

Las exportaciones de servicios no turísticos en España y Portugal

Rosario Gandoy, Catedrática de Economía Aplicada.
Universidad de Castilla-La Mancha

Sumario

Las exportaciones de servicios no turísticos han adquirido una creciente importancia en la composición de las exportaciones de los países ibéricos, hasta llegar a superar a los ingresos obtenidos por la actividad turística. Además, las economías ibéricas han podido mantener, e incluso aumentar ligeramente, su participación en las exportaciones mundiales de servicios no turísticos; poniendo de manifiesto una innegable capacidad competitiva que se refleja en sus buenos resultados comerciales.

La expansión de las ventas al exterior de los servicios no turísticos ha venido impulsada por los servicios prestables digitalmente, en los que España y Portugal no solo han logrado sostener su contribución a las exportaciones mundiales previa a la pandemia, sino que han experimentado una considerable mejora en su superávit frente al exterior, especialmente en los servicios a las empresas, los informáticos y los audiovisuales.

Esta diversificación de las exportaciones de servicios hacia los servicios más vinculados a los nuevos desarrollos tecnológicos constituye un cambio estructural de enorme trascendencia en las economías ibéricas. En primer lugar, por su implicación con el crecimiento económico y el empleo. Buena parte de los servicios no turísticos, en especial de los prestables digitalmente -información, comunicación, actividades profesionales, científicas y técnicas y administrativas-, presentan elevadas ganancias de productividad. Su creciente presencia en la producción y exportación puede contribuir muy positivamente a avanzar hacia un modelo de crecimiento apoyado en la productividad y generador de empleos de calidad. En segundo lugar, por su incidencia positiva sobre el equilibrio de la Balanza de Pagos, reduciendo la vulnerabilidad de las economías ibéricas ante posibles shocks que actúen sobre el sector turístico, como ocurrió con la pandemia. Y finalmente, por su impulso a la internacionalización. Los servicios no turísticos, especialmente los prestables digitalmente, facilitan la internacionalización de las empresas de menor dimensión. La reducción en los costes del comercio que propician las tecnologías favorecen el acceso de las microempresas y PYMES al mercado internacional, ampliando la base de empresas exportadoras y promoviendo la competencia.

Con todo, aun parece existir margen para la internacionalización de los servicios no turísticos, sobre todo en España, donde el peso de sus exportaciones sobre el PIB y la presencia relativa de dichas actividades en la estructura productiva es inferior al que alcanzan en las principales economías europeas. El impulso a la digitalización en que están inmersos los países de la UE y los fondos comunitarios destinados a este objetivo pueden constituir un estímulo adicional al desarrollo de estas producciones y a su internacionalización.



Índice

1. Introducción	3
2. Evolución de las exportaciones de servicios no turísticos de España y Portugal	4
3. Composición de las exportaciones	9
4. Destino de las exportaciones de servicios no turísticos	12
5. Servicios prestados digitalmente: evolución y competitividad	14
6. Consideraciones finales	17
7. Bibliografía	18

1. Introducción

El informe anual 2024 de la Organización Mundial del Comercio comienza con un claro mensaje de su directora general, Ngozi Okonjo-Iweala: *“El futuro del comercio está en los servicios, especialmente en los servicios digitales y verdes”*.

Es una afirmación que puede sorprender, porque los servicios, tradicionalmente, han desempeñado un papel residual en las transacciones internacionales debido a la dificultad que implicaba para su intercambio la exigencia de proximidad física entre proveedor y cliente. Sin embargo, en las últimas décadas, su comercio ha experimentado una considerable expansión hasta llegar a suponer el 26,2% de los intercambios mundiales en 2024. Un porcentaje que, según las estadísticas de la OCDE, se eleva sustancialmente cuando se considera el comercio en términos del valor añadido, alcanzando el 38% del total de las exportaciones y rebasando el 50% en algunas de las economías más avanzadas, como Estados Unidos, Reino Unido o Francia¹.

El rápido crecimiento del comercio exterior de servicios se atribuye, fundamentalmente, a los servicios prestados digitalmente, que ya representan el 14% del total de las exportaciones mundiales de bienes y servicios. Los desarrollos en las tecnologías de la información y comunicación y en las tecnologías digitales han hecho viable la comercialización de un gran número de servicios que anteriormente estaban limitados al mercado doméstico, especialmente de servicios empresariales. Asimismo, el comercio de servicios se ha visto favorecido por la liberalización comercial y la creciente utilización de servicios como inputs intermedios de los procesos productivos.

Son múltiples los factores que explican el dinamismo del comercio de servicios para usos intermedios. Entre ellos destaca el papel que desempeñan en las cadenas globales de valor. El adecuado funcionamiento de los procesos de producción fragmentados internacionalmente requiere disponer de servicios eficientes y de alta calidad en parcelas como el transporte, las comunicaciones, la coordinación y gestión de la cadena de producción o el control de calidad. Estos servicios vinculados a las cadenas de valor -*services link* en la terminología de Jones y Kierzkowski (2001)- actúan como el pegamento que une las etapas de un proceso de producción que se extiende a través de las fronteras y en el que, en muchas ocasiones, participan economías muy distantes entre sí. Pero los servicios no solo han sido cruciales para posibilitar el desarrollo de las cadenas de suministro transfronterizas, sino que, cómo ha revelado la literatura al respecto, desempeñan un papel crucial en su competitividad y en la estabilidad de los intercambios (Blázquez et al., 2020; Wolfmayr, 2012; Díaz Mora et al., 2018). Así, la expansión de las cadenas globales de valor se ha acompañado de un progresivo comercio de los servicios intermedios.

Adicionalmente, el comercio de servicios se ha visto reforzado por la tendencia a incorporar servicios en los procesos de producción de bienes y servicios, especialmente en la elaboración de productos manufacturados. El creciente contenido en servicios o, como se denomina formalmente la *servitización* de la producción, está relacionado con la necesidad de las empresas de economías avanzadas de huir de la competencia en precios proveniente de las economías con menores niveles de renta y salarios. Las empresas pueden diferenciar sus producciones a través de los servicios: introduciendo nuevas prestaciones tecnológicas, especificaciones distintas o, simplemente, proporcionando al cliente una percepción de la calidad y el valor del producto que le aleja de sus competidores. Como estos servicios, en general, requieren elevadas capacidades tecnológicas y de cualificación que no están a disposición de todas las empresas y países, se adquieren cada vez más en los mercados internacionales de economías que se especializan en su provisión.

¹ Datos correspondientes a 2020, último año para el que están disponibles las estadísticas de comercio en valor añadido de la OCDE (Tiva)

El resultado es que los servicios se han convertido en los grandes protagonistas del comercio internacional. La expansión de los intercambios de servicios contrasta con la ralentización en los de mercancías que se observa a partir de la crisis financiera. Como ha mostrado Baldwin (2022), el comercio de servicios, al contrario de lo ocurrido con los flujos de bienes, sigue mostrándose extraordinariamente dinámico sin que la crisis financiera, la pandemia o el resto de perturbaciones, que han golpeado al comercio internacional, hayan conseguido detener su progreso.

Es más, según apunta Antràs, (2020), de cara al futuro es previsible que los avances en la digitalización y la inteligencia artificial ejerzan un nuevo impulso sobre el comercio y, más específicamente, sobre las cadenas globales de valor. La explicación radica en que las tecnologías digitales permitirán reducir los costes del comercio, por ejemplo, abaratando el transporte a través de la conducción autónoma, la mejora logística derivada del ajuste de los itinerarios a la situación del tráfico en tiempo real, o una gestión más eficiente de las infraestructuras, contenedores o inventarios. Además, dichas tecnologías pueden contribuir a aminorar algunos costes irrecuperables del comercio; como los asociados a la búsqueda de los agentes más adecuados (compradores, vendedores o distribuidores), una tarea imprescindible para el éxito de la exportación que se ve facilitada por las plataformas digitales.

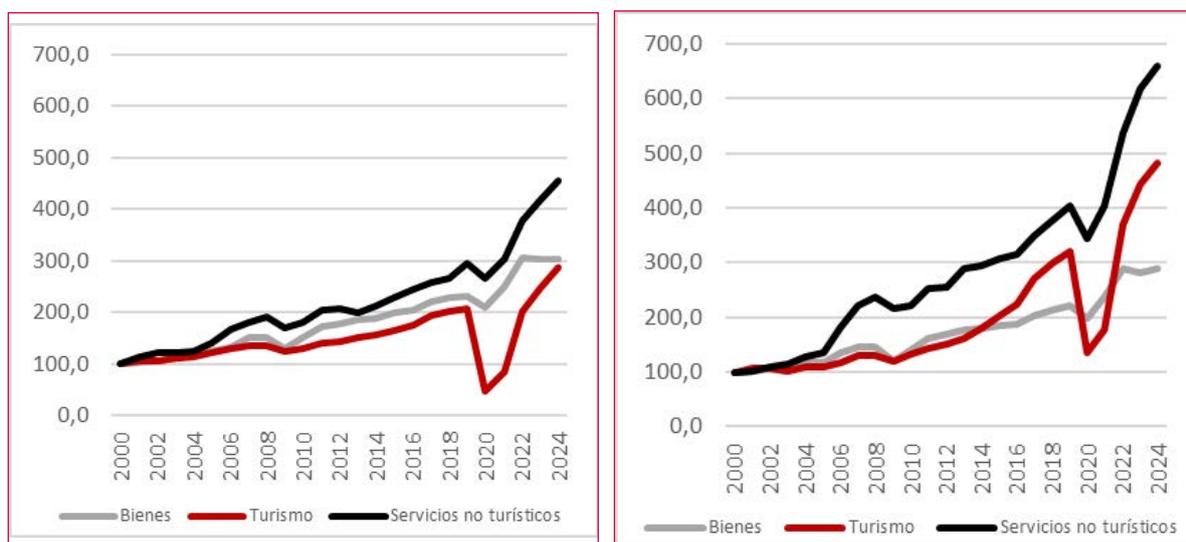
La creciente relevancia de los servicios en el comercio internacional apuntaría a una modificación de la naturaleza del proceso de globalización, que, más que invertir su avance como podría deducirse del detenimiento en el comercio de mercancías, presentaría una nueva versión en la que los servicios desempeñan un papel predominante (Baldwin, 2022).

El objeto de este trabajo es determinar en qué medida España y Portugal comparten estas tendencias. Para ello se examinará la evolución, composición, distribución geográfica y características de las exportaciones de servicios no turísticos en España y Portugal. Tras esta breve introducción, en el apartado dos se describe la evolución reciente de las exportaciones de servicios no turísticos en ambos países y de Estados Unidos, que se incorpora al análisis por la relevancia que este país posee en el comercio de servicios no turísticos. A continuación, en la cuarta sección, se analiza la distribución geográfica de las exportaciones. En la quinta se examina la importancia del comercio de servicios prestables digitalmente, es decir, aquellos con más posibilidades de incorporación de las tecnologías digitales; donde la transformación del modelo de suministro de servicios ha sido más intensa, bien porque las nuevas tecnologías han permitido disociar la prestación del servicio del contacto físico con el cliente o bien porque han modificado los canales de comercialización a través de plataformas o medios digitales. El trabajo finaliza con unas breves consideraciones finales.

2. Evolución de las exportaciones de servicios no turísticos de España y Portugal

Desde comienzos del siglo XXI, las exportaciones de servicios no turísticos tanto en España como en Portugal han mostrado un crecimiento extraordinario (gráfico 1). Para el conjunto del periodo 2000-2024 los ingresos obtenidos en España por sus ventas en el exterior de este tipo de servicios se cuatuplican, creciendo a una tasa media anual acumulativa del 6,5%. Pero su progreso es aún más destacado en Portugal que, con un crecimiento medio anual acumulativo del 8,2%, consigue multiplicar por seis sus ingresos por exportaciones de servicios no turísticos.

Gráfico 1.
Evolución de las exportaciones de bienes y servicios, 2000-2024. España (2002-2023).



*(año 2000 = 100)

Fuente: Eurostat. *Balanza de Pagos*

En ambos países se percibe una tendencia al alza desde el año 2000, si bien, al igual que ocurre con el resto de los intercambios, su avance se interrumpe ligeramente en 2009, con motivo de la crisis financiera, y en 2020, cuando la pandemia provocó una fuerte contracción de los flujos internacionales. No obstante, la incidencia de la Covid-19 fue mucho menor sobre las exportaciones de servicios no turísticos que sobre el turismo, cuyos ingresos cayeron estrepitosamente en 2020 como consecuencia de las restricciones a la movilidad y la paralización de la actividad económica -un 44,1% en España y un 57,6% en Portugal-. Además, la recuperación fue más rápida en los servicios no vinculados al turismo, que en el último trimestre de 2021 ya habían alcanzado los niveles de exportación previos a la irrupción de la pandemia.

Desde entonces y hasta la actualidad, el progreso de las exportaciones de servicios no turísticos ha sido notable desde cualquier óptica de comparación. En relación con el resto de producciones, su aumento ha sido muy superior al experimentado por las ventas de bienes al exterior y por los ingresos asociados al turismo. La rápida expansión de las exportaciones de servicios no turísticos, impulsados por la creciente digitalización, ha permitido que en 2024 los ingresos percibidos por dichos intercambios alcanzasen un valor de 105.139 millones de euros en España y 29.190 millones en Portugal. En ambos casos se trata de valores superiores a los correspondientes al turismo, y ello a pesar de la importancia que las actividades vinculadas al turismo mantienen en las dos economías y la intensa recuperación que éstas han experimentado desde 2022².

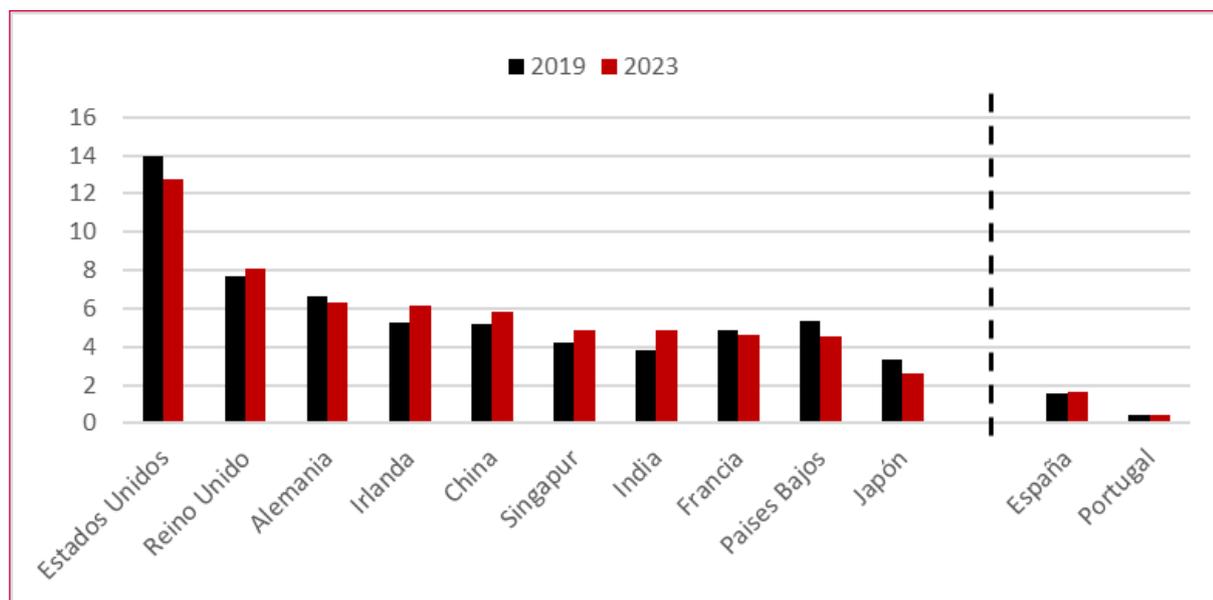
En consecuencia, la presencia de los servicios no turísticos en el total de ingresos obtenidos por la exportación de servicios no ha dejado de aumentar, ascendiendo desde una participación del 40% en España y del 43% en Portugal en el año 2000 al 51,7% en España y el 51,4% en Portugal. El turismo ha perdido su predominio en las exportaciones de servicios y merece la pena insistir en que esta merma de su peso relativo es el resultado de la creciente internacionalización del resto de servicios porque los ingresos por turismo en 2024 fueron los más altos jamás registrados en ambos países.

² Una vez superada la crisis pandémica, los ingresos por turismo en España alcanzaron 85.075 millones de euros en 2023, un 23% más que en el año previo a la pandemia. En 2024 se obtuvieron los ingresos en España fueron 98.396 millones de euros y en Portugal 29.675,5.

En relación con el resto del mundo, el dinamismo exportador de los servicios no turísticos ha sido superior al que ha tenido lugar en el conjunto de la UE-27 y en el agregado mundial. En consecuencia, ambos países han conseguido ampliar ligeramente su presencia en las exportaciones comunitarias de servicios no turísticos (pasando del 4% en 2019 al 4,1% en 2023 en España y del 1% al 1,2% en Portugal). Como muestra el gráfico 2, que presenta la cuota exportadora de España, Portugal y los 10 países que lideran el comercio mundial de servicios no turísticos en 2019 y 2023, también se produce una muy ligera ampliación de la cuota de España y Portugal en las exportaciones mundiales (del 1,6% en 2019 al 1,7% en 2023 en España y del 0,4% al 0,5% en Portugal).

Gráfico 2.

Cuota mundial en las exportaciones de servicios no turísticos, 2019 y 2023 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de OMC.

La evolución de la cuota exportadora es un buen indicador del comportamiento competitivo de las economías. Aumentos en la cuota de exportación denotan la fortaleza competitiva de un territorio puesto que, en un marco de intenso dinamismo comercial como el que tiene lugar en los servicios no turísticos, ha sido capaz de incrementar sus ventas al exterior en mayor medida que sus competidores³. Nótese, además, que el ligero avance de las cuotas ibéricas tiene lugar en un contexto de cambios en el liderazgo del comercio de servicios. Tras la pandemia la mayor parte de las grandes economías -Estados Unidos, Alemania, Francia, Países Bajos y Japón- han reducido su protagonismo en las exportaciones mundiales de servicios no turísticos mientras que aumentaba la presencia de países asiáticos -China, India y Singapur- y de algunos europeos como Irlanda, sede europea de grandes multinacionales en el campo de los servicios más intensivos en conocimiento y alta tecnología (Google, Amazon, Apple, Airbnb, etc.). En estas condiciones, conseguir mantener y ampliar, aunque sea ligeramente, la presencia en el comercio mundial de servicios denota una significativa capacidad competitiva.

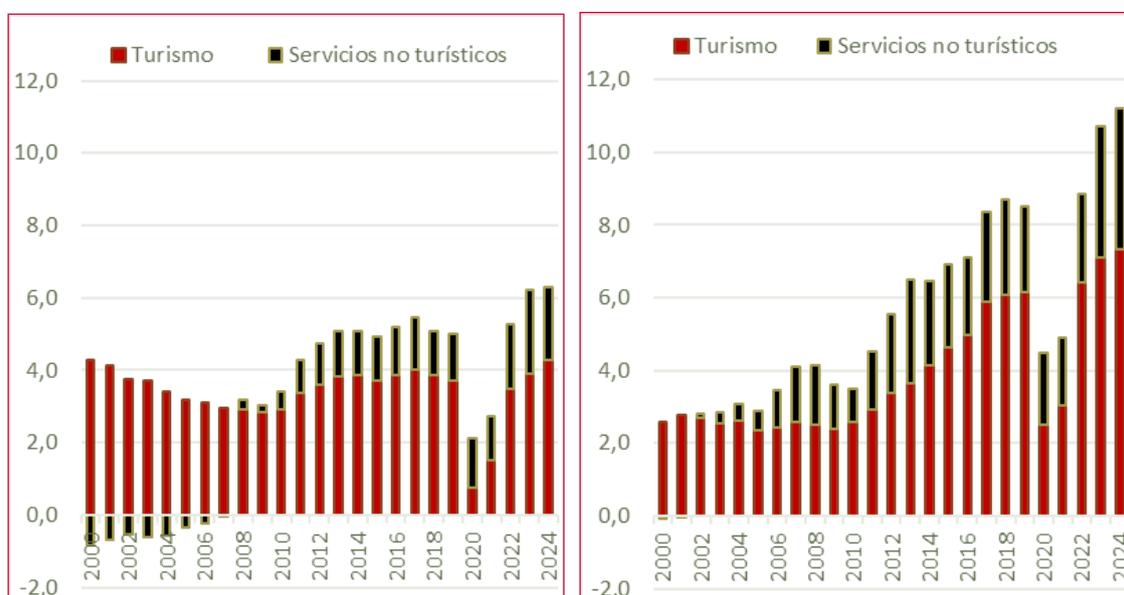
Por otra parte, el gráfico 2 permite observar como son las economías más avanzadas – Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Irlanda- las que tienen una mayor presencia relativa en el comercio de servicios no turísticos. Tal y como predice la teoría económica tradicional son los países con

³ Se trata de una traslación del concepto de competitividad empresarial que puede definirse como la capacidad de una empresa para mantener o ampliar la cuota de mercado de sus producciones.

una abundancia relativa en capital humano y conocimiento tecnológico los que poseen ventajas comparativas en estas producciones y, por consiguiente, donde tiende a concentrarse la producción y exportación. España y Portugal, ocupan una posición más retrasada, aunque nada desdeñable, en el ranking mundial de exportadores. En 2023 España ocupaba la 15 posición – tras los diez países recogidos en el gráfico, Suiza, Luxemburgo, Bélgica y Corea del Sur-, y Portugal se situaba en la 37.

El avance competitivo de las empresas españolas y portuguesas también se manifiesta en los resultados comerciales de sus intercambios con el exterior. Como puede observarse en el gráfico 3, tanto en España como en Portugal ha tenido lugar una mejora continuada en el saldo de servicios no turísticos.

Gráfico 3.
Saldo comercial de turismo y servicios no turísticos, 2000-2024.



*(% del PIB)

Fuente: Eurostat. *Balanza de Pagos*.

En España hasta 2008 los servicios no turísticos incurrieron sistemáticamente en déficits comerciales. El saldo positivo de la balanza de servicios se atribuía exclusivamente al turismo cuya contribución, sin embargo, iba reduciéndose progresivamente. La creciente competencia de otros destinos mediterráneos y el incremento de los costes en la economía española limitaban el crecimiento de los ingresos, a la vez que los pagos por turismo crecían impulsados por la bonanza de la economía española, la mejora en las rentas y la apreciación del euro que alentaban los viajes de residentes españoles al exterior.

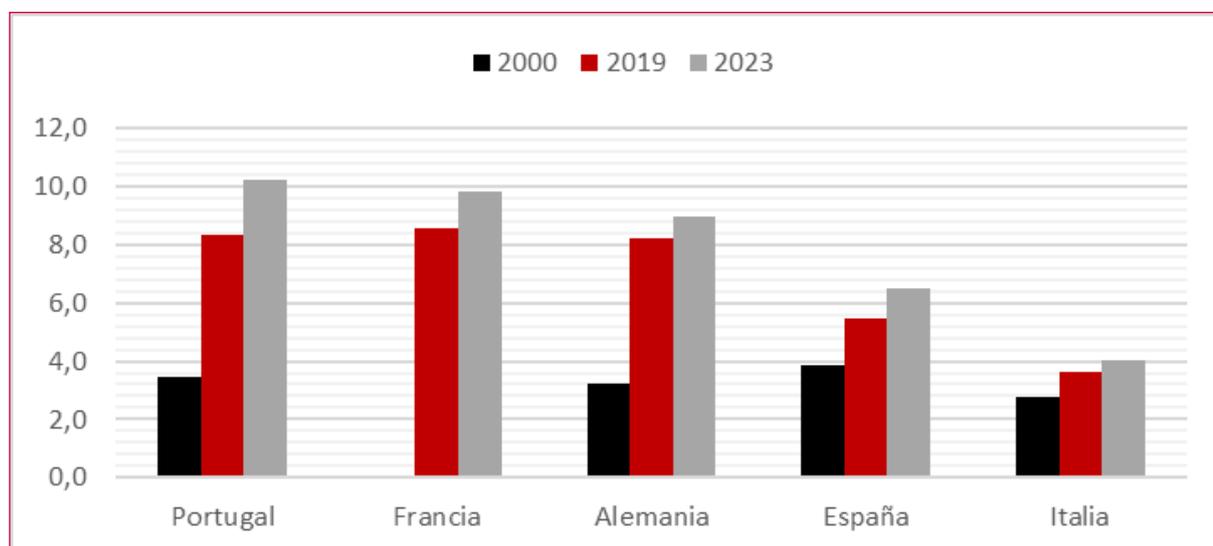
Desde 2008 el saldo de los flujos con el exterior de los servicios no turísticos pasa a ser superavitario, dado que el ritmo de progreso de las exportaciones supera con creces al de las importaciones. Su saldo se situó en 2024 en 32.165 millones de euros, el 2% del PIB. Este porcentaje supone que los servicios no turísticos contribuyeron en un 32% al superávit de la balanza de servicios, y ello en un año excelente para el turismo. Los servicios no turísticos se han sumado al turismo para compensar el déficit en los intercambios de bienes y de rentas.

En Portugal el despegue en el saldo de servicios no turísticos se produce antes y es más intenso. Desde 2002 tienen lugar saldos positivos que progresivamente van adquiriendo más relevancia

hasta conseguir en 2024 su cuantía más elevada, 10.966,8 millones de euros, un 3,9% del PIB. Aunque este porcentaje es superior al español, su contribución al saldo de la balanza de servicios es muy similar (un 34%). En cualquier caso, al igual que en España, el dinamismo de las exportaciones de servicios no turísticos y sus buenos resultados comerciales ha impulsado el superávit de la balanza de servicios, que en ambos países alcanza en 2024 su máximo histórico en lo que va de siglo (un 11,2% en Portugal y un 6,3% en España).

La notoria expansión de las exportaciones de servicios no turísticos españolas y portuguesas también se manifiesta en una creciente aportación al PIB (gráfico 4). En Portugal las exportaciones de servicios no turísticos casi han triplicado su peso en el PIB desde comienzos de siglo, hasta representar un 10,2% en 2023. Este porcentaje es muy similar -incluso unas décimas por encima- al que muestran Francia o Alemania, que, junto con Irlanda, son los principales protagonistas en las exportaciones comunitarias de servicios no turísticos.

Gráfico 4.
Participación de las exportaciones de servicios no turísticos en el PIB (%).



Nota: no hay información disponible para Francia en el año 2000.

Fuente: Eurostat. *Balanza de Pagos y Cuentas Nacionales*.

España, a pesar del aumento de las exportaciones, mantiene un nivel sobre el PIB significativamente inferior: sus ventas al exterior de servicios no turísticos se limitan al 6,5%. La distancia con respecto a Francia, Alemania y Portugal sugiere la existencia de un potencial de internacionalización por aprovechar que muy probablemente esté vinculado al desarrollo de estas producciones en el patrón productivo español. A pesar de su creciente importancia, algunos de los servicios no turísticos claves para la exportación, como los servicios a las empresas o los servicios de información, informática y telecomunicaciones, tienen una menor presencia relativa en la estructura productiva española que en Alemania, Francia, Italia y que en el promedio de la Europa comunitaria (Gandoy y Picazo, 2023). La tendencia hacia una mayor utilización de estos servicios para usos intermedios junto con la creciente integración de las actividades industriales y de servicios permite prever un progresivo avance de estas producciones en la estructura productiva española que previsiblemente tenga su reflejo en las exportaciones.

3. **Composición de las exportaciones.**

El análisis sectorial se lleva a cabo a partir de la información proporcionada por la Organización Mundial del Comercio (OMC) que ofrece datos desagregados de los flujos comerciales de servicios de acuerdo con la *Clasificación Ampliada de la Balanza de Pagos de Servicios* (EBOPS-2010). La información se basa en las Balanzas de Pagos nacionales y se complementa mediante estimaciones y ajustes para asegurar la máxima cobertura por países y sectores. Se trata, en consecuencia, de la fuente estadística más completa para el estudio del comercio de servicios (Díaz Mora et al., 2021).

La EBOPS distingue 12 categorías de servicios. La rúbrica “Viajes” corresponde a los ingresos y pagos por turismo y, en consecuencia, no se considerará en el resto del trabajo. Nuestro análisis de las exportaciones de servicios no turísticos considera 10 de categorías, todas las rúbricas principales de la EBOPS excepto “Bienes y servicios del gobierno” que agrupa un conjunto de intercambios muy específicos: los vinculados a embajadas, consulados, oficinas de turismo o instituciones educativas más allá de las fronteras (Banco de España, 2024). Con objeto de ofrecer el máximo detalle se han desagregado hasta donde permite la información disponible los servicios vinculados a las TIC, los empresariales y los personales, culturales y recreativos.

La tabla 1 recoge la estructura de las exportaciones de servicios no turísticos en 2023 de España, Portugal, Alemania, Francia, Italia y Estados Unidos. Tres categorías acaparan la mayor parte de las exportaciones de servicios no turísticos en todas las economías consideradas, si bien con distinta intensidad. Son los servicios de transporte, los empresariales y los vinculados a las TIC. España y Portugal muestran los mayores niveles de concentración. Concretamente, estas tres actividades suponen el 83% de las exportaciones de servicios no turísticos portuguesas y el 77% en España. Su menor importancia relativa se produce en Estados Unidos, donde solo representan algo más de la mitad, el 56%.

Los **servicios de transporte** mantienen una presencia relativamente elevada en las exportaciones de servicios no turísticos, con porcentajes que en Europa suponen entre un cuarto y un tercio del total. En Portugal su participación se eleva hasta el 37%, una cuantía muy superior a la que estos servicios representan en las exportaciones de las principales economías europeas y que casi triplica su peso en la economía norteamericana. En España, aunque su peso relativo es algo menor que en Portugal, la contribución del transporte a las exportaciones también es mayor que en el resto de países. Esta especialización ibérica en servicios de transporte está relacionada con la relevancia que alcanza el turismo –y los viajes a él asociados– en ambas economías. Pero también se explica por su fuerte implicación en las operaciones de transporte marítimo –el principal medio de transporte de los intercambios internacionales de mercancías–; que se ve favorecida por su situación geográfica y una sólida infraestructura portuaria y logística. Según la información proporcionada por Eurostat en sus estadísticas de transporte marítimo, en 2023 España y Portugal ocupaban posiciones relevantes en el transporte marítimo de mercancías. Con 471 millones de toneladas, el volumen de mercancías transportadas por los puertos españoles representó el 14% del total del tráfico en la UE, situándose España en tercera posición por volumen de carga, tras Países Bajos e Italia. Portugal ocupa la doceava posición en el ranking comunitario por volumen transportado. La situación aún es mejor en lo que se refiere al tráfico de contenedores donde España registró en 2023 el mayor volumen de tráfico en la UE y Portugal se situó en octavo lugar.

Tabla 1.
Estructura de las exportaciones de servicios no turísticos en 2023.

	España	Portugal	Alemania	Francia	Italia	EEUU
Relacionados con los bienes	8,1	6,4	7,2	8,0	9,3	2,9
Transporte	29,9	36,8	26,0	24,4	24,4	12,9
Construcción	1,4	4,4	1,0	1,5	1,5	0,3
Financieros y seguros	7,7	3,5	12,2	14,2	13,6	18,0
Propiedad intelectual	3,1	0,8	10,5	6,3	5,6	19,9
Asociados a las TIC	14,5	14,0	11,1	9,2	9,5	9,1
• Telecomunicaciones	2,2	1,9	1,0	1,6	3,5	1,1
• Informáticos	11,3	11,7	9,1	6,8	5,8	6,9
• Información	1,0	0,4	1,0	0,7	0,3	1,1
Empresariales	32,6	32,4	31,1	34,9	34,9	34,2
• I+D	3,4	3,1	6,4	4,8	5,9	8,9
• Profesionales	11,3	9,5	11,2	13,4	10,3	16,1
• Otros servicios técnicos y empresariales	17,9	19,9	13,4	16,7	18,7	9,1
Personales, culturales recreativos	2,7	1,6	1,1	1,5	1,2	2,8
• Audiovisual	1,5	0,7	0,7	0,9	0,8	2,1
• Otros Personales culturales, recreativos	1,2	1,0	0,4	0,6	0,4	0,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de OMC.

Los **servicios empresariales** muestran una gran homogeneidad entre países en cuanto a su contribución a las exportaciones de servicios no turísticos. En todas las economías contempladas aportan en torno a un tercio de los ingresos percibidos por las ventas al exterior de servicios no turísticos. Sin embargo, existen algunas diferencias en el tipo de servicios destinados a las empresas que exportan los países. Salvo en Estados Unidos, en el resto de países destaca sobremanera la rúbrica de otros servicios técnicos y empresariales que comprende una gama muy amplia -y dispar en cuanto a intensidad de conocimiento y mano de obra- de servicios; desde servicios técnicos como arquitectura e ingeniería a tratamiento de residuos, servicios a la agricultura y minería, servicios de leasing o servicios relacionados con el comercio⁴.

Con todo, la mayor discrepancia se produce en la presencia relativa de los servicios de Investigación y Desarrollo (I+D). Estos servicios, que son los más vinculados al conocimiento, donde mayores son las exigencias de cualificación, y los que permiten avances técnicos para mejorar la competitividad de las producciones y sacar nuevos productos al mercado global, tienen una aportación muy limitada en España y Portugal. Su presencia en las exportaciones de servicios no turísticos apenas sobrepasa el 3%; prácticamente la mitad que en Alemania e Italia y lejos del 8,9% que alcanza en Estados Unidos.

4 Los servicios técnicos y empresariales también constituyen la mayor parte de las exportaciones extracomunitarias de servicios empresariales en la UE-27 (European Commission, 2025)

La exigua importancia que alcanzan las exportaciones de servicios de I+D en los países miembros de la UE -acentuada en España y Portugal- es una manifestación del retraso tecnológico europeo respecto a Estados Unidos, que, tal y como señala el informe Draghi, está detrás de la brecha de productividad entre ambas áreas económicas. La Unión Europea mantiene su especialización en tecnologías maduras -como las ligadas a la industria de automoción-, con un esfuerzo investigador que se sitúa en torno a la mitad del norteamericano y una escasa integración de sus investigadores en “clústeres de innovación” que posibiliten la difusión y comercialización de las innovaciones (Draghi, 2024). La debilidad innovadora europea se refleja también en la escasa presencia relativa de las exportaciones de servicios vinculados a la propiedad intelectual, que en Estados Unidos alcanza un 20%, el doble que en Alemania y a gran distancia de su peso en España (3,1%) y Portugal (0,8%). El *gap* de la UE-27 en los recursos destinados a innovación se traduce en limitados ingresos por la exportación de los resultados de la innovación (patentes, franquicias, licencias, etc.).

La escueta presencia en las exportaciones españolas y portuguesas de los servicios de I+D y de propiedad intelectual es acorde con su débil capacidad innovadora. La última edición del *European Indicator Scoreboard* sitúa en 2024 a ambos países en el grupo de “innovadores moderados”, con un grado de innovación inferior a la media comunitaria. Su esfuerzo investigador en 2023, medido a través del peso de los gastos en I+D sobre el PIB, a pesar de su gradual aumento en los últimos años, es relativamente reducido: un 1,69% en Portugal y un 1,49% en España, porcentajes muy inferiores al promedio de la UE (2,22%) y al de Estados Unidos (3,59%).

En lo que respecta a los **servicios asociados a las TIC**, España y Portugal muestran una clara especialización exportadora tanto con relación a las mayores economías europeas como con Estados Unidos. Su participación en el conjunto de servicios no turísticos -en torno al 14%.- supera con creces a la del resto de economías consideradas.

En general las exportaciones de servicios basados en las TIC han mostrado un gran dinamismo en el comercio global, consolidándose como los principales impulsores del aumento del comercio mundial de servicios. Su auge ha sido generalizado como consecuencia del fuerte incremento de la demanda mundial de programas informáticos a medida que las empresas digitalizan sus procesos productivos. La rápida expansión del comercio electrónico y de las plataformas digitales junto a los avances tecnológicos en inteligencia artificial, *big data*, *blockchain* e internet de las cosas han generado nuevas demandas de servicios informáticos que se comercializan a escala global (páginas web, análisis de datos, marketing digital, etc.). Es, además, una tendencia que se acentúa progresivamente, como denota el impresionante crecimiento que registran los datos disponibles para los tres primeros trimestres de 2024, con un aumento interanual del 13% (OMC, 2025).

En este contexto, la especialización ibérica en servicios asociados a las TIC, particularmente, en los servicios informáticos, es muy favorable y denota la existencia de ventajas comparativas que muy probablemente están ligadas a la cualificación y coste de la mano de obra. Ambos países han sido capaces de posicionarse como suministradores a nivel global de estos servicios, atrayendo inversión extranjera y participando activamente en cadenas globales de valor. Este tipo de servicios, que se caracteriza por su alta intensidad en conocimiento -es decir, que requieren un alto grado de capital humano y de conocimiento para su provisión-, además de ser capaces de generar nuevos conocimientos, actúan como transmisores de los avances conseguidos a lo largo del tejido productivo (Minondo, 2024). No es casualidad que las economías europeas con una mayor presencia relativa de sectores intensivos en tecnología y conocimiento disfruten también de un nivel de vida más elevado (Picazo y Gandoy, 2025).

Por último, cabe destacar la reducida participación relativa de los servicios financieros en las exportaciones de servicios no turísticos de España y Portugal, que, en cierta medida, puede explicarse por la ausencia en ambos países de grandes centros financieros.

4. Destino de las exportaciones de servicios no turísticos

La información disponible para analizar el destino de las exportaciones de servicios no turísticos es limitada. Al nivel desagregado existe información sobre el total de los intercambios intra y extracomunitarios y sobre el comercio bilateral para los países de la UE-27; pero en cuanto al resto de países solo se incluyen los países más relevantes y no en todas las rúbricas de servicios. Las tablas 2A y 2B muestran para España y Portugal la desagregación geográfica de los flujos de exportación para el total de servicios no turísticos y las partidas que lo conforman. Se indican los porcentajes de la exportación que se orientan al mercado comunitario, al extracomunitario y al socio ibérico. Asimismo, se presentan los principales países que adquieren servicios ibéricos tanto en el mercado intracomunitario como fuera de la UE, con sus cuotas respectivas.

Al igual que ocurre con el comercio de bienes los servicios no turísticos exportados por España y Portugal se dirigen fundamentalmente hacia los socios de la Unión Europea. Sin embargo, la importancia relativa del mercado comunitario es menor en las exportaciones de servicios que en los bienes. Si la UE-27 concentró en 2023 el 70% de las exportaciones de bienes de Portugal y el 61% en España (Solana y Minguez, 2025), estos porcentajes se reducen hasta el 56% y el 49% en los servicios no turísticos. Se observa, por tanto, una mayor diversificación geográfica en las exportaciones de servicios que en las de bienes.

Tabla 2.
Distribución geográfica de las exportaciones de servicios no turísticos, 2023. (%).

ESPAÑA

	UE-27 (%)	Principales países UE-27	Portugal	Extra-UE-27 (%)	Principales países extraUE-27
Relacionados con los bienes	40,5	FR (7,4%); DE (5,5%)	3,9	59,5	CH (19%); GB (5,5%)
Transporte	52,9	DE (13,8%); FR (13,2%)	4,1	47,1	US (8,1%); GB (5%)
Construcción	53,7	PT (11,8%); FR (7%)	11,8	46,2	MA (14,1%); GB (4,1%)
Financieros y seguros	48,3	LU (10,8%); FR (9,8%)	4,2	51,7	GB (10%)
Propiedad intelectual	31,5	NL (11%); FR (4,6%)	2	68,6	US (23,2%); GB (10,3%)
Asociados a las TIC	43	DE (10,8%); FR (8,3%)	2,1	57	US (11,8%); GB (11,3%)
• Telecomunicaciones	35,6	NL (6,9%); FR (5,6%)	1,4	64,5	GB (18,7%)
• Informáticos	43,8	DE (11,8%); NL (7,8%)	2,1	56,2	US (10,9%); GB (8,9%)
• Información	47,8	FR (19,6%); DE (11,5%)	2,8	52,2	GB (22,5%)
Empresariales	54,2	FR (10,4%); DE (8,4%)	3,5	45,8	US (9,9%); GB (8,6%)
• I+D	54,3	FR (10,8%); NL (10,6%)	0,3	45,7	US (14,8%); GB (7%)
• Profesionales	52,8	FR (10,1%); DE (8%)	3,4	47,2	US (10,8%); GB (9,2%)
• Otros servicios técnicos y empresariales	54,9	FR (10,5%); DE (8,7%)	4	45,1	GB (10,6%); US (6,6%)
Audiovisual	37	NL (12,5%); FR (7,3%)	3,1	63	US (30,1%); GB (9,1%)
TOTAL SERVICIOS NO TURÍSTICOS	49,2	FR (9,9%); DE (9,6%)	3,4	50,8	US (10,6%); GB (8,8%)

NOTA: CH (Suiza); DE (Alemania); FR (Francia); GB (Reino Unido); LU (Luxemburgo); MA (Marruecos); NL (Países Bajos); PT (Portugal); US (Estados Unidos).

PORTUGAL

	UE-27 (%)	Principales países UE-27	España	Extra-UE-27 (%)	Principales países extraUE-27
Relacionados con los bienes	61	FR (20,2%); ES (14,3%)	14,3	39	US (13,1%); CH (3,1%)
Transporte	47,6	ES (10,6%); DE (9,7%)	10,6	52,4	GB (3,8%); US (2,2%)
Construcción	65,8	FR (23,5%); BE (11,4%)	10,9	34,2	GB (17,1%); US (11,1%)
Financieros y seguros	59,1	FR (11,2%); ES (11,1%)	11,1	40,9	GB (14,7%); CH (6,8%)
Propiedad intelectual	62,5	FR (34,7%); NL (5,7%)	5,1	37,5	US (12,5%); GB (6,3%)
Asociados a las TIC	61,7	DE (20%); FR (11,1%)	5,1	38,3	GB (14,6%); US (10,3%)
• Telecomunicaciones	58	FR (15,2%); LU (10,4%)	8	42	GB (19,3%); US (7,1%)
• Informáticos	61,9	DE (21,5%); FR (10,8%)	4,7	38,1	GB (14,1%); US (10,7%)
• Información	68,2	NL (13,6%); ES (11,4%)	11,4	31,8	GB (19,3%); CH (4,5%)
Empresariales	60,4	DE (24,9%); ES (11%)	11	39,6	GB (15,9%); US (6%)
• I+D	71,8	DE (11,3%); DK (13,8%)	5,5	28,2	US (18,1%); GB (3,7%)
• Profesionales	59,2	DE (10,5%); ES (10%)	10	40,8	GB (15,8%); CH (8,4%)
• Otros servicios técnicos y empresariales	59,9	FR (13%); ES (11,7%)	11,7	40,1	GB (16,8%); US (5,4%)
Audiovisual	42	ES (11,2%); DE (7,3%)	11,2	58	GB (16,6%); US (10,7%)
TOTAL SERVICIOS NO TURÍSTICOS	56	DE (11,7%); FR (10,9%)	9,9	44	GB (14,7%); US (8,8%)

NOTA: BE (Bélgica); CH (Suiza); DE (Alemania); DK (Dinamarca); ES (España); FR (Francia); GB (Reino Unido); LU (Luxemburgo); NL (Países Bajos); US (Estados Unidos).

Fuente: Eurostat, *International trade in services*.

Asimismo, los porcentajes recogidos en la tabla 2 ponen de manifiesto una gran variabilidad entre sectores. En España la importancia de la UE-27 como destino de las exportaciones de servicios oscila entre el 31,5% de los servicios de propiedad intelectual y el 54,9% de los servicios técnicos y empresariales, mientras que en Portugal varía entre el 42% de los servicios audiovisuales y el 71,8% en los servicios de I+D.

Los socios comunitarios principales para ambos países son Francia y Alemania; acumulando cada uno de ellos en torno a un 10% del conjunto de las exportaciones de servicios no turísticos. Su predominio se extiende a todas las rúbricas de servicios. Otros destinos destacados en España son: Portugal, cuya proximidad geográfica determina su relevancia en las exportaciones de servicios de construcción; Luxemburgo en los servicios financieros; y Países Bajos, con una significativa presencia en los servicios vinculados a la propiedad intelectual, algunos asociados a las TIC -telecomunicaciones e informáticos-, servicios de I+D o audiovisuales. En Portugal, además de Francia y Alemania, son mercados prioritarios: España, con una elevada representación en las exportaciones en ocho de las catorce partidas de servicios consideradas; Bélgica, en los servicios de construcción; Dinamarca, en los servicios de I+D; Luxemburgo, en los servicios de telecomunicaciones y Países Bajos, en servicios de la propiedad intelectual y de información.

En lo que respecta a las relaciones comerciales extracomunitarias, claramente sobresalen Estados Unidos y el Reino Unido. En Portugal los vínculos exportadores son más intensos con el Reino Unido, mientras que en España lo son con Estados Unidos. Otras economías que destacan como receptoras de los servicios españoles son Marruecos en los servicios de construcción y Suiza en los relacionados con los bienes, probablemente en servicios vinculados a la industria farmacéutica. El país helvético también posee una notable presencia en las exportaciones portuguesas de servicios relacionados con los bienes, en los financieros, los servicios de información y los profesionales.

5. Servicios prestados digitalmente: evolución y competitividad.

Como se ha señalado anteriormente, las tecnologías digitales han sido las grandes impulsoras del comercio de servicios. Diversos estudios empíricos han constatado la positiva relación entre digitalización y exportaciones y han puesto de manifiesto la influencia de las tecnologías digitales a través de distintas vías (Añon y Bonvin, 2022; Dachs y Wolfmayr, 2025, Bekkers et al., 2024, OMC, 2019). Además de posibilitar la prestación de servicios a distancia, la digitalización reduce los costes de búsqueda en el comercio, facilita y abarata la obtención de información, provee de canales adicionales –como las plataformas de trabajo en línea- para impulsar los intercambios con el exterior, posibilita una organización de la producción más eficiente y, en definitiva, estimula la productividad y competitividad facilitando la exportación (Añon y Bonvin, 2024). Cabe esperar, por tanto, que los servicios que pueden ser prestados digitalmente sean los que más se han beneficiado del impulso en sus intercambios con el exterior.

Con objeto de ahondar en el conocimiento acerca de este tipo de servicios la OMC ha incorporado en su Centro de Datos sobre el Comercio Mundial de Servicios una nueva base de datos de *Servicios prestados digitalmente*. En ella se proporciona información sobre las actividades de servicios que pueden comercializarse a través de medios digitales -internet, aplicaciones, correos electrónicos, llamadas de voz, videollamadas y plataformas de intermediación. En concreto, se incluyen las siguientes categorías: los servicios financieros y de seguros, los vinculados a la propiedad intelectual, los asociados a las TIC -telecomunicaciones, informática e información-, gran parte de los servicios empresariales y los servicios audiovisuales.

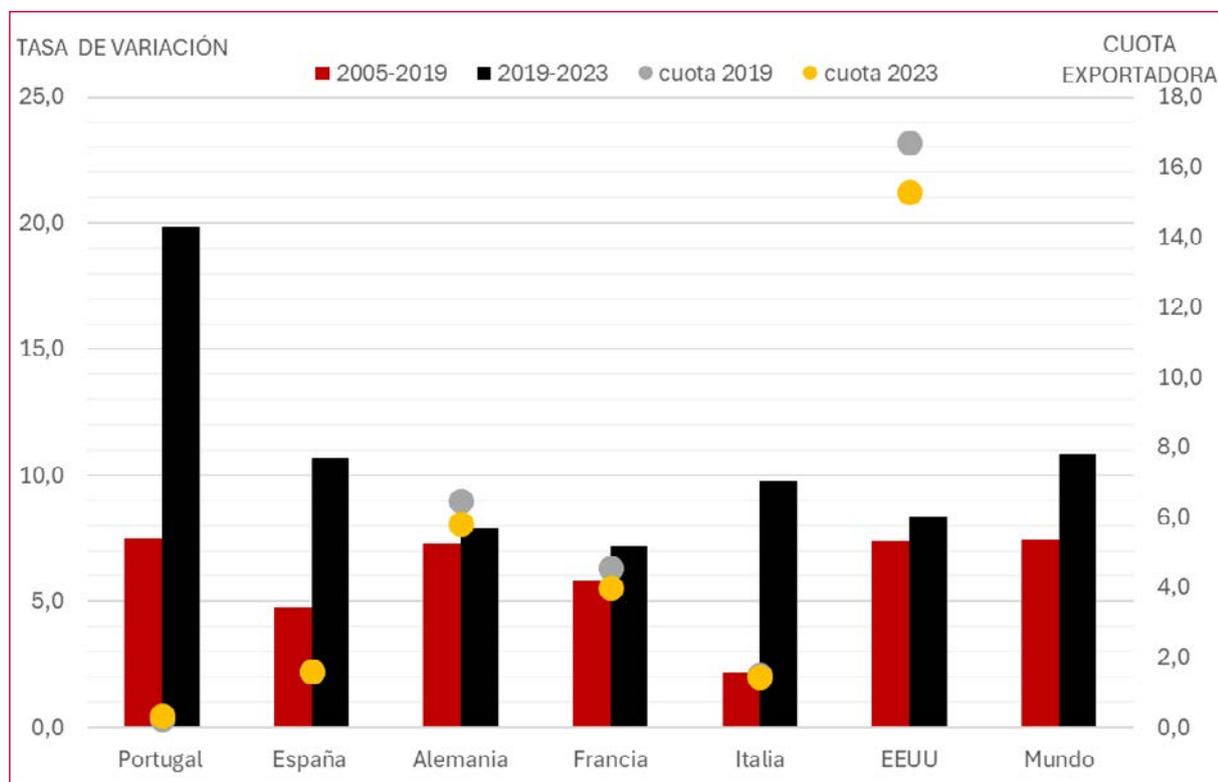
Esta agrupación responde con bastante precisión a la que previamente establecieron Loungani et al. (2017), que bajo la denominación de *Servicios modernos* integra los servicios ligados a las TIC que no requieren de cercanía física entre el proveedor y el receptor del servicio. En su análisis los autores constataron el rápido crecimiento de las exportaciones de dichos servicios desde principios de los años noventa, con tasas de variación superiores a las que muestran las manufacturas -incluso las manufacturas más intensivas en tecnología- y los servicios tradicionales. De su investigación se desprende la posibilidad de éxito de estrategias de crecimiento económico basadas en el desarrollo de servicios modernos frente a las estrategias tradicionales que vinculaban el crecimiento al desarrollo de producciones manufactureras. Y es que dichos servicios -información, comunicación, actividades profesionales, científicas y técnicas y administrativas-, en general, presentan elevadas ganancias de productividad gracias al progreso técnico que incorporan, al alto grado de cualificación de sus trabajadores y a su vinculación con el conocimiento (Torres, 2024).

El gráfico 5 ilustra el rápido aumento de las exportaciones de los Servicios prestados digitalmente en Portugal, España, el agregado mundial y las economías avanzadas de referencia. Entre 2005 y 2023 el valor de las exportaciones que aplican tecnologías digitales ha cuadruplicado su valor en el comercio mundial. Destaca especialmente su dinamismo a partir de la pandemia, cuando, ante las restricciones a la movilidad transfronteriza y la creciente demanda de empresas y consumidores, las empresas respondieron incrementando su grado de digitalización y la prestación de servicios digitales.

El crecimiento de los servicios prestados digitalmente ha sido especialmente intenso en Portugal, que a partir de la pandemia acelera sus exportaciones a un ritmo extraordinario (19,8% anual acumulativo) que duplica la tasa media mundial (10,8%) y supera con creces la de las mayores economías europeas y la de Estados Unidos. El valor de sus exportaciones en 2023 representó casi seis veces el conseguido en 2005.

Gráfico 5.

Evolución y cuota mundial de las exportaciones de servicios prestados digitalmente. (Tasa media anual acumulativa y porcentajes).



Fuente: OMC, *Servicios prestados digitalmente*.

España no consigue avanzar a un ritmo tan rápido como Portugal, Alemania, Francia o Estados Unidos en el periodo previo a la pandemia, pero a partir de entonces muestra un aumento de sus exportaciones nada desdeñable, con una tasa media anual acumulativa de dos dígitos (10,7%), por encima de las conseguidas en las economías más avanzadas objeto de comparación.

Este dinamismo de los servicios prestados digitalmente en España y Portugal les ha permitido mantener su cuota en las exportaciones mundiales de servicios prestados digitalmente (eje derecho del gráfico 5). Ciertamente sus cuotas no son elevadas, son incluso ligeramente inferiores a las que poseen en las exportaciones del conjunto de servicios no turísticos -en 2023 fueron 1,6% en España y 0,3% en Portugal, frente a los ya señalados 1,7% y 0,5% para el conjunto de servicios no turísticos-, pero se corresponden con bastante precisión con la contribución de ambos países al PIB mundial (1,5% y 0,3%, respectivamente). Es más, el mantenimiento de las cuotas mundiales ha de entenderse como un logro muy positivo, dado que, también en estos servicios, los más vinculados al conocimiento y el desarrollo tecnológico, las principales economías europeas, Alemania y Francia, y muy especialmente, Estados Unidos han reducido su aportación a las exportaciones mundiales. De una parte, al igual que ocurrió en décadas anteriores con el comercio de mercancías, algunas economías en desarrollo, (Pakistán, Filipinas, Costa Rica...) aprovechando la ventaja que les confiere la cualificación de su mano de obra y bajos salarios, han ido captando una proporción creciente de las exportaciones de los servicios menos tradicionales, como los servicios TIC (OMC, 2023) y, de otra, algunos países desarrollados, como Irlanda o Israel, han reforzado su posición como proveedores de servicios por medios digitales.

Con objeto de profundizar en la capacidad competitiva de las distintas categorías que conforman el agregado de servicios prestables digitalmente, en la tabla 3 se presentan las cuotas exportadoras y las tasas de cobertura de España y Portugal en 2019 y 2023. Las tasas de cobertura⁵ muestran el signo de los saldos comerciales con el resto del mundo y el grado en que las exportaciones permiten hacer frente a las importaciones. Su análisis permite completar el efectuado a partir de las cuotas, poniendo de manifiesto como se refleja la competitividad en los resultados comerciales. Valores por encima de 100 indican que las exportaciones superan a las importaciones y, en consecuencia, existe un superávit comercial, es decir, la producción que se genera además de satisfacer la demanda nacional va destinada a cubrir la demanda exterior.

Tabla 3.
Cuotas exportadoras y tasa de cobertura de los servicios prestables digitales. (Porcentajes)

	CUOTAS DE EXPORTACIÓN				TASAS DE COBERTURA			
	Portugal		España		Portugal		España	
	2019	2023	2019	2023	2019	2023	2019	2023
Total de servicios prestados digitalmente	0,2	0,3	1,6	1,6	103,1	135,6	117,4	143,6
Seguros y pensiones	0,1	0,1	0,6	0,7	38,7	29,9	42,1	63,3
Servicios financieros	0,1	0,1	0,7	1,0	69,2	61,1	131,0	558,5
Propiedad intelectual	0,0	0,0	0,8	0,8	14,0	16,2	50,1	52,5
Telecomunicaciones	0,4	0,3	2,2	2,3	127,8	111,7	103,8	89,9
Informática	0,3	0,4	2,8	2,1	228,4	277,9	230,0	230,2
Información	0,1	0,2	1,3	2,3	93,4	60,4	80,3	119,2
Otros servicios a las empresas	0,4	0,5	2,0	1,8	118,5	148,7	120,5	133,3
Personales, culturales y recreativos	0,0	0,5	0,2	2,5	95,6	109,3	94,0	255,4

Fuente: OMC, *Servicios prestados digitalmente*

Tanto en Portugal como en España todas las categorías de servicios prestables digitalmente han conseguido mantener y ampliar sus cuotas exportadoras en el mercado mundial desde 2019, lo que refleja una mejora en su posición competitiva. Las únicas excepciones son los servicios de telecomunicaciones en Portugal y en España los informáticos y empresariales, que, a pesar del fuerte aumento de sus exportaciones, no han podido seguir el ritmo de crecimiento mundial de sus intercambios tras la pandemia⁶.

Merece la pena destacar las cuotas exportadoras que alcanzan en España los servicios TIC y los personales, culturales y recreativos, que se sitúan por encima del 2%, porcentajes superiores a los obtenidos en las exportaciones de bienes.

El aumento de las exportaciones no se ha acompañado de una expansión similar de las importaciones, de modo que en ambos países ha aumentado el superávit con el exterior. En Portugal destaca la elevada tasa de cobertura en los servicios vinculados a las TIC -telecomunicaciones e informática- y en los servicios empresariales y personales y culturales. En todos ellos, salvo en

⁵ La tasa de cobertura revela la relación entre exportaciones e importaciones y se calcula como el cociente entre el valor de las exportaciones y el de las importaciones multiplicado por 100.

⁶ Tras la pandemia los servicios informáticos y empresariales se han mostrado extraordinariamente dinámicos en el mercado global creciendo a una tasa media anual acumulativa del 18,9% y 13,5% respectivamente.

telecomunicaciones, se ha producido una mejora del saldo desde 2019, lo que refleja la fortaleza competitiva de su producción de servicios digitales. Son los buenos resultados obtenidos por los servicios informáticos y a las empresas, que como se ha señalado poseen una elevada presencia en la exportación, los que explican la notable mejora del saldo portugués en el comercio de servicios.

En España la mejora del saldo en el comercio de servicios suministrados digitalmente se extiende a todas las ramas excepto telecomunicaciones, obteniéndose superávits comerciales en prácticamente todas las categorías, en algunas de ellas -servicios financieros, informáticos y audiovisuales- muy cuantiosos. Cuando se tiene en cuenta, además del saldo, la participación sectorial en las exportaciones digitales se observa que, al igual que en Portugal, son los servicios informáticos y los servicios a las empresas los que contribuyen en mayor medida al superávit de los servicios prestados digitalmente.

6. **Consideraciones finales**

El estudio efectuado en las páginas anteriores revela que España y Portugal han sido capaces de adaptarse a las tendencias más recientes del comercio internacional reorientando sus ventas al exterior hacia las actividades de servicios no turísticos. Gracias a su dinamismo exportador los servicios no turísticos han adquirido una creciente importancia en la composición de las exportaciones de ambos países, hasta llegar a superar a los ingresos obtenidos por la actividad turística. Además las economías ibéricas han podido mantener, e incluso aumentar ligeramente, su participación en las exportaciones mundiales de servicios no turísticos, poniendo de manifiesto una innegable capacidad competitiva que se refleja en sus buenos resultados comerciales.

La expansión de las ventas al exterior de los servicios no turísticos ha venido impulsada por los servicios prestables digitalmente, en los que España y Portugal no solo han logrado sostener su contribución a las exportaciones mundiales previa a la pandemia, sino que han experimentado una considerable mejora en su superávit frente al exterior, especialmente en los servicios a las empresas, los informáticos y los audiovisuales.

Esta diversificación de las exportaciones de servicios hacia los servicios más vinculados a los nuevos desarrollos tecnológicos constituye un cambio estructural de enorme trascendencia en las economías ibéricas. En primer lugar, por su implicación con el crecimiento económico y el empleo. Al contrario que en los servicios intensivos en mano de obra -como hostelería o restauración-, que se encuentran con serias dificultades para incrementar su eficiencia productiva, buena parte de los servicios no turísticos, en especial de los prestables digitalmente -información, comunicación, actividades profesionales, científicas y técnicas y administrativas-, presentan elevadas ganancias de productividad gracias al progreso técnico que incorporan, al alto grado de cualificación de sus trabajadores y a su vinculación con el conocimiento (Torres, 2024). Su creciente presencia en la producción y exportación puede contribuir muy positivamente a avanzar hacia un modelo de crecimiento apoyado en la productividad y generador de empleos de calidad. En segundo lugar, por su incidencia positiva sobre el equilibrio de la Balanza de Pagos, reduciendo la vulnerabilidad de las economías ante posibles shocks que actúen sobre el sector turístico, como ocurrió con la pandemia. Y, finalmente, por su impulso a la internacionalización. Los servicios no turísticos, especialmente los prestables digitalmente, facilitan la internacionalización de las empresas de menor dimensión; las que constituyen la mayor parte del tejido empresarial en ambos países. La reducción en los costes del comercio que propician las tecnologías digitales -particularmente,

los costes de entrada, por ejemplo, mediante plataformas en línea- favorecen el acceso de las microempresas y PYMES al mercado internacional, ampliando la base de empresas exportadoras y promoviendo la competencia (OMC, 2023).

Con todo, y a pesar del rápido avance de sus exportaciones, aun parece existir margen para la internacionalización de los servicios no turísticos, sobre todo en España, donde el peso de sus exportaciones sobre el PIB y la presencia relativa de dichas actividades en la estructura productiva es inferior al que alcanzan en las principales economías europeas. El impulso a la digitalización en que están inmersos los países de la UE y los fondos comunitarios destinados a este objetivo pueden constituir un estímulo adicional al desarrollo de estas producciones y a su internacionalización. El principal obstáculo para ello es que las tensiones proteccionistas que están afectando al comercio de bienes se extiendan también al ámbito de los servicios, donde, por otra parte, las regulaciones y las barreras al comercio ya venían siendo mayores que en los intercambios de mercancías.

7. Bibliografía

- Antràs, P. (2020). De-Globalisation? Global Value Chains in the Post-COVID-19 Age. *National Bureau of Economic Research. (NBER) Working Paper* nº w28115.
- Añon Higón, D., y Bonvin, D. (2022). Information and communication technologies and firms' exports performance. *Industrial and Corporate Change*, vol.31, Issue 4., 955-979.
- Añon, D., y Bonvin, D. (2024). Digitalization and trade participation of SMEs. *Small Business Economics*, 62(3), 857-877., 857-877.
- Baldwin, R. (2022). Globotics and macroeconomics: Globalisation and automation of the service sector. *National Bureau of Economic Research (NBER). Working Paper* 30317.
- Banco de España. (2024). *Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional de España. Nota metodológica*.
- Bekkers, E., Kalachyhin, H., y Teh, R. (2025). The long-run impact of digitalization on trade patterns. *WTO Staff Working Paper: Research ERSD-2025-01*.
- Blázquez, L., Diaz-Mora, C., y González-Díaz, B. (2020). The role of services content for manufacturing competitiveness: A network analysis. *Plos one*, 15(1), e0226411.
- Dachs, B., y Wolfmayr, A. (2025). Digital production technologies and exports, *Industry and Innovation*. doi:DOI: 10.1080/13662716.2024.2421952
- Díaz-Mora, C., Gandoy, R. y González-Díaz, B. (2018). Looking into GVC's: The influence of foreign services on export performance. *Review of World Economics* 154 (4), 785-814.
- Díaz-Mora, C., Gandoy, R., y González Díaz, B. (2021). *Análisis de las fuentes de información para el conocimiento de la internacionalización del sector servicios*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
- Draghi, M. (2024). *The Future of European Competitiveness: A Competitiveness Strategy for Europe*. European Commission, Brussels.
- European Commission (2025). EU international trade in other business services. *Statistics Explained*, febrero.
- Gandoy, R., y Picazo, A. J. (2023). La estructura productiva. En J. García Delgado, y R. Myro, *Economía española: una introducción (7ª edición)* (págs. 85-105). Civitas.
- Jones, R.W. y Kierzkowski, H. (2001). A Framework for Fragmentation. In R. W. Arndt, y H. Kierzkowski , *Fragmentation. New Production Patterns in the World Economy*. Oxford.: Oxford University Press,.

- Loungani, P., Mishra, S., Papageorgiou C. y Wang K. (2017). World Trade in Services: Evidence from a New Dataset. IMF Working Paper WP/17/77.
- Minondo, A. (2024). *El desempeño exportador de España: claves de un éxito*. Estudios sobre Economía Española 2024/32. FEDEA.
- OMC. (2019). *Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios*. Organización Mundial del Comercio.
- OMC. (2023). *El comercio de servicios para el desarrollo*. Organización Mundial del Comercio.
- OMC. (2025). El comercio de servicios registra nuevos máximos en el tercer trimestre de 2024. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/news_s/news25_s/stat_03feb25_s.htm
- Picazo, A. J., y Gandoy, R. (2025). Estructuras productivas europeas. En A. Garrido, y E. Sanromá (Coord.), *Las economías europeas en el siglo XXI*. McGraw Hill.
- Solana, G., y Minguez, R. (2025). Evolución reciente del comercio exterior de España y Portugal. *Cuadernos de Internacionalización Ibérica*, nº 2.
- Torres, R. (2024). La productividad de la economía española. Luces y sombras. FuncasBlog, 19 de febrero.
- Wolfmayr, Y. (2012). Export performance and increased services content in manufacturing. *National Institute Economic Review*, nº 220, april, R36-R52.