



*Service companies in Latin America: an exploratory study about determinants of international competitiveness, obstacles and public policies*

# LAS EMPRESAS DE SERVICIOS EN AMÉRICA LATINA: Un estudio exploratorio sobre factores de competitividad internacional, obstáculos y políticas públicas

**Tec Empresarial Abril - Julio, 2017**  
Vol 11 Núm 1 / p. 7-22.

**Andrés López**  
anlopez@fund-cenit.org.ar

*Doctor en Economía por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Investigador del Instituto Interdisciplinario de Economía Política (IIEP-BAIRES-UBA-CONICET), Buenos Aires, Argentina.*

**Andrés Niembro**  
aniembro@unrn.edu.ar

*Magíster en Economía por la UBA. Investigador del Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad (CIETES), Universidad Nacional de Río Negro, Argentina.*

**Daniela Ramos**  
danielaramos@fund-cenit.org.ar

*Magíster en Economía por la Universidad Torcuato Di Tella. Investigadora de la Fundación CENIT, Argentina.*

• **Recepción del artículo:**  
17 mayo, 2016.

• **Aprobación del artículo:**  
11 octubre, 2016.

## ABSTRACT

Services have long been a dominant sector in the global economy, since they account for the bulk of gross domestic product and employment, both in developed economies and in much of the developing world. In recent years, in turn, services have increased their weight in both international trade and external investment flows. Although Latin American companies have begun to actively participate in this new global dynamic and several countries of the region show a significant dynamism in their services exports, there

are still important spaces to deepen these trends and scale positions. The present work is based on a survey of service companies in Latin America in which they were inquired about their own views about obstacles to trade in services, as well as on the coverage and impact of public policies in force that influence this trade. From this, some useful policy guidelines can be derived to promote the development of services exports in Latin America.

**Keywords:** Service companies; Competitiveness; Exports; Public policies; Latin America.

## RESUMEN<sup>1</sup>

Desde hace tiempo los servicios son un sector dominante en la economía global, puesto que dan cuenta de la mayor parte del producto interno bruto y el empleo, tanto en las economías desarrolladas como en buena parte del mundo en desarrollo. En los últimos años, a su vez, los servicios han incrementado su peso tanto en el comercio internacional como en los flujos de inversiones externas. Si bien las empresas latinoamericanas han comenzado a participar activamente de esta nueva dinámica global y varios de los países de la región muestran un dinamismo apreciable en sus exportaciones de

servicios, todavía hay importantes espacios de mejora para profundizar estas tendencias y escalar posiciones. El presente trabajo se basa en una encuesta a empresas de servicios de América Latina en la que se indagó acerca de la visión de las propias firmas respecto a los obstáculos para el comercio de servicios, así como sobre la cobertura e impacto de las políticas públicas existentes en los países de la región que influyen sobre dicho comercio. De aquí pueden derivarse algunos lineamientos de política útiles para promover el desarrollo de las exportaciones de servicios en Latinoamérica.

**Palabras clave:** Empresas de servicios; competitividad; exportaciones; políticas públicas; América Latina. 

<sup>1</sup> Este trabajo se basa en un proyecto realizado para la Red Iberoamericana de Organizaciones de Promoción de Comercio Exterior (Red Ibero), con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo. Una versión preliminar fue presentada en la IV Conferencia Internacional REDLAS, realizada el 27 y 28 Mayo de 2015 en Montevideo, Uruguay.

## » INTRODUCCIÓN

Los servicios son un sector clave en la economía global dado el peso que tienen tanto en el producto interno bruto (PIB) como en el empleo en la mayoría de los países. Según datos del Banco Mundial, en 2013 casi dos tercios del empleo en Latinoamérica se concentraban en actividades de servicios, mientras que su peso trepaba al 69% en el caso de los países de la OCDE. A nivel mundial, el último dato disponible (de 2010) confirma que más de la mitad del empleo se generaba en estos sectores. Además, los servicios representan el 68% del PIB mundial, el 64% del producto de América Latina y 74% de los miembros de la OCDE (todos datos de 2013).

Por otra parte, en las últimas décadas asistimos a profundas transformaciones en el paradigma de la producción y el comercio de servicios, lo que ha hecho que actividades que hasta hace poco eran consideradas de escasa o nula “transabilidad” ahora comienzan a representar crecientes flujos de comercio (e inversión extranjera) entre fronteras distantes. Asimismo, mientras que el sector servicios solía asociarse en el pasado a baja productividad y escasas posibilidades de innovación (López y Ramos, 2013; Di Meglio, Gallego, Maroto y Savona, 2015), en la actualidad se ha revalorizado el papel de un grupo de actividades englobadas bajo la categoría de “servicios basados en conocimiento” (SBC)<sup>2</sup>.

China e India, con base en sus vastas reservas de fuerza de trabajo con educación universitaria, han tomado un claro liderazgo en el mercado global de SBC, pero hay un buen número de países en desarrollo que también ha logrado insertarse en estos mercados, incluidos otros asiáticos (Malasia,

Filipinas o Tailandia) y algunos de Europa Oriental (Polonia, República Checa, Hungría), además de casos emblemáticos en el mundo desarrollado, como Irlanda. América Latina también ha comenzado a participar activamente de esta nueva tendencia y hay varias naciones que muestran un dinamismo apreciable en sus exportaciones de SBC, como los casos de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, México y Uruguay. Sin embargo, hay coincidencia en que la región todavía debe atender algunas cuestiones clave que hacen a la competitividad y a la capacidad de atraer inversiones en este sector (para un análisis de estas cuestiones, ver Mulder, Saez, de Camino y Finot, 2007; Gereffi, Castillo y Fernández-Stark, 2009; López y Ramos, 2010; López, Niembro y Ramos, 2011; Hernández, Mulder, Fernández-Stark, Sauvé, López y Muñoz, 2014; López, Niembro y Ramos, 2014).

El presente trabajo tiene el objetivo de aportar evidencia exploratoria que complementa aquellos análisis, ya que se basa en una encuesta orientada a conocer la visión de las empresas latinoamericanas acerca de su situación competitiva y la influencia que sobre ella ejercen los factores del entorno propios de cada país, incluyendo las políticas públicas que inciden sobre las exportaciones de servicios.

En la sección siguiente se presenta una breve revisión sobre la cuestión de la competitividad internacional y los factores que, en el caso de los servicios, podrían influir sobre esta. Luego, a partir de la mencionada encuesta, se analiza la importancia y evolución de los principales factores de competitividad entre las firmas de servicios en América Latina, lo que permite conocer el posicionamiento de los países de la región

en estos mercados según la percepción de las propias empresas<sup>3</sup>. Asimismo, se presenta información respecto de cómo estas firmas evalúan el marco de políticas públicas vigente para la promoción de las exportaciones e inversiones en el sector servicios. Con base en las conclusiones de este análisis, así como de lo aprendido en los trabajos previos, en la última sección se apuntan algunos lineamientos de política para promover las exportaciones de servicios en los países de la región.

## MARCO CONCEPTUAL

Varios autores sostienen que el rol que actualmente juegan los servicios en la internacionalización de las actividades económicas determina en gran medida el avance de la globalización (Cuadrado, Rubalcaba y Bryson, 2002; Rubalcaba y Maroto, 2007). Al mismo tiempo, el proceso de globalización afecta a las actividades de servicios por medio del aumento del comercio y las transacciones internacionales, por lo que entre servicios y globalización existiría una relación de doble sentido (Visintin, Di Meglio, Rubalcaba y Cuadrado, 2008). Estos cambios se encuentran profundamente vinculados, a su vez, con los procesos de fragmentación de la producción a escala mundial, puesto que, como consecuencia de estas transformaciones, se estaría pasando de un patrón de comercio basado en el intercambio de bienes finales a otro en donde se suelen intercambiar mayormente “tareas” (*trade in tasks*; véase Grossman y Rossi-Hansberg, 2008). De este modo, los procesos de producción crecientemente se componen de porciones de valor agregado que son generadas en distintas localizaciones, por lo que lo importante ya no es más

<sup>2</sup> Hay que reconocer que no existe una definición universalmente aceptada de los SBC, en parte porque esta categoría agrupa a segmentos tan diversos como servicios contables y legales, arquitectura, audiovisuales, ingeniería, software, publicidad, Investigación y Desarrollo (I+D), o servicios de salud y educación. No obstante, todos comparten la característica de emplear intensivamente capital humano de alto nivel de calificación y de ser usuarios (y, eventualmente también, productores) de información y conocimiento (este último puede ser el caso de las ingenierías o la I+D). Más allá de la heterogeneidad existente en cuanto al nivel de complejidad de estas variadas actividades, tal como lo señalan Miles, Kastrinos, Bilderbeek, Den Hertog, Flanagan, Huntink, y Bouman (2005), en su conjunto tienen la capacidad de influir sobre los procesos de creación, acumulación y diseminación de conocimiento.

<sup>3</sup> Para un análisis de la competitividad internacional de los países latinoamericanos en función de las estadísticas de comercio de servicios, ver López et al. (2014).

## Las políticas de desarrollo de exportaciones de servicios, no debiera encararse a partir de la implementación de un puñado de mecanismos de promoción aislados, sino sobre la base de una estrategia coherente e integrada con horizonte a mediano-largo plazo

qué se produce en un determinado país o región, sino qué tipo de tareas se desarrollan allí y cuál es el valor agregado que las empresas generan (Baldwin, 2011). Esto representa una nueva vuelta de tuerca en materia de especialización y división internacional del trabajo, con las consecuentes ganancias de productividad asociadas. Los procesos de terciarización (*outsourcing*) y relocalización (*offshoring*) de diferentes actividades productoras de bienes y servicios aparecen como la faceta más visible de estos fenómenos (López y Ramos, 2013).

Entre los diferentes aspectos que hacen a la internacionalización de los servicios un concepto que está comenzando a ocupar un papel central en la discusión económica y política, encontramos el de la competitividad (Rubalcaba y Maroto, 2008; Visintin et al., 2008), el cual busca englobar todos aquellos factores que influyen o determinan la inserción internacional de las empresas de servicios. Pero como es sabido, la noción de competitividad internacional involucra una gran cantidad de factores y, por ende, ha dado origen a una amplia variedad de concepciones y enfoques. Salvando las dificultades existentes para consensuar una única definición, podemos sugerir que, en términos generales, la competitividad se refiere al desempeño (relativo) de una firma, sector o país en la economía internacional (Chudnovsky y Porta, 1990; Bianco, 2007; López et al., 2014).

En general, entre los diferentes aspectos que hacen a la competitividad internacio-

nal, no sólo son importantes las variables vinculadas con los precios o factores costo, sino también otras características económicas, sociales, institucionales o estructurales, o factores no costo, que pueden influir igualmente sobre el funcionamiento y la capacidad competitiva de las empresas (Chudnovsky y Porta, 1990; Bianco, 2007; Rubalcaba et al., 2008). Estos mismos argumentos se aplican, además, para el caso particular de las actividades de servicios. Por ejemplo, tanto los informes de las principales consultoras internacionales como varios trabajos académicos (Doh, Bunyaratavej y Hahn, 2008; Ramasamy y Yeung, 2010; Capik y Drahokoupil, 2011; Liu, Feils y Scholnick, 2011; Kim, Yoon y Lee, 2012) coinciden en la relevancia de los costos (fundamentalmente laborales) como determinantes de las decisiones de (des)localización de servicios y de la competitividad exportadora.

En esta misma línea, Eichengreen y Gupta (2012) muestran que el tipo de cambio es un factor explicativo relevante de las exportaciones de servicios, con mayor fuerza que en el caso de bienes. Pero, por otro lado, también aparecen aspectos de naturaleza más estructural o cualitativa, como la disponibilidad de capital humano, que sería un segundo factor determinante de las decisiones de *offshoring* y de la IED vinculada (Liu et al., 2011; Doh et al., 2008), así como de las exportaciones de servicios (Guerrieri y Meliciani, 2005; Nyahoho, 2010; Arora y Bagde, 2011). Previsiblemente, la relevancia del capital humano aumen-

ta a mayor complejidad de las actividades deslocalizadas (Py y Hatem, 2009; Jensen y Pedersen, 2012). Goswami, Gupta, Mattoo, y Saez (2012) encuentran, además, que el “retorno” a la inversión educativa es superior en los países en desarrollo.

Estudios de caso también reflejan la importancia del dominio del inglés (Ceglowski, 2006; Walsh, 2006; Doh et al., 2008; Capik y Drahokoupil, 2011; Goswami et al., 2012; Kim et al., 2012), mientras que otros destacan el peso de la proximidad cultural (Bunyaratavej, Hahn y Doh, 2007; Castellacci, 2010; Nefussi y Schwellnus, 2010). En el caso de la cercanía geográfica (y los husos horarios) no hay una determinación tan clara, ya que para ciertas operaciones estar alineado en el mismo huso horario es favorable, mientras que para otras (donde, por ejemplo, importa tener una cobertura 7x24) se buscan localizaciones situadas en husos complementarios.

La I+D también parece ser un factor significativo para la competitividad en la exportación de servicios (Popescu y Tachiciu, 2006; Nyahoho, 2010; Seo, Lee y Kim, 2012), al igual que la disponibilidad de infraestructura TIC apropiada (Guerrieri y Meliciani, 2005; Doh et al., 2008; Ramasamy y Yeung, 2010; Walsh y Yu, 2010). En este sentido, hay que reconocer que la fragmentación de la producción a escala global y el comercio de tareas no serían posibles (o estarían fuertemente limitados) sin el desarrollo de las TIC, que no sólo han abaratado y acelerado notablemente la generación, almacenaje, procesamiento >>

» y transmisión de la información, sino que también han permitido que ciertos servicios que antes requerían del contacto físico directo entre prestador y usuario ahora puedan ser provistos de manera remota.

Por último, el contexto institucional y legal tiene un papel central en las decisiones de localización, ya que, dada la naturaleza intangible y poco estandarizada de ciertos servicios, su comercio suele estar asociado a problemas de información asimétrica (Kimura y Lee, 2006; Kolstad y Villanger, 2007; Kandilov y Grennes, 2010; Liu et al., 2011). Los servicios menos rutinarios y más complejos, que requieren mayor “*customización*”, se deslocalizan preferentemente a países con mejor calidad institucional<sup>4</sup>. No obstante, la reducción de los problemas de información asimétrica puede lograrse en parte a través de certificaciones (por ejemplo, CMMI para software y servicios informáticos, eSCM-SP para BPO) o de la asociación a redes locales o internacionales prestigiosas (Conti, Turco y Maggioni, 2010).

## DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD, OBSTÁCULOS Y POLÍTICAS PÚBLICAS

### Acerca de la encuesta

Como hemos adelantado, la principal herramienta de este trabajo ha sido el diseño y la implementación de una encuesta a empresas de servicios latinoamericanas. En la primera etapa de discusión y formulación de la encuesta, hemos recurrido tanto a una revisión de la literatura especializada (sección 2) como también a la opinión y sugerencias de informantes clave. En la segun-

da etapa, de implementación y recolección de respuestas, la encuesta fue respondida de manera *online* en forma autoadministrada. Las responsabilidades de difusión de la encuesta y transmisión de sucesivos recordatorios recayeron sobre las propias agencias nacionales que componen la Red Ibero, y también se contó con el valioso apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de la Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios (ALES).

Entre fines de marzo y mediados de agosto de 2014, las firmas pudieron completar la encuesta, dando luego paso a la fase de sistematización y análisis. En total, se obtuvieron 174 respuestas válidas, y se descartaron sólo 9 encuestas incompletas o con información clave faltante. El 29% de las respuestas correspondieron a firmas con operaciones en Argentina, seguido por Colombia y México con el 16% cada uno y, más atrás, Uruguay (12%), Chile (7%), Ecuador (5%), Perú (3%) y otros países de la región (el restante 11%)<sup>5</sup>. Una descripción rápida de las firmas de servicios que completaron la encuesta nos indica que, en su mayoría, se trata de:

- a) pequeñas y medianas empresas (en función de la cantidad de personal en 2013, el 37% tenía hasta 10 empleados, y al subir hasta 25, 50 y 100 empleados, los porcentajes se elevan a 66%, 79% y 89%, respectivamente);
- b) relativamente jóvenes (el 39% entró en operaciones a partir de 2005 y, si consideramos desde el 2000, hablamos del 56%);
- c) de capitales domésticos (para el 92% la totalidad de su capital corresponde al sector privado nacional);

d) firmas individuales (sólo el 11% dice ser parte de una corporación multinacional con filiales en varios países);

e) exportadoras de servicios (el 74%)<sup>6</sup>, pero sus exportaciones son relativamente recientes (el 57% lo hace desde 2005 en adelante y, si se contabiliza a partir del 2000, el porcentaje llega al 83%);

f) y exportan principalmente SBC (sobre el total de las respuestas obtenidas<sup>7</sup>, el 27% corresponde a servicios de informática y conexos, 18% a servicios jurídicos, contables y de administración, 12% a ingeniería y arquitectura, 10% a servicios audiovisuales y de animación digital, 8% a servicios de diseño y 5% a publicidad, entre las principales categorías).

Está claro que las respuestas recogidas distan de constituir una muestra representativa, por lo cual los resultados cosechados deben tomarse con cautela, considerando, por ejemplo, la heterogeneidad en el número de encuestas obtenidas en cada país. No obstante, entendemos que estos datos significan un primer aporte exploratorio en un área donde, hasta el momento, no existe suficiente información. Esto se refuerza si tenemos en cuenta que, al menos entre los países con mayor número de respuestas, no hemos observado variaciones muy significativas en las opiniones de las empresas de servicios. Pareciera que, si bien pueden haber obviamente algunas particularidades nacionales (para graficar este punto, a lo largo del trabajo haremos algunas menciones sobre los cinco países con mayor porcentaje de encuestas), también hay fortalezas y debilidades comunes a buena parte de la región.

<sup>4</sup> En términos generales, por calidad institucional se entiende el (grado de) buen funcionamiento de las “reglas del juego” (normas, leyes, costumbres, tradiciones, etc.) que rigen la interacción entre los agentes dentro de una sociedad. Los World Governance Indicators elaborados por el Banco Mundial constituyen un ejemplo de esfuerzo para intentar aproximarse a un indicador de calidad institucional, en términos de buena “gobernanza”.

<sup>5</sup> Dada la baja cobertura de empresas brasileras, está claro que el trabajo podría hacer referencia más bien a “Hispanoamérica” que a “Latinoamérica”.

<sup>6</sup> Aclaremos que no se evidencian diferencias significativas entre las respuestas de las firmas de servicios que no exportan y aquellas que sí lo hacen.

<sup>7</sup> Téngase en cuenta que cada una de las empresas podía seleccionar más de una opción respecto al tipo de servicios exportados.

**¿Qué grado de importancia le asignan las firmas a distintos determinantes de la competitividad de sus actividades de servicios?**

Al analizar el grado de importancia (promedio) de distintos factores determinantes de la competitividad en el sector servicios (gráfico 1), resalta el hecho de que tres de los cuatro primeros factores están asociados al capital humano, a saber, disponibilidad, calidad/experiencia y costos, mientras que el dominio de idiomas extranjeros aparece varios escalones atrás.

Otro aspecto saliente es el papel central asignado a la calidad de la infraestructura de comunicaciones más que a sus costos. Incluso, la calidad de dicha infraestructura supera en grado de importancia a los costos laborales, algo nada menor si se tiene en cuenta el peso que la literatura le ha otorgado usualmente a este último factor.

En el extremo opuesto, la calidad y el costo de otro tipo de infraestructuras (básicamente hablamos de energía y transporte) resultan menos relevantes, al igual que la legislación sobre movimiento de personas, la afinidad cultural y el huso horario (estos hallazgos constituyen quizás una curiosidad, dado que la literatura previa ha remarcado cierta relevancia de estos últimos dos factores, y lo mismo detectamos en entrevistas que hemos mantenido con empresas exportadoras de servicios a lo largo de estos años).

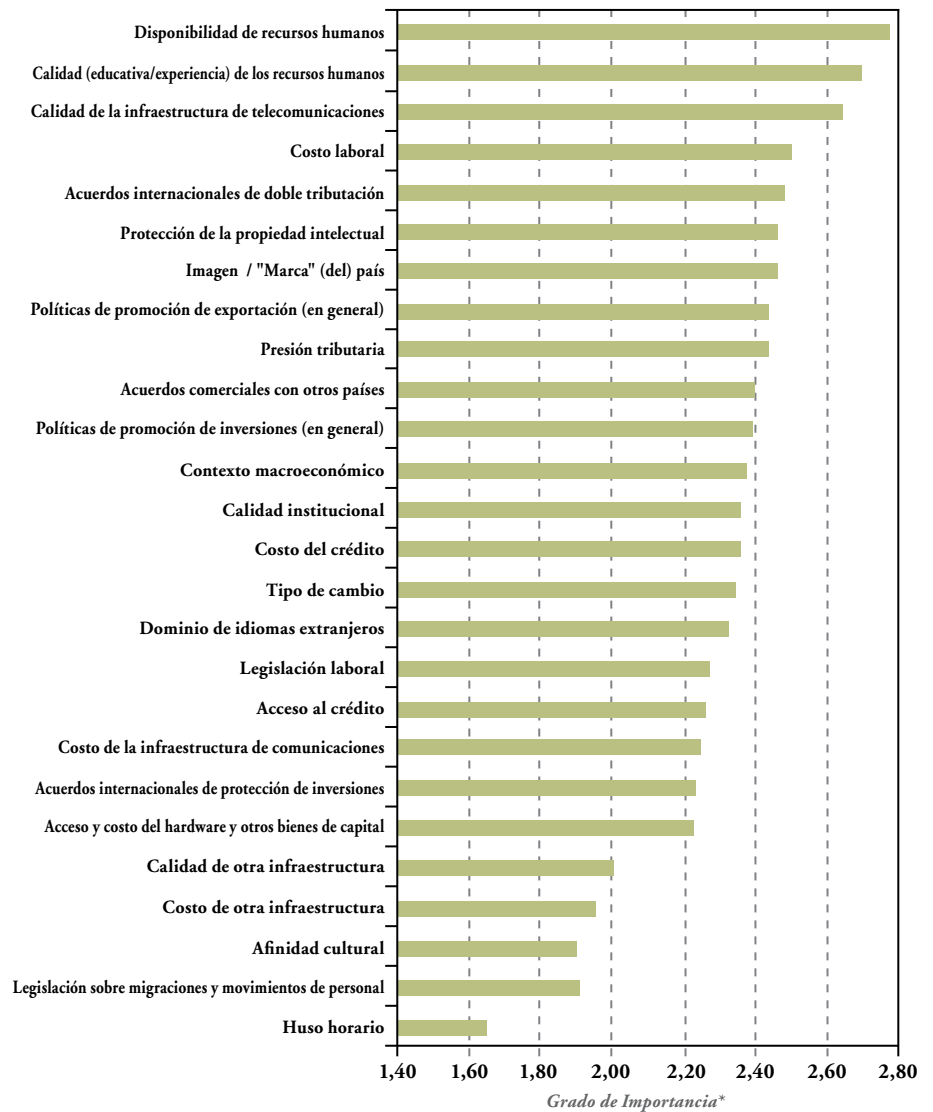
Si se analizan los factores “institucionales” o “de políticas” (incluyendo el entorno macroeconómico), es posible apreciar que los acuerdos internacionales de doble tributación, la protección de la propiedad intelectual y (unos pasos por detrás) los acuerdos comerciales con otros países son las variables más relevantes para las empresas. A su vez, sobresale la importancia de la “marca país” para la competitividad en servicios, seguida por la presión tributaria y las políticas de promoción de exportaciones e inversiones (vistas en general, ya que más adelante indagaremos con mayor detalle en la relevancia

de ciertas medidas particulares). Más atrás, y en una posición media, aparecen recién la calidad institucional, el contexto macroeconómico y el tipo de cambio<sup>8</sup>. Otro aspecto a destacar es la relevancia intermedia asignada a los factores financieros, ya que es común que en las encuestas empresariales en Latinoamérica se subrayen las limitaciones

de los mercados financieros entre los principales obstáculos para el crecimiento y la competitividad.

Está claro que las apreciaciones anteriores en función del grado de importancia promedio de las respuestas obtenidas no necesariamente tendrían que concordar, por ejemplo, con un ordenamiento de ➤

**Gráfico 1: Importancia de diferentes factores determinantes para la competitividad en actividades de servicios (ordenados por promedio\*)**



(\*) Promedio según la escala: Poco importante = 1; Importante = 2; Muy importante = 3.

<sup>8</sup> Si bien el tipo de cambio influye sobre el conjunto de costos medidos en dólares que enfrentan las empresas, lo cierto es que, dado el peso que tienen los costos laborales en la mayoría de estos sectores, las firmas suelen centrar su atención en esta última variable a la hora de evaluar los movimientos del tipo de cambio.

**Tabla 1: Porcentaje de respuestas obtenidas para cada factor determinante de la competitividad en actividades de servicios (ordenados por importancia promedio\*)**

		Poco importante	Importante	Muy importante
1	Disponibilidad de recursos humanos	1,2	19,9	78,9
2	Calidad (educativa/experiencia) de los recursos humanos	0,6	28,7	70,8
3	Calidad de la infraestructura de comunicaciones	4,0	27,2	68,8
4	Costo laboral	3,6	42,6	53,8
5	Acuerdos internacionales de doble tributación	12,1	27,2	60,7
6	Protección de la propiedad intelectual	11,2	31,8	57,1
7	Imagen / "Marca" (del país)	9,2	35,8	54,9
8	Presión tributaria	7,6	41,3	51,2
9	Políticas de promoción de exportaciones (en general)	10,5	35,5	54,1
10	Acuerdos comerciales con otros países	14,0	32,6	53,5
11	Políticas de promoción de inversiones(en general)	12,7	35,3	52,0
12	Contexto macroeconómico	9,2	43,4	47,4
13	Costo del crédito	15,0	32,9	52,0
14	Calidad institucional	6,9	49,1	43,9
15	Tipo de cambio	9,3	45,9	44,8
16	Dominio de idiomas extranjeras	8,7	49,7	41,6
17	Legislación laboral	12,9	46,2	40,9
18	Acceso al crédito	20,8	31,8	47,4
19	Costo de la infraestructura de comunicaciones	15,6	43,9	40,5
20	Acuerdos internacionales de protección de inversiones	19,8	37,2	43,0
21	Acceso y costo de hardware y otros bienes de capital	13,3	50,9	35,8
22	Calidad de otra infraestructura	26,0	47,4	26,6
23	Costo de otra infraestructura	27,2	52,6	20,2
24	Afinidad cultural	27,7	53,8	18,5
25	Legislación sobre migraciones y movimientos de personal	34,3	40,7	25,0
26	Huso Horario	48,0	39,2	12,9

(\*) Promedio según la escala: Poco importante = 1; Importante = 2; Muy importante = 3.

» los factores según el porcentaje que recoge cada opción en particular (“poco importante”, “importante”, “muy importante”). En la tabla 1 se detalla entonces las proporciones de las distintas respuestas para cada uno de los factores consultados, pero manteniendo el orden por promedio. Allí se observa que más de dos terceras partes de las firmas coinciden en que los tres primeros determinantes del cuadro son “muy importantes” para la competitividad en servicios,

al tiempo que más de un cuarto de las firmas considera “poco importantes” a los últimos cinco factores. Por otro lado, cabe mencionar que desde el cuarto factor (costo laboral) al décimo tercero (costo del crédito), más del 50% de las firmas aseguran que se trata de determinantes “muy importantes”.

Entre los cinco países con mayor número de respuestas, los factores vinculados con los recursos humanos (disponibilidad, costos, nivel de formación, etc.) mantienen

un rol central y, a su vez, en la mayoría de los casos suelen haber fuertes coincidencias entre los diez factores considerados de mayor importancia relativa (*el top 10*), aunque, como era de esperarse, también aparecen algunas particularidades de cada país (ver Anexo). Por ejemplo, en Argentina se da una fuerte revalorización del contexto macroeconómico, el tipo de cambio y la presión tributaria, como también de las políticas públicas de promoción de exportaciones y del costo y acceso al crédito. En Chile, en tanto, se observa un mayor hincapié en varios tipos de tratados internacionales (doble tributación, comerciales, protección de inversiones) y, en términos relativos, también trepan posiciones el contexto macroeconómico y el costo del crédito. Respecto a Colombia, *el top 10* muestra factores similares al *ranking* general, si bien con una mayor valoración del manejo de idiomas, los acuerdos comerciales y los tratados de protección de inversiones. En el caso de México, la calidad de la infraestructura de telecomunicaciones aparece ahora en primer lugar (y también se subraya la importancia de su costo), seguida por los factores ligados a los RRHH (incluyendo el dominio de idiomas y la legislación laboral) y la calidad institucional. Uruguay es otro caso donde la legislación laboral y la calidad institucional se refuerzan como determinantes, al igual que el contexto macroeconómico.

### ¿Cómo se posicionan los países de la región (respecto a otros competidores) en los diferentes determinantes de la competitividad?

Según la valoración promedio de las respuestas obtenidas (gráfico 2), los únicos dos factores en donde la región se encuentra en ventaja relativa frente a los competidores son dos de los que antes fueron marcados como de menor importancia relativa: “afinidad cultural” y “huso horario” (y en los que, por

**Gráfico 2: Posicionamiento del país respecto a competidores en diferentes factores determinantes para la competitividad en actividades de servicios (ordenados por promedio\*)**

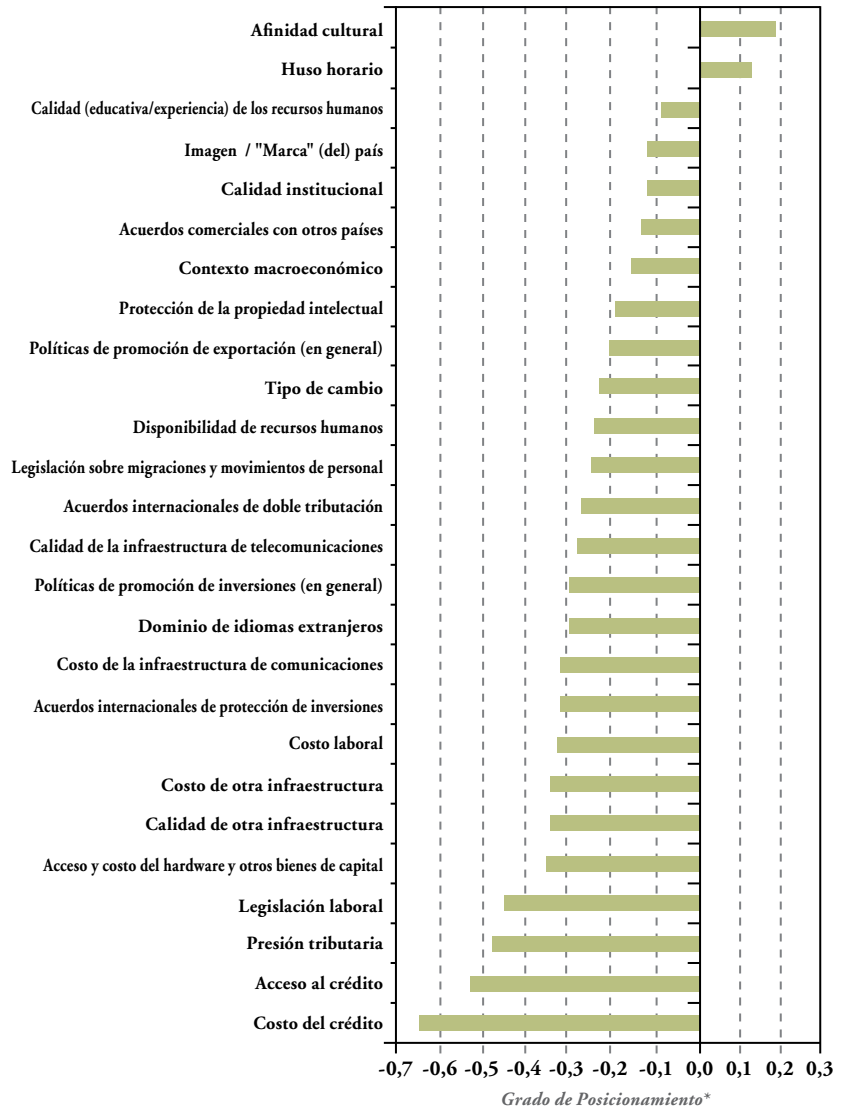
cierto, el espacio de políticas es prácticamente nulo)<sup>9</sup>.

Los factores en los que la región aparece peor posicionada son costo y acceso al crédito, presión tributaria y legislación laboral. Probablemente, algunos de estos son los mismos factores que emergerían en cualquier encuesta empresarial que se organizara en Latinoamérica (y quizás también en otras regiones), ya que constituyen “leitmotivs” tradicionales en el repertorio de quejas de las empresas (para un ejemplo de ello, en Argentina, ver Albrieu, Arza, Fanelli, López y Vázquez, 2010).

En cuanto a factores más específicos, en el ámbito de los recursos humanos (un área de elevada importancia, como vimos), la calidad (educativa, experiencia, etc.) de estos está más bien cercana a la de los competidores, pero se presentan mayores desventajas en cuanto a la disponibilidad de personal, dominio de idiomas extranjeros y, principalmente, costo laboral. El reto pasaría entonces por aumentar la oferta de personal calificado para actividades de servicios, sin ir en desmedro de ciertos estándares de calidad ya alcanzados e incorporando otras calificaciones específicas, para así aliviar la aparente presencia de excesos de demanda que presionan ascendentemente sobre los salarios.

Otro de los determinantes clave antes señalado, la calidad de la infraestructura de comunicaciones, se ubica en una posición intermedia (de desventaja relativa). El costo de dicha infraestructura también aparece en situación de clara desventaja en términos de posicionamiento internacional (coincidente con los hallazgos de ORBA, 2012; Barrantes, Jordán y Rojas, 2013). El costo y la calidad de otro tipo de infraestructuras se perciben como fuertemente negativos, así como el acceso a bienes de capital importados.

En lo que respecta a acuerdos con otros



(\*) Promedio según la escala: En desventaja = -1; Igualdad = 0; Con ventaja = 1.

países, los principales problemas aparecen en los campos de protección de inversiones y tratados de doble tributación (recordemos, antes juzgados como relativamente muy

importantes para la competitividad en servicios). Por último, respecto a las políticas públicas de promoción, se percibe una valoración más positiva (en términos relativos) >>

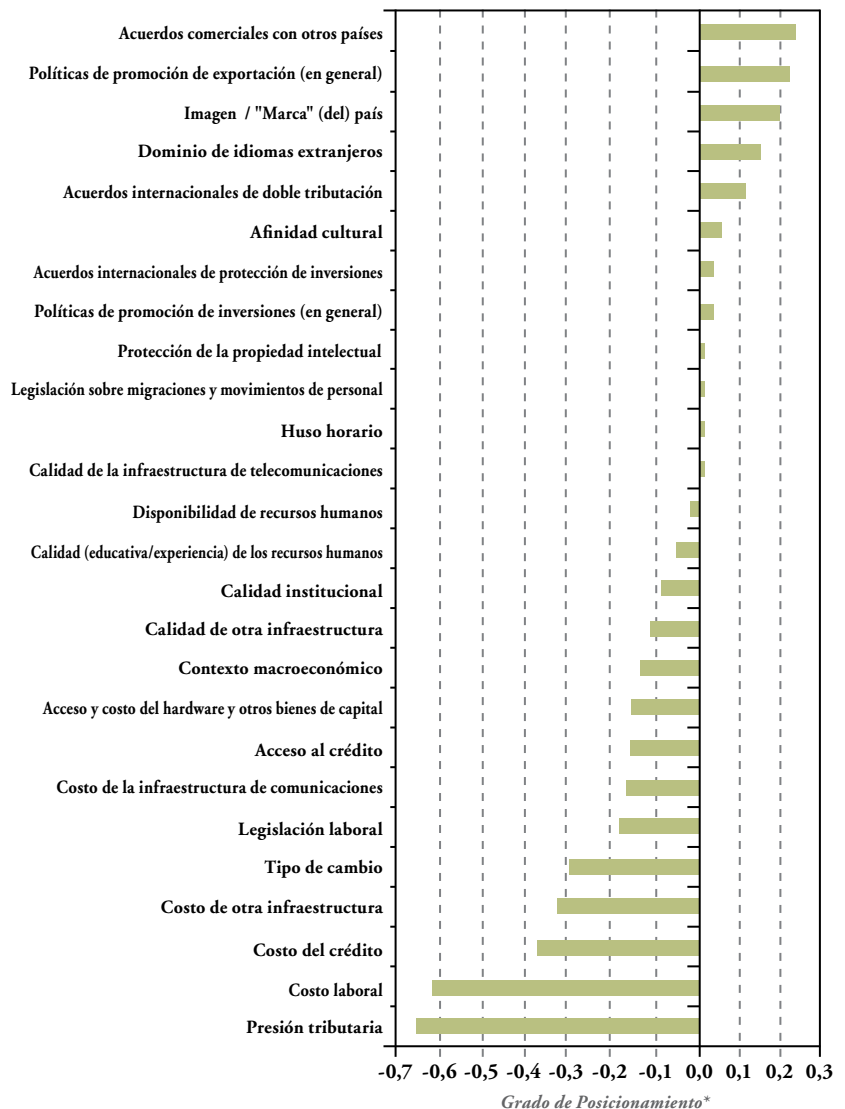
<sup>9</sup> Como bien nos hace notar uno de los evaluadores anónimos, a quien agradecemos el punto, la valoración de estos factores puede verse afectada intrínsecamente por el tipo de servicio que la firma esté comercializando (por ejemplo, si requiere o no del contacto entre proveedor y cliente en un mismo momento) como así también por los mercados de destino que la firma atiende. El primer aspecto es más difícil de distinguir en función de los datos de la encuesta (sumado a que las empresas podían seleccionar varias actividades de servicios), pero sobre la segunda cuestión podemos mencionar que los principales países a los que exportan servicios las empresas latinoamericanas encuestadas se encuentran en la propia región, con una porción de las mismas también incursionando en el mercado de los Estados Unidos, por lo que el mejor posicionamiento en esta variable frente a competidores (de otras partes del mundo) resulta lógico. Si bien hay algunos casos de exportación a Europa u otras regiones, resultan menos frecuentes.

## Las firmas latinoamericanas encuestadas destacan como factores determinantes de la competitividad internacional en las actividades de servicios a la construcción de una “imagen país” sólida junto con políticas de fomento de las exportaciones y las inversiones

» de las prácticas de fomento de las exportaciones que de las inversiones.

Si se compara este panorama general con el de los cinco países con mayor número de encuestas, las coincidencias siguen sosteniéndose en gran medida. Por ejemplo, los diez factores con peor posición relativa promedio (el “*bottom 10*”) en el caso de la Argentina suelen coincidir con el gráfico anterior, aunque en la parte más baja del *ranking* nacional figuran, además, el contexto macroeconómico y el tipo de cambio, como así también la política de promoción de inversiones. En Chile, los determinantes relacionados con los recursos humanos (calidad, disponibilidad, costo, idiomas y legislación) aparecen todos con desventajas y componen la mayor parte del *bottom 10*, a los que se suman ciertas deficiencias en materia de protección de la propiedad intelectual. Respecto a Colombia, varios factores político-institucionales, como el tipo de cambio, los acuerdos comerciales con otros países, tratados de doble tributación, de protección de inversiones, legislación sobre migraciones y movimientos de personal, se consideran en desventaja y componen el *bottom 10* nacional. También sobresale una percepción negativa acerca de las habilidades en el manejo de idiomas, lo cual se traslada igualmente al caso mexicano. Y aunque en México algunas de las desventajas más preocupantes se ubican en torno a la calidad y el costo de la infraestructura de comunicaciones, la disponibilidad y calidad del personal también presentan cierto carácter desfavorable. Por último, en Uruguay, las desventajas más fuertes pasan por la disponibilidad y el costo del personal, y al igual

**Gráfico 3: Evolución del país en los últimos 5 años en diferentes factores determinantes para la competitividad en actividades de servicios (ordenados por promedio\*)**



(\*) Promedio según la escala: Empeoró = -1; Se mantuvo igual = 0; Mejoró = 1.



que en Colombia, el tipo de cambio aparece como un aspecto a mejorar.

**¿Cómo han evolucionado los países de la región en los últimos cinco años en cada uno de los determinantes de la competitividad?**

Del gráfico 3 (también en función de respuestas promedio), se extrae una visión un tanto más positiva sobre la situación de la región, especialmente a partir de ciertos avances cosechados en materia de políticas de promoción de exportaciones, “marca país”, acuerdos comerciales y de doble tributación (en otras palabras, habría mejorado el posicionamiento internacional), como así también en el dominio de idiomas. En tanto, no parece haber habido grandes cambios en la calidad de la infraestructura de comunicaciones y en la disponibilidad de los RRHH, ni tampoco en diversos factores político-institucionales, como la promoción de inversiones, la protección de la IED y de la propiedad intelectual, y la legislación sobre migraciones. Dentro del plano más negativo, se manifiesta un empeoramiento en la presión tributaria, la legislación laboral, el nivel del tipo de cambio y los diversos tipos de costos (casi todos factores de orden general y no específicos de este sector).

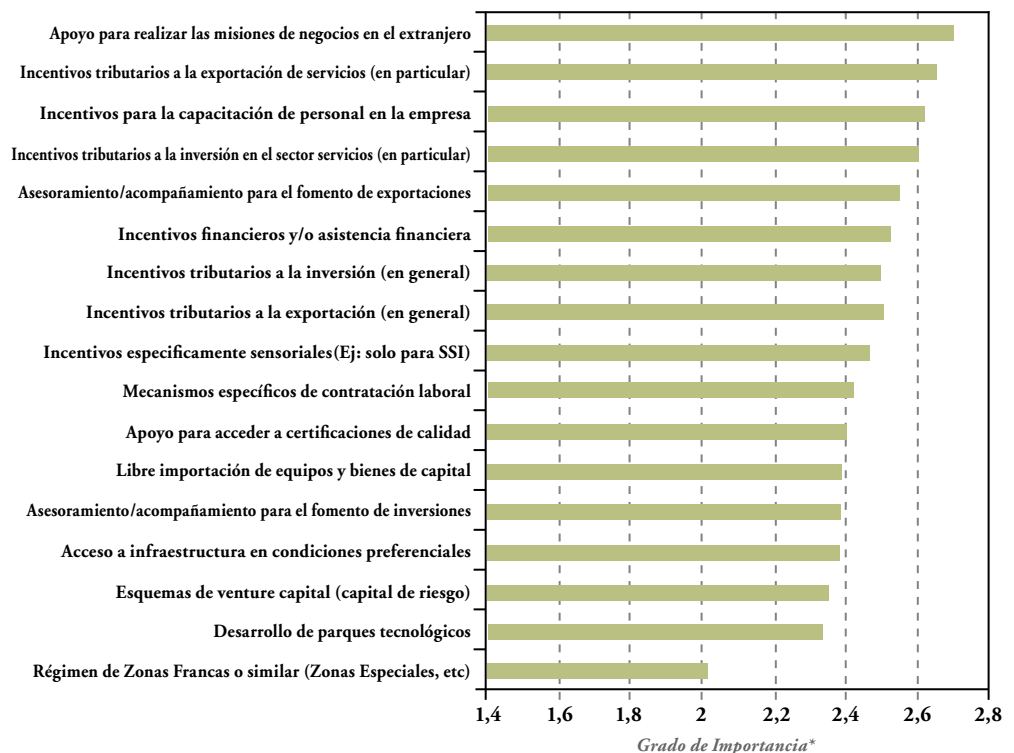
Respecto a los casos individuales, sobresale en el caso argentino un fuerte desmejoramiento de la calidad (y el costo) de la infraestructura de telecomunicaciones. En el ámbito de las políticas, se contraponen una percepción relativamente favorable sobre la evolución de la promoción de exportaciones con una visión más negativa acerca del fomento a las inversiones. En Chile, algunos de los mayores

retrocesos pasan tanto por la disponibilidad como por el costo de los RRHH, y se presentan indicios de empeoramiento por el lado de la política de promoción de inversiones y la protección de la propiedad intelectual. Esta última percepción es compartida por las firmas en Colombia, mientras que en el resto de los factores se aprecia una considerable coincidencia con el ranking general. México comparte con el caso argentino cierta preocupación por la evolución de la calidad de la infraestructura de telecomunicaciones. En tanto, en Uruguay se percibe un desmejoramiento en torno a factores clave como la disponibilidad y calidad de los RRHH, al igual que en el costo del personal.

**¿Qué grado de importancia tienen las distintas herramientas de política para promover exportaciones e inversiones en sectores de servicios?**

A continuación, se presenta un mayor detalle acerca de la percepción de las firmas de algunas políticas públicas que podrían fomentar la competitividad de las actividades de servicios. Como se aprecia en el gráfico 4, en un marco en donde previsiblemente casi todas las opciones recogen altos niveles de preferencia, las empresas tienen una muy alta valoración por el apoyo para realizar misiones en el exterior, los incentivos tributarios y el acompañamiento para la generación de exportaciones. En el otro extremo, la relevancia de los regímenes de Zonas Francas o similares es considerablemente menor, y algo similar ocurre con las políticas de parques tecnológicos y el desarrollo de esquemas de capital de riesgo (*venture capital*). En este último caso, la menor valoración relativa bien puede tener que ver con el hecho de que este tipo de mecanismos de financiamiento tiende a ser escaso y no siempre bien conocido en Latinoamérica. >>

**Gráfico 4: Importancia de diferentes políticas públicas para la competitividad en actividades de servicios (ordenados por promedio\*)**



(\*) Promedio según la escala: Poco importante = 1; Importante = 2; Muy importante = 3.

**Tabla 2: Porcentaje de respuestas obtenidas para cada política pública (ordenados por importancia promedio\*)**

		Poco importante	Importante	Muy Importante
1	Apoyo para realizar las misiones de negocios en el extranjero	5,3	18,7	76,0
2	Incentivos tributarios a la exportación de servicios (en particular)	3,0	28,0	69,0
3	Incentivos para la capacitación de personal en la empresa	3,5	31,6	64,9
4	Incentivos tributarios a la inversión en el sector servicios (en particular)	4,1	31,8	64,1
5	Asesoramiento/acompañamiento para el fomento de exportaciones	7,1	32,0	60,9
6	Incentivos financieros y/o asistencia financiera	6,5	34,7	58,8
7	Incentivos tributarios a la inversión (en general)	3,5	42,1	54,4
8	Incentivos tributarios a la exportación (en general)	6,0	37,5	56,5
9	Incentivos específicamente sensoriales(Ej: solo para SSI)	13,1	26,2	60,7
10	Mecanismos específicos de contratación laboral	11,2	36,5	52,4
11	Apoyo para acceder a certificaciones de calidad	15,4	29,0	55,6
12	Libre importación de equipos y bienes de capital	11,8	37,1	51,2
13	Asesoramiento/acompañamiento para el fomento de inversiones	10,6	40,0	49,4
14	Acceso a infraestructura en condiciones preferenciales	12,0	37,3	50,6
15	Esquemas de venture capital (capital de riesgo)	11,9	40,5	47,6
16	Desarrollo de parques tecnológicos	14,8	35,5	49,7
17	Régimen de Zonas Francas o similar (Zonas Especiales, etc)	31,5	35,1	33,3

(\*) Promedio según la escala: “Poco importante” = 1; “Importante” = 2; “Muy importante” = 3.

» En la tabla 2 se presentan los porcentajes de las distintas respuestas (“Poco importante”, “Importante”, “Muy importante”) para cada una de las políticas, pero mantiene el ordenamiento según el promedio general. Como allí se aprecia, tres cuartas partes de las firmas evalúan a las misiones de negocios como “muy importantes”, y arriba del 60% aplica el mismo calificativo a las cuatro políticas siguientes,

más el caso de los “incentivos sectoriales”, como por ejemplo para software y servicios informáticos (SSI). En cambio, una de cada tres considera al régimen de Zonas Francas como “poco importante”, aunque hay países puntuales (como el caso de Uruguay) donde las ZF se revalorizan como política pública. De todos modos, está claro que, como se está haciendo referencia a políticas públicas, las firmas suelen valorar todo tipo

de apoyo. Esto se ve reflejado en el hecho de que alrededor del 50% de las empresas encuestadas también juzga como “muy importantes” a las demás medidas, al margen del ordenamiento relativo entre sí.

La valoración de las políticas guarda varios puntos de coincidencia a lo largo de los países con mayor número de respuestas, aunque también hay algunas diferencias (ver Anexo). El mencionado caso de Uruguay y su régimen de Zonas Francas es uno de las más particulares. Las políticas de parques tecnológicos y de capital de riesgo

aparecen más valoradas en Chile y México. En tanto, mientras que las empresas del primero de estos países consideran mucho menos relevantes los regímenes de incentivos sectoriales, en México se trata de la segunda medida en importancia (materializada, por ejemplo, en el PROSOFT). En el caso de Argentina, se aprecian especialmente los incentivos tributarios específicos para la promoción de exportaciones e inversiones

**Si bien en materia de calidad (educativa/experiencia) las percepciones sobre la realidad latinoamericana son, por lo general, un poco más favorables, también se exhiben desventajas respecto a la disponibilidad de personal, el dominio de idiomas extranjeros y la legislación laboral específica**

en servicios, como también otros mecanismos fiscales de aliento a las exportaciones en general. En términos comparativos, en Colombia hay una mayor valoración de prácticamente todas las políticas.

## CONCLUSIONES Y ALGUNOS LINEAMIENTOS DE POLÍTICA

Más allá de que, como antes señalamos, la encuesta realizada no es representativa del universo de empresas exportadoras de servicios de Latinoamérica, el trabajo efectuado en esta oportunidad permite recopilar valiosa información sobre algunas percepciones generales de dicho segmento empresarial acerca de sus fortalezas y debilidades competitivas, además del grado de eficacia de las políticas de estímulo vigentes en la región. A partir de esta base, a continuación se despliegan algunos lineamientos de políticas para promover el desarrollo de las exportaciones de servicios en América Latina.

Una primera cuestión a tener en cuenta es que el diseño de las políticas de desarrollo de exportaciones de servicios no debiera encararse a partir de la implementación de un puñado de mecanismos de promoción aislados, sino sobre la base de una estrategia coherente e integrada con horizonte a mediano-largo plazo. En este sentido, las firmas latinoamericanas encuestadas destacan como factores determinantes de la competitividad internacional en las actividades de servicios a la construcción de una “imagen país” sólida, al igual que las propias políticas de fomento de las exportaciones y las inversiones. A su vez, tanto en términos de “marca país” como de promoción de exportaciones, la posición de los países de Latinoamérica no pareciera ser muy distante de la de sus competidores, sumado a que se habrían cosechado ciertos progresos en estas áreas en los últimos años. En cambio, las empresas perciben que todavía hay un margen de me-



jora bastante más amplio en el ámbito de la promoción de inversiones, lo cual no es un tema menor, ya que una de las formas con que cuentan los países de la región para promover la internacionalización y las exportaciones de las actividades de servicios consiste en la atracción de IED por parte de firmas transnacionales que ya vienen operando en estos sectores.

En línea con lo anterior, resulta necesario remover obstáculos y potenciar el desarrollo de factores clave en cualquier estrategia de promoción de los sectores de servicios. Según surge tanto de la literatura internacional como de la evidencia de la encuesta aquí analizada, los recursos humanos juegan un papel sobresaliente en la competitividad de las actividades de servicios, por lo que las limitaciones halladas al respecto debieran encararse de forma prioritaria si se

pretende incrementar las exportaciones de servicios. En este sentido, el costo laboral representa un problema importante, ya que no sólo los países de la región manifiestan estar en una posición desventajosa con respecto a otros competidores, sino que esta situación habría incluso empeorado en los últimos años. De todos modos, está claro que a largo plazo competir vía costos no es una estrategia razonable, al menos para las economías en donde el sector de servicios ha alcanzado mayor grado de desarrollo.

Esto conduce a la necesidad de enfatizar en otros aspectos relativos al capital humano. Si bien en materia de calidad (educativa/experiencia) las percepciones sobre la realidad latinoamericana son, por lo general, un poco más favorables, también se exhiben desventajas respecto a la disponibilidad de personal, el dominio de idiomas >>

» extranjeros y la legislación laboral específica. El desafío consiste en incrementar la oferta de personal calificado para las actividades de servicios, garantizando los estándares de calidad ya cosechados y sumando, además, otras calificaciones específicas (manejo de idiomas, nuevas capacidades según el segmento, etc.), de forma tal de aliviar los “cuellos de botella” y el frecuente exceso de demanda en estos mercados de factores, los cuales no hacen más que impulsar hacia arriba los costos salariales.

Otro aspecto que sobresale a partir de la encuesta empresarial, en línea con la evidencia internacional mencionada antes en el artículo, es la elevada importancia asignada a la calidad de la infraestructura en comunicaciones como determinante de la competitividad en servicios. Las firmas latinoamericanas juzgan que dicha infraes-

tructura presenta una calidad inferior en sus países que en las naciones competidoras y que prácticamente no ha evidenciado mejoras en los últimos años. Respecto al costo de las telecomunicaciones, aunque de menor importancia relativa, las percepciones son desfavorables tanto sobre su posicionamiento internacional como sobre su evolución reciente. Se trata evidentemente de otra área en la que se requieren progresos, considerando además que una infraestructura moderna y competitiva en términos de costos en el área telecomunicaciones es un requisito no sólo para la competitividad de los sectores de servicios, sino en general para generar mejoras en la productividad de las economías y la calidad de vida de las personas.

La relativa escasez de fuentes de financiamiento, los costos de estas y las dificultades que se enfrentan para acceder a las pocas

líneas disponibles también preocupan en buena medida a las firmas latinoamericanas de servicios. En particular, las empresas encuestadas se mostraron muy críticas sobre la situación en sus países en comparación con otros competidores, lo que demuestra que en esta área todavía hay importantes márgenes de mejora. Al margen de las líneas de capital de riesgo y los mecanismos tradicionales de incentivos o asistencia financiera, debiera pensarse en desarrollar nuevas fuentes de financiamiento (y garantías) específicas para fomentar la internacionalización de las empresas o la exportación de servicios.

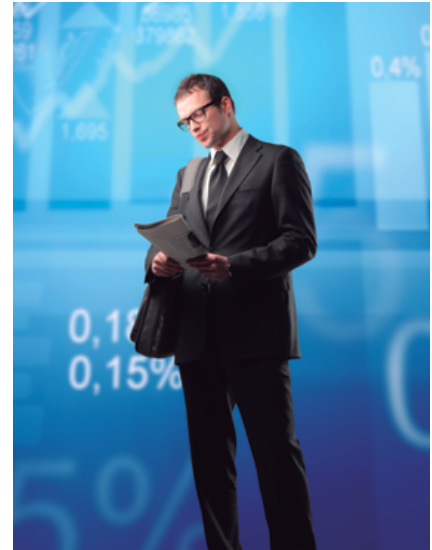
Por otro lado, es preciso también intervenir sobre aquellos determinantes po-

lítico-institucionales que, al igual que en la literatura internacional, aquí resultan importantes. Si nos enfocamos en la encuesta, los factores más relevantes serían los acuerdos internacionales de doble tributación, la legislación de protección de la propiedad intelectual y los acuerdos comerciales con otros países; más atrás aparecen los tratados internacionales de protección de inversiones. Asimismo, las firmas latinoamericanas manifiestan que, en términos de posicionamiento con respecto a la competencia, existen espacios de mejora en la región en los tratados de doble tributación, como así también en materia de acuerdos bilaterales de protección de IED (al igual que de políticas de promoción de inversiones, como mencionamos anteriormente).

También es clave asistir y acompañar a las firmas locales en el desarrollo de exportaciones, puesto que, al margen de las cualidades técnicas de las empresas de servicios latinoamericanas, resulta imperioso trabajar sobre aquellas posibles debilidades en términos de estrategias de negocio y comercialización. En este sentido, las firmas encuestadas consideran de gran importancia al soporte público para la realización de misiones de negocios en el exterior, así como al asesoramiento y acompañamiento recibido por parte de los organismos estatales para la generación de exportaciones.

Otras políticas de alta relevancia son los incentivos tributarios específicos para la exportación de servicios y los beneficios fiscales otorgados para la inversión en estos sectores; más atrás aparecen los incentivos generales a la exportación e inversiones (aquellos que no se circunscriben únicamente al plano de los servicios y que muchas veces los abarcan como una simple extensión de medidas pensadas originalmente para los segmentos industriales). A esto podría asociarse la menor valoración que buena parte de las empresas latinoamericanas suelen realizar sobre los regímenes de Zonas





Francas o similares. Debería apuntarse, entonces, hacia una mayor “customización” del abanico de incentivos, como así también de los servicios de las agencias de promoción, a las realidades puntuales de las firmas de servicios. Por ejemplo, una política que las empresas latinoamericanas valoran fuertemente son los incentivos para la capacitación de personal, teniendo en cuenta el rol central del capital humano que se ha destacado a lo largo del artículo (y que se condice con los hallazgos de otros trabajos).

A modo de cierre, hay que resaltar que la conformación de una estrategia para promover exportaciones de servicios y atraer inversiones en dichos sectores es una tarea que cuenta con varios grados de libertad. Existen pocas cuestiones en las que no se pueda innovar y generar incluso nuevas tendencias institucionales. Recordemos además que se trata de un fenómeno relativamente nuevo y en constante transformación. Sin embargo, es posible extraer una serie de lineamientos de políticas públicas en función de evidencia exploratoria sobre las opiniones de las mismas firmas a las que dichas medidas deberían dirigirse. La aplicación práctica

de estas sugerencias quedará supeditada, en última instancia, a las múltiples realidades los países de la región, para lo cual este trabajo debiera ser complementado con nuevos relevamientos en profundidad en cada caso. Obviamente, otro paso que podría darse a futuro consiste en delimitar un universo más claro de las empresas latinoamericanas exportadoras de servicios y poder extraer una muestra (y encuesta) representativa de estas, lo que sería de suma utilidad para contrastar los resultados analizados en este artículo.

**NOTA:** Los autores agradecen los valiosos comentarios recibidos de parte de dos evaluadores anónimos. Como es usual, los errores remanentes son de nuestra exclusiva responsabilidad.

### Referencias Bibliográficas

Albrieu, R., Arza V., Fanelli J., López A. y Vázquez C. (2010). *Overcoming barriers to investment and financing in Argentina*. Documento de proyecto, CEDES-CENIT, Buenos Aires.

Arora, A. y Bagde, S. (2011). Private investment in human capital and Industrial development: The case of the Indian software industry. En K. Dastidar, H. Mukhopadhyay y U. Sinha (eds.), *Dimen-*

*sions of Economic Theory and Policy: Essays for Anjan Mukherji*. Oxford: Oxford University Press.

Baldwin, R. (2011). *Trade and industrialization after globalization's 2nd unbundling: how building and joining a supply chain are different and why it matters*. NBER Working Paper No. 17716. National Bureau of Economic Research.

Barrantes, R., Jordán, V. y Rojas, F. (2013). La evolución del paradigma digital en América Latina. En V. Jordán, H. Galperin y W. Peres (eds.), *Banda ancha en América Latina: más allá de la conectividad*. Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.

Bianco C. (2007). *¿De qué hablamos cuando hablamos de competitividad?*. Documento de Trabajo No. 31, Centro Redes, Buenos Aires.

Bunyaratavej, K., Hahn, E. y Doh, J. (2007). International offshoring of services: A parity study. *Journal of International Management*, 13 (1).

Capik, P. y Drahokoupil, J. (2011). Foreign Direct Investments in Business Services: Transforming the Visegrád Four Region into a Knowledge-based Economy?. *European Planning Studies*, 19 (9).

Castellacci, F. (2010). The internationalization of firms in the service industries: Channels, determinants and sectoral patterns. *Technological Forecasting and Social Change*, 77 (3).

Ceglowski, J. (2006). Does gravity matter in a service economy?. *Review of World Economics*, 142 (2).

Conti, G., Turco, A. y Maggioni, D. (2010). ➤

- » Exporters in Services: New evidence from Italian firms. *Applied Economics Quarterly*, 56 (1).
- Cuadrado, J., Rubalcaba, L. y Bryson, J. (eds.) (2002). *Trading services in the global economy*, Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Chudnovsky, D. y Porta, F. (1990). *La competitividad internacional. Principales cuestiones conceptuales y metodológicas*. Documento de Trabajo No. 3, CENIT, Buenos Aires.
- Di Meglio, G., Gallego, J., Maroto, A. y Savona, M. (2015). *Services in Developing Economies: A New Chance for Catching-Up?*. SPRU Working Paper Series No. 2015-32. Science Policy Research Unit (SPRU), University of Sussex, UK.
- Doh, J., Bunyaratavej, K. y Hahn, E. (2008). Separable but not equal: The location determinants of discrete services offshoring activities. *Journal of International Business Studies*, 40 (6).
- Eichengreen, B. y Gupta, P. (2012). *The Real Exchange Rate and Export Growth: Are Services Different?*. MPRA Paper No. 43358. Munich Personal RePEc Archive.
- Gereffi, G., Castillo, M. y Fernández-Stark, K. (2009). *The Offshore Services Industry: A New Opportunity for Latin America*. Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University.
- Goswami, A. G., Gupta, P., Mattoo, A. y Saez, S. (2012). Service exports: are the drivers different for developing countries?. En A. Goswami, A. Mattoo y S. Saez (eds.), *Exporting services: a developing country perspective*. Washington DC: World Bank.
- Grossman, G. y Rossi-Hansberg, E. (2008). Trading Tasks: A Simple Theory of Offshoring. *The American Economic Review*, 98 (5).
- Guerrieri, P. y Meliciani, V. (2005). Technology and international competitiveness: The interdependence between manufacturing and producer services. *Structural Change and Economic Dynamics*, 16 (4).
- Hernández, R., Mulder, N., Fernández-Stark, K., Sauvé, P., López, D. y Muñoz, F. (eds.) (2014). *Latin America's emergence in global services: A new driver of structural change in the region?*. Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.
- Jensen, P. y Pedersen, T. (2012). Offshoring and international competitiveness: antecedents of offshoring advanced tasks. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (2).
- Kandilov, I. y Grennes, T. (2010). The determinants of service exports from Central and Eastern Europe. *Economics of Transition*, 18 (4).
- Kim, Y., Yoon, S. y Lee, K. (2012). International Competitiveness of Korea Service Industry. *American Journal of Applied Sciences*, 9 (3).
- Kimura, F. y Lee, H. (2006). The gravity equation in international trade in services. *Review of World Economics*, 142 (1).
- Kolstad, E. y Villanger, I. (2007). Determinants of Foreign Direct Investment in Services. *European Journal of Political Economy*, 24 (2).
- Liu, R., Feils, D. y Scholnick, B. (2011). Why Are Different Services Outsourced to Different Countries?. *Journal of International Business Studies*, 42.
- López, A., Niembro, A. y Ramos, D. (2011). Cadenas globales de valor en el sector servicios: estrategias empresarias e inserción de los países de América Latina. *Integración y Comercio*, 32 (Enero-Junio).
- López, A., Niembro, A. y Ramos, D. (2014). La competitividad de América Latina en el comercio de servicios basados en el conocimiento. *Revista de la CEPAL*, 113.
- López, A. y Ramos, D. (eds.) (2010). *La exportación de servicios en América Latina: los casos de Argentina, Brasil y México*. Montevideo, Uruguay: Red MERCOSUR de Investigaciones Económicas.
- López, A. y Ramos, D. (2013). ¿Pueden los servicios intensivos en conocimiento ser un nuevo motor de crecimiento en América Latina?. *CTS - Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad*, 24 (8).
- Miles, I., Kastrinos, N., Bilderbeek, R., Den Hertog, P., Flanagan, K., Huntink, W. y Bouman, M. (1995). *Knowledge-intensive business services: users, carriers and sources of innovation*. Bruselas: Comisión Europea.
- Mulder, N., Sáez, S., de Camino, C. y Finot, A. (2007). Trade in services in Latin America and the Caribbean: an Analysis of Recent Trends. *Serie Comercio Internacional* (84). Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.
- Nefussi, B. y Schwellnus, C. (2010). Does FDI in manufacturing cause FDI in business services? Evidence from French firm level data. *Canadian Journal of Economics*, 43 (1).
- Nyahoho, E. (2010). Determinants of Comparative Advantage in the International Trade of Services: An Empirical Study of the Heckscher-Ohlin Approach. *Global Economy Journal*, 10 (1).
- ORBA. (2012). *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe*, 2012. Santiago de Chile: Observatorio Regional de Banda Ancha (ORBA), CEPAL, Naciones Unidas.
- Popescu, N. y Tachiciu, L. (2006). Research and Development as a Determinant of Services Sector Competitiveness. *Journal for Economic Forecasting*, 3 (4).
- Py, L. y Hatem, F. (2009). Where do Multinationals Locate Service and Manufacturing Activities in Europe and Why?. *Economie et Statistique*, 426.
- Ramasamy, B. y Yeung, M. (2010). The Determinants of Foreign Direct Investment in Services. *The World Economy*, 33 (4).
- Rubalcaba, L. y Maroto, A. (2007). La internacionalización de los servicios y factores determinantes de su comercio en España. *Información Comercial Española - Revista de Economía*, 838.
- Rubalcaba, L., Di Meglio, G., Visintin, S., Maroto, A. y Gallego, J. (2008). *The competitiveness of european services*. Documento de Trabajo No. 1-2008, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, Universidad de Alcalá.
- Seo, H., Lee, Y. y Kim, H. (2012). The determinants of export market performance in Organization for Economic Co-operation and Development service industries. *The Service Industries Journal*, 32 (8).
- Visintin, S., Di Meglio, G., Rubalcaba, L. y Cuadrado, J. (2008). Competitividad y comercio internacional de servicios en España. *Papeles de economía española*, 116.
- Walsh, J. y Yu, J. (2010). Determinants of foreign direct investment: A sectoral and institutional approach. IMF Working Paper WP/10/187. International Monetary Fund.
- Walsh, K. (2006). *Trade in Services: Does Gravity Hold? A Gravity Model Approach to Estimating Barriers to Services Trade*. Discussion Paper No.183. Institute for International Integration Studies. 

## ANEXOS

**Tabla A1: Ranking (y valor promedio) de importancia de determinantes, a nivel general y en algunos países particulares (ordenado por promedio general\*)**

	TOTAL		ARG		CHI		COL		MEX		URU	
	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)
Disponibilidad de recursos humanos	1	2,78	2	2,69	1	2,69	1	2,82	2	2,78	1	2,90
Calidad (educativa/experiencia) de los recursos humanos	2	2,70	1	2,71	3	2,62	2	2,82	3	2,78	4	2,57
Calidad de la infraestructura de comunicaciones	3	2,65	11	2,44	12	2,31	3	2,75	1	2,89	2	2,71
Costo laboral	4	2,50	12	2,43	4	2,54	9	2,48	6	2,52	3	2,65
Acuerdos internacionales de doble tributación	5	2,49	13	2,40	2	2,69	4	2,68	10	2,48	9	2,38
Protección de la propiedad intelectual	6	2,46	16	2,33	17	2,15	8	2,54	4	2,78	14	2,21
Imagen / "Marca" (del) país	7	2,46	10	2,46	11	2,31	7	2,54	14	2,41	10	2,38
Presión tributaria	8	2,44	7	2,50	6	2,46	13	2,29	15	2,41	7	2,43
Políticas de promoción de exportaciones (en general)	9	2,44	3	2,58	7	2,38	10	2,46	17	2,33	19	1,95
Acuerdos comerciales con otros países	10	2,40	15	2,38	5	2,54	6	2,56	11	2,48	16	2,05
Políticas de promoción de inversiones (en general)	11	2,39	8	2,50	14	2,23	11	2,36	16	2,37	15	2,14
Contexto macroeconómico	12	2,38	6	2,52	8	2,38	14	2,29	19	2,26	8	2,43
Costo del crédito	13	2,37	5	2,56	10	2,31	15	2,25	12	2,48	25	1,76
Calidad institucional	14	2,37	14	2,40	16	2,15	20	2,18	9	2,52	6	2,48
Tipo de cambio	15	2,35	4	2,57	18	2,08	17	2,21	22	2,22	12	2,33
Dominio de idiomas extranjeros	16	2,33	18	2,22	22	1,77	5	2,61	5	2,52	13	2,29
Legislación laboral	17	2,28	21	2,06	13	2,31	16	2,21	7	2,52	5	2,53
Acceso al crédito	18	2,27	9	2,50	15	2,15	19	2,18	20	2,26	26	1,71
Costo la infraestructura de comunicaciones	19	2,25	20	2,06	19	2,08	18	2,21	8	2,52	11	2,33
Acuerdos internacionales de protección de inversiones	20	2,23	19	2,14	9	2,38	12	2,32	18	2,26	17	2,00
Acceso y costo de hardware y otros bienes de capital	21	2,23	17	2,24	20	1,92	21	2,18	13	2,44	21	1,86
Calidad de otra infraestructura	22	2,01	22	1,88	24	1,69	23	1,93	21	2,26	18	2,00
Costo de otra infraestructura	23	1,93	24	1,86	25	1,62	25	1,79	25	2,07	20	1,95
Afinidad cultural	24	1,91	23	1,88	23	1,77	24	1,79	24	2,07	23	1,86
Legislación sobre migraciones y movimientos de personal	25	1,91	25	1,73	21	1,85	22	2,11	23	2,11	22	1,86
Huso horario	26	1,65	26	1,48	26	1,54	26	1,68	26	1,74	24	1,85

(\*) Promedio según la escala: Poco importante = 1; Importante = 2; Muy importante = 3.

**Tabla A2: Ranking (y valor promedio) de posicionamiento en determinantes, a nivel general y en algunos países particulares (ordenado por promedio general\*)**

	TOTAL		ARG		CHI		COL		MEX		URU	
	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)
Afinidad cultural	1	0,19	1	0,20	19	-0,08	3	0,11	2	0,26	2	0,38
Huso horario	2	0,12	4	0,04	18	0,00	2	0,14	1	0,30	7	0,15
Calidad (educativa/experiencia) de los recursos humanos	3	-0,09	2	0,20	20	-0,08	12	-0,18	14	-0,19	5	0,24
Imagen / "Marca" (del) país	4	-0,12	10	-0,35	10	0,23	10	-0,14	8	-0,07	3	0,25
Calidad institucional	5	-0,12	14	-0,40	2	0,62	9	-0,14	11	-0,15	1	0,65
Acuerdos comerciales con otros países	6	-0,13	7	-0,31	1	0,77	18	-0,33	3	0,11	15	-0,14
Contexto macroeconómico	7	-0,15	24	-0,73	9	0,25	1	0,15	7	-0,07	4	0,24
Protección de la propiedad intelectual	8	-0,19	6	-0,24	21	-0,08	15	-0,21	12	-0,15	8	0,15
Políticas de promoción de exportaciones (en general)	9	-0,20	12	-0,39	8	0,31	5	0,00	9	-0,11	10	0,05
Tipo de cambio	10	-0,23	19	-0,60	12	0,23	17	-0,26	5	-0,04	19	-0,29
Disponibilidad de recursos humanos	11	-0,24	3	0,08	23	-0,31	16	-0,25	16	0,26	24	-0,38
Legislación sobre migraciones y movimientos de personal	12	-0,24	8	-0,31	16	0,08	24	-0,48	15	-0,22	11	0,00
Acuerdos internacionales de doble tributación	13	-0,27	15	-0,42	3	0,62	20	-0,46	6	-0,04	21	-0,30
Calidad de la infraestructura de comunicaciones	14	-0,27	11	-0,39	4	0,54	4	0,04	24	-0,70	13	-0,05
Políticas de promoción de inversiones (en general)	15	-0,29	21	-0,69	17	0,08	13	-0,19	10	-0,11	9	0,10
Dominio de idiomas extranjeros	16	-0,29	5	-0,10	25	-0,46	26	-0,61	18	-0,33	6	0,19
Costo la infraestructura de comunicaciones	17	-0,32	9	-0,33	5	0,38	8	-0,11	25	-0,70	17	-0,24
Acuerdos internacionales de protección de inversiones	18	-0,32	17	-0,50	7	0,33	21	-0,46	13	-0,15	14	-0,10
Costo laboral	19	-0,32	13	-0,40	26	-0,77	7	-0,07	4	0,07	26	-0,76
Calidad de otra infraestructura	20	-0,34	16	-0,47	6	0,38	14	-0,21	21	-0,52	18	-0,26
Costo de otra infraestructura	21	-0,34	18	-0,53	11	0,23	6	-0,04	20	-0,46	25	-0,40
Acceso y costo de hardware y otros bienes de capital	22	-0,34	23	-0,73	13	0,15	11	-0,15	17	-0,33	12	0,00
Legislación laboral	23	-0,45	20	-0,62	22	-0,23	22	-0,46	19	-0,41	16	-0,14
Presión tributaria	24	-0,48	22	-0,72	24	-0,31	23	-0,46	23	-0,56	20	-0,29
Acceso al crédito	25	-0,52	25	-0,84	14	0,15	19	-0,39	22	-0,56	22	-0,32
Costo del crédito	26	-0,65	26	-0,90	15	0,15	25	-0,61	26	-0,70	23	-0,33
<b>PROMEDIO GENERAL</b>		<b>-0,25</b>		<b>-0,40</b>		<b>0,12</b>		<b>-0,22</b>		<b>-0,23</b>		<b>-0,06</b>

(\*) Promedio según la escala: En desventaja = -1; Igualdad = 0; Con ventaja = 1.

**Tabla A3: Ranking (y valor promedio) de evolución en determinantes, a nivel general y en algunos países particulares (ordenado por promedio general\*)**

	TOTAL		ARG		CHI		COL		MEX		URU	
	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)
Acuerdos comerciales con otros países	1	0,24	7	-0,12	2	0,46	1	0,63	1	0,48	6	0,16
Políticas de promoción de exportaciones (en general)	2	0,23	1	0,02	5	0,23	3	0,37	3	0,33	2	0,43
Imagen / "Marca" (del) país	3	0,20	12	-0,27	8	0,23	2	0,59	2	0,33	1	0,50
Dominio de idiomas extranjeros	4	0,16	2	0,00	6	0,23	5	0,29	4	0,33	13	0,00
Acuerdos internacionales de doble tributación	5	0,11	10	-0,18	7	0,23	4	0,35	7	0,26	4	0,32
Afinidad cultural	6	0,05	6	-0,08	11	0,15	15	0,00	10	0,19	17	-0,10
Políticas de promoción de inversiones (en general)	7	0,03	13	-0,30	22	-0,15	6	0,26	5	0,30	3	0,33
Acuerdos internacionales de protección de inversiones	8	0,03	11	-0,24	13	0,15	8	0,19	8	0,26	8	0,10
Protección de la propiedad intelectual	9	0,01	5	-0,06	21	-0,15	18	-0,04	12	0,19	10	0,05
Legislación sobre migraciones y movimientos de personal	10	0,01	8	-0,12	12	0,15	11	0,07	16	0,04	7	0,16
Huso horario	11	0,01	3	-0,02	18	0,00	14	0,04	14	0,07	14	-0,05
Calidad de la infraestructura de comunicaciones	12	0,01	20	-0,56	1	0,69	9	0,11	18	-0,04	5	0,29
Disponibilidad de recursos humanos	13	-0,01	4	-0,04	23	-0,31	10	0,11	6	0,30	23	-0,52
Calidad (educativa/experiencia) de los recursos humanos	14	-0,05	9	-0,14	15	0,08	16	-0,04	11	0,19	22	-0,38
Calidad institucional	15	-0,09	15	-0,38	14	0,15	13	0,04	9	0,19	16	-0,10
Calidad de otra infraestructura	16	-0,12	17	-0,54	3	0,46	19	-0,07	19	-0,04	15	-0,05
Contexto macroeconómico	17	-0,13	21	-0,58	16	0,08	7	0,24	22	-0,15	18	-0,10
Acceso y costo de hardware y otros bienes de capital	18	-0,15	22	-0,64	10	0,23	12	0,04	13	0,07	11	0,05
Acceso al crédito	19	-0,16	19	-0,55	9	0,23	21	-0,07	17	0,04	9	0,10
Costo la infraestructura de comunicaciones	20	-0,17	18	-0,54	4	0,38	20	-0,07	20	-0,15	19	-0,19
Legislación laboral	21	-0,18	14	-0,31	24	-0,38	17	-0,04	15	0,07	20	-0,33
Tipo de cambio	22	-0,30	16	-0,48	20	-0,08	23	-0,15	25	-0,31	24	-0,60
Costo de otra infraestructura	23	-0,32	23	-0,68	17	0,08	24	-0,26	21	-0,15	21	-0,35
Costo del crédito	24	-0,37	25	-0,75	19	0,00	26	-0,44	24	-0,22	12	0,05
Costo laboral	25	-0,51	24	-0,71	26	-0,85	22	-0,14	23	-0,22	26	-0,86
Presión tributaria	26	-0,55	26	-0,78	25	-0,62	25	-0,41	26	-0,37	25	-0,62
<b>PROMEDIO GENERAL</b>		<b>-0,08</b>		<b>-0,35</b>		<b>0,07</b>		<b>0,06</b>		<b>0,08</b>		<b>-0,07</b>

(\*) Promedio según la escala: Empeoró = -1; Se mantuvo igual = 0; Mejoró = 1.

**Tabla A4: Ranking (y valor promedio) de importancia de las políticas públicas, a nivel general y en algunos países particulares (ordenado por promedio general\*)**

	TOTAL		ARG		CHI		COL		MEX		URU	
	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)	Rank	Valor (prom)
Apoyo para realizar misiones de negocios en el extranjero	1	2,71	5	2,52	1	2,77	1	2,93	1	2,81	1	2,52
Incentivos tributarios a la exportación de servicios (en particular)	2	2,66	1	2,65	2	2,75	4	2,81	5	2,63	2	2,50
Incentivos para la capacitación de personal en la empresa	3	2,61	7	2,44	6	2,62	2	2,93	12	2,56	5	2,48
Incentivos tributarios a la inversión en el sector servicios (en particular)	4	2,60	2	2,54	3	2,69	5	2,74	6	2,63	3	2,50
Asesoramiento/acompañamiento para el fomento de exportaciones	5	2,54	12	2,33	10	2,46	3	2,89	4	2,63	8	2,35
Incentivos financieros y/o asistencia financiera	6	2,52	6	2,52	7	2,54	8	2,63	10	2,59	15	2,10
Incentivos tributarios a la inversión (en general)	7	2,51	8	2,44	5	2,69	9	2,56	3	2,67	9	2,33
Incentivos tributarios a la exportación (en general)	8	2,51	4	2,53	4	2,69	6	2,74	13	2,52	17	2,00
Incentivos específicamente sectoriales (ej. sólo para SSI)	9	2,48	11	2,35	13	2,31	10	2,56	2	2,70	10	2,26
Mecanismos específicos de contratación laboral	10	2,41	3	2,54	14	2,23	13	2,44	16	2,15	4	2,50
Apoyo para acceder a certificaciones de calidad	11	2,40	13	2,32	11	2,38	16	2,37	9	2,63	16	2,05
Libre importación de equipos y bienes de capital	12	2,39	9	2,44	12	2,31	12	2,52	15	2,33	7	2,40
Asesoramiento/acompañamiento para el fomento de inversiones	13	2,39	14	2,16	16	2,15	7	2,73	7	2,63	13	2,14
Acceso a infraestructura en condiciones preferenciales	14	2,39	10	2,37	15	2,23	14	2,41	14	2,46	11	2,22
Esquemas de venture capital (capital de riesgo)	15	2,36	16	2,08	9	2,54	11	2,54	8	2,63	14	2,10
Desarrollo de parques tecnológicos	16	2,35	15	2,12	8	2,54	15	2,37	11	2,59	12	2,16
Régimen de Zonas Francas o similar (Zonas Especiales, etc)	17	2,02	17	1,94	17	1,62	17	2,00	17	1,85	6	2,45

(\*) Promedio según la escala: Poco importante = 1; Importante = 2; Muy importante = 3.