Miguel González Moreno*
Dolores Genaro Moya*

COMPETITIVIDAD DE SERVICIOS EN EL ÁREA EUROMEDITERRÁNEA

Una de las variables clave que está modificando el papel de los servicios en las estrategias de desarrollo de las economías es el creciente grado de internacionalización de los servicios. En el área euromediterránea incrementar la internacionalización en servicios será posible en la medida en que se logren avances en el proceso de negociación en el seno de la Unión para el Mediterráneo. El análisis de la competitividad de los países de ese área resulta imprescindible para determinar en qué actividades serán mayores las ganancias derivadas de los procesos de liberalización.

Palabras clave: *servicios, comercio internacional, liberalización, competitividad.*
Clasificación JEL: *F14, L80, L83.*

1. Introducción

Recientemente el progresivo avance de los servicios en términos de empleo y de producción, la creciente liberalización del comercio exterior terciario, la imparable externalización de las funciones de servicios por parte de todo tipo de empresas y, sobre todo, el alto valor estratégico alcanzado por determinadas actividades terciarias (telecomunicaciones, servicios a empresas, transportes, etcétera) están mostrando la gran importancia que para el desarrollo económico tienen y tendrán los servicios.

La variable clave que está modificando el papel de los servicios en las estrategias de desarrollo es su creciente grado de internacionalización. Resulta constatable que el comercio de servicios ha experimentado un importante avance a nivel internacional en los últimos años, sin embargo, dicho avance ha sido desigual a nivel nacional o regional, dependiendo, fundamentalmente, del grado de apertura de los mercados terciarios y de la evolución de la competitividad, determinada por factores que difieren de los tradicionalmente considerados para el comercio de bienes. De hecho, se atribuye a los servicios una nula o escasa comerciabilidad exterior[1].

Sin embargo, la contribución de los servicios a la globalización y su protagonismo en dicho proceso no resulta cuestionable en estos momentos tal y como lo muestran algunas aportaciones recientes que plantean el comercio de servicios como una cuestión crucial para la competitividad y para el crecimiento económico (Mattoo, Rathindran y Subramanian, 2001; Oulton, 2001; Rubal-

* Universidad de Granada.

[1] Una visión sintética, global y actual sobre el comercio de servicios puede consultarse en MATTOO (2009). Asimismo, FRANCOIS y HOEKMAN (2010) aportan una revisión de la literatura existente.

caba y Cuadrado, 2001; Rubalcaba, Gago y Maroto, 2005 y Francois y Hoekman, 2010).

Todo lo anterior dibuja una situación paradójica: el intenso proceso de terciarización experimentado por la mayoría de las economías en las últimas décadas no se ha reflejado en un fenómeno del mismo calado en el comercio exterior. De forma que, si bien el grado de terciarización medio de los distintos países es elevado o muy elevado, no ocurre lo mismo con las transacciones internacionales de servicios.

Estas consideraciones generales son extensibles en buena medida a los países mediterráneos, en la medida en que los servicios, en general, y su comercio exterior, en particular, pueden constituir una de sus principales fuentes de crecimiento en el futuro. El objetivo de este análisis, limitado en su alcance por las dificultades estadísticas existentes, es realizar una primera aproximación al comercio de servicios en los países que iniciaron, con el Proceso de Barcelona en 1995, la integración económica en el área euromediterránea. A tal fin, la estructura temática adoptada es la siguiente.

Tras esta introducción, se profundiza en el comercio internacional de servicios en el área euromediterránea, centrándose en la participación de los países mediterráneos en el comercio de servicios y en la situación del saldo terciario.

Esto último lleva a plantear en un tercer apartado, cómo ha evolucionado la competitividad de los países mediterráneos en el comercio de las actividades de servicios respecto a la Unión Europea para lo cual se calcula el avance o retroceso en las cuotas de mercado, se construyen matrices de competitividad basadas en las cuotas de mercado y se calcula un índice de ventaja comparativa revelada bilateral para diez ramas de actividad terciaria.

Para finalizar, a modo de conclusión, se ofrecen unas líneas orientativas de política económica para impulsar los intercambios de servicios de y entre los países del área euromediterránea, de modo que las actividades terciarias puedan constituir en el futuro uno de los principales pilares de crecimiento económico y de cambio social.

2. Comercio internacional de servicios en el área mediterránea

La principal dificultad con la que hemos de enfrentarnos a la hora de analizar el comercio de servicios es la que surge de la disponibilidad de los datos a nivel desagregado y de los datos de comercio bilateral. Efectivamente, a pesar del significativo avance que el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) ha supuesto para la delimitación de las modalidades de comercio de servicios, aún existen lagunas en la información disponible, y desde organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC) o la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), se ha puesto de relieve esta problemática en trabajos como los de Bensidoun y Ünal-Kesenci (2008), Cave (2006) y UN (2002).

Además, resulta complicado obtener información de las políticas comerciales de servicios que se están aplicando a nivel nacional puesto que no existe una base de datos que proporcione dicha información para ramas de actividad terciarias. Tal y como se pone de relieve en Gootiiz y Mattoo (2009), resulta muy complicado cuantificar las políticas comerciales de servicios, dado que se trata de tarifas no arancelarias que comprenden prohibiciones, cuotas o normativas discriminatorias a proveedores extranjeros[2]. Pero además, en el caso de los países analizados, la dificultad se acrecienta por la escasa disponibilidad de estadísticas que aporten información sobre el sector servicios en general, y en particular sobre el comercio internacional de estas actividades a nivel desagregado. Para tratar de salvar estas dificultades hemos empleado, fundamentalmente, dos fuentes estadísticas que ofrecen datos relacionados con este tema con distinto grado de desagregación y ámbito geográfico.

[2] Al respecto, MAROUANI y MUNRO (2009) realizan un análisis reciente para algunos de los países del área MENA (Oriente Medio y Norte de África) de las políticas aplicadas en los sectores de telecomunicaciones, servicios bancarios y seguros y transporte aéreo y marítimo.

Por un lado se ha empleado la base de datos UNCTADstat, basada en las estadísticas de balanza de pagos del Fondo Monetario Internacional, que proporciona, para el período 1980-2009, las importaciones y exportaciones de servicios a nivel agregado y por ramas de actividad, expresados en millones de dólares. Las ramas de servicios que incluyen son las siguientes: 1) transporte, 2) viajes, 3) comunicaciones, 4) construcción, 5) seguros, 6) servicios financieros, 7) servicios informáticos, 8) *royalties* y rentas de la propiedad inmaterial, 9) otros servicios a empresas, 10) servicios personales, culturales y recreativos, y 11) servicios gubernamentales.

No obstante, para el conjunto de países analizado, esta base de datos no ofrece información completa para todas las actividades ni en todos los países, por lo que, en el análisis desagregado se ha optado por obtener los datos agregados en tres ramas de actividad: transporte, viajes y otros servicios[3]. Respecto a la dimensión temporal del análisis se ha considerado 1980 como punto de partida, 1995 como un punto de referencia imprescindible por constituir el inicio del Proceso de Barcelona, y 2008 como último año analizado por ser el más reciente y para el que hay mayor número de datos disponibles. Finalmente, la imposibilidad de obtener datos para la Autoridad Palestina obliga a excluirla del análisis.

Por otro lado, en el análisis efectuado en el siguiente apartado, se ha empleado la base de datos de *OECD Statistics on International Trade in Services* que ofrece, para el período 2000-2009, los datos de comercio exterior de las actividades desagregadas de servicios en los países miembros de la OCDE[4]. Esto permite, desde la óptica de los países de la Unión Europea, analizar las relaciones en el comercio de servicios con los países mediterráneos a un cierto nivel de desagregación. El período elegido para el análisis se ha limitado a 2002-2008, por ser los años para los que más datos disponibles hay con una cierta homogeneidad, y las ramas de actividad analizadas han sido, cuando la información ha estado disponible, las 11 enumeradas anteriormente.

La medición de la competitividad internacional de un país o de un sector determinado resulta en sí misma una tarea difícil de abordar, pero en el caso de las actividades de servicios presenta aún más dificultades en relación a los indicadores tradicionales para efectuar dicha medición. En este caso, el análisis se centra en la competitividad estructural, definida por parámetros como la innovación, la tecnología, la dotación de infraestructuras o la calidad, entre otros factores. Respecto a los servicios, además, encontramos distintas dimensiones (intangibles, regulación, organizaciones, etcétera) que influyen en el comercio internacional de servicios y en la competitividad, no solo de las actividades terciarias sino de la economía en su conjunto (Rubalcaba, Gago y Maroto, 2005), lo cual dificulta aún más su análisis.

El objetivo planteado en el análisis de la competitividad en el comercio de servicios trata de cuantificar en qué medida se han producido avances o retrocesos en la competitividad de los países mediterráneos en los mercados internacionales de servicios y en el mercado europeo, sin pretender, en este trabajo, llegar a las causas que subyacen a dicho avance o retroceso. Para ello, el enfoque adoptado se centra en determinar la competitividad a través de indicadores *ex post,* como las cuotas de mercado de cada país en actividades de servicios, la evolución de su estructura exportadora e importadora o los índices de ventaja comparativa revelada. Así, consideraremos que un avance de la participación de un país en las importaciones o exportaciones de servicios a nivel mundial, dependerá no solamente de mejoras o retrocesos en su competitividad, sino también de los avances logrados por sus competidores.

La participación que cada uno de los nueve países mediterráneos analizados tiene en el comercio de servicios es escasa, situándose por debajo del 1 por 100 de las exportaciones y las importaciones a nivel mundial (Cua-

[3] En la categoría de «otros servicios» se agrupan las ramas 3 a 11.

[4] Esta base de datos refleja para cada país miembro de la OCDE, las exportaciones e importaciones de servicios por rama de actividad, de acuerdo con las definiciones del *V Manal de Balanza de Pagos del FMI* (BPM5).

CUADRO 1

PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS
(En % del total mundial)

	Importaciones				Exportaciones			
	1980	1995	2008		1980	1995	2008	
Argelia	0,61	0,09	0,30	↓	0,12	0,06	0,09	↓
Egipto	0,53	0,38	0,48	↓	0,62	0,70	0,64	=
Jordania	0,52	0,66	0,54	=	0,70	0,64	0,62	↓
Israel	0,25	0,13	0,11	↓	0,26	0,14	0,12	↓
Líbano	—	—	0,37		—	—	0,45	
Marruecos	0,32	0,15	0,18	↓	0,20	0,18	0,35	↑
Siria	0,12	0,12	0,09	↓	0,09	0,15	0,10	=
Túnez	0,14	0,11	0,09	↓	0,27	0,20	0,15	↓
Turquía	0,13	0,40	0,49	↑	0,18	1,18	0,90	↑
Unión Europea	**42,68**	**42,44**	**42,19**	↓	**55,18**	**45,47**	**46,51**	↓
Total MED	**2,61**	**2,04**	**2,65**	=	**2,45**	**3,26**	**3,42**	↑

FUENTE: UNCTADstat. Elaboración propia.

dro 1), no superando el conjunto de países el 4 por 100 en ambos registros. Respecto a la Unión Europea, tanto importaciones como exportaciones superan el 40 por 100 del comercio mundial de servicios, lo que pone de manifiesto la diferente dimensión que las dos áreas presentan en el comercio terciario, lo cual tendrá una influencia notable en el proceso de negociación bilateral que está teniendo lugar, para avanzar en la liberalización de los intercambios de servicios y la libertad de establecimiento, entre la Unión Europea y el área mediterránea. Un análisis más detallado del peso de las importaciones y las exportaciones revela la existencia de diferencias significativas en la evolución en los distintos países analizados (Cuadro 1):

— En las importaciones la evolución ha sido en general decreciente desde 1980 en todos los países, con la excepción de Turquía que ha visto cómo su participación en las compras de servicios se ha incrementado desde el 0,13 al 0,49 por 100. Entre los nueve países elegidos destacan Jordania y Egipto, junto con Turquía, como los que mayor proporción de servicios importan: alrededor del 0,50 por 100 mundial. Por su parte la Unión Europea ha mantenido su peso en las importaciones en torno al 42 por 100.

— En el caso de las exportaciones, el comportamiento desde 1980 ha sido más irregular, ya que países como Argelia, Jordania, Israel y Túnez han retrocedido en su cuota mundial de exportaciones de servicios, frente a Marruecos y Turquía, que han progresado en la venta de servicios a nivel mundial. De hecho, el avance de estos dos países provoca la subida neta de un punto en la participación de este área en las exportaciones mundiales de servicios. Podemos afirmar, por tanto, que la competitividad en servicios del área MED ha mejorado entre 1980 y 2008, en términos generales, si bien dicha mejora se ha centrado fundamentalmente en dos países: Marruecos y Turquía. La Unión Europea, por el contrario, ha perdido competitividad en dicho período pasando de representar el 55,18 de la cuota mundial de exportaciones de servicios al 46,51 por 100.

Como se ha comentado anteriormente, estos avances o retrocesos son fruto del comportamiento individual de cada una de las economías y del comportamiento del comercio de servicios a nivel mundial. Por tanto, en el análisis debe tenerse en cuenta la evolución positiva o negativa de las importaciones y exportaciones entre 1980 y 2008 en cada país individualmente, poniéndose

CUADRO 2

TASA DE VARIACIÓN ANUAL MEDIA ACUMULATIVA DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE SERVICIOS, 1980-2008*

	Importaciones		Exportaciones	
	1980-1995	1995-2008	1980-1995	1995-2008
Argelia	–5,24	*18,63*	3,52	*11,99*
Egipto	5,00	*10,39*	*8,89*	8,54
Jordania	*8,92*	6,94	7,41	8,90
Israel	2,63	7,48	3,62	7,69
Líbano	—	—	—	—
Marruecos	1,85	*10,22*	7,05	*15,03*
Siria	7,48	5,81	*11,63*	5,98
Túnez	5,57	7,28	5,87	6,95
Turquía	*15,63*	*10,26*	*22,32*	6,95
Unión Europea	7,20	8,47	6,61	*9,42*
Total mundial	**7,24**	**8,52**	**8,00**	**9,23**

NOTA: * En italic destacan aquellas tasas que superan la media mundial.
FUENTE: UNCTADstat. Elaboración propia.

en relación a la evolución del comercio de servicios a nivel internacional. De manera que, los países en los que las importaciones/exportaciones de servicios hayan crecido a un ritmo anual superior al mundial, aumentarán su peso en el total, disminuyéndolo si el ritmo de crecimiento es inferior. En el primer caso, esto indicaría para las exportaciones (importaciones) una mejora (empeoramiento) de la competitividad y al contrario, en el segundo caso.

En el Cuadro 2 figuran las tasas de variación anual acumulativa en los períodos 1980-1995 y 1995-2008 de las importaciones y exportaciones de servicios, de cuyo análisis se obtienen las siguientes conclusiones:

En lo que respecta a las importaciones, estas han sido más dinámicas en el período más reciente 1995-2008 a nivel mundial y en la mayor parte de los nueve países, con la excepción de Jordania, Siria y Turquía. En el conjunto del período 1980-2008 el país más dinámico, en cuanto a la importación de servicios, ha sido Turquía con crecimientos superiores al 10 por 100, que han provocado que sea el país mediterráneo que más incrementa su participación en las importaciones de servicios a nivel mundial. En países como Marruecos, Argelia, Egipto e Israel, el crecimiento medio de los servicios comprados al exterior entre 1995 y 2008 supera a lo observado desde 1980, tal vez fruto de un mayor dinamismo de estas economías y relacionado, asimismo, con el grado de apertura de los mercados de servicios al comercio exterior. Obviamente, tanto una demanda interna de servicios dinámica como la eliminación de barreras a las compras de servicios en el exterior repercuten en el crecimiento de las importaciones por encima del nivel mundial.

En cuanto a las exportaciones, entre 1995 y 2008 el crecimiento es mayor y solamente en Marruecos y Argelia se supera la media mundial, y en el primer caso, le permite aumentar su cuota en las exportaciones de servicios. Sin embargo, Turquía presenta una tasa media de crecimiento de las exportaciones entre 1980 y 1995 que casi triplica la media mundial y que da lugar a las

ganancias en la cuota de mercado observadas en el Cuadro 1. Esto muestra la caída que ha sufrido Turquía en su posición exportadora en el período 1995-2008, como consecuencia de un menor dinamismo en sus exportaciones, lo que en última instancia implica una pérdida de competitividad a lo largo de dicho período.

En el mayor crecimiento de las importaciones y exportaciones de servicios durante el período 1995-2008 ha influido la eliminación progresiva de barreras a este comercio derivada del GATS. De hecho, todos los países a excepción de Argelia, Líbano y Siria son miembros de la OMC y han firmado compromisos en el GATS en un número elevado de sectores de servicios[5].

En el caso de la Unión Europea, no resulta destacable el crecimiento medio anual en ningún caso si lo comparamos con la media mundial, ya que siempre se observan tasas inferiores o muy similares a dicha media.

Evidentemente este análisis ha de completarse descendiendo, en la medida en que lo permitan los datos, a nivel de ramas de actividad de servicios, ya que todas las actividades no presentan el mismo comportamiento y no tienen, tal y como se ha constatado en el apartado anterior, el mismo peso en la estructura económica del país. En este caso se plantea, en primer lugar, cuál es el peso de cada una de ellas en el comercio internacional de servicios de cada uno de los países, así como la tasa de cobertura de las mismas como un primer indicador de la competitividad en el mercado mundial. Para esto se utiliza la información disponible en la base de datos UNCTADstat para 1995 y 2008 con las limitaciones que presenta: tanto Argelia como Palestina quedan fuera del análisis por la no disponibilidad de datos, y por la misma razón se han realizado los cálculos en las ramas de transporte, viajes y otros servicios, que incluyen el resto de actividades terciarias (destacando comunicaciones cuando fuese posible).

En el Cuadro 3 se reflejan los resultados de los cálculos efectuados y del mismo se obtienen las siguientes conclusiones:

En primer lugar, las ramas de transporte y viajes, vinculadas más directamente con el turismo, concentran más del 50 por 100 del comercio internacional (importaciones y exportaciones) de servicios en Egipto, Jordania, Marruecos, Siria, Túnez y Turquía. Por el contrario, en Israel y Líbano predomina el comercio de otros servicios y concretamente la rama de servicios a empresas, que constituye la mayor parte del comercio con el exterior en el caso de Líbano y una parte importante en el caso de Israel.

Como se ha comentado anteriormente, en todos los países analizados se incrementan las importaciones de servicios en el período 1995-2008, pero la desagregación por ramas muestra que:

— Las importaciones de servicios de transporte han avanzado más que la media del sector, incrementando su peso, en 2008, en Egipto, Jordania, Marruecos, Siria, Túnez y Turquía, donde se sitúan entre el 40 y el 60 por 100 de las compras terciarias al exterior.

— En el caso de Israel, el mayor crecimiento de las importaciones se observa en servicios a empresas cuya tasa de variación anual duplica la media del sector terciario. Esta actividad se incluye dentro del grupo de otros servicios, que avanzan hasta representar el 50 por 100 del total de las importaciones terciarias del país.

Asimismo, en todos los países analizados se incrementan las exportaciones de servicios, en el período 1995-2008, a tasas similares a las observadas en las importaciones, con la excepción de Turquía, donde las ventas de servicios al exterior aumentaron un 7 por 100 frente a un crecimiento anual del 10,26 por 100 de las compras. En todo caso, la desagregación por ramas muestra que:

— Los países en los que las exportaciones de viajes al resto del mundo crecen por encima de la media son algunos de los destinos más tradicionales de este área geográfica: Egipto, Jordania, Siria y Turquía. Países que dependen en gran medida para su crecimiento de esta

[5] Hasta 2010 los compromisos firmados en sectores de servicios han sido: Egipto-44; Israel-58; Jordania-110; Marruecos-45; Túnez-20 y Turquía-77 (9th Union for the Mediterranean Trade Ministerial Conference).

actividad económica, y que con este avance entre 1995 y 2008 sitúan las exportaciones de viajes en: 78 por 100 del total de servicios en Siria, 65 por 100 en Jordania, 62,7 por 100 en Turquía y 44 por 100 en Egipto. Estos dos últimos países destacan por ser los que mayor saldo positivo registran en su balanza de servicios y, además, según la OMC, se encuentran entre los 15 mayores exportadores de viajes del mundo, ocupando los puestos 5.º y 13.º a nivel mundial en las exportaciones de viajes y los puestos 12.º y 13.º en exportaciones de transportes por volumen (OMC, 2011). El caso de Turquía resulta especialmente destacable por el dinamismo comentado anteriormente y por superar los 15.000 millones de dólares de saldo positivo en servicios, minorando así el significativo saldo negativo de la cuenta corriente, que supera los 40.000 millones de dólares en 2008 (OMC, 2011).

— En el caso de Túnez, las que más avanzan son las actividades de transporte, que se sitúan en el 31 por 100 del total de ventas de servicios al exterior.

— En Israel y Marruecos, las exportaciones de servicios a empresas crecen por encima de la media, llegando a representar esta actividad el 25 y el 15 por 100 respectivamente en las ventas de servicios al exterior. En el caso de Israel, el grupo de otros servicios representa casi el 62 por 100 de las exportaciones terciarias y este país ocupa a nivel mundial las posiciones 4.ª en exportaciones de servicios informáticos y 8.ª en ingresos por *royalties* y rentas de la propiedad inmaterial (OMC, 2011). De hecho, el gasto en TIC en 2008 fue el 5,4 por 100 del PIB, casi 1.500 dólares per cápita y las exportaciones de servicios vinculadas a las TIC representan el 29,6 por 100 de las exportaciones totales de servicios (World Bank, 2010). Tanto Israel como Marruecos son dos de los países del área mediterránea que dedican un elevado porcentaje del PIB a gasto en TIC, si bien otros como Egipto o Jordania se encuentran en niveles semejantes o ligeramente superiores a la media europea (5,5 por 100 del PIB).

— El coeficiente de cobertura del comercio exterior de una actividad se puede utilizar como un indicador de las mejoras o retrocesos en la competitividad de esa actividad frente al resto del mundo. En el Cuadro 3 se observa cómo, en términos generales, la tasa de cobertura en servicios es positiva en todos los países analizados. Como excepción, en 2008 tienen un coeficiente de cobertura inferior a 100, indicando escasa competitividad, en la rama de transporte Israel, Jordania, Líbano, Marruecos, Siria y Turquía. Un rasgo común a todos los países es que tienen una tasa de cobertura superior a 100 en viajes. En Egipto, Jordania y Turquía la categoría de otros servicios a empresas tiene una tasa de cobertura inferior a 100.

— Los países que han mejorado su tasa de cobertura en servicios y, por tanto, mejoran en competitividad son: Israel, que basa su mejora exclusivamente en el aumento de la competitividad (cobertura) en la rama de otros servicios; Marruecos, que mejora su competitividad en viajes y en otros servicios, especialmente en comunicaciones. De hecho, en Marruecos los gastos dedicados al sector TIC en 2008 representaron el 12,5 por 100 del PIB (World Bank, 2010); y Siria, que aumenta notablemente la tasa de cobertura en la actividad de viajes.

— En todos los países, a excepción de Israel, aumenta la competitividad de viajes.

— En Túnez y Turquía la reducción de la cobertura en el comercio exterior de servicios se debe principalmente al empeoramiento de la cobertura en transportes y en el caso de Turquía también de otros servicios.

3. Las actividades terciarias en el comercio del área mediterránea con la Unión Europea: análisis de la competitividad

Con el inicio en 1995 del Proceso de Barcelona, el escenario en el que se producen los intercambios entre los países mediterráneos y la Unión Europea (UE-15 en un primer momento y UE-27 con posterioridad) ha cambiado significativamente con la firma de acuerdos tendentes a constituir una zona de libre comercio. Durante este período se han firmado acuerdos de asocia-

CUADRO 3

PARTICIPACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TERCIARIAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS (En %)

	Egipto		Israel		Jordania		Líbano	
	1995	2008	1995	2008	1995	2008	1995	2008
Importaciones								
Total servicios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	—	100,00
Transporte	32,46	41,56	43,90	33,26	44,84	54,28	—	14,43
Viajes	26,23	16,55	25,47	17,27	26,29	24,32	—	26,47
Otros servicios	41,31	41,89	30,64	49,46	28,87	21,40	—	59,09
— Comunicaciones	0,23	4,46	3,79	1,42	—	—	—	1,85
Exportaciones								
Total servicios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	—	100,00
Transporte	37,28	32,76	25,30	21,46	24,50	18,66	—	2,84
Viajes	31,25	44,09	37,63	16,84	38,63	65,71	—	33,11
Otros servicios	31,48	23,15	37,07	61,70	36,87	15,63	—	64,05
— Comunicaciones	2,50	6,47	5,38	1,14	—	—	—	1,87
Tasa de cobertura								
Total servicios	176,28	141,43	*95,55*	120,97	105,83	108,52	—	130,5
Transporte	202,40	111,45	*55,08*	*78,03*	*57,83*	*37,31*	—	*25,7*
Viajes	210,02	376,80	141,19	117,95	155,48	293,20	—	163,3
Otros servicios	134,33	*78,16*	115,60	150,90	135,16	*79,26*	—	141,5
— Comunicaciones	1.954,55	205,13	135,45	*97,24*	—	—	—	132,3

	Marruecos		Siria		Túnez		Turquía	
	1995	2008	1995	2008	1995	2008	1995	2008
Importaciones								
Total servicios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Transporte	34,39	39,54	50,55	56,71	41,67	55,36	28,11	44,35
Viajes	15,99	16,29	32,40	24,99	18,53	13,60	18,13	19,61
Otros servicios	49,62	44,18	17,05	18,30	39,80	31,04	53,76	36,04
— Comunicaciones	0,73	1,37	—	—	0,55	0,98	1,45	1,67
Exportaciones								
Total servicios	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Transporte	18,87	18,63	12,48	4,75	23,85	31,52	11,72	22,27
Viajes	59,65	53,82	66,25	77,97	60,98	49,11	33,94	62,72
Otros servicios	21,49	27,54	21,27	17,28	15,17	19,37	54,34	15,01
— Comunicaciones	2,51	4,77	—	—	1,05	1,81	—	2,07
Tasa de cobertura								
Total servicios	115,01	200,42	123,55	126,18	185,54	178,44	290,72	195,78
Transporte	*63,10*	*94,47*	*30,50*	*10,58*	106,19	101,59	121,25	*98,31*
Viajes	428,94	662,26	252,61	393,73	610,55	644,43	544,13	626,10
Otros servicios	*49,80*	124,96	154,20	119,11	*70,73*	111,34	293,85	*81,53*
— Comunicaciones	394,07	697,24	—	—	357,14	330,86	—	243,29

FUENTE: UNCTADstat. Elaboración propia.

ción con la mayor parte de los países mediterráneos, en los que se ha liberalizado el comercio de productos industriales y algunos productos agrícolas. Sin embargo, uno de los retos más importantes desde 2008 lo constituye la liberalización del comercio de servicios y la libertad de establecimiento en el área euromediterránea. Por tanto, en el futuro se debería dar prioridad a este objetivo así como a contribuir a la mejora del clima empresarial con el objeto de atraer inversión directa extranjera a estos países por el potencial de crecimiento que presentan en las actividades terciarias[6]. De hecho, en 2008 dieron comienzo las negociaciones bilaterales sobre estos asuntos entre la Unión Europea y Egipto, Israel, Marruecos y Túnez, y en las distintas conferencias ministeriales se ha manifestado la necesidad de relanzar dicho proceso de liberalización. No obstante, de acuerdo con las conclusiones de la *9th Union for the Mediterranean Trade Ministerial Conference,* que tuvo lugar en Bruselas en noviembre de 2010, los avances han sido muy limitados. En otro orden de cosas, se ha comenzado a trabajar en la preparación de las negociaciones con Jordania y la intención es reforzar la cooperación técnica con la Autoridad Palestina en materia de servicios.

En este progresivo avance en las negociaciones, resulta imprescindible conocer en qué situación competitiva frente a la Unión Europea parten los países implicados, de manera que a medida que se progrese en la apertura al comercio de servicios se podrán evaluar los beneficios y perjuicios que para las economías implicadas ha supuesto dicha liberalización. En cualquier caso, no se parte de una situación en la que los mercados del área MED se encuentren cerrados a la competencia ya que, excepto en el caso de Argelia, Líbano y Siria, que no pertenecen a la OMC, el resto de países mantienen una lista de compromisos en el GATS en un número de sectores de servicios que van desde 20 en Túnez a 110 en Jordania, teniendo en cuenta que esta misma lista en la UE es de 115 sectores (OMC, 2011).

Por tanto, resulta conveniente tratar de determinar el avance o retroceso que los países mediterráneos han experimentado en su competitividad en el comercio de servicios frente a los países de la Unión Europea (UE-15) a lo largo de los últimos años y su situación actual. Este ha sido un objetivo complicado ya que si las estadísticas de comercio bilateral de mercancías son accesibles con relativa facilidad, no ocurre lo mismo con las de servicios. Así, se han empleado los datos proporcionados por la OCDE sobre comercio de servicios (*OECD Statistics on International Trade in Services*) para contrastar dos variables que muestran avances o retrocesos en la competitividad:

— En primer lugar, la cuota de mercado de los países mediterráneos en las importaciones de servicios de cada país de la UE-15[7]. A este respecto, coincidimos con Díaz de la Guardia y Molero (2005, página 51) en que «en un mundo globalizado, la capacidad de un país para aumentar su cuota de mercado es un indicador crucial de competitividad y fortaleza económica». Por ello, entendemos que una mejora en la cuota de mercado indicaría mejoras en la competitividad y un retroceso en la cuota de mercado mostraría reducción de la competitividad. Además, el comportamiento de esta cuota de mercado por ramas de actividad terciarias permitirá obtener las matrices de competitividad de aquellos países para los que se han podido conseguir datos desagregados por actividades.

— En segundo lugar, la ventaja comparativa revelada bilateral, como indicador indirecto de la competitividad de algunos de los países mediterráneos en la Unión Europea-27 en las distintas ramas de actividad en servicios.

[6] Algunos estudios, como el de HOEKMAN y ÖZDEN (2010), apuntan a las positivas consecuencias que la progresión en la apertura del comercio de servicios podría tener en el futuro tanto para la UE como para los países mediterráneos.

[7] La disponibilidad estadística solo permite obtener datos para el período 2002-2008 para los 15 países miembros de la UE, sin embargo la pérdida de información es escasa puesto que el grueso del comercio de la UE-27 con el área mediterránea se concentra en estos 15 países.

CUADRO 4

AVANCE O RETROCESO EN LA CUOTA DE MERCADO DE SERVICIOS, 2002-2008 (En %)

	Alemania[a]	Austria	Bélgica	Dinamarca	Finlandia[c]	Francia	Grecia[d]	España[a]	Holanda[d]	Irlanda[a]	Italia	Luxemburgo[a]	Portugal[b]	Reino Unido[a]	Suecia	Global UE-15
Argelia	—	0,040	0,03	—	—	*–0,22*	—	0,04	0,10	—	0,01	0,00	0,03	*–0,05*	0,00	*–0,03*
Egipto	0,03	0,104	0,03	0,25	0,03	0,82	*–0,15*	0,42	*–0,03*	0,01	*–0,03*	0,15	0,05	0,29	0,01	1,98
Israel	—	*–0,064*	*–0,04*	*–0,03*	*–0,01*	0,09	0,02	0,26	*–0,13*	*–0,14*	0,04	0,03	—	0,00	0,00	0,03
Jordania	—	0,008	*–0,03*	—	—	0,09	0,01	—	0,00	—	0,10	0,00	—	0,00	0,00	0,19
Líbano	—	*–0,022*	*–0,01*	—	—	*–0,03*	—	—	0,02	—	0,04	0,00	—	0,00	*–0,02*	*–0,02*
Marruecos	—	*–0,018*	0,13	*–0,01*	0,01	0,77	—	0,04	0,03	—	0,26	0,01	0,11	0,16	0,01	1,51
Siria	—	0,048	*–0,01*	—	—	0,01	—	—	*–0,01*	—	0,09	*–0,01*	—	0,01	0,01	0,15
Túnez	*–0,40*	*–0,081*	*–0,37*	—	0,00	0,59	—	*–0,08*	0,03	—	*–0,16*	*–0,01*	—	0,03	*–0,02*	*–0,47*
Turquía	*–0,02*	*–0,436*	0,24	*–0,31*	*–0,06*	0,41	—	1,19	*–0,28*	0,03	0,51	0,37	0,08	0,40	*–0,15*	1,97
Total mediterráneo	*–0,38*	*–0,42*	*–0,02*	*–0,10*	*–0,02*	2,53	*–0,12*	1,87	*–0,26*	*–0,11*	0,88	0,53	0,26	0,83	*–0,15*	5,30

NOTA: [a] 2004-2008; [b] 2003-2008; [c] 2002-2007; [d] 2004-2007.
FUENTE: OCDE. Elaboración propia.

Respecto a la cuota de mercado se ha calculado el avance o retroceso de la misma en cada país UE-15 para el sector servicios en su conjunto y los resultados se muestran en general para 2002-2008, período disponible en la base de datos utilizada, con la excepción de algunos países para los que el período es necesariamente más corto, por la escasa disponibilidad de información. En el Cuadro 4 figura el resultado obtenido y de su análisis se puede concluir lo siguiente:

El área mediterránea ha ganado cuota de mercado en el período 2002-2008 en países del área mediterránea europea como Francia, España, Italia y Portugal, junto con Reino Unido y Luxemburgo. Estos avances compensan los retrocesos en la cuota de mercado observados en el resto de países UE-15, dando como resultado un incremento global de más de cinco puntos y podría interpretarse, en términos generales, como un avance global en la competitividad respecto al conjunto de la Unión Europea.

Por países mediterráneos, los que más han avanzado en competitividad respecto a la UE-15 han sido: Egipto, que ha incrementado su cuota de mercado casi dos puntos porcentuales, mejorando en todos los países excepto en Grecia, Italia y Holanda; Marruecos, que ha mejorado su cuota de mercado en servicios en todos los países excepto en Austria y Dinamarca y aumenta en 1,5 puntos su cuota en el conjunto UE-15; y Turquía, que avanza en los mercados del área mediterránea europea (Francia, España, Portugal, Italia) así como en Reino Unido, Luxemburgo, Irlanda y Bélgica, logrando un incremento global en la UE-15 de casi dos puntos. Esto se debe casi en exclusiva a las actividades de transporte y viajes, donde, como comprobaremos más adelante, tiene ventaja comparativa revelada en la UE-27 y, en el caso de viajes, índice de cobertura muy superior a 100. Ambos indicadores muestran la mayor competitividad de este país frente a los países europeos en las actividades relacionadas con el turismo.

El resultado de avances y retrocesos en cada país muestra una cierta pérdida de competitividad frente a la Unión Europea, para Argelia, Líbano y Túnez, y avances muy discretos para Israel, Jordania y Siria.

El cálculo de las cuotas de mercado y su evolución puede prolongarse más allá y permite elaborar las matrices de competitividad por ramas de actividad en aquellos países para los que existen datos desagregados. En

este caso, para obtener información más desagregada a nivel sectorial, perdemos información a nivel de países, de forma que descender a diez ramas de actividad terciarias limita el análisis a cuatro países: Egipto, Israel, Marruecos y Turquía. La matriz de competitividad de cada país permite determinar en qué actividades de servicios la cuota de mercado del país en la UE-27 aumenta o disminuye conjuntamente con el mayor o menor dinamismo de esa actividad en las importaciones de servicios de la UE-27. De esta manera, siguiendo la denominación empleada en Díaz de la Guardia y Molero (2005) se establece que:

— Estrellas nacientes, son aquellas actividades terciarias en las que un país incrementa su cuota en el mercado europeo en un escenario de crecimiento del peso de las importaciones europeas de ese servicio.

— Estrellas menguantes, son aquellas actividades terciarias en las que un país aumenta su cuota en el mercado europeo en un período en el que las importaciones europeas de ese servicio están decreciendo en importancia.

— Oportunidades perdidas, son aquellas actividades terciarias en las que un país disminuye su cuota en el mercado europeo en un momento en que las importaciones europeas de ese servicio aumentan en importancia.

— Retrocesos, son aquellas actividades terciarias en las que un país disminuye su cuota en el mercado europeo en un escenario de disminución de las importaciones europeas de ese servicio.

En el Esquema 1 se han representado las matrices de competitividad individuales, reflejando cada una de ellas la situación entre 2004 y 2008 por ramas de actividad de servicios en los cuatro países mencionados.

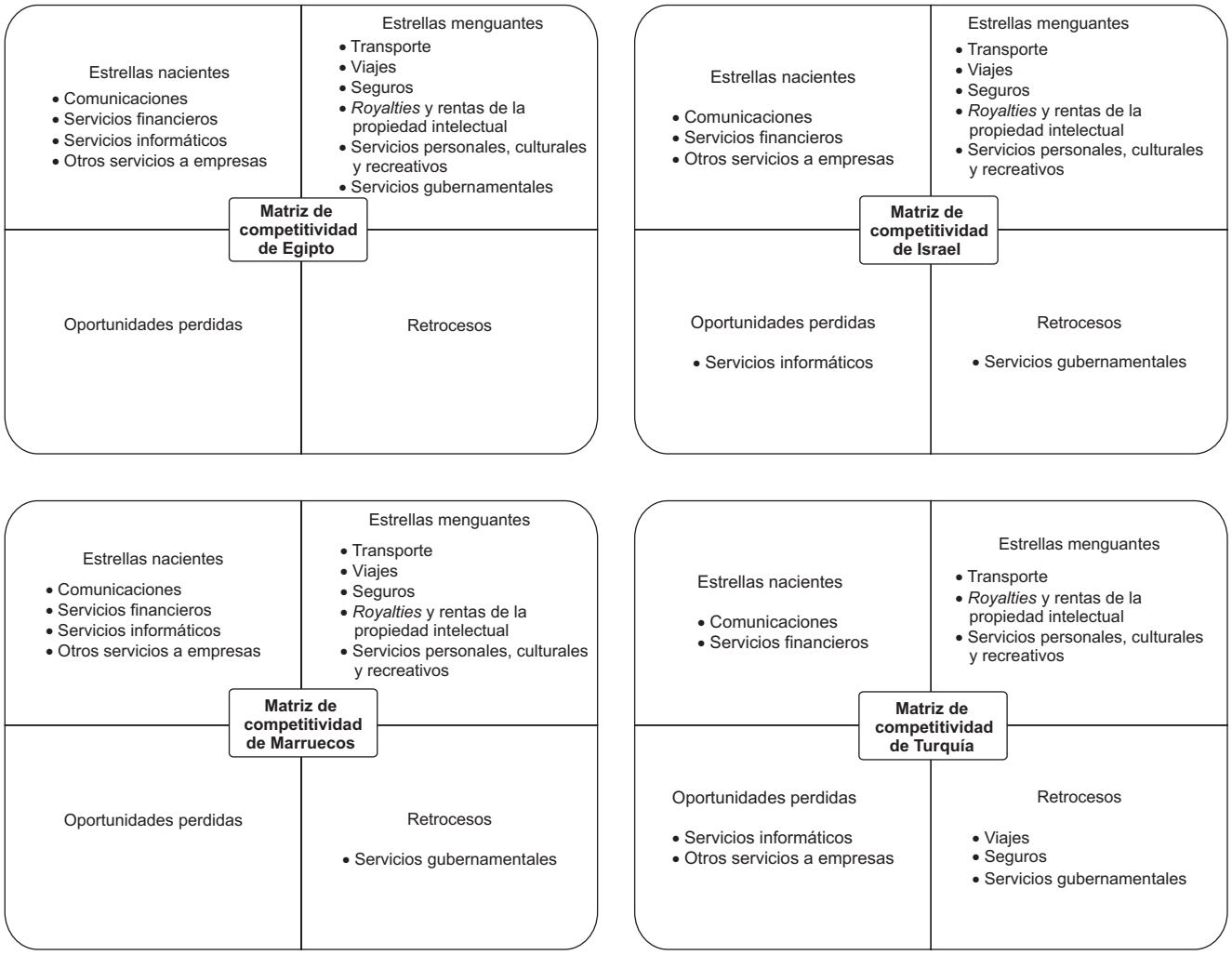
Como se puede observar, las actividades de comunicaciones y servicios financieros son estrellas nacientes en todos los casos, con un ritmo de crecimiento de la cuota de mercado superior al crecimiento de las importaciones europeas de estos servicios. Asimismo, son estrellas nacientes los servicios informáticos en Egipto y Marruecos y otros servicios a empresas en Egipto, Marruecos e Israel. Por tanto, se confirma lo que se afirmó al inicio de este trabajo, respecto a la creciente importancia que los servicios a empresas en general tienen como potencial de crecimiento económico en los países mediterráneos y la necesidad de diseñar y poner en marcha políticas que vayan dirigidas al desarrollo de este tipo de servicios y a la exportación de los mismos, en especial hacia Europa, pero también hacia otros países mediterráneos.

Las actividades de transporte, *royalties* y rentas de la propiedad inmaterial y servicios personales, culturales y recreativos son estrellas menguantes en todos los países, lo que significa que la cuota de mercado en la UE-27 está creciendo, si bien estas actividades tienen cada vez menos importancia en las compras de servicios procedentes del exterior. Por otra parte, viajes y seguros también están en esta categoría en el caso de Egipto, Israel y Marruecos. En general, podemos constatar de nuevo cómo las actividades relacionadas con el turismo —transporte, viajes y servicios personales, culturales y recreativos— están ganando cuota en el mercado europeo, si bien esta es una actividad que presenta un cierto declive entre las importaciones desde Europa.

Por otra parte, las actividades que se pueden considerar oportunidades perdidas son las de servicios informáticos en Turquía e Israel y otros servicios a empresas en Turquía, por no aumentar su participación en un mercado que está siendo dinámico en el contexto de las importaciones europeas de servicios. Estas son actividades cuya tendencia es claramente al alza y donde se podrían aprovechar más oportunidades de exportación, teniendo en cuenta que requiere además una implantación de las TIC que permita ofrecer dichos servicios a otros países.

Por último, las actividades en retroceso serían servicios gubernamentales en todos los países, excepto en Egipto, y en el caso de Turquía también lo son viajes y seguros. Cabe destacar, a este respecto, que Turquía es un país competitivo en los servicios de viajes en los mercados europeos, pero ha descendido su cuota de mercado en Europa entre 2007 y 2008 de manera notable, en un contexto de disminución de la importancia de estos servicios en las importaciones europeas.

ESQUEMA 1



A pesar de las aproximaciones a la competitividad que se han realizado, el objetivo en esta parte del estudio es construir un índice que ayude a comprobar la situación competitiva de los países mediterráneos frente a la Unión Europea en 2008. Para ello hemos construido el índice ventaja comparativa revelada bilateral (VCRB) con la UE-27, en las distintas actividades terciarias que se definirá (tomando Israel como ejemplo) como:

$$VCRB = \left[\frac{xIsraelí,UE}{\sum_i Israelí,UE}\right] \div \left[\frac{\sum_j Mundiali,UE}{\sum_i Mundiali,UE}\right]$$

$i =$ ramas de servicios

De esta manera tenemos un indicador de ventaja comparativa revelada, con la particularidad de que con él comparamos el peso de una actividad terciaria en las exportaciones de servicios de un país hacia la Unión

Europea con el peso de esa misma actividad en las exportaciones de servicios mundiales a ese mismo destino, la Unión Europea. Así, si el índice es mayor que 1, tendrá ventaja comparativa bilateral con la Unión Europea, lo cual indicará una buena posición competitiva del país en esa actividad en ese mercado de destino en relación con el resto del mundo.

En el Cuadro 5 figuran los resultados de los cálculos de VCRB de cuatro[8] países frente a la UE-27 en 2008, de cuyo análisis se puede concluir lo siguiente:

Los cuatro países presentan ventaja comparativa en transporte y viajes, actividades muy vinculadas al turismo, que es una de las actividades más dinámicas en estas economías. Hemos de tener en cuenta que el peso en producción y empleo del turismo, de forma directa e indirecta, en estos países se sitúa en 2010 en un promedio del 13 por 100 en el caso de la producción y del 11 por 100 en el caso del empleo (World Economic Forum, 2011). Además, como se afirma en González y Genaro (2005, p. 149) «las actividades turísticas en estas economías son muy significativas, ya que es un sector que tiene efectos multiplicadores sobre otras actividades económicas.» Respecto a la competitividad en el sector turístico, representado por las partidas de transporte y viajes, podemos afirmar que estos cuatro países lo están haciendo bien en cuanto a la competitividad del sector en los mercados europeos, pero si extendiésemos este análisis al resto de países mediterráneos, concluiríamos que aún queda un largo camino por recorrer para avanzar en aquellos aspectos más deficitarios en cada país. A este respecto, el informe anual que presenta el World Economic Forum: *The Travel & Tourism Competitiveness Report* ofrece una visión bastante completa sobre la situación del sector de turismo y viajes, y permite realizar el análisis de las posibles medidas de política dirigidas a estimular la competitividad en algunas de las actividades de servicios con más peso en las economías del área mediterránea.

En la actividad de viajes (tanto personales como de negocios) destacan Egipto, Marruecos y Turquía, con un índice de VCRB superior a dos puntos, mientras que en transporte el índice se sitúa ligeramente por encima de 1. Países que ya se han mencionado anteriormente como los que más avanzan en competitividad en servicios, si bien Turquía está perdiendo peso en el mercado en estos últimos años.

En comunicaciones, tanto Israel como Marruecos son competitivos (VCRB>1) en la UE-27, de hecho, como hemos comprobado en el análisis anterior, esta es una actividad en crecimiento en las exportaciones en ambos países. En Marruecos este indicador de competitividad es superior a 3, lo cual sugiere que esta podría constituir una fuente de crecimiento importante en el sector servicios y, dado que este es un sector muy dinámico en Europa, es importante que se continúe y se avance en esta dirección en términos de políticas sectoriales.

En el caso de Israel, el índice de VCRB también supera la unidad en servicios informáticos (índice con valor superior a 3 puntos) y en servicios gubernamentales. No obstante, en servicios informáticos Israel ha perdido competitividad en los últimos años, ya que la VCRB en 2004 se situaba en 7 puntos, frente a los 3 de 2008. Israel ha venido siendo uno de los países destino del *off-shore* en estas actividades, debido a los diferenciales de salarios y a la generación de I+D+i, y esto también se refleja en el saldo positivo de la partida de *royalties* y rentas de la propiedad inmaterial.

En el resto de actividades de servicios, la competitividad es relativamente baja y por tanto mejorable a partir de políticas que incentiven su incremento en los mercados europeos. Especialmente importantes serían las medidas que estimulasen las exportaciones en sectores que están en crecimiento en Europa, como servicios financieros y otros servicios a empresas, y algunos de los ya mencionados como comunicaciones o servicios informáticos.

[8] De nuevo se emplean los datos procedentes de la *OECD Statistics on International Trade in Services,* sobre el comercio bilateral en las ramas de servicios en la Unión Europea, con la particularidad de que los datos que proporciona para el área mediterráea se refieren únicamente a Egipto, Israel, Marruecos y Turquía.

CUADRO 5

VENTAJA COMPARATIVA REVELADA BILATERAL CON LA UE-27, 2008

	Egipto	Israel	Marruecos	Turquía
Transporte	1,02	1,02	1,17	1,19
Viajes	2,63	1,04	2,13	2,34
Comunicaciones	0,64	1,56	3,17	0,80
Seguros	0,12	0,32	0,19	0,19
Servicios financieros	0,08	0,22	0,08	0,68
Servicios informáticos	0,08	3,12	0,05	0,10
Royalties y rentas de la propiedad intelectual	0,11	0,45	0,16	0,02
Otros servicios a empresas	0,23	0,55	0,34	0,30
Servicios personales, culturales y recreativos	0,22	0,59	0,35	0,17
Servicios gubernamentales	*0,45*	*1,04*	*0,49*	*0,40*

FUENTE: OCDE. Elaboración propia.

4. Conclusiones

El sector servicios está incrementando su presencia y su papel en las economías del área euromediterránea, de forma que en los próximos años probablemente será el principal impulsor del desarrollo en los países mediterráneos, al igual que ha venido ocurriendo en los países de la OCDE en las últimas décadas. Obviamente, este potencial de crecimiento del sector servicios hace necesario progresar en la liberalización del comercio de estas actividades entre la Unión Europea y los países mediterráneos. Además, los beneficios del incremento de los flujos comerciales y de inversión tanto en las relaciones Norte-Sur como en las relaciones Sur-Sur, impulsará el crecimiento de la productividad y la transferencia de tecnología y de conocimiento entre los países.

Hemos de tener en cuenta, además, que el peso de los servicios en las exportaciones e importaciones es elevada tanto en la Unión Europea como en los países mediterráneos y, debido a la proximidad geográfica, ambas zonas se podrían beneficiar de la liberalización en las relaciones de intercambio. Desde 1995, se constata un mayor dinamismo en el comercio internacional de servicios en el área mediterránea, coincidiendo con la adopción de compromisos derivados del GATS y el inicio de las negociaciones entre la UE y algunos países mediterráneos, para la liberalización de los intercambios de servicios y de la inversión directa extranjera. La situación competitiva en el sector terciario es positiva en los países del área mediterránea analizados, lo que se deriva de una tasa de cobertura superior a 100 en todos ellos y, excepto en Israel, Líbano y Jordania, las actividades relacionadas con el turismo —transporte y viajes— son las que dan lugar a esta buena situación en el comercio exterior.

Por otro lado, resulta destacable el hecho de que en Marruecos e Israel las exportaciones de servicios más dinámicas, y que progresivamente van cobrando más importancia, son las de servicios a empresas. En relación con el avance o retroceso que los países mediterráneos han experimentado en su competitividad en servicios frente a la UE, podemos concluir que el área en su conjunto ha ganado cuota de mercado en los países del área mediterránea europea, y los países que más han avanzado en competitividad han sido Egipto, Marruecos y Turquía. El índice de ventaja comparativa revelada bilateral muestra que los cuatro países anali-

zados —Egipto, Israel, Marruecos y Turquía— presentan ventaja comparativa frente a la UE-27 en transporte y viajes, destacando en esta última Egipto, Marruecos y Turquía. En comunicaciones son competitivos tanto Marruecos como Israel, y en el caso de Israel también existe ventaja comparativa en servicios informáticos, actividades en las que el país ha sido destino de *off-shore.*

El papel que hasta el momento han desempeñado los servicios en el desarrollo de los países del área mediterránea se verá incrementado conforme se avance hacia mayores niveles de cooperación y/o integración. En consecuencia, los servicios jugarán un papel relevante en el futuro de este conjunto de países por varias razones:

— Por la progresiva y creciente terciarización que están registrando y registrarán estas economías.

— Por el elevado valor estratégico que determinados servicios han adquirido en los actuales procesos de desarrollo: telecomunicaciones, servicios a empresas, etcétera.

— Por la aparición, gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), de toda una serie de nuevos servicios que son perfectamente comercializables y que, por lo tanto, en su comercio los países pueden obtener ventajas competitivas en las que fundamentar su crecimiento económico, como en décadas pasadas se ha cimentado en el comercio de bienes.

— Por los efectos positivos que para los países del área mediterránea se pueden derivar de unos mercados de servicios más integrados:

- Efectos de dimensión de mercado: se derivarían importantes economías de escala estáticas y dinámicas.
- Efectos competitivos: derivados de la mayor competencia existente entre las empresas de servicios en un contexto euromediterráneo más abierto y cohesionado.

Esta nueva estrategia de desarrollo económico ofrece un amplio abanico de posibilidades a las diferentes economías y, en concreto, lo siguiente a las del área mediterránea.

En primer lugar, la internacionalización de los servicios puede incrementar la eficiencia de las economías euromediterráneas por tres vías:

— Por la elevación de la competitividad de los servicios, en general, y sobre todo de los dirigidos a la producción.

— Por las ganancias de competitividad en la industria, derivadas de unos mejores y más baratos servicios a la producción.

— Por una mayor apertura al exterior de la economía, derivada de unos servicios y una industria más competitivos.

En segundo lugar, la reducción, en unos casos, y la desaparición, en otros, de los obstáculos al comercio de servicios ofrecería una amplia gama de posibilidades a los países del área mediterránea para obtener nuevas ventajas comparativas.

Y en tercer lugar, la aparición de toda una gama de servicios debido a las TIC, permitiría a las economías euromediterráneas el acceso a los servicios de «larga distancia», servicios determinantes de los sistemas de producción y de la competitividad del futuro.

Pero, sin duda, que estas posibilidades enumeradas se materialicen dependerá de que los países del área mediterránea se abran a corrientes económicas y comerciales de cooperación e integración. En esta trascendental cuestión, estos países han de fijarse en la evolución seguida y la experiencia acumulada por la UE, ya que les sería de gran utilidad.

Referencias bibliográficas

[1] BENSIDOUN, I. y ÜNAL-KESENCI, D. (2008): «Globalisation in Services: From Measurement to Analysis», *OECD Statistics Working Papers,* 2008/3, París.

[2] CAVE, W. (2006): «How are Services Being Internationalised?», 7TH OECD International Trade Statistics Expert Meeting, París, 11-14 septiembre.

[3] CENTER FOR SOCIAL AND ECONOMIC RESEARCH CENTRE FOR EUROPEAN POLICY STUDIES (2009): *Economic Integration in the Euro-Mediterranean Region,* Varsovia.

[4] CUADRADO, J. R. y FERNÁNDEZ, T. (dir.) (2005): *El área de libre comercio euro-mediterránea. Hitos conseguidos y perspectivas futuras,* Madrid, Ed. Marcial Pons.

[5] DÍAZ DE LA GUARDIA, C. y MOLERO, J. (2005): «La competitividad internacional de los servicios en los países europeos. Una propuesta de taxonomía», *Información Comercial*

Española. Revista de Economía, número 824, julio-agosto, páginas 9-70, Madrid.

[6] FRANCOIS, J. y HOEKMAN, B. (2010): «Services Trade and Policy», *Journal of Economic Literature,* múmero 48, septiembre, páginas 642-692.

[7] GONZÁLEZ, M. y GENARO, D. (2005): «Los servicios turísticos en los países socios mediterráneos y su papel en el desarrollo económico», en CUADRADO, J. R. y FERNÁNDEZ, T. (dir.): *El área de libre comercio euro-mediterránea. Hitos conseguidos y perspectivas futuras,* Ed. Marcial Pons, Madrid.

[8] GOOTIIZ, B. y MATTOO, A. (2009): «Services in Doha: What's on the Table?», *World Bank Policy Research Working Paper Series,* volumen 4903, Washington D.C.

[9] HOEKMAN, B. y ÖZDEN, Ç. (2010): «The Euro-Mediterranean Partnership: Trade in Services as an Alternative to Migration?», *Journal of Common Market Studies,* volumen 48, número 4, páginas 835-857, Oxford.

[10] MAROUANI, M. A. y MUNRO, L. (2009): «Assessing Barriers to Trade in Services in the MENA Region», *OECD Trade Policy Working Papers,* número 84, París.

[11] MATTOO, A. (2009): «Trade in Services», en *The Princeton Encyclopedia of the World Economy,* Princeton University Press, Princeton, Nueva Jersey, páginas 1119- 1123.

[12] MATTOO, A.; RATHINDRAN, R. y SUBRAMANIAN, A. (2001): «Measuring Services Trade Liberalization and its Impact on Economic Growth: An Illustration», *World Bank Policy Research Working Paper,* número 2.655, Washington D.C.

[13] OCDE (2010): «Trade in Services by Partner Country», *OECD Statistics on International Trade in Services* (database) París. *doi: 10.1787/data-00274-en.*

[14] OMC (2011): *The Services Profiles and the Trade Profiles Databases, http://stat.wto.org.*

[15] OULTON, N. (2001): «Must the Growth Rate Decline? Baumol's Unbalanced Growth Revisited», *Oxford Economic Papers,* 53(4), páginas 605-627, Oxford.

[16] RUBALCABA, L. y CUADRADO, J. R. (2001): «Internationalisation of Service Industries: A Comparative Approach», *Documento de trabajo,* número 4, Laboratorio de Investigación del Sector de Servicios (SERVILAB), Alcalá de Henares.

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

[18] THE 9TH UNION FOR THE MEDITERRANEAN TRADE MINISTERIAL CONFERENCE (2010): «Chair's Summary of Discussions», Bruselas, *http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=634.*

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

[20] UNCTADSTAT (2011): *Internacional Trade in Services, http://unctadstat.unctad.org.*

[21] WORLD BANK (2009): *Doing Business Report,* Washington D.C.

[22] WORLD BANK (2010): *World Development Indicators,* Washington D.C.

[23] WORLD ECONOMIC FORUM (2011): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 Beyond the Downturn World Economic Forum Geneva,* Ginebra, *www.weforum.org/ttcr.*