Luis Rubalcaba Bermejo*
Andrés Maroto Sánchez*

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS Y FACTORES DETERMINANTES DE SU COMERCIO EN ESPAÑA

El presente artículo tiene dos objetivos. En primer lugar, presentar la internacionalización de los servicios españoles en el contexto del cambio estructural de las economías avanzadas y del creciente comercio internacional de servicios a larga distancia. En segundo lugar, indagar los factores determinantes de la competitividad de los servicios, al tiempo que analiza la relevancia de los precios y costes en las ventajas o desventajas competitivas de los servicios españoles. Los resultados destacan la importancia de factores no relacionados con los costes en la adquisición de mayores cuotas en servicios, lo que supone un desafío para estimular nuevas ventajas competitivas alternativas a las tradicionales ventajas en precios. Sin embargo, existen importantes diferencias por subsector de servicios que deben ser tenidas en cuenta.

Palabras clave: *sector servicios, comercio internacional, competitividad, paradoja de Kaldor.*
Clasificación JEL: *F14, L8.*

1. Introducción

Las economías avanzadas son actualmente economías de servicios. En la UE-15 los servicios representaron, en 2004, el 71,9 por 100 del valor añadido bruto generado a la vez que explicaron el 72 por 100 del empleo, de acuerdo a Eurostat. Sin embargo, el comercio internacional de servicios supone solamente un 20 por 100 del total de flujos anuales. No obstante, aunque la mayor parte de los intercambios transfronterizos siga estando en manos de los bienes, la internacionalización de los servicios está adquiriendo una importancia cada vez mayor, como muestra que las inversiones extranjeras directas se llevan a cabo en sectores de servicios en un 70 por 100. Si el porcentaje relativo del comercio re-

* Universidad de Alcalá de Henares e Instituto de Análisis Económico y Social.
Las primeras secciones del artículo están basadas en una investigación más amplia en curso de publicación (Rubalcaba, 2007; *The New Service Economy: Challenges and Policy Implications for Europe;* Edward Elgar, Reino Unido) y que ha sido patrocinada por la Fundación Rafael del Pino.

lativo de servicios en el total permanece más o menos constante, no es tanto por la falta de dinamismo del sector como por el gran crecimiento del comercio de bienes en los últimos años.

El mayor auge del comercio de servicios obedece a varias causas. Primero, al crecimiento de las economías de servicios dentro de un proceso de cambio estructural. Segundo, a la apertura de mercados en servicios y el crecimiento de la inversión extrajera en el sector. Tercero, al auge de la externalización global, o *global sourcing* u *offshoring,* que abre nuevas posibilidades competitivas a los países mejor preparados para la prestación a larga distancia.

En España, más allá del decisivo peso del turismo desde hace décadas, una mejora en el comercio de servicios podría suponer una partida compensatoria más fuerte frente al actual déficit comercial en bienes, cada vez mayor y de consecuencias más preocupantes. Los servicios podrían compensar parcialmente la situación del modo en que lo hacen, por ejemplo, en Estados Unidos, donde el valor del déficit comercial de bienes —el mayor del mundo en términos absolutos— viene compensado en una medida no desdeñable por el comercio de servicios —el segundo mayor del mundo tras el Reino Unido con 52.000 millones de dólares de superávit en otros servicios comerciales de 2004; coeficiente de cobertura de 1,45, similar al de la India, por ejemplo—. En España, las posibilidades compensatorias del déficit comercial tienen dos frentes decisivos en el mundo de los servicios. En primer lugar, hay que estudiar hasta qué punto España puede desarrollar ventajas competitivas en servicios diferentes a los del turismo, principal factor compensatorio desde hace décadas —España tienen un déficit de 4,4 millardos de dólares en otros servicios comerciales; coeficiente de cobertura de 0,85, uno de los menores de entre nuestros socios comerciales. En segundo lugar, hay que saber si las ventajas de servicios en España obedecen a factores de precios y costes o si, por el contrario, existen factores diferenciales cualitativos. El artículo trata de contribuir al debate sobre estas dos cuestiones.

2. Importancia y crecimiento de los servicios

El crecimiento del comercio de servicios obedece primeramente al cambio estructural de las economías avanzadas. En los países avanzados los servicios representan alrededor del 70 por 100 del valor añadido bruto generado y del empleo. En Europa, la mayoría de los países superan ya el 70 por 100, de acuerdo a Eurostat. Estos valores son considerablemente mayores a los vigentes a mediados de la década de los noventa (65-67 por 100). Por su parte, en prácticamente todos los países de la OCDE se observa el avance del sector terciario, en particular en lo que se refiere al empleo (Cuadro 1). En la economía comunitaria los servicios son preponderantes en comparación a la coreana, la turca o la neozelandesa. En estas regiones el sector bajo estudio aún abarca menos del 70 por 100 en valor añadido y empleo. Los valores de UE-15, en particular los de empleo, son inferiores a los que muestra Estados Unidos pero no muy diferentes de los de Japón, Australia o Canadá. Dentro de Europa, sin embargo, la situación no es homogénea entre países. Es posible observar que Luxemburgo, Reino Unido, Holanda, Bélgica, Francia y Dinamarca llevan la delantera en servicios, los cuales han venido creciendo de forma continua desde la década de los setenta y en la actualidad superan el 70 por 100 del valor añadido y el empleo. Por otro lado, en Portugal, Grecia y España el proceso de terciarización ha avanzado más lentamente y, en consecuencia, se encuentra más restringido. Esta situación se agudiza en el caso de los miembros incorporados en la Unión hacia 2004: Hungría, Eslovaquia, República Checa, Polonia. Si bien existen ciertas diferencias entre ellos, es posible observar que los servicios representan en promedio poco más del 60 por 100 del valor añadido y menos de ese valor en el caso del empleo.

El rápido crecimiento del sector servicios en las últimas décadas es consecuencia, principalmente, del importante desempeño que mostraron ciertos mercados de servicios y no necesariamente de un decaer absoluto de la industria o la agricultura. En países como Estados

CUADRO 1

PORCENTAJES DE SERVICIOS EN LAS ECONOMÍAS DESARROLLADAS (En %)

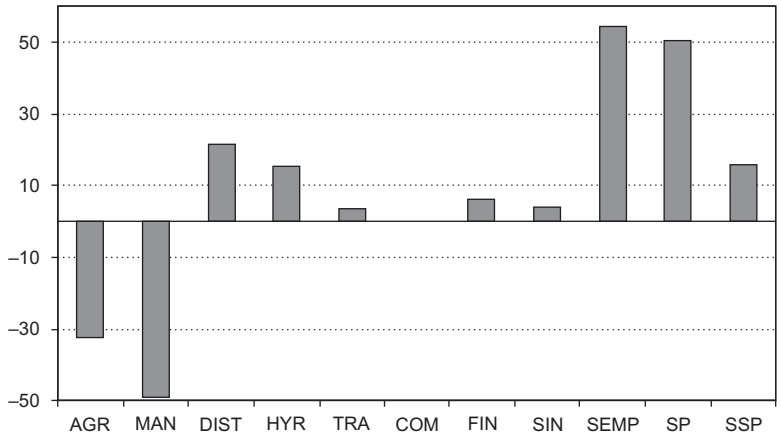
País	Valor añadido 2003	Empleo 2004	Crec. valor añadido 1993-2003*	Crec. empleo 1994-2004*
Luxemburgo	78,8	77,5	0,8	1,1
Estados Unidos	76,5	78,4	0,6	0,7
Francia	75,9	72,6	0,4	0,6
Bélgica	73,0	73,1	0,6	0,3
Reino Unido	72,0	76,4	0,7	0,8
Holanda	71,8	76,6	0,6	0,5
Dinamarca	71,8	73,1	0,1	0,7
Australia	71,0	74,9	0,4	0,5
México	70,4	59,1	0,5	1,3
Alemania	70,1	66,6	0,7	1,2
Suecia	70,1	75,2	0,3	0,5
Suiza	69,6	72,6	0,5	0,7
Italia	69,6	64,5	0,6	1,0
Grecia	69,5	64,9	0,7	1,5
Portugal	69,1	56,5	0,7	0,2
Japón	68,0	67,1	1,0	1,1
Austria	67,6	67,2	0,1	1,3
España	67,2	64,0	0,4	0,6
Polonia	66,5	53,2	2,3	1,8
Finlandia	65,5	69,3	0,3	0,6
Nueva Zelanda	65,5	69,8	0,2	0,8
Canadá	65,4	75,0	–0,4	0,1
Hungría	65,4	61,5	0,6	0,7
Eslovaquia	63,5	55,9	1,0	1,1
Noruega	60,8	75,6	–0,4	0,6
Turquía	58,5	43,0	1,4	2,5
Rep. Checa	58,5	56,3	0,8	1,1
Corea	57,2	64,4	1,1	1,8
Irlanda	56,2	65,9	–0,1	1,0
Media UE-15	**69,9**	**69,6**		
Media NM**	**63,5**	**56,7**		
Media resto	**66,3**	**68,0**		

NOTAS: * Tasas de crecimiento exponenciales de participaciones. ** Nuevos países miembros de la UE con información disponible: Hungría, República Checa, Polonia y Eslovaquia.
FUENTE: Basado en *OECD in Figures,* 2005.

Unidos, líder mundial en servicios, la industria no ha registrado una clara pérdida absoluta de empleos —hasta 2003, a partir de ese momento la competencia asiática está haciendo mella en el empleo absoluto industrial— sino que lo que ha sucedido tradicionalmente es que los nuevos empleos se han concentrado mayoritariamente en servicios. En Europa la situación ha sido diferente al haber sufrido una crisis industrial más severa y haberse

GRÁFICO 1

LA CONTRIBUCIÓN RELATIVA DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS AL CRECIMIENTO AGREGADO DEL EMPLEO EN UE-15, 1979-2003 (En %)



NOTAS: AGR: agricultura, MAN: manufacturas, DIST: distribución comercial, HYR: hostelería y restauración, TRA: transporte, COM: comunicaciones, FIN: banca y seguros, SIN: servicios inmobiliarios, SEMP: servicios a empresas, SP: servicios públicos, SSP: servicios sociales y personales.
FUENTE: Basado en datos de Contabilidad Nacional, recogidos por la OCDE (STAN) y el GGDC.

producido, de modo incontestable, un proceso de desindustrialización. Los servicios han servido tanto como sector refugio del empleo, como garantía de la fluidez en los cambios de especialización que toda economía requiere para ser competitiva, aunque la función de «reserva de empleo» esté quedando cada vez menos garantizada.

Las interacciones entre los servicios y el resto de los sectores económicos son fuertes. De hecho, sin mecanismos financieros, de comunicaciones, de distribución o de transportes dinámicos y bien establecidos, es difícil que funcione eficientemente el sistema económico en general. Es por ello que el gran dinamismo que muestran los servicios resulta relevante para los sectores que los usan como insumos intermedios, incluidas las manufacturas. En términos dinámicos, respecto al empleo, los servicios demostraron ser los motores durante 1979-2003, puesto que las actividades no vinculadas a los mismos mostraron tasas negativas de crecimiento. Dentro del sector terciario, los servicios a empresas muestran las mayores tasas de incremento del empleo (4,4 por 100 anual). Al igual que en el caso del valor añadido, los propulsores de esta actividad han sido principalmente los servicios informáticos (6,1 por 100), seguido de otros servicios a empresas (4,8 por 100) y servicios profesionales (3,8 por 100). Por otra parte, comunicaciones exhibió la menor tasa de crecimiento en empleo dentro del sector servicios (0,1 por 100). De acuerdo a los datos los servicios a empresas aparecen como uno de los sectores más dinámicos, lo que también se reflejará en los datos de comercio internacional. El Gráfico 1 muestra que el total del crecimiento del empleo anual entre 1979 y 2003 (0,6 por 100), prácticamente se distribuye entre tres tercios: uno para servicios a empresas, otro para servicios públicos y un último para la distribución comercial, hoste-

lería y restauración. Dentro servicios a empresas, los otros servicios a empresas — operativos fundamentalmente — explican un 26 por 100 del total de empleo creado, los servicios profesionales un 18 por 100, y los servicios informáticos un 8 por 100.

3. Globalización y servicios

Muchos servicios como los transportes, las comunicaciones, o algunos servicios a empresas (ferias, estudios de mercado, asesoramiento legal, consultorías, ayuda a la exportación) contribuyen a la globalización convirtiéndose en agentes decisivos de la misma (Rubalcaba y Cuadrado, 2002). Pero también los servicios resultan afectados por esa globalización, obligándose a participar en una dinámica que rompe la tradicional segmentación de mercados que ha estado secularmente presente. Son muchos los factores que han impulsado a la internacionalización de las actividades de servicios. Entre ellos podemos contar con los factores que tienen que ver con las tradicionales teorías macroeconómicas que explican el comercio internacional, los factores de especialización vinculados a dotación de factores y precios relativos, elementos microeconómicos más propios de las estrategias competitivas de las empresas, el cambio tecnológico que facilita la provisión de servicios a distancia, otras dimensiones más cualitativas vinculadas al cambio de los sistemas productivos, las llamadas «relaciones de servicio» y la complementariedad y sustitución entre formas diferentes de internacionalización de servicios, especialmente entre comercio e inversión directa extranjera. La apertura de mercados debida a la acción política nacional — la nueva regulación más liberal y favorable a la competencia — o internacional — *Estrategia para al Mercado Interior de Servicios,* en el ámbito europeo, y GATS, a nivel mundial — también ha servido de estímulo para modificar las fronteras de mercados, muy segmentados hace años. Por último, el crecimiento de la deslocalización/externalización de servicios, para su prestación a larga distancia *«global sourcing»* u *«offshoring»,* se ha convertido, a la vez, en expresión y factor impulsor de primer orden de la internacionalización de servicios.

La reciente tendencia a la externalización y contratación internacional de servicios ha encendido, nuevamente, las alarmas de la deslocalización, esta vez aplicadas a los servicios, como desde los años setenta ha sucedido y sucede con las empresas manufactureras. Las pérdidas de empleos potenciales, debidos al *offshoring* internacional, se cifran en cientos de miles para Europa y Estados Unidos[1] y los economistas han venido a calmar a los políticos explicando las viejas teorías ricardianas y neoclásicas sobre los beneficios del comercio internacional y las ventajas de la especialización, aunque, a veces, el cambio de especialización no parezca posible: en los setenta el desempleo industrial recalaba en los servicios; ¿qué sector absorberá ahora el desempleo de los servicios? ¿Aparecerá un cuarto sector?

El rol de los países emergentes dentro de los flujos internacionales de servicios está fuertemente relacionado con una serie de fenómenos que han ocupado asiduamente la atención de los economistas en los últimos años. El *offshoring* sería el término que simboliza a todos ellos, aunque en realidad hay que hablar de dimensiones diferentes.

A veces surgen confusiones a la hora de utilizar los términos deslocalización, externalización, *outsourcing* y *offshoring.* Es por ello que vamos a intentar aclarar el uso de cada uno de ellos:

— Deslocalización hace referencia a la transferencia de ciertas actividades producidas en un lugar, a otro lugar. Sin embargo, en la actualidad este término se restringe principalmente a los flujos regionales (por ejemplo, los flujos dentro de la UE).

[1] 3,3 millones de cuello blanco para 2015 y medio millón en tecnologías de la información según *The Economist,* 2003, más recientemente un 20 por 100 del total de empleo está afectado potencialmente por el fenómeno, VAN WELSUM y VICKERY (2005).

— *Outsourcing* es la subcontratación de actividades productivas, manufacturas o servicios, ya sean nuevos o previamente producidos en la empresa.

— Externalización significa cualquier transferencia desde actividades internas a empresas externas. Es fundamentalmente un cambio de organización.

— *Offshoring* es el *outsourcing* de servicios en otros países o regiones. Para el caso de Europa, el *offshoring* sería la contratación internacional en países fuera de la UE.

— El *offshoring* también podría estar relacionado con el *insourcing* (utilización de recursos internos) internacional en multinacionales establecidas en el extranjero. El *offshoring* incluye tanto *el outsourcing* como el *insourcing* internacional (van Welsum y Vickery, 2005). A veces, estas dos categorías se agrupan en la definición de *«resourcing* global» (provisión global de recursos) (Farrell 2005; al *insourcing* global se lo denomina *«offshoring* cautivo»). La distinción entre estas dos formas de *offshoring* se basan en los niveles de control entre empresas o filiales.

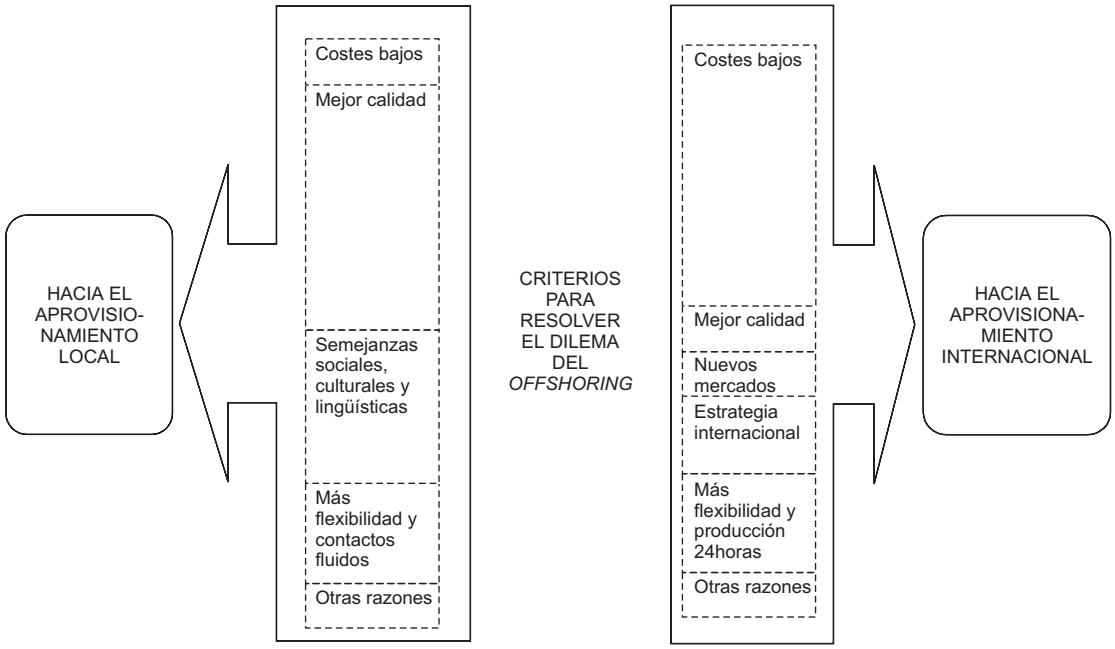
Ninguno de los límites a la globalización de las actividades de servicios ha frenado el gran avance del *outsourcing* internacional en algunos servicios, especialmente el *offshoring* de servicios a empresas desde los países desarrollados a países en desarrollo como los del Sudeste asiático. Algunos países poco desarrollados, encabezados por la India, continúan demostrando que es posible reproducir los movimientos de reubicación de las manufacturas. Los servicios que han quedado como sector «de reserva» para desempleados que han dejado las industrias tradicionales comienzan ahora a ser objeto de cierto grado de «deslocalización» o, al menos, de una pérdida de empleos potenciales. En muchos casos no es conveniente hablar de deslocalización, ya que no se refiere a la reubicación directa de las empresas, sino a la transferencia o migración de los *nuevos* servicios. Sin embargo, la actual percepción es que algunos de los nuevos trabajos que pueden haberse generado en países tradicionalmente fuertes, en el ámbito de los servicios, están siendo trasladados a países en los que los costes laborales son más bajos. Y ocurre tanto en los sectores de servicios de baja calificación (como los centros de atención telefónica), como en los de alta calificación (como los servicios de información e informáticos), e incluso en servicios muy avanzados (como los de investigación y desarrollo), cuyo éxito no radica sólo en los bajos costes[2], aunque ésta sea la forma dominante de explicar la proliferación del proceso de *offshoring.*

Las empresas ubicadas en distintos países, con distintas historias, idiomas y socios comerciales, buscan distintas estrategias para resolver el dilema que surge entre la contratación local o nacional y el *offshoring* internacional. El Esquema 1 ilustra este dilema y los elementos que las empresas consideran a la hora de elegir entre las dos alternativas dobles. Un informe de la OCDE (2004) exponía que para competir con los ahorros de costes internos, que se consiguen a través del *offshoring* interno y de las *joint ventures* en el extranjero, los subcontratistas internacionales (es decir, proveedores de servicios externalizados) trasladaron parte de sus actividades al extranjero mediante inversión extranjera directa (IED) y subcontratación. El hecho de que las multinacionales hayan conseguido la misma base de costes ha provocado que las empresas autóctonas establecidas en el extranjero respondan abriendo operaciones de *front-office* en mercados de países desarrollados, con el fin de competir en el país de origen del *outsourcing* con las empresas multinacionales que suministran los servicios. Por su parte, esto ha forzado a las empresas multinacionales, proveedoras de servicios externalizados, a expandir su actividad de *offshoring.* Esta es sólo una de las explicaciones que se encuentran detrás de los criterios empresariales para resolver el dilema del *offshoring.*

[2] Véase el caso de la India en «Innovative India», *The Economist,* 1 de abril de 2004.

ESQUEMA 1

EL DILEMA DEL *OFFSHORING*



4. Dimensiones principales de la internacionalización en servicios

Dentro del proceso de globalización de los servicios hay algunas actividades que se adaptan mejor al contexto internacional y otras cuya dimensión local no permite una expansión transfronteriza. Protagonistas son los ya citados servicios a empresas, algunos de los cuales permiten presentar un alto nivel relativo de comercio por la influencia de las TIC o por la estandarización de la producción. Mientras los servicios al consumidor final, en general, tienen más difícil avanzar más allá del mercado local donde frecuentemente operan en forma de nicho.

Las presiones, desafíos y oportunidades de la globalización para los servicios han hecho emerger una multiplicidad de formas de internacionalización del sector, de las cuales el comercio internacional es solamente una de las formas posibles. El comercio ocupa una doble función. Desde el primer punto de vista es una forma de internacionalización de los servicios en cuanto permite que logren un alcance internacional; desde el segundo podemos decir que el comercio internacional interacciona con las demás dimensiones de la globalización de servicios, de modo que su carácter complementario tiende a dominar los efectos de sustitución y así cualquier internacionalización de servicios genera un cierto comercio internacional. A continuación se detallan dichas relaciones.

La globalización dentro del sector servicios puede aparecer de múltiples formas aunque en todas ellas implica, para las empresas, una concepción global de mercado que comprenda la internacionalización de los factores productivos de un lado y de las actividades inter-

nas de las empresas del otro. Para los consumidores, la globalización implica una cierta capacidad de uso y disfrute de bienes y servicios que pueden provenir de cualquier parte del planeta.

Los modos de internacionalización de servicios están marcados por los rasgos «ontológicos» (Rubalcaba, 1999), como la tensión existente entre la necesidad de estandarización y reputación global del servicios y la necesidad de diferenciación (un producto nunca es idéntico en todos los mercados) y de personalización (debido a la naturaleza interactiva de los mismos). Ambos aspectos implican que un servicio tiene que ser alterado si quiere cumplir los requisitos de un mercado extranjero. Esto significa que la internacionalización de servicios implica una cierta «nacionalización» de los mismos en un cierto sentido, es decir, una adaptación a los parámetros regulativos, económicos, sociales y culturales de los países o mercados en los que se opera. Esto explica que los movimientos globales de servicios no se asocien tanto con movimientos transfronterizos, cuanto como con la transmisión de procesos, conocimiento y técnicas productivas o con el intercambio de trabajadores y tecnología.

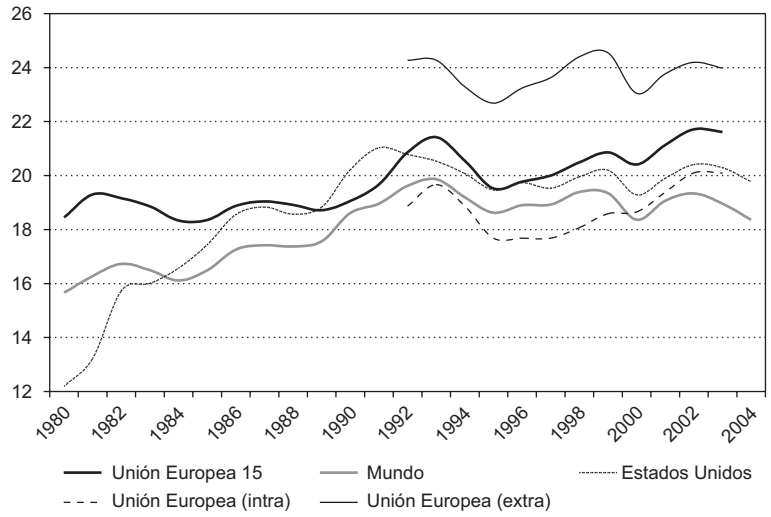
Las formas clásicas de internacionalización son el comercio internacional transfronterizo y el movimiento de capital, al cual se refiere la inversión directa extranjera, así como los procesos de fusión y adquisición internacionales. Sin embargo, hay otras dimensiones. Entre ellas están, por supuesto, las otras dos que forman parte de las definiciones de comercio internacional[3]: el movimiento del factor trabajo y el desplazamiento del consumidor fuera de sus fronteras. Los servicios combinan sectores donde los movimientos de oferentes y demandantes son frecuentes y han sido abundantes las tipologías de servicios clasificados en función de dichos movimientos (e.g., Sapir, 1993). Pero hay otro grupo de dimensiones de la globalización de servicios que está fuera de las definiciones oficiales: son los movimientos que transfieren conocimientos, información, estándares, innovaciones (ya sean de producto, de proceso o de organización) y que se superponen a las diferentes formas de comercio e inversión (Rubalcaba y Cuadrado, 2002). Las marcas y las franquicias son expresiones de estas otras dimensiones, tan decisivas en el entorno de incertidumbre de los mercados de servicios donde la reputación se asocia a calidad y formas de generar confianza en el consumidor o comprador actuando, así, como un instrumento fundamental para la globalización. Por último, las redes de colaboración entre empresas de distintos países son otra forma de globalización de servicios, aunque no se concrete en acuerdos formales de compras, adquisiciones o de comercio directo entre las partes.

Todas estas dimensiones están interrelacionadas. Por ejemplo, un consultor que viaje de un país a otro para intercambiar conocimientos estará contribuyendo a la globalización de servicios mediante las transacciones con los clientes y la difusión de una marca y de la reputación asociada a la empresa. Durante este tipo de «comercio de servicios» tendrá lugar la transferencia de contactos y conocimientos, y la coproducción de un servicio internacional resultará de la adaptación a las condiciones locales. Dicho proceso de adaptación implicará mayores oportunidades de desarrollo del comercio de servicios, ya que la experiencia adquirida podrá resultar en la prestación de servicios a otras empresas extranjeras (Wood, 2001; Rubalcaba y Gago, 2001). Estas interrelaciones explicarían algunos de los aspectos complementarios entre, por ejemplo, el comercio internacional y la IED, o el papel de la prestación internacional de servicios con y dentro de las filiales extranjeras. En términos generales, la internacionalización de servicios crea un comercio transfronterizo, incluido el comercio dentro de la empresa, que puede seguir o preceder a la IED, aunque a veces se establece un camino similar (Roberts, 1999) mientras que, por lo general, la relación entre comercio e IED, especialmente en el ámbito de los servicios, es muy heterogénea, es decir, que varía en función de la categoría de servicios (Pain y van Welsum, 2004, van Welsum, 2003, 2004).

[3] Las organizaciones internacionales utilizan la clasificación de cuatro modos de comercio internacional, la definición dada por la OMC es: Modo 1, provisión transfronteriza; Modo 2, consumo en el exterior; Modo 3, presencia comercial; Modo 4, presencia física de personas.

GRÁFICO 2

PORCENTAJES DEL COMERCIO DE SERVICIOS (EXPORTACIONES + IMPORTACIONES) SOBRE EL COMERCIO TOTAL, 1980-2004



FUENTE: Basado en datos de la OMC (2005).

5. Auge del comercio internacional de servicios

No todas las dimensiones expuestas en relación con la globalización de los servicios se desarrollan de forma lineal. La existencia de ciertos límites a la globalización dentro de dicho sector fomenta la separación entre unas y otras formas de internacionalización. Las pruebas empíricas subrayan los límites a la internacionalización transfronteriza de servicios de forma particular. En el Gráfico 2 se aprecia la evolución del comercio de servicios dentro del comercio total de bienes y servicios. En Europa, el porcentaje se ha mantenido estable entre un 18 por 100 y un 22 por 100, mientras que la situación en otras áreas geográficas ha sido similar. Una vez más, la paradoja que surge de comparar estos datos con los relativos al valor añadido es evidente.

La deceleración del peso relativo de los servicios en el total del comercio internacional no encuentra su explicación en la falta de dinamismo en el sector, sino en un mayor crecimiento del comercio mundial de bienes. El comercio internacional de servicios ha sido muy dinámico en los últimos años, pero no lo suficiente como para igualar el nivel alcanzado por el comercio internacional de bienes. Las tendencias de los años noventa no parecían permitir un cambio de escenario en los años siguientes, aun cuando el comportamiento de los servicios haya sido más regular en los últimos años y otros servicios comerciales (principalmente servicios a empresas) hayan registrado un crecimiento constante. El descenso en el comercio mundial fue evidente entre los años 2000 y 2001, aunque el período 2001-2004 fue testigo de una recuperación.

Estos resultados empíricos sirven para introducir la cuestión de las diferencias entre el comercio de bienes y el de servicios. La importancia del factor capital humano en el comercio de servicios pone en duda la validez de los modelos tradicionales del comercio internacional (Petit, 1986), y urge considerar elementos vinculados a las ventajas culturales y sociales (Riddle, 1986, Daniels,

CUADRO 2

TENDENCIAS Y TASA DE COBERTURA DEL COMERCIO ESPAÑOL CON EL RESTO DEL MUNDO

	Tasa de cobertura (exportaciones/importaciones)			Tasa de crecimiento anual exportaciones (%)		
	1992	2000	2003	1992-2000	1992-2003	2000-2003
Total	**0,85**	**0,93**	**0,95**	**10,9**	**9,1**	**4,1**
100 Bienes	0,69	0,77	0,79	11,3	9,2	3,7
200 Servicios	1,58	1,71	1,67	10,1	8,7	5,0
205 Transporte	0,94	0,96	—	10,7	—	—
236 Viajes	4,00	5,66	—	8,5	—	—
981 Otros servicios	0,64	0,84	0,89	13,9	12,6	9,0
245 Servicios de comunicación	0,70	0,91	0,83	21,2	17,4	7,3
262 Servicios informáticos	0,29	1,67	1,75	30,9	23,8	4,9
266 *Royalties* y derechos de licencia	0,10	0,25	0,22	22,0	16,4	1,3
268 Otros servicios a empresas	0,63	0,79	0,88	16,3	14,7	10,6
287 Servicios personales, culturales y recreativos	0,43	0,38	0,48	8,1	7,8	7,3

FUENTE: Basado en EUROSTAT (2005), Estadística de la Balanza de Pagos.

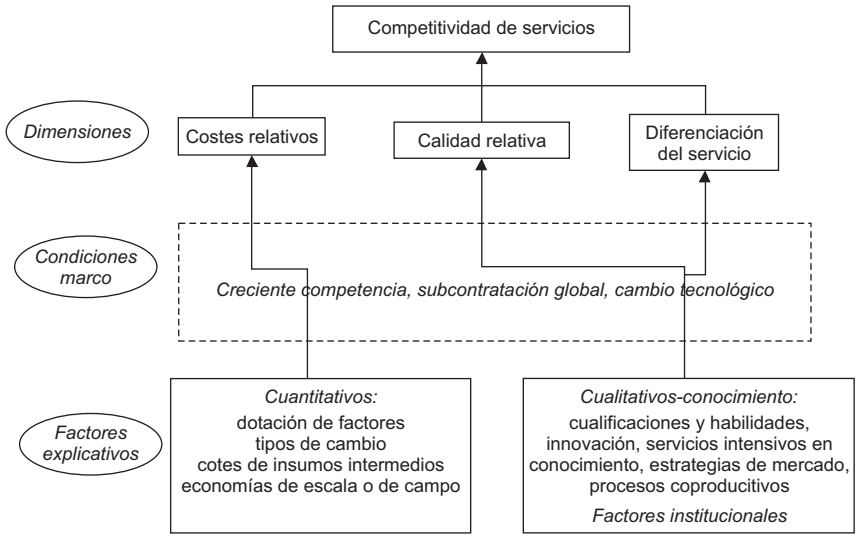
1993): la relativa abundancia de factores de producción o las materias primas adquieren un menor peso explicativo. Esto es debido al peso que tienen las expectativas, la reputación y el prestigio en los mercados internacionales de servicios (Aharoni, 1999), siendo los *switching costs* altos y la confianza fundamental.

Como se ha señalado, el aumento del comercio internacional de servicios es incuestionable y ha sido objeto de un interés creciente en los últimos años. Este hecho se basa en diversos factores tales como el rápido crecimiento experimentado por las actividades de servicios, el progreso sin precedentes producido en las nuevas tecnologías de la información, o la progresiva liberalización de ciertos mercados de servicios. Esto podría explicar que, de acuerdo a datos de Eurostat del 2005, las exportaciones de servicios en la UE-15 registraron un incremento total anual cercano al 8,8 por 100, frente a los bienes que alcanzaron un 8,6 entre 1992 y 2003. Dicho incremento se tradujo en una ligera subida del peso relativo de las exportaciones de servicios, aunque permanece muy estabilizado en el tiempo entre el 21-22 por 100 aproximadamente.

El crecimiento de las exportaciones españolas, tanto en los bienes como en los servicios, se situó bastante por encima del crecimiento de la UE-15, lo cual ilustra el importante proceso de apertura de mercados e internacionalización que tuvo lugar durante todo el período de referencia. En cualquier caso, lo más relevante para el presente análisis es que, al contrario de lo que ocurría en muchos países del mundo (incluidos los países de renta media y baja), las exportaciones de servicios crecieron menos que las exportaciones de bienes (11,3 por 100, en el caso de los bienes y 10,3 por 100, en el caso de los servicios, 1992-2000). Esto implica que las exportaciones de servicios perdieron peso relativo, aunque éste permaneció por encima del 30 por 100 correspondiente a las exportaciones debido al papel desempeñado por los viajes y el turismo. En el Cuadro 2 se muestran las tasas de cobertura y de crecimiento de las exportaciones de servicios desde España al resto

ESQUEMA 2

DIMENSIONES Y FACTORES DE LA COMPETENCIA DE SERVICIOS



del mundo. Es destacable la evolución positiva de los servicios informáticos al igual que las, generalmente, altas tasas de crecimiento (en precios corrientes). La cobertura positiva de los servicios de viajes y de información y comunicación se ve compensada por importantes déficit en la mayoría de sectores de servicios y bienes.

6. Determinantes del comercio de servicios: el papel de los precios en el comercio de servicios español

El Esquema 2 muestra las tres dimensiones del éxito de la competitividad de los servicios: precios relativos, calidad relativa y diferenciación percibida de los servicios (otros factores que explican el comercio de servicios que no se relacionan directamente y «estrictamente hablando» con los precios y los factores relativos a la calidad, aunque la calidad, en un sentido más amplio, también podría incluir aspectos diferenciadores como la proximidad cultural o la confianza). Las tres dimensiones se basan en factores explicativos, que son los factores relativos a los costes (basados en factores económicos clásicos que explican el comercio internacional, tales como las dotaciones de factores, el desarrollo de economías de escala y de alcance o los tipos de cambio) y los factores no relacionados con los costes (los basados en aptitudes, cualificaciones, innovación de servicios, uso de servicios intensivos en conocimiento o KIS, estrategias comerciales o la forma en que se producen las interrelaciones y la interacción con los clientes). Todos estos factores no relacionados directamente con los precios se relacionan con la creación de conocimientos y con el conocimiento potencial que subyace en la competitividad de la tecnología y la capacidad, una de las principales explicaciones de la competitividad de los «Tigres Asiáticos» (Fagerberg *et al.*, 2005), aunque también podrían asociarse con diversos grados de acuerdos institucionales, estipulados

para ser igualmente importantes (Milberg y Houston, 2005).

La forma en la que los factores explicativos se convierten en ventajas competitivas se ve fuertemente afectada por tres condiciones del marco empresarial: el cambio tecnológico, la creciente competencia (tanto nacional-local, como internacional-global) y las tendencias emergentes hacia la externalización global. El creciente papel del *global sourcing* o externalización global podría terminar con el actual «equilibrio» entre los factores de coste y los factores relacionados con la calidad y la diferenciación hacia una especial importancia de los precios relativos.

Resultados previos relacionados con la paradoja de Kaldor (comercio no explicado por factores de coste) indican la relevancia de la misma a la hora de entender el comercio exterior en la economía total (Fagerberg *et al.,* 2004). Los factores de coste no pueden constituir ni la principal ni la única explicación de la competitividad comercial. Por ejemplo, cuando los costes, tales como los costes laborales unitarios, tienen en cuenta otros factores como la dimensión de la distribución funcional, «la paradoja de Kaldor deja de ser un resultado anómalo» (Felipe, 2005). En el caso de los servicios también deberían ser aplicables todos estos elementos, aunque las diferencias entre servicios deberían ser al menos tan importantes como las diferencias existentes en las industrias manufactureras (Ioannidis y Schreyer, 1997), donde tanto los factores tecnológicos, como no tecnológicos han resultado determinantes para el rendimiento de las exportaciones. Es necesario que un perfil diferente en la especialización comercial de los servicios, y factores tales como el grado de exposición a la competencia internacional y a las estructuras de mercado (Díaz y Molero, 2003; Molero y Boueri, 2003), cumplan una función principal.

El análisis empírico sobre el papel de los precios en el comercio de servicios se basa en dos indicadores: las cuotas de mercado, como indicador de competitividad, y el tipo de cambio efectivo real, como indicador de posición competitiva. Las cuotas de mercados son el referente básico de competitividad y se hallan como el resultado del cociente entre exportaciones españolas a un mercado y el conjunto de importaciones realizadas en dicho mercado, es decir:

$$CEX^H = \frac{X_t}{M_t^H} * 100$$

Donde: X_t = exportaciones de bienes efectuados por el país analizado (en este caso España) a un mercado en un año *t;* M_t^H = importaciones que dicho mercado o área de países *h* realiza en el período *t.* Aunque las cuotas de mercado no recogen todo el volumen real de comercio generado, por ejemplo a través del movimiento de factores, constituye el mejor indicador disponible.

El *tipo de cambio efectivo real* es el complemento inevitable de las cuotas de mercado. El tipo de cambio efectivo real es un indicador sintético del nivel de precios relativos de un país teniendo en cuenta el tipo de cambio. El tipo de cambio efectivo real (TCER) es el resultado de multiplicar el tipo de cambio efectivo nominal (TCEN) por los precios relativos entre ambos mercados:

$$TCER_t = TCEN_t \left[\frac{P_t / P_o}{\prod_{i=1}^{n} \left(\frac{P_{it}}{P_{io}} \right)^{w_i}} \right]$$

siendo

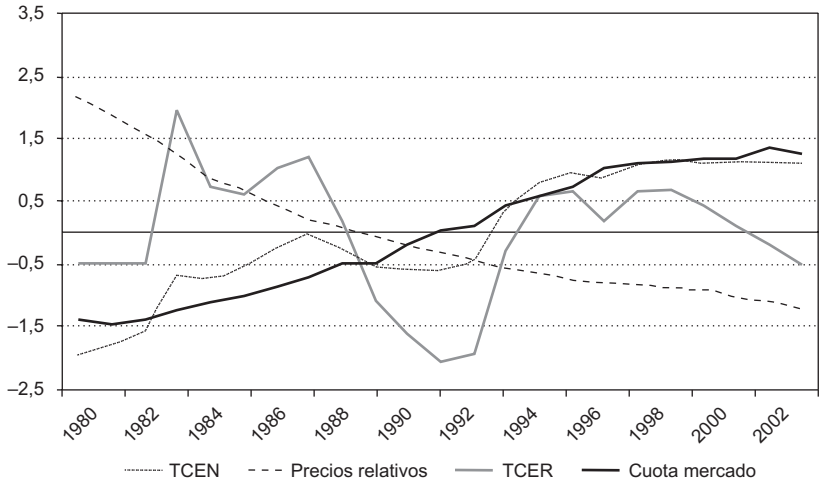
$$TCEN_t = 100 \cdot \prod_{i=1}^{n} \left[\frac{e_{io}}{e_{it}} \right]^{w_i}$$

donde w_i es la ponderación que recibe cada país; e_{io} y e_{it} representan los tipos de cambio bilaterales de la peseta frente a la moneda del país *i* en el período base y en el período *t,* respectivamente; P_o y P_t son los índices

GRÁFICO 3

RELACIÓN ENTRE EL TCER Y LA CUOTA DE MERCADO, ECONOMÍA TOTAL

Resultados de la regresión 1980-2002 Variable dependiente: cuota de mercado							Coeficientes de correlación Variables: cuota de mercado y TCER		
Ordenada en el origen TCER	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p	Total	–0,0465	—
			0,0000	0,2132	0,0000	1,0000	1980-1985	0,5609	No Kaldor
	–0,0465	0,218	–0,0465	0,218	–0,2135	0,8329	1985-1990	–0,8928	Kaldor
	N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado			1990-1995	0,9885	No Kaldor
	23	0,0465	0,0021	–0,0453			1996-2002	–0,6210	Kaldor



FUENTE: Basado en datos de EUROSTAT (2007).

de costes o precios del país objeto del estudio; y P_{io} y P_{it} los del país *i* en el período base y en el período *t,* respectivamente. Lógicamente una subida del tipo de cambio efectivo nominal está reflejando un encarecimiento relativo de los productos, por ejemplo, españoles en el extranjero, y, por tanto, una pérdida de competitividad. Los límites del indicador son los precios de las variables que incluye y atañen básicamente a la medición de los precios relativos. En nuestro caso optamos por utilizar los deflactores del valor añadido para cada rama de servicios. Como ámbito geográfico optamos por la zona UE-15, donde se sitúan nuestros principales socios comerciales (70-75 por 100 del total). Los deflactores se toman de la base de datos del GCDC en Groningen.

Precios y cuotas en el conjunto de la economía española

El Gráfico 3 demuestra que la relación entre las dos variables no es exactamente la propuesta tradicionalmente (no del tipo sugerido por Kaldor) para todo el período de referencia. Más concretamente, a finales de la década de 1980 y a mediados de la de 1990, el aumen-

to en las cuotas de exportación vino acompañado de un descenso en la capacidad competitiva media de los precios medida por el TCER, lo que corrobora las conclusiones a las que llegó Kaldor. Por el contrario, a comienzos de la década de 1990, la evolución de ambas variables se adaptó a la lógica económica esperada, ya que el fuerte aumento de la cuota de mercado se vio acompañado por una mejora del TCER. A principios de los años ochenta, el tipo de cambio sufrió un fuerte descenso, paralelo a uno de los mayores aumentos de las cuotas de mercado, de acuerdo con las teorías económicas clásicas. Lo mismo ocurrió a finales de los noventa, aunque la intensidad del aumento fue menor para las dos variables.

En general, la relación clásica entre las tasas de cambio y las cuotas de mercado aparece en la economía española tras devaluaciones y durante la segunda crisis energética, mientras se observa ligeramente la paradoja de Kaldor entre 1987 y 1992 y durante los últimos años de referencia. Se podrían señalar como las posibles causas, las siguientes: 1) la adaptación a un nuevo ambiente competitivo durante la década de 1980, los procesos de diferenciación y la entrada de multinacionales; 2) los límites internos de los mercados, la recesión internacional y el retraso provocado por la crisis energética de la década de 1990; 3) la recuperación durante los noventa, la incorporación al UME y la aparición y consolidación del euro; 4) el papel de los anteriormente mencionados factores no de costes/de precios tanto en bienes, como en servicios.

Precios y cuotas en bienes y servicios de la economía española

A continuación, el artículo contempla la posibilidad de encontrar diversos patrones diferenciales en el comportamiento competitivo del sector servicios en comparación con las industrias manufactureras. Para ello, es necesario evaluar la relación entre el TCER y las cuotas de mercado para las industrias de servicios y manufactureras durante el período de referencia 1992-2002 y para el mercado de la UE-15[4].

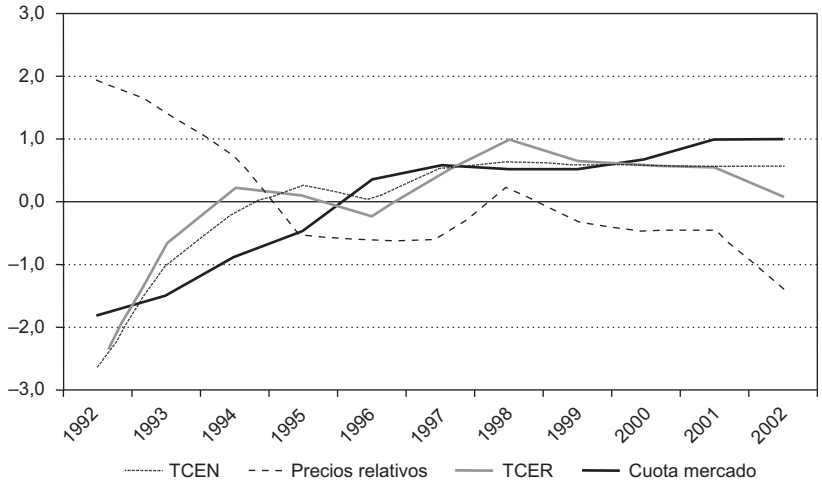
Al analizar el comportamiento de las industrias manufactureras se puede observar un incremento en las cuotas de exportación para prácticamente todo el período considerado, un hecho que parece acelerarse desde la entrada de España en la UE y más tarde en la UME. Sin embargo, durante estos años, las variaciones en el TCER han seguido dos tendencias opuestas: hacia la depreciación (1991-1994 y 1996-1998) y hacia la apreciación en determinados años. Por lo tanto, no se puede asegurar que exista una conexión clara entre su evolución y las cuotas de mercado. En cualquier caso, si se analiza el período completo, y no subperíodos concretos, se podría destacar una relación entre ambas variables en el sentido expresado por Kaldor. No obstante, estos resultados deberían descomponerse más, y los dos componentes que forman el TCER, es decir, el TCEN y los precios relativos, deberían separarse. En el Gráfico 4 se comparan los bienes y los servicios en la evolución de ambos indicadores separados durante el período 1992-2002. El TCEN presentó, en el ámbito global, una tendencia orientada a la depreciación, hecho confirmado por la evolución positiva de la cuota de mercado. Por el contrario, los precios relativos mostraron un comportamiento claramente inferior, en especial desde la segunda mitad de la década de 1980. La relación entre las cuotas de mercado y el TCEN es especialmente intensa durante las fases de devaluación. En esos momentos, la evolución de la cuota de mercado en el caso de los bienes, que ya era positiva, experimentó aumentos incluso más significativos. Como consecuencia, es posible afirmar que de los dos componentes la evolución del tipo de cambio ha sido la única que ha ofrecido

[4] Las dificultades que surgen al calcular estos índices han sido significativas, pero el índice de precios de referencia utilizado aquí para los bienes y los servicios han sido los deflactores de los precios relativos de la base de datos del GGDC. Para una mejor perspectiva, y para evitar disparidades de escala, todas las variables están estandarizadas con una media igual a 0 y una varianza igual a 1.

GRÁFICO 4

RELACIÓN ENTRE EL TCER Y LA CUOTA DE MERCADO, BIENES Y SERVICIOS

BIENES									
Resultados de la regresión 1992-2002 Variable dependiente: cuota de mercado							Coeficientes de correlación Variables: cuota de mercado y TCER		
	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p	Total	0,7721	No Kaldor
Ordenada en el origen TCER			–0,5265	0,2483	–2,1205	0,0629	1980-1985	—	—
	0,7721	0,2118	0,9567	0,2624	3,6451	0,0053	1985-1990	—	—
	N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado			1990-1995	0,8691	No Kaldor
	11	0,7721	0,5961	0,5513			1996-2002	0,0488	No Kaldor



FUENTE: Basado en datos de EUROSTAT (2007).

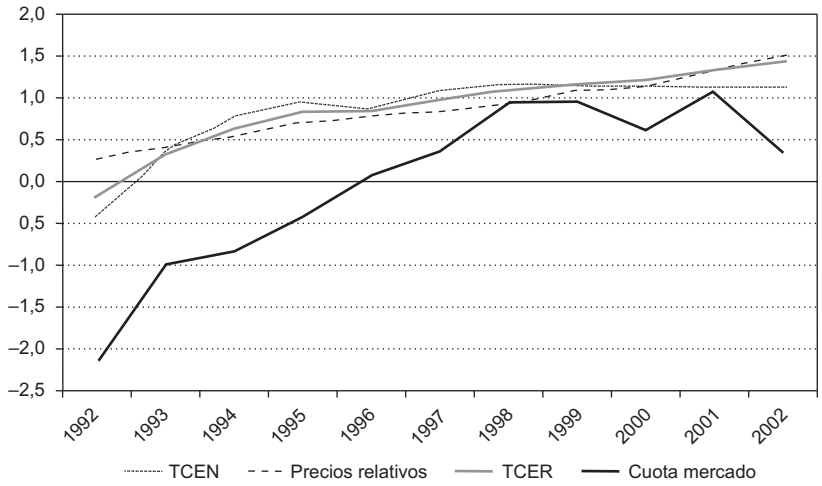
la relación más clara (no en el sentido expuesto por Kaldor) con las variables de la cuota de mercado y los precios no relativos.

Una vez analizada la relación entre el TCER y las cuotas de mercado de las industrias manufactureras se pasará a establecer las conclusiones alcanzadas en el caso del sector servicios, en los que el patrón de comportamiento parece ligeramente distinto. En primer lugar, la evolución de las cuotas de mercado de servicios no sigue una tendencia ascendente durante todo el período como en el caso de las industrias manufactureras, sino que, tras experimentar una notable tendencia descendente entre 1986 y 1992, se recupera con fuerza. En segundo lugar, y como factor significativo, se puede observar una conexión más débil entre la evolución de la cuota de mercado y el TCER que en el sector productor de bienes. Asimismo, desde mediados de la década de 1990, las mejoras (empeoramientos) en los valores del TCER se corresponden con descensos (aumentos) en las cuotas de mercado, lo que confirma la relación de

GRÁFICO 4 (continuación)

RELACIÓN ENTRE EL TCER Y LA CUOTA DE MERCADO, BIENES Y SERVICIOS

SECTOR SERVICIOS									
Resultados de la regresión 1992-2002 Variable dependiente: cuota de mercado							Coeficientes de correlación Variables: cuota de mercado y TCER		
	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p	Total	0,4229	No Kaldor
Ordenada en el origen TCER			0,0819	0,2938	0,2787	0,7867	1980-1985	—	—
	0,4229	0,3020	0,5601	0,4000	1,4000	0,1950	1985-1990	—	—
	N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado			1990-1995	0,9687	No Kaldor
	11	0,4229	0,1788	0,0876			1996-2002	–0,0458	Kaldor



FUENTE: Basado en datos de EUROSTAT (2007).

Kaldor. Este hecho se relaciona con el pensamiento económico lógico de que los servicios se caracterizan por la cercanía y la personalización, por lo que los factores de precios/costes juegan un papel secundario en las empresas manufactureras. La relación convencional (de tipo distinto al de Kaldor) puede observarse durante los años ochenta y comienzos de los noventa del siglo pasado, aunque con menos relevancia que en el caso de los bienes.

Merece la pena examinar, como en el caso anterior, la evolución de los dos componentes TCER, el TCEN y los precios relativos. En este caso, se pueden definir los dos subperíodos: entre 1992 y 1996, cuando la evolución es divergente, y desde ese último año, cuando puede observarse cierta correspondencia entre ambas variables. Sin embargo, como en el caso anterior, la evolución del TCER parece haber tenido una mayor influencia sobre la evolución de las cuotas de mercado de servicios (una vez más, especialmente visible en las fases de devaluación), y los precios relativos también parecen haber jugado determinado papel a partir de 1986.

Precios y cuotas en subsectores de servicios de la economía española

La relación, obtenida en la sección previa, entre las cuotas de mercado y el TCER conduce al análisis de los motivos que pueden explicarla y que refuta la hipótesis del comportamiento planteada al principio. Con este fin, es necesario considerar de forma muy sucinta la composición sectorial de las exportaciones en la balanza española de bienes intangibles, teniendo en cuenta que en dicha balanza se incluyen actividades muy variadas y que, como tales, pueden reaccionar de forma muy distinta a la evolución de las condiciones de competitividad-precio que se presentan en la economía. El sector del turismo y los viajes es el más destacable en el sector servicios en España, lo cual determina una fuerte especialización en este tipo de servicios en comparación con el resto de países de la UE y con la OCDE. Como consecuencia, la tendencia definida por todas las exportaciones de servicios mantiene una estrecha relación con la evolución mantenida por este sector. Sin embargo, este papel principal comenzó a descender a partir de 1990. De forma paralela a esta tendencia, se ha registrado un notable descenso en el peso relativo presentado por los transportes. En cuanto a los servicios de comunicación, tras un significativo aumento entre 1980 y 1990, comenzaron a descender desde esa fecha. El resto de servicios (servicios a empresas, servicios financieros y de seguros) representan la otra cara de la moneda, teniendo en cuenta que han ganado posiciones como exportadores de servicios, sobre todo los servicios a empresas.

La relación entre el TCER y la cuota de mercado es completamente diferente cuando se analiza la relación existente entre las diversas actividades que componen el sector servicios, pero en realidad muestra una serie de patrones fuertemente diferenciados. El Gráfico 5 presenta los principales resultados. Para cada sector, se muestran los resultados de las regresiones que explican la varianza de las cuotas de mercados basada en las posiciones competitivas del TCER durante el período comprendido entre 1980 y 2002, así como los coeficientes de correlación en los distintos subperíodos.

En primer lugar, es posible observar que las tres ramas de servicios que muestran la relación esperada de Kaldor más clara son el transporte y los servicios financieros y de seguros. El turismo y los viajes siguen una trayectoria similar desde 1982 a 1988 y desde 1997 a finales del período. Por lo tanto, estas son las actividades que han tenido tradicionalmente el mayor peso relativo en las exportaciones totales, a pesar de su tendencia descendente en los últimos años. En las tres, los incrementos (descensos) del valor TCER o, lo que es lo mismo, las mejoras (empeoramientos) de la capacidad competitiva se tradujeron en descensos (incrementos) en las cuotas de mercado, lo cual reafirma el comportamiento planteado por Kaldor en estas actividades de servicios. Se observa un resultado similar al de Kaldor para el comercio de distribución desde la década de los noventa y los servicios a empresas en los ochenta. Las relaciones distintas de las planteadas por Kaldor se registran en todos los sectores pero en distintos períodos. Para todo el período 1980-2002 no existe ninguna relación clara distinta de la de Kaldor.

El caso del turismo merece una atención especial. Aunque la demanda en el turismo depende de factores como las preferencias y del surgimiento de nuevos competidores, el turismo español depende, en gran medida, de la evolución de los precios y de los tipos de cambio, una situación similar a los resultados obtenidos en algunos análisis econométricos (Espasa *et al.*, 1993, y Esteban, 1996). Por lo tanto, la hipótesis de la rigidez en el cambio de los destinos turísticos en relación con los factores ligados al conocimiento, las costumbres y la posesión de una residencia no es aplicable para el período 1986-1998. Esta acusada sensibilidad a la evolución de las cuotas de exportación, en relación con los niveles de competitividad, también se asocia con el nivel de renta medio o bajo de los turistas que visitan España. La relación de Kaldor desempeña una función a comienzos de la década de 1980 y en los últimos años del período de referencia. La reciente evolución sufrida por el turismo

GRÁFICO 5

RELACIÓN ENTRE EL TCER Y LA CUOTA DE MERCADO EN LOS DISTINTOS SECTORES DE SERVICIOS

Distribución comercial (50-52)

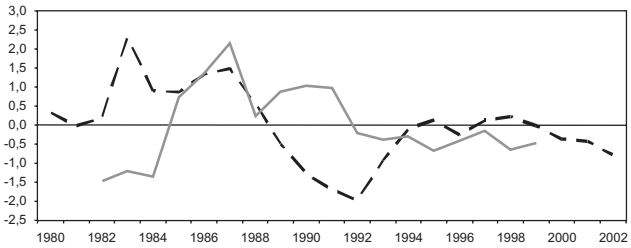
Resultados de la regresión 1982-1999
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			0,004	0,243	0,016	0,986
TCER	-0,063	0,250	-0,057	0,225	-0,253	0,803

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
18	0,063	0,004	-0,058

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	-0,063	Kaldor
1980-1985	-0,047	Kaldor
1985-1990	0,469	No Kaldor
1990-1995	-0,621	Kaldor
1996-2002	-0,107	Kaldor



Turismo (55)

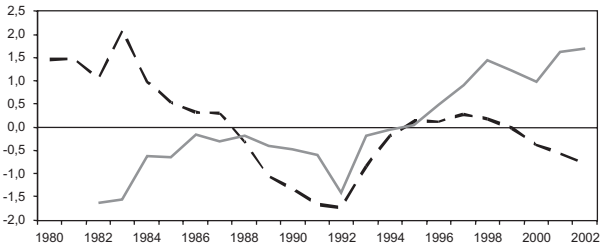
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			-0,028	0,223	-0,125	0,902
TCER	-0,185	0,225	-0,199	0,243	-0,822	0,421

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
21	0,185	0,034	-0,017

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	-0,185	Kaldor
1980-1985	-0,664	Kaldor
1985-1990	0,788	No Kaldor
1990-1995	0,854	No Kaldor
1996-2002	-0,635	Kaldor



Transporte (60-63)

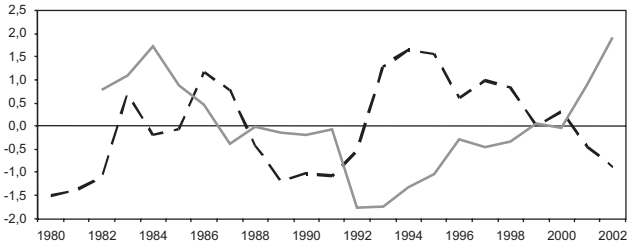
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			0,064	0,204	0,312	0,758
TCER	-0,430	0,207	-0,461	0,222	-2,076	0,052

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
21	0,430	0,185	0,142

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	-0,430	Kaldor
1980-1985	0,277	No Kaldor
1985-1990	0,422	No Kaldor
1990-1995	-0,455	Kaldor
1996-2002	-0,947	Kaldor



Comunicaciones (64)

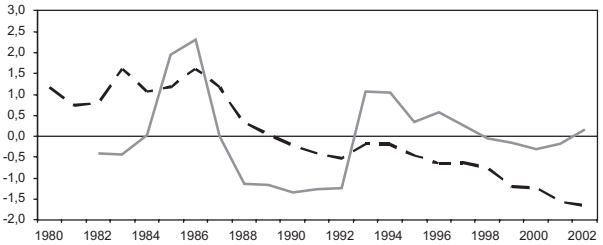
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			0,026	0,216	0,120	0,906
TCER	0,285	0,220	0,286	0,220	1,297	0,210

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
21	0,285	0,081	0,033

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	0,285	No Kaldor
1980-1985	-0,016	Kaldor
1985-1990	0,921	No Kaldor
1990-1995	0,829	No Kaldor
1996-2002	0,548	No Kaldor



TCER — Cuota de mercado

Servicios financieros (65-67)

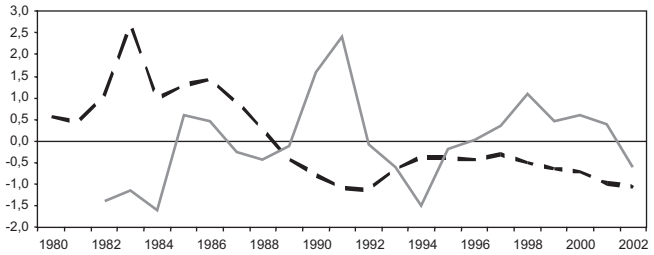
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			-0,0193	0,2023	-0,096	0,925
TCER	-0,4299	0,2071	-0,4150	0,1999	-2,076	0,0517

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
21	0,430	0,185	0,142

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	-0,430	Kaldor
1980-1985	-0,014	Kaldor
1985-1990	-0,414	Kaldor
1990-1995	-0,694	Kaldor
1996-2002	0,449	No Kaldor



Servicios inmobiliarios (70)

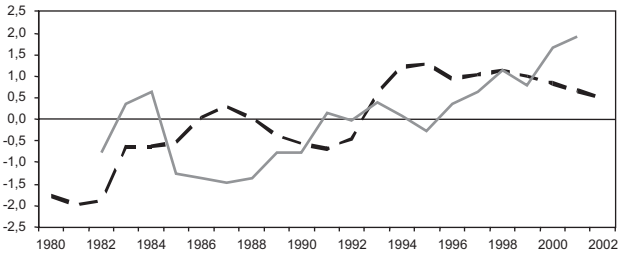
Resultados de la regresión 1982-2001
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			-0,084	0,210	-0,402	0,693
TCER	0,445	0,211	0,515	0,245	2,106	0,049

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
20	0,445	0,198	0,153

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	0,445	No Kaldor
1980-1985	0,304	No Kaldor
1985-1990	-0,963	Kaldor
1990-1995	-0,262	Kaldor
1996-2002	-0,664	Kaldor



FUENTE: Basado en datos de EUROSTAT (2007).

GRÁFICO 5 (continuación)

RELACIÓN ENTRE EL TCER Y LA CUOTA DE MERCADO EN LOS DISTINTOS SECTORES DE SERVICIOS

Servicios a empresas (71-74)

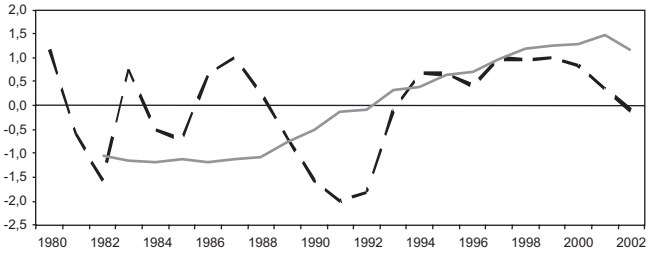
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			0,010	0,208	0,049	0,962
TCER	0,369	0,213	0,337	0,212	1,732	0,100

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
21	0,369	0,136	0,091

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	0,369	No Kaldor
1980-1985	-0,706	Kaldor
1985-1990	-0,970	Kaldor
1990-1995	0,957	No Kaldor
1996-2002	0,002	No Kaldor



Servicios públicos, sociales y personales (75-95)

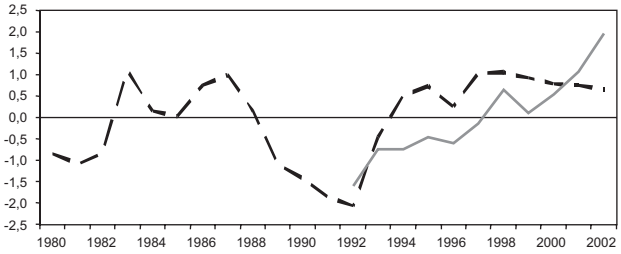
Resultados de la regresión 1982-2002
Variable dependiente: cuota de mercado

	Beta	Error estad. Beta	Coeficiente	Error estad. Coeficiente	t	p
Intercepto			-0,264	0,262	-1,007	0,340
TCER	0,6505	0,2531	0,7118	0,2770	2,5697	0,0301

N	R múltiple	R2 múltiple	R2 ajustado
11	0,651	0,423	0,359

Coeficiente de correlación
Variables: cuota de mercado y TCER

Total	0,6506	No Kaldor
1980-1985	-	-
1985-1990	-	-
1990-1995	0,948	No Kaldor
1996-2002	0,172	No Kaldor



TCER — Cuota de mercado

FUENTE: Basado en datos de EUROSTAT (2007).

español podría estar dominando, en cierta medida, la tradicional dependencia de los precios relativos.

En cuanto a los servicios financieros y de seguros, tal y como se ha mencionado anteriormente, también muestran cierta relación, del tipo establecido por Kaldor, entre sus cuotas de mercado y el TCER, excepto desde mediados de los noventa, cuando el crecimiento de la cuota de mercado fue muy intenso debido a la evolución positiva de la competitividad de los precios. El fuerte aumento de la cuota de mercado en el caso de los servicios financieros y de seguros durante los últimos años de la década de 1980 coincidió con una pérdida gradual de la cuota de mercado en Reino Unido, Francia y Países Bajos, los países de mayor competitividad en el sector (Hardwick y Dou, 1998). No obstante, desde comienzos de los noventa, este sector experimentó nuevas presiones competitivas, en parte como consecuencia de las medidas adoptadas dentro del Mercado Único para aumentar la competencia, de la eliminación progresiva de barreras y de la incorporación de nuevos agentes, distintos de los que hasta entonces formaban la tradicional industria de servicios financieros (Comisión Europea, 1997). Teniendo en cuenta todos estos datos, se podría afirmar que, tras una evolución muy favorable de las cuotas del mercado de exportación correspondientes a este tipo de servicios (no exentas de fluctuaciones), las nuevas presiones competitivas a comienzos de los 90 parecen haber tenido ciertos efectos en España a partir de 1992, siendo su evolución independiente de las mejoras en la competitividad de precios de la economía. La pérdida de competitividad en las cuotas de mercado durante los últimos años de referencia es, además, paralela al fuerte empeoramiento en la balanza comercial de este tipo de servicios, hecho que sugiere que la pérdida de competitividad no sólo tuvo lugar en ciertos mercados extranjeros, sino también en el mercado nacional.

Desde las décadas de 1970 y 1980, la evolución de los servicios de transporte españoles registró cierta falta de movimiento. Sus cuotas de mercado siguieron una progresiva tendencia descendente y un empeoramiento sostenido de las balanzas. Dentro de este marco crítico, se puede observar cierta sensibilidad de las cuotas de

mercado a la evolución de la competitividad de precios, aunque el coeficiente de correlación de todo el período es negativo (relación de Kaldor). En cualquier caso, es conveniente considerar la naturaleza heterogénea de estos servicios a la hora de analizar su comportamiento. Por ejemplo, las cuotas de mercado del transporte aéreo español no mostraron vínculos claros con las tendencias del TCER, lo cual se explica por el dinamismo del mercado y los procesos de desregularización (el papel de la competencia y las alianzas globales ya ha sido expuesto en un contexto más amplio (Flores, 1998)). Por el contrario, el resto del transporte siguió un camino muy distinto, especialmente si se excluye el transporte marítimo del análisis. En este caso, es necesario distinguir entre dos subperíodos: durante la década de 1980 se puede afirmar la existencia de una relación distinta del tipo planteado por Kaldor, mientras que la evolución es la opuesta (de Kaldor) para la década de 1990. Todo ello conduce a destacar la importancia que tienen los factores institucionales a la hora de explicar la evolución de las cuotas de mercado, particularmente la eliminación de barreras de entrada debidas a los procesos de desregularización y la incorporación de España primero a la UE y más tarde a la UME.

Uno de los resultados más interesantes obtenidos del resto de servicios es el ofrecido por los servicios a empresas, cuyas cuotas de mercado aumentaron de forma continua durante todo el período de referencia, mostrando algunos signos de conexión con la evolución del TCER. Como se puede comprobar en el Gráfico 5, existe un alto nivel de coincidencia en relación con la evolución de las cuotas del mercado manufacturero, hecho éste que subraya el carácter complementario de ambas actividades incluso al analizar las cuotas de exportación. Todo lo anterior lleva a una conclusión muy bien conocida: para que un país pueda contar con una industria competitiva en el ámbito internacional, sus empresas deberían beneficiarse cada vez más de servicios a empresas competitivos y de buena calidad (Rubalcaba, 2007, Rubalcaba y Kox, 2007). El aumento de las cuotas de exportación de los servicios a empresas es, además, paralelo al importante incremento registrado por este tipo de servicios en la economía española, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo. Por último, su crecimiento ha descansado sobre bases sólidas y estructurales, como se puede deducir del escaso valor mostrado por la desviación típica del crecimiento de las exportaciones (y las importaciones). El creciente papel de los factores relacionados con los precios sobre las cuotas de mercado en los años noventa puede ser un indicio de las nuevas condiciones que afectan al *offshoring* de servicios, la mayor parte del cual se centra en los servicios a empresas. Sin embargo, es conveniente recordar que el papel desempeñado por los precios fue mucho más importante en la primera mitad de los noventa que en el período del *offshoring* de servicios (1996-2002).

Los servicios de comunicación también presentan patrones de comportamiento convencionales (distintos del de Kaldor) en casi todos los períodos (excepto el comprendido entre 1980 y 1985), por lo que el empeoramiento (mejoras) en la competitividad de precios ha llevado a descensos (incrementos) paralelos en las cuotas de mercado. Por otra parte, la evolución de su comercio ha sido bastante irregular durante todo el período, tal y como se deduce de los altos niveles registrados por la desviación típica tanto en las exportaciones, como en las importaciones. A pesar de ser un sector caracterizado por fuertes marcos reguladores, el impacto tecnológico ha sido muy importante, al menos hasta comienzos de los noventa, con lo que se ha reducido en gran medida las restricciones de ubicación, un rasgo característico de las actividades de servicios, y se ha beneficiado la competencia de precios.

Finalmente, en cuanto al resto de servicios (actividades inmobiliarias y servicios de no mercado), se pueden observar relaciones bastante dispares entre el tipo de cambio y las cuotas de mercado, aunque no de forma tan obvia como en otros casos. Esto no implica que durante períodos específicos no se pueda distinguir un alto nivel de coincidencia, aunque la cuestión es que dicho comportamiento no permanece durante todo el período considerado.

7. Conclusiones y comentarios finales

El comercio internacional de servicios está creciendo en importancia debido a una variedad de factores como son el crecimiento de la globalización, el auge de las nuevas externalizaciones de servicios a larga distancia, la apertura y liberalización de mercados, el aumento de la inversión directa extranjera, y el mismo cambio estructural de las economías avanzadas hacia economías más de servicios y menos de bienes, en términos relativos.

Este crecimiento del comercio de servicios abre nuevas alternativas para la adquisición de ventajas competitivas, lo que a España le podría suponer el aprovechamiento de partidas compensatorias a su ingente déficit exterior, a través del desarrollo de servicios que vayan más allá del turismo. La irrupción de servicios relacionados con la construcción y de algunos servicios a empresas (ver en Rubalcaba, Gago y Maroto, 2005) puede suponer un revulsivo para la balanza de servicios. Sin embargo, la cuestión central que ha abordado este artículo es si nuestro comercio de servicios depende de sus bajos precios relativos o si, por el contrario, es un comercio que se apoya en aspectos diferenciales de otra índole.

La relación entre las cuotas de mercado (entendidas como indicador de la competitividad) y el precio y los indicadores de costes (que deben influenciar necesariamente la capacidad competitiva) se presenta como un caso particular para España con respecto a la UE-15. El análisis se ha realizado de forma separada para las industrias de servicios y de manufacturas con el fin de examinar el comportamiento diferencial de la competitividad de los servicios. Debido a los mencionados elementos limitativos (poder de mercado, segmentación de mercado, reglamento, internalidades...), es de esperar que los servicios muestren una menor sensibilidad a los factores de precios y de costes que las industrias manufactureras. De acuerdo con los resultados obtenidos para la economía española, las industrias manufactureras parecen haber sido más sensibles a los precios que los servicios en los años noventa. Kaldor puede ser más relevante en el caso de los servicios, pero la situación varía mucho dependiendo del sector de servicios de que se trate. Los servicios de transporte, los servicios financieros y algunos períodos considerables en los servicios a empresas y el turismo confirman la influencia de Kaldor. En cambio, las comunicaciones y ciertos períodos del turismo y los servicios a empresas confirman la influencia de factores de costes y precios relativos. El panorama se presenta bastante mezclado y no hay ninguna hipótesis que pueda ser aplicada para explicar las similitudes o diferencias entre sectores de servicios. Recientemente (desde mediados de los noventa), la influencia de la globalización ha podido reducir el papel de Kaldor, aunque la evidencia disponible no confirma este dato excepto para el caso de los servicios financieros. Las particularidades de los servicios y el papel desempeñado por la coproducción interactiva pueden explicar, asimismo, la influencia de los movimientos de Kaldor, aunque los servicios a empresas y otros servicios a favor de la personalización también presentan resultados mixtos. Por último, las desregulaciones en los servicios de redes (transporte, comunicaciones) pudieron contribuir a reforzar la función de los precios en el comercio durante la década de los años noventa, aunque sólo en el caso de las comunicaciones.

Es conveniente realizar una observación técnica teniendo en cuenta las limitaciones de las cuotas de mercado y el TCER como indicadores *proxy* de la competitividad y las posiciones competitivas. Su estimación depende muy intensamente de las alteraciones institucionales que afectan a los niveles de conexión del país, o los competidores, con los mercados internacionales. Serán necesarios nuevos estudios en los que se utilicen otros indicadores y que cubran información más detallada en el ámbito sectorial. Algunas categorías como el transporte y los servicios a empresas son demasiado agregadas y merecen un análisis más profundo (siempre que la disponibilidad estadística lo permita).

En resumen, los resultados demuestran que los factores de precios y costes constituyen una dimensión muy evidente que explica la competitividad de los servicios, tal y como indican los servicios españoles. Sin embargo, la «paradoja de Kaldor» todavía tiene una enorme impor-

tancia en el comercio internacional, lejos de ser anecdótica o excepcional. No todos los sectores de servicios presentan la misma sensibilidad a los precios/costes: los mercados de servicios, la estandarización de servicios y los reglamentos pueden desempeñar su función. Algunas tendencias recientes también muestran resultados desiguales dependiendo del sector de servicios, por lo que no existe evidencia suficiente que confirme la influencia de la globalización sobre el aumento de la relevancia de los precios en el comercio internacional. Para entender la competitividad de los servicios es necesario un enfoque multidimensional. Estudios futuros deberían incluir comparaciones internacionales y análisis más detallados de ciertos factores explicativos.

Lo que en todo caso queda claro es que las ventajas vía precios y costes no pueden mantenerse indefinidamente y que las ventajas competitivas deben consolidarse a través de servicios de calidad y diferenciados. Esto afecta tanto al turismo, tradicional baluarte de nuestra balanza de pagos, como a otros servicios cuya capacidad exportadora está creciendo pero que se enfrentan a una competencia creciente. España difícilmente competirá con los países que ofrecen externalización de servicios a bajo coste —al revés, España sufre ya una cierta deslocalización al menos potencial de algunos de estos servicios— pero sí puede competir en algunos segmentos de servicios donde una buena relación calidad/precio se imponga. Las Administraciones públicas deben estar atentas a favorecer las condiciones para que las ventajas en servicios puedan crecer como forma de garantizar para España un lugar en aquél comercio que marcará cada vez más el futuro competitivo de los países avanzados, el comercio de servicios.

Referencias bibliográficas

[1] AHARONI, Y. (1999): «The Role of Reputation in Global Professional Business Services», en AHARONI y NACHUM (eds.), *Globalization of Services: Some Implications for Theory and Practice,* Londres y Nueva York, Routledge.

[2] COMISIÓN EUROPEA (1997): *The Competitiveness of European Industry,* European Commission, Bruselas.

[3] DANIELS, P. W. (1993): *Service Industries in the World Economy,* Oxford, Blackwell.

[4] DÍAZ DE LA GUARDIA, C. y MOLERO, J. (2003): «Compared Analysis of the International Competitiveness of the Services Sector in Some OECD's Countries», SETI project, diciembre 2003.

[5] ESPASA, A.; GÓMEZ-CHURRUCA, R. y MORALES, A. (1993): «Un análisis econométrico del turismo en España: implicaciones para el estudio sectorial de las exportaciones y algunas consideraciones de políticas económicas», en A. ESPASA y Y. CANCELO (eds.), *Métodos cuantitativos para el análisis de la coyuntura económica,* Ed. Alianza, Madrid.

[6] ESTEBAN, A. (1996): «Previsiones de la demanda turística», *Información Comercial Española. Revista de Economía,* número 749, 89-98.

[7] FAGERBERG, J.; KNELL, M. y SRHOLEC, M. (2004): «The Competitiveness of Nations», The Second Globelics Conference, Beijing, China, octubre, 18-20.

[8] FAGERBERG, J.; SRHOLEC, M. y KNELL, M. (2005): «The Competitiveness of Nations», 10th Anniversary DRID Summer Conference, June.

[9] FARRELL, D. (2005): «Offshoring: Value Creation Through Economic Change», *Journal of Management Studies,* 42 (3), 675-83.

[10] FELIPE, J. (2005): «A Note on Competitiveness, Unit Labour Costs and Growth: Is Kaldor's Paradox a "Figment" of Interpretation?» Centre for Applied Macroeconomic Analysis *Working Paper* Series, mayo.

[11] FLORES, R. (1998): «Competition and Trade in Services. The Airlines' Global Alliances», *The World Economy,* 21(8), 1095-1108.

[12] HARDWICK, P. y DOU, W. (1998): «The Competitiveness of EU Insurance Industries», *The Services Industries Journal,* 18, 39-53.

[13] IOANNIDIS, E. y SCHREYER, P. (1997): «Technology and Non-technology Determinants of Exports Share Growth», *OECD Economic Studies,* 28, OECD, París.

[14] KALDOR, N. (1978): «The Effect of Devaluations on Trade», en *Further essays on applied economics,* Duckworth, Londres.

[15] MILBERG, W. y HOUSTON, E. (2005): «The High Road and the Low Road to International Competitiveness: Extending the Neo-Schumpeterian Trade Model beyond Technology», *International review of Applied Economics,* 19(2), 139-164.

[16] MOLERO, J. y BOUERI, M. (2003): «Specialisation in Services of EU Countries: A Proposal of Taxonomy», SETI Project, noviembre.

[17] OCDE (2004): «Globalisation of the ICT Sector» Draft Chapter 2 in Information Technology Outlook 2004. Presented for the Eurostat-OECD Expert Meeting on Trade-in-Services Statistics.

[18] PAIN, N. y VAN WELSUM, D. (2004): «International Production Relocation and Exports of Services», *OECD Economic Studies,* 1, 38, París, OECD.

[19] PETIT, P. (1986): *Slow Growth and the Service Economy,* Londres, Francis Printer.

[20] RIDDLE, D. I. (1986): *Service-led Growth, the Role of the Service Sector in World Development,* Nueva York, Praeger.

[21] ROBERTS, J. (1999): *Multinational Business Service Firms,* Aldershot, Ashgate.

[22] RUBALCABA, L. (1999): *Business Services in European Industry: Growth, Employment and Competitiveness,* Bruselas/Luxemburgo: European Commission DGIII-Industry.

[23] RUBALCABA, L. (2007): *Services in European Economy: Challenges and Policy Implications,* Edward Elgar (forthcoming).

[24] RUBALCABA, L. y GAGO, D. (2001): «Relationships Between Services and Competitiveness: The Case of Spanish Trade», *The Service Industries Journal,* 21(1), 35-62.

[25] RUBALCABA, L. y CUADRADO, J. C. (2002): «Services in the Age of Globalisation: Explanatory Interrelations and Dimensions» en CUADRADO-ROURA; RUBALCABA BERMEJO y BRYSON (eds.), *Trading Services in the Global Economy,* Edward Elgar.

[26] RUBALCABA, L.; GAGO, D. y MAROTO, A. (2005): «Relaciones entre globalización y servicios: ventajas competitividad de los servicios españoles y europeos en el comercio internacional», *Información Comercial Española. Revista de Economía,* julio-agosto 2005, número 824, 93-116.

[27] RUBALCABA, L. y KOX, H. (2007): *Business Services in European Economic Growth,* Palgrave-MacMillan (forthcoming).

[28] RUBALCABA, L. y VAN WELSUM (2007): *Business Services and Globalisation in Europe,* en RUBALCABA y KOX, *Business Services in European Economic Growth,* Palgrave-MacMillan (forthcoming).

[29] SAPIR, A. (1993): «The Structure of Services in Europe: A Conceptual Framework», *European Economy,* 3, 83-98.

[30] VAN WELSUM, D. (2003): «Foreign Direct Investment and Exports of Services», Birkbeck *Working Papers* in Economics and Finance, 03/03, Londres, Birkbeck College.

[31] VAN WELSUM, D. (2004): «In Search of "Offshoring": Evidence from US Imports of Services», Birkbeck Economics *Working Paper 2004* No. 2, Birkbeck College, Londres.

[32] VAN WELSUM, D. y VICKERY, G. (2005): «Potential Offshoring of ICT-intensive Using Occupations», DSTI Information Economy *Working Paper,* DSTI/ICCP/IE(2004)19/FINAL, París, OECD.

[33] WOOD, P. A. (2001): *Consultancy and Innovation: The Business Service Revolution in Europe,* Londres y Nueva York, Routledge.

BASE DE DATOS ICE

INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA ofrece un servicio de búsquedas bibliográficas sobre la información aparecida en sus publicaciones periódicas.

PRODUCTOR: Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación

TIPO: Referencial (Bibliográfica).

TEMATICA: Economía general, economía española, economía internacional, teoría económica.

FUENTES: Información Comercial Española. Revista de Economía.
Boletín Económico de ICE.
Países de ICE.
Cuadernos Económicos de ICE.

COBERTURA TEMPORAL: Desde 1960 para *Información Comercial Española. Revista de Economía.*
Desde 1978 para las otras publicaciones.

ACTUALIZACION: Semanal.

VOLUMEN: 16.500 referencias.

MODELO DE REGISTRO

AUTOR: DE GRAUWE, PAUL.

TITULO: PERSPECTIVAS DE UNA UNION MONETARIA REDUCIDA EN 1999 (THE PROSPECTS OF A MINI CURRENCY UNION IN 1999).

REVISTA: INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA. REVISTA DE ECONOMIA.

NUMERO (MES)/PAGINAS: 756 (AGOSTO-SEPTIEMBRE)/9-24, 30 ref.

DESCRIPTORES: INTEGRACION EUROPEA / INTEGRACION MONETARIA / UNION MONETARIA / CONVERGENCIA ECONOMICA.

IDENTIFICADORES: UEM / TRATADO DE LA UNION EUROPEA.

RESUMEN: En 1998 habrá que decidir qué países entrarán a formar parte de la Unión Monetaria y una de las hipótesis que se contempla es la de la creación de una Unión Monetaria reducida. En el presente artículo se analizan las ventajas o inconvenientes de una Unión de estas características partiendo de la teoría de las áreas monetarias óptimas. Seguidamente, se estudian diversas cuestiones de economía política del Tratado de Maastricht, finalizándose con el análisis de varios escenarios alternativos del tamaño de la futura Unión Monetaria.

AÑO DE PUBLICACION: 1996.

— Para solicitar información, diríjase a Base de Datos ICE. Biblioteca. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio P.° de la Castellana, 162, planta 1. 28071 Madrid. Teléfonos: (91) 349 35 14. Fax: (91) 349 60 75, o entre en *www.revistasICE.com*

— Las publicaciones relativas a los documentos referenciados podrán adquirirse en el Punto de Venta de Publicaciones: P.° de la Castellana, 162, planta 0. 28071 Madrid. Teléf. (91) 349 36 47, o bien consultarse en Biblioteca, P.° de la Castellana, 162, 1.ª planta. Teléfono (91) 349 35 93.