

Titulo: Evolución del comercio internacional de los servicios de educación: un caso para Colombia

Autor: Giovanni F. Benavides¹

Área del conocimiento: Ciencias Económicas-Administrativas

Grupo de Investigación: Evolución del Comercio Internacional de los Servicios ECIS

La dinámica de las economías está centrada en la comercialización de bienes, sin embargo los servicios vienen ganando terreno sobre este supuesto. Teniendo en cuenta que la producción de un bien está atada a la oferta de un servicio, la globalización ha permitido la movilidad de factores y de personas, ampliando la oferta y demanda de servicios en el exterior, lo que ha hecho posible que la dinámica exportadora de servicios se amplie al punto de convertirlos en fuentes de ingreso importantes para una nación. Esta investigación evalúa la educación como un servicio que ha adquirido importancia en el desarrollo de las economías a partir del proceso de internacionalización que, al mismo tiempo, establece condiciones para su mercantilización, a pesar de los debates en contra de dicha condición, para lo cual, se interroga sobre el panorama global, estadístico y normativo

de la educación en el terreno de la actualidad comercial de los servicios.

En términos generales, siguen existiendo diferencias significativas entre el comercio de bienes y el comercio de servicios. En 2008, por ejemplo, la Organización Mundial de Comercio (OMC) reportó exportaciones mundiales de bienes por US\$ 15.78 billones, es decir más de cuatro veces las exportaciones de servicios (US\$ 3.2 billones);² sin embargo, la tasa de crecimiento de las exportaciones de servicios se mantuvo por encima del 10% en los últimos años³ y se duplicó en los últimos decenios mostrando un comportamiento similar al de las exportaciones de bienes, lo que evidencia que los servicios efectivamente ganan terreno en el comercio internacional.

El auge del comercio mundial de bienes ha estado determinado por la internacionalización económica, pero paralelamente a ésta,

¹ Profesor Asociado del Programa de Comercio Internacional de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Correo electrónico: giovanny.benavides@utadeo.edu.co

² World Trade Organization. «Estadísticas del Comercio Internacional 2008», documento disponible en http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2006_e/its06_appendix_e.htm [consultado en mayo de 2008].

³ Cálculos propios realizados para el período 2002-2008, a partir de las estadísticas consultadas en el vínculo anterior.

⁴ BENTURA-DÍAZ, Vivianne; ACOSTA, María José; DURÁN, José E.; KUYAMAYA, Lima M. y MATTOS José C. (2003), «Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional», en Comisión Económica para América Latina, *Serie Comercio Internacional*. No 46. Santiago de Chile.

han surgido otras transformaciones estructurales de las economías que han resultado en un fuerte incremento de la participación de los servicios en la producción y el empleo (coevolución).⁴

Este proceso de globalización económica (con la apertura de los mercados y la creación de acuerdos de integración que lo caracterizan) y, en especial, otros factores como el cambio tecnológico y la globalización cultural, que no existían en la globalización posterior a la Segunda Guerra Mundial,⁵ han sido determinantes para hacer que las nuevas tendencias mundiales estén generando un potencial de oportunidades de comercio al sector servicios.⁶

La educación es un importante factor social que impulsa y permite la armonía en la sociedad; tiene un efecto de transformación en los hombres, haciéndolos más justos y cívicos. La educación es la esencia misma del desarrollo humano y aparece como una necesidad para el desarrollo de una sociedad; tiene un impacto directo sobre el mejoramiento de la calidad del trabajo o innovación tecnológica, e indirecto, en aspectos demográficos, de salud, progreso social y cambios culturales.

La educación tiene igualmente un compuesto económico como capital humano para el desarrollo, siendo un importante vector para la modernización de una sociedad. El mercado educativo colombiano se mueve en pro de la promoción de la oferta de las instituciones y de los programas académicos. Las políticas están direccionadas hacia la ampliación de los programas técnicos y tecnológicos, más enfocados que los programas profesionales a la realidad laboral del país. Dicho enfoque ha propiciado la entrada de programas de este tipo provenientes de otros países prestantes, los cuales han realizado inversiones importantes en el área, gozando de libertades y aperturas comerciales propiciadas por el AGCS.⁷

De acuerdo con Verger Planells "el AGCS promueve la liberalización del sector educativo y la introducción de mayores cuotas de competencia. El AGCS es un instrumento con una clara vocación de apertura y protección de mercados que facilitará a determinadas empresas educativas lograr sus objetivos de expansión territorial",⁸ En Colombia las consecuencias pueden incluir una educación privada dominadora y en crecimiento, no necesariamente de calidad, que se hace extensiva al fenómeno de la educación virtual, que

4 VENTURA-DÍAZ, Vivianne; ACOSTA, María José; DURÁN, José E.; KUYAMAYA, Lima M. y MATTOS José C. (2003), «Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional», en Comisión Económica para América Latina, *Serie Comercio Internacional*. No 46. Santiago de Chile.

5 VENTURA-DÍAZ *et al*, *ibid*.

6 Ver ZAPATA, Yudira. La internacionalización de los servicios: el caso del sector eléctrico colombiano, Medellín, Universidad Eafit, 2005. Otros autores consideran que hay una relación causal inversa al asociar la globalización del final del siglo XX con la expansión de los servicios de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la reindustrialización de algunos países en desarrollo. En estos casos se dice que los servicios inciden en la naturaleza del actual movimiento de internacionalización de las economías de diferentes maneras (ver VENTURA *et al*, *ibid*).

7 Acuerdo General sobre Comercio de Servicios por sus siglas en español (AGCS).

8 Vergel Planells, *op. cit*.

no está suficientemente reglamentada y por tanto su calidad es difícilmente controlable.

La mercantilización de la educación involucra nuevos actores en el mercado, que pueden hacer propuestas novedosas como programas con características internacionales. Dicha mercantilización obliga a los centros educativos existentes a competir de forma directa con estos nuevos actores. Esta situación se puede analizar desde una doble perspectiva: una positiva si se garantiza un adecuado acceso a esas nuevas instituciones, y una negativa si esta competencia genera un brecha académica entre los diferentes sectores sociales o reduce la presencia de las instituciones públicas en el mercado, provocando la división de la sociedad involucrada en tales dinámicas de competencia.

La mercantilización de la educación merece un debate adicional derivado de su función como servicio público y de su potencial exportador como objeto de mercantilización. El alto grado de demanda por este tipo de servicio necesita de una estructuración seria de políticas gubernamentales e institucionales que permitan pensar en el objetivo de ser un país oferente de servicios de educación de calidad y/o que permitan responder a las demandas de las políticas del gobierno en el desarrollo de servicios de talla mundial tales como Business Process Outsourcing & Offshoring (BPO & O), servicios de calls centers, servicios de turismo y salud o servicios de industria grafica y energía.