El valor del conocimiento en la exportación de servicios

La Cámara de Comercio de Lima (CCL), a través de su Gremio de Servicios, organizó el IV Foro Internacional de los Servicios: Visionando el futuro post Covid-19, evento virtual que se llevó a cabo el 9 de diciembre, a través de la plataforma de Facebook Live de la institución gremial.

El evento fue presentado por el primer vicepresidente de la CCL, Alberto Ego-Aguirre, quien resaltó el avance del comercio de servicios, que en nuestra economía ha tenido un intenso crecimiento en la última década.

“Su avance en países como el nuestro significa un paso adelante para convertirnos, a futuro, en un país del primer mundo que apoya su crecimiento también en la exportación de servicios”, manifestó. En ese sentido, Ego-Aguirre consideró que, en un escenario de pospandemia, los servicios cobrarán una especial importancia debido al internet de las cosas.

Por tanto, dijo, la exportación de servicios tendrá una mayor relevancia, y, para ello, se debe estar preparado a fin de enfrentar dicho desafío.

Por su parte, **la titular del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Claudia Cornejo, destacó que para impulsar esta industria se necesitan alianzas con el sector privado, como la CCL, entidad que contribuyó en la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025, documento**

que pone énfasis en promover la exportación de servicios y la internacionalización de empresas.

“Ratificamos nuestro compromiso, a través del Mincetur y PromPerú, de continuar trabajando en aras de lograr el posicionamiento de los servicios peruanos en los mercados internacionales”, sostuvo Cornejo.

A su turno, el viceministro de Comercio Exterior, Diego Llosa, indicó que la exportación peruana de servicios ha reportado un crecimiento sostenido entre los años 2010 y 2019, logrando alcanzar los US\$ 7.604 millones.

No obstante, con la llegada de la pandemia de la COVID-19, el valor de estas exportaciones se vieron seriamente afectadas, pues en el tercer trimestre de este año se reportó una contracción del 54%. Sin embargo, en ese mismo periodo se observó que los servicios profesionales basados en el conocimiento han demostrado una mayor resiliencia y adaptación frente a la pandemia del coronavirus.

“En el periodo de análisis el rubro Otros servicios, que incluye los servicios basados en el conocimiento, registró una contracción del 13%, porcentaje inferior a la reducción del 54% que reportó la exportación total de servicios”, manifestó.

Diego Llosa precisó que este sector es clave en esta coyuntura, considerando que la digitalización y los mercados digitales han tenido un fuerte crecimiento en el marco de la pandemia.

Además, los servicios basados en el conocimiento vienen registrando un intenso avance cuyas exportaciones sumaron US\$ 1.140 millones en el 2019, convirtiéndose así en un componente importante en las exportaciones no tradicionales.

Igualmente, para superar este escenario de pandemia, el viceministro de Comercio Exterior señaló que la Alianza del Pacífico pretende impulsar un Mercado Digital Regional (MDR) cuyo impacto económico se estima en US\$ 15.195 millones en los próximos cinco años.

En esa línea, **el director ejecutivo del Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la CCL (Idexcam), Carlos Posada,** manifestó que a futuro la exportación de servicios tendrá una mayor participación en el mercado global y que, incluso, podría alcanzar el 50% del comercio mundial en el año 2050. 994362242

“Este valor agregado del conocimiento está teniendo cada vez un mayor protagonismo en las exportaciones de servicios. Por eso, hoy el Perú le está dando una mayor relevancia, porque le da agilidad a nuestro comercio”, subrayó.

Revalorización del conocimiento

Por su parte, **el especialista en políticas tecnológicas y desarrollo productivo de Argentina, Carlos Pallotti,** aseguró que esta pandemia ha generado una revalorización del

conocimiento en las exportaciones de servicios, factor importante en la economía de distintos países de la región.

Para el experto, la crisis sanitaria también evidenció la falta de talento y capital humano, donde los países de la región deben atender esta problemática contando con un sistema educativo que le permita generar capacidades digitales en esta nueva normalidad.

“También es fundamental que los gobiernos pongan énfasis en mejorar la conectividad, índice sumamente ligado al crecimiento económico, pues necesitamos estar conectados, no solo en el plano educacional, sino también en lo laboral, tema que debe estar priorizado en la agenda de los países”, destacó.

En tanto, el vicepresidente del Gremio de Servicios de la CCL, Omar Cárdenas, resaltó los beneficios de la Ley que Fomenta la Exportación de Servicios, norma suscrita en el año 2017 y que ha contribuido a la liberación y dinamización de los servicios.

“Hoy, el comercio de servicios en el Perú representa el 61% del PBI total, que en los últimos 10 años ha promediado un crecimiento anual del 5,3%, superior al PBI total (4,5%), demostrando ser uno de los sectores más productivos y dinámicos del país”, precisó.

Asimismo, anotó que la exportación anual de este sector equivale al 13,8% de las exportaciones totales, convirtiéndose

en el segundo sector más importante como generador de divisas.

Respecto al empleo, manifestó que, por cada millón de dólares que exporta dicho sector, se generan 288 empleos entre directos e indirectos y que, a la fecha, existen 1,9 millones de empleos vinculados a las exportaciones de servicios.

Asimismo, en este escenario de crisis sanitaria, Omar Cárdenas destacó el esfuerzo de los 15 gremios empresariales que conforman la Coalición de Exportadores de Servicios, entre ellos la CCL, presidida por Yolanda Torriani, los que han seguido trabajando en distintas iniciativas para consolidar el sector y potenciar su capacidad exportadora.

2021: Año de la recuperación

A su turno, el gerente de exportación de servicios de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), David Edery, precisó que en el tercer trimestre de este año el turismo y el transporte fueron los servicios más golpeados por la pandemia con una contracción del 74% y 54%, respectivamente.

Sin embargo, en los servicios empresariales, que incluyen los servicios profesionales basado en el conocimiento, y comunicaciones la afectación fue menor. “Para amortiguar el impacto de la pandemia fue necesario implementar diversas estrategias de promoción comercial, tales como transformación digital, programas de internacionalización de empresas y la

promoción de marcas en el exterior”, manifestó.

Pese a este escenario, Ederly señaló que se registró una mayor demanda de los servicios digitales tales como marketing digital, software, servicios de ingeniería, minería, animación digital, entre otros. Por tanto, estimó que el 2021 será el año de la recuperación de las exportaciones con mayor dinamismo en servicios.

Así también, dijo que será un año clave para la internacionalización de las empresas de servicios, donde el sector privado será un aliado estratégico junto a PromPerú. Por otro lado, indicó que las empresas de base tecnológica han sido las ganadoras en este contexto de pandemia.

Por tanto, sostuvo ser el momento oportuno para acelerar y profundizar las estrategias que impulsan el desarrollo de la oferta exportable de servicios basados en conocimientos bajo “una visión sistémica” con el sector privado con la Coalición de Exportadores de Servicios, el sector público, así como la Academia.

En tanto, el presidente de la Comisión Tributaria de la CCL, Leonardo López, sostuvo que para una mejor prestación de servicios en el exterior es necesario eliminar el requisito que exige el comercio transfronterizo, el cual es acreditar el consumo del servicio en el extranjero.

“Para nosotros dicha norma es ambigua por lo mismo que los servicios prestados son inmateriales y demostrar su consumo

será difícil para exportador. Por tanto, tal requisito deber ser eliminado dado que solo genera interpretaciones y que pone en riesgo la seguridad jurídica”, manifestó López.

Asimismo, sostuvo que aún “hay espacio” para mejorar las exportaciones de servicios específicamente en la modalidad 2 relacionada al consumo en el exterior.

En este punto sostuvo que, conforme a la Ley que Fomenta la Exportación de Servicios, podrían incorporarse a esta modalidad los servicios de salud, eduplantó a la Coalición de Exportadores de Servicios, el desarrollo de un acuerdo regional sobre el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y las operaciones de exportación de servicios; de manera que haya un tratamiento tributario uniforme entre países latinoamericanos.

En tanto, el secretario general de la Asociación Latinoamericana de Exportación de Servicios (ALES), Javier Peña, indicó que en esta coyuntura es necesario establecer un modelo de éxito que permita a las empresas identificar oportunidades y consolidarse a futuro.

Este modelo comprende el concepto de empresas globales, que tiene gran alcance en el comercio internacional y que podrían fomentar el consumo y la inversión participando en iniciativas como “Retorno a las Américas”, de los EE. UU.

“Otro punto importante que se debe destacar son los procesos de automatización y digitalización que hacen, innovación, portuarios, entre otros. Ante lo descrito, Leonardo López

planteó a la Coalición de Exportadores de Servicios, el desarrollo de un acuerdo regional sobre el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y las operaciones de exportación de servicios; de manera que haya un tratamiento tributario uniforme entre países latinoamericanos.

En tanto, el secretario general de la Asociación Latinoamericana de Exportación de Servicios (ALES), Javier Peña, indicó que en esta coyuntura es necesario establecer un modelo de éxito que permita a las empresas identificar oportunidades y consolidarse a futuro.

Este modelo comprende el concepto de empresas globales, que tiene gran alcance en el comercio internacional y que podrían fomentar el consumo y la inversión participando en iniciativas como “Retorno a las Américas”, de los EE. UU.

“Otro punto importante que se debe destacar son los procesos de automatización y digitalización que ha generado múltiples oportunidades para el sector servicios, el cual ha elevado el nivel de ocupación y de productividad en la región y el mundo”, manifestó.

Precisamente, consideró que la digitalización es otra oportunidad que debe aprovechar América Latina dado que está generando una alta demanda de talento humano, siendo un desafío para los países de la región.

Asimismo, Javier Peña manifestó que es sumamente relevante que los países deban definir a las exportaciones de servicios como

una política de Estado, considerando que hoy tiene una correlación positiva entre el crecimiento de las exportaciones de servicios y el PBI.

Finalmente, el evento fue clausurado por la past president y presidenta del Gremio de Servicios de la CCL, Yolanda Torriani, quien resaltó que el conocimiento genera riqueza y se transforma en valor, el cual ya forma parte del comercio nacional e internacional, por tanto, aseguró que “la economía del conocimiento será de suma importancia para el futuro”.

“Esta generación del valor del conocimiento la experimentamos con profundas transformaciones tecnológicas llevándonos a cambiar la manera de hacer negocios y relacionarnos de manera distinta, crea así una nueva oferta comercial ”, anotó.