

**INSTITUTO MADRILEÑO DE DESARROLLO -
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE
MADRID (IMADE-CEIM)**

**ESTUDIO DE MERCADO DEL
SECTOR SERVICIOS EN
ESTADOS UNIDOS**

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MIAMI

Dña. Estefania Paz Puga, Noviembre 2002

CONTENIDO

I.- FICHA PAIS

2- INTRODUCCIÓN: RESUMEN Y CONCLUSIONES

3.- ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

4.- LA IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA ESTADOUNIDENSE

4.1- UNA VISION GENERAL

4.2.- DENTRO DE LA ECONOMIA DOMESTICA

4.2.1.- En términos del PIB

4.2.2.- En términos de Gasto por Consumo

4.2.3.- En términos de Empleo

4.3.- DENTRO DEL SECTOR EXTERIOR

4.3.1.- Comercio Bilateral de Servicios de EE.UU con el resto de mundo

4.3.2 - Comercio Bilateral de Servicios con España

5.- FICHAS SECTORIALES

5.1.- ARQUITECTURA, CONSTRUCCIÓN, INGENIERÍA Y OTROS SERVICIOS TÉCNICOS

5.2.- AUDITORÍA, CONSULTORÍA Y SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS

5.3.- SERVICIOS EDUCATIVOS

5.5.- SERVICIOS INFORMÁTICOS Y DE PROCESAMIENTO DE DATOS

5.5.- SERVICIOS LEGALES

5.6.- SERVICIOS MEDIAMBIENTALES

5.7.- SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

5.8.- SERVICIOS TURÍSTICOS

(Anexado como archivo aparte)

2.- INTRODUCCIÓN: RESUMEN Y CONCLUSIONES

La historia económica de los Estados Unidos es un proceso de continuos cambios en su composición sectorial. Durante la segunda mitad del siglo XIX y primera del XX, la industrialización de la economía trasladó gran parte de la fuerza laboral de las granjas hacia las ciudades. Al principio, la mayor parte del empleo fluyó hacia las fábricas, constituyendo la base de la industria nacional. Poco a poco, sin embargo, a medida que las ciudades se convertían en el centro de la actividad económica y la demanda de servicios aumentaba, los proveedores de servicios como transporte, sanidad, distribución, comercio y finanzas comenzaban a emplear a un largo porcentaje de la fuerza laboral disponible. Fue durante los años 80, cuando incluso se decía que Estados Unidos estaba perdiendo su competitividad mundial frente a países como Japón convirtiéndose en una economía de servicios reducida a trabajadores de fast-food.

Como muchos ya han afirmado, la clave para el futuro crecimiento de las economías más desarrolladas se encuentra en las actividades de alto valor añadido, respaldadas por actividades de investigación y desarrollo que constituyen el soporte para los avances tecnológicos. Tanto en términos de crecimiento económico como crecimiento de empleo, los servicios profesionales y científicos, los servicios de información y los correspondientes a las telecomunicaciones están dirigiendo el camino hacia una transformada economía de servicios estadounidense. No en vano, como veremos más adelante, el mayor crecimiento del empleo en el sector servicios se da en aquellas áreas asociadas o dependientes de los servicios de tecnologías de la información. Los mayores beneficios se están dando en los servicios relacionados con la informática y el procesamiento de datos, servicios financieros y de seguros, dirección y relaciones públicas y servicios de intermediación de productos y valores.

La fabricación, producción y los servicios son actividades totalmente complementarias y mutuamente soportables dentro de la Nueva Economía. La historia de una de las mayores compañías de alta tecnología, IBM, es buen ejemplo de ello. Treinta años atrás, la mayor parte de los beneficios de IBM eran generados gracias al propio soporte físico de ordenadores y sistemas de información; hoy en día, dos tercios de esos beneficios provienen de los servicios ofrecidos por IBM en las áreas de información y software.

Sin duda alguna, el período 1996-2000 presenció la más larga expansión económica acaecida en los Estados Unidos durante el siglo XX con casi 9 años de continuo crecimiento. Las elevadas tasas de crecimiento fueron acompañadas por una mayor apertura exterior y una intensa progresión en la importación de bienes y servicios del resto del mundo. No en vano, el mercado de servicios de los EE.UU., el primero por su tamaño del mundo, creció a una tasa media anual del 10% suponiendo las tres cuartas partes de su PIB y de la fuerza laboral americana.

Los servicios españoles no perdieron esta oportunidad. Algunos como el Turismo, los Servicios Financieros y la Educación, no sólo crecieron de manera muy notable, sino que lo hicieron a un ritmo muy superior al crecimiento del mercado estadounidense dando lugar a un importante aumento en las cuotas de mercado. El excelente clima de negocios del período y la competitividad de los servicios españoles en algunos capítulos fueron determinantes en una expansión de tal magnitud.

Sin embargo, las exportaciones e importaciones de servicios por Estados Unidos no pueden escapar a los efectos de la crisis económica que sufre este país desde principios del 2001. Esta reciente crisis, cuyo alcance y duración están aún por determinar, deja abiertas varias incógnitas sobre la posibilidad de una reanudación de un crecimiento como el exhibido en el lustro precedente.

Desde los inicios de la crisis, ha sido el Sector Exterior aquél que ha padecido en mayor medida esta deceleración en la actividad económica. En el mismo sentido, los ataques terroristas del 11 de septiembre y el contexto político de “conflicto” que se derivó del mismo, no hicieron otra cosa que infligir un castigo adicional a la demanda en sectores clave de servicios para las exportaciones españolas, inhibiendo sobre todo las ventas de *Turismo, Billetes para pasajeros y Servicios Financieros*, etc. Durante el año 2001, las importaciones de servicios en Estados Unidos se redujeron sensiblemente, mostrando las primeras cifras negativas después de más de un lustro de continuo de crecimiento y confirmando la tendencia a la baja que ya se iniciaba en el año 98. Concretamente, las Importaciones Totales de Servicios Privados del Resto del Mundo ascendieron a 184.865 millones de dólares en el 2001, en otras palabras, un decrecimiento de casi el 8% respecto al ejercicio anterior. En los capítulos clave para España como el *Turismo, Billetes para Pasajeros y Otros Servicios Privados* el comportamiento fue similar, ascendiendo las importaciones a 57.101, 22.587 y 50.633 millones de dólares, respectivamente, es decir, mostrando unos descensos respecto al año 2000 del 11,5%, 6,5% y 7,4%, respectivamente. Los mencionados capítulos representan casi tres cuartas partes del total de la exportación de servicios española a Estados Unidos por lo que cabe esperar que la exportación española de servicios a ese país para el 2001 haya quedado seriamente afectada.

A la luz de este abrupto cambio de contexto económico, el futuro se ve con incertidumbre y la hipótesis de una pronta reanudación del crecimiento con un patrón tan próspero como el exhibido durante estos últimos 5 años parece cada vez menos verosímil. Si bien la duración y gravedad de la crisis está aún por determinar, la fiabilidad de los datos aquí mostrados como elemento predictivo de la evolución del mercado de servicios, ha quedado ya comprometida y sólo una fuerte y poco previsible recuperación de la economía estadounidense sería capaz de restituirla.

Por otro lado, el enorme tamaño de mercado estadounidense lo convierte siempre en un mercado de destino deseable aún en un contexto recesivo. Los servicios españoles siempre podrían obtener grandes beneficios si, merced a mejoras competitivas, lograran aumentar su cuota de mercado a la espera de momentos de mayor prosperidad. Desde el punto de vista de un posicionamiento estratégico a largo plazo, la información aquí vertida permite identificar los sectores de servicios españoles que ya han demostrado un mayor dinamismo en el mercado estadounidense y, cuyo futuro a largo plazo, puede ser muy interesante si se consideran las dimensiones del mencionado mercado.

El caso paradigmático de oportunidad de negocios en Estados Unidos es el del *Turismo* español. Desde hace décadas, España ocupa primeros puestos en el mundo entre los países con mayor número de visitantes y con mayores ingresos por Turismo,

disponiendo, no obstante, de una exigua cuota de un 2,3% en el mercado estadounidense. Cifra ésta que se encuentra claramente por debajo de la representación que se corresponde con la competitividad y relevancia del *Turismo* español en resto del mundo.

El notable crecimiento de la comunidad latinoamericana en Estados Unidos abre grandes expectativas de negocio no sólo en el mercado Turístico y en el de la lengua española (ej. *Educación*), sino también para el resto de Servicios Privados. La latina es una comunidad que muestra una creciente capacidad adquisitiva y entre la que la imagen de España goza de un elevado prestigio. Además, el hecho que esta comunidad se concentre geográficamente en pocos Estados del Sur de los EE.UU. (California, Arizona, Nuevo México, Florida y Texas) facilita el acceso a ese mercado, al reducirse sustancialmente los costes de implantación y distribución. Los *Servicios Financieros* y de *Telecomunicaciones* españoles, con una alto competitividad internacional y una experiencia inversora en Latinoamérica, son unos excelentes candidatos para sacar provecho de ese mercado. En el mismo sentido, otros servicios técnicos de probada competitividad mundial como los del capítulo de *Construcción, Arquitectura y Servicios de Minas*, que detentaba una escasa cuota del 0,2% del mercado estadounidense en el año 2000, podrían seguir el camino ya abierto por los *Servicios de Ingeniería Industrial* y crecer notablemente en los EE.UU.

3.- ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

El presente Estudio pretende destacar algunos de los rasgos fundamentales del sector servicios en la economía estadounidense y del comercio bilateral de servicios entre EE.UU. y España durante el último lustro de los 90. En primer lugar, se procede a un análisis de la importancia del sector servicios en términos del PIB, Consumo y Empleo

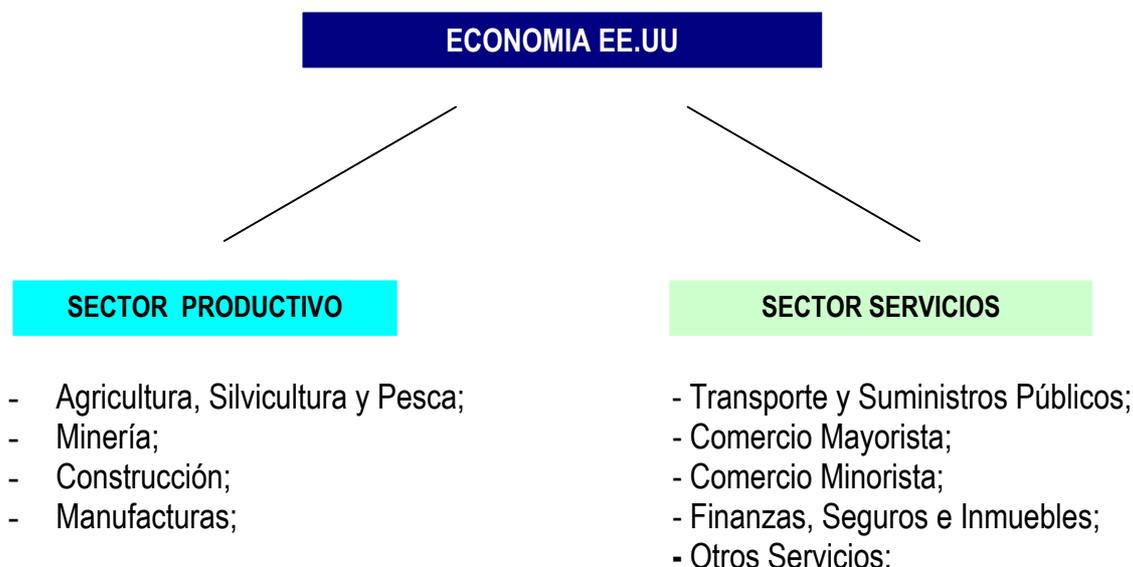
en comparación con el sector productivo de la economía. Posteriormente, se procede a una contextualización del mercado de servicios estadounidense en referencia al papel de los mismos en la Balanza de Pagos, al tamaño del mercado y a la evolución de sus principales capítulos con una discusión detallada de la evolución de las exportaciones e importaciones estadounidenses hacia y desde España, identificándose la estructura de las mismas y el grado de penetración alcanzado en el mercado. Asimismo, se valora brevemente la evolución que ha mostrado la Balanza de Servicios entre los dos países así como las perspectivas para el comercio de servicios en el futuro. Por último, se incluye una ficha específica de las principales ocho áreas de servicios (*Arquitectura, Construcción y Otros Servicios Técnicos; Auditoría, Consultoría y Servicios de Relaciones Públicas; Servicios Educativos, Servicios Informáticos y de Procesamiento de Datos; Servicios Legales; Servicios Medioambientales; Servicios de Telecomunicaciones y Servicios Turísticos*), analizando tanto su importancia para la economía doméstica como para el sector exterior con mención especial al comercio bilateral entre Estados Unidos y España. Asimismo, se realiza un estudio de las tendencias más recientes (tanto nacional como internacionalmente) y un análisis de las perspectivas para el futuro.

Este Estudio se centra, en su mayor parte, en el análisis del sector de *servicios de índole privada*, es decir, excluyendo las operaciones comerciales de servicios realizadas entre Estados. Este tipo de transacciones de servicios queda reflejada como importación o exportación de servicios en la Balanza de Servicios de la Balanza de Cuenta Corriente. Los datos utilizados provienen principalmente de fuentes oficiales del Departamento de Comercio de los EE.UU. y hacen referencia al período comprendido entre 1996 y el año 2000. No obstante, antes de nada me gustaría señalar la dificultad que he encontrado a la hora de interpretar los datos y estadísticas utilizadas ya que Estados Unidos emplea nomenclaturas propias y adaptaciones de normas internacionales lo cual dificulta en gran medida la comparabilidad de los datos respecto a otros países. Asimismo, se debe destacar que no todas las transacciones de servicios privadas quedan reflejadas bajo la denominación de comercio transfronterizo. Como veremos, un gran número de transacciones que implican servicios se realiza a través de filiales establecidas por las empresas matrices en países extranjeros. A diferencia de las transacciones transfronterizas, muchos de estos pagos entre empresas multinacionales con presencia comercial en el país donde se prestan los servicios, se instrumentan mediante la participación en los beneficios de la filial y, aparecen como pagos o cobros de rentas de inversión en la Balanza de Cuenta Corriente. En el caso de EE.UU., el valor de las transacciones de servicios realizadas de esta forma ha tenido un notable crecimiento a lo largo de los noventa, llegando incluso a superar levemente el valor de las transacciones de servicios transfronterizos a finales de la década. Para el futuro, se prevé que esta tendencia continúe, dado que el presente contexto de globalización de la economía favorece profusamente el establecimiento de empresas filiales en territorio extranjero.

La clasificación de sectores que se ha seguido a lo largo del Estudio es la del **Sistema Estándar de Clasificación Industrial** (*Standard Industrial Classification System - SIC*). Esta clasificación SIC se emplea únicamente en Estados Unidos, estableciendo categorías de bienes fabricados y de servicios ofrecidos en el país. Consta de aproximadamente 450 grupos de 4 dígitos, que representan el grupo industrial y los

subgrupos dentro de cada uno de ellos. Los códigos SIC aparecen en el *Standard Industrial Classification Manual* publicado por el *Bureau of Census* o en el manual SIC por el *National Technical Information Service (NTIS)*.

A continuación podemos ver a través de este esquema, la división general de sectores de la economía estadounidense de acuerdo al Sistema *Standard de Clasificación Industrial del año 1987*.



Desde 1997, Estados Unidos, junto a Canadá y México, han comenzado a emplear un nuevo sistema de clasificación llamado *Sistema de Clasificación Industrial Norteamericano (North American Industry Classification System - NAICS)*. Este sistema está organizado sobre una base conceptual más consistente, añade nuevas clasificaciones para el sector de la alta tecnología y, lo que es más importante, ofrece estadísticas más fácilmente comparables a nivel internacional. El Sistema NACIS está reemplazando poco a poco al SIC, aunque de momento la transición no es completa.

Por lo que respecta al sector exterior, los datos se recogen por partidas o capítulos siendo las principales *Turismo, Pasajeros* (billetes), *Otros Transportes* (Fletes y Servicios Portuarios) y *Royalties y Pagos por Licencias*. Asimismo, se incluye una partida final de *Otros Servicios*, en la que se incluyen los siguientes:

- ✓ Educación
- ✓ Servicios Financieros
- ✓ Seguros
- ✓ Telecomunicaciones
- ✓ Contabilidad, Auditoría y Servicios de anotaciones contables
- ✓ Publicidad
- ✓ Servicios Agrícolas
- ✓ Servicios de Procesamiento de Datos

- ✓ Informáticos
- ✓ Construcción, Ingeniería, Arquitectura y Servicios de Minas
- ✓ Bases de Datos y Otros Servicios de Información
- ✓ Servicios de Ingeniería Industrial
- ✓ Instalación, Reparación y Mantenimiento de Equipos
- ✓ Servicios Legales
- ✓ Correo, Reproducción y Arte Comercial
- ✓ Gestión de Instalaciones de Salud
- ✓ Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas
- ✓ Servicios Médicos
- ✓ Desembolsos varios
- ✓ Leasing
- ✓ Suministro de Servicios Personales
- ✓ Investigación y Desarrollo
- ✓ Deportes y Espectáculos
- ✓ Servicios de Formación
- ✓ Otros servicios profesionales y técnicos
- ✓ Otros servicios entre no filiales

4.- LA IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA

4.1 - UNA VISIÓN GENERAL DEL SECTOR SERVICIOS

- Los servicios representaron el 65.8% del Producto Interior Bruto a precios de mercado y el 75% del PIB correspondiente al sector privado en el año 2000, lo que significa 6.493,9 miles de millones de dólares.

- El número de empleados en el sector servicios representaba un 80% del total de empleados en el sector privado en el año 1999 lo que significa 82.9 millones de empleos.
- Entre 1989 y 1999, el sector servicios creó 20.6 millones de empleos.
- En 1999, el salario medio en el sector servicios fue de \$32.865 lo que significa \$500 más que en el sector manufacturero con un sueldo medio de \$32.342.
- Las exportaciones de servicios representaron el 28% de las exportaciones totales estadounidenses alcanzando un valor de \$293.000 millones.
- En el año 2000, el superávit comercial correspondiente al sector servicios fue de \$76.500 millones ayudando a compensar el déficit de \$452.000 millones correspondiente al comercio de bienes.
- La venta de servicios a través de filiales americanas en el extranjero fue de \$309.000 millones en 1998, mientras que la venta de servicios a consumidores americanos a través de filiales extranjeras establecidas en Estados Unidos fue de \$255.000 millones, lo que generó un "superávit" de \$54.000 millones.
- Un Acuerdo de la *Organización Mundial del Comercio* (OMT) que reduzca en un tercio las barreras al comercio de servicios así como los aranceles al comercio de productos industriales y agrícolas generaría una riqueza adicional para Estados Unidos cercana a los \$177.300 millones, mayormente en el sector servicios.
- Un Acuerdo de la *Organización Mundial del Comercio* (OMT) que suprimiera TODAS las barreras al comercio de servicios así como TODOS los aranceles al comercio de bienes generaría una riqueza adicional para Estados Unidos de \$537.200 millones, gran parte de ella correspondiente al sector servicios.

4.2.- DENTRO DE LA ECONOMÍA DOMÉSTICA

4.2.1.- EN TÉRMINOS DEL PIB

Con el objetivo de analizar el relativo rendimiento del sector servicios en la economía americana en contraste con el sector productivo, pasamos a continuación a analizar sus tasas de crecimiento real, su contribución al crecimiento del PIB real, su porcentaje de participación en el PIB a precios de mercado y su contribución en el índice de precios del PIB lo que nos da una idea de si el sector está creciendo más o menos que la economía así como de la importancia del mismo para la economía estadounidense tanto en términos de crecimiento real como en términos de precios.

PIB REAL - RATIOS DE CRECIMIENTO SECTORIALES

Como podemos ver en la Tabla 1, en el período 1997-2000, el PIB real creció a una tasa anual de 4.2%, el sector privado a una tasa de 4.6% y el sector público a una tasa de 1.6% (Tabla 1) situándose en 9.224,0, 8.177,6 y 1.085,4 miles de millones de dólares respectivamente en el año 2000. Dentro del sector privado, el sector de producción (Agricultura, Silvicultura y Pesca, Minería, Construcción y Manufacturas) lo hizo a una tasa de 4.2%, mientras que el sector servicios (Transporte y Suministros Públicos, Comercio Mayorista, Comercio Minorista, Finanzas, Seguros e Inmuebles y Otros Servicios) a una tasa de 5.6% alcanzando respectivamente las cifras de 2.233,8 y 6.064,6 miles de millones de dólares en el 2000.

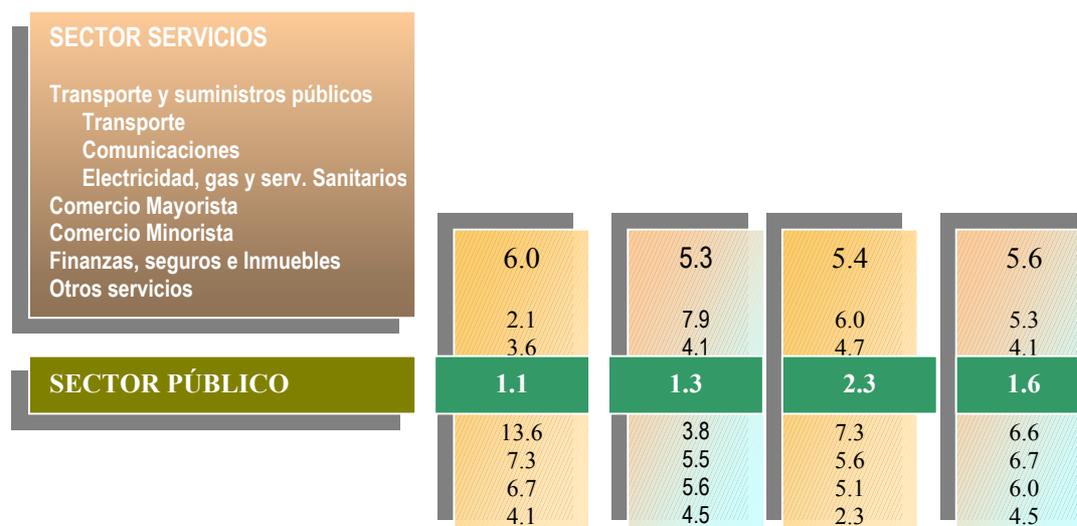
Tanto en el año 1999 como en el 2000, la tasa de crecimiento del PIB real fue de 4.1%, una décima menos que durante el periodo 1997-2000. Asimismo, el sector privado creció a una tasa de 4.1%, siete décimas menos que en 1999 donde la tasa de crecimiento se situó en el 4.8%. Dentro del sector privado, el sector de producción lo hizo a una tasa de 2.9%, 2.5 puntos porcentuales por debajo del año 1999 y 1.3 puntos por debajo de la media del periodo 1997-2000. La rápida subida de los precios del petróleo y productos relacionados contribuyó sin duda alguna a esta desaceleración.

Por el contrario, el sector privado de servicios lo hizo a una tasa de 5.4% en el año 2000, una décima por encima del año 1999 y dos por debajo de la media del periodo 1997-2000, pero significativamente mayor que el crecimiento del sector de producción, lo que da una idea clara de la expansión del sector durante estos años. Dentro del sector servicios, el área con mayor crecimiento fue la de Comunicaciones (10.7% en el 2000), seguida por el área de Comercio Minorista (7.3% en el año 2000) así como por Finanzas, Seguros y Servicios Inmobiliarios con una tasa de crecimiento de 5.6%.

Por lo que respecta a la Administración Pública, su crecimiento en el año 2000 fue de 2.3%, un punto porcentual por encima del año 1999 y 0.7 puntos por encima de la media del período aunque claramente inferior al crecimiento del sector privado que, como he dicho anteriormente, se situó en el 4.1%.

TABLA 1. TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	1998	1999	2000	% 97-00
PRODUCTO INTERIOR BRUTO	4.3	4.1	4.1	4.2
SECTOR PRIVADO	4.7	4.8	4.1	4.6
SECTOR PRODUCTIVO	4.4	5.4	2.9	4.2
Agricultura, Silvicultura y Pesca	1.3	5.5	8.4	5.0
Minería	2.4	-6.5	-15.0	-6.6
Construcción	7.5	6.0	2.5	5.3
Manufacturas	4.1	6.1	4.1	4.8



Fuente: Survey of Current Business, Nov. 2001, US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis

CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO REAL DEL PIB

La contribución de un determinado sector al crecimiento del PIB real depende tanto de su tasa real de crecimiento como de su tamaño relativo.

Como puede apreciarse en la Tabla 2, durante el período 1997-2000, el sector privado contribuyó con 4 puntos porcentuales al crecimiento del PIB real mientras que el sector público lo hizo con 0.2. Dentro del sector privado la contribución del sector productivo fue de 1.0 punto porcentual mientras que la del sector servicios de 3.6 claramente por encima de la contribución del sector productivo lo que nos da una idea de la expansión del sector servicios y de su importancia como motor de empuje y estímulo de la economía estadounidense.

Por lo que respecto a los años 1999 y 2000, el sector privado contribuyó con 3.6 puntos en el 2000 frente a 4.2 en 1999. Por el contrario, el sector público lo hizo con 0.3 en el 2000 y 0.2 en 1999. Asimismo, el sector productivo contribuyó con un 1.3 puntos porcentuales en 1999 y 0.7 en el 2000 mientras que el sector servicios lo hizo con 3.4 puntos en 1999 y 3.5 puntos porcentuales en el 2000. La menor contribución del sector productivo se debió principalmente al descenso en la contribución de las áreas de minería, construcción y manufacturación mientras que la fuerte contribución del sector servicios se debió principalmente a las áreas de finanzas, seguros y servicios inmobiliarios.

TABLA 2. CONTRIBUCIÓN POR SECTOR DE ACTIVIDAD AL CAMBIO PORCENTUAL DEL PIB REAL

	1998	1999	2000	% 97-00
PIB (cambio porcentual)	4.3	4.1	4.1	4.2
SECTOR PRIVADO	4.1	4.2	3.6	4.0

SECTOR PRODUCTIVO	1.0	1.3	0.7	1.0
Agricultura, Silvicultura y Pesca	0.0	0.1	0.1	0.1
Minería	0.0	-0.1	-0.2	-0.1
Construcción	0.3	0.3	0.1	0.2
Manufacturas	0.7	1.0	0.7	0.8
SECTOR SERVICIOS	3.8	3.4	3.5	3.6
Transporte y suministros públicos	0.2	0.7	0.5	0.4
Transporte	0.1	0.1	0.2	0.1
Comunicaciones	0.2	0.3	0.3	0.3
Electricidad, gas y sanidad	-0.1	0.2	0.1	0.1
Comercio Mayorista	0.9	0.3	0.2	0.5
Comercio Minorista	0.7	0.5	0.7	0.6
Finanzas, seguros y serv. Inmob.	1.3	1.1	1.1	1.1
Otros servicios privados	0.8	0.9	1.1	1.0
SECTOR PÚBLICO	0.1	0.2	0.3	0.2

Fuente: Survey of Current Business, Nov. 2001, US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis

PESO DE LOS DIFERENTES SECTORES EN EL PIB A PRECIOS DE MERCADO

El peso o porcentaje del PIB correspondiente a un sector o industria es un buen indicador del peso relativo de dicho sector en la economía de un país.

Como podemos observar en la Tabla 3, durante el período 1997-2000, el sector privado pasó de representar el 87.2% del PIB a precios de mercado al 87.7 % del mismo en el año 2000, al contrario que la participación del sector público que descendió de 12.8% a 12.3% en el 2000. El descenso en el porcentaje representado por el Gobierno se debió tanto a un descenso en la importancia del Gobierno Federal (decreciendo 0.4 puntos porcentuales) como de los Gobiernos Estatales (descendiendo 0.1 puntos).

Dentro del sector privado, el sector productivo redujo su peso de 23.6% en 1997 a 23.2% en el 2000 aumentando consecuentemente el peso del sector servicios que pasó de 63.2% a 65.8% en el 2000, claramente muy por encima del sector productivo reflejo de la importancia y protagonismo del sector servicios en la economía estadounidense. El crecimiento en el peso del sector privado de servicios se debió principalmente a las áreas de Finanzas, Seguros y Servicios Inmobiliarios (que pasó de suponer el 18.9% del sector privado en 1997 al 19.6% en el 2000) así como el área de Otros Servicios (pasando de 20.3% a 21.9%) donde hay que destacar el área de los servicios relacionados con la Tecnología de la información y Servicios Empresariales que crecieron su peso relativo en un punto porcentual desde 1997 al 2000.

TABLA 3. PESO RELATIVO EN EL PIB DE CADA UNO DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS

	1997	1998	1999	2000
PRODUCTO INTERIOR BRUTO	100.0	100.0	100.0	100.0
SECTOR PRIVADO	87.2	87.4	87.6	87.7



Fuente: Survey of Current Business, Nov. 2001, US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis

PIB POR PRECIOS SECTORIALES

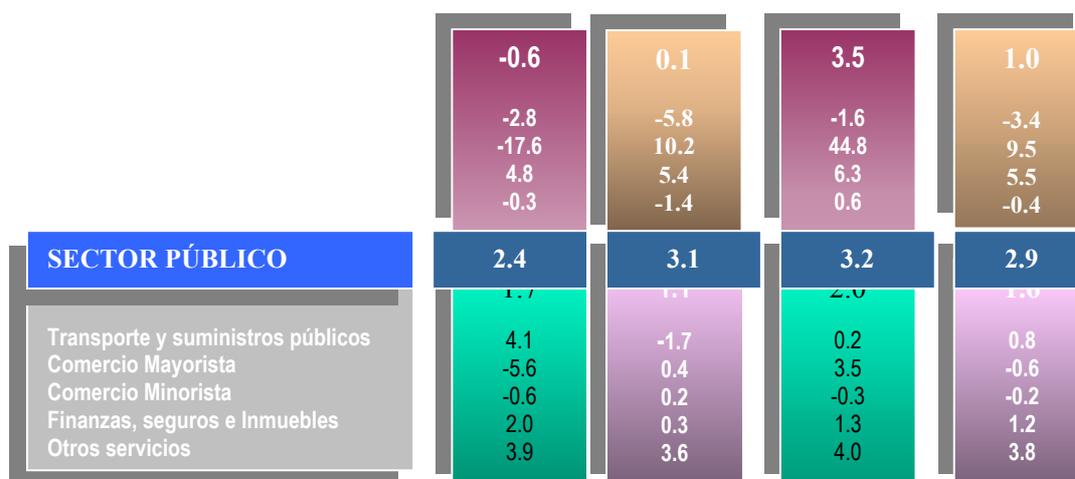
El crecimiento en el índice de precios sectoriales indica si los precios de un determinado sector están creciendo más o menos que la media general en todos los sectores.

Como vemos en la Tabla 4, durante el período 1997-2000, el índice de precios del PIB creció a una tasa anual del 1.6%, mientras que el sector privado lo hizo a una tasa de inferior (1.4%) y el sector público a una tasa superior (2.9%). Dentro del sector privado, el crecimiento en el área correspondiente al sector servicios fue de 1.6%, exactamente igual a la tasa del PIB y 0.6 puntos porcentuales inferior al crecimiento del índice correspondiente al sector privado de producción.

Por lo que respecta al año 2000, el crecimiento en el índice de precios del PIB subió 0.9 puntos porcentuales desde el 1.4% en 1999 al 2.3% en el 2000; el crecimiento correspondiente al sector de producción 3.4 puntos y el correspondiente a servicios 0.9. El crecimiento en el sector de producción se debe principalmente al sector de minería a través de la subida de precios para la extracción de gas y petróleo mientras que, dentro del sector servicios, el único incremento significativo se dio en la partida de Otros servicios (con un incremento medio de 3.8% para el periodo 1997-2000 y 4% en el 2000).

TABLA 4. CAMBIOS PORCENTUALES EN LOS INDICES DE PRECIOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	1998	1999	2000	% 97-00
PRODUCTO INTERIOR BRUTO	1.2	1.4	2.3	1.6
SECTOR PRIVADO	1.1	0.8	2.4	1.4
Agricultura, Silvicultura y Pesca				
Minería				
Construcción				
Manufacturas				



Fuente: Survey of Current Business, Nov. 2001, US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis

CONTRIBUCIÓN SECTORIAL AL CAMBIO DE PRECIOS DEL PIB

La contribución sectorial al crecimiento de precios del PIB depende tanto del ratio de crecimiento de su índice de precios como de su tamaño relativo indicando hasta qué punto ese sector está afectando a los precios generales.

Como se observa en la Tabla 5 abajo detallada, entre 1997-2000 el sector privado servicios fue sin duda el principal protagonista contribuyendo con un 1.3 puntos al 1.6% de crecimiento anual en el índice de precios del PIB. Dentro del sector privado, la contribución del sector servicios fue de 1.0, de nuevo superior a la del sector productivo con 0.2 puntos.

Como he comentado anteriormente, el índice de precios del PIB aumentó 1.4% en 1999 y 2.3% en el 2000. La contribución del sector privado pasó de 0.7 a 2.1 en el 2000 mientras que la del sector público se mantuvo constante en 0.4. La contribución del sector productivo pasó de 0.0 en 1999 a 0.8 en el 2000, algo que se debió principalmente al sector de minería ya que tanto en 1999 como en el 2000 la contribución de otras partidas como la de bienes duraderos fue negativa de -0.3 debido principalmente al descenso de precio de los productos relacionados con las nuevas tecnologías (ordenadores, telefonía digital...). Por lo que respecta al sector servicios, su protagonismo fue mayor que el del sector productivo tanto en 1999 como en el 2000 contribuyendo con 1.3 puntos al 2.3% de cambio global en el año 2000 siendo la partida más significativa la correspondiente a Otros Servicios (Servicios Legales, Sanidad, Educación, Actividades recreativas..) con 0.9 puntos.

TABLA 5. CONTRIBUCIÓN AL CAMBIO DE PRECIOS DEL PIB POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	1998	1999	2000	% 97-00
PIB (cambio porcentual)	1.2	1.4	2.3	1.6

SECTOR PRIVADO	0.9	0.7	2.1	1.3
SECTOR PRODUCTIVO	-0.2	0.0	0.8	0.2
Agricultura, Silvicultura y Pesca	-0.0	-0.1	-0.0	-0.0
Minería	-0.3	0.1	0.5	0.1
Construcción	0.2	0.2	0.3	0.2
Manufacturas	-0.1	-0.2	0.1	-0.1
SECTOR SERVICIOS	1.1	0.7	1.3	1.0
Transporte y suministros públicos	0.3	-0.1	0.0	0.1
Transporte	0.2	0.0	-0.0	0.1
Comunicaciones	0.0	-0.1	-0.0	-0.0
Electricidad, gas y serv. sanitarios	0.1	-0.1	0.1	0.0
Comercio Mayorista	-0.4	0.0	0.2	-0.0
Comercio Minorista	-0.0	0.0	-0.0	-0.0
Finanzas, seguros e Inmuebles	0.4	0.1	0.2	0.2
Otros servicios privados	0.8	0.8	0.9	0.8
SECTOR PÚBLICO	0.3	0.4	0.4	0.4

Fuente: Survey of Current Business, Nov. 2001, US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis

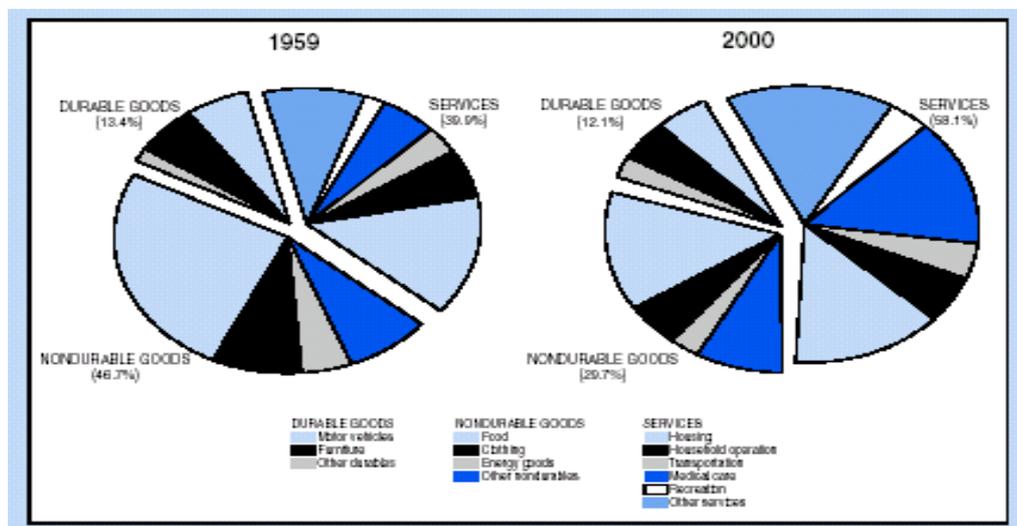
4.2.2.- EN TÉRMINOS DE GASTO POR CONSUMO

La demanda de consumo para bienes y servicios ha sido uno de los elementos claves del crecimiento de la economía americana durante los últimos 40 años. Como vemos reflejado en el gráfico siguiente, las principales tendencias en el gasto por consumo durante el período 1959-2000 incluyen lo siguiente:

- El gasto real por consumo creció 3.6%, ligeramente más rápido que la demanda total doméstica. El porcentaje de gasto por consumo respecto de la demanda total doméstica creció del 62% al 65%.
- El porcentaje dedicado al área de servicios del gasto por consumo aumentó del 40% en 1959 al 58% en el 2000, reflejando principalmente incrementos en las áreas de Servicios Médicos (debido en gran medida del envejecimiento de la población americana), Servicios Financieros, Actividades lúdicas y recreativas (reflejo en gran parte de los gastos derivados de nuevos servicios disponibles tales como la televisión por cable e Internet. No en vano, el 75% de los hogares de EE.UU tenía TV por cable y satélite en el año 2000 y el 50% servicios de Internet) y Servicios de Educación y Investigación (debido principalmente a un aumento en el porcentaje de población adulta que asiste al colegio y a la universidad).
- El porcentaje de gasto por consumo correspondiente a los bienes no duraderos descendió del 47% al 30% reflejando descensos en la mayor parte de categorías. Por lo que respecta a los bienes duraderos, el porcentaje de gasto descendió del 13% al 12%.

Las tendencias a largo plazo en el crecimiento del gasto por consumo reflejan la interacción de numerosos factores que influyen en la toma de decisiones de los consumidores entre los que cabe destacar los cambios demográficos, las innovaciones tecnológicas y los cambios en los gustos y en los estilos de vida.

GRÁFICO 6 - GASTO POR CONSUMO EN 1959 Y 2000



Fuente: US Department of Commerce, US Bureau of Economic, Analysis

4.2.3.- EN TÉRMINOS DE EMPLEO

Durante los últimos 35 años, la economía americana ha creado empleo más rápidamente en el sector servicios que en el sector productivo contribuyendo no sólo a un significativo cambio en la distribución de la fuerza laboral sino también a un cambio en las características del lugar de trabajo. El típico trabajador ahora se aproxima más a un trabajador en una oficina que a un obrero en una línea de ensamblaje. Este trabajador probablemente ha tenido un proceso de educación y formación de años y sabe además usar gran parte de los adelantos informáticos disponibles.

Este fuerte cambio en el empleo del sector servicios favorece la posibilidad de un ciclo empresarial más estable ya que el sector servicios se considera mucho menos volátil que el sector manufacturero. Cuatro diferencias principales entre ambos sectores ayudan a explicar el por qué de esto:

- 1.- Los bienes manufacturados son más probables que los servicios de ser objeto de la demanda reprimida. La demanda reprimida surge cuando los consumidores prefieren temporalmente aplazar la compra de nuevos productos hasta que puedan realmente permitírselos. Los servicios son menos probables de generar una significativa demanda reprimida ya que son menos probables de ser aplazados en una recesión.
- 2.- Los bienes manufacturados son más fáciles de almacenar. La habilidad de almacenar dichos bienes en forma de inventarios deja al sector manufacturero más vulnerable a

cambios inesperados en la demanda. Dichos inventarios, especialmente los de bienes duraderos, han jugado tradicionalmente un papel dominante en las fluctuaciones cíclicas.

3.- La demanda de bienes manufacturados es más vulnerable a cambios en la demanda extranjera.

4.- Por último, los bienes manufacturados son en general más intensivos en capital que los servicios. Dado que las inversiones de capital son más sensibles a los cambios en los tipos de interés, consecuentemente dicho sector se ve afectado en función de subidas y bajadas en los tipos. Por lo tanto, dicho sector tiende a ser más cíclico que el sector servicios.

Remitiéndonos al período 1997-2000, podemos ver que en los EE.UU, como en las economías más avanzadas, la creación de empleo ha estado fuertemente concentrada en el sector servicios, incrementándose el empleo en el dicho sector durante los años 1989-99 alrededor del 25,1% (lo que supone prácticamente el 100% del crecimiento de empleo neto), acaparando actualmente el 71% del empleo total según el *Bureau of Labor Statistics*.

Sin duda, la concentración del crecimiento de empleo en el sector servicios representa un cambio en el empleo comparable a la caída del empleo del sector agrícola en el periodo 1940-1970.

Dentro del sector servicios, el empleo correspondiente al área de Servicios Empresariales creció a un mayor ritmo que en ningún otro grupo durante esta última década. De hecho, sólo esta área representa un tercio de todos los empleos creados dentro del sector servicios. El área de Servicios Informáticos y Procesamiento de Datos añadió más de un millón de trabajos a medida que el mercado tecnológico se expandía durante los años 90 en respuesta a los avances tecnológicos y la caída de precios. Aunque la Ingeniería y otros servicios técnicos y la Servicios de Dirección crecieron a la mitad del ritmo de Servicios Empresariales, su aportación fue, sin duda, también significativa como la de los Servicios Sanitarios, debido principalmente a la expansión de los beneficios de Medicare (ayuda médica estatal para ancianos) y a los avances tecnológicos que dieron a las personas la opción de recibir tratamiento médico en el confort de sus casas.

Muchos críticos describen el empleo en el sector servicios como de bajo salario y servil, con poco espacio para el desarrollo personal. Sin embargo, los datos demuestran que nada de esto es cierto.

Según datos del *Bureau Of Labor Statistics*, el número de empleos en el sector servicios con un salario por encima de la media es superior al número de empleos en el sector servicios con un salario por debajo creciendo además a un mayor ritmo (21% sobre 5%) y pasando de suponer el 47% del total de empleos en el sector servicios en Julio de 1993 al 51% en Julio de 1999. Parte de esta subida salarial es consecuencia de una mayor formación en los trabajadores especialmente en las áreas de Informática, Consultoría y Finanzas. De cualquier forma, la idea de que el sector servicios paga por debajo de la media no es cierta como tampoco lo es la creencia de que los nuevos empleos se sitúan

generalmente en el rango salarial más bajo ya que aproximadamente la mitad de éstos se encuentran en los rangos superiores.

El sector servicios de la economía está previsto que represente casi el 95% de total de crecimiento de empleo durante el periodo 2000-2008 año en el que representará casi tres de cada cuatro puestos de trabajo creados en la economía. Dentro del sector servicios, se prevé que las áreas que experimentarán un mayor crecimiento serán los Servicios Empresariales, el Cuidado de la Salud y las Ingenierías y otros Servicios Técnicos.

4.3.- EN TÉRMINOS DEL SECTOR EXTERIOR

4.3.1.- COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS CON EL RESTO DEL MUNDO

La relevancia del crecimiento del mercado estadounidense de servicios sólo se evalúa correctamente cuando se aprecia su importancia en el mercado mundial de servicios. Estados Unidos es el mayor exportador de servicios en el mundo y su mercado doméstico, con una economía fuertemente terciarizada, es el de mayor tamaño en el globo.

Como veremos más adelante, durante la década de los 90, los EE.UU. han presentado superávits en el comercio de servicios que han servido para paliar el creciente déficit mostrado por la balanza de mercancías. Durante el período señalado, la importación de bienes creció a un ritmo muy elevado dando lugar a que el déficit en la balanza de mercancías creciera muy notablemente pasando de un 2,4% del PIB estadounidense en 1996 a cerca de un 4,6% del PIB en el 2000. A pesar que el sector exterior es uno de los más afectados por la crisis, las estimaciones para los próximos años continúan situándolo en torno al 4%. Al contrario que las mercancías, los servicios en EE.UU. son indiscutiblemente competitivos en los mercados internacionales donde EE.UU. es una gran potencia mundial en Turismo, en la prestación de Servicios Técnicos y Profesionales y en la de Servicios derivados de derechos sobre la Propiedad Intelectual (licencias o royalties).

Como podemos ver en la Tabla 7, en el año 2000, las exportaciones estadounidenses de servicios superaron a las importaciones alcanzando la cifra de 278.570 millones de

dólares frente a los 200.585 millones de importaciones. Las exportaciones de servicios crecieron un 9% en el 2000 superando la tasa del 5% experimentada en el año 1999 pero todavía inferior al porcentaje de crecimiento de las importaciones que se situó en el 16% frente al 3% del año 1999. Como consecuencia del fuerte crecimiento de las importaciones y el moderado de las exportaciones, el superávit correspondiente al comercio internacional de servicios se situó en 77.985 millones de dólares en el 2000 frente a los 82.956 del año 1999. Este descenso coincide asimismo con un sustancial incremento del deficit en el comercio internacional de bienes pasando de 345.400 millones de dólares en 1999 a 452.200 millones en el 2000.

TABLA 7. Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial. 1996-2000. Millones de dólares

	1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000
TOTAL EXPORTACIONES	222.633	238.984	243.902	255.995	278.570	9%	25%
TOTAL IMPORTACIONES	137.102	151.791	167.376	173.039	200.585	16%	46%
SALDO COMERCIAL	85.531	87.193	76.526	82.956	77.985	-6%	-8%

Como posteriormente veremos, gran parte del incremento de las exportaciones de servicios estadounidenses, que se concentraron principalmente en la primera mitad del año, es atribuible a mejoras en la situación económica de sus principales socios comerciales incluyendo Mexico, Japón, China y el Reino Unido. Asimismo, la situación económica de otros mercados clave para EE.UU como Korea y Canada siguió siendo fuerte. No en vano, estos seis mercados representaron mas de la mitad del incremento de las exportaciones de servicios estadounidenses en el 2000. El crecimiento económico en la mayor parte de países de la zona euro, incluyendo España, también se incremento en el 2000 pero las exportaciones de servicios a esta zona se vieron aplacadas por el débil valor del euro frente al dólar. Este fuerte crecimiento en las exportaciones (aunque moderado si lo comparamos con el crecimiento de las importaciones) representó una vuelta a los ratios alcanzados a mitad de los años 90 antes de que las condiciones económicas sufridas en numerosos países asiáticos llevaran a un fuerte decrecimiento de las exportaciones de servicios por parte de Estados Unidos.

Asimismo, el crecimiento en el lado de las importaciones (el mayor en más de 20 años y que, posteriormente analizaremos con más detalle) es atribuible a diferentes factores macroeconómicos. La fuerte demanda internacional de servicios por parte de Estados Unidos fue impulsada por el fuerte crecimiento de su economía americana (con un crecimiento del PIB real cercano al 4.1% en el 2000). Igualmente, la apreciación del dólar frente a las monedas de la mayor parte de sus socios comerciales llevó a un incremento en las partidas de Turismo y de Pasajeros (billetes) al responder éstas rápidamente frente a movimientos en los tipos de cambio.

Por países, como puede verse en la Tabla y el Gráfico siguiente, Europa y la zona Asia-Pacífico represento casi dos tercios del total de las exportaciones de servicio estadounidenses al resto del mundo y más de dos tercios del total de las importaciones de servicios privados en el 2000. Como señalé anteriormente, siete países –incluyendo Reino Unido, Japón, Canadá, Alemania, México, Francia y Los Países Bajos, representaron casi la mitad del total de exportaciones e importaciones de servicios.

**TABLA 8 - EXPORTACIONES E IMPORTACIONES EE.UU POR PAISES Y TIPOS DE SERVICIOS
2000 - Millones de dólares**

	TOTAL SERVICIOS	Turismo	Pasajeros (billetes)	Otros Transportes	Royalties y pagos por licencias	Otros servicios privados
EXPORTACIONES						
TODOS LOS PAÍSES	278.570	82.042	20.745	30.185	38.030	107.568
Los 10 principales países	153.197	82.042	20.745	30.185	22.994	57.078
JAPÓN	32.241	10.238	3.773	3.508	6.992	9.730
REINO UNIDO	30.093	9.957	2.751	1.914	3.272	12.199
CANADA	23.206	7.055	1.713	2.703	2.102	9.633
ALEMANIA	15.993	4.035	1.090	1.906	2.951	6.011
MEXICO	14.013	4.937	1.027	701	949	6.399
FRANCIA	10.300	2.637	1.016	637	1.997	4.013
COREA	6.940	2.216	64	1.548	1.282	1.830
PAISES BAJOS	6.855	1.288	404	764	1.433	2.966
BRASIL	5.960	2.230	919	479	670	1.662
SUIZA	5.596	1.176	173	266	1.346	2.635
ESPAÑA	3.622	1.094	236	228	504	1.560
IMPORTACIONES						
Los 10 principales países	26.913	33.627	13.117	18.439	12.660	38.670
REINO UNIDO	26.913	6.368	4.746	2.647	1.422	11.730
JAPÓN	17.249	2.872	938	5.738	3.976	3.7254
CANADÁ	16.313	6.367	827	3.578	986	4.555
ALEMANIA	11.402	2.678	1.924	2.198	1.650	2.952
MÉXICO	10.986	6.646	920	1.371	66	1.983
FRANCIA	10.472	3.634	1.183	938	1.022	3.695
BERMUDAS	7.408	430	0	0	839	6.139
SUIZA	5.367	980	926	294	1.589	1.578
PAISES BAJOS	5.234	745	968	1.012	1.027	1.482
ITALIA	2.611	1.471	347	115	21	647

Fuente: Survey of Current Business., Department of Commerce, US Bureau of Economic Analysis

Figura 9a: Exportaciones de Servicios de EE.UU al resto del mundo. 2000

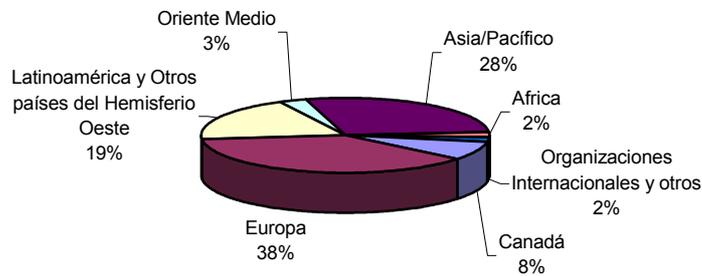
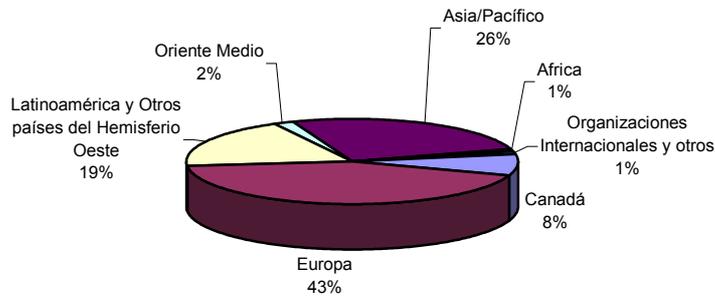


Figura 9b: Importaciones de Servicios de EE.UU del resto del mundo. 2000



➔ Análisis del crecimiento de las exportaciones de servicios en los Estados Unidos

Respecto a las exportaciones de servicios por partidas (Tabla 10), los ingresos procedentes de las exportaciones de *Servicios Turísticos* crecieron un 10% en el 2000 alcanzando los 82.000 millones de dólares, un 5% más que en 1999. Este incremento se debió, principalmente, a una mejora de la situación económica de sus principales socios comerciales durante la primera mitad del año 2000. Si lo analizamos por países,

podemos decir que los ingresos procedentes del comercio de servicios turísticos con los países de la zona euro se vieron muy influenciados por el fuerte valor del dólar frente al euro, principalmente en la segunda mitad del año, cuando la proporción de viajes de placer (la cual es mucho más sensible que los viajes de negocios a este tipo de variaciones) aumento. Respecto a los países de la zona asiática, las exportaciones de servicios turísticos aumentaron a medida que se recuperaba la situación económica de dichos países. No en vano, el número de visitantes de esta zona se incremento un 9% en el año 2000, alcanzando casi la cifra record de 7.8 millones de visitantes conseguida en 1997. Respecto a Mexico, el incremento en el número de visitantes se debió tanto a una mejora en la situación económica del país (con un crecimiento del PIB real de 6.9% en el 2000 frente al 3.8 conseguido en 1999) así como a la estabilidad del peso frente al dólar durante todo el año.

Respecto al capítulo de *Pasajeros* (Billetes), las exportaciones de estos servicios aumentaron un 5% en el 2000 frente a la tasa del 2% alcanzada en 1999, situándose en 20.700 millones de dólares. Un sustancial incremento en el número total de visitantes procedentes, principalmente, de la zona de Asia y el Pacifico, compensó el continuo incremento en el porcentaje de extranjeros que viajaban con líneas aéreas extranjeras en lugar de líneas estadounidenses.

Los ingresos procedentes de la partida de *Otros Transportes* se incremento un 12% en el 2000 frente al 5% en 1999 situándose en 30.200 millones de dólares. Los ingresos obtenidos por las líneas de transporte marítimo ascendieron como resultado de incrementos derivados en el volumen de bienes transportados que reflejaron la mejora de la situación económica en diversas áreas, principalmente Europa y Asia. Asimismo, el transporte aéreo también aumentó reflejando un incremento en los ingresos derivados del transporte de mercancías entre países extranjeros; estos ingresos fueron asimismo estimulados por un sobrecargo impuesto por las líneas aéreas para ayudar a compensar la subida de precios del petróleo. Los ingresos derivados de los servicios portuarios se incrementaron como resultado del aumento en el volumen de mercancías y pasajeros que pasaron a través de los puertos americanos.

Los ingresos obtenidos por las empresas estadounidenses de transporte de mercancías por camion en Canada aumentaron un 1.8% alcanzando los 1.400 millones de dólares. Respecto al transporte de mercancías en camion con Mexico podemos decir que estas transacciones son insignificantes debido a las restricciones que limitan la posibilidad de que los camiones estadounidenses operen en Mexico y los camiones mexicanos operen en los Estados Unidos.

Los ingresos derivados de los *Royalties* y *Pagos por Licencias*, se incrementaron un 4% en el 2000, dos puntos porcentuales por encima del incremento experimentado en 1999 alcanzando la cifra de 38.000 millones de dólares. Este incremento fue, en gran medida, protagonizado por las áreas de las telecomunicaciones, especialmente los royalties y licencias concedidas para las telecomunicaciones sin cable así como por la industria química. Igualmente los ingresos derivados de la venta de los derechos para usar y distribuir software fueron otro de los protagonistas alcanzando los 4.000 millones de dólares en el 2000.

Los ingresos derivados del comercio de *Otros Servicios Privados* aumento un 10% en el 2000 frente al 85 en 1999 situándose en 107.600 millones de dólares. Este incremento estuvo fuertemente repartido entre todos los servicios incluidos bajo esta categoría:

- √ Por lo que respecta a los servicios relacionados con la *Educación*, los ingresos se incrementaron un 7% en el 2000 frente al 6% en 1999, situándose en 10.300 millones de dólares. En el 2000, mas de 500.000 estudiantes extranjeros fueron inscritos en colegios y universidades en los Estados Unidos, procediendo más de la mitad de Asia.
- √ Por lo que respecto al comercio de los *Servicios Financieros*, los ingresos se incrementaron un 19% en el 2000, 7 puntos porcentuales por debajo del incremento experimentado en 1999, situándose finalmente en 17.000 millones de dólares. Esos ingresos, los cuales se han doblado desde los valores alcanzados en 1999, han sido uno de las categorías que más rápido han crecido dentro de la categoría de servicios exportados. La mayor parte del incremento se debe a la gestión y asesoría financiera (principalmente en lo referente a procesos de fusiones y adquisiciones) así como a los servicios de custodia. Igualmente, las comisiones por los servicios de corretaje e intermediación se incrementaron notablemente debido a un gran comercio en las acciones y bonos estadounidenses por parte de los extranjeros así como los ingresos derivados de las comisiones por el uso de tarjetas de crédito.
- √ En cuanto a los ingresos derivados de los *Servicios de Seguros*, prácticamente se duplicaron a lo largo del año 2000 situándose en 2.400 millones de dólares, después de haber experimentado un decrecimiento de casi 42 puntos porcentuales en 1999. Las primas recibidas en el 2000 por las compañías aseguradoras estadounidenses de los extranjeros compensaron los pagos realizados a los mismos. En incremento en estas primas fue en gran medida atribuido a la apertura de nuevos negocios

Educación	7.887	8.346	9.034	9.604	10.287	7%	30%	3.7%
Servicios Financieros	8.229	10.243	11.327	14.303	17.042	19%	7%	6%
Seguros	2.168	2.473	2.224	1.299	2.412	85%	11%	0.8%
Telecomunicaciones	3.301	3.918	5.567	3.734	3.843	3%	16%	1.4%
Contabilidad, Auditoría y serv. de anotaciones contables	222	316	412	414	381	-8%	72%	0.1%
Publicidad	543	607	445	472	518	10%	-5%	0.2%
Servicios Agrícolas	19	23	23	21	21	0%	10%	0.0%
Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos	1.617	2.011	1.941	2.687	2.464	8%	52%	0.8%
Construcción, Ingeniería, Arquitectura y Servicios de Minas	3.553	3.503	3.884	5.784	5.252	-9%	48%	2%
Bases de Datos y Otros Servicios de Información	1.158	1.479	1.764	2.088	2.431	16%	110%	0.9%
Servicios de Ingeniería Industrial	870	1.186	1.271	1.862	1.628	-12%	87%	0.6%
Instalación, Reparación y Mantenimiento de Equipos	3.648	3.369	3.189	3.500	4.194	20%	15%	1.5%
Servicios Legales	1.943	2.223	2.406	2.463	3.214	30%	65%	1.2%
Correo, Reproducción y Arte Comercial	33	17	15	16	16	0%	-51%	0.0%
Gestión de Instalaciones de Salud	18	23	25	10	5	-50%	-72%	0.0%
Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas	1.460	1.632	1.888	1.893	1.834	-3%	26%	0.7%
Servicios Médicos	1.005	1.113	1.204	1.302	1.431	10%	42%	0.5%
Desembolsos varios	333	144	148	109	112	3%	-66%	0.0%
Leasing	1.482	2.012	2.367	2.670	2.714	2%	83%	0.9%
Suministro de Servicios Personales	99	92	89	87	85	-2%	-14%	0.0%
Investigación y Desarrollo	681	893	867	992	988	-0.4%	45%	0.4%
Deportes y Espectáculos	149	149	99	131	129	-2%	-13%	0.0%
Servicios de Formación	388	447	396	391	389	-0.5%	0.25%	0.1%
Otros servicios profesionales y técnicos								
Otros servicios entre no filiales								
	1996	1997	1998	1999	2000	%99/2000	%96-2000	%sector/total serv.

Fuente: Survey of Current Business., Department of Commerce, US Bureau of Economic Analysis

➤ **Análisis del crecimiento en las Importaciones de Servicios en los Estados Unidos: un mercado en expansión**

Observando la Tabla 11 podemos ver que, en su conjunto, la importación de servicios transfronterizos en el año 2000 se había incrementado en un 46% respecto a los valores mostrados en 1996, lo que viene a suponer una tasa anual fija de crecimiento del 10%

TOTAL

222.633 238.984 243.902 255.995 278.570 9% 25% 100%

durante el mencionado lustro. Por sectores, el *Turismo* creció un 34%, los gastos en *Billetes de pasajeros* un 53%, los Servicios importados en *Otros Transportes* un 50%, *Otros Servicios Privados* tuvieron un crecimiento del 44% y, finalmente, los servicios por cesión de derechos sobre la propiedad intelectual (*pagos por Licencias y Royalties*) tuvieron el mayor crecimiento, con un incremento del 106%. Tanto en este último caso como en el capítulo de *Otros Servicios Privados*, el crecimiento en la importación de servicios trans-fronterizos entre empresas filiales fue ostensiblemente superior y exhibió una senda más estable que el experimentado por la importación de servicios proveniente de empresas no filiales.

El capítulo de importación de *Otros Servicios Privados entre empresas no filiales* merece especial mención dada la multitud de servicios en él incluidos. En su seno coexisten capítulos de muy diversa naturaleza y con un peso relativamente pequeño en el total de las importaciones. Entre ellos huelga destacar por su importancia relativa, el caso de la *Educación* (que en el año 2000 suponía el 1% del total de las importaciones de servicios trans-fronterizos en los EE.UU.), los *Servicios Financieros* (2,2%), *Seguros* (4,6%), *Telecomunicaciones* (2,7%), *Publicidad* (0,4%), *Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos* (0,4%) *Servicios Legales* (0,4%), *Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas* (0,4%) e *Investigación y Desarrollo* (0,4%). A lo largo del período, destacan los crecimientos experimentados por el capítulo de *Seguros* (137% en el lustro), el intenso y estable crecimiento del capítulo de *Educación* (que creció a una tasa fija anual del 14%) y la *Investigación y Desarrollo* (125% en el período). Resaltan también los muy elevados crecimientos, aunque con una clara tendencia al retroceso, de los *Servicios de Procesamiento de Datos* (203%, en el conjunto del período) y los servicios de *Contabilidad, Auditoría y Servicios de anotaciones contables* (174%). Entre

TOTAL, Empresas no filiales

50.927 57.349 63.112 69.174 75.940 10% 49% 27%

los subcapítulos que mostraron una evolución negativa cabe señalar el caso de las *Telecomunicaciones* y la *Publicidad*, cuyas importaciones mostraron una progresiva tendencia al decrecimiento que, a finales de período, situaba su valor un 10% y un 5%, respectivamente, por debajo del valor mostrado en 1996.

Por lo que respecta al año 2000, las importaciones procedentes de los *Servicios Turísticos* aumentaron un 10% situándose en 64.500 millones de dólares. Este incremento es derivado del fuerte crecimiento de la economía estadounidense experimentado en el 2000 así como de la fuerte apreciación del dólar frente a las monedas de los principales países considerados destinos turísticos para los ciudadanos estadounidenses. El incremento en el turismo orientado a los países de la zona euro fue excepcionalmente fuerte motivado por la debilidad de su moneda frente al dólar.

Asimismo, los pagos derivados de los *Servicios de Pasajeros (Billetes)* se situaron en 24.200 millones de dólares lo que supone un ratio de crecimiento del 14% claramente superior al porcentaje alcanzado en 1999 de 7%. Este crecimiento fue prácticamente derivado, como he comentado anteriormente, de un incremento en los viajes hacia Europa dada la fortaleza del dólar frente al euro. Asimismo, el número de residentes estadounidenses que viajaron en las líneas aéreas extranjeras aumento un 7%.

Respecto a la partida de *Otros Transportes*, los ingresos aumentaron un 20% en el 2000, ocho puntos porcentuales por encima del porcentaje alcanzado en 1999, situándose finalmente en 41.100 millones de dólares. Este incremento se deriva del fuerte crecimiento de las importaciones de bienes procedentes de prácticamente la mayoría de zonas geográficas. Los pagos a las líneas de transporte marítimo internacional se incrementaron como resultado de mayores volúmenes de mercancías y mayores tarifas al igual que en el sector aéreo. En concreto, las tarifas de las líneas transatlánticas procedentes de Asia aumentaron sensiblemente derivadas de un incremento de las importaciones de estos países dando lugar a una falta de capacidad en los barcos.

Asimismo, los pagos a las compañías canadienses de transporte de mercancías por camion en los Estados Unidos se incrementaron un 11% alcanzando los 2.300 millones de dólares.

Por último, los pagos a los servicios aeroportuarios extranjeros se incrementaron como resultado en gran medida de incrementos en los pagos de los servicios aéreos derivados de un incremento en los volúmenes de bienes exportados e importados así como de un incremento en el tráfico aéreo de personas junto a unos mayores precios del combustible.

En cuanto a los pagos realizados por Estados Unidos en relación a los *Royalties y Concesión de Licencias*, éstos sufrieron sin duda alguna un fuerte incremento del 28% en el 2000, 12 puntos porcentuales por encima del incremento experimentado en 1999 situándose en 16.100 millones de dólares. Estos pagos, que se han prácticamente doblado desde los niveles alcanzados en el 2000, representan la categoría de servicios importados que más rápidamente han crecido. El incremento experimentado en el 2000 puede ser atribuido a dos factores principalmente. Por un lado, los pagos de las filiales estadounidenses a las empresas matrices se incrementó en más de un 25%, reflejando parcialmente la fuerte actividad de las filiales en la industria de manufacturación de vehículos así como en el área de servicios informáticos. En segundo lugar, los pagos a las empresas no filiales crecieron considerablemente debido en gran medida a los pagos realizados al *Comité Olímpico Internacional* por la concesión de los derechos de emisión de los Juegos Olímpicos de Verano.

Por lo que respecta a los pagos derivados de *Otros Servicios*, éstos aumentaron un 19% en el 2000, 13 puntos porcentuales respecto al incremento en 1999, situándose en

54.700 millones de dólares. Como veremos a continuación, este fuerte crecimiento puede ser especialmente atribuible a los servicios relacionados con los seguros ya que si excluimos esta partida, el crecimiento en los pagos se situaría en el 65:

- √ Los pagos derivados de los servicios relacionados con la *Educación* se incrementaron un 17% en el 2000, 2 puntos porcentuales por encima del año 1999, alcanzando los 2.100 millones de dólares. Las instituciones educativas europeas se siguieron manteniendo como los principales destinos para los estudiantes americanos en el extranjero.
- √ Por lo que respecta al comercio de los *Servicios Financieros*, los pagos se incrementaron un 32% en el 2000, casi 27 puntos porcentuales más que en 1999, alcanzando los 4.500 millones de dólares pero, pese al fuerte crecimiento experimentado en el año 2000, el nivel de pagos permaneció marcadamente por debajo del nivel de ingresos.
- √ En cuanto a los pagos derivados de los *Servicios de Seguros*, éstos prácticamente se triplicaron en el 2000 alcanzando los 9.200 millones de dólares después de un descenso experimentado en 1999 de casi el 65%. Esto sucedió como resultado de un incremento en las primas pagadas mientras que las pérdidas recuperadas apenas cambiaron. Este aumento en las primas refleja por un lado un incremento en los ratios así como un incremento en el montante total de seguro cedido a las compañías extranjeras aseguradoras estableciendo éstas primas superiores con objeto de recuperar las pérdidas de años anteriores y obtener una posición financiera más consolidada.
- √ Respecto a los pagos correspondientes a los *Servicios de Telecomunicaciones*, éstos descendieron a lo largo del año 2000 un 19% situándose en 5.400 millones de dólares al igual que los pagos derivados de los *Servicios Profesionales y Técnicos* que decrecieron un 4%, respecto al 10% del año 1999, alcanzando la cifra de 7.800 millones de dólares.

En general, la importancia relativa de los grandes capítulos en el conjunto de la importación de servicios trans-fronterizos no sufrió grandes alteraciones durante los últimos cinco años. El *Turismo* y, en menor medida, la prestación de *Otros Servicios Privados* perdieron importancia respecto a los *Servicios de Transportes* y la importación de servicios derivados de derechos sobre la propiedad intelectual (i.e. *Licencias y Royalties*). El *Turismo*, el capítulo en el que históricamente se concentran la mayor cantidad de importación de servicios, vino a representar en términos medios el 34% del total de las importaciones durante el período, mostrando una tendencia a la baja que le condujo a representar el 32% en el año 2000. La partida de *Billetes para Pasajeros* vino a representar un 12% del total mientras que las importaciones de servicios de *Otros Transportes* representaban aproximadamente el 19% a finales del 2000. Ambos capítulos crecieron modestamente en su importancia relativa. Cabe destacar la evolución dispar que las cifras agregadas esconden en el interior del capítulo de *Otros Transportes*. A largo del período *los fletes* aumentaron su importancia relativa en un 1,4% en el total de las importaciones de servicios trans-fronterizos, llegando a representar ya un 13% en el 2000. En sentido opuesto, los *Servicios Portuarios*, pasaban del 8 al 6% en el período señalado. Los *Royalties* y *Pagos por Licencias* fueron aquellos que absorbieron el descenso del turismo, experimentando un fuerte incremento en su peso relativo al pasar

del 6 al 8% del total de las importaciones de servicios transfronterizos en los Estados Unidos.

TABLA 8 - IMPORTACIONES DE SERVICIOS POR ESTADOS UNIDOS DEL RESTO DEL MUNDO - 1996-2000
(Millones \$)

	1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	% sector/ total serv.
TURISMO	48.078	52.051	56.509	58.865	64.537	10%	34%	32%
PASAJEROS (Billetes)	15.809	18.138	19.971	21.305	24.197	14%	53%	12%
OTROS TRANSPORTES	27.403	28.959	30.363	34.139	41.058	20%	50%	20%
Fletes	16.539	17.654	19.412	22.218	26.979	21%	63%	13%
Servicios Portuarios	10.864	11.305	10.950	11.925	11.925	0%	10%	6%
ROYALTIES Y PAGOS POR LICENCIAS	7.837	9.161	11.235	12.613	16.106	28%	106%	8%
Entre empresas filiales	5.406	6.749	8.547	9.791	12.170	24%	125%	6%
Entre empresas no filiales	2.431	2.412	2.688	2.822	3.936	39%	62%	2%
OTROS SERVICIOS NO PRIVADOS	37.975	17.625	19.437	22.588	25.300	19%	44%	27%
Entre empresas filiales	15.548	17.625	19.437	22.588	25.300	12%	63%	13%
Entre empresas no filiales	22.427	25.857	29.861	23.529	29.387	25%	31%	15%
TOTAL	137.102	151.791	167.376	173.039	200.585	16%	46%	100%
	1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	% sector/ total serv.
Educación	1.253	1.396	1.587	1.829	2.140	17%	71%	1.1%
Servicios Financieros	2.907	3.347	3.590	3.404	4.482	32%	54%	2.2%
Seguros	3.885	5.873	9.240	3.206	9.189	286%	137%	4.6%
Telecomunicaciones	8.290	8.346	7.682	6.605	5.360	-18%	-35%	2.7%
Contabilidad, Auditoría y serv. de anotaciones contables	218	279	403	641	598	-7%	174%	0.3%
Publicidad	971	773	912	879	804	-8%	-17%	0.4%
Servicios Agrícolas	11	9	9	6	6	0%	-45%	0.0%
Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos	276	636	828	888	837	-6%	203%	0.4%
Construcción, Ingeniería, Arquitectura y Servicios de Minas	465	463	554	505	422	-16%	-9%	0.2%
Bases de Datos y Otros Servicios de Información	146	128	152	171	203	19%	39%	0.1%
Servicios de Ingeniería Industrial	197	211	206	225	296	31%	50%	0.1%
Instalación, Reparación y Mantenimiento de Equipos	239	307	242	306	423	38%	77%	0.2%
Servicios Legales	615	539	655	736	839	14%	36%	0.4%
Correo, Reproducción y Arte Comercial	42	30	30	32	25	-22%	-40%	0.0%
Gestión de Instalaciones de Salud	8	10	10	10	3	-70%	-63%	0.0%
Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas	497	687	872	868	708	-18%	42%	0.4%
Servicios Médicos	ND	ND	ND	ND	ND	-	-	-
Desembolsos varios	750	1.075	1.136	1.360	1.083	-20%	44%	0.5%
Leasing	325	189	175	173	168	-3%	-48%	0.1%
Suministro de Servicios Personales	28	18	18	19	21	11%	-25%	0.0%
Investigación y Desarrollo	379	564	637	746	851	14%	125%	0.4%
Deportes y Espectáculos	20	260	228	237	176	-26%	-12%	0.1%
Servicios de Formación	140	53	168	161	209	30%	49%	0.1%
Otros servicios profesionales y técnicos	40	75	70	99	104	5%	160%	0.1%
Otros servicios entre no filiales	546	487	460	425	440	4%	-19%	0.2%
TOTAL, Empresas no filiales	22.428	25.855	29.864	23.531	29.387	25%	31%	15%

4.3.2.- COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS CON ESPAÑA

Respecto a **España**, las exportaciones de servicios americanos se situaron en 3.622 millones de dólares, un 5% inferior a la cifra alcanzada en 1999 de 3.820 millones. Respecto a las importaciones por parte de Estados Unidos de España, siguieron con la tendencia creciente experimentada ya desde hace años, situándose en 2.611 millones de dólares, un 22% superior a los 2.137 millones alcanzados en 1999. Este descenso en el lado de las exportaciones junto al incremento de las importaciones llevó a una reducción del superávit del comercio estadounidense de servicios respecto a España pasando de 1.682 millones de dólares en 1999 a 1.011 en el 2000.

Para hacernos una idea más clara de la importancia del comercio de servicios con España, podemos analizar sus valores en referencia al computo del comercio internacional. Así pues, las exportaciones de servicios estadounidenses a España representaron un 3.5% del total de exportaciones a Europa (103.501 millones de dólares) y un 1.3% del total de exportaciones al resto del mundo (278.570) .sensiblemente inferiores a los porcentajes alcanzados en el año 1999 del 4% y 1.5% respectivamente. En cuanto a las importaciones, las procedentes de España supusieron un 3% del total de Europa (86.662 millones) y un 1.3% del total del mundo (200.585 millones) muy similares respecto a los porcentajes conseguidos en el año 1999 (3% y 1.2%, respectivamente).

➤ Evolución de las exportaciones de servicios a España

Las exportaciones de servicios estadounidenses a España ascendían a 3.600 millones de dólares en el año 2000. En el conjunto del período, la exportación de servicios estadounidenses creció a un pausado ritmo que se corresponde a una tasa anual fija de un 3% debido, en su mayor medida, a la fuerte deceleración que se produjo en el 2000, año éste en el que la exportación de servicios estadounidenses se contrajo a una tasa negativa del 5% (Tabla 12).

Por capítulos, las exportaciones crecieron en *Turismo*, *Otros Transportes* y, sobre todo, *Otros Servicios Privados* mientras que se redujeron las exportaciones por cesión de la propiedad intelectual instrumentadas a través de *Royalties* y *Pagos por Licencias* y la *Venta de Billetes de Pasajeros*.

La estructura de las exportaciones de servicios estadounidenses a España es bien diferente a la de las importaciones de servicios de España. Para comenzar, el *Turismo*, que representaba el 30% de todas las exportaciones estadounidenses a España en el 2000, ocupa un segundo lugar por detrás del capítulo de *Otros Servicios Privados*, que suponían prácticamente el 40% del total en el mismo año. Por otro lado, los servicios derivados de la propiedad intelectual (*Royalties* y *Pagos por Licencias*) poseen un papel mucho más relevante y, a pesar de que perdieron importancia relativa a lo largo del lustro, aún suponían un nada despreciable 14% en el año 2000.

Entre los subcapítulos englobados en *Otros Servicios Privados*, destacan por su importancia la *Educación* (2,4% del total de exportaciones estadounidenses a España) y

los *Servicios Financieros* (8,4%), habiendo estos últimos experimentado un extraordinario crecimiento de un 190% en el conjunto del período. Otros sectores de relativa poca importancia, pero con un crecimiento muy notable, fueron la *Consultoría et altri* (+ 430%) y los *Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos* (+ 160%).

TABLA 12 - EXPORTACIONES DE SERVICIOS DE EE.UU A ESPAÑA. 1996- 2000 (Millones de \$)

	1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	% sector/ total serv.
TURISMO	861	964	961	1.043	1.094	5%	32%	30%
PASAJEROS (Billetes)	366	339	386	310	236	-24%	-36%	7%
OTROS TRANSPORTES	195	182	231	245	228	-7%	17%	6%
Fletes	90	98	139	134	117	-13%	30%	3%
Servicios Portuarios	105	84	92	111	111	0%	6%	3%
ROYALTIES Y PAGOS POR LICENCIAS	709	599	556	581	504	-13%	-29%	14%
Entre empresas filiales	591	454	416	413	342	-17%	-42%	9%
Entre empresas no filiales	118	145	139	167	162	-3%	37%	4%
OTROS SERVICIOS NO PRIVADOS	997	1.348	1.378	1.641	1.560	-5%	56%	43%
Entre empresas filiales	ND	ND	532	623	433	-30%	-19%	12%
Entre empresas no filiales	ND	ND	846	1.018	1.127	11%	33%	31%
TOTAL	3.098	3.432	3.512	3.820	3.622	-5%	17%	100%

	1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	%sector/ total
Educación	84	86	83	83	86	4%	2%	2.4%
Servicios Financieros	102	148	130	199	296	49%	190%	8.2%
Seguros	9	16	6	-5	-24	480%	-367%	-0.7%
Telecomunicaciones	34	37	32	17	23	35%	-32%	0.6%
Publicidad	6	12	5	10	3	-70%	-50%	0.1%
Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos	16	28	30	52	42	-19%	163%	1.2%
Bases de Datos y Otros Servicios de Información	16	21	18	22	23	4.5%	44%	0.6%
Investigación y Desarrollo	5	8	3	9	6	-33%	20%	0.2%
Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas	3	6	8	16	16	0%	433%	0.4%
Servicios Legales	11	12	13	12	17	41%	55%	0.5%
Construcción, Ingeniería, Arquitectura y Servicios de Minas	38	10	8	8	21	162%	-45%	0.6%
Servicios de Ingeniería Industrial	ND	20	11	29	25	-14%	ND	0.7%
Instalación, Reparación y Mantenimiento de Equipos	62	54	22	58	27	-53%	-56%	0.7%
Otros servicios Profesionales y Técnicos	ND	67	69	74	70	-5%	ND	1.9%
Otros servicios entre no filiales	ND	ND	408	434	494	14%	ND	13.6%

Analizando más profundamente las exportaciones por capítulos podemos ver que en el *Sector Turismo*, las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios, se situaron

en 1.094 millones de dólares lo que significa un incremento del 5% frente al año 1999 cuando se alcanzó la cifra de 1.043 millones. Asimismo, comparando valores relativos, podemos ver que las exportaciones de estos servicios a España representaron el 4% del total a Europa (27.834 millones) en el 2000 así como un 1.3% del total al resto del mundo (82.042 millones).

Respecto al área de *Pasajeros (Billetes)*, las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios, se situaron en 236 millones de dólares lo que significa un descenso del 23% frente al año 1999 cuando se alcanzó la cifra de 310 millones. Comparando valores relativos, podemos ver que las exportaciones de estos servicios a España representaron el 3.4% del total a Europa (6.986 millones) en el 2000 así como un 1.1% del total al resto del mundo (20.754 millones).

En cuanto al área de *Otros Transportes*, las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios se situaron en 228 millones de dólares lo que significa un descenso del 7% frente al año 1999 cuando se alcanzó la cifra de 245 millones. Respecto a su importancia relativa, las exportaciones de estos servicios a España representaron el 2.4% del total a Europa (9.682 millones) en el 2000 y un 0.6% de las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios al resto del mundo (30.185 millones).

Para el capítulo de *Royalties y Otros Pagos por Licencias*, las exportaciones estadounidenses se situaron en 504 millones de dólares lo que significa un descenso del 13% frente al año 1999 cuando se alcanzó la cifra de 581 millones. Asimismo, comparando valores relativos, podemos ver que las exportaciones de estos servicios a España representaron el 2.3% del total a Europa (18.451 millones) en el 2000 así como el 1.3% de las destinadas a todo el mundo (38.030 millones).

En cuanto a la partida de *Otros Servicios*, las exportaciones estadounidenses de estos servicios a España alcanzaron los 1.560 millones de dólares en el año 2000 descendiendo un 5% respecto al valor alcanzado en el 1999 de 1.641 millones de dólares. Asimismo, las exportaciones de estos servicios a España representaron un 3.8% en el año 2000 del total a Europa (40.548) y un 1.4% del total al resto del mundo (107.568). (*Las partidas incluidas en este capítulo se analizan individualmente más adelante en las fichas correspondientes*)

➡ Evolución de las importaciones de servicios de España

Como podemos ver en las Tablas y gráficos siguientes, el valor de la importación de servicios trans-fronterizos privados de España experimentó un formidable crecimiento llegando a doblar su valor durante el período 1996-2000. En el año 2000 las exportaciones de servicios desde España ascendían ya a más de 2.600 millones de dólares cuando en 1996 sólo superaban levemente los 1.300 millones de dólares. El

incremento producido se correspondió con una tasa fija anual de crecimiento del 19%, observándose, excepto en el Turismo, una tendencia generalizada a la deceleración desde el año 1998. El mayor empuje provino de los capítulos de *Turismo y Venta de Billetes para Pasajeros* que son, a la sazón, aquellos donde se concentra la importación

de servicios de España. A lo largo del período de estudio los mencionados capítulos vinieron a suponer, de promedio, el 56% y 11%, respectivamente, del total de las exportaciones de servicios a Estados Unidos. El *Turismo* y los *Servicios de Venta de Billetes para Pasajeros* experimentaron el crecimiento más rápido, con unos imponentes incrementos del 119% y 124%, respectivamente. De este modo, si los mencionados capítulos reunían en 1996 casi el 63% del valor total de las importaciones de Servicios de España, en el año 2000, el *Turismo* ya suponía el 56,4% y la venta de *Billetes para Pasajeros* el 13,6%, es decir, en conjunto, prácticamente el 70% del total de las importaciones estadounidenses de servicios españoles.

GRÁFICO 13a- Importaciones estadounidenses de servicios españoles en 1996

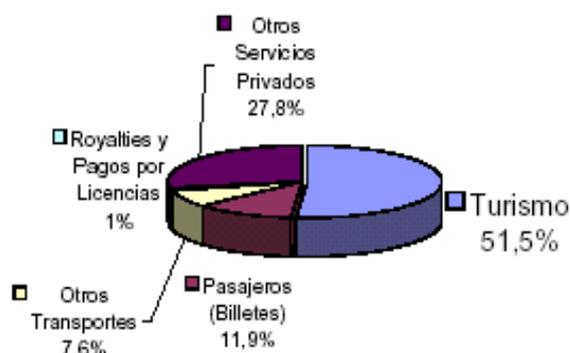


GRÁFICO 13b- Importaciones estadounidenses de servicios españoles en el 2000

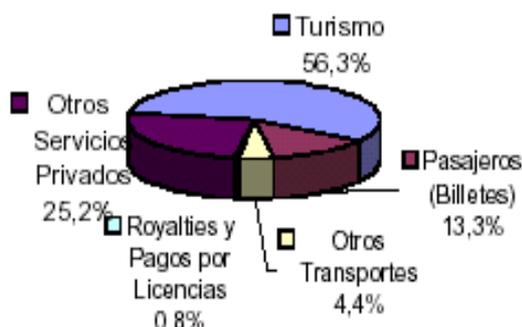


TABLA 14 - IMPORTACIONES DE SERVICIOS POR EE.UU. DE ESPAÑA. 1996- 2000 (Millones de dólares)

TURISMO	671	832	1.138	1.134	1.471	30%	119%	56%
PASAJEROS (Billetes)	155	136	172	289	347	20%	124%	13%
OTROS TRANSPORTES	99	105	116	124	115	-7%	4%	16%
Fletes	28	41	35	37	37	0%	32%	1%
Servicios Portuarios	71	64	81	87	78	-10%	10%	3%
ROYALTIES Y PAGOS POR LICENCIAS	16	20	15	24	21	12,5%	31%	1%
Entre empresas filiales	13	12	9	ND	16	ND	23%	1%
Entre empresas no filiales	4	8	6	ND	5	ND	25%	0%
OTROS SERVICIOS NO PRIVADOS	363	364	439	567	657	16%	81%	25%
Entre empresas filiales	73	ND	100	192	245	28%	236%	9%
Entre empresas no filiales	290	ND	339	375	412	10%	42%	16%

1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	% sector/ total serv.
------	------	------	------	------	--------------	--------------	--------------------------

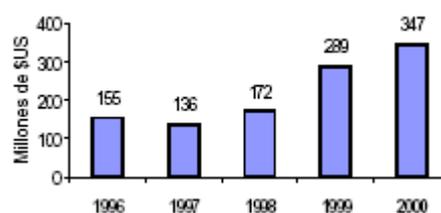
TOTAL

1996	1997	1998	1999	2000	%99/ 2000	%96- 2000	% sector/ total
------	------	------	------	------	--------------	--------------	--------------------

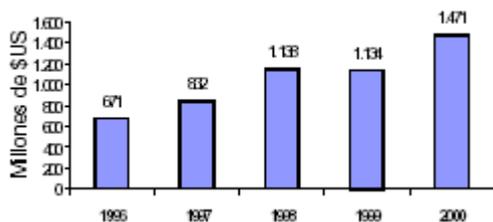
Educación	103	114	134	159	198	24%	92%	7.6%
Servicios Financieros	22	34	39	42	57	36%	159%	2.2%
Seguros	5	2	6	10	13	30%	160%	0.5%
Telecomunicaciones	72	64	54	58	32	-44%	-56%	1.2%
Publicidad	37	26	34	19	20	5%	-46%	0.8%
Servicios de Procesamiento de Datos Informáticos	2	9	3	1	8	800%	300%	0.3%
Bases de Datos y Otros Servicios de Información	4	7	1	NA	1	-	-75%	0.0%
Investigación y Desarrollo	3	3	5	7	3	-57%	0%	0.1%
Consultoría, Gestión de empresas y Servicios de Relaciones Públicas	4	3	9	7	5	-28%	25%	0.2%
Servicios Legales	11	9	9	11	12	9%	9%	0.5%
Construcción, Ingeniería, Arquitectura y Servicios de Minas	NA	NA	NA	NA	1	-	-	0.0%
Servicios de Ingeniería Industrial	2	NA	ND	16	36	225%	1700%	1.4%
Instalación, Reparación y Mantenimiento de Equipos	3	NA	7	1	3	300%	0%	0.1%
Otros servicios Profesionales y Técnicos	15	12	ND	18	20	11%	33%	0.8%
Otros servicios entre no filiales	6	ND	7	6	5	-16%	-17%	0.2%

Fuente: Survey of Current Business, Department of Commerce, US Bureau of Economic Analysis

Respecto a las importaciones correspondientes a *Otros Transportes*, compuesto por el subcapítulo de *Fletes* y el de *Servicios Portuarios*, experimentaron un crecimiento mucho más modesto en el período de estudio. El subcapítulo de *Fletes*, el de menor importancia representando alrededor de un 2% del total de las importaciones, se comportó ligeramente mejor, exhibiendo un aumento del 32% en su valor en el período. Los *Servicios Portuarios*, que han supuesto de promedio un 4% de las importaciones de servicios a lo largo del lustro de estudio, mostraron el comportamiento más átono de entre los grandes capítulos con un exiguo crecimiento del 10%. A finales del 2000, los Servicios de *Otros Transportes* habían perdido peso del total de las importaciones estadounidenses constituyendo el 16% de las mismas.



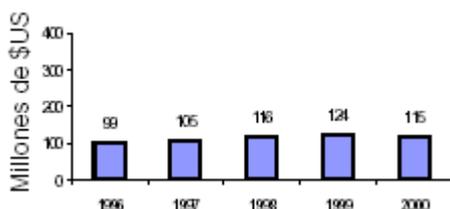
Importaciones EE.UU de España.
Turismo.1996-2000



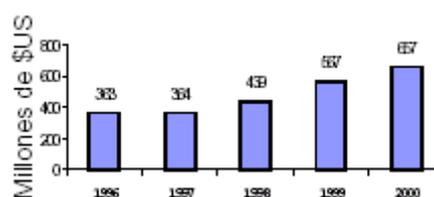
Importaciones EE.UU de España.
Billetes para pasajeros.1996-2000

La importación de servicios por la cesión de derechos sobre la propiedad intelectual (ej. *Pagos por Licencias y Royalties*) también creció a un ritmo inferior a la media del sector que, no obstante, permitió un aumento de su valor en un 31%.

Importaciones EE.UU de España.
Otros Transportes. 1996-2000

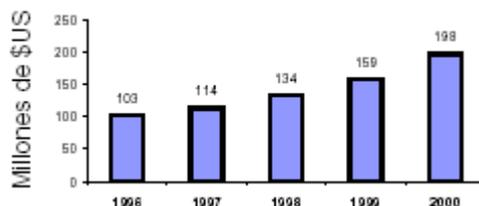


Importaciones EE.UU de España
Otros Servicios Privados.1996-2000

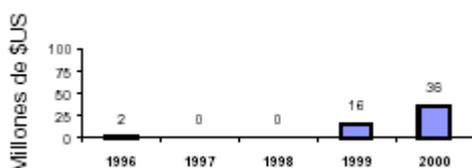


El capítulo de *Otros Servicios Privados* incrementaron el valor de sus importaciones en un notable 81% respecto al inicio del período. El mencionado capítulo vino a representar alrededor del 25% del total de las importaciones a lo largo del período. No obstante, es mucho más ilustrativo el estudio de algunos de sus subcapítulos. Entre estos cabe destacar el papel que desempeñó la *Educación*, los *Servicios Financieros* y los *Reaseguros* que, representando en el año 2000 el 7,6%, 2,2% y 0,5% del total de las importaciones estadounidenses de Servicios procedentes de España respectivamente, experimentaron crecimientos del 92%, 100% y 160%. Los Servicios de Ingeniería Industrial mostraron un fulgurante crecimiento de un 1.700%, pasando de representar una cantidad prácticamente insignificante de las importaciones estadounidenses en 1996 a suponer, en el 2000, casi el 1,5% de las mismas. En la vertiente negativa destaca el mal comportamiento de las *Telecomunicaciones* y la *Publicidad*, cuyas compras se vieron especialmente afectadas por la clara tendencia contractiva del mercado estadounidense de importaciones de los mencionados servicios. En el caso de las *Telecomunicaciones*, el valor de sus ventas se redujo un 56% en el período, lo que se tradujo en una pérdida de importancia entre las exportaciones de servicios, pasando de representar más del 5% del total de las exportaciones españolas de servicios en el 96 a escasamente el 1% en el 2000. La *Publicidad* manifestó una evolución semejante mostrando un descenso en el valor de sus ventas de un 46% en el período, que la llevó a pasar de suponer casi el 3% de las exportaciones españolas de Servicios a EE.UU. a inicios del período, a representar menos del 1% a finales del mismo.

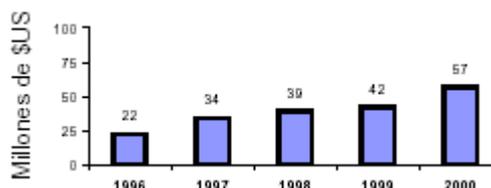
**Importaciones EE.UU. de España
Educación. 1996-2000**



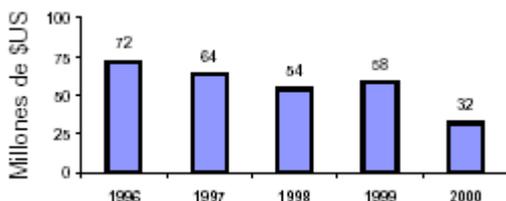
**Importaciones EE.UU. de España
Servicios de Ingeniería Industrial 1996-2000**



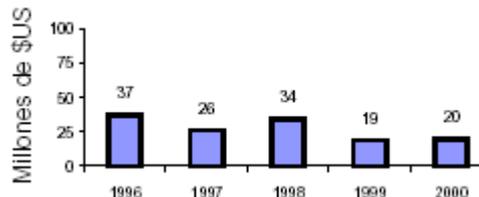
**Importaciones EE.UU. de España
Servicios Financieros. 1996-2000**



**Importaciones EE.UU. de España.
Telecomunicaciones. 1996-2000**



**Importaciones EE.UU. de España.
Publicidad . 1996-2000**



En cuanto al año 2000, analizando las importaciones por partidas, podemos ver que las importaciones de *Servicios Turísticos* por Estados Unidos desde España fueron de 1.471 millones de dólares, un 29% superior a los 1.134 millones alcanzados en 1999 dando lugar a un deficit para Estados Unidos en el comercio internacional de estos servicios con España de 377 millones de dólares. Asimismo, comparando valores relativos, podemos ver las importaciones desde España representaron un 6% del total de importaciones por parte de Estados Unidos desde Europa (23.944 millones de dólares) y un 2.3% del total del resto del mundo en el 2000 (64.537 millones).

Por lo que respecta a la partida de *Pasajeros (Billetes)*, las importaciones procedentes de España se situaron en 347 millones de dólares, un 20% superior a los 288 millones alcanzados en 1999 dando lugar a un deficit para Estados Unidos en el comercio internacional de estos servicios con España de 111 millones de dólares.

Asimismo, las importaciones procedentes de España representaron en el año 2000 un 2.5% del total desde Europa (13.603 millones de dólares) y un 1.4% del total procedente del resto del mundo (24.197 millones).

En cuanto al área de *Otros Transportes*, las importaciones estadounidenses de este tipo de servicios españoles fueron de 115 millones de dólares, un 7.2% inferior a los 124 millones alcanzados en 1999 dando lugar a un superávit para Estados Unidos en el comercio internacional de estos servicios con España de 113 millones de dólares.

Asimismo, comparando valores relativos, las importaciones de servicios españoles en esta área representaron un 0.8% del total de importaciones por parte de Estados Unidos desde Europa (13.603 millones de dólares) y un 0.3% de las procedentes del resto del mundo (41.058 millones).

En el capítulo de *Royalties y Pagos por Licencias*, las importaciones estadounidenses de servicios españoles estas fueron de 21 millones de dólares, un 12% inferior a los 24 millones alcanzados en 1999 dando lugar a un superávit para Estados Unidos en el comercio internacional de estos servicios con España de 483 millones de dólares.

Asimismo, las importaciones procedentes desde España representaron el 0.2% del total a Europa (8.584 millones de dólares) y un 0.1% del total de las importaciones estadounidenses transfronterizas de este tipo de servicios procedentes del resto del mundo en el 2000 (16.106 millones).

En cuanto a la partida de *Otros Servicios*, las importaciones estadounidenses de estos servicios españoles alcanzaron los 657 millones de dólares en el año 2000 descendiendo un 16% respecto al valor alcanzado en 1999 de 567 millones de dólares. Asimismo, las importaciones de estos servicios desde España representaron un 2.4% en el año 2000 del total de importaciones procedentes desde Europa (26.649) y un 1.2% del total procedente del resto del mundo (54.687).

(Las partidas incluidas en este capítulo se analizan individualmente más adelante en las fichas correspondientes)

➤ La Balanza Bilateral de Servicios: Una evolución muy favorable para España

Los mejores resultados en las importaciones estadounidenses de servicios de España acabaron traduciéndose en un notable empeoramiento de la *Balanza de Servicios* para Estados Unidos durante el lustro de estudio. El superávit se redujo en más de un 40%, pasando de 1.794 millones de dólares USA en 1996 a únicamente 1.011 millones al final del 2000. En el mismo sentido, el superávit de la *Balanza de Mercancías*, se redujo casi a la mitad. En ambos casos, la reducción sustancial del superávit comercial se fragua en los últimos tres años del período, en los que las importaciones estadounidenses de España Unidos crecieron a un ritmo manifiestamente superior al de las exportaciones.

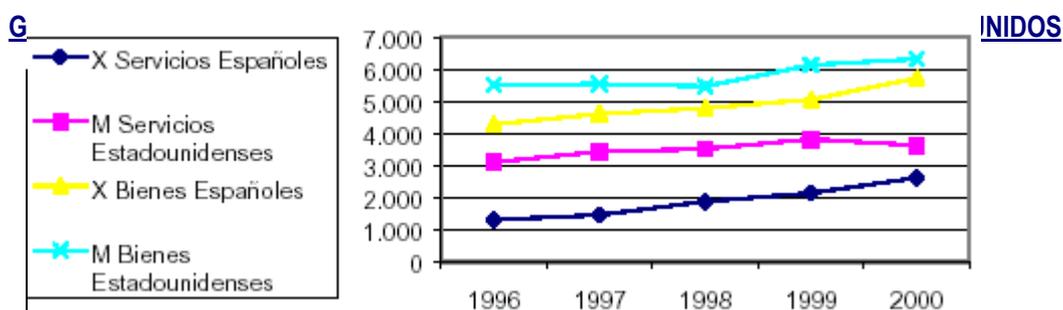
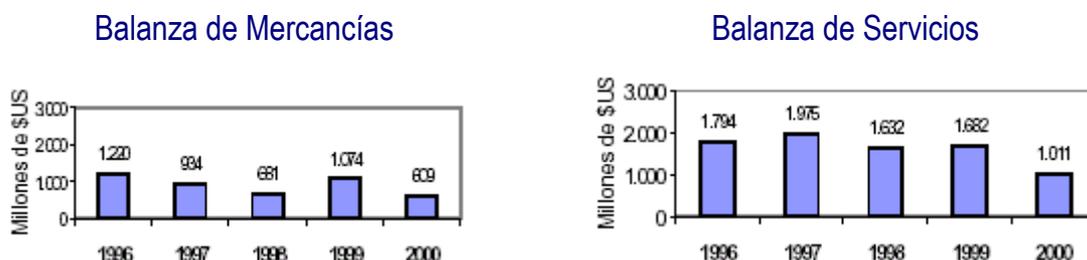


GRÁFICO 15b - SUPERÁVIT EN LA BALANZA DE MERCANCÍAS Y SERVICIOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA. AÑO 2000



➤ **La penetración de las empresas españolas de servicios en el mercado estadounidense: una presencia cada vez mayor**

De lo expuesto hasta el momento se desprende fácilmente que la exportación de servicios españoles a EE.UU. creció a un ritmo constantemente superior al ritmo de crecimiento del mercado de las importaciones de servicios en el citado país. Fruto de este crecimiento, la cuota de mercado de las exportaciones españolas de servicios pasó del 0,95% del total del mercado de las Importaciones de Servicios Privados estadounidenses en 1996, hasta el 1,30% en el año 2000. Esta evolución de los servicios contrasta con la evolución de la cuota de mercado de las mercancías españolas que, en el mismo período, se vio reducida del 0,51% al 0,47%.

La mayor penetración del mercado americano de servicios se produjo sobre todo en el sector del *Turismo*, *Venta de Billetes de Pasajeros* y *Otros Servicios Privados* mientras que los capítulos de *Otros Transportes* y *Pagos por Licencias o Royalties* sufrieron una tenue reducción en sus cuotas de mercado. Es digno de reseñar el crecimiento del *Turismo* que, siendo el capítulo de mayor importancia entre las exportaciones españolas a Estados Unidos, experimentó un crecimiento en su cuota de un punto, desde el 1,4% en 1996 hasta el 2,4% en el 2000.

En el seno del capítulo de *Otros Servicios Privados* cabe destacar el papel de los servicios de *Educación*, cuya cuota de mercado de un 9,3% en el año 2000, era la mayor de entre los capítulos de servicios más significativos. La hipótesis más válida para explicar esta inusitada cuota en un capítulo de relativa importancia entre en la importación de servicios en EE.UU., es la creciente “*hispanización*” de que es objeto la sociedad estadounidense en los últimos años. La inexorable inmigración latinoamericana en los EE.UU. ha llevado a la población de origen hispano a convertirse en la mayor de entre las minorías de este país, representando actualmente casi un 13% de su población. El español aparece como la lengua extranjera más aprendida entre los estadounidenses y constituye un mercado de excelentes perspectivas. Y lo que es más importante, las proyecciones demográficas, señalan una continuación en la sólida tendencia al crecimiento del colectivo latinoamericano asentado en EE.UU.

Los *Servicios Financieros* también incrementaron su cuota de mercado de una forma constante, pasando del 0,8% hasta el 1,3% a finales del período. La *Publicidad* padeció uno de los mayores retrocesos en su cuota de mercado, sufriendo una reducción de 1,3 puntos a lo largo del período que situaban su cuota en un 2,5% en el 2000. La cuota en *Telecomunicaciones* también sufrió un retroceso de tres décimas, desde el 0,9% en 1996 hasta el 0,6% en el 2000.

Aunque con menor relevancia, tanto por el reducido volumen de las exportaciones españolas en el capítulo como por el tamaño del mercado estadounidense de destino, destacan las cuotas en *Servicios de Ingeniería Industrial* y *Servicios Legales* que, en el año 2000, fueron del 12,2% y 1,4%, respectivamente.

BIBLIOGRAFÍA

- √ *Recent Trends in US Services Trade*, 2001 Annual Report. **United States International Trade Commission**
- √ *Survey of Economic Business*, Marzo 2001. **US Department of Commerce, Economics and Statistic Administration, Bureau of Economic Analysis**
- √ *Survey of Economic Business*, Mayo 2001. **US Department of Commerce, Economics and Statistic Administration, Bureau of Economic Analysis**
- √ *Survey of Economic Business*, Octubre 2001. **US Department of Commerce, Economics and Statistic Administration, Bureau of Economic Analysis**
- √ *Survey of Economic Business*, Noviembre 2001. **US Department of Commerce, Economics and Statistic Administration, Bureau of Economic Analysis**
- √ *The New World of Services. Implications for the United States, 2001*. **Institute for International Professional Services. Latin American and Caribbean Center of the Florida International University**

- √ *The US Services Industry Case for Trade Promotion Authority*, 2001. **Coalition of Service Industries**

En INTERNET:

- √ **BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS** - www.bea.doc.gov
- √ **US CENSUS BUREAU**, Foreign Trade Division - www.census.gov / www.factfinder.census.gov
- √ **BUREAU OF LABOR STATISTICS** - www.stats.bls.gov
- √ **STAT-USA** - www.stat-usa.gov
- √ **UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION** - www.usitc.gov

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA ARQUITECTURA,
CONSTRUCCIÓN, INGENIERÍA
Y OTROS SERVICIOS TÉCNICOS**

Noviembre, 2002

1-INTRODUCCION

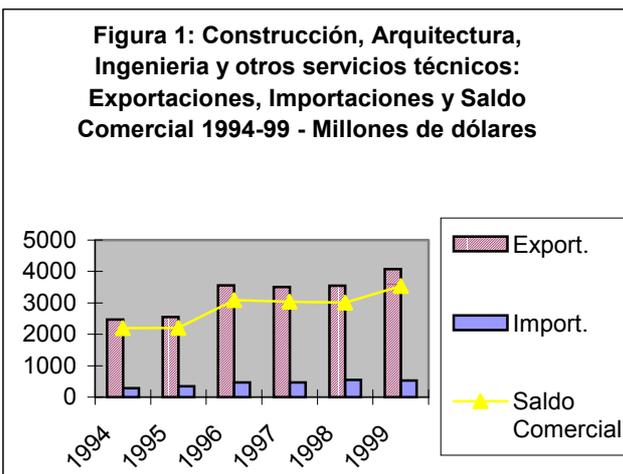
Construcción, Arquitectura, Ingeniería y Otros Servicios Técnicos comprenden actividades interrelacionadas. Las empresas de arquitectura proveen proyectos para el diseño de edificios y trabajos públicos y pueden supervisar proyectos de construcción. Las empresas de ingeniería se encargan del diseño, construcción, y servicios de dirección para proyectos tanto de ingeniería civil como edificios institucionales, industriales, centros comercial y residencias. Los servicios de construcción incluyen trabajos de pre-construcción, nueva construcción, reparación, restauración y trabajos de mantenimiento. Estos servicios pueden ser proveídos por contratistas que supervisan todo el trabajo para un determinado proyecto o contratistas especializados en una determinada área del proceso. El comercio de este tipo de servicios es principalmente llevado a cabo por las filiales de empresas americanas en el exterior las cuales generalmente establecen algún tipo de delegación, joint venture u oficina de representación los mercados extranjeros más importantes ya que la presencia local suele ser un factor determinante en las adjudicaciones de obras. Generalmente, el comercio internacional referido a esta área está limitado al transporte de diseños y proyectos a través de las fronteras nacionales vía e-mail u otras soportes informáticos.

Los servicios de arquitectura incluyen igualmente estudios preliminares, diseños esquemáticos, diseños de desarrollo, contratos administrativos y servicios de post-construcción. Los servicios de ingeniería también incluyen estudios de viabilidad técnica, estudios de impacto ambiental, preparación de proyectos así como el desarrollo de otros servicios durante la fase de construcción.

2.- TENDENCIAS DOMÉSTICAS

2.1 COMERCIO TRANSFRONTERIZO, 1994-99

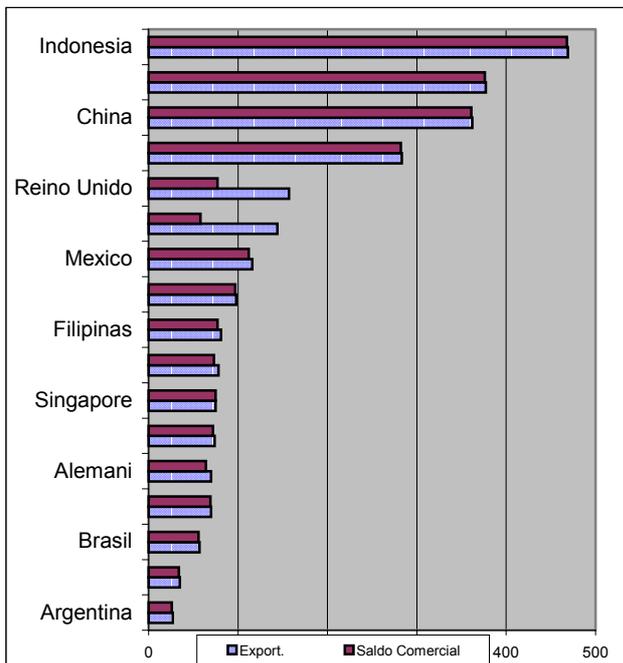
En 1999, las exportaciones estadounidenses de los servicios arriba definidos supusieron aproximadamente \$4,100.00 millones mientras que las importaciones alcanzaron la cifra de 530 millones, dejando así un superávit de \$3,500.00 millones.



Las exportaciones americanas aumentaron a una tasa de 14.7% en 1999, significativamente superior a la media anual de 9.4% durante el periodo 1994 98 (Figura 1).

Por el contrario, las importaciones de este tipo de servicios cayeron un 2.6% en 1999 una cifra realmente inferior a la experimentada durante dicho periodo que se situó en el 18.1%. Como resultado de estas tendencias, el superávit comercial de este tipo de servicios aumentó un 17.9% en 1999, mucho más rápido que el ratio medio de crecimiento anual registrado crecimiento anual del 8.2% registrado en el período 1994-98.

FIGURA 2: Arquitectura, Construcción, Ingeniería y Otros Servicios Técnicos: Exportaciones y Saldo Comercial, 1994-1999. Millones de dólares



Respecto a la distribución geográfica, Indonesia se mantuvo como el mayor mercado extranjero para las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios, representando el 11.5% de estas exportaciones (Figura 2). Las exportaciones a Arabia Saudi descendieron un 19.4% mientras que las exportaciones a Reino Unido, Canadá, China y Venezuela aumentaron un 1,470.0 %, 860.0%, 72.4% y 53.9% respectivamente. Respecto a los principales proveedores de estos servicios para el mercado americano tenemos a Canadá y al Reino Unido con importaciones por valor de \$86 millones y \$80 millones respectivamente. Estos son

los dos únicos mercados que representaron más del 4% de las importaciones americanas.

2.2 TRANSACCIONES A TRAVÉS DE FILIALES, 1993-98

En 1998, las ventas de estos servicios a través de filiales extranjeras de empresas americanas aumento alcanzó la cifra de \$12,100.00 millones, lo que supone una tasa de crecimiento del 21.3%, cifra superior a la tasa de crecimiento experimentada durante el periodo 93-97 y que se sitúa en 13.6%. Reino Unido y Australia fueron los principales mercados para las ventas de estos servicios a través de filiales representando el 44.9% y el 9.7% respectivamente. Otros mercados significativos son los Países Bajos, Canadá, Francia y Alemania, los cuales representaron ventas de 5.2%, 4.0%, 3.0% y 2.4%, respectivamente.

Las compras de estos servicios por parte de filiales propiedad de empresas extranjeras en EE.UU alcanzó la cifra de 6,300.00 millones en 1998, un 9.2% de incremento respecto 1997 situándose en cabeza las filiales de empresas matrices sitas en Alemania, Reino Unido y

Japón con porcentajes de 10.9%, 10.6% y 10.0% respectivamente. Las filiales con empresas matrices situadas en Francia, Países Bajos y Canadá representaban el 5.8%, 5.5% y 3.0%, respectivamente.

2.3. COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS DE CONSTRUCCION, ARQUITECTURA E INGENIERIA ENTRE EE.UU Y ESPAÑA (Millones de dólares)

	EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES A ESPAÑA				IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE ESPAÑA			
	1998	1999	% 98-99	% del total de Exp. EEUU	1998	1999	% 98-99	% del total de Imp. EE.UU
TOTAL SERVICIOS	3.512	3.820	8.76%	100.00%	1.880	2.137	13.67%	100.00%
A.C.E. SERVICIOS	18	41	190.91%	1.2%	*	16	(-)	0.74%

Fuente: U.S International Services; Survey of Current Business (October 2000), BEA (U.S Department of Commerce)

3.- RESUMEN Y PREVISIONES

El fortalecimiento de la economía hasta el año 2000 ha estimulado el crecimiento nacional del sector de construcción, arquitectura e ingeniería pero es aún incierto si este crecimiento continuará durante los próximos años. La inflación en el precio de las mercancías y los salarios pueden esconder un crecimiento continuado en el sector estadounidense de construcción en tanto que la fuerza laboral disponible permanezca escasa y los precios del petróleo permanezcan elevados. Además, el retrasado crecimiento en los mercados extranjeros para este tipo de servicios ha llevado a las firmas extranjeras a intentar conseguir mayores cuotas de mercado dentro de EE.UU durante el año 2000 dando lugar a una mayor competencia que llevó a numerosas empresas a fusionarse con otras en busca de ventajas competitivas forzando a otras numerosas firmas a salir del mercado.

Los adelantos tecnológicos e informáticos han contribuido a cambiar la forma tradicional de hacer negocios en esta área. Las modernas técnicas de diseño asistido por ordenador (CAD) y las comunicaciones electrónicas han permitido a numerosas firmas americanas ampliar el uso de trabajadores situados en mercados extranjeros, algunos de los cuales disponen de altas cualificaciones a muy bajo coste. Igualmente, a través del diseño de páginas web se puede incluir noticias, información de interés y se facilita la comunicación entre diferentes miembros de un mismo equipo situados en zonas geográficas distintas pero implicados en un mismo proyecto de construcción o ingeniería. La privatización de numerosos proyectos públicos de infraestructura como aeropuertos o autopistas puede dar

lugar a un crecimiento comercial de estos servicios. Una de las características más deseables del proceso de privatización desde la perspectiva del país que lo acoge es que un simple agente supervise el diseño, construcción y financiación del proyecto dando lugar a una comunicación más clara y una mayor coordinación entre el cliente y el proveedor del servicio.

4.- FUENTES DE INFORMACIÓN

-THE AMERICAN INSTITUTE OF ARCHITECTS

www.aia.org

-FLORIDA ASSOCIATION OF THE AMERICAN INSTITUTE OF ARCHITECTS

www.aiafla.org

-FLORIDA ENGINEERING SOCIETY

www.fleng.org

-THE FLORIDA HOME BUILDERS ASSOCIATION

www.fhba.net

-THE AMERICAN SOCIETY OF CIVIL ENGINEERS

www.asce.org

5.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS DE
AUDITORÍA, CONSULTORÍA Y
RELACIONES PÚBLICAS**

Noviembre, 2002

1.- INTRODUCCIÓN

En este sector se incluyen los datos referentes a las áreas de Auditoría, Contabilidad, Consultoría de dirección y contable y Relaciones Públicas.

2.- TENDENCIAS DOMÉSTICAS

El rango de servicios ofrecidos por las firmas auditoras está experimentando un fuerte y rápido crecimiento durante los últimos años. Avances en la tecnología, junto con cambios en las demandas de los clientes, está llevando a un gran número de estas empresas a ofrecer una gran variedad de nuevos servicios en adición a los tradicionales de auditoría, consultoría, contabilidad y fiscalidad.

La "Grandes Cinco" empresas auditoras (*Accenture, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, Deloitte & Touche, and KPMG*) dominan el mercado global. Por ejemplo, en 1998, año que supuso un auténtico record de facturación para las grandes cinco atribuible principalmente al boom en los servicios de consultoría, *Accenture* lideró el grupo con unos ingresos netos de \$13,900.00 millones, un 23% más que en 1997.

Tendencias y previsiones en EE.UU referentes a los servicios de Auditoría, Consultoría y Contabilidad

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2004 ¹
Recaudación (millones de dólares)	39.807	42.633	48.769	54.401	58.855	65.414	73.264	82.056	115.829
Empleo (Miles)	508	519	546	566	596	632	670	703	855

¹ Estimaciones

Fuente: U.S Department of Commerce; International Trade Administration (ITA), Bureau of Census; U.S Department of Labor: Bureau of Labour Statistics. Estimaciones y previsiones hechas por ITA.

Algunas de las áreas más importantes de expansión de servicios en dicho sector están relacionados con la consultoría tecnológica, servicios administrativos, servicios financieros y de inversión, recursos humanos, operaciones internacionales, y la investigación y desarrollo de nuevos mercados.

La tendencia hacia la consolidación en este sector podemos decir que actualmente se encuentra en camino. Un gran número de pequeñas y medianas empresas se están fusionando o formando alianzas con importantes empresas de servicios lo que está llevando a una descenso en el numero de empresas que ofrecen solamente servicios fiscales y contables.

La creciente demanda de servicios muy variados está conduciendo a las firmas auditoras bajo nuevos caminos. El escaso crecimiento en la demanda de servicios internacionales ha llevado a numerosas empresas a extender sus negocios a través del desarrollo de especialidades para responder a las necesidades específicas de los clientes desarrollando consecuentemente sus recursos humanos, operaciones y sistemas informáticos. Algunos ejemplos de áreas de especialización son la construcción, los servicios inmobiliarios, los hoteles, las ONG y los negocios internacionales. Esta tendencia ha llevado a muchos a la necesidad de plantearse si ser generalista y ofrecer una gran cantidad de servicios diversos o, por el contrario, especializarse y concentrarse en áreas mu concretas. Hay una creciente tendencia para las firmas pequeñas e independientes de crear alianzas estratégicas con otras empresas de similares característica pero especializadas en áreas complementarias a los desarrollados por la primera. De esta forma, se están creando una gran diversidad de redes formales e informales que adoptan formas muy diversas. Así de esta forma, un CPA (*Certified Public Account*) puede por ejemplo contratar a un consultor por un periodo corto de tiempo para atender una necesidad determinada de un cliente o bien dicho CPA puede formar una alianza en búsqueda de un experto en un tema terminado, pagarle directamente y poner en contacto al cliente con dicho experto. Sean como fueren, en general podemos decir que las alianzas estratégicas benefician a todos los implicados y es un buen recurso para que las pequeñas empresas mantengan sus clientes, la filosofía e independencia de la firma.

3. TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

3.1 COMERCIO TRANSFRONTERIZO, 1994-99

Actividades incluidas en los datos oficiales del comercio internacional estadounidense referente al sector de Auditoría y Consultoría y Relaciones Públicas

Servicios	Exportaciones Estadounidenses	Importaciones Estadounidenses
Servicios de Auditoría, Consultoría y Relaciones Públicas	Incluye los servicios de consultoría de gestión, auditoría, contabilidad y relaciones públicas. Se excluyen los servicios de consultoría de ingeniería relacionadas con proyectos actuales o futuros de construcción o de minería, consultoría informática, procesamiento de datos y los servicios de relaciones públicas intrínsecos en una campaña de publicidad.	Lo mismo

Las exportaciones de servicios contables y de dirección supuso \$2,400.000 millones en 1999 mientras que las importaciones alcanzaron la cifra de \$1,400.00 millones (Figura 1). Las exportaciones de estos servicios crecieron a una tasa de 7.1% , sin duda una tasa más baja que el 14.7% de media anual experimentada durante el período 1994-98, debido a que la

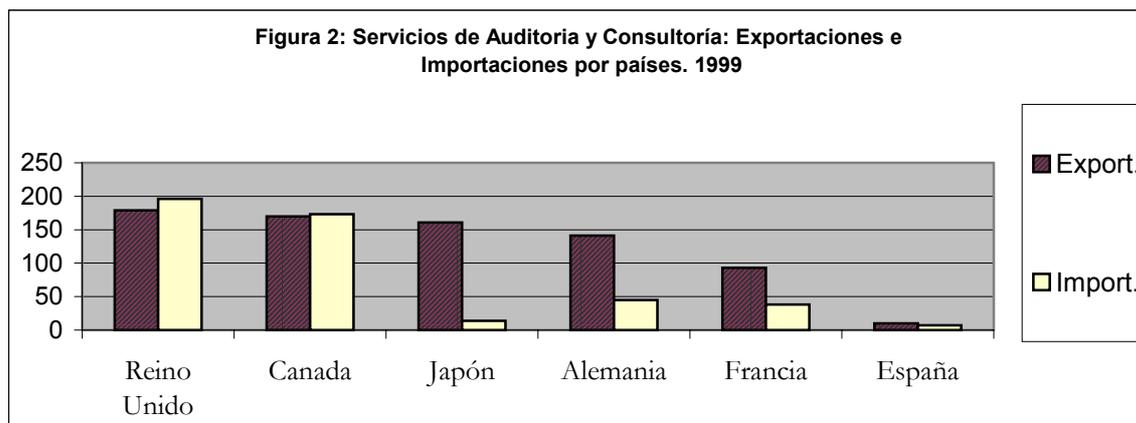


demanda de tales servicios se relajó en todas las regiones excepto en Europa, donde la demanda permaneció muy alta debido a la sustancial reestructuración corporativa y los frecuentes cambios en las leyes impositivas referentes a empresas. Asimismo, las importaciones de estos servicios aumentaron un 15.9% en 1999, cifra inferior a la tasa media de crecimiento durante el periodo 1994-98 que se situó en el 27.9%. Este descenso

es principalmente atribuible al descenso de los servicios de consultoría en referencia al efecto 2000, algo que ya se había realizado los años anteriores.

En 1999, el superávit comercial en esta área decreció a una tasa de 3.6% a \$952 millones en contraste con una tasa de crecimiento de 4.9% durante el periodo 94-98. El crecimiento en los ingresos de las mayores empresas de consultoría y auditoría se ralentizó durante el año 1999. Las 50 mayores empresas estadounidenses de consultoría de dirección registraron un crecimiento en sus ingresos durante ese año cercano al 20%, siete puntos menos que la tasa de crecimiento registrada en 1998. Respecto a las 100 mayores empresas auditoras, después de años de crecimiento en el área de la consultoría de dirección respecto a otras áreas tales como servicios contables y similares, el crecimiento de los ingresos para los servicios de consultoría (18%) descendió durante el año fiscal que terminaba en la mitad del 2000 situándose ligeramente por encima del ratio de crecimiento experimentado para el área contable y de servicios similares (14-16%). Las cinco mayores empresas auditoras, que concentraron el 88% de los ingresos de las mayores 100 firmas en Estados Unidos en 1999, también experimentaron menores crecimientos en los ingresos derivados de su actividad consultora.

En 1999, Reino Unido y Canadá parecían ser los mayores mercados de exportación de los servicios contables y de consultoría de dirección proveídos por empresas americanas acaparando el 9.4% y el 8.9% de estas exportaciones respectivamente. Otros mercados importantes de destino de las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios fueron Japón (8.4%), Alemania (7.4%) y Francia (4.9%). A su vez, los principales países de procedencia en la importación americana de servicios fueron Reino Unido (22.6%) y Canadá (20.0%) así como otros mercados que individualmente no representan más del 6% cada uno. Los Estados Unidos registraron déficits de \$17 millones y \$3 millones con el Reino Unido y Canadá respectivamente mientras que mantenían superávits con Japón (\$147 millones), Alemania (\$96 millones) y Francia (\$55 millones) (Figura 2). En todos estos mercados, las grandes multinacionales manufactureras tendían a una sola firma de servicios contables y consultoría de dirección contribuyendo significativamente al comercio internacional de servicios.

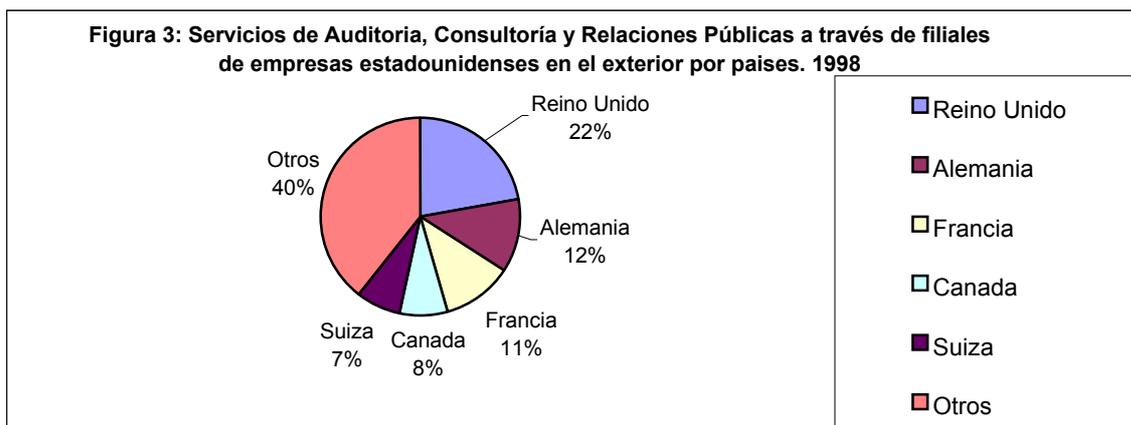


Fuente: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000, pp. 130-131

3.2. TRANSACCIONES ENTRE FILIALES, 1993-98

El comercio internacional a través de filiales de empresas estadounidenses sitas en el extranjero referente a los servicios contables y de consultoría de dirección excede de lejos a las transacciones realizadas entre empresas propiamente diferentes debido principalmente a las regulaciones que prohíben transmitir determinados datos financieros mas allá de las fronteras, y a la ventaja de establecer operaciones permanentes en el extranjero para evaluar mejor las condiciones del mercado local y proveer servicios directamente a los clientes.

En 1998, las filiales de empresas americanas en el exterior en esta área generaron ventas de \$10,300.00 millones. Tales ventas experimentaron un crecimiento del 17.1% en 1998, tres puntos superior al porcentaje de crecimiento experimentado durante el periodo 93-97 que se situó en el 14.2%. Las ventas hacia consumidores situados en Europa crecieron aún más marcadamente debido principalmente a la proliferación de fusiones y adquisiciones que demandaban servicios de consultoría. En 1998, Reino Unido concentraba el 22.3% del total de ventas por filiales de empresas americanas en tales servicios seguida de Alemania (12%), Francia (11%), Canada (8%) y Suiza (7%) (Figura 3).



TOTAL= \$ 10,300.00 millones

Fuente: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000, pp. 159

4.- RESUMEN Y PREVISIONES

Numerosas recientes fusiones y adquisiciones en mercados extranjeros están probablemente resultando en unas mayores ventas de servicios a través de filiales. Como indicador de esta tendencia industrial, en 1999 la consultora americana de dirección *A.T. Kearney* acordó adquirir *Telesis*, una consultora estratégica francesa que ayudaba a las corporaciones con asuntos de fusiones y adquisiciones. Otros ejemplos lo constituyen la fusión de *PriceWaterhouseCoopers* con la italiana *Galagano&Merli* o la francesa *SV&GM*. Durante 1999-2001 prácticamente las cinco grandes firmas acordaron o planearon separar los servicios de consultoría con sus servicios de auditoría. De esta forma, *Ernst&Young* vendió su parte de consultoría a *Cap Gemini* en Mayo de 2000 por más de 12,000.00 millones. Asimismo, *PriceWaterhouseCoopers* planeaba una reestructuración considerando deshacerse de sus servicios de consultoría de dirección, entre otros negocios. *KPMG*, una vez incorporada su área de consultoría, vendió una parte de la nueva entidad a *Cisco Systems*, una firma informática americana mientras que *Deloitte* planeaba mantener su área de consultoría, aunque sus operaciones consultoras y contables hayan sido ya eficientemente separadas dentro de la empresa.

Un gran número de importantes empresas americanas de este sector se han despojado o están despojándose de todo o una parte de su negocio de consultoría debido a la creencia de estar potencialmente más vigiladas por Agencias reguladoras americanas, principalmente, el *U.S. Securities and Exchange Commission (SEC)* debido al conflicto de intereses que puede surgir si una misma empresa realiza las actividades de auditoría y consultoría para un mismo cliente. En Noviembre de 2000, después de numerosas discusiones y debates con representantes de las cinco grandes firmas, el SEC aprobó la modernización de las reglas concernientes a la independencia auditora. Sin embargo, en vista de los requerimientos revelados bajo las nuevas reglas, algunos ejecutivos de esta área

consideran que una empresa que contrate a una de las cinco grandes para llevar a cabo su auditoría pública puede llevar a finalizar su relación en materia de consultoría con esa firma o, que una de las grandes cinco puede estar poco dispuesta a aceptar un determinado contrato de consultoría. Como resultado, las pequeñas firmas contables pueden estar en posición de ganar clientes de las cinco grandes firmas en el área de consultoría o tales clientes pueden moverse entre las cinco grandes firmas.

El lento crecimiento en los ingresos derivados de la actividad consultora ha llevado a numerosas empresas auditoras a reevaluar el potencial de sus servicios de consultoría o a despojarse de ciertos estos servicios para remitir a los socios una porción de los beneficios sustanciales ganados durante años de rápido crecimiento. Este relativo descenso en el crecimiento es considerado por muchos observadores como temporal a medida que las firmas auditoras y consultoras se amolden para llevar a cabo diversos standards internacionales contables y provean servicios como ayuda a clientes internacionales en su entrada al comercio electrónico. Asimismo, la mayor parte de grandes firmas se espera que cambien el tipo de consultoría que realizan. Por ejemplo, en el proceso de outsourcing o subcontratación de servicios (BPO), es una importante fuente de ingresos para *PriceWaterhouseCoopers*. Mercados de rápido crecimiento en este proceso son Australia, China, Francia, Alemania, Italia, Taiwan y Reino Unido. La mayores firmas de consultoría y el *Instituto Americano de Certified Public Accountants* (AICPA) continúan animando la aceptación de práctica multidisciplinarios como ocurre en otros mercados clave extranjeros. Entre otras razones, los consultores mundiales están interesados en el desarrollo de prácticas multidisciplinarios lo que incluye abogados en respuesta a la proliferación de negocios electrónicos y tecnológicos que transforman las estructuras empresariales y requieren complejas decisiones estratégicas y ayuda en su implementación. Las cinco grandes firmas están comprando despachos o bufetes en aquellos países que permiten compartir comisiones u honorarios con profesionales legales o contables. Así, en 1999, *PriceWaterhouseCoopers* adquirió la mayor parte del despacho de abogados australiano más importante lo que supuso la mayor comprar en este sentido. En los Estados Unidos, sin embargo, la *American Bar Association* recientemente denegó una propuesta que habría permitido a los abogados americanos compartir honorarios con a no abogados, incluyendo los CPAs.

5. FUENTES DE INFORMACIÓN

-Rutgers Accounting Web

www.rutgers.edu/accounting.

-American Accounting Association

<http://accounting.rutgers.edu/raw/aaa/>

-Association of Career Consulting firms international

<http://www.aocfi.org/>

-Institute of Management Consultants

<http://www.imcusa.org/>

-Consultants and Consulting Organizations Directory

<http://www.galegroup.com/>

-American Management Association

www.amanet.org

6.- BIBLIOGRAFIA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS
EDUCATIVOS**

Noviembre, 2002

1.- INTRODUCCIÓN

Servicios educativos incluye tanto formación académica primaria, secundaria como universitaria así como la formación profesional, la formación a través de correo y los colegios de educación especial.

2.- TENDENCIAS DOMÉSTICAS

Representando el 7.3% del PIB estadounidense, los 583.800 millones de dólares gastados en las instituciones educativas tanto públicas como privadas durante el periodo 1997-98 así como los 60.700 millones de dólares adicionales empleados en formación propia en los lugares de trabajo, hacen que el sector educativo se mantenga como uno de las áreas más robustas de la economía estadounidense. En 1998 el sector educativo empleó a cerca de 8 millones de profesores, incluyendo enseñanza primaria, secundaria y universitaria así como el staff de apoyo. En ese año, aproximadamente 67.3 millones de niños y adultos (lo que supone cerca del 25% de la población total estadounidense) asistieron al colegio. Incluso a pesar de la moderación económica sufrida actualmente, se prevé que la educación y los servicios relacionados seguirán manteniendo su fuerte posición relativa en el PIB estadounidense a lo largo de la primera década del siglo XXI.

De acuerdo al *Centro Nacional de Estadística Educativa*, las matriculaciones en las distintas instituciones educativas seguirán creciendo a una tasa del 1% al 2% anual entre 1989 y el 2009. Durante este periodo, las inscripciones en las escuelas de educación primaria (hasta los 12 años) subirán unos 4.7 millones mientras que las matriculaciones en la educación secundaria (hasta los 18 años) 3.6 y en la enseñanza universitaria 2.8. En el año escolar 1999-2000, la inscripción en los colegios tanto públicos como privados creció por cuarto año consecutivo alcanzando el record de 53.5 millones de estudiantes. La matriculación en las instituciones de educación superior creció de 14.3 millones en 1995 a 14.6 en 1999 y se prevé que sea de 16.4 millones en el 2009.

De acuerdo al "*Digest of Education Statistics 1998*" y el U.S Bureau of the Census, en 1998:

- Los Estados Unidos contaban con 14.891 distritos escolares y 61.165 colegios públicos de enseñanza primaria (hasta los 12 años) con 1.582.000 profesores.
- Había cerca de 75.4 millones de personas implicadas en el sector educativo, incluyendo a los profesores (también a los de enseñanza especial), estudiantes y staff de apoyo.

- Había 20.997 colegios públicos de educación secundaria (hasta los 18 años) con un total de 1.084.000 profesores y 27.686 colegios privados con un total de 387.000 profesores.
- Había cerca de 2.167 centros de educación especial y centros de formación profesional con 32.000 profesores.
- Había 9.962 instituciones de educación superior de las cuales 2.189 eran públicas, 2.877 privadas pero sin ánimo de lucro y 4.551 privadas con ánimo de lucro.
- Había 2.244 instituciones de educación superior con 935.000 profesores; de éstas, 608 eran instituciones o universidades privadas, con 657.000 profesores, 1509 eran privadas sin ánimo de lucro con 287.000 empleados y 117 eran privadas con ánimo de lucro.

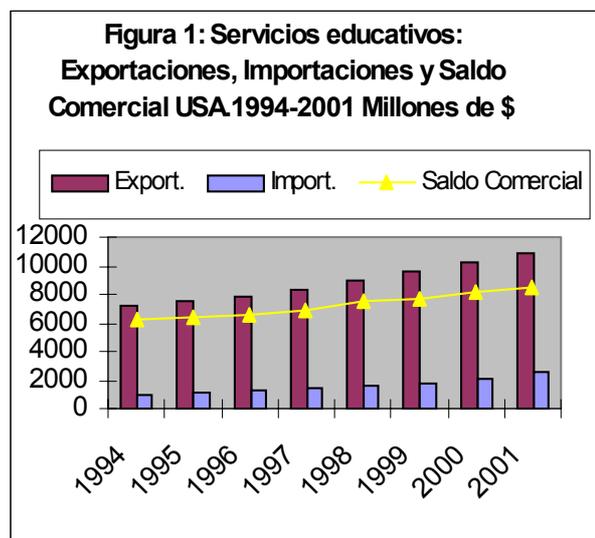
El gasto total en educación para los colegios de educación primaria y secundaria se estima en 351.300 millones de pesetas para el período 1997-98 mientras que los gastos correspondientes a los centros de educación superior fueron de 232.500 millones. El grupo de estudiantes conocido como el "baby boom" aumentará los gastos en educación primaria y secundaria en un 25% aproximadamente entre 1995-1996 y los años 2008-2009 de acuerdo a las previsiones realizadas por el *Centro Nacional de Estadística Educativa* recogidas en el artículo "*Proyecciones estadísticas para los servicios educativos hasta el 2009*". Sin embargo, el gasto en educación continuara su trayectoria ascendente no sólo a causa del baby boom sino también debido a la necesidad de construir nuevas escuelas. Esto puede ser visto como un salto enorme pero los gastos educativos en educación primaria y secundaria crecieron desde los 234.000 millones de dólares en 1987 a los 316 millones en 1997, lo que supone un incremento aun superior cercano al 35%. Todas estas previsiones sobre los gastos educativos en los próximos diez años presupone que las variables macroeconómicas que definen la economía estadounidense seguirán más o menos estables así como que los ratios de fertilidad se mantendrán próximos al 2.1 por mujer, la mortalidad continuara decreciendo y la inmigración se situara próxima a las 821.000 personas anuales.

3.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

3.1. COMERCIO INTERNACIONAL TRANSFRONTERIZO, 1994-2001

Las exportaciones estadounidenses transfronterizas de servicios educativos incluyen la formación propiamente dicha así como los gastos derivados de la estancia en Estados Unidos de estudiantes extranjeros matriculados en universidades estadounidenses o cualquier otro tipo de institución de educación superior en Estados Unidos. Por su parte, las importaciones incluyen la formación así como los gastos derivados de la estancia en el extranjero de estudiantes estadounidenses matriculados en universidades extranjeras o cualquier otro tipo de institución de educación superior fuera de Estados Unidos. El comercio entre filiales se da cuando las instituciones educativas imparten cursos en el exterior usando su propio profesorado e instalaciones. Sin embargo, debido a la falta de datos interpretables sobre este tipo de transacciones nos centraremos en el comercio propiamente transfronterizo.

Los ingresos derivados de las exportaciones se incrementaron un 7% en el 2000 frente al 6% en 1999, situándose en 10.300 millones de dólares. Respecto a los pagos, estos se incrementaron un 17% en el 2000, 2 puntos porcentuales por encima del año 1999, alcanzando los 2.100 millones de dólares (Figura 1). Como consecuencia de estas tendencias, el superávit comercial se situó en 8.200 millones de dólares en el año 2000, lo que significa un incremento del 5.5% respecto al año 1999, donde se alcanzó un superávit de 7.775 millones de dólares.



En el año 2000, los servicios educativos representaron un 3.7% del total de servicios exportados por Estados Unidos y un 1% del total de servicios importados de otros países.

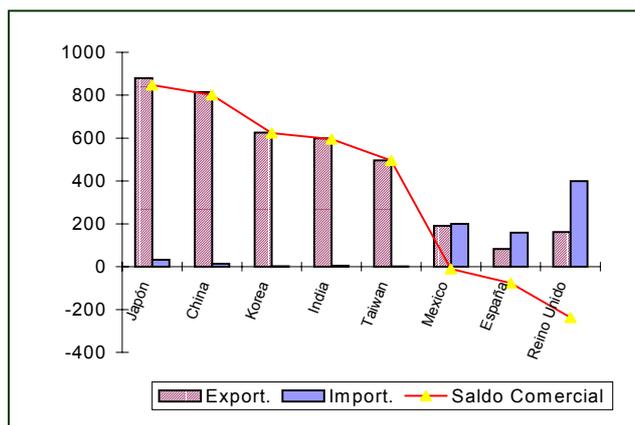
Estados Unidos es el líder mundial como país de destino para los estudiantes extranjeros, representando aproximadamente el 28% del mercado global. En el año escolar 1999-2000, casi 515.000 estudiantes se matricularon en instituciones de educación superior en los Estados Unidos. Con diferencia, el mayor porcentaje de estudiantes procedía de los países asiáticos (54%), seguido de los países europeos (15%) y los países latinoamericanos (12%). Individualmente, el mayor porcentaje de estudiantes venían de China, Japón, India, Korea y Taiwan.

El número de estudiantes extranjeros en los Estados Unidos creció un 5% respecto al año escolar 1998-99. El mayor incremento se dio en los estudiantes procedentes de África (16%), Latinoamérica (12%) y los países de la Europa del Este (11%). Asimismo, el número de estudiantes extranjeros matriculados en *community colleges* (instituciones de educación superior con programas universitarios de dos a tres años) aumentó más del 46% entre el periodo 1993-94 y 1999-2000 comparado con el 15% de crecimiento registrado para el resto de instituciones de educación superior. Este crecimiento pudo ser atribuido a la percepción entre los estudiantes extranjeros de que este tipo de colegios provee una formación muy asequible ofreciendo al mismo tiempo programas altamente técnicos.

Aunque los Estados Unidos se mantienen como el destino líder para los estudiantes extranjeros, tanto Australia como el Reino Unido están experimentando crecimientos superiores a los de Estados Unidos en el número de estudiantes extranjeros. Australia, cuyo número de estudiantes extranjeros se ha incrementado en un 30%, ha hecho un significativo esfuerzo por atraer a estudiantes asiáticos, los cuales suponen actualmente el mayor porcentaje de estudiantes extranjeros. A diferencia de los Estados Unidos, Australia, Canadá, Francia y el Reino Unido, entre otros, han diseñado estrategias y planes específicos para atraer a estudiantes de otros países incluyendo unos planes de formación más asequibles para los estudiantes extranjeros así como procesos más sencillos de matriculación y de inmigración. Asimismo, han diseñado portales de Internet donde consultar toda la oferta educativa disponible para estudiantes extranjeros.

En el año escolar 1989-99, los principales mercados de exportación de servicios educativos para Estados Unidos fueron, por orden decreciente, Japón (9.2%), China (8.5%), Corea (6.5%), India (6.3%) y Taiwán (5.2%) (Figura 2). Con la excepción de Corea, las exportaciones a cada uno de estos mercados aumentaron en 1999, 4.6% en 1999. Los estudiantes matriculados en instituciones educativas estadounidenses decrecieron debido a la crisis financiera asiática obligando a las familias a recortar los gastos.

Figura 2: Servicios Educativos. Exportaciones y Saldo Comercial por países. 1999- Millones de dólares



Respecto a las importaciones, en el año escolar 1998-99, cerca de 130.000 estudiantes estadounidenses realizaron sus estudios en el exterior, principalmente en Europa (63%) y Latinoamérica (15%). El 5% de estos estudiantes lo hicieron además en más

de un país. Las importaciones de servicios educativos por parte de Estados Unidos en 1999 estuvieron lideradas por el Reino Unido (21.7%), Mexico (10.9%), España (8.6%), Italia (7.9%) y Francia (7.6%). Asimismo, las importaciones estadounidenses de cada uno de estos países europeos crecieron a rateos similares. Las importaciones procedentes del Reino Unido se incrementaron un 18.8% seguidas de las de España (18.7%), Italia (16.9%) y Francia (16.7%). Las importaciones procedentes de México lo hicieron a una tasa del 11.1%.

3.2. COMERCIO BILATERAL CON ESPAÑA

COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS Y SERVICIOS EDUCATIVOS ENTRE ESPAÑA Y LOS ESTADOS UNIDOS (millones de dólares)

	EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A ESPAÑA					IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DESDE ESPAÑA				
	1998	1999	2000	Cambio 99/00	% / total Exp. 00	1998	1999	2000	Cambio 99/00	% / total Imp. 00
TOTAL	3.512	3.820	3.622	-5.18%	100,00%	1.880	2.137	2.611	22.18%	100,00%
SERVICIOS EDUCATIVOS	83	83	86	3.6%	2.37%	134	191	198	3.6%	7.6%

Fuente: U.S international services; Survey of Current Business (Octubre 2000), BEA (U.S Dept. of Commerce)
<http://www.bea.doc.gov/bea/ARTICLES/INTERNAT/INTSERV/2000/1000is.pdf>

Respecto al comercio con España en esta area de servicios, los ingresos se situaron en 86 millones de dólares en el 2000, un 3.6% superior a los 83 millones registrados en 1999 lo que implica un mayor porcentaje de estudiantes que realizaron sus estudios en instituciones situados en los Estados Unidos. Respecto a los pagos, estos también aumentaron fuertemente de 161 millones de dólares en 1999 a 198 en el 2000, reflejo de una mayor apertura de las instituciones educativas españolas. De esta forma, el comercio en los servicios de Educación entre Estados Unidos y España deja un saldo positivo para España de 112 millones de dólares, superior al saldo de 78 millones de dólares registrado en 1999.

En el año 2000, los servicios educativos representaron el 7.6% de los servicios españoles exportados a los Estados Unidos y, en ese mismo año, estos servicios representaron el 2.4% de las importaciones totales estadounidenses de España.

Es interesante analizar la posición de España como el tercer destino mundial para los estudiantes estadounidenses, después de Reino Unido y Mexico representando las importaciones de servicios educativos de España un 9.3% del total en el 2000. Uno de los posibles factores más importantes para este hecho puede ser la españolización que esta sufriendo gran parte de la sociedad americana durante los últimos años. No en vano, la población hispana se ha convertido en la primera minoría en los EE.UU, representando cerca

del 13% de la población. Asimismo, el español es el idioma extranjero más estudiado en los EE.UU con excelentes perspectivas.

4.- RESUMEN Y PERSPECTIVAS

En 1999, el número de estudiantes de educación superior e instituciones de formación en los mercados mundiales estaba estimado en 48 millones con un 35% de ellos (17 millones) procedentes de Asia. En el 2025, se calcula que esta población de estudiantes extranjeros se incrementará hasta los 159 millones representando los asiáticos el 55% de ellos aproximadamente (87 millones). Asimismo, la formación a lo largo de la vida laboral, incluyendo formación en el trabajo así como cursos de reciclaje, está incrementándose sensiblemente.

El Gobierno Estadounidense, consciente del fuerte entorno competitivo para los estudiantes extranjeros, los cambios que se están dando en los sistemas tradicionales de educación así como la fuerte demanda de formación a lo largo de la vida del trabajador, dio recientemente un paso adelante hacia el establecimiento de una política internacional educativa. En Abril de 2002, el Presidente Clinton publicó un memorandum para llevar a cabo diez pasos básicos con objeto de incrementar el apoyo estadounidense a la educación. Entre otros aspectos, se pretendía un plan de acción dirigido a mejorar la disponibilidad de información actualizada referente a las oportunidades educativas en Estados Unidos así como se recomendaba un uso moderado de la tecnología con objeto de incrementar las posibilidades de intercambio entre profesores y estudiantes así como los programas de idiomas en todos los niveles educativos.

Esta directiva es consistente con el comunicado final de la reunión del G-8 celebrada en Julio del 2000, en la cual los países participantes se comprometieron a promover una mayor movilidad tanto en los estudiantes como en el profesorado con objeto de duplicar el número de intercambios durante los próximos diez años (NAFSA Newsletter, vl. 51, No. 6, Sept-Oct. 2000). Además, la educación está entre los servicios que pueden ser objeto de nuevas negociaciones dentro de la *Organización Mundial del Comercio*.

La globalización y los avances en las tecnologías de la información están entre las principales fuerzas conductoras de cambios en los sistemas tradicionales de educación y formación. No en vano, la oferta de educación a través de Internet está incrementándose sensiblemente en importancia preveyéndose un aumento en el número de estudiantes matriculados en programas de formación a distancia con un porcentaje próximo al 15% de la población de estudiantes de educación superior. Los proveedores de programas de formación a distancia abarcan un amplio espectro en términos tanto de tamaño como de reputación y coste. Los principales proveedores estadounidenses de estos servicios a escala internacional incluyen a *Jones International University*, *National Technological University* y *la*

Universidad de Phoenix. Asimismo, importantes instituciones educativas estadounidenses, como *Webster University*, *Johns Hopkins University*, *Temple University*, *the George Washington University* y *the American University*, han establecido numerosas filiales en el extranjero y otras muchas han formado joint ventures con socios locales en conformidad con sus leyes y cultura.

5.- FUENTES DE INFORMACIÓN

-ACADEMY FOR EDUCATIONAL DEVELOPMENT

www.aed.org

-AMERICAN COUNCIL ON EDUCATION

www.acenet.edu

-FLORIDA COUNCIL ON ECONOMIC EDUCATION

www.fcee.org

-ASSOCIATION OF AMERICAN COLLEGES AND UNIVERSITIES

www.aacu-edu.org

-ASSOCIATION OF AMERICAN UNIVERTIES

www.tulane.edu

6.- BIBLIOGRAFIA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS
INFORMÁTICOS Y DE
PROCESAMIENTO DE DATOS**

Noviembre, 2002

1.- INTRODUCCIÓN

Servicios Informáticos y de Procesamiento de Datos incluye los servicios de diseño y análisis de sistemas, servicios de software y programación, servicios de alquiler, integración de sistemas, servicios de entrada, proceso y tabulación de datos y otros servicios relacionados tales como los servicios de reparación y mantenimiento de ordenadores.

Las empresas que venden este tipo de servicios lo hacen principalmente a través de filiales de sus empresas establecidas en el extranjero. Obviamente, estos servicios son también proveídos entre empresas propiamente independientes sitas en países distintos, una vía que sin duda se ha visto además beneficiada en gran medida por Internet y las nuevas tecnologías de transmisión electrónica a larga distancia. A medida que estas tecnologías se simplifiquen y se vuelvan más económicas, las empresas de este sector serán más capaces de incrementar el comercio internacional de estos servicios, propiamente dicho.

2.- TENDENCIAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

2.1. COMERCIO TRANSFRONTERIZO, 1994-99

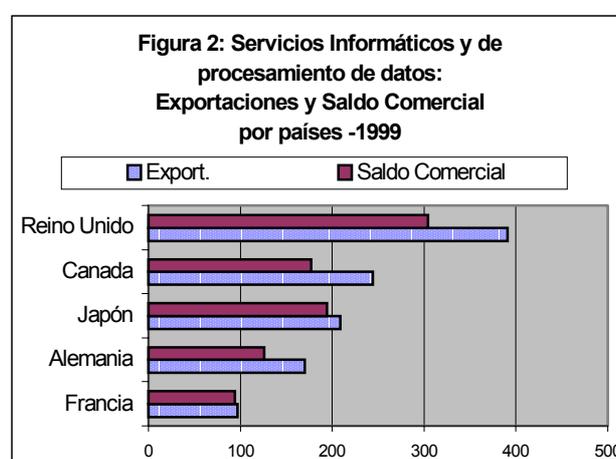
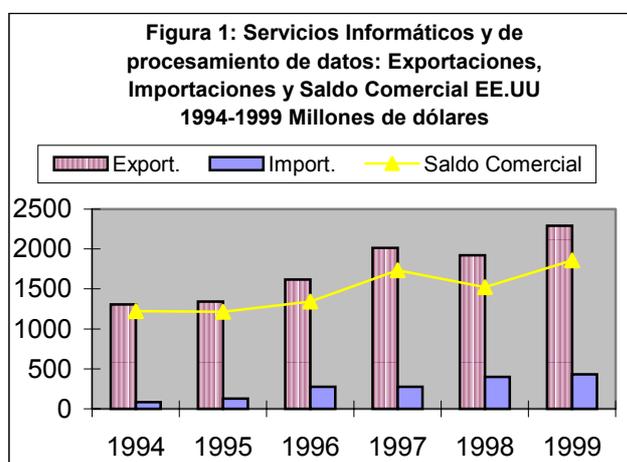
En 1999, las exportaciones de servicios informáticos y de procesamiento de datos se incrementaron en un 19.2% alcanzando la cifra de 2.300 millones de dólares después de haber sufrido un descenso del 4.4% en 1998, superando la tasa media de crecimiento anual durante el periodo 1994-98 de 15.5%. (Figura 1). Asimismo, las importaciones estadounidenses se incrementaron un 8.3% llegando a los 432 millones de dólares, significativamente inferior al 48.1% de tasa anual de crecimiento correspondiente al periodo 1994-98. Así pues, el fuerte crecimiento en las exportaciones dejó un saldo comercial de 1.900 millones de dólares en 1999.

Geográficamente, Europa fue el mercado líder para las exportaciones de este tipo de servicios con casi más de la mitad de estas exportaciones y una tasa de crecimiento del 30.8%. Las exportaciones de este tipo de servicios a Reino Unido, Alemania y Francia (Figura 2) representaron el 58% de las exportaciones a Europa incrementándose un 34.4%, 25% y 32.9%, respectivamente. El crecimiento en las exportaciones fue especialmente significativo en los Países Bajos, donde las exportaciones de servicios informáticos y de procesamiento de datos ascendieron un 37.7%, de 69 millones de dólares en 1998 a 95 millones en 1999. Asimismo, las exportaciones a la región de Asia/Pacífico crecieron un 17.2% en 1999. Japón permaneció como el mercado líder de esta zona con el 37.4% de las exportaciones destinadas a esta área geográfica. Sin embargo, las exportaciones a Japón se

incrementaron sólo un 4.5%, 12.7 puntos porcentuales por debajo de la media de la región. En contraste, hay que señalar que las exportaciones destinadas a otros países de la misma zona como Australia, Hong Kong y Taiwan crecieron un 25%, 95% y 30.3%, respectivamente.

Por otro lado, las exportaciones de servicios informáticos y de procesamiento de datos a Latinoamérica descendieron un 17.7% aproximadamente en 1999, totalizando 190 millones de dólares y acumulando el 8.3% del total de exportaciones de estos servicios. Las exportaciones a Brasil y México, las cuales representan más de la mitad de las correspondientes a esta región, disminuyeron un 51% y un 16.4%, respectivamente en 1999.

Por otro lado, en referencia a las importaciones, las procedentes de Canadá decrecieron un 14.1% en 1999 situándose en 67 millones de dólares. Las importaciones procedentes de Europa subieron un 5.9% en 1999, lideradas por un crecimiento del 63% en las importaciones procedentes de Alemania. Asimismo, un incremento del 59.8% en las importaciones procedentes de India contribuyó al incremento del 26.6% en las importaciones estadounidenses de este tipo de servicios procedentes de la zona Asia/Pacífico. En 1999, la India acaparó un 30.3% de las importaciones procedentes de esta zona convirtiéndose rápidamente en uno de los principales proveedores de este tipo de servicios a Estados Unidos, motivado en parte por la fuerte demanda de las firmas estadounidenses faltas quizás de personal técnico.



Fuente: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000

2.2- COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS INFORMÁTICOS Y PROCESAMIENTO DE DATOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

	EXPORTACIONES EE.UU. A ESPAÑA (millones de \$)				IMPORTACIONES EE.UU. DE ESPAÑA (millones de \$)			
	1998	1999	% 98-99	% del total de Exp. USA	1998	1999	% 98-99	% del total de Imp. USA
TOTAL SERVICIOS	3.512	3.820	8.76%	100.00%	1.880	2.137	13.67%	100.00%
SERVICIOS INFORMÁTICOS	53	68	22%	1.79%	4	1	-66.67%	0.05%

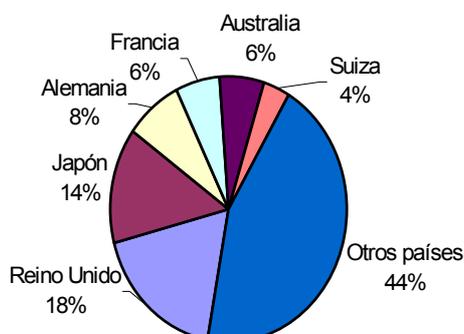
Fuentes: U.S International Services; Survey of Current Business (October 2000), BEA (U.S Department of Commerce)

2.3 COMERCIO ENTRE FILIALES, 1993-98

En 1998, las ventas de servicios informáticos y de procesamiento de datos a través de las filiales de empresas americanas en el extranjero ascendió a 45.800 millones de dólares, lo que representa el 15% de todas las ventas de servicios en general realizadas por las filiales de empresas estadounidenses en el exterior. Durante el periodo 1996-98, las ventas de estos servicios a través de las filiales creció a una tasa anual del 25.9%, inferior al 31.6% de media anual durante el periodo 1993-96. En 1998, las ventas de estos servicios a través de las filiales situadas en Europa se incrementó un 50.2%, impulsadas por el fuerte crecimiento del outsourcing en el sector servicios. La ventas en el Reino Unido, las cuales representaron el 17.9% de las ventas de este tipo de servicios, se incrementaron un 27.1% durante ese año. Japón, Alemania, Francia y Australia acapararon respectivamente el 14.3%, 7.8%, 6.2% y 6%.

Por otro lado, las compras de este tipo de servicios de filiales de empresas extranjeras en Estados Unidos, se incrementó un 37% en 1998, alcanzando los 5.200 millones de dólares, lideradas por un incremento del 54% en las compras realizadas a filiales de empresas europeas. Francia acaparó el 25.8% del total de compras en 1998 mientras que Japón el 18.5%.

Figura 3: Servicios Informáticos y de procesamiento de datos: Ventas a través de filiales de empresas USA en el extranjero por países 1998 - TOTAL=\$45.800 millones



3.- RESUMEN Y CONCLUSIONES

Como hemos mencionado anteriormente, las exportaciones de servicios informáticos y de procesamiento de datos, mostró un fuerte crecimiento en 1999, incrementándose un 19.2%. Este crecimiento se prevé que continúe a medida que las firmas estadounidenses vayan expandiéndose y desarrollando operaciones en otros mercados. Importantes firmas estadounidenses como *Accenture* (anteriormente Andersen Consulting), *Automatic Data Processing* (ADP), *Computer Sciences Corporation* (CSC), *Electronic Data Systems* (EDS), *First Data Corporation*, *IBM Global Services* y *Unisys* acapararon la mayor parte de las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios así como un significativo porcentaje de los servicios consumidos mundialmente.

Sin embargo, en algunos mercados, estas firmas se enfrentan a una intensa competencia por parte de otras multinacionales proveedoras de este tipo de servicios como *Cap Gemini* (Francia), *Fujitsu* (Japon), *Groupe Bull* (Francia), and *Siemens Nixdorf* (Alemania). En 1999, las firmas americanas proveedoras de este tipo de servicios señalaron que la fuerte demanda resultante de un incremento en el outsourcing de servicios continuó siendo uno de los principales factores para su desarrollo internacional. En el Reino Unido, donde los servicios informáticos es uno de los sectores de mayor crecimiento de la economía, las firmas estadounidenses *EDS* y *CSC* eran los líderes del mercado, acaparando aproximadamente el 30% de todos los ingresos derivados del outsourcing en el mercado británico.

Estas y otras firmas americanas de reconocido prestigio mantienen una fuerte ventaja competitiva en el Reino Unido debido a que son los únicos proveedores con el tamaño y el alcance suficiente, para satisfacer los requerimientos de los contratos más importantes. *CSC* afirmó que los ingresos obtenidos en el mercado europeo se incrementaron un 12% alcanzando los 275.9 millones de dólares durante el año fiscal del 2000, debido en parte a la expansión de los procesos de outsourcing en el Reino Unido.

Las firmas americanas presentes en Europa están asimismo respondiendo a una creciente demanda para el desarrollo de redes basadas en Internet que permitirán las convergencia de las redes de voz y datos. Igualmente, la demanda está creciendo para las aplicaciones relacionadas con las telecomunicaciones sin cable, un segmento en el cual Europa está considerada más avanzada que los Estados Unidos debido a que el mercado europeo cuenta con un standard unificado para la tecnología sin cable.

Las firmas americanas expandieron su presencia internacional en 1999 a través de fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas. *CSC* adquirió dos de los principales

proveedores italianos de servicios tecnológicos informáticos así como *G.E. Capital ITS*, con sede en Australia y *CSA Holdings, Ltd* con sede en Singapore. Anticipando un fuerte crecimiento en los procesos de outsourcing en Japón, *IBM Japón* planeó formar una alianza con la japonesa *NTT Comware* para proveer servicios tecnológicos de información en aquel país. Las compañías estiman que esto les generará aproximadamente 15.000 millones de dólares en ingresos durante un periodo de 10 años. Como parte de la iniciativa de desarrollar productos y servicios on line, *ADP* adquirió *Business Management Software, LTD*, una empresa británica especializada en el desarrollo de software principalmente para el control de nóminas y gestión de personal. Además, *ADP* entró en dicho nicho para el mercado australiano a través de la compra de *PayConnect* en Julio de 2000, proveyendo actualmente servicios a más de 7.500 clientes en Australia. En 1999, la francesa *Cap Gemini* adquirió *Ernst & Young Consulting Services* de *Ernst & Young LLP*, convirtiéndose en la primera vez que una de las grandes cinco firmas estadounidenses de auditoría vende su parte de consultoría con la idea de que esta compra permitiera a *Cap Gemini*, la principal proveedora de servicios informáticos en Europa, competir más eficientemente con los principales proveedores americanos de este tipo de servicios. *Cap Gemini Ernst & Young*, la firma fusionada, es la tercera consultoría mundial con cerca de 60.000 empleados operando en 30 países distintos.

4.- SERVICIOS INFORMÁTICOS Y DE PROCESAMIENTO DE DATOS EN FLORIDA

De acuerdo a *Enterprise Florida*, la Agencia Oficial de Desarrollo Económico de Florida, actualmente, hay más de 10.000 empresas en este Estado empleando a más de 200.000 trabajadores en las áreas de servicios de información, desarrollo de software, equipamiento informático, telecomunicaciones y aplicaciones de Internet.

Empleo y Sueldo en el Sector de la Tecnología de la Información en FL, 2000

SECTOR	SIC CODE	COMPAÑIAS	EMPLEADOS	SUELDO MEDIO (EN \$)
Computer & Office equipment	357	116	5,517	56,705
Communications Equipment	366	193	20,296	66,400
Electronics Components & Accesories	367	260	22,591	44,082
Telephone Communications	481	1,814	69,193	48,194
Telegraph & Other Communications	482	33	335	65,145
Computer & Data Processing	737	8,579	82,207	63,113
Total Informations		10,995	200,139	57,273

Numerosos expertos prevén un crecimiento aún mayor del sector de la Tecnología de la Información en Florida, algo para lo que este Estado se encuentra, sin duda, suficientemente preparado:

- Durante el año 2000, las empresas líderes de Internet y telecomunicaciones decidieron crear en Florida el quinto Tier-1 NAP del mundo con la idea de convertirlo en el mayor "hub" dentro de la red mundial de información y telecomunicaciones como centro de intercambio y tráfico de datos con Iberoamérica, el Caribe, Europa, África y Asia Pacífico.

Dados sus objetivos el Consorcio del NAP de las Américas decidió situar este NAP en Miami considerando, por un lado, su posición como "Puerta hacia las Américas" y, por otro, su elevada infraestructura tecnológica. Una vez decidida así la ubicación, el Consorcio concedió a *Terremark Worldwide* el papel de propietario y operador del NAP, una multinacional líder como proveedor de servicios de Internet.

El **NAP de las Américas** comenzó a estar operativo en Junio del 2001 y actualmente cuenta con más de 50 clientes entre los que figura: *ACSI Network Technologies, Adelpia Amzak International, AOL, Centennial Communications, Circle Net Communications, CODETEL, Cogent, COM TECH International Cable Corporation, Conectron, Converge Telecommunications, Cramstaff, Deutsche Telekom, Inc, Dynegy, E-Life, Emergia, ENRON Broadband Services, Entel Chile, EPIK Communications, Exodus, Florida International University, FPL Fibernet LLC, France Telecom, Genuity, Global Crossing Development Company, Global Secure Data, GlobalXchange Communication, IFX Communication Ventures, IFX Corporation, Intrado, IPEX, La Nautilus, LEVEL 3, Metromedia Fiber Network Services, MetroRed Telecommunications S.A., Mirror Image Internet, NAO Host, NetRail, New Com Limited, Octet Group, Operadora PROTEL, Progress Telecommunications, PSINET, QWEST Communications International Corp., SBC Internet Services, SNAP Communications, Sprint/E-Solutions, Swisscom North America, Telseon, Trimax Technologies, XO Communications and Yipes Communications.*

Entre las ventajas que ofrece a sus clientes cabe destacar la más avanzada red que permite crear conexiones virtuales de forma extremadamente rápida y segura.

Físicamente está ubicado en el *Technology Center of the Américas* (TECOTA) sito en el centro de Downtown Miami con un espacio habitable de 71.230 metros cuadrados aproximadamente repartidos en seis plantas
(Más información en el Anexo 1)

- Florida es, además, la puerta mundial de salida en el área de Internet para Latinoamérica, con una altísima concentración en dicho Estado de portales de

Internet y otras empresas de esta área. Además, se prevé que Latinoamérica mantenga el crecimiento mundial más rápido en esta área jugando las empresas sitas en Florida, un papel muy importante en todo este proceso.

- Florida cuenta con una impresionante lista de empresas centradas en el sector de la Tecnología de la Información incluyendo 800 multinacionales con oficinas centrales o locales en Florida.
- Florida dispone de tres significativos cluster en este sector.
- La red de enseñanza superior de Florida incluye 10 universidades estatales y excelentes instituciones privadas que ofrecen diversos programas de reconocido prestigio en el área informática.
- Los programas de investigación cuentan no sólo con el apoyo del Estado sino que usan además la última tecnología disponible para impulsar nuevos avances y desarrollos aplicables a una amplia variedad de áreas comerciales.

5.- FUENTES DE INFORMACIÓN

-COMPUTER AND COMMUNICATIONS INDUSTRY ASSOCIATIONS

www.ccianet.org

-INTERNET COAST- BUSINESS INFORMATION DIRECTORY

-www.internetcoast.com

SOUTH FLORIDA TECHNOLOGY ALLIANCE

-www.southfloridatech.org

6.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

ANEXO - EL NAP DE LAS AMÉRICAS

El **NAP de las Américas**, localizado en Miami, Florida, es el quinto NAP (Network Access Point) Categoría Uno del mundo, fue puesto en operación el 29 de junio del año 2001. Se distingue de los otros NAPs Categoría Uno que existen por ser el único neutral (carrier neutral) por no pertenecer, ni estar asociado con ninguna empresa de Telecomunicaciones.

Los NAPs son grandes centros de acceso y distribución de tráfico Internet (tráfico de data, voz, imágenes, video etc. y todas las formas de telecomunicaciones digitales) que operan como si fueran “hubs” de grandes aeropuertos internacionales o Centrales de Transporte de pasajeros y carga, en los cuales en lugar de líneas aéreas o empresas de transporte, participan empresas de Telecomunicaciones, y en general proveedores de acceso a Internet y grandes usuarios.

La función básica de un NAP es el intercambio de tráfico de Internet, proceso conocido como “peering” y es el servicio básico ofrecido por todos los NAPs, pero de los cinco NAPs categoría 1 existentes en el mundo, solamente el NAP de las Américas ofrece además a las diferentes empresas que allí se instalan, co-ubicación a distancia cero millas unas de otras, y servicios complementarios, igual a como se hace en los aeropuertos. En el NAP de las Américas en lugar de pasajeros y carga se intercambia tráfico Internet, se lo redirige a diferentes destinos, y se proporciona servicios de valor agregado, equivalentes en las terminales aéreas, al suministro de combustible, mantenimiento, repuestos, comidas etc. Toda esta actividad entre los múltiples participantes en el NAP constituye un mercado real y virtual en el que todos se compran y se venden entre sí y en el que, cosa poco usual, compradores y vendedores, como clientes cautivos, comparten las mismas instalaciones y servicios.

Todos los NAPs categoría uno que existen están en los Estados Unidos, fueron construidos a principios de los años noventa, y los primeros cuatro fueron ubicados estratégicamente para servir la franja norte del país, de este a oeste, siendo localizados en Nueva York, Washington, Chicago y San Francisco. Todos ellos se hicieron con el patrocinio del National Science Foundation (NSF), para promover el desarrollo del Internet, utilizando infraestructuras existentes de Empresas de Telecomunicaciones a quienes finalmente pasó su propiedad.

El NAP de las Américas también ha sido estratégicamente situado para servir de Punto de Acceso a la Red del Internet entre las Américas, con Europa y África. Miami se

clasifica como la quinta ciudad del mundo mejor “interconectada” por lo que se constituye en punto natural de ubicación de un NAP.

A diferencia de los primeros cuatro NAPs en los Estados Unidos, el NAP de las Américas ha sido desarrollado totalmente por el sector privado, bajo un modelo único de patrocinio, constituido por un Consorcio integrado por más de 100 empresas de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet, y universidades. Dicho consorcio dio el respaldo, preparó especificaciones, llamó a concurso y adjudicó el Desarrollo y la Operación del NAP de las Américas a TERREMARK WORLDWIDE Inc. por ser ésta la empresa que más garantías dio de poder ejecutar la obra, sin inversión por parte del Consorcio, y bajo términos de calidad y ejecución, nunca antes vistos para este tipo de proyectos. El Consorcio dio además especial valor al hecho de que Terremark no está asociado con ninguna compañía operadora de Telecomunicaciones y por tanto ofrece “total neutralidad” a todos y cada uno de los participantes, a clientes y a usuarios del NAP.

EL NAP de las Américas está ubicado físicamente en el centro de Miami, en un edificio designado “TECOTA,” planificado y diseñado para ser el NAP más avanzado del mundo, utilizando las más modernas tecnologías disponibles, tanto desde el punto de vista del edificio como de cada uno de los equipos, componentes y accesorios que constituyen el NAP. El NAP se planificó para ofrecer al mismo tiempo la máxima calidad, flexibilidad, modularidad y para acomodar los variados requerimientos de los diferentes clientes y sus proyecciones de expansión futura.

La inversión total en el edificio TECOTA y el NAP fue de más de 200 millones de dólares. La estructura del edificio, con un área de 75,000 metros cuadrados en seis plantas, ha sido calculada para resistir los embates de un huracán hasta de categoría 5. El complejo, operará en forma continua 24 horas al día, 365 días al año. En caso de emergencia sin embargo, puede ser autosuficiente para operar a capacidad por un período de siete días sin requerir ni energía eléctrica externa, ni combustible o suministro de agua. El edificio ha sido certificado como parte de la infraestructura crítica de la Ciudad de Miami y del Estado de la Florida y tiene prioridad para recibir suministros y apoyo en caso de emergencias.

El desarrollo del NAP de las Américas ha roto todos los records existentes en cuanto a construcción y puesta en servicio de un complejo de este tipo: La obra del edificio se inició el primero de Septiembre del año 2000; el 31 de Diciembre de ese año se puso en servicio un NAP Interino, y el 29 de junio del 2001, 10 meses desde su inicio, entró en servicio el NAP de las Américas.

TERREMARK, cuya misión es la de ser un proveedor de Infraestructura de Internet, para servir de Punto de Acceso y Distribución de tráfico de voz, datos, video y en general todo

tipo de comunicaciones modernas, ha ya firmado contratos con más de 61 compañías de primera línea del sector. TERREMARK considera que puede pasar ahora a la Segunda Fase de su proyecto, que consiste en extender la disponibilidad, los servicios y la experiencia del NAP de las Américas a los países principales del Continente, incluyendo a México, Brasil, y Argentina y eventualmente Europa para allí desarrollar modelos consistentes con el NAP de las Américas, y así posicionarse como líder en la industria.

El NAP de las Américas, por su trascendencia tecnológica, magnitud, ubicación y potencial, se considera como el proyecto más importante en telecomunicaciones, en el mundo occidental, en el presente lustro

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS
LEGALES**

Noviembre, 2002

1.- INTRODUCCIÓN

Servicios Legales incluye servicios de consultoría jurídica y servicios de representación en varios campos del derecho así como en procesos reglamentarios y servicios administrativos de documentación y certificación legal. Los servicios jurídicos se consideran tanto en un sentido transfronterizo como entre filiales aunque los datos están sólo disponibles para los primeros. El comercio transfronterizo en este sector se considera cuando los profesionales legales viajan para proporcionar los servicios a los clientes en el extranjero, cuando los clientes viajan al extranjero para contratar los servicios de abogados de otro país o cuando los servicios de asesoría jurídica o documentos legales se transmiten fuera de las fronteras nacionales vía las nuevas redes de comunicación, los servicios tradicionales de correo u otros métodos de correspondencia.

Ocasionalmente, los proveedores de servicios legales pueden llegar a ser miembros de cuerpos jurídicos extranjeros permitiéndoles aparecer en las cortes extranjeras y proporcionar asesoría en la leyes extranjeras. Sin embargo, la mayor parte de los abogados que ejercen en el extranjero no están localmente acreditados por lo que su función está mucho más cercana a la de simples consultores legales. Típicamente, pueden proporcionar asesoría respecto a las leyes americanas, las leyes internacionales y la ley de un tercer país pero no pueden aparecer en las cortes del país anfitrión o dar asesoría respecto a sus leyes a menos que dicha asesoría esté basada en el consejo de un miembro del cuerpo jurídico local. Internacionalmente, este acuerdo es bastante común y por eso no se considera como una barrera al comercio en el área de los servicios jurídicos en Estados Unidos.

2.- TENDENCIAS NACIONALES

TABLA 1
Servicios Jurídicos: Tendencias y Previsiones

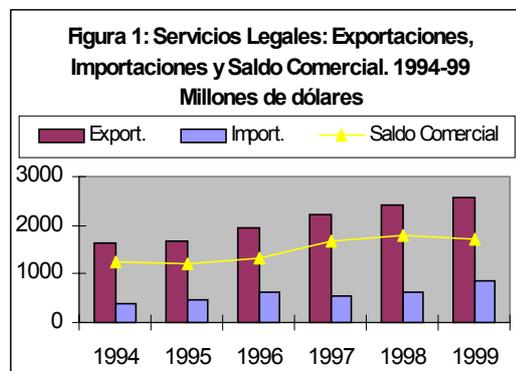
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2004 ¹
Recaudación (millones de \$)	112,145	114,603	116,000	124,659	133,015	141,827	150,337	158,605	192,785
Empleo (Miles)	924	924	921	927	944	972	1,001	1,021	1,105

¹ Previsiones

Fuente: U.S Department of Commerce: International Trade Administration (ITA), Bureau of Census; U.S Department of Labor: Bureau of Labor Statistics.

3.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

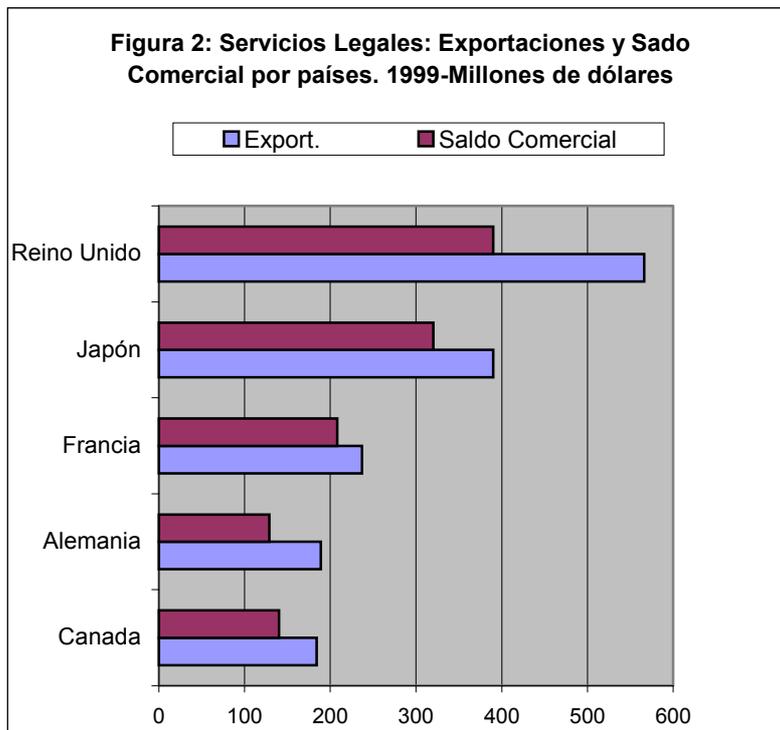
En 1999, el superávit comercial estadounidense en el área de servicios legales decreció por primera vez desde 1995 (Figura 1). Esta caída se debió, por un lado, a un moderado crecimiento en las exportaciones americanas de dichos servicios y a un rápido crecimiento de las importaciones por el otro. Las exportaciones transfronterizas de servicios legales alcanzaron los 2.600 millones de dólares en 1999 habiendo aumentado un 5.8% durante el año anterior y un 10.6% durante el período 94-98. Al mismo tiempo, las importaciones transfronterizas estadounidenses de servicios legales alcanzaron los 844 millones de dólares en 1999, un 32.5% más que en 1998. Este crecimiento supera de lejos el 13.6% de crecimiento anual medio conseguido durante 1994-98.



Fuente: U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis. Survey of Current Business. Oct 2000

En 1999 los principales mercados para las exportaciones americanas de servicios legales incluían a Reino Unido, que representaba el 22.1% de las exportaciones totales americanas; Japón, el 15.2%, Francia el 9.3%; Alemania el 7.4% y Canadá con el 7.2% (Figura 2). Las exportaciones a Europa aumentaron un 6.1% en 1999, un crecimiento sensiblemente inferior al experimentado durante el período 1994-98 con una ratio de crecimiento anual del 11%. Dentro de Europa, las exportaciones americanas a Alemania crecieron más rápidamente aumentando un 11.8% en 1999 y un 11.4% durante el período 94-98. Las exportaciones americanas de dichos servicios hacia la región de Asia/Pacífico disminuyeron su crecimiento aumentando sólo un 4.8% en 1999 después de experimentar un 12.6% de crecimiento anual durante el período 94-98., Las exportaciones a China y Corea aumentaron muy marcadamente creciendo un 117.6% y un 29.7%, respectivamente. Sin embargo, cada uno de estos países representó menos del 4% de las exportaciones totales americanas.

Respecto a las importaciones, las procedentes de Latinoamérica (las cuales aumentaron un 137.8% en 1999) contribuyeron significativamente al crecimiento en las importaciones totales estadounidenses de servicios legales. Las importaciones desde la Unión Europea, las cuales representaron un 42.3% del total de las importaciones americanas, aumentaron un 18.6% en 1999. Entre los países extranjeros, los principales proveedores de servicios legales a los Estados Unidos incluyeron a Reino Unido, Japón y Alemania con un 20.9%, 8.3% y 7.1% respectivamente del total de las importaciones americanas.



Fuente: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000, p. 157

3.2.- COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS LEGALES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS PRIVADOS Y JURÍDICOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

(millones de dólares)

	EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A ESPAÑA				IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DESDE ESPAÑA			
	1998	1999	% 98-99	% del total de Exp. U.S.	1998	1999	% 98-99	% del total de Imp. U.S.
SERVICIOS TOTALES	3.512	3.820	8.76%	100.00%	1.880	2.137	13.67%	100.00%
SERVICIOS LEGALES	13	12	7.69%	0.31%	9	11	22.22%	0.51%

Fuentes: U.S International Services; Survey of Current Business (October 2000), BEA (U.S Department of Commerce)

4.- RESUMEN Y PERSPECTIVAS

Durante el año 2000, las firmas legales americanas expandieron su presencia internacional a través de fusiones con firmas extranjeras, estableciendo oficinas fuera de sus fronteras y ofreciendo un rango mayor de servicios a los clientes extranjeros.

Diversos abogados americanos informaron de una gran demanda internacional para un amplio rango de servicios legales incluyendo asesoría y servicios de documentación relacionados con procesos de fusiones y adquisiciones así como con el área de finanzas internacionales. Además, la mayor parte de firmas legales americanas con una cierta actividad internacional, subrayaron que su actividad global, ya fuera para clientes extranjeros en los Estados Unidos, clientes americanos en otros mercados o clientes no americanos en el extranjero, representaba cada vez un porcentaje mayor de sus beneficios brutos. Para potenciar y fortalecer su presencia internacional, las firmas americanas están desarrollando de forma activa aplicaciones de Internet que les permitan llegar de una forma más rápida, ágil y segura a un mayor número de clientes.

Las oportunidades de negocio para las firmas legales americanas aumentaron considerablemente en Europa como consecuencia de la armonización y liberalización de las leyes europeas en materia de fusiones y adquisiciones. Las firmas legales americanas han sido particularmente exitosas en el segmento europeo de fusiones y adquisiciones debido a que dichos procesos se dan generalmente en áreas en las que las firmas americanas disfrutaban de una posición competitiva favorable en los mercados globales tales como la Tecnología de la Información, e-commerce, Internet y otros segmentos con un alto componente de propiedad intelectual. Asimismo, las corporaciones europeas financian sus procesos de fusión y adquisición de forma cada vez mayor con capital de bancos de inversión americanos, los cuales están entre los principales clientes de las firmas legales americanas.

Mundialmente, la autorización de prácticas multidisciplinarias (MDPs) continúa siendo una cuestión de alto valor. Por ejemplo, en Reino Unido, el consejo regulador del *Law Society* respaldó la práctica de actividades multidisciplinarias mientras que el sistema francés continúa oponiéndose a ellas. En Julio de 2000, la *American Bar Association* votó prohibiendo a los abogados comprometerse en acuerdos con ganancias de por medio con los no abogados, incluyendo en estos a consultores y asesores financieros. Sin embargo, este sistema de reglas no ha resuelto los desacuerdos y discrepancias existentes entre las distintas asociaciones legales. Por ejemplo, la *New York State Bar Association* publicó un informe en el que se oponía a acuerdos entre abogados y no abogados mientras que el *Baof* de la ciudad de New York apoyaba la prácticas multidisciplinarias bajo la mayoría de las circunstancias. Las Cinco Grandes firmas Auditoras están entre los mayores defensores de las MDPs y las firmas legales británicas y americanas continúan formando alianzas con

firmas continentales europeas en diversas áreas. La británica *Linklaters* recientemente anunció que una firma italiana se uniría en breve a la alianza multi-jurisdiccional que formó con firmas legales de Bélgica, Francia, Alemania, los Países Bajos, España y Suecia en 1999.

Tanto las firmas legales americanas como las británicas están centrándose cada vez más en el mercado alemán debido al creciente número de oportunidades comerciales existentes en dicho país relacionadas con los procesos de fusiones y adquisiciones, telecomunicaciones, propiedad intelectual y finanzas internacionales. Al menos cinco firmas con sede en los Estados Unidos o Reino Unido se fusionaron con firmas americanas en el año 2000, incluyendo la firma americana *Coudert Brothers'*, la cual se fusionó con *Schürmann&Partner*.

Como resultado de esta fusión, la presencia de *Coudert Brothers'* en Alemania será una de las mayores entre las firmas legales internacionales con sede en Estados Unidos con aproximadamente 70 abogados repartidos entre diversas oficinas de Frankfurt, Berlin, Munich y Bonn. En contraste, varias firmas americanas y británicas han cerrado o disminuido el tamaño de sus oficinas en Moscú, dado la recesión económica y el descenso de la actividad empresarial.

En Junio de 2000, China concedió licencias a 11 firmas legales extranjeras y a dos firmas de Hong Kong, trayendo un total de 92 firmas legales extranjeras de 11 países diferentes. Numerosas firmas internacionales ya sean americanas como europeas, consideran que el crecimiento económico experimentado actualmente por China creará una fuerte demanda de servicios legales trabajando de forma activa para establecer una presencia comercial en dicho país. Sin embargo, aunque el Ministerio de Justicia Chino ha anunciado que el mercado de servicios legales se liberalizará tras la unión de China a la *Organización Mundial de Comercio* (OMT), algunas firmas legales están inseguras sobre el papel que las firmas de los países occidentales podrán jugar en el mercado chino prefiriendo esperar a nuevos acontecimientos antes de comprometer recursos en dicho mercado.

5.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS
MEDIOAMBIENTALES**

Noviembre, 2002

1.- INTRODUCCIÓN

Para los propósitos de este Informe, los servicios medioambientales incluyen específicamente el tratamiento de residuos sólidos y dañinos, la consultoría y análisis medioambiental y el tratamiento de aguas residuales. Las empresas de arquitectura, ingeniería, consultoría y otras empresas especializadas en el tratamiento de residuos junto con laboratorios, contratistas de obras y otros profesionales son los principales proveedores de estos servicios. Por su parte, los gobiernos nacionales, locales y las numerosas empresas obligadas por las políticas medioambientales son los principales consumidores de este tipo de servicios en los que el sector público acapara la mayor parte de la demanda en todos los países de la OCDE con excepción de Estados Unidos y los Países Bajos.

Aunque los datos ofrecidos en esta ficha no distinguen entre comercio transfronterizo o comercio entre filiales, es probable que el comercio en este tipo de servicios se dé principalmente a través de filiales ya que el comercio propiamente entre fronteras es prácticamente inviable en este sector.

2.- TENDENCIAS DOMÉSTICAS

La altamente fragmentada industria medioambiental de Estados Unidos es grande y compleja estando formada tanto por empresas de propiedad privada como por entidades gubernamentales que proveen todos los servicios desde actividades de consultoría a pequeña escala a amplias operaciones relacionadas con la provisión de servicios de agua. De acuerdo con el *Environmental Business International* (EBI) de San Diego (California), este sector creció a un ratio anual del 3% en el 2000 produciendo un output total de 203.500 millones de dólares, respecto a los 197.700 millones en el año 1999 (Ver Tabla 1).

Los consumidores de este sector van desde clientes individuales, a monopolios y grandes corporaciones americanas. Aproximadamente, 117.000 compañías americanas están relacionadas con el negocio medioambiental, de las cuales 4.300 exportan internacionalmente, generando 18.200 millones de dólares en ingresos derivados de dichas exportaciones con un superávit comercial de 2.400 millones de dólares en 1998 (Ver Tabla 2).

TABLA 1: Ingresos derivados de la industria medioambiental estadounidense
Tendencias y previsiones (Miles de millones de dólares, tanto por ciento)

ÁREAS	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 ¹	97-02 ¹
EQUIPOS								
▪ Equipos de tratamiento de agua y químicos	17.5	18.2	19.1	20.0	21.2	22.8	24.6	6.2
▪ Instrumentos y Sistemas de información	3.1	3.3	3.4	3.5	3.7	3.8	3.9	3.5
▪ Equipos de control de la contaminación atmosférica	15.3	15.7	16.2	16.6	17.1	17.5	18.0	2.7
▪ Equipos de tratamiento de residuos	9.8	9.8	10.0	10.2	10.5	10.7	10.9	2.2
▪ Sistemas de prevención	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	7.0
SERVICIOS								
▪ Servicios analíticos	1.2	1.12	1.13	1.14	1.13	1.12	1.1	0.8
▪ Tratamiento de aguas residuales	24.0	24.44	25.30	26.30	27.3	28.3	29.3	3.7
▪ Tratamiento de residuos sólidos	33.9	34.90	35.90	36.90	37.9	38.9	39.8	2.7
▪ Tratamiento de residuos dañinos	6.0	5.80	5.7	5.50	5.4	5.2	5.0	-2.9
▪ Servicios industriales y de resolución	11.1	11.02	11.4	11.6	1.7	11.7	11.7	0.9
▪ Consultoría e ingeniería	15.2	15.31	15.8	15.9	16.0	16.0	15.8	-0.4
RECURSOS								
▪ Servicios de agua	26.4	27.60	28.5	29.4	30.3	31.3	32.3	3.2
▪ Recuperación de recursos	14.3	15.30	15.9	16.4	16.9	17.3	17.8	3.1
▪ Fuentes de energía medioambiental	2.5	2.70	2.9	3.1	3.3	3.5	3.6	6.0
▪ TOTAL SECTOR	181.0	186.0	192.1	197.7	203.5	209.2	215.3	

¹ Previsión

Fuente: Environmental Business International, Inc.

TABLA 2: Balance Comercial del sector medioambiental en Estados Unidos por áreas, 1998

(Miles de millones de dólares, tanto por ciento)

ÁREA	Ingresos sector en EE.UU	Mercado EE.UU	Exportac.	Importac.	Balance Comercial	% Ingresos Exportac. s/ total sector
▪ Equipos de tratamiento de agua y químicos	18.2	15.9	4.55	2.2	2.4	25
▪ Equipos de control de la contaminación atmosférica	15.7	15.0	2.11	1.4	0.7	13
▪ Instrumentos y Sistemas de información	3.3	2.3	1.30	0.3	1.0	40
▪ Equipos de tratamiento de residuos	9.8	9.2	1.56	1.0	0.6	16
▪ Sistemas de prevención	0.9	1.0	0.05	0.1	-0.1	5
▪ Total	47.9	43.4	9.57	5.0	4.8	20
SERVICIOS						
▪ Tratamiento de residuos sólidos	34.9	33.8	1.33	0.2	1.1	4
▪ Tratamiento de residuos dañinos	5.8	5.6	0.21	0.0	0.2	4
▪ Consultoría e ingeniería	15.3	13.9	1.67	0.2	1.4	11
▪ Servicios de resolución	11.2	10.9	0.34	0.0	0.3	3
▪ Servicios analíticos	1.1	1.1	0.03	0.0	0.0	2.9
▪ Tratamiento de aguas residuales	24.4	25.9	0.147	1.6	-1.5	1
▪ Total	92.7	91.2	3.73	2.0	2.5	25
RECURSOS						
▪ Servicios de agua	27.6	28.8	0.14	1.4	-1.3	1
▪ Recuperación de recursos	15.3	12.3	3.29	0.3	3.0	22

▪ Energía medioambiental	2.7	1.6	1.44	0.3	1.1	53
▪ Total	45.6	42.7	4.87	2.0	2.8	10.7
▪ TOTAL SECTOR	186.2	177.1	18.2	9.0	9.1	0.8

Fuente: Environmental Business International

El sector de tecnología medioambiental abarca cuatro segmentos principales: provisión y tratamiento de aguas, tratamiento de desechos sólidos, control de la polución atmosférica y limpieza medioambiental. Aunque estos cuatro segmentos tienen mucho en común, sus perfiles de demanda y tendencias son, en bastantes sentidos, diferentes. Sin embargo, un aspecto predominante en todos ellos, es el desafío de funcionar en un mercado maduro y muy competitivo, con márgenes de beneficio pequeños y lento crecimiento de la demanda. Históricamente, las regulaciones medioambientales eran las principales fuerzas conductoras en el desarrollo de las tecnologías medioambientales en los Estados Unidos. Sin embargo, una mayor conciencia pública sobre la importancia del medioambiente junto con la ley promulgada como *Clean Air Act*, hizo el sector medioambiental se expandiera para satisfacer nuevas necesidades.

El nuevo escenario se da en un clima de cambios en las tendencias de compra de los consumidores motivados por incrementos en la productividad y mejoras tecnológicas.

Como respuesta a esta tendencia, la reducción de costes se está convirtiendo cada vez más en un factor clave del sector, llevando tanto al sector público como al privado a la diversificación para conseguir una mayor distribución de los gastos generales. Como resultado, las fusiones están redefiniendo a las grandes compañías como aquellas cuyos holdings están en el rango de los 2.000 millones de dólares, el doble que en 1998.

En todo este proceso, el "*outsourcing*" ha jugado un papel fundamental permitiendo a las empresas liberar recursos de actividades auxiliares y dirigirlos hacia las actividades principales creando a su vez grandes oportunidades para el nicho de servicios de alta calidad (como los planes de conservación, la valoración de recursos naturales dañados y otras actividades de investigación y planificación).

Asimismo, otros factores como la aplicación obligatoria de procedimientos medioambientales para la limpieza de las bases militares o el incremento de numerosos programas de Investigación y desarrollo financiados por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, están animando el crecimiento de las tecnologías medioambientales.

Una industria madura como la de las tecnologías medioambientales puede ser descrita como un mercado donde más oferta está persiguiendo a menos demanda y donde los consumidores están experimentando la compra de nuevos productos y servicios dictando al mismo tiempo los precios de los mismos. Bajo estas condiciones de mercado, las compañías de este sector se encuentran muy limitadas para diferenciarse las unas de las otras y, por lo consiguiente, la competencia en precios está disminuyendo los márgenes de beneficio. De acuerdo con el Estudio Medioambiental realizado por *Standard&Poor's* (S&P), áreas como el control de la contaminación o la eliminación de residuos sólidos dañinos o no dañinos son subsectores medioambientales cercanos o ya sitios en una fase madura del ciclo de vida comercial.

3.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

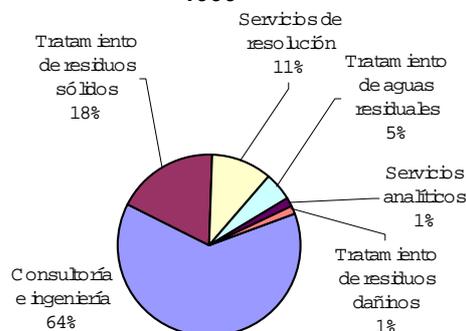
Las **exportaciones** de servicios medioambientales subieron un 2.6% en 1999, de 3.600 millones de dólares a 3.700. Este incremento fue ligeramente superior al 1% alcanzado en 1998 pero considerablemente inferior al 11.6% registrado durante el período 1994-98.

Las **importaciones** estadounidenses subieron un 55.2% desde los 2.900 millones de dólares en 1998 a los 4.500 millones en 1999, con un crecimiento significativamente mayor que el 17.9% alcanzado durante el período 1994-98.

Como resultado de estas tendencias, el **saldo comercial** correspondiente a esta área disminuyó considerablemente por segundo año consecutivo desde un superávit de 700 millones de dólares en 1998 a un déficit de 800 millones de dólares en 1999. Estas tendencias comerciales reflejan la continua consolidación y el cambio de propiedad de las empresas americanas que operan en el sector medioambiental, particularmente en las áreas de gestión de residuos sólidos y en el tratamiento de aguas residuales.

Las exportaciones estadounidenses correspondientes a los servicios de ingeniería y consultoría medioambiental subieron desde los 1.800 millones de dólares en 1998 a los 2.300 en 1999, representando el 62.8% de las exportaciones totales de servicios medioambientales de Estados Unidos (Figura 3). Otros segmentos en los que Estados Unidos alcanzó una cifra de exportaciones relativamente importante en 1999 fueron los correspondientes a las áreas de gestión de residuos sólidos (700 millones de dólares) y servicios de resolución (400 millones de dólares).

**Servicios medioambientales:
Exportaciones EE.UU. por segmentos -
1999**

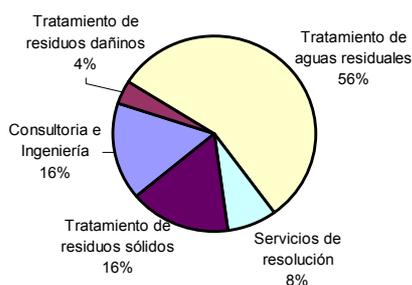


TOTAL: \$ 3.700 MILLONES

Fuente: Environmental Business International

Las importaciones americanas en el área de tratamiento de aguas residuales subieron de 1.800 millones dólares en 1998 a 2.500 millones de dólares en 1999, representando el 55.6% de las importaciones de servicios medioambientales (Figura 4). Un crecimiento significativo de las importaciones estadounidenses se dio también en el área de la gestión de residuos sólidos pasando de 400 millones en 1998 a 800 millones en 1999 así como en el área de consultoría e ingeniería creciendo de 300 millones de dólares a 700 millones en 1999.

**Servicios medioambientales: Importaciones
EE.UU por segmentos - 1999**



TOTAL: \$ 4.500 MILLONES

Fuente: Environmental Business International

Por **importancia de mercados**, Europa representa el mayor porcentaje (45.9%) de los ingresos conseguidos en mercados exteriores en 1999 por las 200 principales empresas

del sector medioambiental en Estados Unidos. La importancia de países como Asia/Australia, Oriente Medio y Latinoamérica fue, en este sentido, también significativa representando el 17.1%, 16.7% y 10.9% respectivamente de dichos ingresos. Asimismo, durante el año 1999 estos ingresos exteriores descendieron en cómputo global un 9.5%, de 5.800 millones de dólares en 1998 a 5.200 millones en 1999.

A pesar de la expansión económica de Estados Unidos durante el año 1999 y la recuperación de los mercados asiáticos, los ingresos en mercados extranjeros conseguidos por las principales empresas estadounidenses del sector medioambiental descendió un 9% en 1999. Al mismo tiempo, los ingresos domésticos conseguidos por las 200 firmas medioambientales más importantes crecieron un 9%. Los márgenes y los ratios de ingreso para las firmas de ingeniería medioambiental están mejorando en el mercado doméstico pero no en el altamente competitivo mercado internacional. Segmentos maduros del sector de servicios medioambientales como el tratamiento de residuos sólidos no dañinos es probable que experimenten un crecimiento moderado en los ingresos. Uno de los principales factores de desarrollo de otros segmentos de esta industria, como el tratamiento de residuos sólidos, es la regulación gubernamental.

Por consiguiente, tales segmentos continuarán estando afectados por la incierta regulación medioambiental así como por la fuerte competencia en precios y la continua fusión que afectará a la industria medioambiental en su conjunto. El área correspondiente al tratamiento de residuos sólidos ha experimentado una considerable actividad en el proceso de fusiones y adquisiciones durante los últimos años. Por ejemplo, en 1999, la tercera mayor empresa dentro de esta área, *Allied Waste Industries, Inc.* adquirió la segunda mayor empresa, *Browning-Ferries Industries, Inc.* Esta compra estuvo precedida por la adquisición de *Rabanco Ltd.* por *Allied* y por la compra de *Eastern Environmental Services* por *Waste Management Inc's*. De la misma forma, en las áreas relacionadas con el tratamiento de aguas residuales es probable que siga dándose procesos de fusión y adquisición dado que las municipalidades responden al aumento de costes y las necesidades de mejoras de infraestructuras volviendo al sector privado para servicios de operación y mantenimiento o bien privatizando las instalaciones públicas.

Aunque podemos decir que este sector incorporó las nuevas tecnologías de Internet más tardíamente que el resto de sectores, el sector medioambiental ha hecho importantes inversiones en las nuevas tecnologías durante los últimos años aplicando Internet especialmente en el área *Business to Business* (B2B). Así, recientes sitios establecidos de Internet están facilitando diversas actividades tales como la puja u ofertas de proyectos, el manejo de datos, noticias e información reguladora y la venta de equipos y suministros.

4.- FUENTES DE INFORMACIÓN

-NATIONAL ASSOCIATION OF ENVIRONMENTAL PROFESSIONALS

www.naep.org

-FLORIDA ASSOCIATION OF ENVIRONMENTAL PROFESSIONALS

<http://www.faep-fl.org/>

-NATIONAL ASSOCIATION FOR ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

www.naem.org

5.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS DE
TELECOMUNICACIONES**

Noviembre, 2002

1. INTRODUCCIÓN

Los Servicios de Telecomunicaciones incluyen, por una parte, los Servicios Básicos de transmisión de datos y voz y, por otra parte, Servicios de Valor Añadido como el correo electrónico, el intercambio electrónico de datos, las transferencias electrónicas de dinero etc..

El comercio transfronterizo de este tipo de servicios, lo que implica el origen de una llamada en Estados Unidos y su finalización en el exterior, es la vía de comercio principal en este sector. Sin embargo, el comercio a través de filiales está adquiriendo una importancia cada vez mayor a medida que numerosos países están privatizando monopolios estatales y liberalizando el mercado de las telecomunicaciones creando más oportunidades para la inversión directa por parte de las empresas de telecomunicaciones estadounidenses.

2.- TENDENCIAS DOMÉSTICAS

Los Estados Unidos es el mayor mercado de telecomunicaciones del mundo acaparando el 30% de los ingresos mundiales lo que le convierte en un mercado estratégico para las compañías de este sector de cara a su proyección internacional.

El *Acuerdo de Telecomunicaciones* del año 1996 suprimió, en principio, las barreras nacionales existentes para la libre competencia en este sector dentro de Estados Unidos. Sin embargo, la competencia en los mercados locales está todavía muy restringida a ciertas compañías y numerosas empresa de telefonía local (conocidas como "baby bells" fruto de la disgregación de AT&T en el año) han comenzado a solicitar autorización para ofrecer servicios de larga distancia dentro de su propia área de servicios locales.

La apertura de los mercados internacionales a la competencia, formalizada a través del *Acuerdo sobre Telecomunicaciones* formalizado en el seno de la *Organización Mundial de Comercio* en el año 1998, supuso un antes y un después en este sector. Gracias a ello, numerosas empresas de telecomunicaciones están actualmente compitiendo en el mercado mundial de las telecomunicaciones con unos ingresos aproximados de 900.000 millones de dólares.

A título informativo, para hacernos una idea de la magnitud del sector de las Telecomunicaciones en Estados Unidos, podemos decir que sólo en Florida existen más de 13 compañías locales de telefonía, 300 compañías de larga distancia y más de 700 proveedores de servicios prepago desarrollando y usando las tecnologías más avanzadas en el campo de las telecomunicaciones.

TABLA 1
Servicios de Telecomunicación, Tendencias y Previsiones (Millones de dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Cambio Porcentual			
									95/96	96/97	97/98	98/99
Ingresos	165,3	174,9	190	211,7	231,1	246,4	263,6	282	11,42	9,15	6,59	
Empleados (miles)	886	901	908,2	919,8	984,2	1.013			1,28	7,00		
Sueldo medio por hora	15,61	15,92	16,22	16,63	17,51				2,53	5,29		

Fuente: U.S Department of Commerce. International Trade Administration (ITA), Bureau of the Census; U.S Department of Labor, Bureau of Labor Statistics; Federal Communications Commission. Estimates and Forecast by ITA:

TABLA 2
Las diez mayores fusiones en el mercado de las Telecomunicaciones

Fecha del Anuncio	Comprador	Fusionado	Valor del Acuerdo (miles de millones)
10/05/99	MCI WorldCom	Sprint	129.0
05/11/98	SBC Communications	Ameritech	72.4
07/28/98	Bell Atlantic	GTE	71.3
01/18/99	VodafoneGroup	AirTouch	65.9
05/06/99	Communications	Communications	58.0
06/14/99	AT&T	MediaOne	48.5
10/01/97	Qwest Communications	US West	43.4
02/20/99	WorldCom	MCI Communications	34.8
04/22/96	Ing. C. Olivetti	Telecom Italia	30.8
04/01/96	Bell Atlantic	Nynex	22.4
	SBC Communications	Pacific Telesis Group	

Fuente: Adaptado del Thomson Financial Securities Data

3.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

3.1. COMERCIO TRANSFRONTERIZO 1994-2001

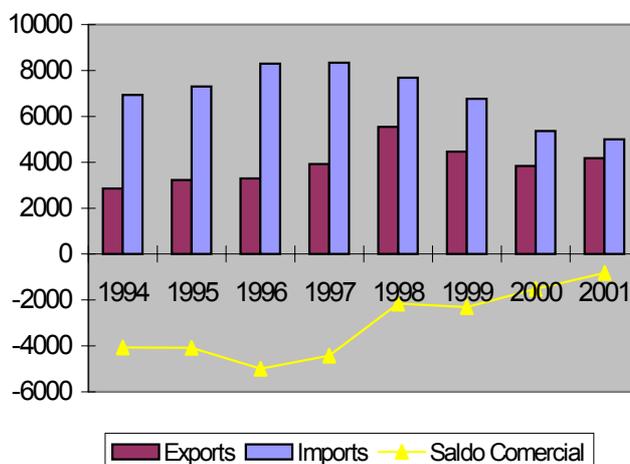
El comercio derivado de los servicios de Telecomunicaciones se incrementó un 7.3% en el año 1999 en contraste con el descenso medio experimentado durante el periodo 1994-98 del 14.7%.

Así pues, las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios disminuyeron un 19.5% en el año 1999 de forma contraria a la tendencia experimentada durante el periodo 1994-98 donde la tasa de crecimiento se situó en el 17.9%. Asimismo, las importaciones disminuyeron un 12% en 1999 lo que contrasta con el crecimiento experimentado durante los años 1994-98 del 2.6% anual.

Este descenso en las exportaciones e importaciones de estos servicios por parte de Estados Unidos es reflejo, en gran medida, de la reducción de tarifas establecida por la *Comisión Federal de Telecomunicaciones (FCC)* a través del *Benchmark Order* del año 1997. Esta orden estableció un período de cinco años a través del cual las tarifas deberían reducirse en \$0.15 por minuto para los países de renta superior. Durante los primeros dos años desde la entrada en vigor de esta ley en Enero de 1998, las tarifas establecidas se han reducido de \$0.43 a menos de \$0.30 por minuto.

El continuo déficit en el comercio internacional de servicios de Telecomunicaciones durante el periodo 1994-98 es resultado, en gran medida, del gran número de llamadas originadas en Estados Unidos pero finalizadas en el exterior lo que obliga a las compañías estadounidenses proveedoras de este tipo de servicios a remitir ciertos pagos a las compañías extranjeras. Otros factores que afectan al balance negativo de este tipo de servicios es la relativa riqueza de Estados Unidos y a los precios relativamente bajos de las llamadas internacionales originadas en los Estados Unidos, lo que motiva la realización de un mayor número de llamadas y una mayor duración de las mismas (Figura 3)

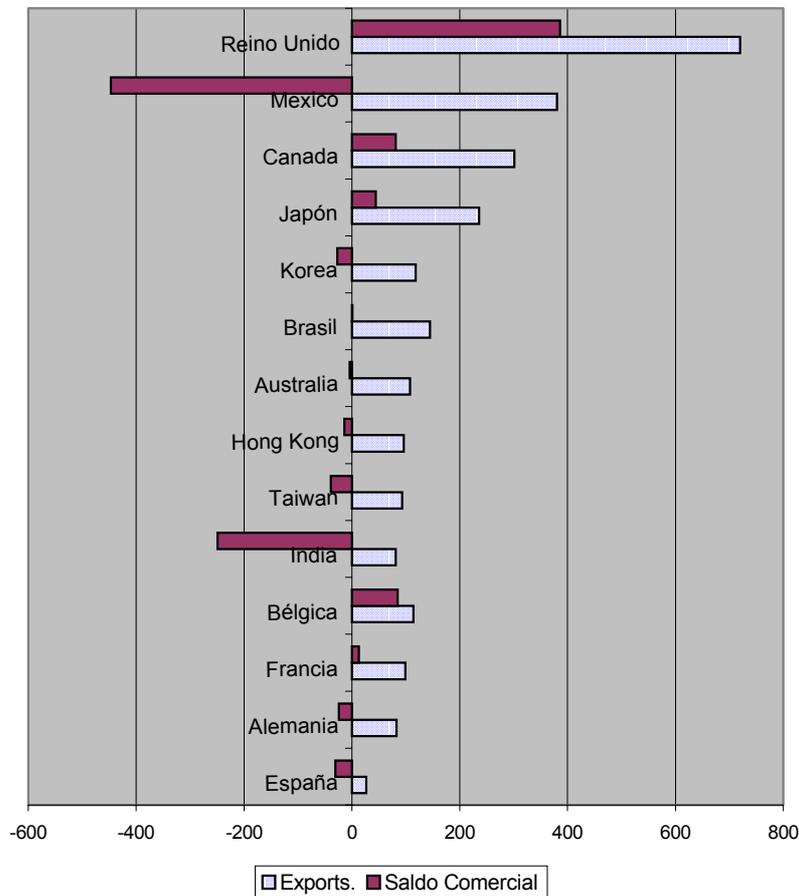
Figura 3. Servicios de Telecomunicaciones: Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial EE.UU. 1994-2001 - Millones de dólares



Por **países**, el Reino Unido, México, Canadá, Japón y Brasil fueron los principales cinco mercados de destino de las exportaciones de servicios estadounidenses en el año 1999 (Figura 2). El Reino Unido permaneció como el principal mercado de destino pese a que las exportaciones de este tipo de servicios a dicho país descendieron un 30.2% pasando de 1.000 millones de dólares en 1998 a 720 millones de dólares en el año 1999. México permaneció como el segundo mercado para las exportaciones estadounidenses de estos servicios (380 millones de dólares) mientras que Canadá pasó a ocupar la tercera posición seguida de Japón dado que las exportaciones a ese país descendieron un 1.3% mientras que las exportaciones a Japón lo hicieron en un 33%. Asimismo, Brasil reemplazó a Hong Kong como el quinto país de destino de las exportaciones estadounidenses de servicios de telecomunicaciones dado que las exportaciones a Brasil descendieron un 19.9% en el año 1999 mientras que las exportaciones a Hong Kong lo hicieron en un 61.3%.

México ha seguido ocupado durante el año 1999 el primer país en las importaciones de este tipo de servicios por parte de Estados Unidos con un 12.2% de las mismas lo que se traduce en 827 millones de dólares.

Figura 4: Servicios de Telecomunicaciones. Exportaciones y Saldo Comercial por países. 1999 - Millones de dólares



Fuente: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000, p.p. 148-149

3.2. TRANSACCIONES ENTRE FILIALES, 1993-98

En 1998, las ventas de servicios de Telecomunicaciones a través de las filiales de empresas estadounidenses en el exterior alcanzó la cifra de 15.000 millones de dólares lo que representa un incremento del 79.1% respecto al año 1997, significativamente superior al crecimiento medio anual registrado durante el periodo 1993-97 del 33.5%.

Este incremento es derivado, en parte, como antes he mencionado, a los procesos de privatización y liberalización del sector de las telecomunicaciones en

numerosos países incentivando el establecimiento de empresas estadounidenses en nuevos mercados.

Por países, el Reino Unido es también aquí el principal país para la venta de servicios a través de filiales de empresas americanas con el 24.4% de las ventas mientras que Canadá permanece en segunda posición con el 12.1% de las mismas.

Respecto a las ventas a través de las filiales de empresas extranjeras en el mercado estadounidense, no disponemos de datos al haber sido obviadas por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos con objeto de evitar revelar datos de compañías individuales.

3.3. COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA. 1998-99 - Millones de dólares

	EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS A ESPAÑA				IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DESDE ESPAÑA			
	1998	1999	% 98-99	% del total de US Exp	1998	1999	% 98-99	% del total de US Imp.
TOTAL SERVICIOS	3.512	3.820	8.76%	100.00%	1.880	2.137	13.67%	100.00%
SERVICIOS DE TELECOM.	32	27	-15.63%	0.71%	54	58	7.41%	2.71%

Fuente: U.S International Services; Survey of Current Business (October 2000), BEA (U.S Department of Commerce)

4.- RESUMEN Y PREVISIONES

Los rápidos avances tecnológicos y la liberalización de los mercados internacionales continuarán guiando el crecimiento en el mercado de las telecomunicaciones. Las inversiones de capital realizadas por numerosas empresas de telecomunicaciones estadounidenses en nuevas tecnologías como la fibra óptica o las redes de equipo basadas en *Protocolos de Internet (IP)* han expandido las capacidades de las compañías para atender la fuerte demanda existente en lo referente a la transmisión de datos y servicios de información. Así pues, el porcentaje de hogares conectados a Internet se ha incrementado en Estados Unidos desde un 10% en el año 1995 a un 30% en 1999 mientras que, a nivel mundial, el número de usuarios que acceden a Internet de forma regular se prevé que sea de 503 millones en el año 2003 lo que supondría un incremento del 170% respecto a los niveles alcanzados en 1999.

El crecimiento en el mercado de las telecomunicaciones estadounidense depende, en gran medida, de la liberalización de los mercados extranjeros. Con la excepción de China, los mayores mercados mundiales permiten algún tipo de competencia en esta área lo que, sin duda, beneficia mayormente a las empresas de EE.UU al poseer suficientes recursos para invertir en otros países y extender así el alcance y efectividad de sus redes. Así pues, en el año 1998, *AT&T* y *British Telecom* firmaron un Acuerdo de 10.000 millones de dólares para la creación de una joint venture a través de la cual ambas compañías invertirían en una red de Internet que uniría a más de 100 ciudades a nivel mundial reduciendo costes para los consumidores y expandiendo el número de servicios disponibles para los consumidores. Adicionalmente, *AT&T* anunció recientemente un plan de inversión en Latinoamérica de 2.500 millones de dólares para los próximos cinco años.

5. FUENTES DE INFORMACIÓN

-COMPETITIVE TELECOMMUNICATIONS ASSOCIATION

www.comtel.org

-TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY ASSOCIATION

www.tiaonline.org

-WALL STREET TELECOMMUNICATIONS ASSOCIATION

www.wsta.org

6.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami

**ESTUDIO DE MERCADO
SECTOR SERVICIOS EN EE.UU**

**FICHA SERVICIOS
TURÍSTICOS**

Noviembre, 2002

1. INTRODUCCIÓN

Los Servicios Turísticos incluyen todos los gastos realizados por los viajeros cuando se encuentran en el exterior, incluyendo gastos como el alojamiento o las comidas. Así pues, la Balanza de pagos recoge los gastos realizados por los visitantes extranjeros en los Estados Unidos como exportaciones mientras que los gastos realizados por los visitantes que son residentes americanos en el extranjero son recogidos como importaciones. Aunque los billetes pueden ser considerados como un componente más de los ingresos por servicios turísticos, lo cierto es que estadísticamente se incluyen más bien dentro del sector de transporte. Por último simplemente decir que, aunque el comercio de servicios turísticos se da principalmente en su vertiente transfronteriza propiamente dicha, las transacciones también se producen entre filiales.

2. TENDENCIAS DOMÉSTICAS

La industria turística en los Estados Unidos ocupa el segundo lugar entre los servicios exportados por Estados Unidos y el cuarto entre todas las exportaciones en general así como uno de los principales sectores en porcentaje de población ocupada.

Los gastos realizados en 1998 por los visitantes tanto de dentro de Estados Unidos como de otros países fue de 518.000 millones de dólares aproximadamente, 13.000 millones por encima de los alcanzados en 1997 (Tabla 1). Estos gastos apoyan directamente 7 millones de puestos de trabajo y la industria turística genera 71.000 millones de dólares en ingresos anuales derivados de los impuestos federales, estatales, y locales. Sin duda, y pese a lo ocurrido el 11 de Septiembre de 2001, que sin duda alguna golpeó fuertemente el sector turístico en Estados Unidos, las previsiones vuelven a ser optimistas preveyéndose que los gastos realizados en Estados Unidos por los visitantes de otros países para el próximo año estén cercanos a los 119 billones de dólares lo que supondría un incremento medio anual del 5.5% para el periodo comprendido entre 1998 y el 2003.

TABLA 1
Tendencias y Previsiones para el Turismo en los Estados Unidos
(Miles de millones de dólares)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002 ¹	2003 ¹	Cambio porcentual			
								97-98	98-99	99-00	98-03
GASTOS											
Gasto dentro de EE.UU	408	424	446	471	494	518		3.9	5.2	5.5	
Gasto fuera de EE. UU	94	91	94	99	105	112	119	-3.2	3.3	5.3	6.9

Gasto total	502	515	540	570	599	630		2.6	4.9	5.6	
NUMERO DE VISITANTES(MILLONES)											
Visitantes de dentro de EE.UU	1,026.6	1,035.6	1,061.2	1,081.9	1,095.5	1,107.4		0.9	2.5	1.9	
Visitantes de fuera de EE.UU	47.8	46.4	47.0	48.5	50.4	52.4	54.6	-2.9	1.3	3.2	4.2

¹ Previsiones

Fuente: Travel Industry Association of America, U.S Travel Data Center; U.S Department of Commerce: Bureau of Economic Analysis, International Trade Administration.

TABLA 2
VISITAS INTERNACIONALES E INGRESOS OBTENIDOS

	Llegadas, millones		% EE.UU S/ mundo	Ingresos, miles de millones		% EE.UU s/ mundo
	Mundiales	EE.UU		Mundiales	EE.UU	
1984	316.4	26.9	8.5	112.7	17.2	15.2
1985	327.2	25.4	7.8	118.1	17.8	15.0
1986	338.9	26.0	7.7	143.5	20.4	14.2
1987	363.8	27.8	7.6	176.8	23.6	13.3
1988	394.8	33.9	8.6	204.3	29.4	14.4
1989	426.5	36.4	8.5	221.2	36.2	16.4
1990	458.2	39.4	8.6	267.8	43.0	16.1
1991	464.0	42.7	9.2	277.6	48.4	17.4
1992	502.8	47.3	9.4	313.6	54.7	17.5
1993	518.3	45.8	8.8	323.1	57.9	17.9
1994	553.3	44.8	8.1	352.6	58.4	16.6
1995	568.5	43.3	7.6	403.0	63.4	15.7
1996	599.6	46.5	7.8	437.6	69.8	15.9
1997	619.6	47.8	7.7	438.2	73.3	16.7
1998	635.1	46.4	7.3	439.4	71.3	16.2

Fuente: U.S Department of Commerce, International Trade Administration; World Tourism Organization

El porcentaje estadounidense dentro de los ingresos derivados del turismo a escala mundial en 1998 fue superior al 16%. Sin embargo, los EE.UU han sufrido un descenso continuado en el numero de visitantes extranjeros aunque, cierto es también, que los ingresos derivados de ello apenas se han visto afectados. Así pues, los Estados Unidos siguen manteniéndose como el líder turístico mundial de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo. En 1998, los ingresos obtenidos por Estados Unidos derivados de estos servicios turísticos (71.300 millones) fue más del doble que los obtenidos por el segundo líder mundial, Italia, con 30.400 millones de dólares.

De acuerdo a la *Asociación Americana de Turismo (TIA)*, los ingresos derivados del turismo doméstico alcanzaron los 424.000 millones de dólares en 1998, un 4% más que en 1997 totalizando 898 millones de viajes de placer y 272 millones de viajes por negocios. Estos viajes duraron una media de 3.6 días y más del 80% de ellos se realizaron por carretera. Las "minivacaciones" de menos de cuatro días parecen dominar el turismo doméstico en Estados Unidos y las visitas a amigos y familiares suelen ser el motivo de la mayoría de viajes dentro de Estados Unidos.

Como puede observarse en la Tabla 3, las compras ocupan la actividad principal en los viajes domésticos de al menos una semana. Las actividades al aire libre ocupan el segundo lugar mientras que las visitas a monumentos y edificios históricos el tercero.

TABLA 3

Las diez principales actividades realizadas por los visitantes tanto de fuera como de dentro de Estados Unidos en 1998

	DE FUERA DE ESTADOS UNIDOS	DE DENTRO DE ESTADOS UNIDOS
Ranking	Actividad	Actividad
1	Compras	Compras
2	Cenas en restaurantes	Actividades al aire libre
3	Visitas a los puntos de interés	Visitas a edificios históricos y monumentos
4	Parques temáticos y de entret.	Playas
5	Visitas a edificios históricos y monumentos	Eventos culturales y festivales
6	Visitas a pequeñas ciudades y villas	Visitas a Parques Nacionales
7	Deportes acuáticos y playa	Parques temáticos y de entret.
8	Visitas a zonas rústicas	Vida nocturna (visita a bares, discotecas...)
9	Visitas a Parques Nacionales	Juegos
10	Visitas a galerías de arte y museos	Eventos deportivos

Fuente: U.S Department of Commerce, International Trade Administration; Travel Industry Association.

Florida se convirtió en el año 1998 en el primer Estado dentro de Estados Unidos en número de visitantes de otros países (6.1 millones), superando incluso a California con casi 6 millones de visitantes. Los otros Estados mayormente visitados en 1998 fueron Nueva York (5.3 millones), Hawaii (2.8 millones), Nevada (1.9 millones), Illinois (1.3 millones), Massachusetts (1.2 millones) y Texas (1.1 millones). En 1998, los principales destinos por ciudades para los visitantes de fuera de Estados Unidos fueron Nueva York (5.0 millones), Los Angeles (3.6 millones), Miami (3.3 millones), Orlando (2.9 millones), San Francisco (2.6 millones), Honolulu (2.2 millones) y Las Vegas (1.8 millones).

3.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

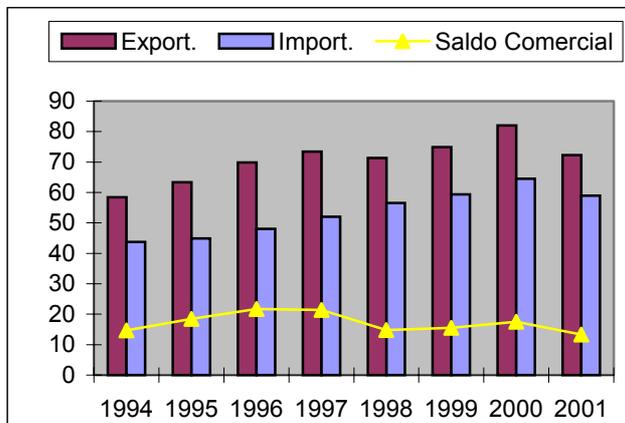
3.1. COMERIO TRANSFRONTERIZO, 1994-2001

Los ingresos procedentes de las exportaciones de servicios turísticos crecieron un 10% en el 2000 alcanzando los 82.000 millones de dólares, un 5% mas que en 1999 (Figura 1). Este incremento se debió principalmente a una mejora de la situación económica de sus principales socios comerciales durante la primera mitad del año 2000. Si lo analizamos por países podemos decir que los ingresos procedentes del comercio de servicios turísticos con los países de la zona euro se vieron muy influenciados por el fuerte valor del dólar frente al euro, principalmente en la segunda mitad del año, cuando la proporción de viajes de placer (la cual es mucho más sensible que los viajes de negocios a este tipo de variaciones) aumento considerablemente. Respecto a los países de la zona asiática, las exportaciones de servicios turísticos aumentaron a medida que se recuperaba la situación económica de dichos países. No en vano, el numero de visitantes de esta zona se incremento un 9% en el año 2000, alcanzando casi la cifra record de 7.8 millones de visitantes conseguida en 1997. Respecto a Mexico, el incremento en el numero de visitantes se debió tanto a una mejora en la situación económica del país con un crecimiento del PIB real de 6.9% en el 2000 (frente al 3.8% conseguido en 1999) asi como a la estabilidad del peso frente al dólar durante todo el año.

Respecto a las importaciones procedentes del turismo aumentaron también un 10% en el 2000 situándose en 64.500 millones de dólares. Este incremento es derivado del fuerte crecimiento de la economía estadounidense experimentado en el 2000 así como de la fuerte apreciación del dólar frente a las monedas de los principales países considerados destinos turísticos para los ciudadanos estadounidenses. El incremento en el turismo orientado a los países de la zona euro fue excepcionalmente fuerte derivado de la debilidad de su moneda frente al dólar.

Así pues, el superávit estadounidense correspondiente a los servicios turísticos se situó en 17.505 millones de dólares en el año 2000, lo que supone un incremento del 10% respecto al año 1999 donde el déficit en el comercio de este tipo de servicios alcanzó la cifra de 15.866 millones de dólares.

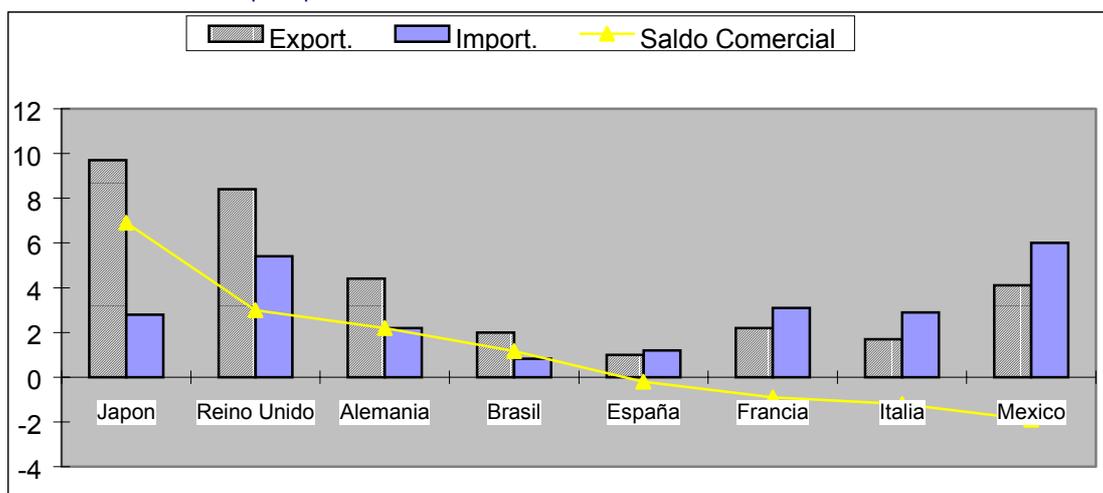
FIGURA 1-SERVICIOS TURÍSTICOS
Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial
1994-2001- Miles de millones de dólares



Respecto al año 1999, Japón representó 6.900 millones de dólares o el 44.2% del superávit estadounidense correspondiente a los servicios turísticos. La mejora de valor del yen respecto al dólar durante el período vacacional fuerte de verano, entre otros factores, estimuló la visita de ciudadanos japoneses durante la segunda mitad de 1999. Asimismo, en 1999, el superávit de servicios turísticos

registrado con Reino Unido, Canada y Alemania se incrementó un 19.7%, 9.6% y 3.6% respectivamente. Un fuerte crecimiento en el número de visitantes procedentes del Reino Unido ha contribuido a mantener este superávit comercial durante más de una década. Después de dos años de descenso en el número de visitas procedentes de Canadá en 1997-98, éstas se incrementaron un 5%, alcanzando la cifra de 14.1 millones de visitantes en 1999. Respecto a México, el déficit disminuyó un 23.9% alcanzando los 2.000 millones de dólares en 1999. Esta reducción se debió a un crecimiento de las exportaciones a este país del 7.7% junto a un decrecimiento del 5% en las importaciones. En 1999, el número de visitantes de México en los Estados Unidos se incrementó un 7% mientras que el número de visitantes estadounidenses en México decreció un 3%. En 1999, Canadá, México, Reino Unido, Francia e Italia figuraron como los cinco principales países de destino de los visitantes estadounidenses (Figura 2)

FIGURA 2: SERVICIOS TURÍSTICOS
Exportaciones, Importaciones y Saldo Comercial con
los principales socios comerciales, 1999 - Miles de millones de dólares



Fuentes: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000

3.2. COMERCIO BILATERAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA

	EXPORTACIONES EE.UU A ESPAÑA (millones de dólares)					IMPORTACIONES EE.UU. DE ESPAÑA (millones de dólares)				
	1998	1999	2000	% 99-00	% del total de Exp. USA	1998	1999	2000	% 99-00	% del total de Imp. USA
TOTAL SERVICIOS	3.512	3.820	3.622	-5.18%	100,00%	1.880	2.137	2.611	22.18%	100,00%
SERVICIOS TURISTICOS	961	1.043	1.094	8.53%	30.20%	1.138	1.134	1.471	29.87%	56.33%

Fuentes: U.S International Services; Survey of Current Business (October 2000), BEA (U.S Department of Commerce)

Respecto a España, las exportaciones estadounidenses de este tipo de servicios, se situaron en 1.094 millones de dólares lo que significa un incremento del 5% frente al año 1999 cuando se alcanzó la cifra de 1.043 millones. Por el lado de las importaciones, éstas fueron de 1.471 millones de dólares, casi un 30% superior a los 1.134 millones alcanzados en 1999 dando lugar a un déficit para Estados Unidos en el comercio internacional de estos servicios con España de 377 millones de dólares.

Asimismo, comparando valores relativos, las exportaciones de estos servicios a España representaron el 4% del total a Europa (27.834 millones) en el 2000 (prácticamente igual que en 1999 (25.971)) así como un 1.3% de todo el mundo (82.042 millones) lo que supone una décima más que en 1999 (74.731 millones). Respecto a las importaciones de España, éstas representaron un 6% del total a Europa (23.944 millones de dólares), lo que significa 0.6 puntos porcentuales más que en 1999 donde éstas representaron un 5.4% del total a Europa (21.066 millones de dólares) y un 2.3% del total al resto del mundo en el 2000 (64.537 millones) lo que significa 0.3 puntos porcentuales más que en 1999 donde éstas fueron de 58.865 millones).

De acuerdo con la reciente información publicada por la Oficina de Turismo de España en Miami, en el 2001 la popularidad de España como destino turístico se incrementó un 15% respecto al 2000 a medida que nuevos destinos, principalmente las ciudades del norte de España, se hacían más comunes entre los ciudadanos estadounidenses.

3.3. TRANSACCIONES ENTRE FILIALES, 1993-98

En 1998, las ventas a través de filiales estadounidenses en los mercados exteriores referentes a los servicios turísticos ascendieron a 3.200 millones de dólares. Tales ventas disminuyeron un 3.9% en 1998, en contraste con el 13.4% de crecimiento medio anual registrado durante el periodo 1993-97. Este descenso se produjo en la mayor parte de mercados líderes en 1998 aunque las ventas de servicios turísticos a través de las filiales estadounidenses en Canadá se incrementaron un 9.6% debido en parte a un porcentaje del 8.2% superior en la base de activos respecto a 1997. Canadá representó el 18.7% del total de ventas a través de filiales de empresas estadounidenses en el exterior seguido de Reino Unido (12.8%), Francia (7.1%), Australia (5.9%) y Alemania (5.1%) (Figura 3).



Source: U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business, Oct. 2000, pag. 159

Por otro lado, la compra de servicios turísticos a filiales de empresas extranjeras en Estados Unidos se situó en 10.900 millones de dólares en 1998 lo que significa una reducción del 2.8% en comparación con el año anterior. Este descenso puede explicarse en parte, debido a la reducción del 3.2% en la inversión extranjera directa en la industria hotelera en Estados Unidos en 1998 continuando con un descenso gradual en el valor de tales inversiones desde mediados de los años 90. Las filiales de empresas japonesas en los Estados Unidos acumularon el mayor porcentaje de compras por parte de Estados Unidos (30.4%) seguidas de las filiales de empresas francesas (8.2%).

4.- CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Pese a lo sucedido el 11 de Septiembre de 2001, las expectativas vuelven a ser favorables y se prevé que los Estados Unidos tengan que acoger a un número cada vez mayor de visitantes procedentes de otros países. Entre los factores que caben destacar podemos señalar la existencia de unos tipos de cambio favorables así como una mejora en las condiciones económicas de diversos países, principalmente Japón, Corea, Brasil y Canadá.

Asimismo, los visitantes de otros países se encontrarán con uno de los mayores incrementos experimentados en el número de habitaciones de hotel durante los últimos trece años. Aunque los ratios de ocupación podrían descender debido a una oferta de habitaciones superior a la demanda, los ingresos por habitación disponible así como las tarifas medias están previstas que se incrementen.

Confiados en la idea de que la mayoría de países asiáticos tienen problemas de escasez de oferta, las principales cadenas hoteleras estadounidenses están ya construyendo o, al menos, planeando construir nuevos hoteles con objeto de absorber el exceso de demanda, principalmente en Japón, China, Corea e Indonesia. Así pues, la cadena de hoteles *Marriott* está planeando abrir hoteles de categoría superior como *Marriott* y *Ritz-Carlton* en las principales ciudades asiáticas y hoteles de categoría inferior en ciudades menormente conocidas.

Asimismo, las cadenas hoteleras extranjeras están demostrando un creciente interés en la gestión de hoteles dentro del mercado estadounidense. Por ejemplo, en Febrero de 2000, la firma británica *Bass Plc.* compró *Bristol Hotels y Resorts of Dallas*, los cuales manejan cerca de 112 hoteles. Un crecimiento económico sostenido y más de nueve años de crecimiento en los ingresos obtenidos en el área de alojamiento, explican en parte la atracción de las cadenas hoteleras por el mercado americano.

5.- TENDENCIAS RECIENTES EN EL COMERCIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN FLORIDA

El turismo es el principal sector económico en Florida. En 1999, 58.9 millones de turistas visitaron Florida generando 46.700 millones de dólares (8.4% más que en 1998) y empleando a más de 839.541 trabajadores. Florida cuenta con más de 4.717 hoteles y moteles y más 369.906 habitaciones, con una ocupación media del 70% y un precio medio de \$90.78 por día. Asimismo, cuenta con más de 35.000 restaurantes con capacidad para 3 millones de personas.

El turismo doméstico de Florida por aire viene principalmente de Nueva York, New Jersey y California mientras que por tierra principalmente de Georgia, Alabama y Tennessee. Respecto a los visitantes venidos de otros países cabe destacar Canadá, Reino Unido, Alemania, Brasil, Venezuela y Japón.

De acuerdo con el *Greater Miami Convention of Visitors Bureau*, en 1999 más de 9.785.000 turistas viajaron a Miami, 50.000 más que en 1998. De éstos, 55.1% procedían de países extranjeros y más del 60% de ellos de países latinoamericanos. Igualmente el turismo procedente tanto de Canadá como de Europa se incrementó considerablemente con porcentajes sobre el total de visitantes del 11.1% y 25.6% respectivamente. De acuerdo con la misma fuente estadística, en 1999 los Foros y Convenciones celebrados en Miami atrajeron a más de 898.800 personas, lo cual generó al Estado un ingreso de 895 millones de dólares.

➤ **El Boom de habitaciones en Miami**

A finales del 2002, Miami y Miami Beach dispondrán de más de 10 hoteles de superlujo con 3.000 habitaciones de calidad superior. Para seguir el ritmo de las inversiones realizadas con la reciente y, en algunos de los casos, próxima apertura de lujosos hoteles como *Four Seasons*, *Mandarin-Oriental* y *Ritz-Carlton*, la mayoría de hoteles y propiedades ya existentes han comenzado un intenso proceso de renovación y mejoras. Actualmente, el precio medio diario por hotel en Miami es de \$160 situándose en el puesto octavo dentro de Estados Unidos, de acuerdo al Informe realizado por el Grupo de Inversión *Jones Lang LaSalle*.

6.- FUENTES DE INFORMACIÓN

-TRAVEL INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA

www.tia.org

-NATIONAL TOUR ASSOCIATION

<http://www.ntaonline.com/>

-TRAVEL AND TOURISM RESEARCH ASSOCIATION

www.ttra.com

-FLORIDA CHAMBER OF COMMERCE

www.flchamber.com

-FLORIDA HOTEL AND MOTEL ASSOCIATION

www.flahotel.com

7.- BIBLIOGRAFÍA

- U.S Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, Survey of Current Business.
- “Recent Trends in U.S Services Trade”, 2001 Annual Report, Publication number 3409, United States International Trade Commission.
- U.S Industry & Trade Outlook 2000 – U.S Department of Commerce/International Trade Administration
- Travel Industry Association of America, U.S Travel Data Center.
- Enterprise Florida (www.eflorida.com)
- Greater Miami Conventions of Visitors Bureau
- “Cómo hacer negocios en Florida” – Oficina Comercial de España en Miami