

# EL COMERCIO DE SERVICIOS EN ESPAÑA: VISION AMPLIADA Y FACTORES DE DESARROLLO

*Francisco González Gómez\**  
*María Teresa Fernández Fernández\*\**

El comercio de servicios ostentará en los próximos años una posición más relevante en la investigación económica. Su importancia puede valorarse, entre otras, desde las siguientes perspectivas: al responder a una demanda externa, promueve el crecimiento económico y la creación de empleo; es un factor clave para el equilibrio del sector exterior en ciertos países de la OCDE, entre ellos España; y favorece el acceso a servicios de mayor calidad a un menor precio, aspecto que redundará en beneficio de la competitividad de las economías nacionales al ser empleado como input intermedio de las actividades locales. A partir del caso español, en el artículo se estudia la importancia del comercio de servicios, destacando que se subestiman los niveles de comercio de servicios y su importancia para las economías; que cabe esperar una mayor internacionalización de las actividades de servicios; que se está produciendo un cambio en la estructura del comercio de servicios; y, sobre todo, que la competitividad de las naciones va a estar cada vez más vinculada a ciertos servicios clave que se están mostrando más dinámicos en los últimos años.

**Palabras clave:** *sector servicios, comercio internacional, comercio exterior, España.*

**Clasificación JEL:** *F14, L80.*

## 1. Introducción

Los servicios representan una importante fracción de las relaciones comerciales internacionales: en 1999, según datos de la OMC (Organización Mundial del Comercio), un 20 por 100 del comercio mundial. Sin embargo, pese a su importancia cuantitativa y estratégica<sup>1</sup>, son escasos los estudios referidos al tema

en comparación con los que tienen por objeto el comercio de bienes. Esto puede deberse tanto al menor desarrollo que han alcanzado en el tiempo las estadísticas que reflejan los intercambios de invisibles, como a que los servicios han estado fuertemente protegidos de la competencia exterior por los respectivos gobiernos nacionales, de modo que no han formado parte, hasta recientemente, de un debate amplio, expresado en número de temas y países, en los foros internacionales donde se negocia la liberalización de los mercados.

Superada la visión tradicional que tenía a los servicios como actividades no comercializables, lo cierto es que todo apunta a que este tema va a ser objeto de una mayor atención en los pró-

\* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Granada.

\*\* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Alcalá.

<sup>1</sup> Sobre este asunto puede consultarse, entre otros, a BHAGWATI (1987) y GIBBS y HAYASHI (1991).

ximos años. De un lado, ha de tenerse en cuenta que las estadísticas actuales tienden a subestimar en buena medida los intercambios de servicios entre las naciones, de lo que se deduce que se tiende igualmente a subestimar la repercusión que sobre la producción y el empleo tiene el comercio exterior de intangibles. En este sentido, cabe esperar, en respuesta a las demandas efectuadas<sup>2</sup>, que se produzca una mejora en las estadísticas sobre comercio de servicios, lo que permitirá facilitar su estudio en el futuro, y valorar con una mayor precisión su importancia para las respectivas economías nacionales. En segundo lugar, habría que decir que los países desarrollados, conscientes de la pérdida de ventajas comparativas que experimentan en actividades industriales no intensivas en tecnología, muestran un mayor interés por impulsar la liberalización de los mercados de servicios a escala mundial, de igual modo a como se ha venido produciendo para los bienes en el seno del GATT a lo largo de toda la segunda mitad del siglo XX. De manera que no parece aventurado decir, y salvo que se invierta la tendencia liberalizadora del momento, que se está en puertas de un fenómeno sin precedentes para los servicios, que, si bien tardará años en gestarse, cambiará los patrones actuales de amenazas y oportunidades de mercado, y en el que, es evidente, interesa estar bien situado desde un principio. En definitiva, la competitividad de las naciones va a estar cada vez más vinculada a las actividades del terciario.

Con objeto de desvelar la relevancia del tema en el presente y en el futuro, y tomando como referencia el caso español, se propone la siguiente estructura. En el segundo apartado se hace una breve referencia a qué se entiende por comercio de servicios, expresando las dificultades de tipo estadístico que se presentan para afrontar su estudio. En un tercer apartado se muestra una visión más amplia de la que suele ser tradicional cuando se analiza el comercio de servicios, evaluando los flujos de comercio en España según las cuatro modalidades concebidas

tras la Ronda Uruguay para las operaciones transnacionales de servicios —suministro transfronterizo, consumo en el extranjero, presencia comercial y presencia de personas físicas—. Seguidamente, en el cuarto apartado se exponen algunos factores que permiten prever un impulso en el comercio de servicios y, por tanto, en la demanda exterior y la actividad terciaria. Por último, se introduce un apartado de reflexión final.

## 2. Caracterización del comercio internacional de servicios

Es generalmente reconocido que existe comercio internacional de servicios cuando factores domésticos reciben ingresos de no residentes a cambio de sus servicios, con independencia del lugar donde se produzca el suministro. De ello se deduce que, al contrario que cuando se estudia el comercio de bienes<sup>3</sup>, se obvia el criterio geográfico, ya que de otra manera quedarían excluidas numerosas actividades que tradicionalmente se han considerado como comercio de servicios (G. P. Sampson y R. H. Snape, 1985). A partir de esta definición, generalmente aceptada, cabe contemplar la tipología mostrada en el Cuadro 1 respecto del modo en que puede manifestarse el comercio de servicios, atendiendo a la necesidad, la posibilidad y la temporalidad en el desplazamiento del proveedor y/o del consumidor para que se lleve a cabo la transacción<sup>4</sup>.

Una vez delimitado qué se entiende por comercio de servicios, puede decirse que queda definido el objeto de estudio, de modo que bastaría con analizar las operaciones supranacionales de servicios para cada uno de los modos previamente expuestos. El problema reside en las carencias que muestran las estadísticas que reflejan las transacciones de intangibles. Precisamente, ésta es una de las causas que está entorpeciendo el

<sup>2</sup> Principalmente, desde la OMC, con el objeto de tener un conocimiento más profundo del tema y poder avanzar con más decisión en el proceso de apertura al exterior de los mercados de servicios.

<sup>3</sup> Un enfoque restrictivo para definir el comercio internacional de servicios excluiría aquellas transacciones ocurridas en el interior de las fronteras (FEKETEKUTY, 1988).

<sup>4</sup> Esta clasificación quedó respaldada en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios incluido en el Acta Final del GATT firmado en Marraquech en abril de 1994. Véase SECRETARIA DEL GATT (1994).

CUADRO 1

**TIPOLOGIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS**

Modo	Agente que se desplaza	Consideración de la estancia	Ejemplo
1	Ninguno	Ninguna	Transmisión de información electrónica mediante redes
2	Consumidor	Temporal	Actividad turística
3	Proveedor (Presencia comercial)	Permanente	Instalación de una filial de una empresa de auditoría en el extranjero
4	Proveedor (Presencia de personas físicas)	Temporal	Un contable se desplaza al extranjero para prestar sus servicios

FUENTE: Elaboración propia.

proceso de liberalización de los mercados en el contexto internacional. Al no existir estadísticas fiables y homogéneas resulta difícil establecer un marco adecuado de negociaciones a partir del cual hacer peticiones y concesiones<sup>5</sup>. De entre todas las que pueden citarse, las de mayor repercusión son las siguientes carencias:

- La recopilación de estadísticas que reflejen el comercio que tiene lugar mediante presencia comercial en el extranjero es muy escasa por parte de las instituciones y se remonta a fechas muy recientes, por lo que puede decirse que están casi en fase experimental.
- Muchos servicios que atraviesan las fronteras no son recogidos por las estadísticas, ya que su intangibilidad, a la vez que la propia práctica contable de las empresas, dificulta que puedan ser registrados en aduana. En este sentido, cabe destacar que la gran mayoría de los bienes que son objeto de comercio exterior llevan incorporados un elevado valor añadido de servicios que no es reconocido estadísticamente como transacción de servicios.

El hecho de destacar estas dos deficiencias estadísticas obedece al deseo de introducir las siguientes consideraciones a

tener en cuenta: en primer lugar, que existe una evidente dificultad para afrontar cualquier investigación sobre intercambio de invisibles; en segundo lugar, que debe presidir la cautela cuando se trate de interpretar y hacer uso de resultados que dimanan de estudios referidos al comercio de servicios; y, en tercer lugar, que existe una tendencia a subestimar sobremanera y de modo sistemático el intercambio de servicios entre países y, por tanto, la importancia de sus efectos sobre las economías nacionales.

### 3. El comercio de servicios en España: una visión ampliada

El escaso desarrollo de las estadísticas impone un estudio restringido del intercambio de intangibles entre las naciones, ya que de modo manifiesto, y obviando los primeros esfuerzos, excluyen los flujos debidos a la presencia comercial en el extranjero, y de modo implícito excluyen muchos servicios que, incorporados a bienes, son objeto de comercio internacional.

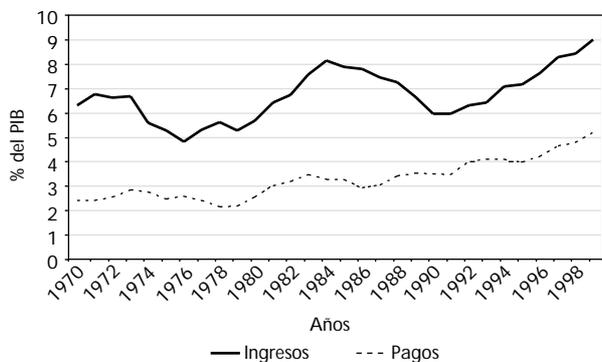
En este trabajo, para el estudio de las modalidades de comercio transfronterizo —con la limitación ya expuesta—, consumo en el extranjero y presencia de personas físicas, se toma como principal referencia la balanza de pagos de España, aunque también se consultaron las bases de datos de la OMC, la OCDE y Eurostat.

Además, se ofrece una visión más amplia de la que permite la balanza de pagos, de modo que se añade también un análisis acerca de la presencia comercial en el exterior en ciertas actividades de servicios, así como los flujos comerciales que se derivan de ella. Para su estudio se han tomado, como fuente estadística, los resultados del primer estudio piloto llevado a cabo por Eurostat (1998) sobre la actividad comercial en el extranjero de las empresas de servicios. Es evidente que la heterogeneidad de las fuentes obliga a un análisis segmentado, de modo que un subapartado se destinará al estudio de la presencia comercial y el otro al resto de las modalidades.

<sup>5</sup> Sobre este tema existe abundante literatura, entre otros los trabajos de GONZALEZ (1985), HOEKMAN y STERN (1987; 1992), GATT (1993), CE (1995; 1997, a), MORALES, (1996) y CHANG *et al.* (1999).

GRAFICO 1

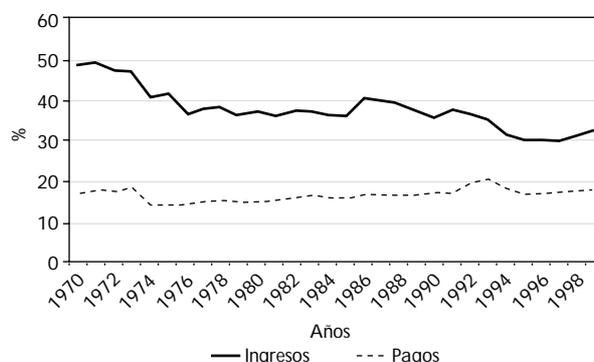
**EVOLUCION DE INGRESOS Y PAGOS POR COMERCIO DE SERVICIOS. ESPAÑA, 1970-1999**



FUENTE: Secretaría de Estado de Comercio y Banco de España. Elaboración propia.

GRAFICO 2

**PARTICIPACION DE LOS SERVICIOS EN EL TOTAL COMERCIAL. ESPAÑA, 1970-1999**



FUENTE: Secretaría de Estado de Comercio y Banco de España. Elaboración propia.

**Suministro transfronterizo, consumo en el extranjero y presencia de personas físicas**

En términos de PIB, y al margen de las oscilaciones de carácter cíclico, el comercio de servicios en España ha mantenido una tendencia ascendente a lo largo de las tres últimas décadas, tanto en la vertiente de ingresos como en la vertiente de pagos (Gráfico 1). Esta tendencia a la mayor comercialización de los servicios en España tuvo su máxima expresión en 1999, cuando los ingresos y pagos por intercambio de invisibles representaron en términos del PIB, respectivamente, el 9,01 por 100 y el 5,21 por 100.

Si bien se puede comprobar la mayor orientación al exterior que presentan las actividades de servicios, lo cierto es que la información aportada por la balanza de pagos de España también revela cómo con el paso del tiempo existe un menor peso de los servicios en el conjunto de las relaciones comerciales con el exterior (Gráfico 2). Este hecho se debe a la mayor progresión experimentada por los ingresos obtenidos por el tráfico de mercancías respecto de los procedentes de la venta de servicios. Mientras que en 1970 los servicios representaban casi un 50 por 100 de los ingresos por las exportaciones totales de bie-

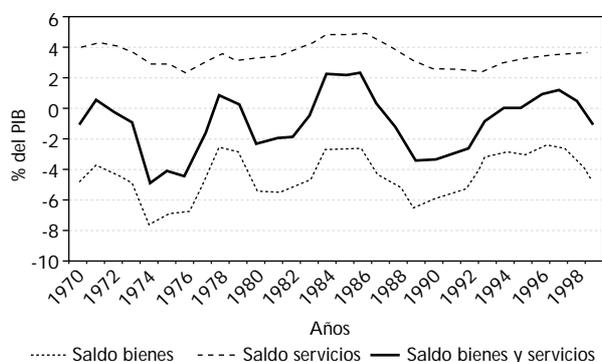
nes y servicios, en 1999 dicha proporción descendía al 32,60 por 100. Por su parte, la relación entre pagos debidos al intercambio de servicios respecto del total comercial se ha mantenido más estable a lo largo de las tres últimas décadas, en valores comprendidos entre el 15 y el 20 por 100, situándose en 1999 en el 18,13 por 100. En general, las razones de la menor comercialización de los servicios se encuentran en su propia naturaleza, la excesiva protección de las distintas actividades que componen el sector —que contrasta con la progresiva apertura de los mercados de bienes— y a una evidente «ilusión estadística»<sup>6</sup> que se acrecienta en el tiempo, en la medida en que los procesos industriales son cada vez más demandantes de servicios como input intermedios (F. González Gómez, 1999a).

A pesar de la menor orientación al exterior del terciario, cabe advertir que el comercio de servicios presenta una importante función compensadora a lo largo de todo el período 1970-99, aspecto de notable relevancia si tenemos en cuenta el persistente comportamiento deficitario de la balanza comercial, y aún más si se asume que, tal y como evidencian numerosos estu-

<sup>6</sup> En este caso puede que fuera más apropiado emplear el término «desilusión estadística».

GRAFICO 3

**SALDO DEL COMERCIO DE MERCANCIAS Y SERVICIOS. ESPAÑA, 1970-1999**



FUENTE: Secretaría de Estado de Comercio y Banco de España. Elaboración propia.

dios, el sector exterior se ha constituido en un factor limitativo del crecimiento económico en España.

En el Gráfico 3 se muestra la distinta evolución de los saldos de la balanza de mercancías y de servicios, así como el resultado conjunto de considerar ambos tipos de comercio. Como puede verse, existe una cierta correlación positiva entre la evolución del saldo de la balanza comercial y el saldo de la balanza de servicios, lo que puede ser una señal de que, en términos macroeconómicos, las variables que explican la senda de ambos tipos de comercio son similares: con carácter general, en los estudios de series temporales se tiene en cuenta una variable que muestra la capacidad de gasto —suele ser la renta nacional— y otra que expresa la evolución de la competitividad —el diferencial en la evolución de precios con los distintos países con los que se comercia, teniendo en cuenta el tipo de cambio—<sup>7</sup>.

Es de sobra conocido que detrás de los buenos resultados de la balanza de servicios española está la actividad turística. De

<sup>7</sup> Son muy numerosos los trabajos centrados en obtener modelos explicativos y predictivos del comercio de bienes en España, sin embargo, debido seguramente a los problemas estadísticos ya aludidos, los servicios han recibido un menor tratamiento (GONZALEZ MORENO y GONZALEZ GOMEZ, 1997; GONZALEZ GOMEZ, 1999, b).

CUADRO 2

**ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DEL COMERCIO DE SERVICIOS POR CATEGORÍA**

	1990	1998	Variación anual (%)
Transportes .....	28,4	23,3	4
Viajes .....	33,7	32,5	6
Otros servicios comerciales	38,0	44,2	9
<b>Total.....</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>7</b>

FUENTE: WTO (1999).

hecho, en 1999, los ingresos por turismo llegaron a representar cerca de un 5,5 por 100 del PIB, lo que supuso algo más del 60 por 100 de todos los ingresos registrados por operaciones de servicios. A partir de la información mostrada por la OCDE<sup>8</sup> se comprueba que España, al considerar el conjunto de naciones que componen este organismo internacional, está altamente especializada en la actividad turística<sup>9</sup>. Sin lugar a dudas, éste es el principal rasgo del comercio exterior de servicios en España. Ahora bien, otro aspecto igualmente destacable, y más todavía teniendo en cuenta los hechos ocurridos en los últimos años, es que se aprecia un progresivo cambio en la estructura del comercio de servicios, de modo que la actividad turística pierde importancia relativa en favor de las actividades que tradicionalmente se han incluido en la cuenta «otros servicios». Así, mientras que en 1970 algo más del 63 por 100 de los intercambios de servicios eran registrados por la cuenta «turismo y viajes», en 1999 esta rúbrica explicaba el 45 por 100 de las operaciones con el exterior en servicios.

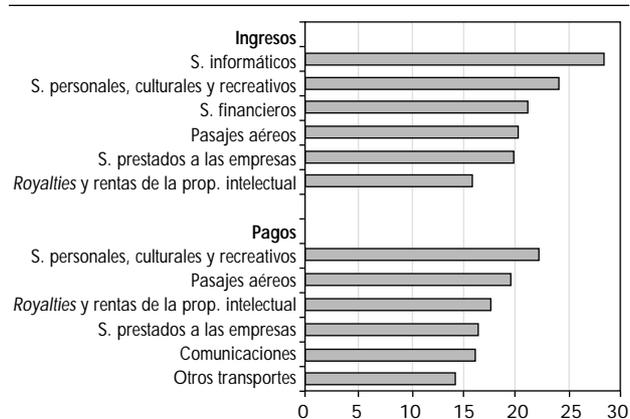
El cambio en la estructura del comercio de servicios no es más que el reflejo del mayor dinamismo que experimentan las actividades que conforman el agregado «otros servicios». Este fenómeno es común a todos los países (Cuadro 2) y de hecho

<sup>8</sup> En la última edición de la publicación *Services Statistics on International Transactions* aparecen datos referidos al periodo 1987-1996.

<sup>9</sup> A esa conclusión se llega en GONZALEZ GOMEZ (1999a) empleando técnicas de análisis multivariante.

GRAFICO 4

**PARTIDAS MAS DINAMICAS EN LA BALANZA DE SERVICIOS ESPAÑOLA, 1993-1998**  
(Tasa anual media de crecimiento, en %)



FUENTE: Banco de España. Elaboración propia.

las correcciones introducidas por el FMI en la elaboración de la balanza de pagos están orientadas a intentar que exista una mayor información sobre los intercambios comerciales de ciertas actividades que están pasando a tener una mayor relevancia en el contexto internacional: las telecomunicaciones, los servicios financieros y los servicios a empresas.

Para ser más precisos, en el Gráfico 4 se presentan aquellas partidas que en España se han mostrado más dinámicas a lo largo del período 1993-98<sup>10</sup>. Tanto en la vertiente de ingresos como en la de pagos puede verse la relación de actividades que han experimentado un mayor crecimiento medio anual, teniendo que advertir que los ingresos y pagos vinculados a la cuenta «turismo y viajes» crecieron durante estos años a ritmos menos intensos que la media experimentada por el conjunto de partidas que componen la balanza de servicios.

Respecto de la situación que presenta España en el contexto internacional, puede decirse que mantiene una posición destacada, y mejor en términos relativos que en materia de bienes.

<sup>10</sup> Se toma este período de referencia por ser en 1993 cuando se introdujeron las reformas en el 5.º Manual del FMI.

En 1999, considerando el total mundial, España ocupaba el séptimo lugar en el ranking de países exportadores de servicios comerciales, con una cuota de ingresos del 4,0 por 100, posición mucho más favorable que la mantenida en el comercio de bienes donde el lugar ocupado en el ranking era el decimosexto, con una cuota de participación en ingresos del 2,0 por 100. La actividad turística viene sustentando esta situación desde hace tiempo, pero, en el futuro, es posible que su aportación no sea suficiente. Si bien existe una alta especialización relativa en la actividad turística, no puede decirse lo mismo, de un modo general, para el resto de actividades que conforman la balanza de servicios, donde la casuística es excesivamente variada para ser tratada en unas pocas líneas. En todo caso, esta apreciación es suficiente para poder advertir que la cuestión que habría que plantearse es si la continuidad en el cambio que se viene produciendo en la estructura del comercio de servicios —en el cuarto apartado se expone una relación de factores que permiten prever una continuidad en el cambio— puede repercutir negativamente en el sector exterior en España. Parece razonable concluir que en un escenario de moneda única y con una balanza comercial persistentemente deficitaria, sería deseable que la balanza de servicios siguiera desempeñando con igual intensidad su tradicional función compensadora, y que para ello sería conveniente ser más competitivos en aquellas actividades que se muestran más dinámicas.

### Presencia comercial en el exterior

La fórmula de presencia comercial, esto es, la actividad desempeñada a través de filiales o establecimientos constituidos en países extranjeros, es uno de los fenómenos más injustamente olvidados por las estadísticas de organismos internacionales, y decimos injustamente por dos razones.

En primer lugar, bajo un punto de vista cuantitativo, porque las inversiones exteriores y sus actividades conexas, como signo y elemento de la globalización, han conocido en los últimos años un intenso crecimiento. Según Naciones Unidas (1999), su rápido desarrollo ha superado al crecimiento de otras

CUADRO 3

**PARTICIPACION POR ACTIVIDADES DE SERVICIOS EN LOS FLUJOS DE INVERSION EXTRANJERA RECIBIDOS (1993-1998) Y VALOR DE LA IDE EN 1998**

Actividad	Participación relativa media por actividad de la IDE recibida (1993-1998)	Tasa de crecimiento acumulativa de la participación relativa media (1993-1998)	Valor en 1998 (millones de ecus)
Comercio y reparaciones ...	23,1	4,3	1.548
Hostelería y restauración ....	4,1	-23,5	97
Transportes y comunicaciones	2,6	9,7	144
Intermediación financiera ...	24,0	-16,8	801
Actividades inmobiliarias ...	13,3	-14,3	577
Servicios a empresas.....	28,1	23,1	2.523
Otros .....	4,8	17,5	270

FUENTE: EUROSTAT (1999). Elaboración propia.

formas más tradicionales de intercambio comercial, situando a la inversión directa extranjera (IDE) como el principal mecanismo de internacionalización de las economías nacionales.

En segundo lugar, desde un punto de vista cualitativo, porque la presencia comercial promueve la interacción entre las empresas extranjeras y las nacionales, de lo que cabe esperar: efectos sobre la producción, mediante la generación de nuevas actividades que surgen a través de la subcontratación; efectos sobre la balanza de pagos, puesto que tiende a estimular las actividades de importación y exportación; y, efectos de transmisión de conocimientos y capacidades para el desempeño de las tareas.

Por su parte, el sector servicios no es ajeno al proceso de crecimiento de la IDE, e incluso su importancia es mayor en términos cuantitativos que la registrada en la industria en la mayoría de los países europeos (Eurostat, 1999). Asimismo, habría que decir que las diversas actividades de servicios presentan una distinta propensión hacia este modo de internacionalización. El cuadro 3, en el que se muestra la evolución y participación por actividades de los flujos de IDE recibidos en España desde el

resto del mundo, entre 1993 y 1998, permite corroborar el anterior comentario.

En este cuadro se observa que hay ciertas actividades, especialmente los servicios a empresas<sup>11</sup>, los servicios financieros y la distribución (comercio y reparaciones), donde la recepción de flujos IDE está siendo más intensa en los últimos años. Más concretamente, de todas las actividades, los servicios a empresas son, tanto por su participación, como por su evolución, los más destacados como perceptores de la IDE.

La literatura económica explica el mayor dinamismo de la IDE en estas actividades manteniendo que determinados servicios son más proclives a ser prestados a través de la presencia comercial. En este sentido, Vandermewere y Chadwick (1989) y Sapir (1993) consideran que existen ciertos servicios, entre los que destacan precisamente los servicios a empresas y la distribución, en los que o bien su carácter más intangible, o bien la mayor necesidad de interacción entre el productor y el consumidor, dificultan su provisión a escala internacional mediante las modalidades de comercio estudiadas en el apartado anterior.

Lógicamente, si los flujos de inversión son más intensos en unas actividades de servicios que en otras, esto tendría que manifestarse también en una mayor presencia comercial en unas actividades que en otras. El Cuadro 4 muestra la medición de la presencia comercial a través de la proporción de las ventas correspondientes a las empresas filiales con respecto a las ventas de las empresas nacionales para varias actividades de servicios. Los datos, que son los primeros existentes sobre esta modalidad de prestación internacional de servicio, proceden de un estudio piloto realizado por Eurostat a través de la información requerida a cada uno de los institutos nacionales de estadística de los países que tomaron parte en dicho estudio<sup>12</sup>. Los resultados parecen confirmar lo ya observado en el Cuadro 3,

<sup>11</sup> Dentro de los servicios a empresas también se encuentra contabilizada la participación de los servicios informáticos según la clasificación de Eurostat (1995).

<sup>12</sup> Las actividades analizadas por este estudio en el caso de España recogen únicamente los servicios a empresas, distribución y hostelería y restauración.

CUADRO 4

**PROPORCION DE LA ACTIVIDAD  
GENERADA EN ESPAÑA POR LAS  
EMPRESAS FILIALES EXTRANJERAS\***  
(En %)

Grupo de actividad y año	Descripción de las actividades	Ventas de las filiales sobre el total
Comercio y reparaciones	Venta y reparación de vehículos .....	10,1
	Venta al por mayor .....	8,2
	Venta al por menor y reparación de enseres....	6,3
Hoteles y restaurantes	Hostelería .....	3,0
	Restauración.....	1,1
Servicios a empresas e informáticos	Alquiler de vehículos .....	17,7
	Alquiler de otros medios de transporte.....	33,3
	Alquiler de maquinaria .....	14,5
	Servicios informáticos.....	14,5
	Contabilidad, auditoría y asesoría fiscal.....	0,8
	Estudios de mercado y elaboración de encuestas	21,1
	Consultoría.....	18,6
	Servicios de arquitectura e ingeniería .....	5,0
	Ensayos y análisis técnicos.....	17,1
	Publicidad .....	20,1
Selección de personal.....	6,2	
Limpieza industrial .....	2,1	

\* Puesto que en España no existe una encuesta integrada sobre la estructura de las empresas de servicios, los años de referencia utilizados para la elaboración de los datos españoles son variados (Ver EUROSTAT 1998).

FUENTE: EUROSTAT (1998). Elaboración propia.

donde quedaban reflejados los datos sobre flujos de inversión recibida, esto es, que son los servicios a empresas aquéllos en los que las empresas filiales representan un porcentaje relativamente más alto del total de la actividad económica generada en España para cada uno de esos subsectores de servicios. En contraste, se aprecia, en términos relativos, una baja presencia comercial de las actividades de hostelería y restauración, mientras que las actividades de distribución (comercio y reparación) se situarían en una banda intermedia.

La competencia en los servicios a empresas, exceptuando alguna actividad como pueda ser la de limpieza industrial, se establece principalmente a través de la posesión de activos intangibles, es decir, a través de la diferenciación del servicio, la reputación

de la empresa, la atención personalizada a cada cliente, etcétera. Estos activos intangibles suponen elevadas barreras a posibles empresas competidoras, no por su mera existencia sino por la permanencia de estos activos en el seno de la empresa, de tal manera que los clientes actuales y potenciales tiendan a identificar cualquier empresa con una cualidad positiva. Por tanto, determinados servicios a empresas se internacionalizan principalmente a través de la instalación de filiales en el exterior, ya que de esta forma se logra tanto la preservación de su ventaja competitiva en el seno de la unidad económica, como un adecuado desenvolvimiento de su actividad, cuando los clientes reclaman cercanía y confidencialidad por razones estratégicas. En general, puede decirse que la cualidad del cliente tiene en estos servicios un mayor peso que en el resto de los servicios que pueden ir destinados no sólo a empresas, sino también a particulares.

Por lo visto en este apartado, y no pudiendo ser más precisos a falta de información estadística —es un avance muy positivo el inicio en la confección y recopilación de estas estadísticas—, sí puede concluirse, en primer lugar, que la presencia comercial constituye una importante modalidad para la internacionalización de los servicios, y, en segundo lugar, que las actividades de servicios a empresas son las que, de un modo general, están expandiéndose de un modo más rápido en los últimos años bajo este tipo de comercio.

#### 4. Factores impulsores del comercio de servicios y de la actividad terciaria

En este apartado se hace una revisión de ciertos factores que permiten prever una serie de cambios en el comercio de servicios entre países. Son factores que actúan tanto por el lado de la oferta como por el lado de la demanda, y se trata de elementos que, de hecho, ya tienen una considerable repercusión en el intercambio de invisibles de carácter supranacional. Sus efectos están orientados en las siguientes direcciones:

- Aumento en las posibilidades de comercialización de ciertos servicios, haciendo alusión a una mayor diversidad en los modos en que puede intercambiarse el servicio.

- Mejora en las prestaciones de muchos servicios que ya son intercambiados en el ámbito internacional.
- Aparición de nuevos servicios que pueden comercializarse en el orden internacional.

Así, cabe esperar, de una parte, que las estadísticas sobre comercio exterior reflejen una mayor progresión en el valor de los intercambios referidos a los servicios, y, en segundo lugar, que se siga acentuando el cambio en la estructura del comercio de servicios en la escena mundial.

### **Factores por el lado de la oferta**

#### *Las innovaciones en los transportes y en las tecnologías de la información*

Al hacer mención a los transportes, cabe advertir avances en un doble sentido: de una parte, se producen mejoras en las infraestructuras de comunicaciones; de otra, se observan claros avances en los medios que permiten las comunicaciones. Los avances comentados permiten que el transporte, tanto de pasajeros como de mercancías, pueda hacerse de un modo más rápido, generalmente más cómodo, a un menor coste, y con ganancias en términos de seguridad. Con estos resultados se consigue que exista un incentivo al comercio de servicios bajo aquellas modalidades que requieren del traslado temporal de cualquiera de los dos agentes económicos, proveedor o consumidor. Cuando se traslada el proveedor, las mejoras en transportes pueden traducirse en menores cargas en el servicio prestado al consumidor, pudiendo tener más accesible la entrada a un mercado en el que los proveedores locales sean menos eficientes. Supuesto el movimiento del consumidor, existirá un mayor incentivo por atravesar las fronteras, pudiendo incluso acudir a mercados antes impensables por una distancia ahora minorada en términos de tiempo y costes.

En ambos casos resulta interesante advertir cómo los avances en los transportes implican mayores niveles de comercialización para un buen número de servicios. Así, el desarrollo en los transportes tiende a estimular la actividad turística, el intercambio de estudiantes, los desplazamientos por atención sanita-

ria, la amplia gama de servicios profesionales existente —la asesoría legal y contable, el diseño arquitectónico, los servicios publicitarios, etcétera (OCDE, 1996)— o ciertos servicios personales, culturales y recreativos.

En segundo lugar, los avances en las tecnologías de la información están posibilitando comerciar con ciertos servicios que antes no podían ser objeto de transacción internacional<sup>13</sup>, a la vez que promueven la aparición de nuevos servicios, como el fax, el correo electrónico o la transferencia de datos mediante los sistemas de redes. Para B. Hoekman y C. A. Primo (1997), las mejoras tecnológicas aumentan las posibilidades de comercialización de muchos servicios, ya que hacen más viable la separación de la producción y el consumo en actividades que son intensivas en información, como el desarrollo del *software*, la creación de bases de datos, el ejercicio de la asesoría, etcétera. Asimismo, C. A. Primo (1996) entiende que las innovaciones tecnológicas mejoran la calidad en la provisión de ciertos servicios. Por ejemplo, la educación a distancia puede complementarse con la realización de páginas web en las que poder consultar ciertos aspectos relacionados con la asignatura, la impartición de videoconferencias y la tutorización de la asignatura mediante correo electrónico. En esa misma línea, L. Schuknecht y R. Pérez-Steve (1999), apuntan que el comercio electrónico posee un potencial de crecimiento muy elevado y que, principalmente, impulsará actividades de servicios como la distribución, los servicios financieros y los servicios a empresas: las nuevas tecnologías hacen posible, con un menor coste, una rápida y correcta prestación de ciertos servicios, eliminando los tiempos de demora que introducen los servicios postales. Igualmente, se facilitan las relaciones entre empresa matriz y filial en el caso de la presencia comercial en el exterior<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Según la OMC, la integración de las telecomunicaciones y las tecnologías informáticas ha hecho que sea virtualmente posible la comercialización de todos los servicios.

<sup>14</sup> Difícilmente pueden ponerse límites a los avances en las tecnologías de la información, y las posibilidades futuras son ciertamente incommensurables. Por poner un ejemplo, cuando todavía está reciente la introducción de la telefonía móvil en la sociedad, ya se hace referencia a la aparición de una tercera generación de teléfonos móviles, la UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), que supera a los sistemas analógico y digital. Por medio del sistema UMTS los datos se transmiten a una velocidad 40

En definitiva, mientras que las mejoras en los transportes suponen un incentivo para aquellas modalidades de comercio en que se da un desplazamiento temporal, ya sea del proveedor, ya sea del consumidor, los avances en las tecnologías de la información permiten impulsar el comercio de servicios despersonalizado o a larga distancia<sup>15</sup>.

*La liberalización de los mercados de servicios en el ámbito internacional*

La liberalización de los mercados de servicios es otro de los factores que está fomentando el comercio de invisibles entre las naciones en las cuatro modalidades convenidas. Existe el convencimiento de que la apertura de los mercados del terciario, de modo similar a como se ha venido produciendo en los bienes desde mediados del siglo XX, tendrá efectos beneficiosos sobre la economía mundial<sup>16</sup>. Así, desde organizaciones como la OMC o la OCDE se insiste en las ventajas de abrir los mercados al comercio y a la inversión extranjera: reducción de costes empresariales, disminución de precios, mejora en la calidad de los productos, mayores posibilidades para el consumidor en el momento de la elección, fomento del crecimiento económico, mayor especialización y un mejor aprovechamiento de las ventajas comparativas, mejora en la difusión del conocimiento y la transmisión de la tecnología.

En la actualidad, el sector servicios español se encuentra inmerso en un proceso de reestructuración orientado por las tendencias liberalizadoras que se extienden a nivel mundial.

---

veces superior a lo que permite la tecnología ahora extendida, y posibilita la realización de actividades muy diversas: acceder a información disponible en Internet, hacer operaciones bancarias y bursátiles, adquirir productos digitales –libros y música–, enviar mensajes de correo electrónico, pagar facturas, establecer videoconferencias, etcétera.

<sup>15</sup> Terminología introducida por BHAGWATI (1984) cuando se refiere al comercio de servicios que no requiere de desplazamiento ni de consumidor ni de proveedor.

<sup>16</sup> Tras la oposición encontrada en Seattle para iniciar una nueva ronda de negociaciones se está haciendo un esfuerzo por explicar los beneficios de la liberalización. Sobre el tema pueden verse las recientes lecturas de OCDE (1999) y OMC (1999, a, b).

Así, existen compromisos en el ámbito internacional —el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) y el Mercado Unico de Servicios (MUS)— que de hecho ya están dando lugar a la adopción de medidas tendentes a promover una mayor competencia en el conjunto de actividades que componen el terciario<sup>17</sup>.

Por un lado, el GATS supone un reto ambicioso a corto plazo, por cuanto congrega a un elevado número de países con estructuras productivas muy dispares e intereses confrontados, de lo que cabe esperar que la adopción de medidas liberalizadoras se retrase en el tiempo. Así, hasta el momento, aunque se considera todo un éxito que los servicios fueran incorporados a la Ronda Uruguay del GATT, existe un consenso generalizado acerca de que los compromisos específicos contemplados en el Acta de Marrakech no fueron de demasiada envergadura. En general, puede decirse que los países desarrollados son los que han hecho mayores concesiones en materia de liberalización de mercados, medida tanto en número de sectores o actividades de servicios en los que se han hecho compromisos específicos, como en porcentaje de sectores o actividades aparecidas en el listado de compromisos específicos donde no se han incluido restricciones al acceso de mercado o al tratamiento nacional. Por sectores, los compromisos son relativamente elevados en los servicios financieros, servicios a empresas y telecomunicaciones de gran valor añadido, mientras que son discretos en el transporte aéreo, educación, servicios postales, sanidad, servicios sociales, o telecomunicaciones básicas<sup>18</sup>. En todo caso, cabe entender que se ha abierto un nuevo proceso de apertura de mercados, en el que, como mínimo, existe una promesa de no imponer nuevas barreras al comercio de servicios, y donde además hay un compromiso de seguir estableciendo mayores concesiones de mercado en próximas rondas negociadoras.

---

<sup>17</sup> Una reflexión sobre la relación entre los procesos de liberalización de los mercados de servicios en el contexto internacional y el equilibrio del sector exterior español puede verse en GONZALEZ GOMEZ (1997).

<sup>18</sup> Una reciente valoración de los acuerdos del GATS puede verse en DIAZ MIER y GONZALEZ DEL RIO (1999).

En la Conferencia de Seattle, celebrada en diciembre de 1999, estaba previsto lanzar la nueva Ronda del Milenio; sin embargo, una diversidad de factores entre los que habría que destacar el sempiterno enfrentamiento entre países ricos y pobres<sup>19</sup>, y los intereses políticos de ciertas naciones, dio lugar al término de las conversaciones sin haber llegado a un acuerdo sobre el momento y las condiciones del inicio de la nueva Ronda. De todas formas, cabe entender que se trata simplemente de un descanso en el camino que no afectará a la continuidad en el proceso liberalizador ya iniciado en materia de servicios<sup>20</sup>.

De otro lado, el programa de liberalización de las actividades de servicios en la Unión Europea (MUS) emprendido en 1993 ha promovido, y lo seguirá haciendo, cambios regulatorios en los mercados del terciario. El objetivo que se propone desde la Unión Europea es el de conseguir una amplia libertad en la prestación de servicios, así como en el establecimiento de empresas de servicios en otros Estados miembros (Comisión de las Comunidades Europeas, 1994). Obviamente, el intento de conciliar las posturas de un menor número de países y con una mayor afinidad en sus estructuras productivas está significando una mayor celeridad en el ritmo de liberalización en el seno de la UE<sup>21</sup>. Precisamente, en la sesión especial del Consejo Europeo, celebrado en Lisboa los días 23 y 24 de marzo de 2000, hubo un consenso generalizado sobre la necesidad de acometer nuevos esfuerzos liberalizadores en sectores como el de las telecomunicaciones (redes telefónicas

locales), los transportes (ferroviario y espacio aéreo), la energía (principalmente, gas y electricidad), el agua y los servicios postales<sup>22</sup>.

### **Factores por el lado de la demanda**

Tanto las innovaciones tecnológicas asentadas en ciertas actividades de servicios, como la liberalización de los mercados en el ámbito internacional, permiten acceder a mercados más globales a unos menores costes, lo que amplía las opciones para que la demanda de servicios sea satisfecha por proveedores extranjeros.

En primer lugar habría que decir que se acrecientan las posibilidades de las familias para intervenir en los mercados de servicios no nacionales. Por ejemplo, el efecto conjunto del aumento en el poder adquisitivo de las familias y la disminución en los precios del transporte supone un incentivo para la actividad turística, y los servicios personales, culturales y recreativos (ya no basta con acudir a otras regiones, sino que cada vez hay una mayor propensión por el turismo cultural que tiene por destino los países europeos y por la salida a destinos exóticos como las islas del Caribe o los países del sudeste asiático). De igual modo, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información permite el contacto entre agentes que residen en países distintos mediante los servicios en la red o el correo electrónico, de modo que la demanda de las familias puede contribuir al impulso de las comunicaciones, los servicios financieros y ciertos servicios informáticos.

En segundo lugar, la demanda de servicios como input intermedio para la producción empresarial también se constituye en argumento para explicar la previsible mayor participación de los servicios en los mercados internacionales<sup>23</sup>. Frente al proceso de externalización de determinadas actividades de servicios, surge

<sup>19</sup> En materia de servicios, los países desarrollados, y en particular la UE, muestran un evidente interés liberalizador. Por su parte, los países en vías de desarrollo están interesados en las concesiones que permitan el desplazamiento de la mano de obra (SECRETARIA GENERAL DE COMERCIO EXTERIOR, 1999).

<sup>20</sup> En sesión especial del Consejo de Servicios celebrada en febrero de 2000 se pusieron en marcha unas nuevas negociaciones en servicios, acordándose trabajar en dos fases: en la primera se negocian las nuevas reglas sobre subsidios, salvaguardas y medidas de los gobiernos sobre servicios; en la segunda fase de peticiones y ofertas los gobiernos profundizarán en los compromisos específicos sobre acceso a los mercados, asunto que espera empezar a tratarse a finales del presente año.

<sup>21</sup> Para revisar el calendario de compromisos en el seno de la UE puede consultarse CE (1993; 1994; 1997).

<sup>22</sup> Tan sólo Francia mostró cierta renuencia al considerar que no había que introducir las reformas con la celeridad sugerida por ciertas naciones.

<sup>23</sup> Sobre este asunto es recomendable la lectura de RUBALCABA (1993) y CUADRADO (1999).

como opción la desviación de la demanda hacia proveedores extranjeros; puede hablarse, por tanto, de un proceso de «externalización al exterior». Así, las empresas buscarán el proveedor de servicios más eficiente, tanto en el mercado nacional como en el internacional. Por ejemplo, un empresario nacional tendrá ahora mayores facilidades para contratar cualquier servicio de asesoría a una empresa extranjera: las nuevas tecnologías de la información hacen posible el contacto a distancia entre cliente y proveedor de formas muy variadas, no sólo a través del teléfono.

No se puede obviar tampoco que la demanda de servicios intermedios a proveedores de otros países es ya una realidad. De este modo, actividades como la bancaria, los seguros, y la asesoría y gestión empresarial, se han ejercido tradicionalmente mediante la presencia comercial en otros países. En la medida en que la globalización de la economía mundial se traduce en que muchas empresas pasan a interesarse en mercados no nacionales, firmas de abogados y, en general, asesorías de empresas, se ven obligadas a atender las nuevas necesidades que imponen las aspiraciones internacionales de sus clientes para lo que, en muchas ocasiones, se sirven de procesos de fusión o adquisición de empresas nacionales que desempeñan una actividad similar en el mercado de destino.

Por último, aunque presumiblemente con una menor repercusión en próximos años, habría que contemplar la demanda de las administraciones públicas. La alternativa en un futuro consistiría en que parte de la demanda de servicios realizada desde las administraciones públicas fuera satisfecha por proveedores extranjeros —en la actualidad, alternativa fuertemente restringida por las legislaciones nacionales, especialmente en los países en vías de desarrollo—. En este caso, será clave que las regulaciones nacionales cambien en un doble sentido:

- En el de admitir la posibilidad de que las administraciones públicas extiendan su contratación externa al sector privado a muchas de las actividades que viene ejerciendo de modo interno la propia administración pública.
- En el de permitir que concurren en competencia por la provisión de estos servicios empresas tanto nacionales como extranjeras<sup>24</sup>.

## 5. Una reflexión final

Cuando se hace referencia al proceso de globalización del sistema económico mundial se ha de pensar no sólo en los bienes, sino también en los servicios. Superada la tradicional visión de los servicios como actividades no comercializables, lo cierto es que cabe esperar que éstos adquieran una mayor importancia en el contexto internacional en pocos años. En este sentido, el interés por el comercio de servicios viene determinado por las circunstancias siguientes:

- En tanto que responde a una demanda exterior, promueve el crecimiento económico y la creación de empleo.
- Dentro de los servicios existen actividades estratégicas que explican una considerable cuota de la competitividad de las naciones, ya que forman parte del input intermedio de muchos sectores, tanto de servicios como de bienes. El acceso a servicios de calidad y a un menor precio en sectores como el financiero o el amplio entramado de las nuevas tecnologías de la información se constituyen en un claro referente para el impulso de la actividad económica de un país.
- En el caso español y otros países de la OCDE, se erige como un elemento clave para el equilibrio del sector exterior.

En las naciones desarrolladas es donde más se está tomando conciencia de los cambios en el escenario de la competitividad internacional, y, de hecho, la desregulación de los distintos sectores a nivel nacional cabe interpretarlo, en buena medida, como un modo de prepararse a unos mercados más abiertos y turbulentos. Actualmente, la principal directriz de gobierno de los mercados parece ir en una sola dirección: la de la liberalización. No obstante, mientras se producen los procesos nacionales de ajuste, todavía se advierte una cierta resistencia a abrir los mercados al exterior. Así, existen reticencias por parte de ciertos países y de diversas organizaciones a la apertura total

<sup>24</sup> La OMC reconoce que la contratación pública, incluyendo bienes y servicios, representa entre el 10 y el 15 por 100 del PIB nacional, de lo que se infiere que es un tema sobre el que hay que hacer mayores esfuerzos a favor del sistema de comercio multilateral. Actualmente, la UE está impulsando este tema en la OMC.

que suponga una incursión de gigantes multinacionales en ámbitos bastante sensibles de las naciones. Buena prueba de ello son las dificultades surgidas en Seattle dentro del ámbito del GATS o en las negociaciones del Acuerdo Multilateral sobre la Inversión auspiciadas por la OCDE. Además, como muestra de la concienciación en relación con los cambios en materia de competitividad, al proceso desregulador de los mercados habría que añadir el esfuerzo que los gobiernos y determinadas parcelas del sector privado están haciendo para ganar la carrera de las nuevas tecnologías de la información.

En el ámbito de la UE, cabe decir que en la sesión especial del Consejo de Europa celebrada en Lisboa se manifestó el deseo de profundizar en las reformas estructurales ya iniciadas. Así, se llegó al compromiso de que antes de finalizar el año 2001 debe haber una plena integración y liberalización de las telecomunicaciones, lo que supone abrir a la competencia el bucle local —esto hará que se puedan reducir los costes de la conexión a Internet—, e igualmente en la primavera de 2001 se evaluarán los progresos de liberalización en los sectores del gas, la electricidad, los servicios postales y los transportes. Asimismo, en el Consejo de Europa se planteó como objetivo el prepararse para una nueva economía basada en el conocimiento, entendiendo que para ello sería necesario mejorar las políticas relativas a la sociedad de la información y a la I+D. Se pretende desarrollar el uso del correo electrónico e Internet, para lo que habrá que introducir conexiones más rápidas y con unos menores costes a los actuales, así como adoptar medidas que tiendan a promover la confianza de los consumidores en el comercio electrónico. Para ello está previsto poner en marcha el Plan de Acción eEurope.

Respecto del caso español cabe destacar las reformas introducidas en los últimos años en sectores clave como el sistema financiero, las telecomunicaciones y el transporte aéreo. No obstante, todavía queda pendiente la introducción de nuevos cambios en sectores donde ya se han aplicado modificaciones, así como iniciar reformas en sectores que han permanecido al margen del proceso liberalizador. En este sentido, desde la Comisión Europea, en marzo de 2000, se advirtió sobre el

hecho de que en España la competencia es relativamente estrecha en sectores como el gas, la electricidad, el agua, la telefonía local y la distribución comercial. En cuanto a las nuevas tecnologías de la información, puede decirse que, si bien España no lidera los procesos de innovación y desarrollo, ello no es óbice para mantenerse en situaciones punteras en cuanto a su implantación.

La economía española, como el resto de las economías, va a experimentar en próximas décadas un proceso de apertura al exterior del terciario con parangón a lo ocurrido en el sector industrial a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Si bien la industria española ha ido al socaire de los desarrollos producidos en los procesos industriales de las economías más avanzadas de la OCDE, puede decirse que se está ante un momento histórico, ante una nueva oportunidad, de modo que las alteraciones en los patrones de la competitividad en el ámbito mundial suponen un nuevo reto para la economía española.

### Referencias bibliográficas

- [1] BHAGWATI, J. (1984): «Splintering and Disembodiment of Services and Developing Nations», *The World Economy*, 7, número 2, páginas 133-143.
- [2] BHAGWATI, J. (1987): «International Trade in Services and Its Relevance for Economic Development», en *The Emerging Service Economy*, Pergamon Press. Traducido al español como «El comercio internacional de servicios y su relevancia para el desarrollo económico», *Ekonomiaz*, números 13-14.
- [3] COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1993): «Market Service and European Integration», *European Economy*, número 3, Bruselas.
- [4] COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1994): *Un Mercado Común de Servicios*, Comisión Europea, tomo 1, Bruselas.
- [5] COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1995): *GATS: The General Agreement on Trade in Services. A Guide for Business*, Bruselas.
- [6] COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1997a): *International Trade in Services E.U., 1986-95*. Comisión Europea, Eurostat, Bruselas.
- [7] COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1997b): *El Mercado Único y la Europa del mañana*, Comisión Europea, Bruselas.

- [8] CUADRADO ROURA, J.R. (dir) (1999): *El sector servicios y el empleo en España: evolución reciente y perspectivas de futuro*, Fundación BBV.
- [9] CHANG, PH. *et al.* (1999): «GATS, the Modes of Supply and Statistics on Trade in Services», *Journal of World Trade*, número 33.
- [10] DIAZ MIER, M.A. y GONZALEZ DEL RIO, P. (1999): «Una primera evaluación del GATS», *Boletín Económico de ICE*, número 2634, páginas 19-34, Madrid.
- [11] EUROSTAT (1995): *Business Services in Europe*.
- [12] EUROSTAT (1998): *International Ownership in Trade and Service Activities. First Finding of a Study on Foreign Affiliates*, Luxemburgo. Comunidades Europeas.
- [13] EUROSTAT (1999): *European Union Direct Investment*. Luxemburgo.
- [14] FEKETEKUTY, G. (1988): *International Trade in Services, an Overview and Blueprint for Negotiations*, Cambridge, Massachusetts.
- [15] GATT (1993): *International Trade: Statistics*. Ginebra.
- [16] GIBBS, M. y HAYASHI, M. (1991): «Las cuestiones sectoriales y el marco multilateral para el comercio de servicios: panorama general» en *Comercio de servicios: problemas sectoriales*, Nueva York, ONU.
- [17] GONZALEZ GOMEZ, F. (1997): «El sector exterior español frente al movimiento liberalizador de los mercados de servicios a nivel internacional», *Revista de Estudios Europeos*, número 15, páginas 43-51, Valladolid.
- [18] GONZALEZ GOMEZ, F. (1999a): *El comercio de servicios en España y la OCDE: un modelo de predicción de importaciones y exportaciones de servicios aplicado al caso español*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Granada, Microfichas, Granada.
- [19] GONZALEZ GOMEZ, F. (1999b): *Comercio internacional de servicios: revisión conceptual y especial referencia al caso español*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Granada, Biblioteca de estudios económicos y empresariales número 14, Granada.
- [20] GONZALEZ MORENO, M. y GONZALEZ GOMEZ, F. (1997): *Una aproximación a las funciones de importación y exportación de servicios para la economía española: 1960-1994*, Laboratorio de Investigación del Sector Servicios (Servilab), Documento de trabajo número 2/97, Universidad de Alcalá y Cámara de Comercio de Madrid, Alcalá de Henares.
- [21] GONZALEZ TORRES, J. (1985): «Hacia la liberalización del comercio internacional de servicios», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 620, Madrid.
- [22] HOEKMAN, B. y STERN, R. (1987): «Issues and Data Needs for GATT Negotiations on Services», *The World Economy*, volumen 10, número 1, traducido al español como «Problemas y necesidad de datos para el GATT. Negociaciones sobre servicios», *Instituto de Estudios Económicos*, número 1/1998, Madrid.
- [23] HOEKMAN, B. y STERN, R. (1996): «International Transactions in Services: Issues and Data Availability» en R. STERN, *The Multilateral Trading System. Analysis and Options for Change*. Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- [24] HOEKMAN, B. y PRIMO BRAGA, C.A. (1997): *Protection and Trade in Services: A Survey*. Policy Research Working Paper, número 1747, World Bank. International Economics Department.
- [25] MORALES GUTIERREZ, M.R. (1996): «La estimación de las transacciones de bienes y servicios en la balanza de pagos», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 752, páginas 31-41, Madrid.
- [26] NACIONES UNIDAS (1999): *World Investment Report. Foreign Direct Investment and the Challenge of Development*, Nueva York.
- [27] OCDE (1996): *International Trade in Professional Services. Assessing Barriers and Encouraging Reform*, OECD Documents, París.
- [28] OCDE (1998): *Services: Statistics on International Transactions*, París.
- [29] OCDE (1999): «Open Markets Matter: The Benefits of Trade and Investment Liberalisation», *OECD Observer, Policy Brief*.
- [30] OMC (1999a): *Diez ventajas del sistema de comercio de la OMC*, División de Información y Relaciones con los Medios de Comunicación de la OMC, Ginebra, Suiza.
- [31] OMC (1999b): *Diez malentendidos frecuentes sobre la OMC*, División de Información y Relaciones con los Medios de Comunicación de la OMC, Ginebra, Suiza.
- [32] PRIMO BRAGA, C.A. (1996): «The Impact of the Internationalization of Services on Developing Countries», *Finance and Development*, marzo, páginas 34-37.
- [33] RUBALCABA, L. (1993): «La internacionalización de los servicios a empresas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 719, páginas 148-167, Madrid.
- [34] SAMPSON, G.P. y SNAPE, R.H. (1985): «Identifying the Issues in Trade in Services», Traducido al español como «Identificación de los problemas en el comercio de servicios», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 640, páginas 275-283, Madrid.
- [35] SAPIR, A. (1993): «Sectoral Dimension», *European Economy*, número 3, páginas 23-39
- [36] SECRETARIA GENERAL DE COMERCIO EXTERIOR (1999): «Preparando la Ronda del Milenio», *Boletín Económico de ICE*, número 2621, páginas 3-6, Madrid.
- [37] SCHUKNECHT, L. y PEREZ-ESTEVE, R. (1999): *A Quantitative Assessment of Electronic Commerce*. WTO. Documento de Trabajo, ERAD-99-01.
- [38] VANDERMERWE, S. y CHADWICK, M. (1989): «The Internationalisation of Services», *The Service Industries Journal*, volumen 9, número 1, páginas 79-93.