

Carlos Díaz de la Guardia Bueno*
José Molero Zayas**

LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LOS SERVICIOS EN LOS PAÍSES EUROPEOS. UNA PROPUESTA DE TAXONOMIA

En este trabajo se intenta desarrollar una metodología de medición de la competitividad internacional del sector de los servicios. Para ello, conjugando la demanda internacional con las cuotas de mercado, la estructura exportadora y el grado de especialización comercial de los países, se construye una tipología que clasifica a los diferentes sectores exportadores de acuerdo con su grado de competitividad. La importancia de los eslabonamientos hacia adelante o hacia atrás derivados de las exportaciones de servicios y, en consecuencia, los efectos macroeconómicos en términos de crecimiento y del comportamiento de la productividad tienen que ser diferentes dependiendo del contenido tecnológico de los mismos.

Palabras claves: comercio internacional, servicios, competitividad.

Clasificación JEL: F14, L80.

1. Introducción

Durante las dos últimas décadas, el contexto en el que se ha desarrollado la actividad económica en un amplio conjunto de países se ha visto profundamente modificado. A ello han contribuido un conjunto decisivo de circunstancias tanto nacionales, como internacionales. Por su parte, el campo de los servicios ha sido una

de las áreas donde mayores transformaciones se han producido últimamente.

Entre otras, hay que referirse a la intensificación del proceso de liberalización económica que se ha llevado a cabo en la mayor parte de las economías del mundo y al rol creciente del mercado como mecanismo de asignación de los recursos. Tales aspectos han influido en todos los ámbitos de la actividad económica y, por tanto, el sector de los servicios también se ha visto condicionado por esas circunstancias. Además, la gran oleada de innovaciones tecnológicas experimentadas por el mundo durante este intervalo de tiempo, ha reforzado la importancia creciente de las actividades terciarias en un amplio número de economías.

* Profesor Titular. Universidad Complutense de Madrid.

** Catedrático de Economía Aplicada. Universidad Complutense de Madrid.

Como resultado de todo lo anterior, el comercio internacional de servicios ha adquirido una mayor relevancia durante los últimos años. En 1995, en el marco de la Ronda Uruguay y la creación de la Organización Mundial del Comercio, se constituyó el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios¹ (GATS) que asumió el primer acuerdo regulatorio del comercio internacional de servicios. Desde entonces se han llevado a cabo varias reuniones ministeriales tratando de implementar su desarrollo.

El GATS se refiere a un conjunto de reglas, de las que entre otras destacan: la aplicación de la cláusula de nación más favorecida; la transparencia; el acceso a la información confidencial; el aumento de la participación de los países en vías de desarrollo; la integración económica; los acuerdos de integración de los mercados de trabajo; la regulación interior; los monopolios; los pagos y transferencias; y las compras gubernamentales. El GATS cubre todos los servicios transados internacionalmente con dos excepciones: a) los servicios públicos suministrados por la autoridad y b) el sector del transporte aéreo y los derechos de tráfico.

La producción y exportación de mercancías se comprenden perfectamente; estas actividades consisten en la generación de objetos tangibles que se pueden trasladar de un país a otro. Sin embargo, la producción y el comercio de servicios se relacionan con actividades sobre mercancías intangibles que pueden ser ofrecidas de diversas maneras por los productores. El hecho de que los servicios hayan sido largamente ignorados en las negociaciones comerciales internacionales ha sido debido a la visión tradicional que consideraba que aquéllos eran no-comerciables, bien por razones legales o institucionales bien por restricciones técnico-económicas.

La perspectiva tradicional de los servicios consideraba que esta actividad económica apenas era dinámica, de naturaleza escasamente innovadora, con empleos mal remunerados y la productividad creciendo lentamente. Hoy esta opinión está cambiando rápidamente y el sector es contemplado como parte de una economía

altamente diversificada basada en el conocimiento, con una productividad alta y cuyo *output* se puede diseñar según las necesidades individuales de los compradores (*bajo demanda*). A pesar de lo anterior, no todos los servicios han tenido el mismo comportamiento, y el efecto de la tecnología se ha afianzado fuertemente en los conocidos como «*servicios basados en el conocimiento*», que han sido los que han crecido más rápidamente.

Adicionalmente, sabemos que la ampliación de los servicios además de influir en el propio sector también repercute en otros sectores, debido a las interdependencias existentes entre ellos. Los servicios tienen la capacidad de crear demanda para mercancías y servicios en otros sectores, dando como resultado un aumento de su propio *output*.

En los últimos años el sector de servicios se ha convertido en un sector clave respecto al crecimiento económico y de la productividad. Además, esta situación afecta tanto a los países industrializados, como a las economías en desarrollo. En un período muy breve de tiempo se ha pasado de un escenario en el que este sector apenas era considerado en el análisis económico, a otro en el que se le empieza a dar un tratamiento analítico equivalente al del sector industrial. El efecto global sobre el bienestar derivado de la liberalización de los servicios, se considera aproximadamente del mismo orden de magnitud que el asociado a la liberalización de las trabas al comercio de mercancías.

Por su parte, la literatura existente relaciona las ventajas de la liberalización de los servicios con el desenvolvimiento económico, el desarrollo económico, el ahorro de los consumidores, la innovación más rápida, una mayor transparencia y las transferencias de tecnología².

² Las ventajas derivadas de la liberalización de los servicios se reconocen en una gran cantidad de países. Esto se pone de manifiesto, entre otros, en los trabajos de AZAD (1999) sobre Bangladesh, de HOEKMAN y MATTOO (1999) sobre el transporte marítimo y la reducción en la discriminación de los derechos de bandera, de WELLENIUS (2000) sobre las telecomunicaciones en la economía chilena, de VAN GRASSTEK (2001) sobre las telecomunicaciones en la economía japonesa, de HUFBAUER y WARREN (1999) y de HUFBAUER y

¹ En inglés, General Agreement on Trade Services (GATS).

La racionalidad económica de la liberalización comercial de los servicios es la misma que la relacionada con la del comercio de mercancías. Es decir, la apertura de los mercados contribuye a incentivar el desarrollo de la calidad y la innovación en productos y procesos, reduce el alcance del desperdicio de recursos, disminuye el poder de los agentes económicos individuales y asegura a los demandantes una disponibilidad permanente en condiciones razonables. La liberalización del comercio de servicios puede ampliar la competencia y ello implica afectar la estructura del mercado en la economía. El acceso a servicios eficientes es relevante porque además de permitir la creación de nuevas exportaciones potenciales, se pueden convertir en la espina dorsal del aumento de la productividad y la competitividad económicas. Las importaciones de servicios pueden proporcionar *inputs* (servicios importados) que permitan que un país produzca y exporte mercancías o servicios en las cuales tenga ventaja comparativa, que no podría desarrollar al carecer de tales *inputs*.

Para los países en vías de desarrollo esto constituye una fuente importante de beneficios. La India es un buen ejemplo del éxito como exportador de servicios; sus exportaciones de *software* pasaron de 225 millones de dólares en 1992-93 a 1.750 millones en 1997-98, lo que representó una tasa de crecimiento anual acumulativa del 50 por 100 (Rubbin, 1999). Estos datos son suficientemente elocuentes y exhiben el potencial de los países en vías de desarrollo como productores y exportadores. Pese a lo anterior, y como se indica más adelante, los grandes vendedores mundiales son los países industrializados. Así por ejemplo, en 1999 Irlanda exportó servicios computacionales por unos 5.100 millones de dólares y la cuota del mercado mundial que mantenía equivalió al 10 por 100 del mismo.

FINDLAY (1996) sobre los servicios de transporte en el Reino Unido y los Estados Unidos. Una de las primeras conclusiones que se deduce de la literatura analizada es que la particularidad de cada uno de ellos dificulta un tratamiento conjunto de los mismos. El único procedimiento para acercarse al conocimiento de este sector de la economía es la elaboración de trabajos específicos dedicados a cada subsector concreto.

Así, basado en todo lo anterior, este trabajo intenta analizar cuáles han sido los cambios principales que han ocurrido en el sector de servicios en algunos de los países europeos y, más específicamente, de la perspectiva de su inserción en la economía internacional entre la primera y la segunda mitad de los años noventa. En un mundo globalizado, la capacidad de un país para aumentar su cuota de mercado es un indicador crucial de su competitividad y fortaleza económica. Por este motivo es importante analizar el papel de la exportación de servicios. El enfoque que se va a desarrollar consiste en tratar de medir la competitividad de tres subsectores diferentes del sector de servicios —*Transportes y comunicaciones, Viajes y Otros servicios a empresas*—, estudiando su evolución para un conjunto amplio de economías europeas, analizando las ramas específicas en las que ha mejorado o declinado su competitividad.

La medición de la competitividad permite detectar el grado de inserción de cada país en la economía internacional a través de los diversos tipos de servicios que exporte. Es decir, se va a intentar reflejar el papel de demandante u oferente de servicios por parte de cada país, lo que será el reflejo de su mayor o menor grado de presencia en la economía internacional.

El trabajo se estructura como sigue. En la sección siguiente, se llevan a cabo unas consideraciones generales sobre la información disponible y los datos utilizados; en la tercera sección se explica la metodología desarrollada para la medición de la competitividad internacional; en la cuarta sección se muestran los resultados empíricos obtenidos y, finalmente, se presentan algunas recomendaciones finales.

2. Datos y muestra utilizados

Dados los problemas estadísticos asociados con los datos sobre el comercio de servicios, muchos analistas (Karsenty, 1999; Baker, Miozzo y Miles, 2003) son conscientes de que los registros de las balanzas de pagos deberían ser tratados como representaciones toscas del comercio de servicios. Pese a ello, creemos que el siguiente

CUADRO 1
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS, 1990-200

País	1990-1995		1995-2000	
	Comercio total (millones de dólares de EE UU)	Participación respecto del Mundo (%)	Comercio total (millones de dólares de EE UU)	Participación respecto del Mundo (%)
Alemania	1.043.722,4	8,9	1.826.853,0	8,3
Austria	278.238,9	2,4	495.022,0	2,2
Bélgica-Luxemburgo	406.068,5	3,5	831.540,1	3,8
Dinamarca	150.655,4	1,3	303.991,6	1,4
Finlandia	77.167,0	0,7	119.701,6	0,5
Eslovaquia	11.682,4 ⁽¹⁾	0,1	24.928,1	0,1
España	309.451,3	2,6	636.893,8	2,9
Francia	885.025,4	7,5	1.186.375,6	5,4
Grecia	71.068,8	0,6	159.721,6	0,7
Holanda	451.988,6	3,8	788.056,9	3,6
Hungría	36.175,2	0,3	88.567,1	0,4
Irlanda	68.710,0	0,6	318.547,7	1,4
Italia	624.241,3	5,3	964.953,9	4,4
Noruega	150.818,6	1,3	246.758,4	1,2
Polonia	57.749,0	0,5	138.678,0	0,6
Portugal	68.395,7	0,6	122.198,5	0,6
Reino Unido	716.931,9	6,1	1.533.607,0	6,9
República Checa	46.373,7	0,4	103.340,9	0,5
Suecia	185.289,6	1,6	276.719,0	1,3
Suiza	203.461,8	1,7	296.011,6	1,3
Turquía	84.522,0	0,7	203.429,0	0,9
Total	5.927.737,55	50,4	10.665.895,4	48,2
Mundo (178 países)	11.753.363,27		22.124.783,6	

NOTA: (1) 1993-1995.

FUENTE: Estadística sobre el comercio en servicios, FMI-Balanza de Pagos.

te análisis podría poner de relieve algunos aspectos de interés sobre la competitividad internacional del sector.

La muestra utilizada se ha obtenido de las Estadísticas de Balanza de Pagos sobre el Comercio de Servicios de UNCTAD-FMI por países y sectores; el conjunto de datos cubre las exportaciones (créditos) y las importaciones (débitos) de 11 categorías principales de servicios de acuerdo con los conceptos y las definiciones del

Manual de Balanza de Pagos del FMI (1993, BPM5)³. Los datos se refieren a 178 países y tienen una periodicidad anual que cubre el período 1980 a 2002. La última actualización se refiere a enero de 2004. La muestra total que se ha utilizado en este trabajo contiene 21 países europeos que considerados conjuntamente representan cerca de 50 por 100 de comercio mundial total en servicios (Cuadro 1).

³ Los 11 componentes principales de servicios incluidos en los datos son: transporte, comunicaciones, viajes, construcción, seguros, servicios

financieros, computación y servicios informáticos, *royalties* y licencias, otros servicios a empresas, servicios personales, culturales y recreativos y los servicios de gobierno n.i.e.

A su vez, de entre las 11 categorías principales de servicios de la Balanza de Pagos se han seleccionado tres: *Transportes y comunicaciones*, *Viajes* y *Otros servicios a empresas* por las razones siguientes:

a) En primer lugar, las tendencias comerciales recientes del sector de los servicios ponen de manifiesto que estas tres categorías son altamente relevantes, ya que durante la década han representado más del 80 por 100 del comercio total de servicios.

b) Los datos de comercio para estos sectores son más fiables que para las otras categorías de servicios, dado que la mayor parte de los países de la muestra han estado recopilando estadísticas de las principales categorías durante toda la década.

c) Durante el período estos sectores fueron muy dinámicos. En 1990, los países seleccionados representaron el 43 por 100 del mercado mundial de servicios de *Transportes y comunicaciones*, el 54,5 por 100 de servicios de *Viajes* y el 69,3 por 100 de *Otros servicios a empresas*. En 2000 los países europeos disminuyeron su cuota de mercado en esos servicios por debajo de 50 por 100.

d) Entre 1990 y 2000, la cuota de mercado de los países desarrollados europeos cayó perceptiblemente en todos los sectores, mientras que los países en vías de desarrollo y los países desarrollados no europeos obtuvieron una mayor participación de mercado. Ello podría significar que algunos de los incrementos de estos grupos se habrían conseguido a expensas de los países desarrollados europeos. Así por ejemplo, durante la década el grupo formado por los países europeos desarrollados redujo su cuota de mercado mientras que el de los países europeos en vías de desarrollo la incrementó.

3. La medición de la competitividad internacional

Como es sabido, la obtención de una medida de competitividad en el ámbito microeconómico no genera, en principio, grandes dificultades debido a la existencia de diversos indicadores ampliamente aceptados que pue-

den expresarla con exactitud. Sin embargo, cuando intentamos medir la competitividad internacional de un país o de un sector de la actividad económica, los problemas que hay que abordar son mucho más complejos.

Por un lado, la inestabilidad de los tipos de cambio dificultan las comparaciones internacionales al intentar convertir a una unidad de cuenta común cualquiera de las variables usadas normalmente. A pesar de ello, uno de los métodos usados más frecuentemente para medir el grado de competitividad internacional es la estimación del tipo de cambio real efectivo.

Por otro, en el mundo de hoy, la competitividad es definida no solamente por la evolución de la productividad. La tecnología, la innovación, las infraestructuras, las estrategias transnacionales de las compañías, así como la naturaleza de las políticas públicas, son diferentes factores que influyen en el dinamismo que cualquier sector de la actividad económica puede alcanzar en los mercados internacionales. Además, las ganancias o pérdidas de competitividad se han relacionado también con el grado de apertura de la economía, con el tamaño del sector público, con las mejoras en la educación de la población y con la capacidad de aumentar las exportaciones. De forma tal que se considera que las sinergias que existen entre todos esos elementos favorecen el dinamismo de las economías y se pueden beneficiar de ellas.

En parte por lo indicado previamente, en los últimos años se han popularizado los trabajos sobre la medición de la competitividad internacional del Foro Económico Mundial. Anualmente, la publicación del *Informe sobre la competitividad mundial* muestra la clasificación competitiva de una amplia muestra de países del mundo desarrollado y en desarrollo.

Alternativamente, en los años noventa ganó relevancia una forma de medición de la competitividad internacional del sector industrial. Al principio de esa década, las Naciones Unidas publicaron el *Análisis competitivo de las naciones* referido al período 1977-1993. Los orígenes de este enfoque se encuentran en los trabajos de

O. Mandeng⁴ que estaban basados en un modelo de ecuación única, basado en el análisis de la participación constante de mercado y las técnicas de planificación de cartera en las empresas para mostrar y comparar los cambios en la situación competitiva. Más recientemente, se ha publicado una nueva versión de este trabajo referido al período 1985-2000⁵.

¿Cuál es el enfoque metodológico subyacente en esta otra forma de medición de la competitividad? En este caso, la medición de la competitividad internacional está basada en la idea de que la economía que mejora su grado de competitividad es la que aumenta el tamaño de sus exportaciones de mercancías a cierto mercado. La que reduce su grado de competitividad es porque aumenta el tamaño de las importaciones que efectúa de otros países. El mayor o menor grado de competitividad de un sector o de un país muestra la naturaleza y el grado de participación que tiene —a través de sus exportaciones— en las importaciones que realiza el mercado analizado. Es decir, una economía mejora su competitividad en la medida que otro país amplía las importaciones que proceden del primero.

Además, el proceso de inserción de un país en la economía internacional es un fenómeno relacionado no solamente con el progreso exportador desarrollado por el país analizado, sino que también está ligado al comportamiento y a las acciones de otros competidores. Los oferentes no solo tienen que mirar hacia delante, sino que también deben hacerlo hacia los lados.

Con estos planteamientos y sin entrar en consideraciones de naturaleza teórica, se desarrolla un enfoque *ex post* de la competitividad. A través de él solamente se proporciona una referencia descriptiva de los cambios producidos en las formas de la competitividad y la especialización del comercio internacional. Las ventajas y desventajas comerciales se deducen, básicamente,

de los resultados reales de los intercambios comerciales. La *ventaja comercial se revela* a través de la evolución de las exportaciones —que reflejan mejoras en la competitividad—, y con el desenvolvimiento de las importaciones —que reflejan un empeoramiento de las ventajas comerciales.

De acuerdo con lo anterior, los cambios a lo largo del tiempo en la competitividad internacional se miden a través del análisis de diversas variables.

La primera de ellas es la *cuota de mercado* o la participación de mercado, que mide la parte del mercado mundial que es abastecido por un cierto país o sector de este país.

La segunda variable utilizada es la *estructura exportadora* del país analizado. Esta variable refleja el peso relativo de cada sector de exportación en las exportaciones totales del mismo.

Finalmente, por medio de la *estructura importadora* del mercado se puede saber el grado de dinamismo que cada sector tiene en el mercado importador analizado.

En resumen, el desarrollo de estas ideas va a ser aplicado al sector de los servicios. El trabajo que se realiza es extremadamente complejo puesto que, ni las investigaciones que intentan medir la competitividad de este sector son abundantes, ni la información estadística disponible completa.

A pesar de lo anterior, y teniendo en cuenta la heterogeneidad existente entre los esquemas productivos de las economías, se propone conocer las características de los sectores a través de los cuales cada nación intenta integrarse en el comercio internacional. Este planteamiento conecta con la noción de competitividad estructural, a la que un numeroso grupo de autores han hecho referencia como a un amplio conjunto de circunstancias que van más allá de la evolución de los precios relativos, y tienen un impacto en la presencia que una economía tiene en la economía internacional.

En general, los países pueden producir abundantes recursos naturales o manufacturas y, sin embargo, pueden registrar déficit de servicios. Por esta razón, se especializan en las exportaciones citadas en primer lugar

⁴ Véase O. MANDENG, «Competitividad internacional y especialización internacional», *Revista de la Cepal*, número 45, diciembre de 1991.

⁵ TradeCAN, Cepal y el Banco Mundial, Washington, 2002.

mientras que importan los segundos. Realmente, lo que está detrás de esta tipología es la importancia de los cambios tecnológicos respecto a la competitividad entre países. Esta discusión está apoyada en el comercio internacional de recursos naturales *versus* manufacturas. El mismo razonamiento podría aplicarse al comercio internacional de servicios.

4. La matriz de competitividad

Combinando las variables indicadas, se pueden construir diversas tipologías —*matrices de competitividad*— que al tiempo que ofrecen el perfil del comercio exterior de una economía, sugieren respuestas a las razones por las cuales un mismo sector puede comportarse de formas variadas en mercados diferentes.

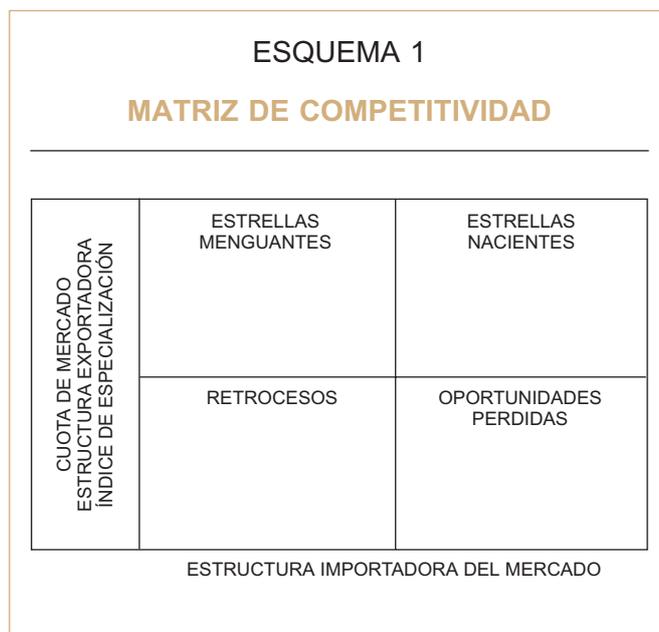
Al relacionar estas variables entre sí, se puede elaborar una taxonomía que permite clasificar a los países desde la perspectiva de su mayor o menor nivel de competitividad.

La matriz de competitividad de la cuota de mercado

Los diversos sectores de exportaciones de servicios se pueden clasificar según su competitividad internacional, a través del comportamiento de la cuota de mercado y de la evolución a lo largo del tiempo de las importaciones mundiales de servicios.

En efecto, la parte del mercado mundial detentada por cada país, en un sector concreto de exportación de servicios, puede aumentar o disminuir con el paso del tiempo. Por su parte, tales modificaciones tienen lugar con aumentos o descensos simultáneos que las actividades exportadoras registran dentro del comercio internacional. Lo dicho anteriormente permite clasificar a los sectores de exportación como *estrellas nacientes*, *oportunidades perdidas*, *estrellas menguantes* y *retrocesos*.

Las estrellas nacientes son aquellas actividades económicas en las cuales un país amplía su cuota de mer-



cado, en circunstancias en las que esas actividades tienen una importancia creciente en el comercio mundial.

Las oportunidades perdidas se producen cuando en algunos sectores exportadores el país analizado pierde cuota de mercado en un contexto en el cual éste está ampliándose.

Las estrellas menguantes corresponden a los sectores exportadores de la actividad económica en los que una economía aumenta su cuota de mercado en el marco de una demanda internacional decreciente.

Finalmente, se define la situación de un sector como de *retroceso* cuando esa actividad económica además de reducir la cuota del mercado mundial detentada, ello se produce en un contexto de contracción del propio mercado mundial (Esquema 1).

La matriz de competitividad de la estructura exportadora

La matriz de competitividad de la estructura exportadora se obtiene cuando se relaciona el comportamiento de la estructura de las exportaciones de un país con el dinamismo del mercado internacional. Análogamente, los cambios en la composición de las exportaciones de

un país pueden ocurrir en la misma dirección o la dirección contraria a los cambios en las importaciones mundiales. Combinando estas dos variables, los sectores de exportación se clasifican como *estrellas nacientes*, *oportunidades perdidas*, *estrellas menguantes* y *retrocesos*, con significados equivalentes a los mencionados anteriormente.

Las *estrellas nacientes* son aquellas actividades económicas en las cuales un país amplía sus entradas de divisas en circunstancias internacionales en las cuales esas actividades tienen una importancia creciente en el mercado mundial.

Las *oportunidades perdidas* se producen en aquellos sectores exportadores en los que una economía reduce sus entradas de activos internacionales en un contexto dinámico de la demanda externa.

Las *estrellas menguantes* corresponderían a aquellas exportaciones que generasen entradas crecientes de divisas en un marco internacional declinante.

Finalmente, se define la situación de un sector como de *retroceso* cuando una rama exportadora además de perder relevancia como generadora de activos externos pierde significación en el mercado mundial (Gráfico 1).

La matriz de competitividad del índice de la especialización

Finalmente, los diversos sectores de la exportación de servicios se pueden clasificar también desde el punto de vista de su competitividad internacional, cuando se conjugan simultáneamente el grado de especialización comercial de cada país con la estructura de las importaciones mundiales.

El índice de especialización se define como la participación relativa que un sector exportador de un país tiene en el comercio mundial de ese sector⁶. Equivalentemente, los

⁶ El índice de la especialización se define como el cociente entre las exportaciones de una categoría de servicios de un país respecto a las exportaciones totales de servicios llevadas a cabo por aquél en relación al mismo coeficiente de la economía mundial.

sectores exportadores se clasifican como *estrellas nacientes*, *oportunidades perdidas*, *estrellas menguantes* y *retrocesos*, con significados similares a los anteriores.

Las *estrellas nacientes* son actividades exportadoras en las cuales un país mejora su grado de especialización internacional, en circunstancias en las que el mercado mundial se manifiesta dinámico.

Las *oportunidades perdidas* se producen en aquellos sectores en los que una economía reduce su grado de especialización comercial en un contexto de una demanda internacional en expansión.

Las *estrellas menguantes* corresponden a situaciones de sectores económicos que mejoran su grado de especialización en un escenario externo declinante.

Finalmente, se define que un sector está en *retroceso* cuando además de empeorar el grado de especialización del mismo, se reduce su importancia dentro del comercio mundial (Esquema 1).

5. La competitividad internacional del sector de los servicios en algunos países europeos

Perspectiva general del sector de servicios

a) La competitividad de los países europeos

Teniendo en cuenta todo lo anterior, a continuación se van a examinar las principales transformaciones que han tenido lugar en las economías analizadas, con respecto a la competitividad internacional y a su capacidad de penetración en la economía mundial.

Así, se enfatiza la competitividad de cada país en el mercado mundial de servicios. La evolución de la cuota de mercado demuestra la capacidad de la penetración de los sectores de exportación de cada país en la economía internacional. A lo largo del tiempo, los países pueden ganar o perder presencia como proveedores internacionales de actividades terciarias.

El Cuadro 2 refleja la evolución de las cuotas del mercado mundial mantenidas por cada uno de los países examinados.

CUADRO 2
EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO, 1990-2003
(En %)

Sector	1990			1995			2000					
	Servicios totales	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas	Servicios totales	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas	Servicios totales	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas
<i>Países europeos:</i>												
Alemania	7,7	7,3	5,5	7,5	6,7	6,9	4,6	7,6	5,7	5,9	4,0	7,5
Austria	2,8	0,7	5,2	3,3	2,6	1,3	3,4	4,1	2,1	1,3	2,2	3,6
Belgica-Luxemburgo .	3,4	3,4	1,4	4,7	2,9	3,4	1,5	3,2	3,3	3,4	1,6	2,8
Dinamarca	1,6	1,9	1,3	2,5	1,2	2,1	0,9	1,6	1,6	3,9	0,9	1,7
España	3,4	2,2	7,2	1,2	3,3	2,0	6,4	1,5	3,5	2,3	6,7	2,2
Francia	9,3	7,4	7,8	11,8	6,8	6,6	7,0	8,2	5,4	5,4	6,7	5,4
Finlandia	0,6	0,8	0,5	0,6	0,6	0,7	0,4	0,8	0,4	0,5	0,3	0,4
Grecia	0,8	0,1	1,0	1,8	0,8	0,1	1,0	1,7	1,3	2,2	2,0	0,3
Holanda	3,6	6,0	1,6	4,0	3,7	5,9	1,7	4,2	3,1	5,0	1,6	3,4
Irlanda	0,4	0,5	0,6	0,4	0,4	0,3	0,6	0,5	1,1	0,5	0,6	0,8
Italia	6,0	4,7	6,3	8,2	5,0	3,5	7,3	4,6	3,7	2,9	5,9	3,8
Noruega	1,5	3,9	0,6	1,1	1,1	2,7	0,6	0,6	1,1	2,7	0,4	1,1
Portugal	0,6	0,4	1,4	0,3	0,7	0,6	1,2	0,2	0,6	0,4	1,1	0,2
Suecia	1,7	2,3	1,1	0,9	1,3	1,8	0,9	0,9	1,3	1,4	0,9	1,8
Suiza	2,3	1,5	2,9	1,6	2,1	1,4	2,4	1,5	1,9	1,5	1,7	1,2
Reino Unido	6,8	6,1	6,0	6,4	6,4	5,6	5,2	6,0	7,7	5,9	4,7	9,1
Total europeos . . .	52,5	49,3	50,3	56,3	45,6	45,1	44,9	47,2	43,8	45,2	41,3	45,4
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>												
Eslovaquia	—	—	—	—	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1
Hungría	0,3	0,0	0,4	0,8	0,4	0,2	0,7	0,6	0,4	0,2	0,7	0,3
Polonia	0,4	0,8	0,1	0,4	0,9	1,1	0,6	0,4	0,7	0,7	1,2	0,4
República Checa . . .	0,3	0,7	0,2	0,2	0,5	0,6	0,7	0,6	0,5	0,4	0,6	0,4
Turquía	1,0	0,4	1,2	1,5	1,2	0,5	1,3	1,2	1,4	0,8	1,7	1,5
Total	2,0	1,9	1,9	3,0	3,2	2,6	3,4	3,1	3,0	2,4	4,4	2,8
Total muestra	54,5	51,2	52,2	59,3	48,8	47,6	48,3	50,3	46,9	47,6	45,6	48,2

En 2000, los países europeos se clasificaron entre los principales oferentes mundiales. De hecho, las economías analizadas detentaron alrededor del 45 por 100 del mercado mundial de las *exportaciones totales de servicios* (Cuadros 2 y 3). A lo largo de la década analizada, el ritmo de expansión de la cuota de mercado mantenida por cada economía fue muy diverso, reflejando diferentes comportamientos competitivos.

Durante 1990-2000, y considerando las exportaciones totales de servicios, Grecia e Irlanda por una parte y, por la otra, casi todos los menos industrializados, mostraron un comportamiento muy competitivo ya que aumentaron su cuota de mercado en el mercado mundial en proporciones que fluctuaron entre el 40 por 100 y su casi triplicación. Sin embargo, Dinamarca, España y el Reino Unido mejoraron su competitividad moderadamente. Tales

CUADRO 3
CUOTA DE MERCADO: TASAS DE CRECIMIENTO
(En %)

Sector	1990-1995				1995-2000			
	Servicios totales	Transportes y comunicaciones	Viajes	Servicios a empresas	Servicios totales	Transportes y comunicaciones	Viajes	Servicios a empresas
<i>Países europeos:</i>								
Alemania	-13,4	-5,4	-17,4	1,8	-14,5	-15,3	-12,5	-1,9
Austria	-7,3	88,1	-34,3	25,0	-20,8	3,9	-36,2	-11,5
Belgica-Luxemburgo . . .	-16,4	0,5	3,2	-31,8	14,3	0,1	8,9	-10,7
Dinamarca	-20,1	14,5	-27,5	-34,7	29,7	82,0	-5,8	3,8
España	-3,6	-6,9	-10,0	21,3	8,4	13,7	4,1	51,0
Francia	-26,3	-11,2	-10,8	-30,6	-21,6	-17,8	-3,7	-34,6
Finlandia	6,8	-15,5	-8,8	33,4	-32,2	-26,9	-26,5	-52,2
Grecia	-1,9	-18,2	4,8	-4,4	63,1	1784,1	91,1	-85,1
Holanda	5,0	-2,5	3,8	5,5	-18,2	-15,4	-6,2	-18,5
Irlanda	-2,5	-26,9	-0,7	24,6	172,5	36,6	2,6	71,6
Italia	-16,9	-25,5	14,4	-44,2	-25,2	-17,7	-18,0	-15,9
Noruega	-28,3	-29,0	-6,5	-45,9	2,8	-2,9	-21,5	88,1
Portugal	8,3	62,7	-10,9	-26,0	-16,0	-23,3	-7,0	-8,7
Suecia	-23,8	-22,6	-21,9	-1,6	5,6	-24,1	0,3	102,6
Suiza	-7,7	-11,0	-16,3	-4,7	-9,6	8,2	-29,6	-20,5
Reino Unido	-6,5	-9,0	-13,8	-7,2	20,8	4,9	-8,9	52,5
Total europeos	-13,2	-8,7	-10,6	-16,1	-3,8	0,2	-8,1	-3,8
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>								
Eslovaquia	—	—	—	—	-23,3	2,9	-40,4	-37,1
República Checa	68,5	-14,9	300,3	154,1	-17,2	-25,4	-11,5	-37,4
Hungría	20,3	699,9	76,2	-23,3	-5,0	5,6	11,4	-43,6
Polonia	123,4	27,4	322,3	-1,4	-20,8	-30,9	111,0	-18,4
Turquía	22,0	30,0	0,8	-20,9	13,9	49,5	32,0	29,7
Total otros	58,0	34,8	74,5	2,9	-5,4	-7,1	28,8	-10,0

comportamientos difirieron de los registrados por las exportaciones de Alemania, Finlandia, Francia, Italia y Noruega, entre otros, que perdieron cuota de mercado.

Por sectores, en 2000 las economías industrializadas europeas detentaron casi más de la mitad del mercado mundial de los servicios de *transporte y comunicaciones* y de *otros servicios a las empresas* y alrededor de las dos quintas partes del mercado mundial de *viajes*.

En el sector de servicios de *transportes y comunicaciones*, 8 de los 20 países analizados mostraron com-

portamientos muy competitivos puesto que a finales de 2000 ampliaron considerablemente su cuota de mercado. Específicamente, Austria, Dinamarca, Grecia, Portugal y más alejadamente España que junto con Hungría y Turquía registraron una fuerte capacidad de penetración en el mercado internacional (Cuadros 2 y 3).

Sin embargo, los países más competitivos no necesariamente tienen por qué coincidir con los principales exportadores del mundo. Así, en 2000, los exportadores

más grandes del mundo de este tipo de comercio internacional de servicios fueron Alemania, Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca, Francia, Italia, Países Bajos y Reino Unido. Estas siete economías llevaron a cabo alrededor de un tercio de las exportaciones mundiales de servicios de transporte y comunicaciones. Aunque como ya se ha dicho, no todos fueron igualmente competitivos. La idea de competitividad utilizada en este trabajo, tiene como objetivo subrayar el hecho de que las implicaciones para el conjunto del sistema económico de un país como Dinamarca —cuya cuota del mercado mundial se incrementó rápidamente de 1,9 por 100 en 1990 a 3,9 por 100 en 2000— son diferentes de las registradas en un exportador como Alemania, cuya participación de mercado bajó de alrededor de 7 por 100 a poco menos de 6 por 100 a finales de la década.

En 2000, a través de exportaciones de servicios de *viajes* solamente 2 de los 16 países europeos industrializados (Bélgica-Luxemburgo y Grecia especialmente) y casi todas las economías europeas menos industrializadas mostraron comportamientos comerciales expansivos.

Pese a lo anterior, los grandes proveedores del mundo fueron Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido, que en conjunto controlaron más de la cuarta parte de las ventas mundiales. Sin embargo, al final del período todos habían perdido competitividad (Alemania y el Reino Unido más significativamente) puesto que la parte del mercado mundial que controlaron fue menor que la de comienzos del período.

En 2000, las exportaciones mundiales de *otros servicios a empresas* fueron especialmente dinámicas, entre otros, para España, Irlanda, Suecia y el Reino Unido así como para la República Checa. En todos los casos, las ampliaciones de las cuotas fueron mayores del 40 por 100 y algunas de ellas se duplicaron o casi.

Sin embargo, puesto que el comportamiento competitivo no necesariamente coincide con el tamaño de la presencia comercial en el mercado, los grandes oferentes mundiales de este tipo de servicios fueron Alemania, Austria, Francia, Italia, los Países Bajos y el Reino Unido, que en conjunto efectuaron la tercera parte de las

exportaciones totales al mundo. A su vez, de esas economías, Francia e Italia fueron las que registraron las mayores pérdidas de competitividad, puesto que sus cuotas de mercado declinaron más de un 50 por 100 entre comienzos y finales de la década.

A su vez, estas tendencias generales en el ámbito de la competitividad resultaron muy diferentes entre el primer y segundo quinquenio.

De hecho, entre 1990 y 1995, más de la mitad (13) de los países europeos industrializados registró descensos en las cuotas de mercado mantenidas a través de sus *exportaciones totales de servicios*. Por el contrario, entre 1995 y 2000, el número de las economías avanzadas que perdieron participación de mercado fue mucho menor (8).

En el primer quinquenio, las ventas mundiales de servicios de *transportes y comunicaciones* se acrecentaron solamente en 4 de los 16 países europeos industrializados, mientras que en la segunda mitad de la década aumentaron en 8. Aunque, no todas las economías tuvieron comportamientos similares. Así, por ejemplo, durante la primera mitad de los noventa, Austria casi duplicó su presencia en ese mercado internacional y en contraste en el segundo quinquenio la expansión fue muy moderada (4 por 100); Dinamarca registró un comportamiento competitivo muy intenso, ya que en el primer período incrementó sus exportaciones mundiales en casi 15 por 100 y en el segundo por encima de 80 por 100; Francia, confirmó su pérdida de competitividad a lo largo de ambos períodos, ya que mientras que en el primero perdió en torno al 11 por 100 de la cuota que tenía, en el segundo todavía perdió más (casi 18 por 100).

Por su parte, entre 1990 y 1995 a través de las exportaciones llevadas a cabo de servicios de *viajes*, 4 países industrializados europeos aumentaron su presencia en ese mercado mundial (Bélgica-Luxemburgo, Grecia, Italia y Países Bajos). En el período 1995-2000 la lista se amplió en uno más (5), desapareciendo de la misma Italia y los Países Bajos e incorporándose España, Irlanda y Suecia. Los comportamientos de los países variaron a lo largo de la década. Así, en Grecia el ritmo de creci-

miento de su penetración en ese mercado de servicios fue marcadamente mayor en la segunda mitad donde casi se duplicó que en la primera (5 por 100). En Italia, los exportadores ampliaron su cuota de mercado en cerca de 15 por 100 entre 1990 y 1995, mientras que en el segundo quinquenio vieron como aquélla se contraía cerca de 20 por 100. España experimentó la situación contraria, ampliando levemente su presencia en los mercados internacionales entre 1995 y 2000 lo que, pese a ello, no le permitió compensar la reducción de 10 por 100 registrada en la primera mitad del decenio.

Finalmente, durante 1990 y 1995, a través de las exportaciones de *otros servicios a empresas* solamente seis de las economías industrializadas aumentaron su presencia en los mercados internacionales. Entre las economías europeas industrializadas más dinámicas con respecto a las exportaciones de ese tipo se encontraban, entre otras, Austria, España, Finlandia e Irlanda; en todos esos casos, el crecimiento de sus cuotas de mercado fluctuó alrededor de 20-30 por 100, aunque todos ellos excepto Austria continuaron siendo exportadores pequeños. A su vez, entre los grandes exportadores el menos competitivo fue Francia que perdió algo más del 30 por 100 de la cuota que mantenía en 1990. En la segunda mitad de la década, algunos de los países más dinámicos perdieron competitividad, otros la aumentaron aún más y algunos nuevos competidores aparecieron en la escena. Así por ejemplo, Austria y Finlandia perdieron presencia en el mercado internacional ya que sus cuotas se redujeron entre 10 y 50 por 100, respectivamente; España e Irlanda continuaron ensanchando su presencia con mucho más intensidad que en el primer quinquenio, 50 y 70 por 100, respectivamente, y Noruega más que recuperó (casi 90 por 100 de incremento) la pérdida de los años anteriores.

b) *La estructura exportadora de los países europeos*

Con el análisis de esta variable se puede apreciar la importancia de las exportaciones de servicios como ge-

neradoras de divisas internacionales para las economías analizadas.

De acuerdo con los datos disponibles, el primer hecho relevante que se demuestra a través del Cuadro 3 es que las exportaciones de los tres tipos de servicios analizados tenían un peso muy fuerte en los ingresos derivados de las *exportaciones totales de servicios*.

De hecho, en 2000 para los países europeos industrializados así como para los no industrializados, alrededor de las cuatro quintas partes de las entradas totales de las exportaciones de servicios procedieron, en promedio, de las exportaciones de servicios de *transportes y comunicaciones, servicios de viajes y otros servicios a las empresas*.

En algunos casos, la importancia de tales exportaciones fue crucial. Así, en Austria, España, Francia, Grecia, Italia, Noruega, y Portugal, estas exportaciones representaron ratios cercanos al 90 por 100 de los ingresos totales de las ventas exteriores de servicios. En cambio, para Irlanda constituyeron algo menos de la mitad. Pese a lo anterior, durante la década la evolución de estos ingresos disminuyó en la mayoría de los países de la muestra y solamente en Alemania, Dinamarca, Francia, Italia y Suecia fueron mayores a finales del período que a comienzos del mismo.

Estos sectores tuvieron una importancia variada en el proceso de generación de activos internacionales.

En 2000 las exportaciones de servicios de *transporte y comunicaciones* generaron entre 40-60 por 100 de los ingresos totales de las exportaciones de servicios de Dinamarca, Grecia, los Países Bajos y Noruega. Aunque solamente en Dinamarca y Grecia demostraron un comportamiento muy dinámico durante la totalidad del período. Por su parte, para Alemania, Bélgica-Luxemburgo, Francia, Finlandia, Portugal y Suecia estas exportaciones representaron alrededor de 20-30 por 100 de la totalidad de las divisas obtenidas por las ventas de servicios; de todos los países de la muestra, solamente en los casos de Francia, Grecia y Portugal este tipo de ingresos registraron una mayor proporción a fines del período que a comienzos del mismo (Cuadros 4 y 5).

CUADRO 4
ESTRUCTURA EXPORTADORA, 1990-2000
(En %)

Sector	1990					1995					2000				
	Servicios totales	Total 3 servicios	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas	Servicios totales	Total 3 servicios	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas	Servicios totales	Total 3 servicios	Transportes y comuni- caciones	Viajes	Servicios a empresas
Mundo (exportaciones).	100	82,4	26,8	31,5	24,1	100	81,3	25,7	32,2	23,4	100	78,6	24,2	30,6	23,8
<i>Países europeos:</i>															
Alemania	100	71,3	25,4	22,5	23,4	100	75,3	26,6	21,9	26,8	100	77,3	24,8	21,3	31,2
Austria	100	92,1	6,4	57,6	28,0	100	91,0	12,5	41,7	36,7	100	89,0	15,4	31,9	41,7
Belgica-Luxemburgo	100	72,4	26,6	13,1	32,7	100	73,1	30,6	16,5	25,9	100	60,8	25,2	15,0	20,6
Dinamarca	100	97,0	32,2	26,0	38,7	100	99,1	44,2	24,1	30,8	100	100	58,4	16,6	25,0
España	100	92,6	17,4	66,5	8,7	100	90,2	16,1	63,4	10,7	100	88,8	15,9	57,9	15,1
Francia	100	78,8	21,5	26,5	30,8	100	85,9	24,9	32,8	28,2	100	86,7	24,6	38,3	23,9
Finlandia	100	89,8	39,7	25,4	24,7	100	82,3	30,2	22,1	30,0	100	74,8	30,6	22,8	21,5
Grecia	100	99,2	4,9	39,4	54,8	100	98,9	3,9	43,1	52,0	100	95,3	42,5	47,9	4,8
Holanda	100	86,9	45,6	14,2	27,1	100	81,4	40,6	14,3	26,5	100	81,9	39,5	15,6	26,8
Irlanda	100	94,3	29,6	42,4	22,3	100	93,0	21,3	44,1	27,7	100	43,5	10,0	15,8	17,7
Italia	100	86,9	21,0	33,1	32,7	100	86,0	18,0	46,6	21,3	100	91,7	18,7	48,6	24,4
Noruega	100	96,1	67,0	12,3	16,8	100	92,3	63,6	16,4	12,3	100	91,2	56,5	11,9	22,8
Portugal	100	98,2	15,5	69,8	12,9	100	89,6	22,4	58,7	8,6	100	90,4	19,2	61,8	9,5
Suecia	100	71,8	37,5	21,2	13,1	100	75,2	36,5	22,2	16,4	100	76,8	24,7	20,1	32,0
Suiza	100	74,0	18,0	39,2	16,8	100	69,8	16,7	36,3	16,8	100	60,7	18,8	26,9	15,0
Reino Unido	100	74,3	24,1	27,6	22,6	100	70,3	22,5	26,0	21,8	100	65,0	18,3	18,6	28,0
Promedio europeo		86,0	27,0	33,6	25,4		84,6	26,9	33,1	24,5		79,6	27,7	29,4	22,5
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>															
Eslovaquia	—	—	—	—	—	100	90,0	37,0	26,2	26,8	100	88,4	46,7	19,3	22,4
Hungría	100	91,0	1,5	34,2	55,3	100	94,7	9,3	51,1	34,3	100	87,4	9,8	57,0	20,7
Polonia	100	96,1	57,3	11,2	27,6	100	64,7	31,3	21,6	11,8	100	92,7	25,7	54,7	12,4
República Checa	100	89,6	53,9	17,7	18,1	100	95,4	26,1	42,8	26,5	100	85,9	22,1	43,5	20,4
Turquía	100	89,1	11,5	40,2	37,4	100	69,2	11,7	33,9	23,6	100	79,1	14,5	37,4	27,2
Otros, promedio		91,4	31,0	25,8	34,6		82,8	23,1	35,1	24,6		86,7	23,7	42,4	20,6
Promedio muestra		87,1	27,8	32,0	27,2		84,2	26,0	33,6	24,6		81,3	26,7	32,5	22,0

A finales de 2000, las exportaciones servicios de *viajes* generaron alrededor del 50 por 100 o más de los ingresos de las exportaciones totales de servicios de España, Grecia, Italia y Portugal; sin embargo, ese comportamiento difirió entre ellos ya que mientras que en los países del Adriático aumentaron entre 20 y 50 por 100 entre comienzos y finales del período, en los otros dos declinaron algo más de 10 por 100. Además, para otros seis países industrializados de Europa (Alemania, Aus-

tria, Francia, Finlandia, Suecia y Suiza) estas exportaciones equivalieron a entre un quinto y un tercio de la totalidad de las divisas procedentes del comercio exterior de servicios; de ellos, sólo la economía francesa tenía mayores entradas por este concepto a finales que a comienzos de la década.

Por último, a través de las exportaciones realizadas en 2000 de *otros servicios a las empresas*, Alemania, Austria y Suecia obtuvieron un tercio o más de sus acti-

CUADRO 5
ESTRUCTURA EXPORTADORA: TASAS DE CRECIMIENTO

Sector	1990-1995				1995-2000			
	Total 3 servicios	Transportes y comunicaciones	Viajes	Servicios a empresas	Total 3 servicios	Transportes y comunicaciones	Viajes	Servicios a empresas
Mundo (exportaciones)	-1,3	-4,1	2,2	-2,8	-3,4	-6,0	-5,0	1,6
<i>Países europeos:</i>								
Alemania	5,6	4,8	-2,6	14,3	2,7	-6,8	-2,8	16,6
Austria	-1,2	94,6	-27,6	31,1	-2,2	23,3	-23,5	13,4
Bélgica-Luxemburgo	1,0	15,3	26,2	-20,7	-16,9	-17,7	-9,5	-20,7
Dinamarca	2,2	37,4	-7,3	-20,6	0,9	31,9	-31,0	-18,8
España	-2,6	-7,4	-4,6	22,3	-1,6	-1,4	-8,8	41,4
Francia	8,9	15,6	23,7	-8,5	1,0	-1,4	16,7	-15,3
Finlandia	-8,4	-24,1	-12,7	21,4	-9,1	1,3	2,9	-28,5
Grecia	-0,2	-20,0	9,2	-5,2	-3,7	986,1	11,3	-90,7
Holanda	-6,3	-10,9	1,0	-2,3	0,5	-2,8	8,9	1,1
Irlanda	-1,3	-28,2	4,0	24,1	-53,3	-52,9	-64,2	-36,1
Italia	-1,0	-14,1	40,7	-34,8	6,6	3,6	4,3	14,2
Noruega	-4,0	-5,1	33,1	-26,7	-1,1	-11,2	-27,4	85,7
Portugal	-8,8	44,1	-15,9	-33,6	0,9	-14,1	5,3	10,4
Suecia	4,6	-2,6	4,6	25,5	2,1	-32,4	-9,7	94,9
Suiza	-5,6	-7,5	-7,3	0,4	-13,1	12,6	-25,9	-10,6
Reino Unido	-5,4	-6,7	-5,9	-3,5	-7,5	-18,3	-28,3	28,3
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>								
Eslovaquia	—	—	—	—	-1,9	26,1	-26,2	-16,7
Hungría	4,1	537,3	49,6	-38,1	-7,7	4,6	11,4	-39,7
Polonia	-32,6	-45,3	93,1	-57,1	43,2	-18,0	153,1	4,6
República Checa	6,5	-51,6	142,6	46,6	-9,9	-15,3	1,5	-23,2
Turquía	-22,3	2,1	-15,6	-37,0	14,2	23,4	10,1	15,6

vos externos; además, en los tres casos éstos registraron fuertes incrementos entre comienzos y finales del decenio y en uno de ellos su más que duplicación. Este tipo de exportaciones también generaron entradas importantes —alrededor de 20-30 por 100— para Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca, Francia, Finlandia, Italia, Países Bajos, Noruega y Reino Unido, pero en todos los casos, excluidos los dos últimos fueron menores en 2000 que en 1990. Aunque este tipo de ingresos creció en España muy rápidamente casi duplicándose, su importancia relativa fue menor porque sólo generaron el 15 por 100 de los ingresos totales.

Estas tendencias globales tuvieron comportamientos similares entre la primera y la segunda mitad de la década.

Así, entre 1990 y 1995, las entradas de divisas internacionales procedentes de las exportaciones de los tres tipos de servicios analizados generaron el 85 por 100 de los *ingresos totales* de los países analizados. Simultáneamente, durante la primera mitad de la década, en cuatro países europeos industrializados crecieron sus ingresos de divisas a través de estas exportaciones, mientras que en la segunda mitad del período ello sucedió en siete casos.

En 1995, las exportaciones de servicios de *transporte y comunicaciones* generaron del orden de 40-60 por 100 de los ingresos totales del comercio de servicios en Dinamarca, los Países Bajos y Noruega. En otros ocho países, esa proporción representó alrededor de 20-30 por 100 (Alemania, Bélgica-Luxemburgo, Francia, Finlandia, Irlanda, Portugal y Reino Unido). Pese a lo anterior, en el primer quinquenio no todos los países consiguieron que los ingresos procedentes de estas exportaciones tuviesen el mismo comportamiento. Así por ejemplo, en Austria, estas entradas se duplicaron y en Dinamarca y Portugal los aumentos fluctuaron alrededor de 40 por 100. Simultáneamente, para un número amplio de países estos ingresos declinaron.

Durante el mismo período, los ingresos procedentes de la venta internacional de servicios de *viajes* generaron un tercio de los ingresos totales de las economías industrializadas europeas. En Austria, España, Grecia, Irlanda, Italia y Portugal representaron 40-60 por 100. Sin embargo, el sendero seguido por tales ingresos fue extremadamente diverso; mientras que en Italia se ampliaron por encima de 40 por 100, en España cayeron cerca de 5 por 100 y en Austria y Portugal todavía más (entre -16 y 28 por 100, respectivamente).

En el período 1990-1995, para el conjunto de las economías industrializadas europeas, los activos exteriores obtenidos a través de las exportaciones de *otros servicios a las empresas* supusieron la cuarta parte del total. Para un grupo reducido de aquéllos (Austria, Dinamarca, Finlandia y Grecia) esa proporción representó 30 por 100 o más de sus ingresos totales. En contraste, para España y Portugal tuvieron menos importancia (8 y 10 por 100, respectivamente). En ese período, los países cuyos ingresos por este concepto más rápidamente aumentaron fueron Austria, España, Finlandia, Irlanda, y Suecia; en todos ellos incrementos fluctuaron entre 20-30 por 100. Simultáneamente, en otros como Italia y Portugal las entradas se redujeron cerca de 35 por 100.

En el quinquenio 1995-2000 las tendencias descritas anteriormente se vieron modificadas. Así a finales de la

década, la importancia relativa de estos tres tipos de exportaciones declinó por debajo de las cuatro quintas partes de los *ingresos totales* de los países industrializados europeos.

Asimismo, en 2000 las exportaciones de servicios de *transportes y comunicaciones* generaron más de un cuarto de los ingresos totales de servicios de nueve países europeos industrializados, uno menos que en el quinquenio anterior. Entre ellos, los que obtuvieron los mayores ingresos a través de esas exportaciones fueron Dinamarca y Noruega (más de 55 por 100 del total) y los Países Bajos (40 por 100). Pese a ello, cada trayectoria difirió porque, por ejemplo, aunque Dinamarca completó una década continuada de expansión, el ritmo de ésta fue mayor en la primera mitad del período (37 por 100) que en la segunda (32 por 100); en Grecia se produjo un drástico cambio de orientación y un retroceso del 20 por 100 en los ingresos registrados por este tipo de ventas externas (entre 1990 y 1995 se pasó a un alza espectacular que permitió que más que se decuplicasen a finales del decenio); en los Países Bajos y Noruega los retrocesos contabilizados en el primer quinquenio se vieron ampliados con los anotados en el segundo.

A finales de 2000, las exportaciones de servicios de *viajes* permitieron que diez economías europeas —tres menos que en el subperíodo anterior— obtuvieran más del 20 por 100 de sus ingresos externos mediante estas exportaciones. Estas entradas de divisas internacionales representaron para España, Francia, Grecia, Italia y Portugal alrededor de 40-60 por 100 de sus ingresos totales. Nuevamente, en términos del dinamismo, no todos los países se comportaron de la misma manera ya que, mientras que Francia e Italia completaron dos períodos de cinco años de crecimiento continuado pero mayor en el segundo que en el primero, en Grecia —que también completó una década de expansión— la mayor aceleración se produjo en el segundo subperíodo. En Portugal, la merma de ingresos de la primera mitad del decenio no se vio compensada con el aumento de la segunda mitad y a finales del período eran meno-

CUADRO 6

ESTRUCTURA IMPORTADORA MUNDIAL
(En %)

	1990	1995	2000
Total servicios	100,0	100,0	100,0
<i>Total 3 sectores analizados</i>	82,4	81,3	78,6
Transportes y comunicaciones	26,8	25,7	24,2
Viajes	31,5	32,2	30,6
Servicios a empresas.	24,1	23,4	23,8

CUADRO 7

ESTRUCTURA IMPORTADORA MUNDIAL:
TASAS DE CRECIMIENTO
(En %)

	1990/ 2000	1990/ 1995	1995/ 2000
<i>Total 3 sectores analizados</i>	-4,6	-1,3	-3,3
Transportes y comunicaciones	-9,7	-4,1	-5,8
Viajes	-2,9	2,2	-5,0
Servicios a empresas.	-1,2	-2,9	1,7

res que a comienzos del mismo. En España, por su parte, volvieron a contraerse en el segundo quinquenio.

Entre 1995 y 2000, como consecuencia de las ventas externas de *otros servicios a empresas*, 11 países industrializados europeos —igual que en la etapa anterior— acumularon más del 20 por 100 de sus ingresos exteriores de servicios. Entre ellos, los que mayores entradas de divisas acumularon fueron Austria (más de 40 por 100), y Alemania y Suecia (alrededor de 30 por 100). Sin embargo, las trayectorias seguidas por estos países fueron muy diferentes. Así, en el primer caso se completaron dos quinquenios continuos con tasas de crecimiento que se desaceleraron, lo que no impidió que Austria fuese el país europeo en donde mayor importancia tuvieron este tipo de ingresos; en el segundo caso, la expansión de los dos subperíodos fue relativamente similar y, en el tercero, las entradas suecas de divisas internacionales registraron una enorme aceleración que permitió que la importancia relativa de éstas respecto a los ingresos totales más que se duplicase en el plazo de diez años.

c) *La estructura importadora del mercado mundial*

Finalmente, los Cuadros 6 y 7 reflejan los cambios registrados entre 1990 y 2000 por las importaciones mundiales de servicios.

Los cuadros muestran qué actividades ganaron importancia dentro del comercio internacional y cuáles la

perdieron. La idea es que el mayor o menor grado de dinamismo en el comercio internacional de servicios está asociado al mayor o menor peso que tales actividades tengan dentro de la estructura de las importaciones efectuadas por la economía mundial. De forma tal que aquellas importaciones de servicios que ganen participación dentro de las importaciones mundiales serán las actividades más dinámicas internacionalmente y lo contrario en el caso inverso.

Según los datos disponibles, el primer hecho relevante fue que los tres sectores de servicios analizados perdieron un cierto dinamismo en el comercio internacional ya que, mientras en 1990 representaron algo más de las cuatro quintas partes de las importaciones mundiales de servicios, en 2000 ese coeficiente se situó en poco más de las dos terceras partes (Cuadros 6 y 7).

En la década analizada las *importaciones mundiales* de servicios de *transportes y comunicaciones*, *servicios de viajes* y *otros servicios a empresas* registraron en conjunto un leve descenso (-4,5 por 100).

El segundo hecho significativo fue que todas las actividades importadoras analizadas disminuyeron su importancia dentro del comercio mundial de servicios. Es decir, todas ellas eran menos dinámicas al final del período que al principio.

En ese lapso la actividad menos dinámica fue la relacionada con las importaciones de servicios de *transporte y comunicaciones*, la cual debido a una declinación de

CUADRO 8

MATRICES DE COMPETITIVIDAD: CUOTA DE MERCADO, 1990-1995

País	Transportes y comunicaciones		Viajes		Servicios a empresas				
	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país			
<i>Países europeos:</i>									
Alemania	-4,1	R	-5,4	2,2	OP	-17,4	-2,9	EM	1,8
Austria	-4,1	EM	88,1	2,2	OP	-34,3	-2,9	EM	25,0
Bélgica-Luxemburgo	-4,1	EM	0,5	2,2	EN	3,2	-2,9	R	-31,8
Dinamarca	-4,1	EM	14,5	2,2	OP	-27,5	-2,9	R	-34,7
España	-4,1	R	-6,9	2,2	OP	-10,0	-2,9	EM	21,3
Francia	-4,1	R	-11,2	2,2	OP	-10,8	-2,9	R	-30,6
Finlandia	-4,1	R	-15,5	2,2	OP	-8,8	-2,9	EM	33,4
Grecia	-4,1	R	-18,2	2,2	EN	4,8	-2,9	R	-4,4
Holanda	-4,1	R	-2,5	2,2	EN	3,8	-2,9	EM	5,5
Irlanda	-4,1	R	-26,9	2,2	OP	-0,7	-2,9	EM	24,6
Italia	-4,1	R	-25,5	2,2	EN	14,4	-2,9	R	-44,2
Noruega	-4,1	R	-29,0	2,2	OP	-6,5	-2,9	R	-45,9
Portugal	-4,1	EM	62,7	2,2	OP	-10,9	-2,9	R	-26,0
Suecia	-4,1	R	-22,6	2,2	OP	-21,9	-2,9	R	-1,6
Suiza	-4,1	R	-11,0	2,2	OP	-16,3	-2,9	R	-4,7
Reino Unido	-4,1	R	-9,0	2,2	OP	-13,8	-2,9	R	-7,2
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>									
Eslovaquia							-2,9		
Hungría	-4,1	EM	699,9	2,2	EN	76,2	-2,9	R	-23,3
Polonia	-4,1	EM	27,4	2,2	EN	322,3	-2,9	R	-1,4
República Checa	-4,1	R	-14,9	2,2	EN	300,3	-2,9	EM	154,1
Turquía	-4,1	EM	30,0	2,2	EN	0,8	-2,9	R	-20,9

casi 10 por 100, pasó de representar más de un cuarto de las importaciones mundiales a suponer menos del 25 por 100. También, decrecieron las compras mundiales de servicios de *viajes* y de *otros servicios a empresas* si bien el tamaño de los retrocesos fue mucho menor.

Entre 1990 y 1995 tan sólo las exportaciones de servicios de *viajes* se comportaron como levemente dinámicas ya que merced a un alza de poco más de 2 por 100 aumentaron suavemente su peso relativo en la estructura importadora del mundo. En el mismo lapso, las importaciones mundiales de servicios de *transportes y comunicaciones* y de *otros servicios a empresas* se redujeron 4 y 3 por 100, respectivamente.

Por otra parte, en el período 1995-2000 las actividades exportadoras de servicios de *transportes y comuni-*

caciones y de *viajes* perdieron dinamismo, ya que se contrajeron alrededor de 5 por 100; en cambio, las ventas mundiales de *otros servicios a empresas* se incrementaron suavemente (2 por 100).

La matriz de competitividad

La matriz de competitividad de la cuota de mercado

Como ya se ha indicado, un primer procedimiento de medición de la competitividad de un país consiste en analizar, simultáneamente, los cambios en la cuota de mercado que una economía mantiene del mercado mundial con los cambios que a través de tiempo tienen lugar en este último.

CUADRO 9

MATRICES DE COMPETITIVIDAD: CUOTA DE MERCADO, 1995-2000

	Transportes y comunicaciones		Viajes		Servicios a empresas				
	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país	Importaciones mercado mundial	Cuota mercado por país			
<i>Países europeos:</i>									
Alemania	-5,8	R	-15,3	-5,0	R	-12,5	1,7	OP	-1,9
Austria	-5,8	EM	3,9	-5,0	R	-36,2	1,7	OP	-11,5
Belgica-Luxemburgo	-5,8	EM	0,1	-5,0	EM	8,9	1,7	OP	-10,7
Dinamarca	-5,8	EM	82,0	-5,0	R	-5,8	1,7	EN	3,8
España	-5,8	EM	13,7	-5,0	EM	4,1	1,7	EN	51,0
Francia	-5,8	R	-17,8	-5,0	R	-3,7	1,7	OP	-34,6
Finlandia	-5,8	R	-26,9	-5,0	R	-26,5	1,7	OP	-52,2
Grecia	-5,8	EM	1.784,1	-5,0	EM	91,1	1,7	OP	-85,1
Holanda	-5,8	R	-15,4	-5,0	R	-6,2	1,7	OP	-18,5
Irlanda	-5,8	EM	36,6	-5,0	EM	2,6	1,7	EN	71,6
Italia	-5,8	R	-17,7	-5,0	R	-18,0	1,7	OP	-15,9
Noruega	-5,8	R	-2,9	-5,0	R	-21,5	1,7	EN	88,1
Portugal	-5,8	R	-23,3	-5,0	R	-7,0	1,7	OP	-8,7
Suecia	-5,8	R	-24,1	-5,0	EM	0,3	1,7	EN	102,6
Suiza	-5,8	EM	8,2	-5,0	R	-29,6	1,7	OP	-20,5
Reino Unido	-5,8	EM	4,9	-5,0	R	-8,9	1,7	EN	52,5
<i>Países de Europa Central y Oriental:</i>									
Eslovaquia	-5,8	EM	2,9	-5,0	R	-40,4	1,7	OP	-37,1
Hungría	-5,8	EM	5,6	-5,0	EM	11,4	1,7	OP	-43,6
Polonia	-5,8	R	-30,9	-5,0	EM	111,0	1,7	OP	-18,4
República Checa	-5,8	R	-25,4	-5,0	R	-11,5	1,7	OP	-37,4
Turquía	-5,8	EM	49,5	-5,0	EM	32,0	1,7	EN	29,7

El sector exportador de un país puede ganar o perder participación en el mercado mundial al mismo tiempo que el comercio internacional de ese sector puede estar ampliándose o reduciéndose. Tales comportamientos permiten clasificar a los diversos sectores desde la perspectiva de su mayor o menor competitividad.

Los comportamientos de los países son muy diferentes. Ellos son ocasionados por la propia economía internacional como demandante de actividades terciarias y por la capacidad de penetración por los países de los exportadores en los mercados internacionales.

Esta idea se refleja en los Cuadros 8 y 9. En efecto, en esos cuadros se presentan clasificados los países y los sectores de acuerdo con los criterios indicados.

En términos generales, como puede ser comprobado en los mencionados cuadros, desde la perspectiva de los países y los sectores analizados hay una variedad de situaciones a lo largo de los dos períodos.

Así, en el lapso 1990-1995 todas las economías clasificaron las actividades relacionadas con la exportación de servicios de *transportes y comunicaciones* y de *otros servicios a empresas* como *estrellas menguantes* o *retrocesos*. Por el contrario, las exportaciones de servicios de *viajes* fueron *estrellas nacientes* u *oportunidades perdidas* (Cuadros 8 y 9).

En el período indicado el mercado mundial de servicios de *transporte y comunicaciones* perdió dinamismo; ello se debió a que esta actividad económica declinó

algo de su importancia relativa (-4,1 por 100) respecto a las importaciones totales del mundo. Ahora bien, en ese contexto algunas economías aumentaron su cuota de mercado y otras la redujeron.

Entre otros, para Austria, Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca y Portugal las exportaciones de servicios de *transportes y comunicaciones* fueron consideradas una *estrella menguante* porque aunque el mercado mundial se contrajo, ellos ampliaron las cuotas mantenidas. Por ejemplo, la cuota de mercado detentada por los exportadores austriacos creció casi 90 por 100 y la de los daneses y los portugueses lo hizo en más de 14 y 60 por 100, respectivamente. Estos países aumentaron sus niveles de competitividad en un contexto internacional menos dinámico (Cuadros 8 y 9). En cambio, para Alemania, Francia y Finlandia, entre otros países, la misma actividad económica alcanzó la categoría de *retrocesos*. A la reducción del tamaño del mercado mundial se agregó que todos ellos contrajeron su cuota; 5,5, 11 y 15,5 por 100, respectivamente. Estas economías vivieron en el peor de todos los mundos.

A lo largo del mismo período de tiempo, el mercado mundial de los *otros servicios a empresas*, también se contrajo porque la participación relativa de esta actividad dentro del comercio internacional decreció (-3 por 100). En ese contexto algunos países aumentaron su participación de mercado y otros la redujeron. Entre otros, Austria, España, Finlandia e Irlanda aumentaron sus cuotas de mercado; todos ellos alrededor 20-30 por 100. Como esas circunstancias se produjeron en un marco internacional declinante, la situación de cada uno de ellos correspondió a la de una *estrella menguante*. Simultáneamente, la misma actividad exportadora para Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca, Francia o Noruega —entre otras economías— alcanzó la calificación de *retroceso* porque en todos esos casos, la contracción experimentada por las respectivas cuotas de mercado fluctuó alrededor de 30-40 por 100 (Cuadros 8 y 9).

Finalmente, mientras que entre 1990-1995 el mercado mundial de servicios de *viajes* se amplió levemente (2 por 100), el comportamiento de cada país difirió. Entre otras, para las economías de Grecia, Italia y Países Bajos,

los exportadores de estos servicios acrecentaron la parte del mercado mundial que abastecían; los aumentos de cuota registrados oscilaron entre 5-15 por 100. A raíz de esas tendencias en los países indicados, sus exportaciones se clasificaron como *estrellas nacientes* y fueron las más competitivas. En términos competitivos, estas economías vivieron en el mejor de todos los mundos. Sin embargo, para Austria o Dinamarca, por ejemplo, esta actividad exportadora fue considerada como una *oportunidad perdida* porque a la vez que el mercado mundial se ampliaba, ellos perdían cuotas de mercado significativamente (cerca del 30 por 100); en esa actividad estos países fueron menos competitivos y otros lo hicieron mejor que ellos.

Asimismo, en el quinquenio 1995-2000 esos comportamientos se modificaron. En efecto, las ventas exteriores de servicios de *viaje* se convirtieron en *estrellas menguantes* o *retrocesos* y las de *otros servicios a empresas* pasaron a ser *estrellas nacientes* u *oportunidades perdidas*; por su parte, las de *transportes y comunicaciones* continuaron considerándose como *estrellas menguantes* o *retrocesos* (Cuadros 8 y 9).

En un contexto en el que el mercado mundial de servicios de *viajes* perdió el dinamismo de la etapa anterior, algunas economías acrecentaron su participación de mercado y otras la redujeron. Las importaciones mundiales cayeron 5 por 100 y Francia e Italia —entre otros— disminuyeron sus cuotas de mercado 4 y el 18 por 100, respectivamente. Para estos países las exportaciones de estos servicios fueron *retrocesos*. Para otros países, como por ejemplo España y Grecia, el mismo tipo de exportaciones representó una *estrella menguante* debido a que pese a la caída de la demanda mundial, aumentaron su cuota de mercado en proporciones diversas, 4 y 90 por 100, respectivamente.

Por su parte, el mercado internacional de *otros servicios a empresas* aumentó suavemente su dinamismo porque las importaciones del mundo crecieron (2 por 100); en ese escenario, algunos países aumentaron su cuota de mercado y para otros se redujo. Los exportadores de Irlanda y Noruega aumentaron sus cuotas de mercado en proporciones muy significativas y los de

Suecia la duplicaron. Consecuentemente para esos países estas actividades fueron *estrellas nacientes* y sus exportadores ganaron competitividad. Pero en Francia o Finlandia, por ejemplo, estas exportaciones fueron *oportunidades perdidas* debido a que sus cuotas de mercado se contrajeron (35 y el 50 por 100, respectivamente) pese al incremento de la demanda internacional; estas economías fueron menos competitivas.

Finalmente, de acuerdo con los datos disponibles, entre 1995 y 2000 las exportaciones de servicios de *transportes y comunicaciones* no modificaron su situación de competitividad. La demanda internacional de este tipo de servicios disminuyó alrededor 6 por 100. Y, en ese contexto, algunas economías —Dinamarca, Irlanda— acrecentaron fuertemente sus cuotas de mercado (80 y 35 por 100, respectivamente). Se trató de las *estrellas menguantes*. En otros casos —Alemania, Francia— cayó su presencia comercial en el exterior (alrededor de 15 por 100) y, en consecuencia, se trató de *retrocesos*.

6. Conclusiones

Pese a los esfuerzos realizados por los organismos internacionales para mejorar la calidad de las estadísticas sobre el sector de los servicios, resulta necesario continuar con esa tarea ya que las lagunas existentes son importantes.

En este trabajo se ha intentado desarrollar una metodología de medición de la competitividad internacional del sector de los servicios.

A partir de la evolución de las importaciones mundiales de servicios y de los cambios en la cuota de mercado detentada por un país, o de las modificaciones en su estructura exportadora o de las alteraciones de su grado de especialización comercial, se puede construir una tipología que clasifique a los diferentes sectores de acuerdo con su grado de competitividad.

Los efectos macroeconómicos para la economía doméstica de una mejora en cualquiera de esas variables no se pueden independizar del comportamiento que cada sector desarrolle en el ámbito de la economía mundial.

La importancia de los eslabonamientos hacia delante o hacia atrás derivados de las exportaciones de servicios y, en consecuencia, los efectos macroeconómicos deben ser diferentes dependiendo del contenido tecnológico de los mismos. No es lo mismo que un sector con alto contenido tecnológico gane o pierda competitividad, que esa situación se produzca en otro con un contenido tecnológico bajo.

Finalmente, pese a la importancia creciente del sector tanto en los mercados interiores, como internacionales, la información empírica disponible sobre el comercio y la competitividad de los servicios es relativamente escasa. Por ello, en el futuro habrá que potenciar una mayor investigación empírica sobre el sector.

Referencias bibliográficas

- [1] ALCORTA, L. y PERES, W. (1995): «Innovation Systems and Technological Specialization in Latin America and the Caribbean», *Working Paper* 9509, ECLAC/UNDP Regional Project RLA/88/039, United Nations University/Institute for New Technologies.
- [2] ARCHIBUGI, D. y MICHIE, J. (1994): «La internacionalización de la tecnología: mito y realidad», *Información Comercial Española, Revista de Economía* número 726, páginas 23-41.
- [3] ARCHIBUGI, D. y IAMMARINO, S. (1998): «Innovación y globalización: evidencia e implicaciones», en MOLERO, J. (coord.) (2000): *Competencia global y cambio tecnológico. Un desafío para la economía española*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- [4] BAKER, P.; MIOZZO, M. y MILES, I. (2003): «The Internationalization of European Services: What can Data on International Services Tell Us?», en MIOZZO, M. y MILES, I. (ed.): *Internationalization, Technology and Services*, Edward Elgar Publishing.
- [5] BUTKEVICIENE, J.; DÍAZ BENAVIDES, E. y TORTORA, M. (2002): «Services Performance in Developing Countries: Elements of the Assessment», WTO Symposium on Assessment of Trade in Services, 14-15 marzo.
- [6] COWAN, R.; SOETE, L. y TCHERVONNAYA, O. (2001): «Knowledge Transfer and the Services Sector in the Context of the New Economy», MERIT -Infonomics Research Memorandum series 2001-021, *Working Papers in Economics*.
- [7] DEE, P. (2001): «Trade in services», Documento preparado para la conferencia sobre *Impacts of Trade Liberalisation Agreements on Latin America and the Caribbean*, IDB, Washington, noviembre.
- [8] DÍAZ DE LA GUARDIA, C. (2003): «Competitividad de los PECO's en el mercado de Europa Occidental. Perspectiva

comparada con la economía española», *Economía Industrial*, número 345.

[9] ELMESKOV, J. y SCARPETTA, S. (2000): «New Sources of Economic Growth in Europe», Oesterreichische Nationalbank, 28th Economics Conference 2000, *The New Millennium - Time for a New Economic Paradigm?*, Viena, junio.

[10] EVANGELISTA, R. (2000): «Sectoral Patterns of Technological Change in Services», *Economy, Innovation and Technology*, volumen 9, páginas 183-221.

[11] FONFRÍA, A. y DÍAZ DE LA GUARDIA, C. (2001): «El comercio manufacturero español en los mercados asiáticos: Un análisis comparado», en E. FANJUL y J. MOLETO: *Asia: una nueva frontera para España*, Editorial Complutense, Madrid.

[12] FONFRÍA, A.; DÍAZ DE LA GUARDIA, C. y ÁLVAREZ, I. (1999): «The Role of Technology and Selected Policies on Competitiveness: A Technology Gap Approach», *Working Paper*, ICEI, UCM.

[13] KARSENTY, G. (1999): «Just How Big are the Stakes?: An Assessment of Trade in Services by Modes of Supply», World Trade Organization.

[14] HAUKNES, J. (1998): «Services in Innovation - Innovation in Services», STEP Group Report R-13.

[15] HENTEN, A. y SKOUBY, K. E. (1999): «Internationalisation of Services-implications of Information and Communication Technologies», *Working Papers in Economics*.

[16] HOEKMAN, B. y PRIMO BRAGA, C. A. (1997): «Protection and Trade in Services: A Survey», *Open Economic Review*, número 8.

[17] HOEKMAN, B. y MATTOO, A. (1999): «Services, Economic Development and the Next Round of Negotiations on Services», *Journal of International Development*, volumen 12.

[18] HUFBAUER, G. y WARREN, T. (1999): *The Globalization of Services? What Has Happened? What Are the Implications?*, mimeo.

[19] LAURSEN, K. y DREJER, I. (1997): «Do International Linkages Matter for International Export Specialisation?», *DRUID Working Paper*, número 97-15.

[20] MANDENG, O.: «International Competitiveness and International Specialization», *Eclac Review*, número 45.

[21] MATTOO, A., R. RATHINDRAN y A. SUBRAMANIAN (2001): «Measuring Services Trade Liberalization and its Impact on Economic Growth: An Illustration», *World Bank Policy Research Working Paper*, número 2655, World Bank, Washington.

[22] MIOZZO, M. y RAMÍREZ, M. (2003): «Services Innovation and the Transformation of Work: The Case of UK Telecommunications», *New Technology, Work and Employment*, 18:1, Blackwell Publishing.

[23] MIOZZO, M. y SOETE, L. (2001): «Internationalization of services: A technological perspective», *Technological Forecasting and Social Change*, 67, 159-185.

[24] MOLERO, J. (2002): *Innovación tecnológica y competitividad en Europa*, Editorial Síntesis, Madrid.

[25] MOLERO, J. (coord.) (2000): *Competencia global y cambio tecnológico. Un desafío para la economía española*, Ediciones Pirámide, Madrid.

[26] OECD-Eurostat (2001): *OECD Statistics on International Trade in Services*, París.

[27] OECD (2001): *GATS: The Case for Open Services Markets*, París.

[28] OECD (2001): *Innovation and Productivity in Services*, París.

[29] PATTERSON, P.; STYLES, C. y VAN DER LA. (2001): *Determinants of Export Performance Across Service Types: A Conceptual Model*, The University of New South Wales.

[30] PRIMO BRAGA, C. A. (1996): «The Impact of the Internationalization of Services on Developing Countries», *Finance and Development*, marzo.

[31] ROBINSON, S.; WANG, Z. y MARTIN, W. (2002): «Capturing the implications of Services Trade Liberalization», *Economic System Research*, volumen 14(1).

[32] RUBALCABA, L. y CUADRADO, J. (2001): «Internationalisation of Service Industries: A Comparative Approach», *Working Paper*, 4, SERVLAB.

[33] RUBIN HOWARD, A. (1999): *Global Software Economics*, Hunter College, Department of Computer Science and Rubin Systems Inc., Nueva York.

[34] SIGGEL, K. (2000): «Trade, Foreign Direct Investment, and International Technology Transfer: A Survey», The World Bank.

[35] UN-EC-IMF-OECD-UNCTAD-WTO (2002): *Manual on Statistics of International Trade in Services*, Geneva, Luxembourg, Nueva York, París, Washington, D. C.

[36] UNCTAD (2002): *The Tradability of Consulting Services and its Implications for Developing Countries*.

[37] UNCTAD (2003): *Information and Communication Technology Development Indices*.

[38] UNCTAD (2003): *World Investment Report 2002*.

[39] VAN GRASSTEK, C. (2001): «Globalize Trade in Services: The Benefits for Consumers, Producers and Society», *The World Bank*, Washington Trade Reports, Washington.

[40] WELLENIUS, B. (2001): «Extending Telecommunication Service to Rural Areas -the Chilean Experience: Awarding Subsidies Through Competitive Bidding», *The World Bank*, Washington Trade Reports, Washington.

[41] WHITE, D. S.; GRIFFITH, D. A. y RYANS, J. K. (1998): «Measuring Export Performance in Service Industries», *International Marketing Review*, Londres, volumen 15, Iss. 3, página 188.

[42] WORLD ECONOMIC FORUM (varios años): *Informes anuales*.

[43] WORLD TRADE ORGANIZATION (1997): «Economic Effects of Services Liberalization», *World Trade Organization, Council for Trade in Services, S/C/W/26*, octubre.

[44] WORLD TRADE ORGANIZATION (1997): «A Review of Statistics on Trade flows in Services», *World Trade Organization, Council for Trade in Services, S/C/W/27*, noviembre.

[45] WORLD TRADE ORGANIZATION (1998): «Economic Effects of Services Liberalization: Overview of Empirical Stu-

dies», *World Trade Organization, Council for Trade in Services, S/C/W/26/Add.1*, mayo.

[46] WORLD TRADE ORGANIZATION (1999): «The Developmental Impact of Trade Liberalization Under Gats», *World Trade Organization, Informal Note by the Secretariat, Job n.º 2748/Rev.1*, junio.

[47] WORLD TRADE ORGANIZATION (2002): *Symposium on Assessment of Trade in Services*, varios documentos, mimeo, Ginebra, marzo.