los países andinos. *Latin American Trade Network – LATN*. Disponible en: <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2007/00488.pdf>

Geloso, M. y Shepherd, B. (2008). Towards the development of a services trade restrictiveness index (STRI) for professional services. *OECD. Services experts meeting on business services*.

Organización Mundial del Comercio. (2011). Estadísticas del comercio internacional 2011. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2011_s/its11_trade_category_s.pdf

Rubalcaba, L. Gago, D. y Maroto, A. (2005). Relaciones entre globalización y servicios: ventajas competitivas de los servicios europeos y españoles en el comercio internacional. Información Comercial Española – ICE. Competitividad e Internacionalización de los servicios en los servicios europeos. No. 284. Julio-Agosto. Pg. 93-115.

Samiee, S. (1999). The internationalization of services: trends, obstacles and issues. Journal of services marketing. Vol. 13. No. 4/5. Pp. 319-328.

Stafford, M. (2005): International Services Advertising (ISA). Defining the Domain and Reviewing the Literature. Journal of Advertising. Vol. 34. No. 1. International Advertising (Spring, 2005). Pp.65-86. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/4189287>