

“Cadenas Globales de Valor de servicios:  
una oportunidad para diversificar la  
estructura exportadora argentina?”

---

Daniela Ramos (CENIT-UBA)

Fundación Standard Bank, Buenos Aires,  
31 de julio de 2012



# Resumen de la presentación

---

- Las preguntas
- Las tendencias globales
- Los factores de competitividad
- La posición de la Argentina
- América Latina en el mercado de servicios



# Las preguntas

---

- ¿Qué transformaciones han ocurrido en el comercio de servicios a escala global?
- ¿Hay oportunidades para países como la Argentina en este nuevo escenario?
- Si las hay, ¿qué condiciones se requieren para aprovecharlas?



## Se comercian más servicios y hay más servicios transables que en el pasado

---

- Motivaciones:
  - Presiones para bajar costos y ganar flexibilidad
  - Rapidez de llegada al mercado
  - Insuficiencia de mano de obra calificada en los países desarrollados
  - Reorganizaciones corporativas (tercerización, concentración en *core business*, reestructuración en divisiones especializadas funcionalmente).
- Oportunidades y soportes
  - Difusión de las TICs
  - Liberalizaciones uni o multilaterales
  - Integración a la economía global de países con enormes reservas de mano de obra (e.g. China e India).

## Nuevos sectores exportadores de servicios

Servicios Empresariales/ <i>Business Process Outsourcing</i>	Servicios de Salud	Industrias Creativas	Informática	Otros servicios
Contabilidad y finanzas	Turismo médico	Industrias audiovisuales (cine y TV)	Desarrollo de Software	Educación
Desarrollo de procesos y <i>Management</i>	Ensayos Clínicos	Publicidad	Consultoría y servicios informáticos	I+D, desarrollo de productos
RRHH	Telemedicina	Industrias de contenidos	Gestión, integración y mantenimiento de aplicaciones	Ingeniería y construcción
<i>Call Centres, Contact Centres, Customer Relations Management</i>	Telediagnóstico	Arquitectura	Infraestructura y redes	<i>Knowledge Process Outsourcing</i> (investigación de mercado y financiera, servicios legales, etc.)
Otros servicios de <i>back office</i>	Interpretación de análisis y prácticas médicas	Diseño	Videojuegos, animación y simulación	Servicios financieros
Centros de Servicios Compartidos (CSC)				

Fuente: elaboración propia.

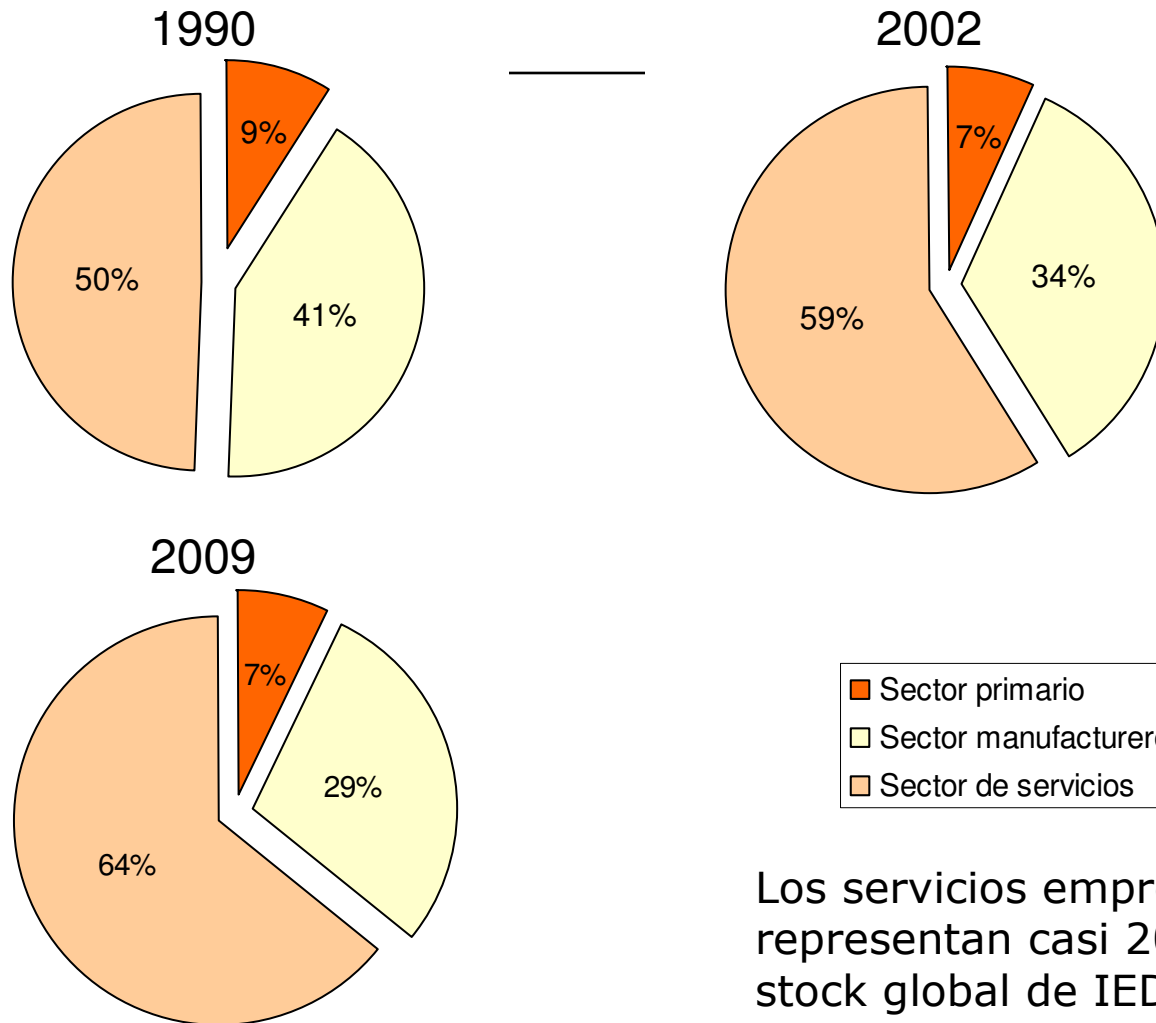


## Algunas tendencias del comercio de servicios

---

- Mayor crecimiento de exportaciones de “nuevos sectores exportadores de servicios” frente a servicios tradicionales y bienes (y menor impacto de la crisis en los primeros) →
  - Estimaciones de crecimiento sostenido en próximos años para el sector de servicios globales →
  - Alta participación de los servicios empresariales + SSI en los proyectos *greenfield* de IED en servicios →
- Rol crucial del comercio intra-firma: América Latina no es la excepción →
- A diferencia del patrón mundial, el comercio de servicios de AMLAT está todavía muy concentrado en servicios tradicionales (especialmente, viajes) →

## Los servicios ganan peso también en la estructura de la IED (%)



Los servicios empresariales representan casi 20% del stock global de IED

Fuente: Elaboración propia en base a UNCTAD, WIR 2004 y 2011

# Composición de la IED en servicios

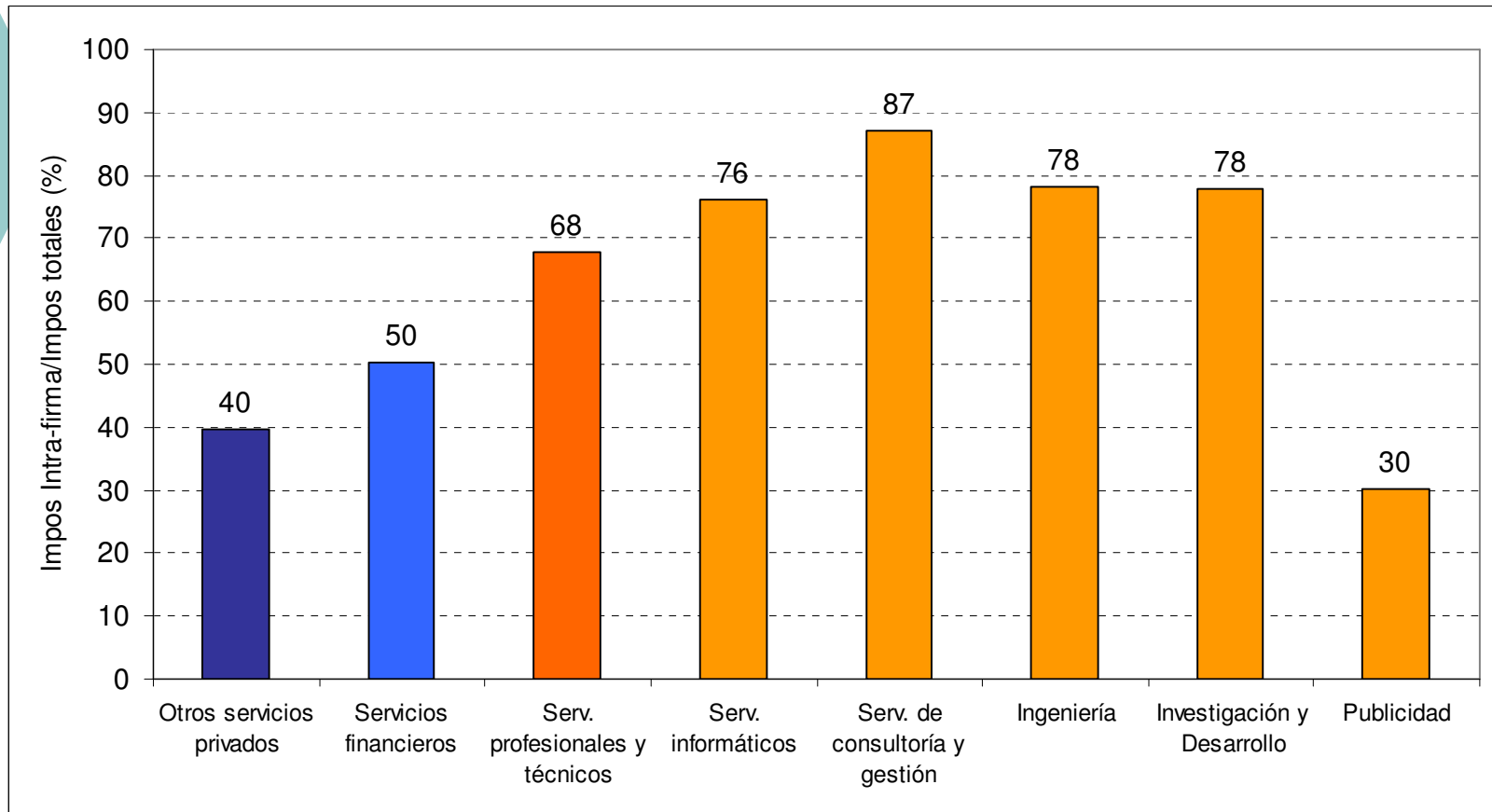
Stock estimado de IED mundial por sector, 1990 y 2004 (%)

	1990		2004	
	Millones de dólares	%	Millones de dólares	%
<b>IED total</b>	<b>1,775,921</b>	<b>100</b>	<b>9,477,090</b>	<b>100</b>
<b>Servicios</b>	<b>868,134</b>	<b>49</b>	<b>5,883,341</b>	<b>62</b>
Electricidad, gas y agua	9,205	1	216,012	2
Construcción	20,436	1	82,733	1
Comercio	211,445	12	1,049,533	11
Hoteles y restaurantes	23,300	1	82,401	1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	26,424	1	497,003	5
Servicios financieros	357,995	20	1,824,614	19
Servicios empresariales	117,747	7	1,531,728	16
Administración pública y defensa	55	0	11,495	0
Educación	87	0	592	0
Salud	914	0	11,090	0
Servicios sociales, personales y comunitarios	12,301	1	74,194	1
Otros servicios	70,378	4	138,776	1
Sin clasificar	17,847	1	363,170	4

Fuente: (UNCTAD, 2006).



## La relevancia del comercio intra-firma (datos de EEUU, 2009)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis



# Cadenas globales de valor en servicios

---

- Basadas en la fragmentación y la provisión remota a escala global
- Difusión masiva de las TICs
- Estandarización de los patrones de consumo a nivel global
- Aumento del nivel educativo en los PED
- Rol clave de las MNCs
- Surgieron originalmente en las manufacturas y se han extendido a los servicios a través de dos modalidades:
  - Industrias que tecerizan y deslocalizan actividades de servicios
  - Sectores de servicios que fragmentan sus propios procesos



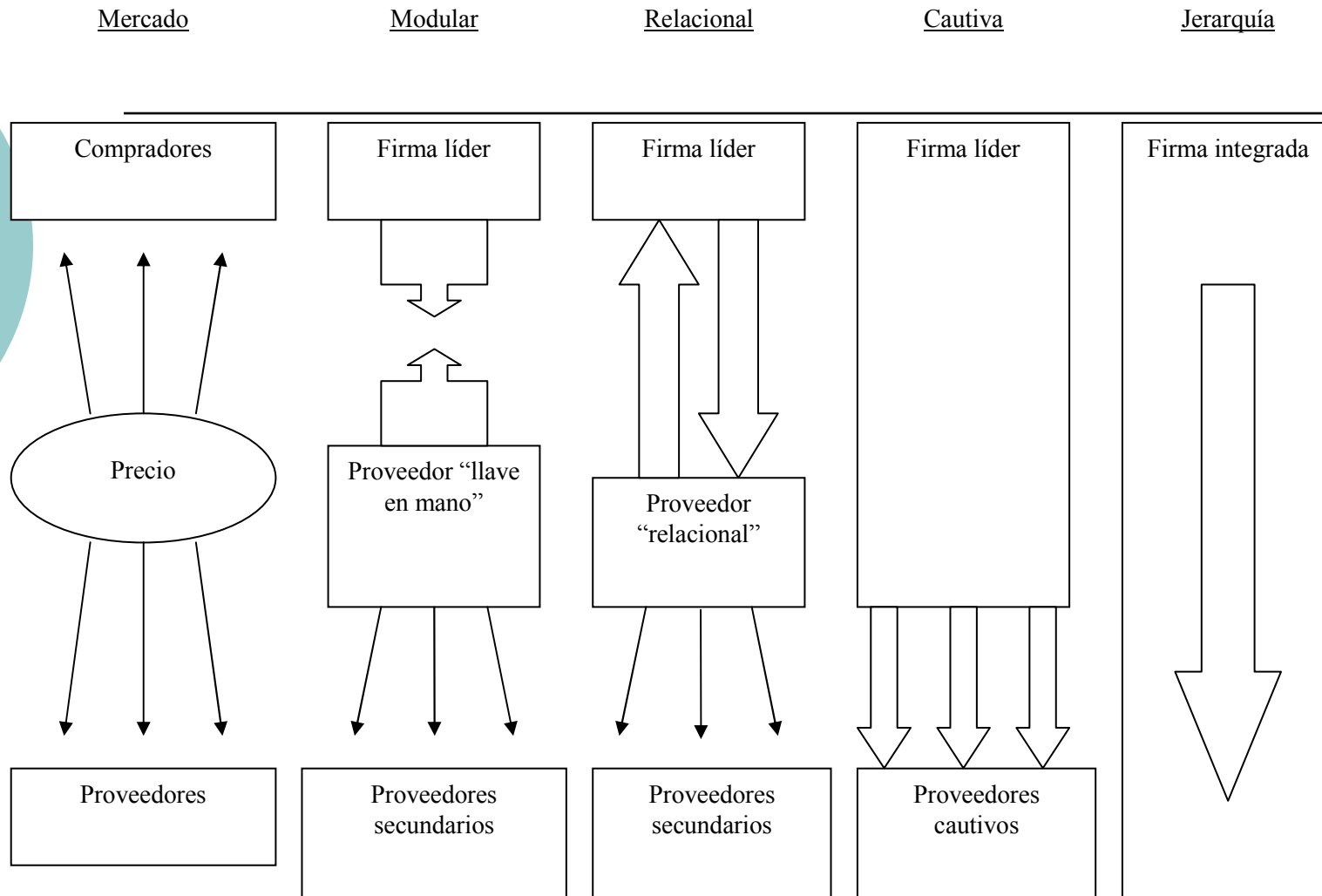
# Cadenas Globales de Valor

---

Principales drivers:

- Tradicional diferencial de salarios entre PED y PD
- Escasez de talento en los PD
- Aumento de la demanda de “knowledge workers”
- Necesidad de diversificar el riesgo geográfico
- Necesidad de prestar servicios 24x7

Las cadenas pueden ser “cautivas” (intrafirma) o “arms’ length” (y éstas pueden tener diversos tipos de modalidades contractuales)



Fuente: Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005)



# Por qué adoptan una u otra estructura de gobierno las CGV?

---

- Los distintos niveles de governance suponen distintos niveles de coordinación en la CGV
- Las estructuras de governance pueden cambiar en el tiempo.
- Las características de los productos (complejidad) influyen sobre el grado de fragmentación de una industria (Lall, 2004).
- Naturaleza estratégica o no del producto para la empresa líder de la CGV (Lall, 2004).
- En general, los modelos son más jerárquicos cuando los costos de internalizar las actividades son menores que los riesgos de sostener una relación cliente-proveedor. (Humphrey y Schmitz, 2000)
- Los riesgos de externalizar actividades también dependen de la calidad del ambiente contractual existente.
- Los PED en general participan en CGV con estructuras jerárquicas o cuasi-jerárquicas. En general quedan excluidos de sistemas de tipo *network*.



# Oportunidades de *Upgrading*

---

- Concepto difuso
- En qué medida se les abren a las empresas oportunidades para pasar a desarrollar actividades más complejas.
  - Producir más eficientemente (“*process upgrading*”)
  - Orientarse a productos con más valor unitario (“*product upgrading*”)
  - Realizar tareas que requieren mayores capacidades (“*functional upgrading*”)
  - Aplicar la competencia adquirida para desplazarse hacia otro sector (“*intersectoral upgrading*”)
- El *upgrading* debería alejar a las empresas de las actividades donde la competitividad depende de los bajos costos y existen bajas barreras a la entrada.
- No es un proceso automático



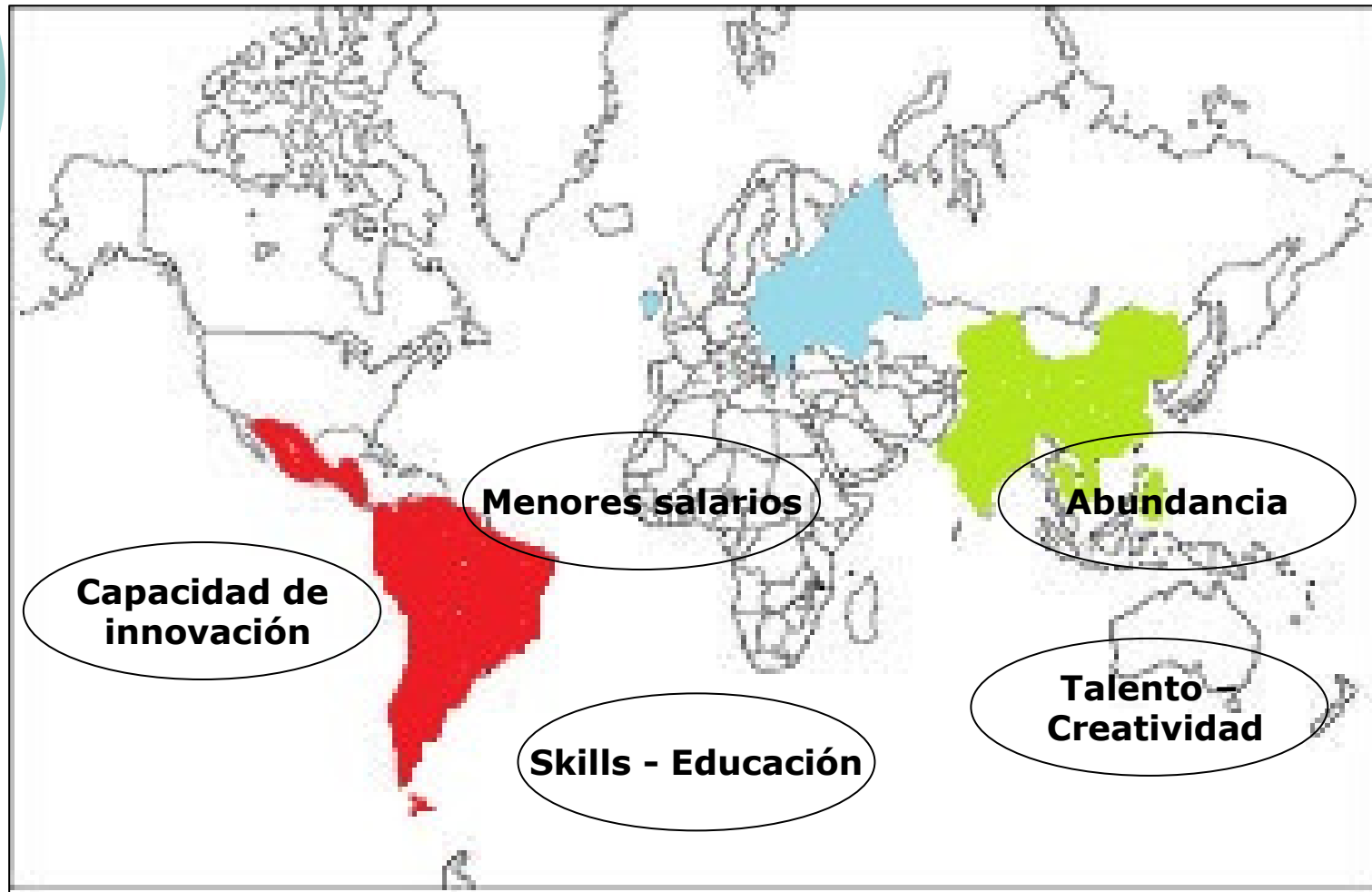
## Oportunidades de *Upgrading* (cont.)

---

- Hay distintas visiones:
  - Los líderes de la CGV pueden promover el upgrading en procesos, productos y funcional sobre las PYMES locales. Gereffi (1999)
  - Si la cadena es cuasijerárquica, puede haber upgrading en productos y procesos pero es más difícil que lo haya en funciones (Humprey y Schmitz, 2000).
  - Las redes son ideales para el upgrading pero este tipo de governance es la menos probable en los PED.

**Hay una oportunidad (y un desafío) para los PED**

## **Fragmentación–Deslocalización–Outsourcing**







# La dinámica y perspectiva de los mercados

---

- Pronósticos de triplicación del mercado de offshoring de servicios de aquí a 2020 (NASSCOM)
- Tres mercados principales
  - Information Technology Outsourcing
  - Business Process Outsourcing (mitad de este mercado es call y contact centers y otras actividades de atención al cliente, el resto contabilidad, finanzas, RRHH, etc.)
  - Knowledge Process Outsourcing –investigación de mercado, análisis financiero, servicios legales (es el que presenta mayores tasas de crecimiento, aunque es aún el más pequeño)
- Adicionalmente hay mercados verticales (audiovisuales, publicidad, salud/farmacéutica, ingeniería y construcciones, etc.)



# La dinámica y perspectiva de los mercados (II)

---

- No sólo se offshorizan funciones rutinarias, sino también actividades de I+D, desarrollo de productos, etc.
  - 90% de las 1000 mayores ET según gasto en I+D desarrollan esas actividades fuera de sus países de origen
  - El gasto en el exterior es 50% de su gasto total en la materia
- Los mercados de ITO y BPO están crecientemente concentrados y la competencia es cada vez más vía costos (commoditización-estandarización de prácticas-global delivery centers)
- El mercado de KPO genera
  - Empleos de mayor calidad y remuneración relativa
  - Mayores ingresos por empleado
  - Mayores posibilidades de derrames (mayor interacción cliente-proveedor)
  - Mejores posibilidades de supervivencia de empresas pequeñas basadas en creatividad e innovación
- En varios países emergentes empresas y gobiernos intentan avanzar hacia el mercado de KPO



# Compradores y vendedores

---

- Compradores: EEUU es el principal mercado (70%), seguido de Europa (20%)
- Vendedores: India capta alrededor de la mitad del mercado
- La participación de China es similar a la de América Latina
- Filipinas, junto con otros países del Este de Asia y de Europa son otros centros clave
- India y China atraen el grueso de las actividades de KPO, I+D y desarrollo de productos
  - Entre 2006 y 2008 la participación de esos países en las importaciones de EEUU de servicios de I+D pasó de 5,6 a 10,7%
- América Latina atrae más actividades rutinarias (competencia vía costos)



# Factores determinantes de la competitividad y la atracción de inversiones en los nuevos servicios

---


- Ventajas competitivas
  - Costos (fundamentalmente laborales)
  - Capital humano
  - Infraestructura TIC
  - Calidad institucional
  - Cercanía geográfica o cultural-Husos horarios (nearshore)
  - Idiomas (inglés, pero también otros hablados masivamente)



# El peso de los distintos factores difiere según el tipo de actividad

---

- Costos laborales menos relevantes para actividades más complejas (desarrollo de productos, I+D)
- El acceso a personal calificado es más importante para esas actividades
- La calidad institucional pesa más para servicios no rutinarios, complejos e interactivos
- Asia está atrayendo el grueso de las inversiones offshore en actividades “avanzadas” desde el punto de vista del conocimiento



## Muchos países han adoptado estrategias de promoción de la exportación de servicios

---

- Exenciones fiscales
- Exenciones sobre derechos de importación
- Subsidios directos
- Créditos preferenciales
- Provisión de infraestructura
- Zonas Francas
- Parques Tecnológicos
- Leyes de promoción sectorial
- Acuerdos de doble tributación



## Estas políticas también incluyen

---

- Medidas de promoción de la formación de capital humano (a nivel secundario, terciario y universitario):
  - Subsidios o deducciones para entrenamiento y capacitación
  - Programas de formación en perfiles laborales vacantes
  - Revisión de programas de estudio
  - Creación de nuevas carreras/áreas de especialización
  - Promoción del inglés
  - Programas de mejoramiento de la calidad educativa
  - Repatriación/atraccción de personal calificado
- Subsidios para I+D
- Subsidios para certificaciones de calidad



---

# La competitividad de América Latina en la exportación de servicios



# La competitividad de América Latina en el comercio de servicios

---

- ¿Qué dicen los rankings de las consultoras? →
  - Varios países y ciudades latinoamericanas en carrera
- ¿Qué dice el análisis de ventajas comparativas? →
  - Casos con importantes VCR, aunque se esté lejos de los primeros puestos mundiales por volumen exportado
- Análisis de tipo TradeCAN →
- Relativamente bajo porcentaje de “estrellas nacientes” y alta proporción de “estrellas menguantes” en comparación con otros PED y emergentes →
  - Sin embargo, en varios países de AMLAT aumentó tanto la participación de “nuevos sectores” en sus expos de servicios como la cuota de mercado mundial →
  - Algunos países de AMLAT ganaron terreno entre los principales (y más dinámicos) mercados importadores de estos servicios →



# Competitividad en comercio de servicios: Reflexiones para América Latina

---

Durante los 2000 varios países de AMLAT no sólo se especializaron más en sectores poco tradicionales de servicios, sino que también creció su participación en el mercado mundial de estos segmentos

- Esto ocurre a pesar que el peso de estas “nuevas exportaciones” dentro de las ventas totales de servicios suele ser aún reducido (relativamente bajo % de “estrellas nacientes” en TradeCAN).
- Se debe en parte a un patrón regional de exportaciones de servicios todavía muy dependiente de los sectores más tradicionales (transporte y, especialmente, viajes, segmentos declinantes del comercio mundial)



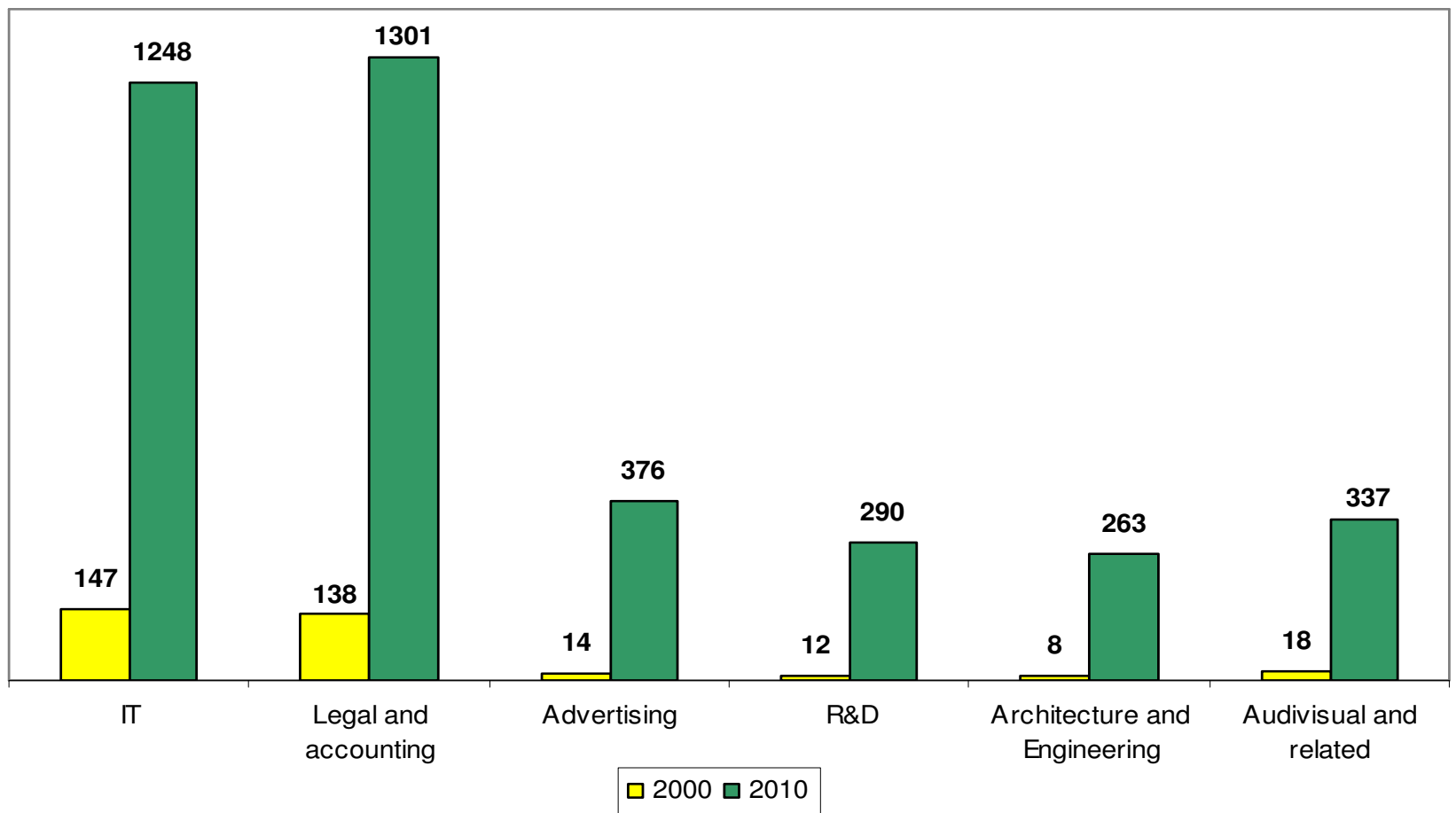
# Competitividad en comercio de servicios: Reflexiones para América Latina

---

- Es probable también que, a diferencia de otros países que se subieron con anterioridad a la tendencia del *offshoring* de servicios (por ej. los asiáticos y algunos PD como Irlanda), varios países de AMLAT se encuentren atravesando las primeras etapas de aprendizaje e incorporación a estos nuevos mercados
- No obstante, la categoría de “otros servicios empresariales” (que incluye al BPO y otras actividades) ocupa un lugar importante entre las “oportunidades perdidas” de algunos países de América Latina. Esto demanda un estudio integral de las condiciones de estos países para competir en dichos mercados y de diversas medidas de política necesarias para revertir trayectorias poco favorables (*trabajo a futuro*)

# El caso de Argentina

- Hay un boom de exportaciones de servicios no tradicionales en





## Algunas relaciones ilustrativas ...

---

☑ Servicios empresariales,  
profesionales y técnicos

87% de las X de Autos

108% de las X de Maíz

129% de las X de Metales comunes  
y sus manufacturas

138% de las X de Camiones

☑ Servicios jurídicos, contables  
y de asesoramiento → 77% de las X de Carnes

☑ Servicios de publicidad e  
investigación de mercado → 107% de las X de Textiles y  
confecciones

☑ Servicios informáticos

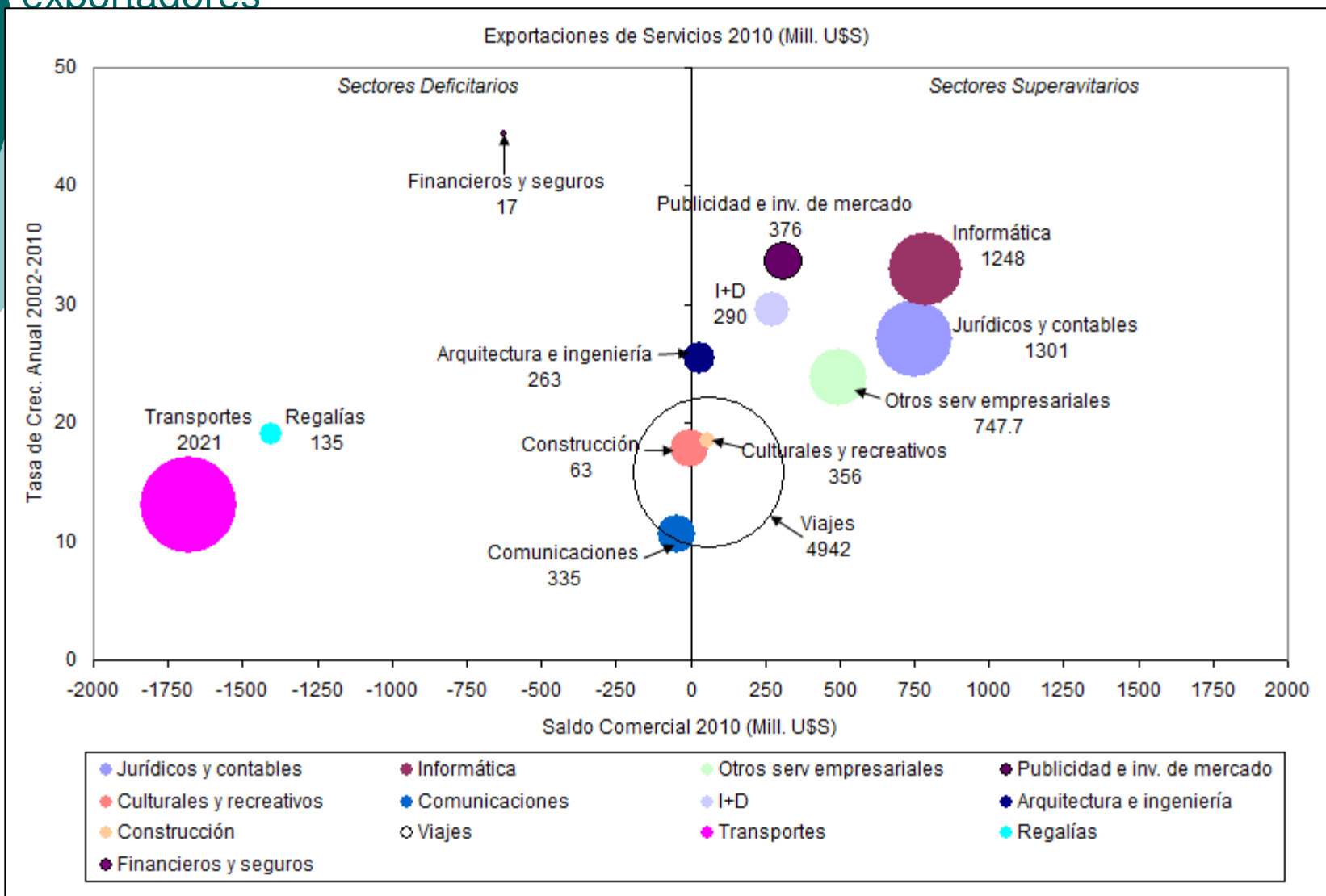
102% de las X de Partes y  
accesorios de automóviles

104% de las X de Frutas y frutos  
comestibles

☑ Servicios audiovisuales y  
conexos

→ 101% de las X de Cortes Hilton de  
Carne Vacuna

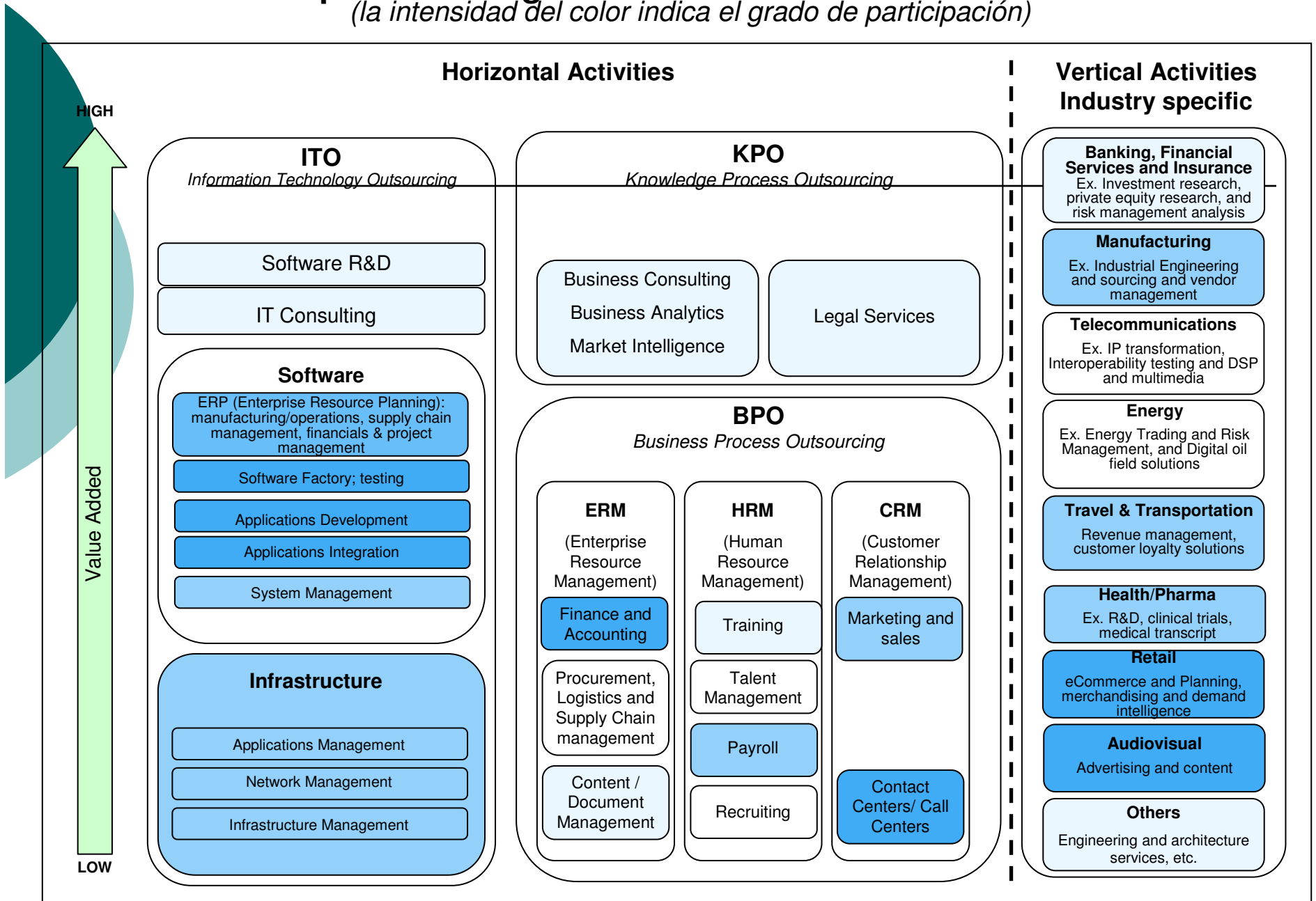
## Argentina tiene un mejor desempeño en los nuevos sectores exportadores



Fuente: Elaboración propia en base a datos de INDEC

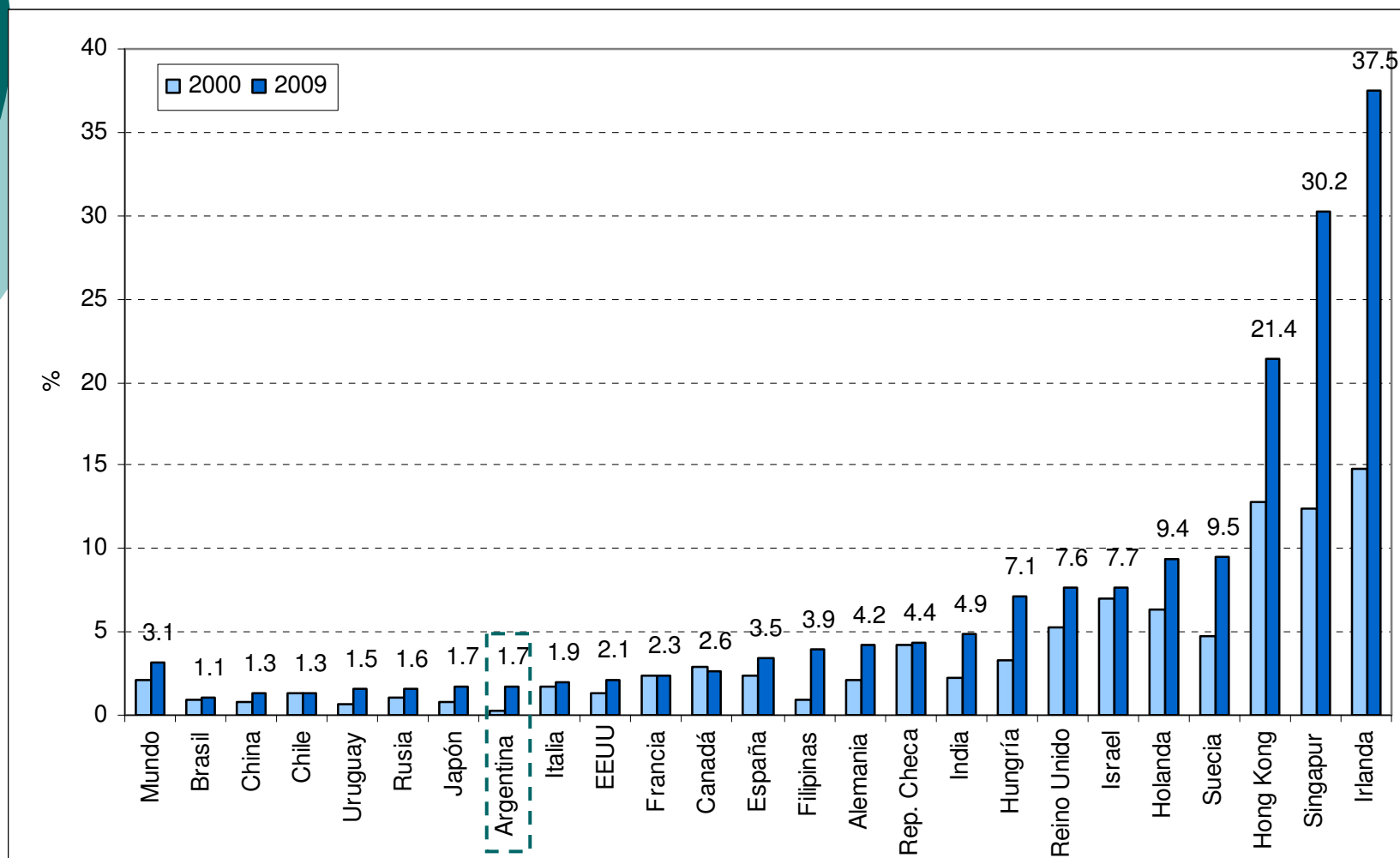
# Participación de Argentina en la CGV de Servicios Offshore

(la intensidad del color indica el grado de participación)



Fuente: elaboración propia en base a Gereffi y Fernández-Stark [2010]

## Crece la relación entre X de servicios y PBI



Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMC y Banco Mundial. Notas: 1) Otros servicios comerciales = servicios comerciales – transporte – viajes. 2) Los valores que figuran en el gráfico corresponden a 2009.



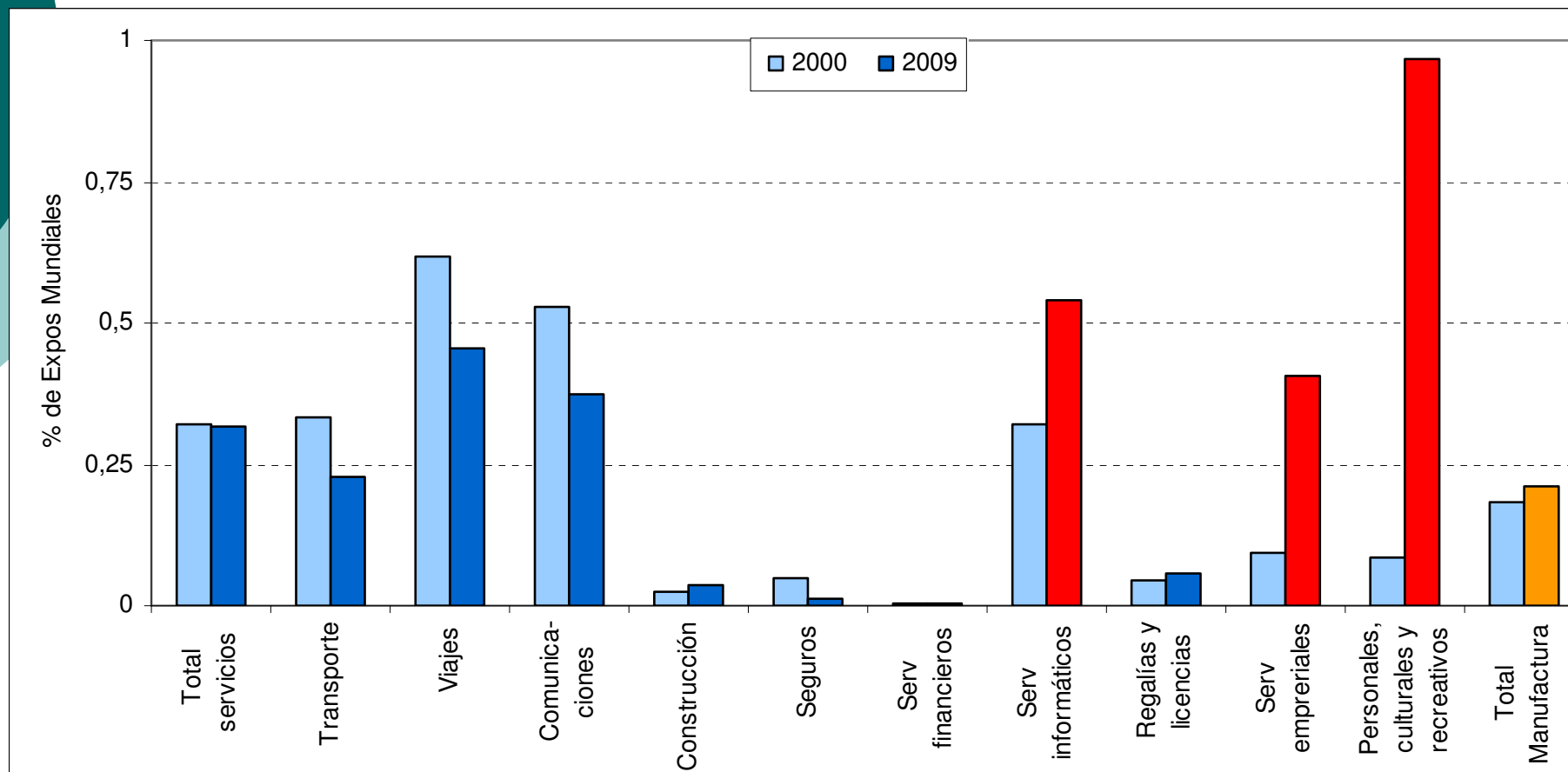


# Cuál será el impacto de la crisis y otros cambios a escala global?

---

- Proteccionismo en países desarrollados?
- Reforzamiento de la búsqueda de localizaciones con bajos costos?
- Retracción de inversiones?
- Mayor presencia de jugadores de países emergentes (China, India)?
- Cambios demográficos (e.g. ampliación mercado de salud)
- Nuevos mercados (BRICS)

## Así como en los cambios de participación en los mercados mundiales



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

Argentina puesto 20 en X mundiales de servicios personales y culturales, 28 en informática y 35 en servicios empresariales



# Atracción y generación de inversiones

---

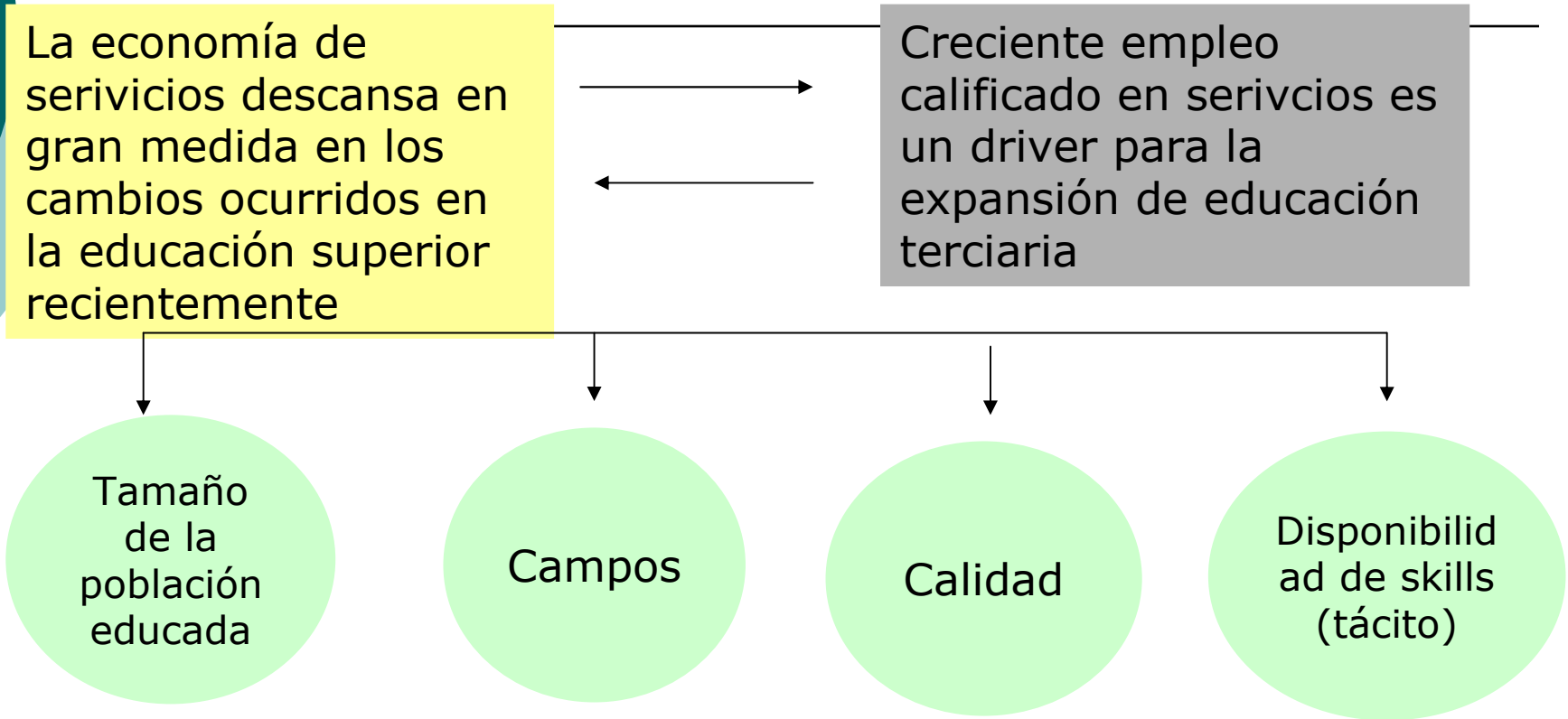
- Varias de las mayores empresas del mercado de offshoring están exportando desde Argentina
  - IBM, HP, Accenture, Tata, Cap Gemini, call centers, etc
- Muchas empresas de otros sectores han establecido centros de servicios compartidos
  - Philip Morris, Chevron, Exxon, Quilmes, Cargill, etc.
- Empresas argentinas que han establecido presencia regional/global
  - Globant, ASSA, Prominente
- Empresas locales y extranjeras que exportan creatividad/innovación
  - Core Security Technologies, Intel, Motorola, audiovisuales, ingeniería, publicidad, biotecnología (incipiente)
- Pero el atractivo fundamentalmente sigue basado en costos y localización para tareas relativamente rutinarias
- Ganancias de “reputación” a nivel país, pero relativamente escasos “derrames” locales derivados de la presencia de ET



# La cuestión educativa

---

# La relevancia de la calidad educativa en los servicios de offshoring



# Workforce for services in Argentina



---



**Size**



**Fields**



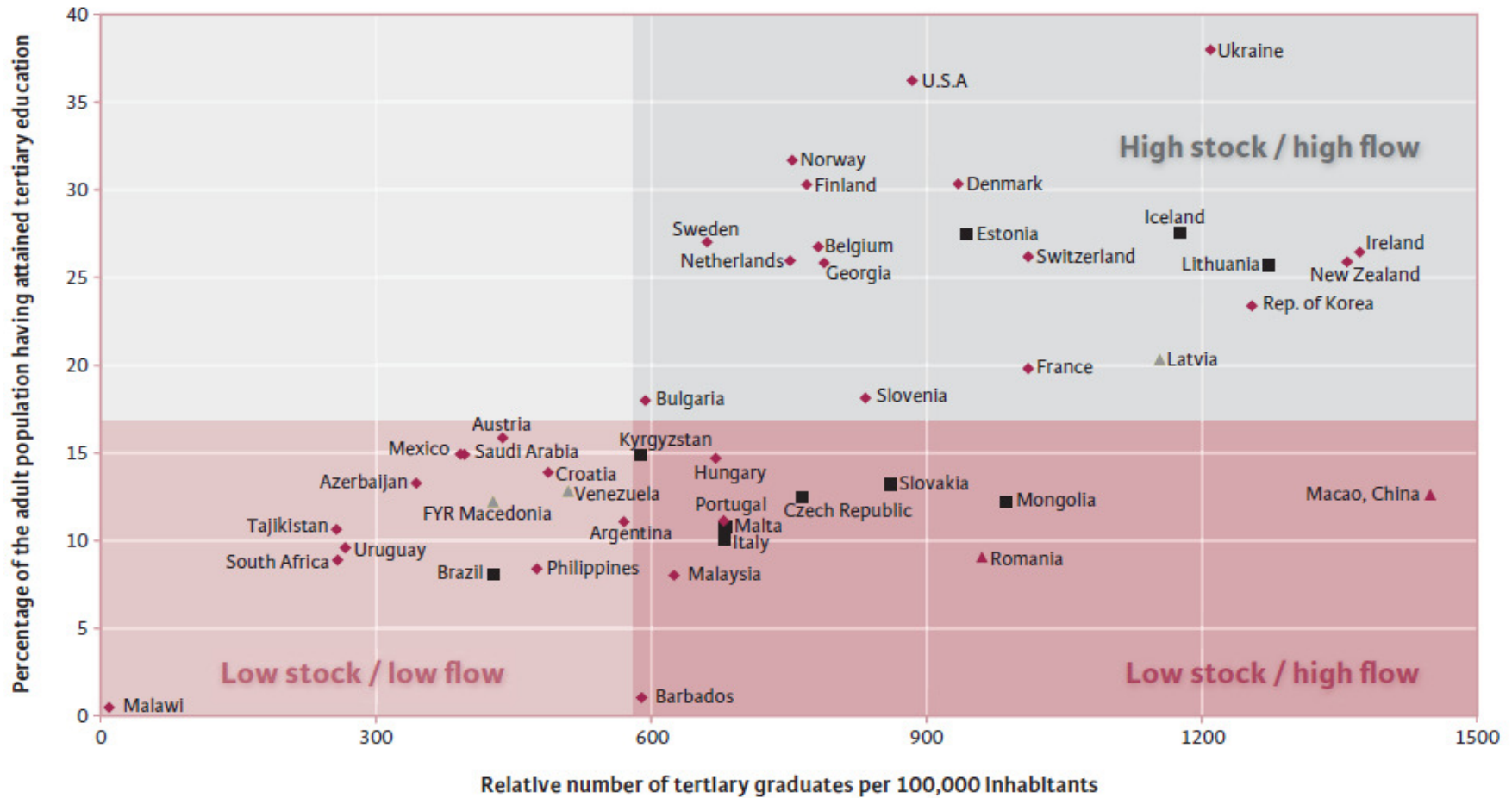
**Quality**

# Tamaño de la fuerza laboral educada

Percentage of the adult population having attained tertiary education and the current level of tertiary graduate outputs

Average annual growth rate of the relative number of tertiary graduates:

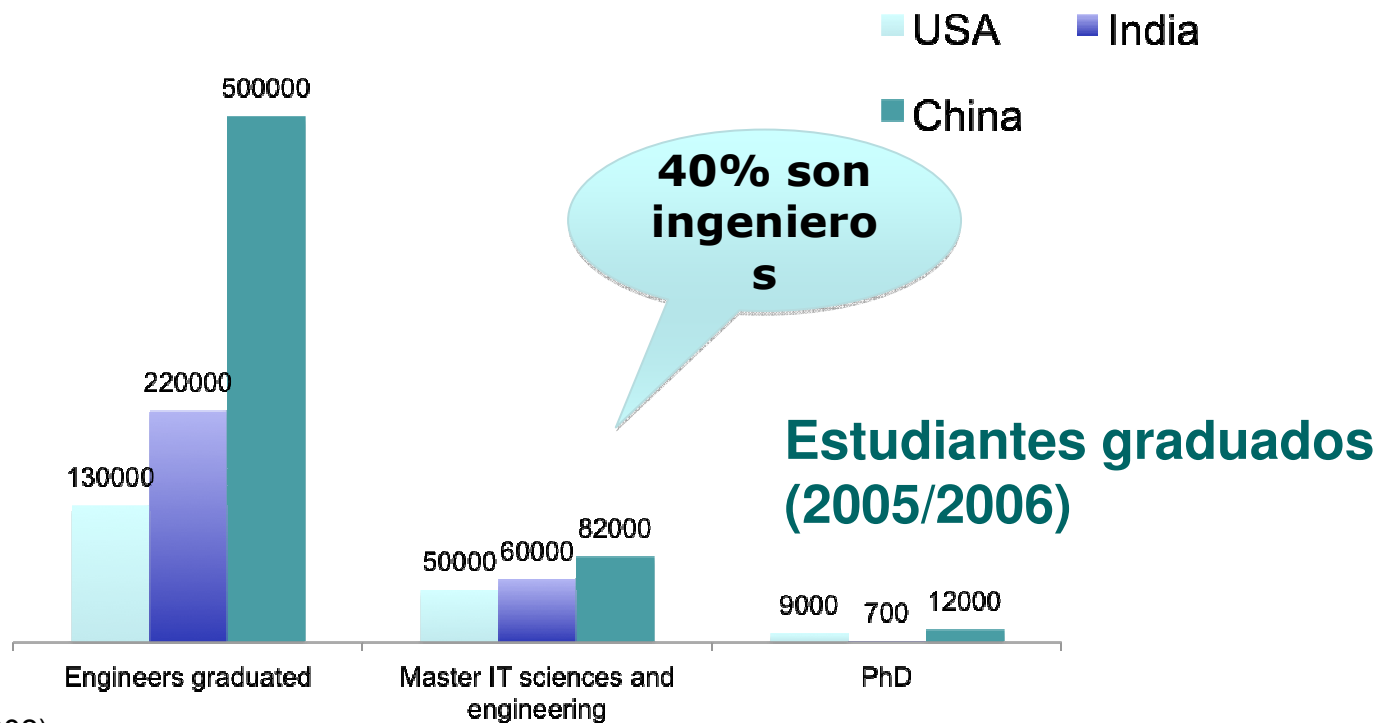
- ◆ < 7%
- ≥ 7% and < 12%
- ▲ ≥ 12% and < 15%
- ▲ ≥ 15%



Source: UIS (2009).

- No se puede competir con China e India en número de graduados (1 de cada 3 estudiantes terciarios viene de East Asia (2007) )

- 
- Algunos países como Argentina tienen la oportunidad de competir en segmentos relevantes basados en RRHH calificados (si los pueden crear)
  - Estos países pueden ser localizaciones atractivas para IED y exportaciones de servicios.



Source: Gereffi (2008)





# El tamaño de la fuerza laboral en Argentina

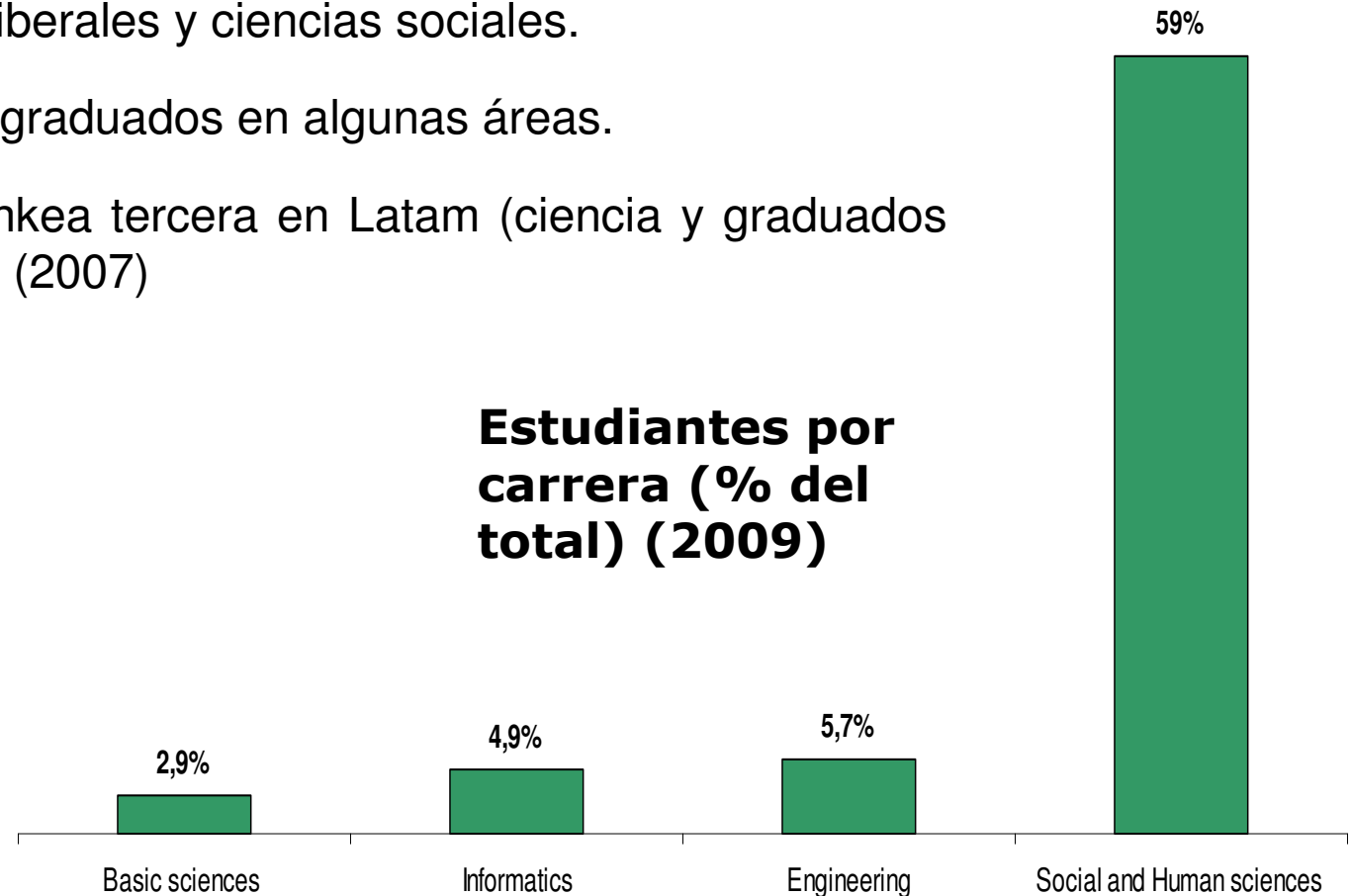
---

- Es un problema en áreas como ingeniería. No en contabilidad o administración.
- Escasez de capital humano en algunos sectores –ie. 6000 nuevos empleados en industria SSI *vis a vis* 3500 graduados en IT.
- “Point of scale resistance” de los proyectos (Tholons data)
  - 16 mil personas en India
  - 4 mil en Filipinas
  - 2.3 mil en Argentina
  - 1.5 mil en Colombia
  - 1 mil personas en Chile
- Disputa por los recursos escasos entre firmas locales y extranjeras
- Recalentamiento del mercado / Alta rotación de personal
- Empresas contratan estudiantes que abandonan la carrera
- Límite al upgrading en el sector (círculo vicioso)

# Los campos

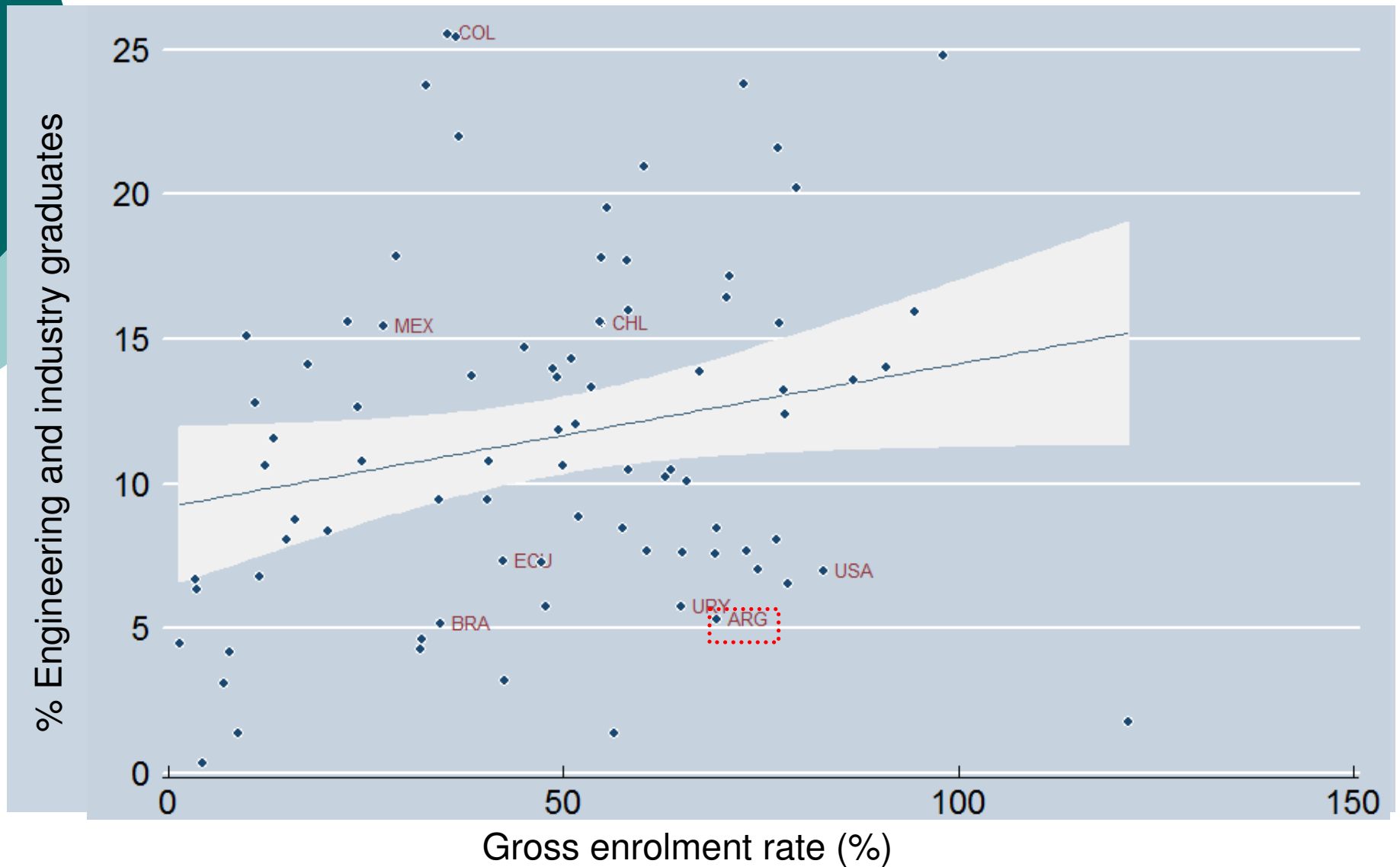
Enrolamiento universitario altamente concentrado en profesiones liberales y ciencias sociales.

- Falta de postgraduados en algunas áreas.
- Argentina rankea tercera en Latam (ciencia y graduados en ingeniería (2007))



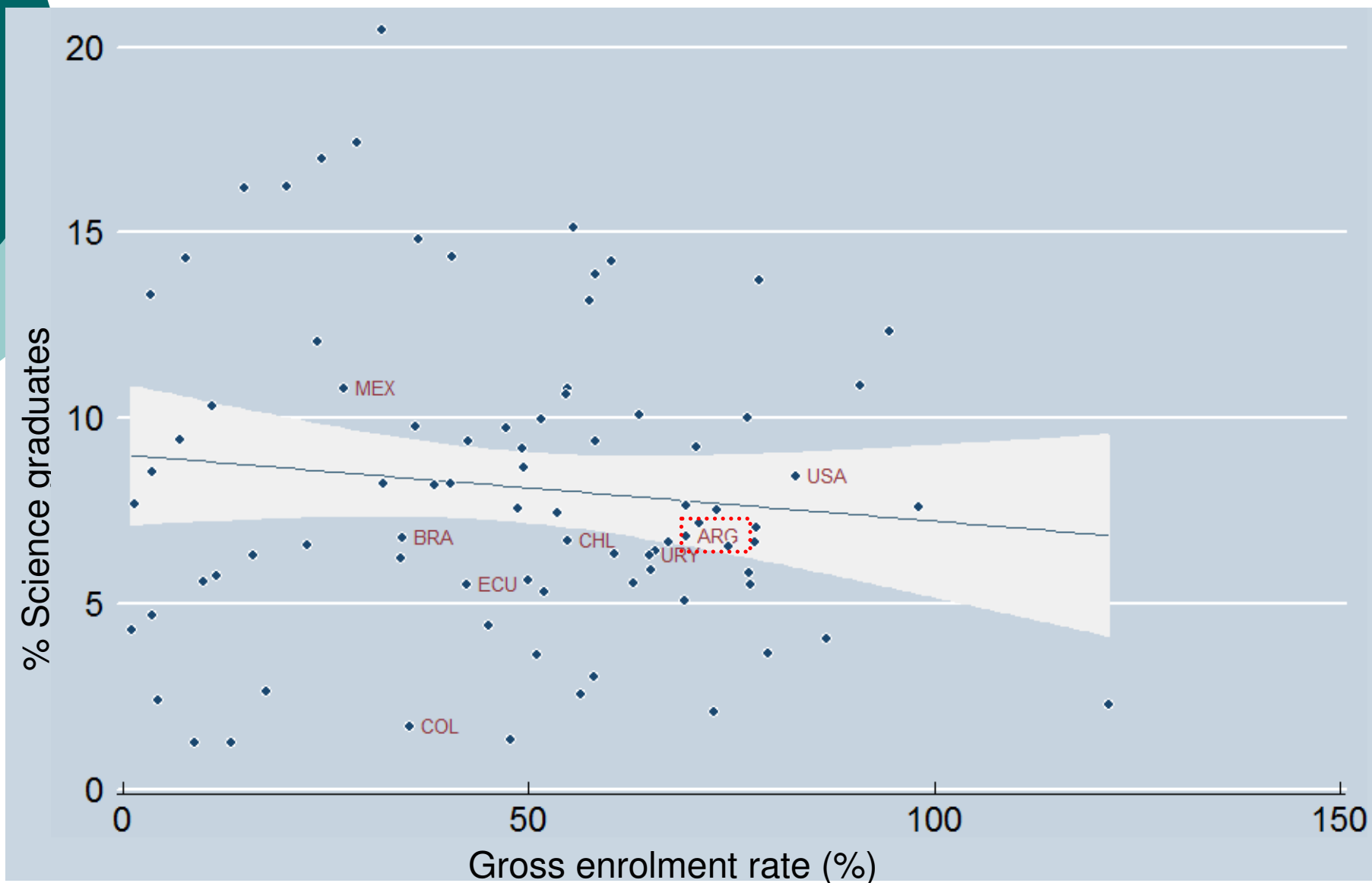
Source: Own elaboration based on data from SPU University Statistics Yearbooks (several years).

# Baja tendencia a estudiar ingenierías y carreras relacionadas con la industria



Source: own elaboration based on UNESCO data from 2008

## Por debajo de la media en ciencias



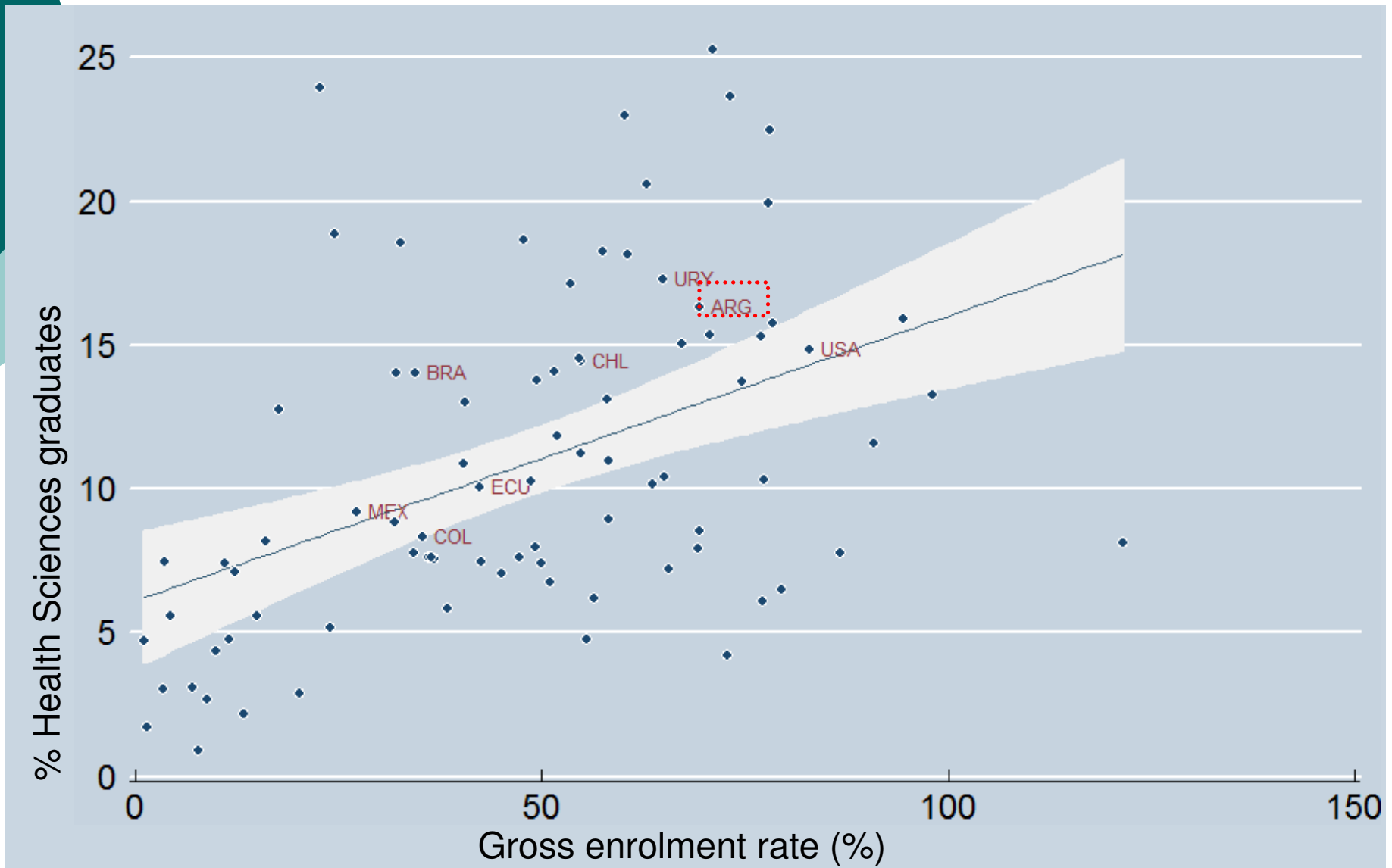
Source: own elaboration based on UNESCO data from 2008

## Por encima de la media en Ciencias Sociales, Económicas y Abogacía



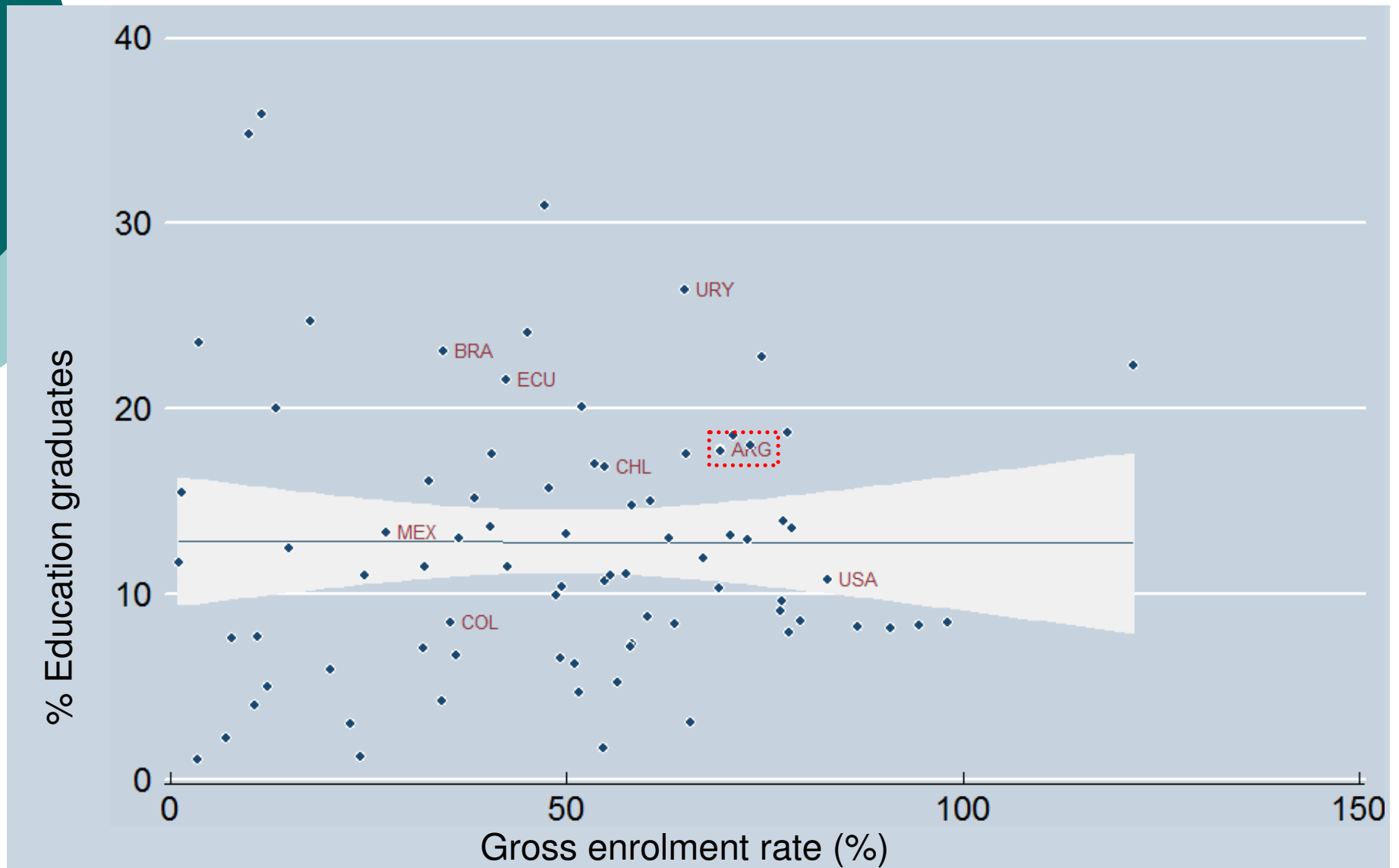
Source: own elaboration based on UNESCO data from 2008

# Muy por encima en Ciencias de la Salud



Source: own elaboration based on UNESCO data from 2008

## Y también en educación



Source: own elaboration based on UNESCO data from 2008

# La calidad

- El tradicional background educativo de Argentina (ventaja competitiva + motor de movilidad social) podría estar erosionándose
- Afecta las posibilidades de expandir las exportaciones de servicios.

## PISA tests results

	2000-2002	2006	2009
Number of countries	38	57	65
Reading Ranking	33	53	58
Maths Ranking		52	55
Science Ranking		51	56

## Posición relativa de Argentina en Latinoamérica

Latinoamerican countries	2000-2002	2006			2009		
	Reading	Reading	Maths	Science	Reading	Maths	Science
Best position	Mexico (32)	Chile (38) Uruguay (42) Mexico (43) Brazil (49) Colombia (51)	Uruguay (42) Chile (47) Mexico (48)	Chile (40) Uruguay (43) Mexico (49)	Chile (44) Uruguay (47) Mexico (48) Colombia (52) Brazil (53)	Uruguay (48) Chile (49) Mexico (51)	Chile (44) Uruguay (48) Mexico (50) Brazil (53) Colombia (54)
Worst position	Chile (34) Brazil (35) Peru (38)		Colombia (53) Brazil (54)	Brazil (52) Colombia (53)	Peru (63)	Brazil (57) Colombia (58) Peru (63)	Peru (64)



## Argentina rankea mal en la categoría "Capital Humano" para offshoring

### Argentina en los rankings globales de localizaciones para offshoring

	2004	2005	2007	2009	2011
Quantity of countries in sample	25	40	50	50	50
Overall rank	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>30</b>
Financial attractiveness rank	7	10	18	23	26
Business environment rank	20	35	41	44	46
People skills and availability rank	19	27	17	17	15

### Posición de Argentina en el índice de Capital Humano

	2004	2005	2007	2009	2011
Number of countries in the sample	25	40	50	50	50
People skills and availability	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>15</b>
Outsourcing experience	19	23	14	13	13
Size and availability of work force	15	16	18	18	18
Educational qualifications	19	34	33	41	41
Language skills	10	14	14	13	11

Source: Own elaboration based on data from SPU University Statistics Yearbooks (several years).



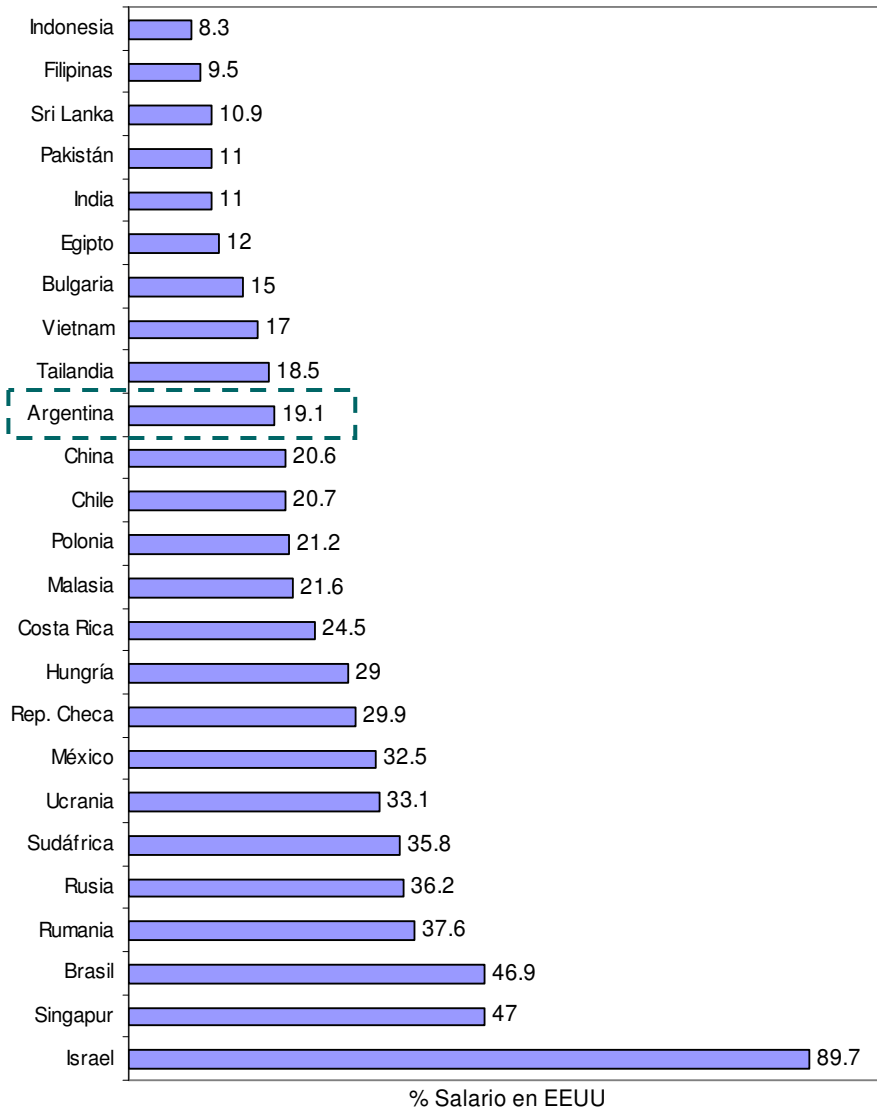
# El rol de la colaboración Público-Privada

---

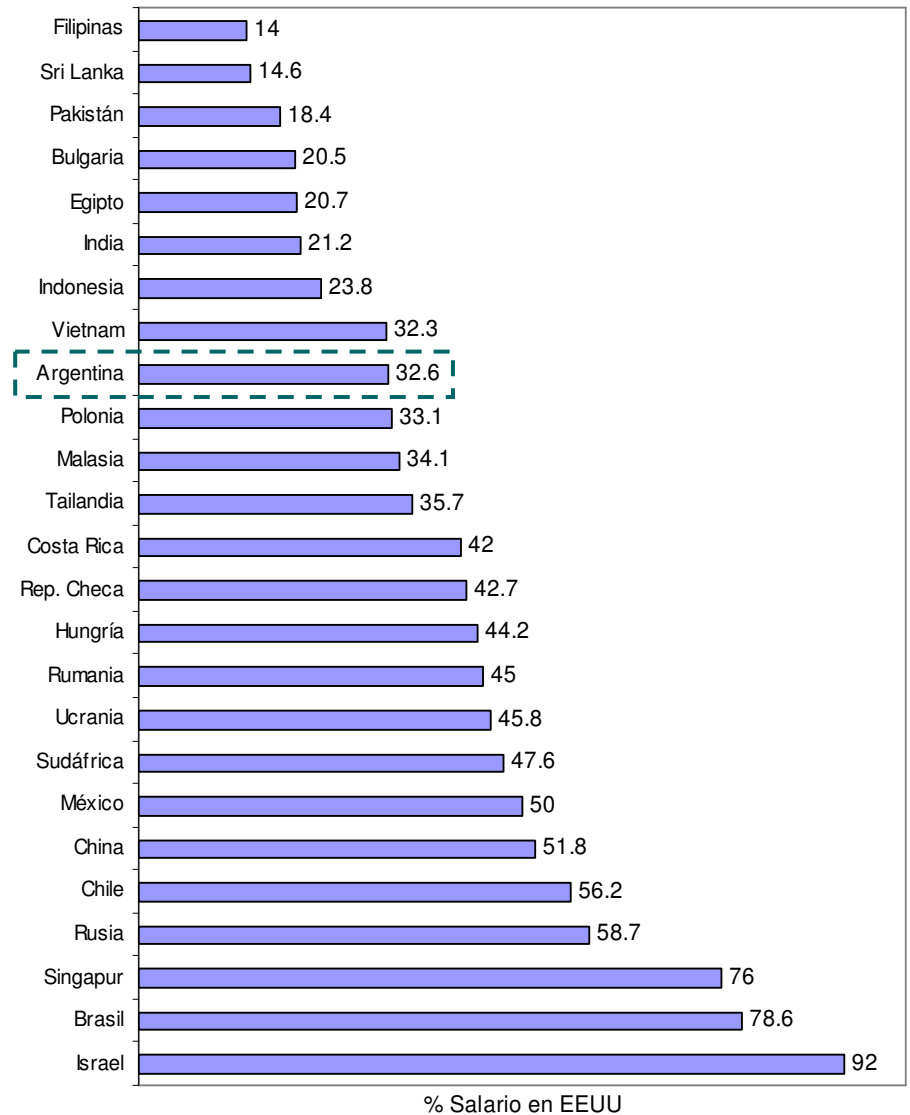
- Algunas políticas nacionales para revertir la falta de profesionales en IT.
  - Invertí en vos (2005)
  - Generación IT (2006) + becas para TIC
  - Control+F (entrenamiento)
- Algunas provincias han tomado acciones también (San Luis, Córdoba, Ciudad de Buenos Aires)
- Subsidios para I+D
- Subsidios para certificaciones de calidad (ISO / CMMI)

# Ventajas en costos laborales (datos 2010), aunque en retroceso (apreciación real)

## Ingeniero en Informática / Desarrollador Web

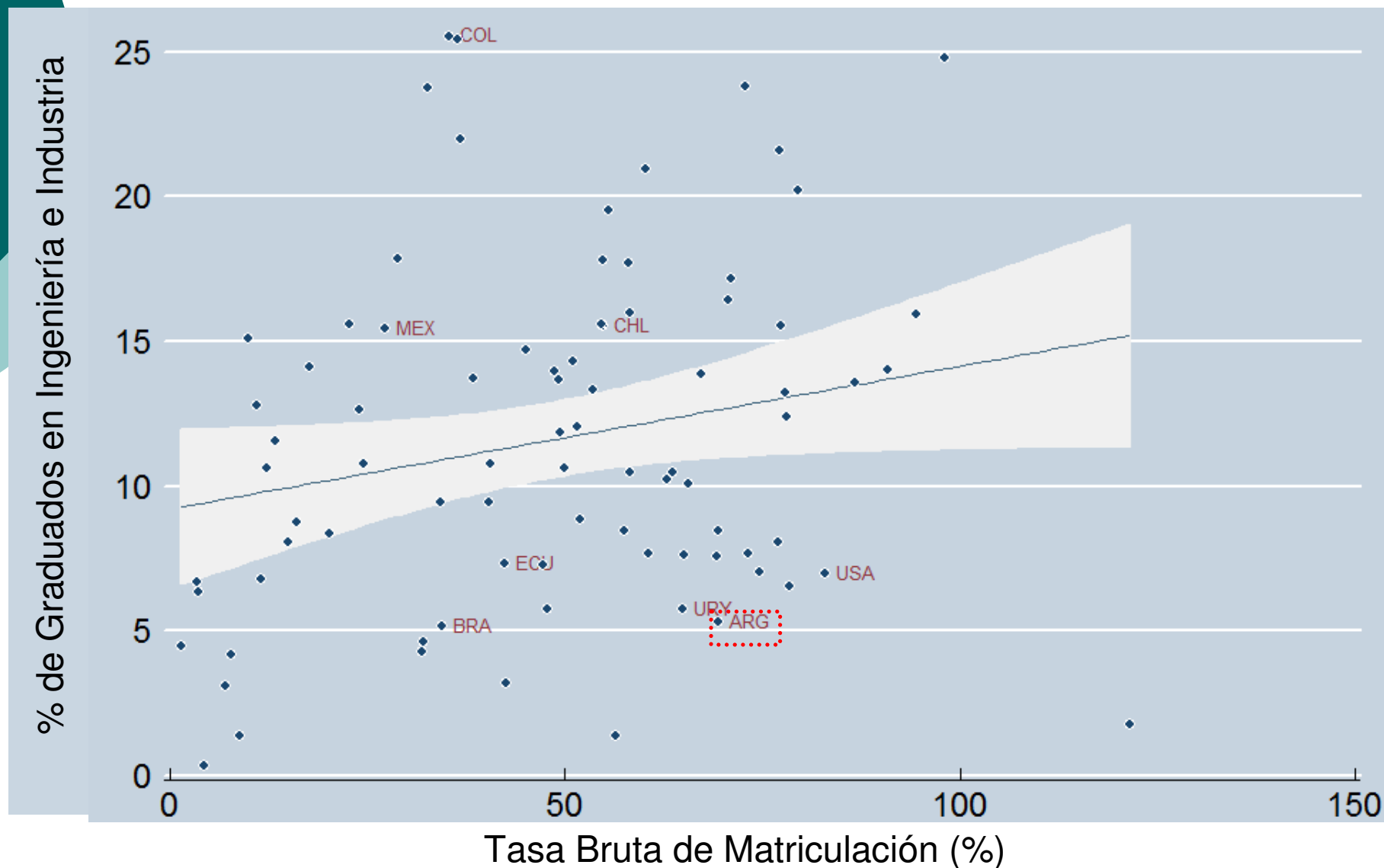


## Empleado de BPO Calificado



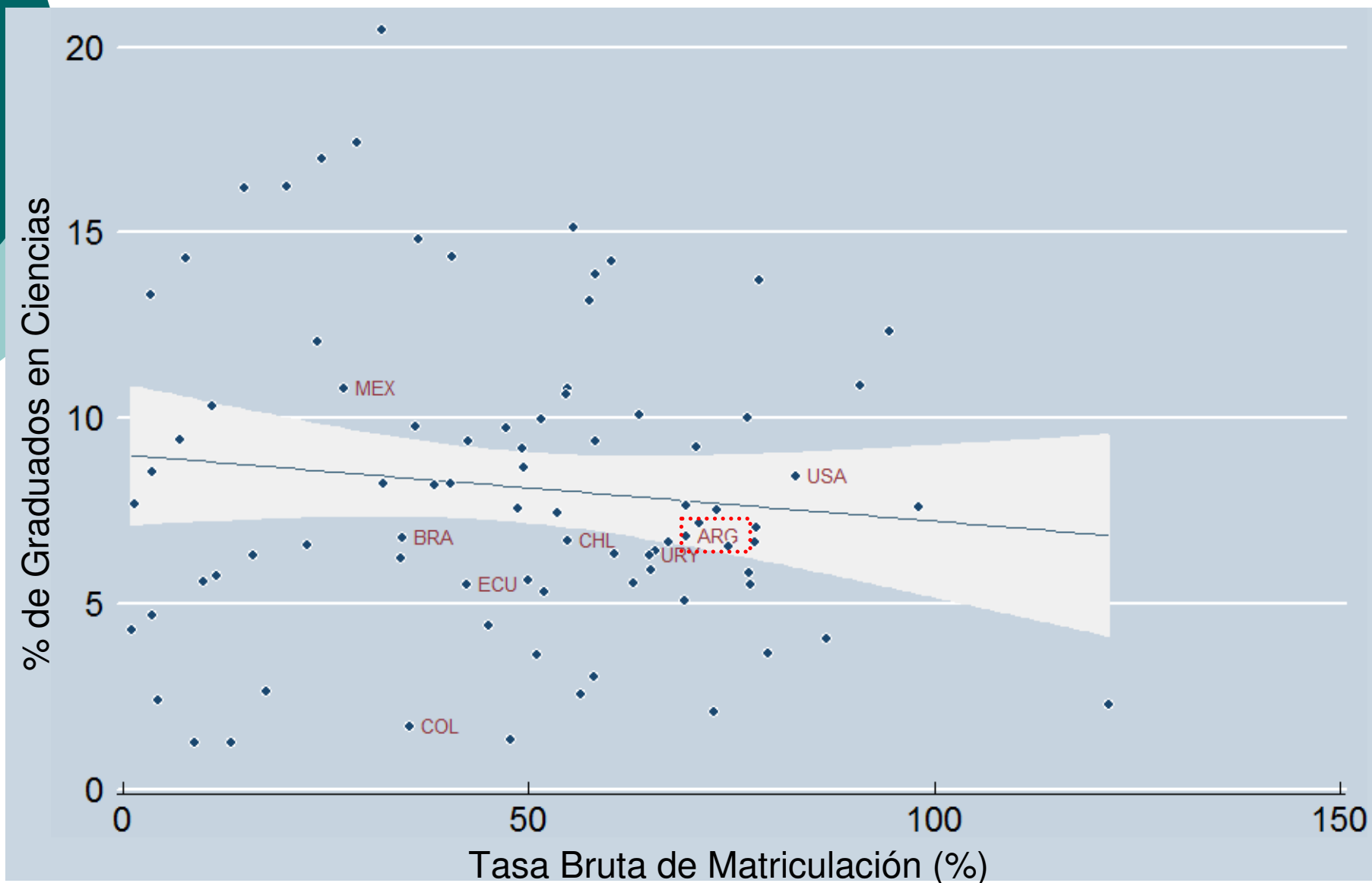
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Sourcing Line

## Baja propensión a estudiar carreras vinculadas a Ingeniería e Industria



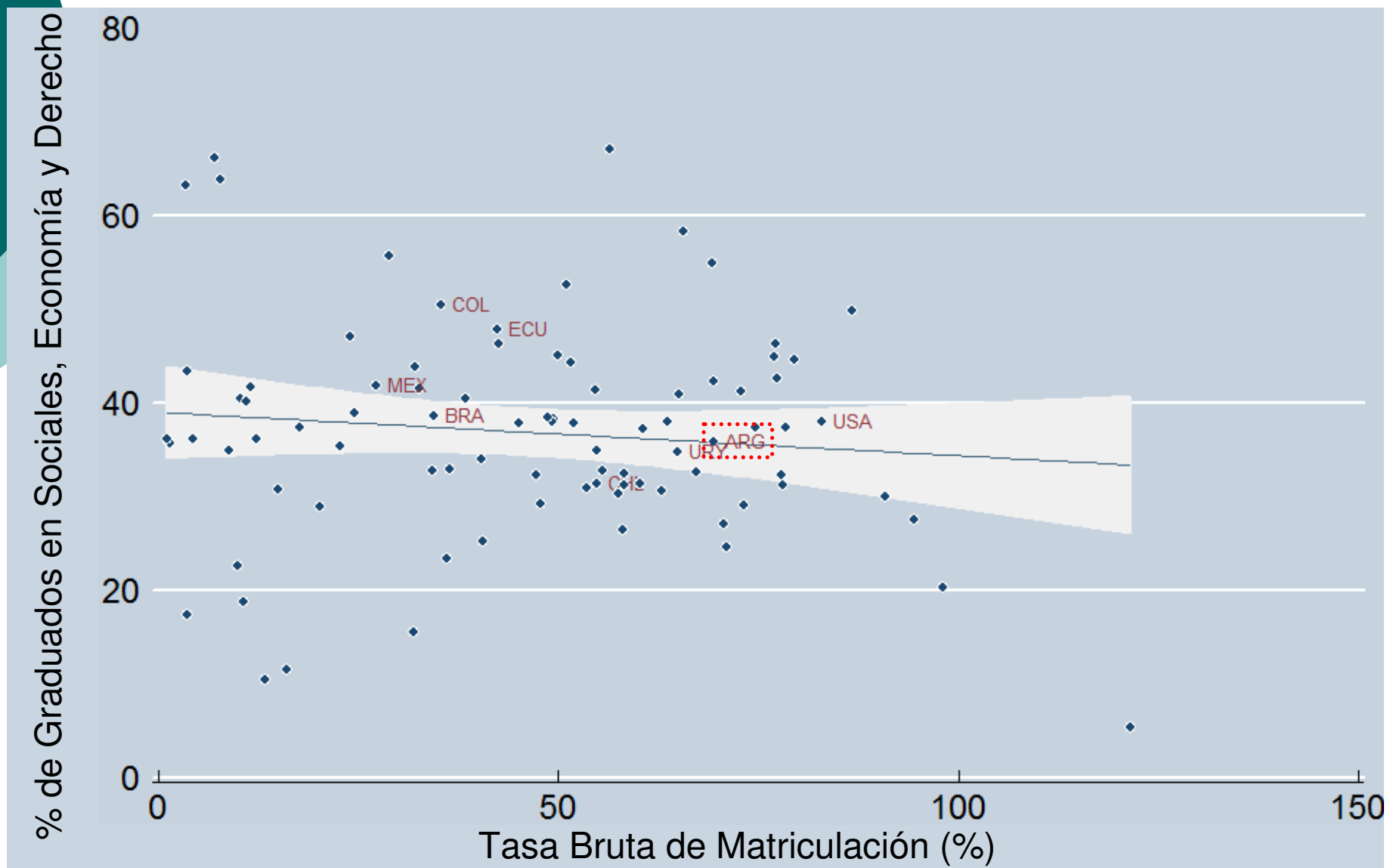
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNESCO (datos 2008)

## Por debajo de la media en Ciencias



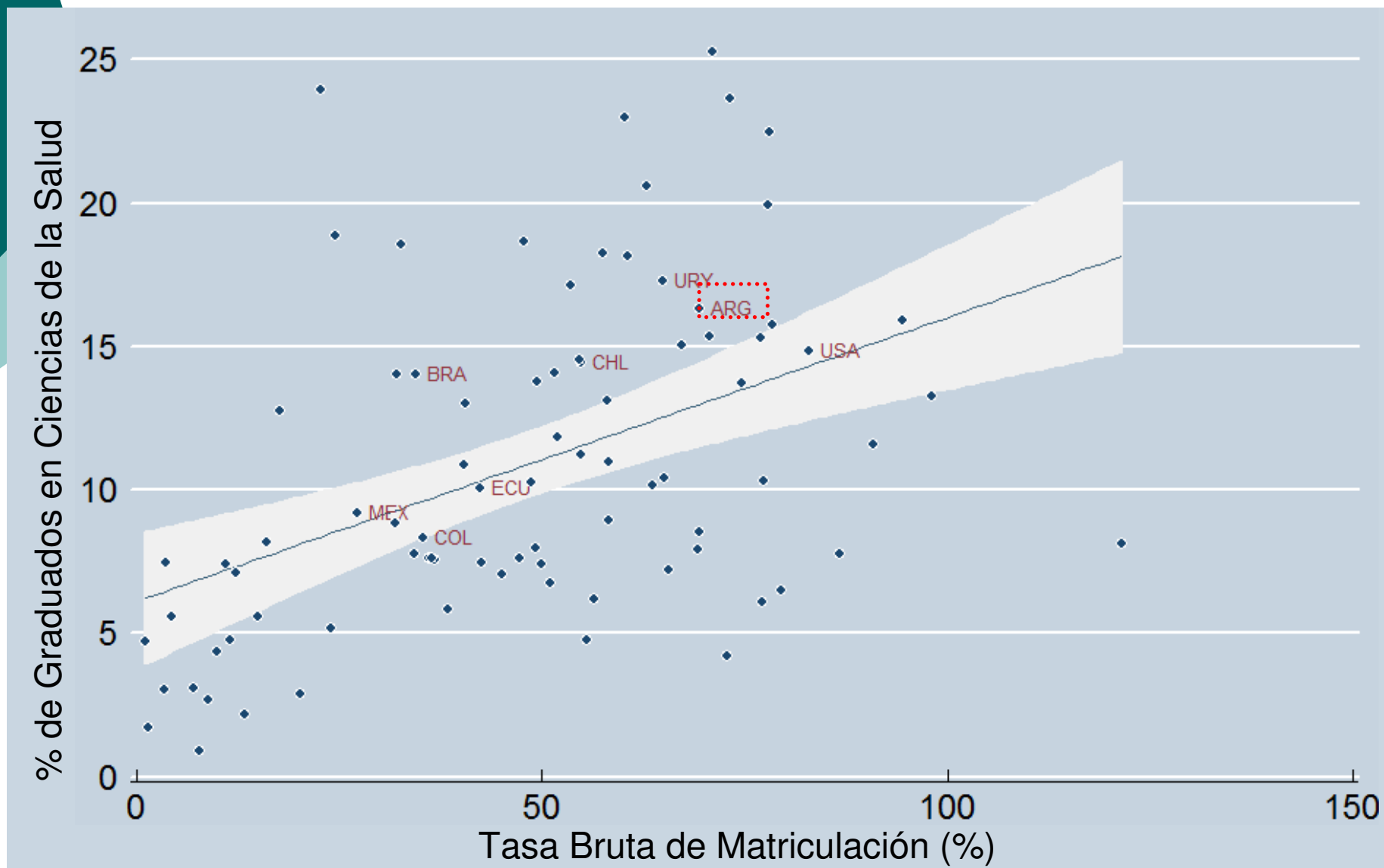
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNESCO (datos 2008)

## Por arriba de la media en Sociales, Economía y Derecho



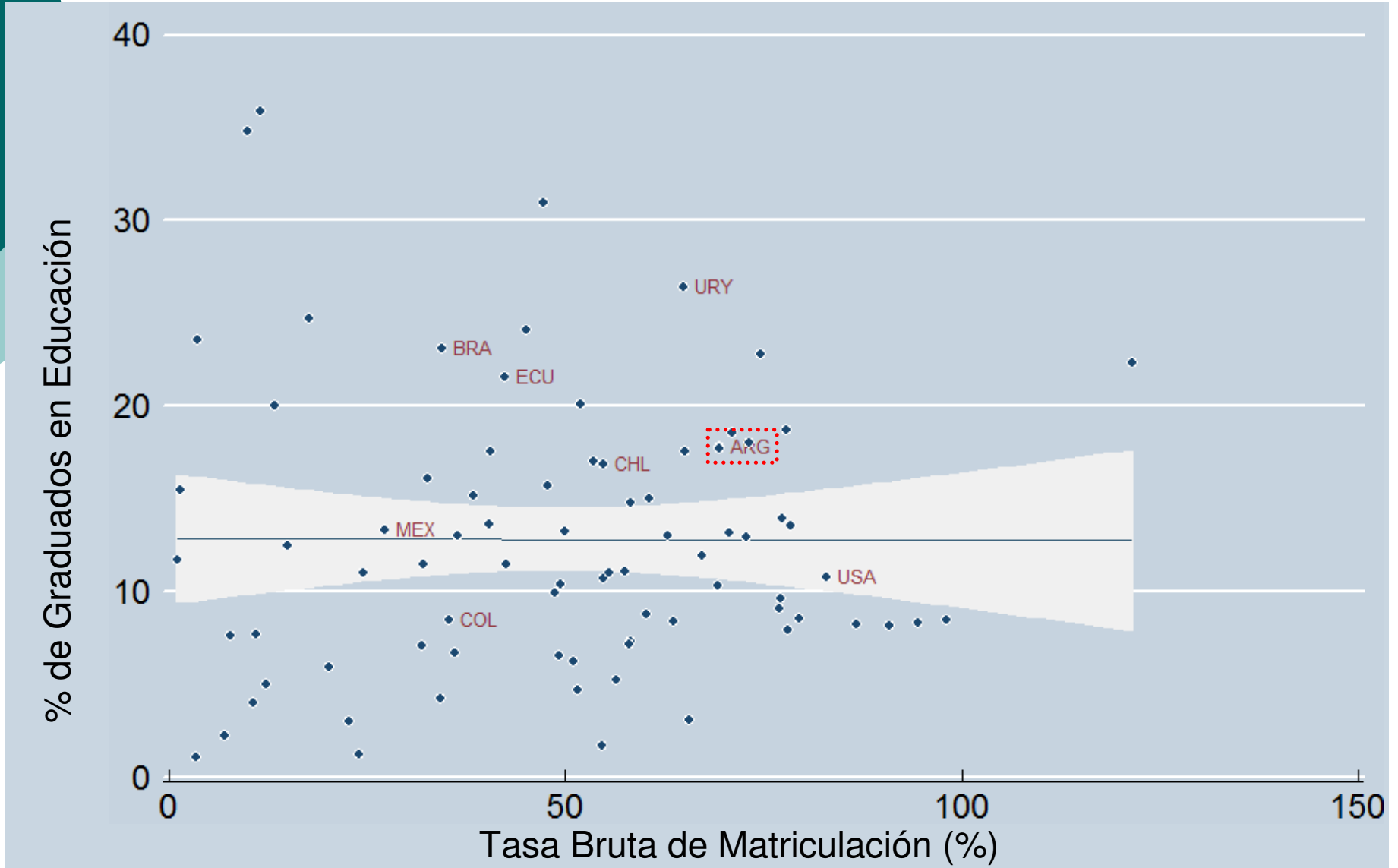
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNESCO (datos 2008)

## Bien por arriba de la media en Ciencias de la Salud



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNESCO (datos 2008)

## Y también en Educación



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNESCO (datos 2008)





# Algo más sobre la disponibilidad de recursos humanos

---

- “Puntos de resistencia al escalamiento” de proyectos (datos Tholons):
  - 16 mil personas India
  - 4 mil personas Filipinas
  - 2,3 mil personas Argentina
  - 1,5 mil personas Colombia
  - 1 mil personas Chile
- Escasez de personal en ciertos sectores –e.g. 6000 nuevos ocupados en industria de SSI contra 3500 graduados en informática, parte de los cuales van a trabajar a otros sectores-
- Disputa por RRHH escasos entre firmas locales y extranjeras (y posibles “degradaciones” de las carreras profesionales)
- Falta de profesionales con posgrado en varias áreas

## Internet: Costos competitivos para la región pero velocidad relativamente lenta (datos 2011)

Velocidad bajada en Hogares			Velocidad subida en Hogares			Costo medio mensual por Mbps		
Ranking	País	Mbps	Ranking	País	Mbps	Ranking	País	US\$
1	Lituania	30,69	1	Corea	26,05	1	Bulgaria	0,67
2	Corea	30,47	2	Lituania	21,37	2	Rumania	1,12
3	Rumania	23,83	3	Letonia	14,64	3	Moldova	1,22
4	Holanda	23,73	4	Andorra	12,43	4	Lituania	1,29
5	Letonia	23,53	5	Moldova	11,58	5	Ucrania	1,49
6	Suecia	23,31	6	Rumania	11,48	6	Letonia	1,89
7	Suiza	20,38	7	Islandia	10,44	7	Eslovaquia	2,22
8	Bulgaria	19,12	8	Bulgaria	10,36	8	Hungría	2,27
9	Andorra	19,02	9	Japón	9,95	9	Hong Kong	2,42
10	Singapur	18,85	10	Suecia	8,79	10	Rep. Checa	2,94
59	Chile	6,16	49	Chile	2,21	44	<b>Argentina</b>	<b>9,30</b>
64	Brasil	5,49	78	México	1,27	47	México	11,71
66	México	4,85	86	Paraguay	1,13	48	Chile	11,84
88	<b>Argentina</b>	<b>3,40</b>	93	Brasil	1,07	53	Brasil	16,12
110	Colombia	2,38	100	<b>Argentina</b>	<b>0,94</b>			
118	Costa Rica	2,08	135	Costa Rica	0,63			
130	Paraguay	1,76	147	Colombia	0,54			

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Net Index



# Lecciones y sugerencias

---

- Desafío de mantener y expandir posiciones adquiridas
- Aprovechamiento mercados regionales + EEUU + Europa Occidental
- Ante el deterioro de la ventaja de costos se requiere la consolidación y búsqueda de otras ventajas
- La inversión en capital humano debe ser el principal objetivo
  - Mejoras en calidad
  - Nuevos programas y currículas
  - Promoción del estudio de carreras del área de ingeniería, informática y ciencias duras
  - Subsidios para entrenamiento y capacitación



# Otras acciones a emprender

---

- Incentivos para atraer inversiones y desarrollar exportaciones en áreas de KPO y similares
- Impulso a actividades basadas en diseño/creatividad y donde la escala/costos no sean cruciales (audiovisuales, animación, etc.)
- Apoyo al escalamiento en las cadenas de valor hacia actividades más intensivas en conocimiento
- Búsqueda de nichos de especialización reconocibles (vinculaciones con sectores locales competitivos?)
- Aprovechamiento recursos disponibles (médicos, educadores)



## Otras acciones a emprender (II)

---

- Promoción de la internacionalización de empresas locales
- Mejor acceso a financiamiento (nuevos emprendimientos, iniciativas innovadoras, procesos de internacionalización, fusiones, etc.)
- Estímulo a mayores encadenamientos, vinculaciones (en particular con agentes del SNI) y derrames (spin offs, etc.)
- Continua mejora de la infraestructura TIC y general
- Atención al impacto distributivo

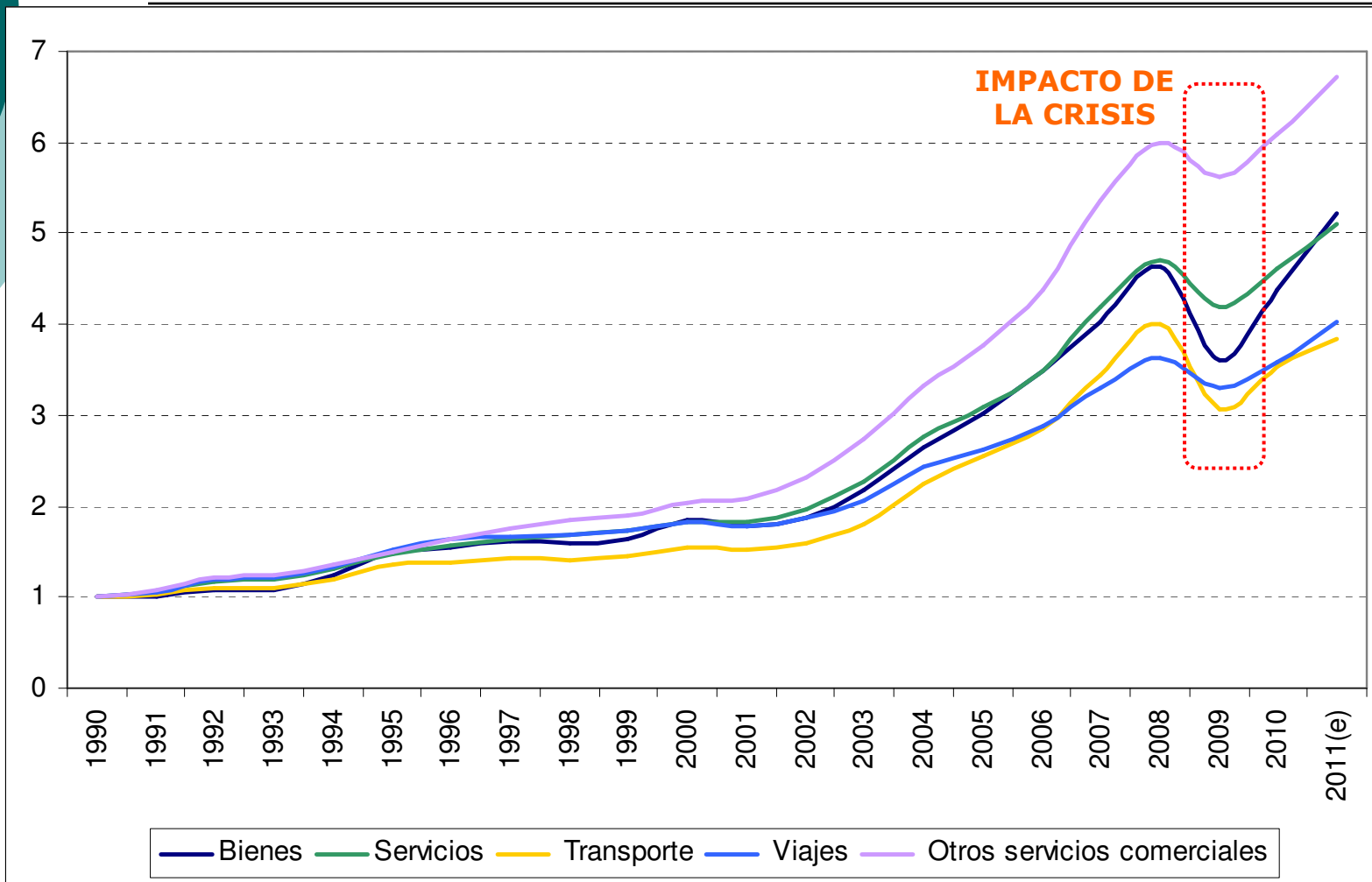


---

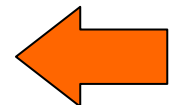
**Muchas gracias!**

[danielaramos@fund-cenit.org.ar](mailto:danielaramos@fund-cenit.org.ar)

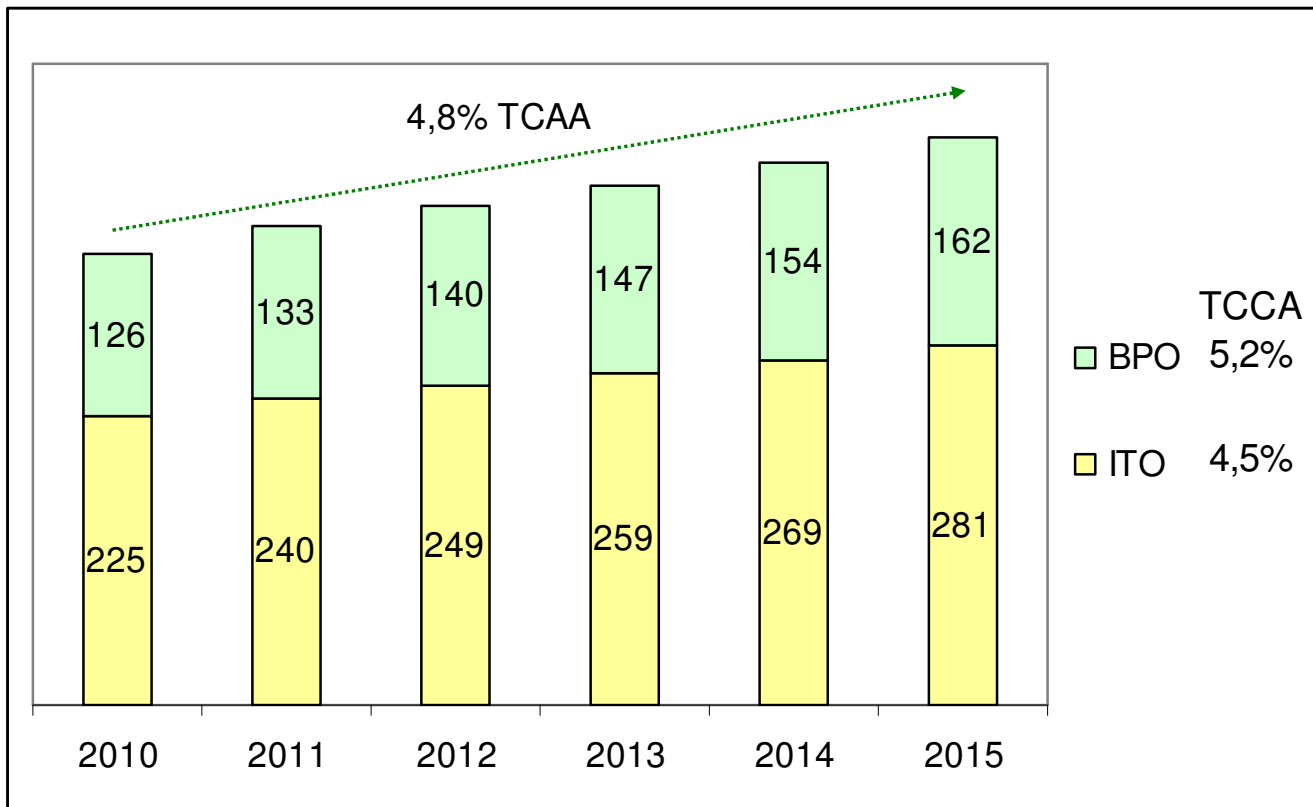
# Exportaciones mundiales de bienes, servicios y categorías principales (1990=1)



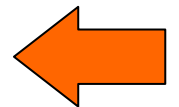
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD



# Estimaciones del mercado global de outsourcing, 2010-2015 (en miles de millones de dólares y tasa de crecimiento anual acumulativo -TCAA-)



Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones de Gartner, Inc



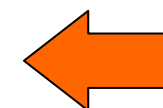


# El rol de la IED a nivel mundial: proyectos *greenfield*

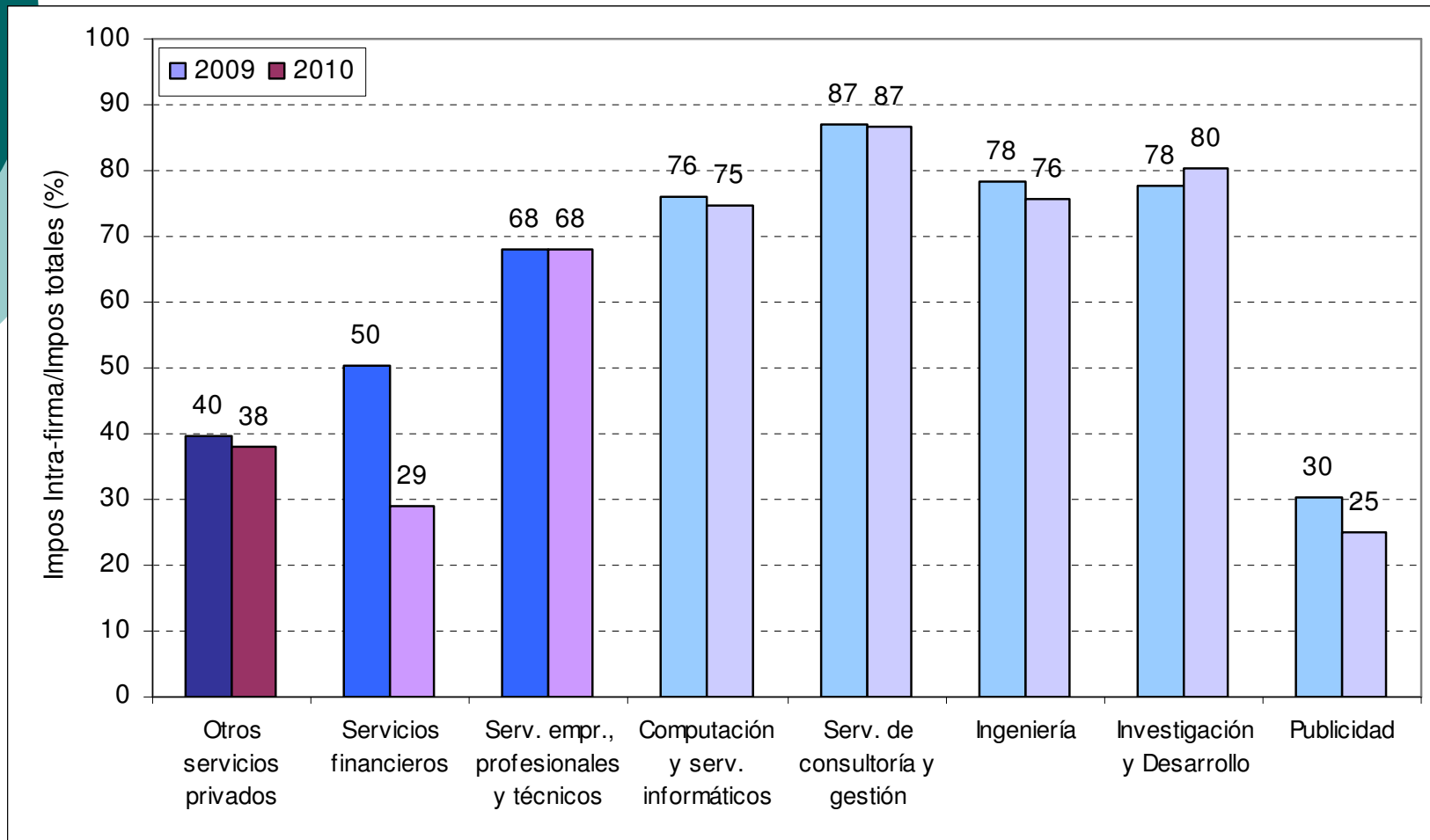
	% en total de Nº de proyectos <i>greenfield</i>				
	2003	2005	2007	2009	2010
Servicios	36,4	41,3	46	43,4	42
Hoteles y turismo	3,2	2,4	2,4	2,7	2,4
Transp., almacenamiento y comunicaciones	6,7	10	8,4	8,2	8,4
-Comunicaciones	3,6	5	3,7	3,9	4,4
-Transporte	1,9	3,5	3,8	3,5	3,2
-Almacenamiento	1,2	1,4	0,9	0,8	0,8
Servicios financieros	6,8	7,5	9,5	9,2	8,8
Actividades empresariales	16,8	19,5	23,9	21,4	20,9
<b>-Servicios empresariales</b>	<b>4,4</b>	<b>5,5</b>	<b>7</b>	<b>9,2</b>	<b>8,9</b>
-Bienes raíces	2,5	2,6	4,9	3	2,2
<b>-Software y servicios informáticos</b>	<b>9,9</b>	<b>11,4</b>	<b>12</b>	<b>9,2</b>	<b>9,8</b>
Espacio y defensa	0,2	0,2	0,4	0,5	0,3
Salud	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5
Entretenimiento y tiempo libre	2,2	1,3	0,9	0,8	0,8

Más del 40% de los proyectos en servicios

Fuente: World Investment Report 2011-UNCTAD.



# El rol crucial del comercio intra-firma a nivel mundial (ejemplo de EEUU)

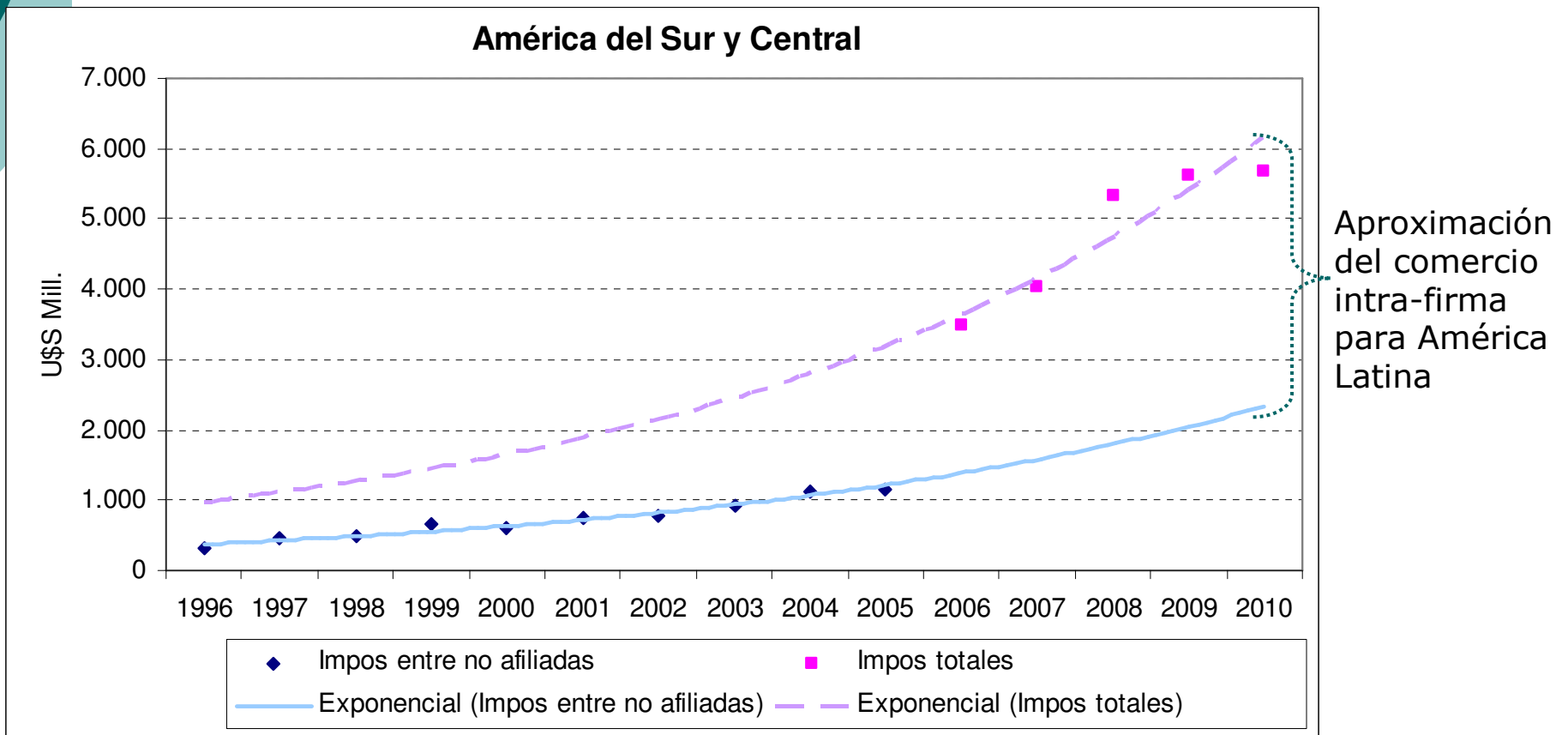


Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

Nota: "otros servicios privados" incluye a "servicios financieros" y "servicios empresariales, profesionales y técnicos", además de otras categorías no reportadas aquí. Por su parte, las últimas columnas del gráfico representan subcategorías de "servicios empresariales, profesionales y técnicos".

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

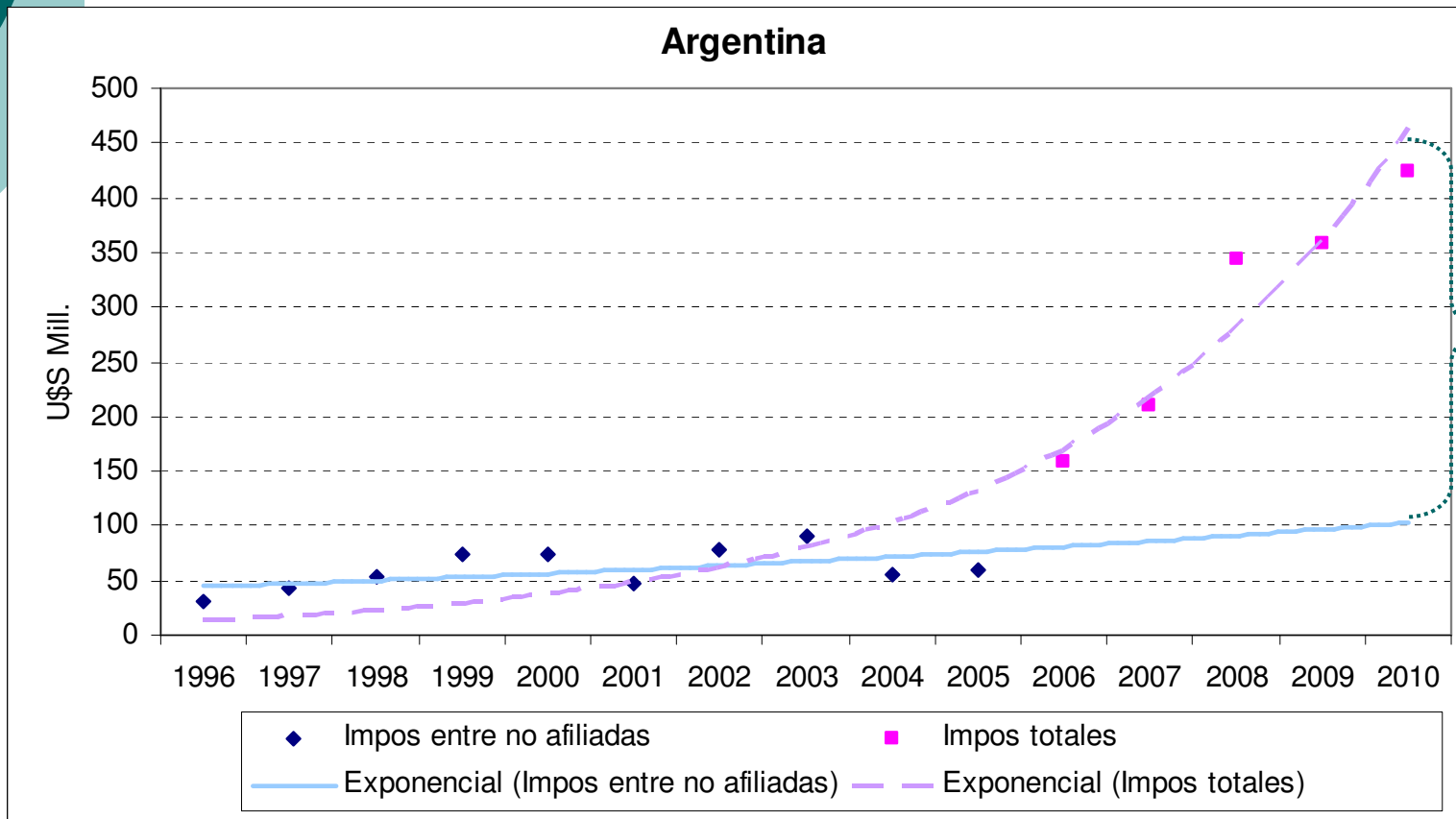
EEUU: importaciones de América del Sur y Central de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”



Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

EEUU: importaciones de Argentina de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”

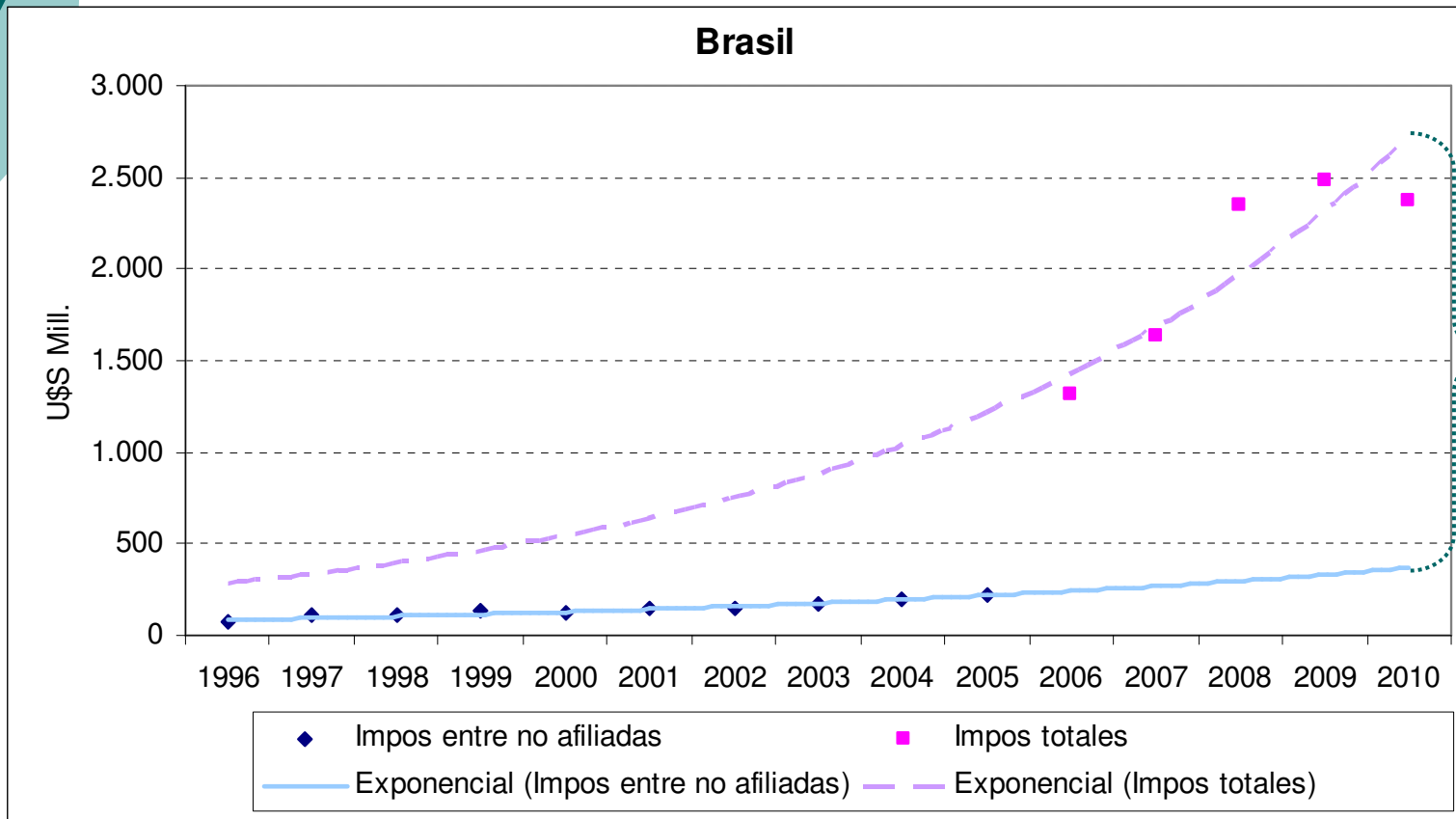


Aproximación del comercio intra-firma para Argentina:

Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

EEUU: importaciones de Brasil de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”

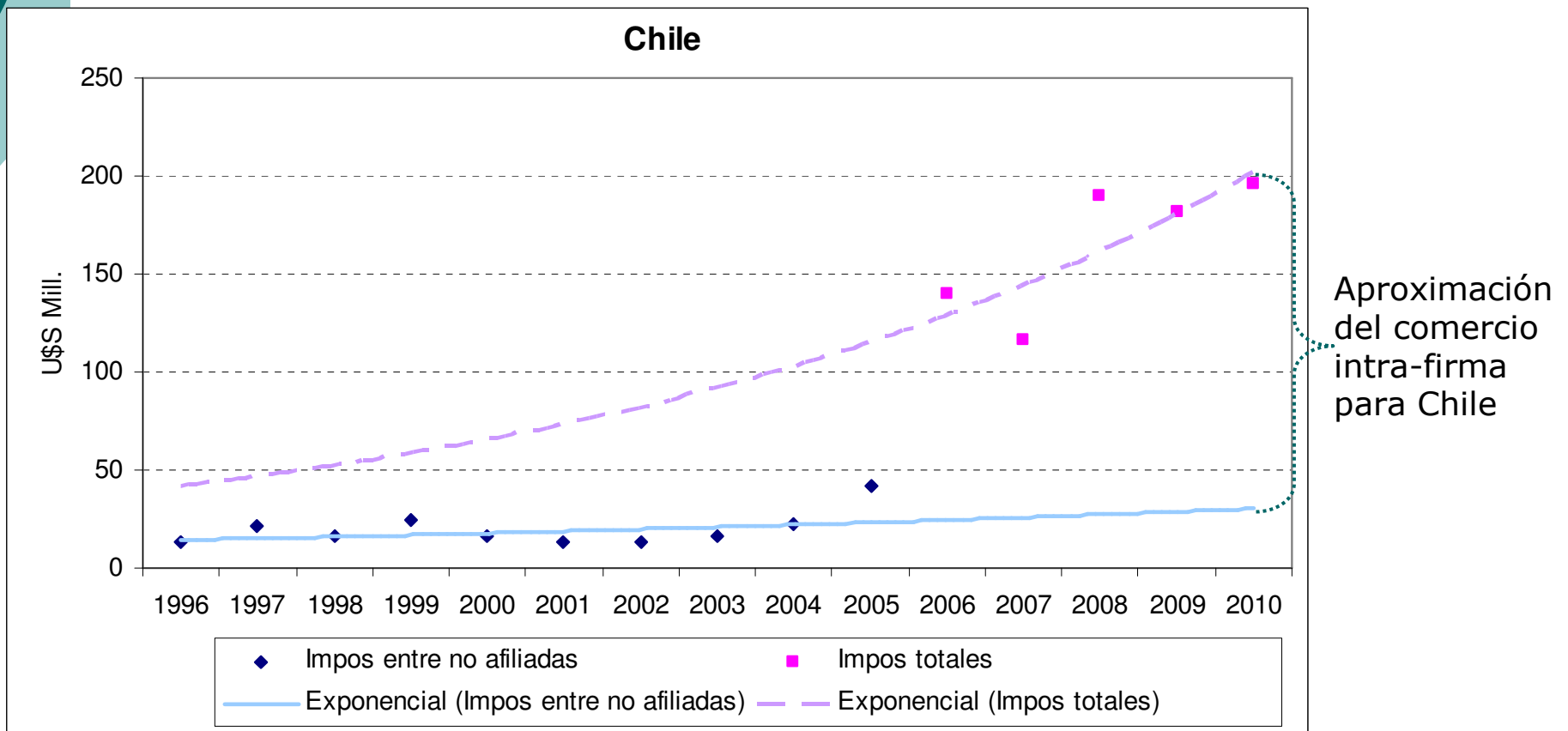


Aproximación del comercio intra-firma para Brasil

Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

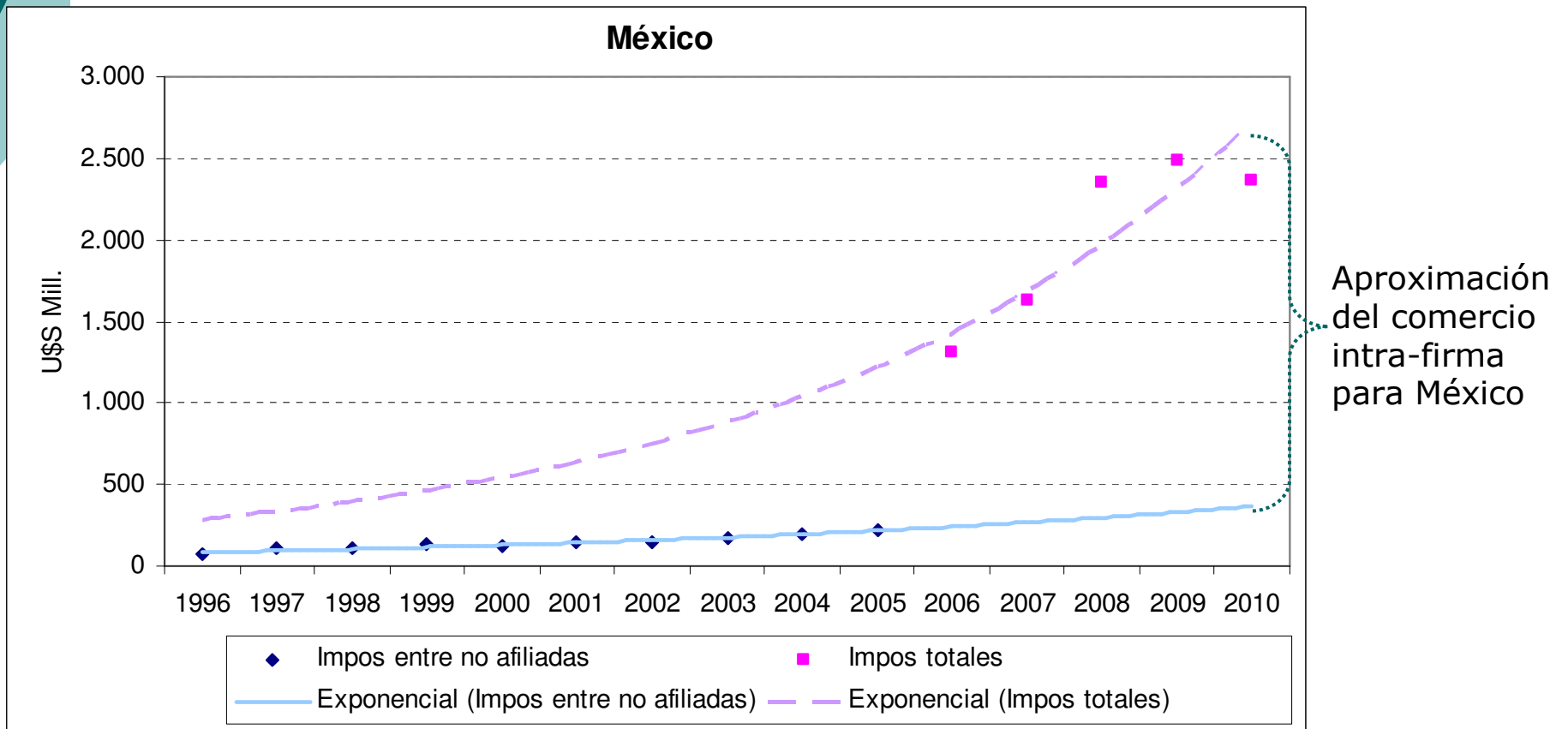
EEUU: importaciones de Chile de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”



Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

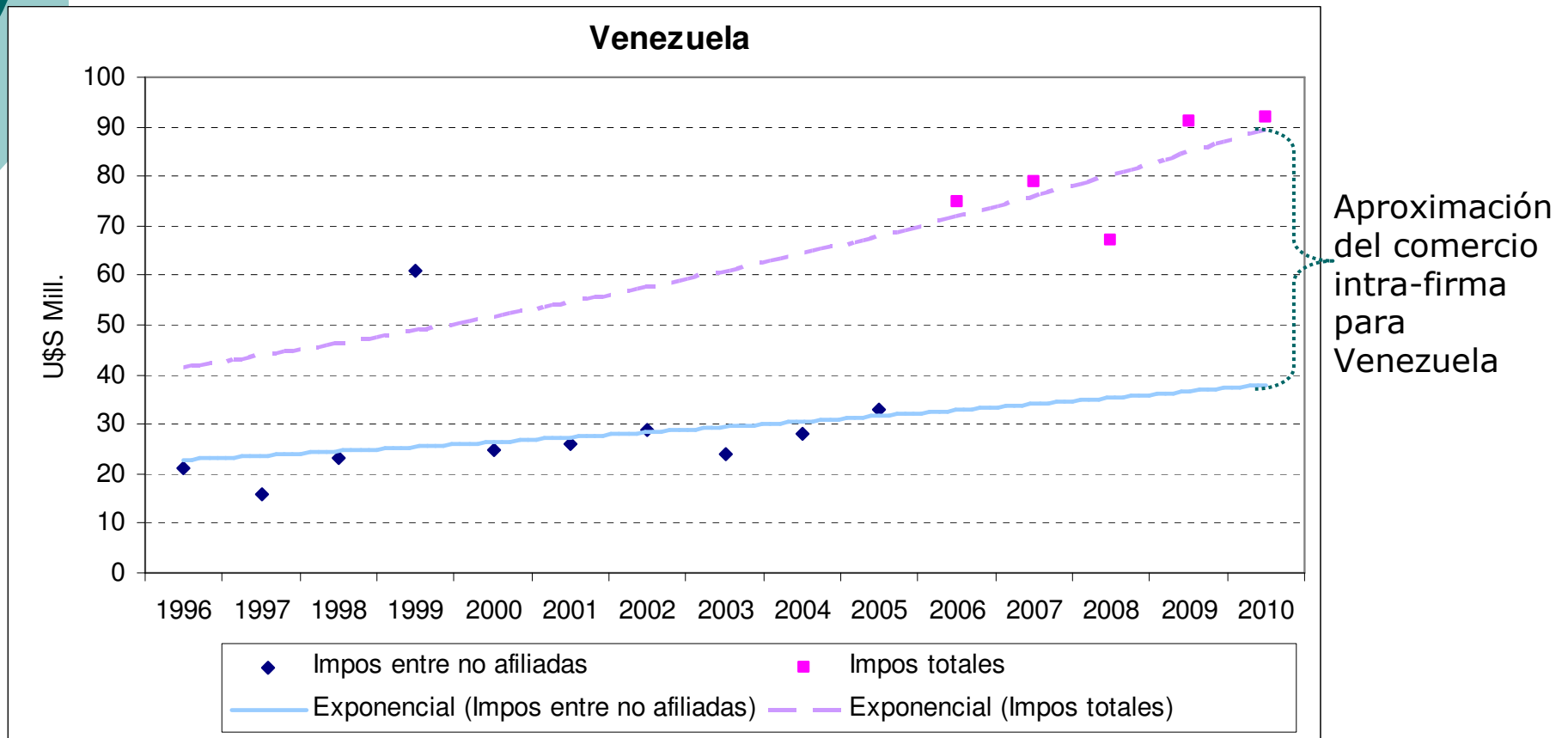
EEUU: importaciones de México de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”



Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

EEUU: importaciones de Venezuela de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”

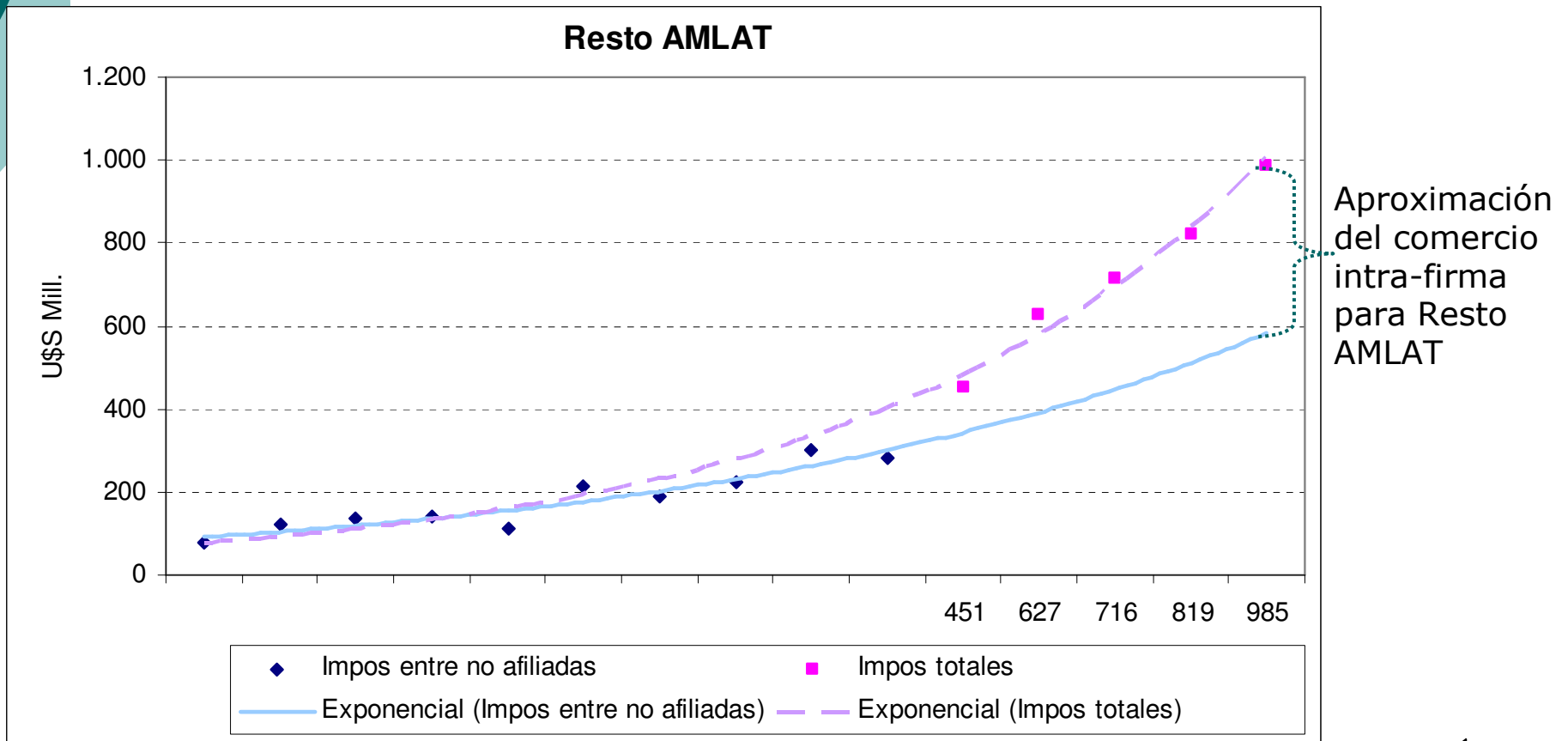


Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

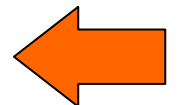


# El rol crucial del comercio intra-firma para América Latina (ejemplo de EEUU)

EEUU: importaciones de Resto AMLAT de “servicios empresariales, profesionales y técnicos”



Fuente: Elaboración propia en base a datos de US Bureau of Economic Analysis.

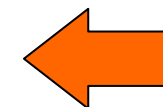


# Composición de las expos de servicios

MUNDO	% del total mundial					Crecim. anual acumulativo
	2000	2005	2007	2009	2010	
Transporte	22,6	22,3	22	19,7	20,7	8,7
Viajes	31,6	27,2	25,1	25,1	24,9	7,1
Comunicaciones	2,1	2,2	2,4	2,6	2,4	11,1
Serv. financieros y seguros	7,9	8,6	10,6	9,6	9,2	11,3
Construcción	1,9	2,1	2,3	2,7	2,3	12
Computación e informática	2,8	3,3	3,7	5,4	4,4	14,7
Regalías y licencias	6	6,2	5,9	6,6	6,5	10,6
Otros serv. empresariales	21	21,9	23,1	25,1	24,1	11,2
Serv. personales, culturales, recreativos	0,9	0,8	0,7	0,7	0,8	7,3
Serv. de gobierno (+ residuos)	3,2	5,4	4,1	2,4	4,8	14,3

AMÉRICA LATINA	% del total					Crecim. anual acumulativo
	2000	2005	2007	2009	2010	
Transporte	19,8	22,7	21,9	20,3	21,2	8,8
Viajes	47	46,7	43,3	41,4	40,1	6,4
Comunicaciones	5,4	3,5	3,1	3,1	2,9	1,6
Serv. financieros y seguros	6,7	4,5	5,5	5,2	5,5	6
Construcción	0,5	0,1	0,1	0,1	0,1	-6,9
Computación e informática	0,6	1,2	1,8	2,5	2,8	25,5
Regalías y licencias	0,9	0,7	0,9	1	0,9	7,9
Otros serv. empresariales	14,6	16,3	19,7	22,9	23	13,1
Serv. personales, culturales, recreativos	1	1,2	1	0,7	0,8	5,2
Serv. de gobierno	3,5	3,2	2,8	2,9	2,8	5,8

Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD.



# AT Kearney

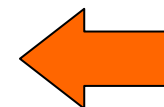
País	Ranking 2011	Ranking 2009	Valores índice 2011			
			Atractivo financiero	Capacidad y disponib. de fuerza laboral	Entorno de negocios	Puntaje total
India	1	1	3,11	2,76	1,14	7,01
China	2	2	2,62	2,55	1,31	6,49
Malasia	3	3	2,78	1,38	1,83	5,99
Egipto	4	6	3,10	1,36	1,35	5,81
Indonesia	5	5	3,24	1,53	1,01	5,78
<b>México</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>2,68</b>	<b>1,60</b>	<b>1,44</b>	<b>5,72</b>
Tailandia	7	4	3,05	1,38	1,29	5,72
Vietnam	8	10	3,27	1,19	1,24	5,69
Filipinas	9	7	3,18	1,31	1,16	5,65
<b>Chile</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>2,44</b>	<b>1,27</b>	<b>1,82</b>	<b>5,52</b>
<b>Brasil</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>2,02</b>	<b>2,07</b>	<b>1,38</b>	<b>5,48</b>
<b>Costa Rica</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>2,84</b>	<b>0,94</b>	<b>1,56</b>	<b>5,34</b>
<b>Argentina</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>2,45</b>	<b>1,58</b>	<b>1,09</b>	<b>5,12</b>
<b>Panamá</b>	<b>34</b>	<b>43</b>	<b>2,77</b>	<b>0,72</b>	<b>1,49</b>	<b>4,98</b>
<b>Uruguay</b>	<b>41</b>	<b>36</b>	<b>2,42</b>	<b>0,91</b>	<b>1,42</b>	<b>4,75</b>
<b>Colombia</b>	<b>43</b>	<b>-</b>	<b>2,34</b>	<b>1,20</b>	<b>1,18</b>	<b>4,72</b>

# Gartner (2010-2012)

	Lenguaje	Apoyo gubernamental	Mano de obra	Infraestructura	Sistema educativo	Costos	Ambiente económico y político	Compatibilidad cultural	Madurez global y legal	Seguridad y privacidad de datos	Puntaje total
India											39
México											35
Chile											32
Rep. Checa											32
Malasia											32
Polonia											31
China											30
Mauricio											30
Filipinas											30
Brasil											29
Uruguay											28
Costa Rica											26
Panamá											26
Perú											25
Colombia											24
Argentina											21

# Tholons: Principales ciudades "emergentes"

Ciudad	País	Ranking 2012	Ranking 2010
Cracovia	Polonia	1	1
Beijing	China	2	2
<b>San Pablo</b>	<b>Brasil</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
Dalian	China	4	7
<b>Buenos Aires</b>	<b>Argentina</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
Shenzhen	China	6	8
Ho Chi Minh	Vietnam	7	6
<b>San José</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>8</b>	<b>15</b>
Colombo	Sri Lanka	9	10
Praga	Rep. Checa	10	12
<b>Santiago</b>	<b>Chile</b>	<b>12</b>	<b>14</b>
<b>Curitiba</b>	<b>Brasil</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>Río de Janeiro</b>	<b>Brasil</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>México City</b>	<b>México</b>	<b>29</b>	<b>26</b>
<b>Monterrey</b>	<b>México</b>	<b>31</b>	<b>32</b>
<b>Brasília</b>	<b>Brasil</b>	<b>32</b>	<b>34</b>
<b>Montevideo</b>	<b>Uruguay</b>	<b>33</b>	<b>40</b>
<b>Guadalajara</b>	<b>México</b>	<b>37</b>	<b>38</b>
<b>Bogotá</b>	<b>Colombia</b>	<b>45</b>	<b>54</b>
<b>San Juan</b>	<b>Puerto Rico</b>	<b>49</b>	<b>55</b>
<b>Medellín</b>	<b>Colombia</b>	<b>50</b>	<b>58</b>



# Principales países exportadores de servicios (2010)

Computación e información		
1	India	56.701,2
2	Irlanda	37.250,8
3	Alemania	16.305,0
4	Estados Unidos	13.830,2
5	Reino Unido	11.518,5
6	China	9.256,3
7	Israel	7.699,5
8	Suecia	6.660,5
9	España	6.407,6
10	Holanda	6.155,1
21	Francia	1.398,6
<b>24</b>	<b>Argentina</b>	<b>1.248,5</b>
<b>26</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>1.070,7</b>
<b>43</b>	<b>Brasil</b>	<b>209,8</b>
<b>46</b>	<b>Uruguay</b>	<b>179,8</b>
<b>53</b>	<b>Chile</b>	<b>90,7</b>
<b>57</b>	<b>Colombia</b>	<b>45,9</b>
<b>66</b>	<b>Panamá</b>	<b>24,8</b>
<b>67</b>	<b>Perú</b>	<b>20,9</b>
<b>69</b>	<b>Guatemala</b>	<b>11,7</b>
<b>72</b>	<b>Venezuela</b>	<b>9,0</b>
<b>77</b>	<b>Honduras</b>	<b>4,5</b>
<b>78</b>	<b>Paraguay</b>	<b>4,4</b>
<b>86</b>	<b>El Salvador</b>	<b>0,7</b>
<b>87</b>	<b>Bolivia</b>	<b>0,7</b>

Otros servicios empresariales		
1	Estados Unidos	100.476,0
2	Alemania	74.399,5
3	Reino Unido	73.416,8
4	China	61.241,6
5	Singapur	43.851,3
6	Japón	42.547,4
7	Suiza	38.879,6
8	Holanda	32.947,8
9	Francia	32.603,4
10	Irlanda	29.705,5
12	India	28.984,6
<b>18</b>	<b>Brasil</b>	<b>15.776,5</b>
<b>34</b>	<b>Argentina</b>	<b>3.910,0</b>
<b>41</b>	<b>Chile</b>	<b>1.865,4</b>
<b>52</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>688,5</b>
<b>55</b>	<b>Colombia</b>	<b>612,1</b>
<b>58</b>	<b>Paraguay</b>	<b>544,2</b>
<b>66</b>	<b>Perú</b>	<b>333,3</b>
<b>76</b>	<b>Panamá</b>	<b>202,6</b>
<b>79</b>	<b>Uruguay</b>	<b>180,4</b>
<b>81</b>	<b>Venezuela</b>	<b>155,0</b>
<b>90</b>	<b>Guatemala</b>	<b>69,6</b>
<b>100</b>	<b>El Salvador</b>	<b>29,6</b>
<b>106</b>	<b>Bolivia</b>	<b>16,6</b>
<b>111</b>	<b>Honduras</b>	<b>10,3</b>

Personales, culturales y recreativos		
1	Estados Unidos	14.563,9
2	Reino Unido	4.080,6
3	Canadá	2.198,3
4	Francia	1.965,4
5	España	1.774,7
6	Malta	1.382,7
7	Luxemburgo	1.352,2
8	Hungría	1.259,5
9	Alemania	1.074,1
10	Turquía	912,0
11	Holanda	712,3
<b>19</b>	<b>Argentina</b>	<b>355,8</b>
21	India	334,6
24	Irlanda	249,0
32	China	122,9
<b>34</b>	<b>Brasil</b>	<b>108,3</b>
<b>38</b>	<b>Chile</b>	<b>86,8</b>
<b>39</b>	<b>Colombia</b>	<b>84,2</b>
<b>41</b>	<b>México</b>	<b>80,0</b>
<b>61</b>	<b>Paraguay</b>	<b>14,0</b>
<b>64</b>	<b>Honduras</b>	<b>11,7</b>
<b>68</b>	<b>Venezuela</b>	<b>6,0</b>
<b>71</b>	<b>Perú</b>	<b>3,9</b>
<b>75</b>	<b>Bolivia</b>	<b>1,7</b>
<b>82</b>	<b>Uruguay</b>	<b>0,4</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

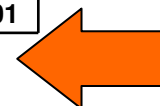
# Ranking de ventajas comparativas en expos de servicios (2010)

Computación e información		
1	India	7,94
2	Irlanda	6,65
3	Israel	5,40
<b>4</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>4,44</b>
5	Finlandia	4,24
6	Filipinas	2,81
7	Sri Lanka	1,86
8	Rumania	1,80
9	Suecia	1,79
<b>10</b>	<b>Argentina</b>	<b>1,64</b>
<b>11</b>	<b>Uruguay</b>	<b>1,25</b>
13	Alemania	1,19
14	Holanda	1,12
19	China	0,94
24	Reino Unido	0,84
<b>51</b>	<b>Colombia</b>	<b>0,18</b>
<b>55</b>	<b>Chile</b>	<b>0,15</b>
<b>59</b>	<b>Brasil</b>	<b>0,11</b>
<b>62</b>	<b>Perú</b>	<b>0,09</b>
<b>63</b>	<b>Guatemala</b>	<b>0,09</b>
<b>64</b>	<b>Venezuela</b>	<b>0,09</b>
<b>67</b>	<b>Honduras</b>	<b>0,08</b>
<b>68</b>	<b>Panamá</b>	<b>0,07</b>
<b>69</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,05</b>

Otros servicios empresariales		
<b>1</b>	<b>Brasil</b>	<b>2,08</b>
2	Filipinas	2,01
3	Taiwán	1,97
4	Suiza	1,95
5	Suecia	1,67
6	Singapur	1,64
<b>7</b>	<b>Paraguay</b>	<b>1,51</b>
8	Bermuda	1,50
9	China	1,50
10	Bélgica	1,49
13	Holanda	1,45
15	Alemania	1,31
16	Reino Unido	1,29
18	Irlanda	1,28
<b>22</b>	<b>Argentina</b>	<b>1,24</b>
34	India	0,98
44	Estados Unidos	0,77
<b>46</b>	<b>Chile</b>	<b>0,72</b>
<b>52</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>0,69</b>
<b>55</b>	<b>Colombia</b>	<b>0,58</b>
<b>68</b>	<b>Venezuela</b>	<b>0,38</b>
<b>69</b>	<b>Perú</b>	<b>0,35</b>
<b>74</b>	<b>Uruguay</b>	<b>0,30</b>

Personales, culturales y recreativos		
1	Malta	32,86
2	Hungría	6,26
3	Serbia	4,83
4	Canadá	3,01
<b>5</b>	<b>Argentina</b>	<b>2,55</b>
6	Estados Unidos	2,53
7	Turquía	2,51
8	Nueva Zelanda	2,36
9	Azerbaijan	2,25
10	Luxemburgo	1,90
<b>11</b>	<b>Colombia</b>	<b>1,79</b>
12	Reino Unido	1,62
<b>21</b>	<b>Honduras</b>	<b>1,08</b>
<b>25</b>	<b>Paraguay</b>	<b>0,88</b>
<b>30</b>	<b>Chile</b>	<b>0,76</b>
33	Holanda	0,71
<b>42</b>	<b>México</b>	<b>0,49</b>
46	Alemania	0,43
<b>51</b>	<b>Venezuela</b>	<b>0,33</b>
<b>52</b>	<b>Brasil</b>	<b>0,32</b>
56	India	0,26
57	Irlanda	0,24
<b>63</b>	<b>Perú</b>	<b>0,09</b>
64	China	0,07
<b>70</b>	<b>Uruguay</b>	<b>0,01</b>

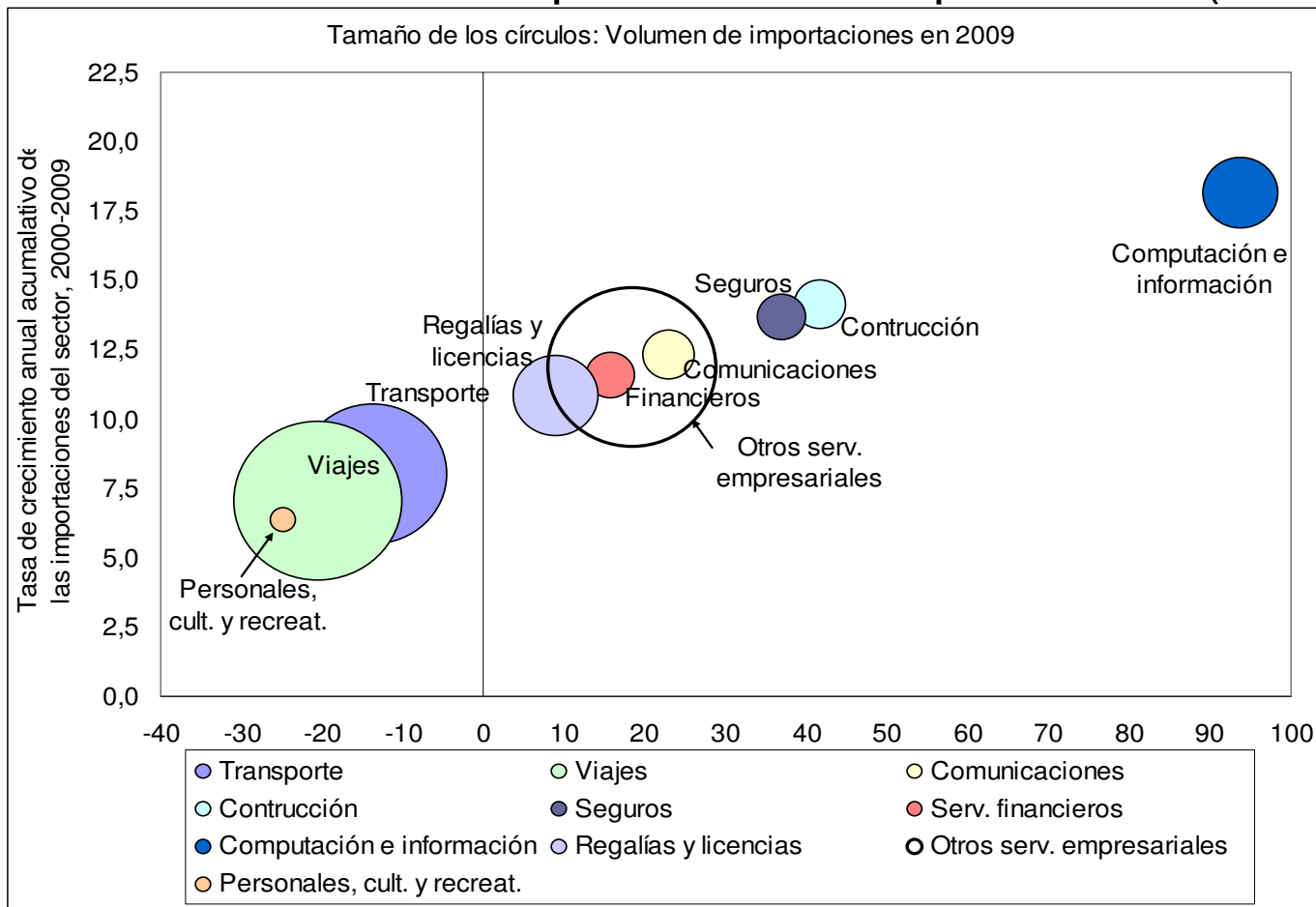
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD



# Análisis TradeCAN

¿En qué medida los países consiguen (o no) acrecentar sus cuotas de mercado en los sectores más (o menos) dinámicos de la demanda internacional?

Dinamismo de las impos mundiales por sector (2000-



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD



# Análisis TradeCAN

Pero no todas las subcategorías y mercados muestran el mismo dinamismo (*Datos de UN Service Trade*)

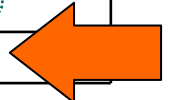
Variación porcentual de las importaciones de servicios, según categorías y subcategorías

Categoría	Variación 2004-2008 (%)				
	UE27	España	Portugal	Inglaterra	EEUU
1. Transporte	0,3	-7,9	-0,9	-22,1	-15,6
<b>2. Viajes</b>	<b>-14,1</b>	<b>-6,2</b>	<b>-8,9</b>	<b>-10,3</b>	<b>-13,1</b>
2.1. Viajes de negocios	-13,9			-6,9	-9,9
2.2. Viajes personales	-14,2			-10,8	-13,1
<b>2.2.1. Gasto vinculado a salud</b>				<b>14,0</b>	
<b>2.2.2. Gasto vinculado a educación</b>				<b>18,9</b>	3,5
2.2.3. Otros				-11,0	-14,0
3. Servicios de comunicación	8,9	18,2	19,1	8,5	7,8
3.1. Servicios postales y correo	-18,0		-49,4	0,5	-24,7
<b>3.2. Servicios de telecomunicaciones</b>	<b>16,7</b>		<b>30,1</b>	<b>10,3</b>	<b>11,8</b>
4. Servicios de construcción	7,7	98,2	-14,5	<b>473,5</b>	131,9
5. Seguros	-13,6	1,7		-0,7	36,7
6. Servicios financieros	17,0	46,1		42,1	160,4
7. Servicios de computación e información	20,9	-5,7		39,8	454,7
<b>7.1. Servicios de computación</b>	<b>22,1</b>		<b>44,3</b>	<b>51,0</b>	<b>501,1</b>
<b>7.2. Servicios de información</b>	<b>8,1</b>		<b>18,0</b>	<b>0,4</b>	<b>154,0</b>
8. Regalías y licencias	12,2	-38,3	-18,2	-14,6	-21,4

# Análisis TradeCAN

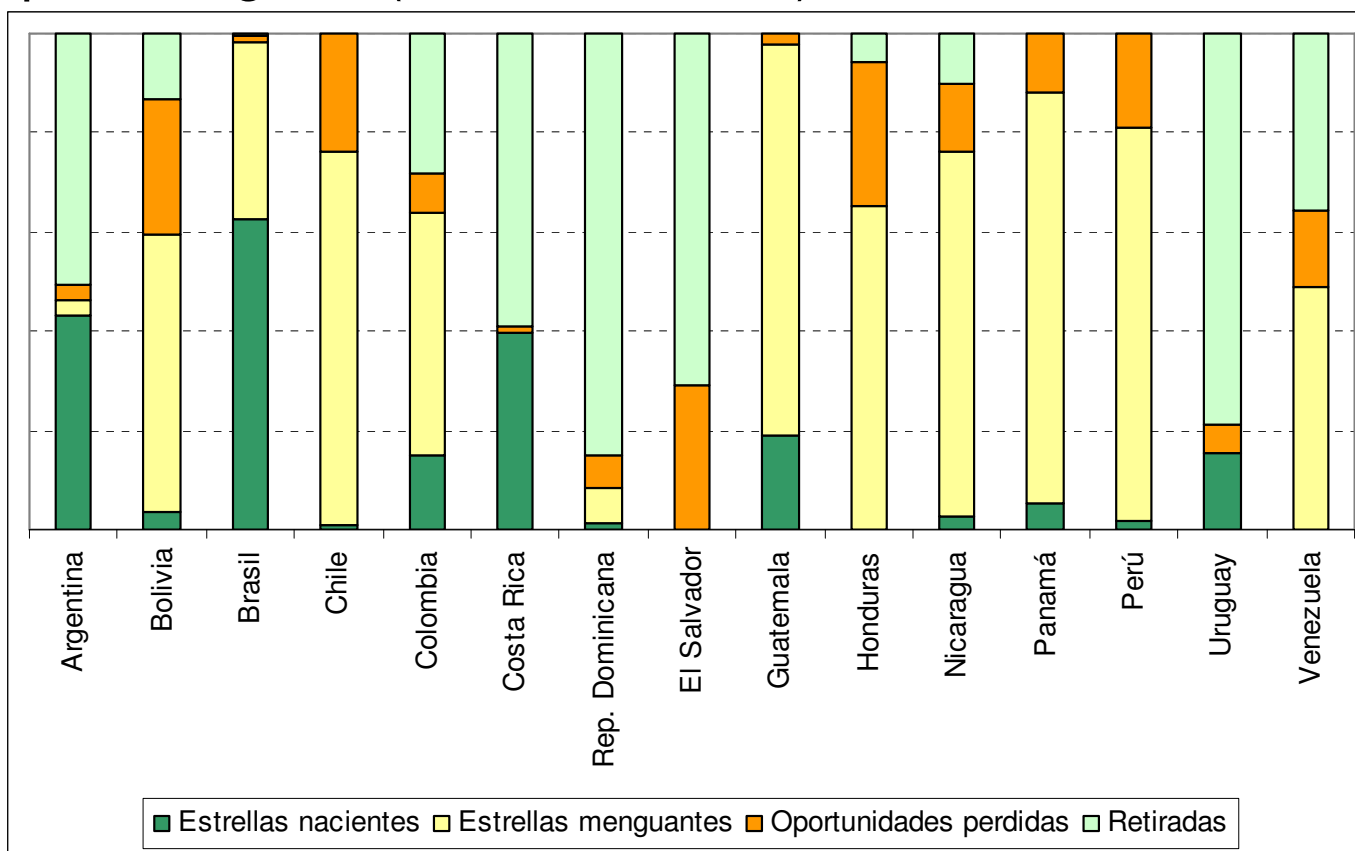
- Variación porcentual de las importaciones de servicios, según categorías y subcategorías

Categoría	Variación 2004-2008 (%)				
	UE27	España	Portugal	Inglaterra	EEUU
9. Otros servicios empresariales	0,7	9,8		29,9	1,4
9.1. Compraventa y otros servicios relacionados con el comercio	-15,6	-14,6		-54,0	
9.2. Servicios de <i>leasing</i>	-1,6	-44,8		-10,4	
<b>9.3. Servicios empresariales, profesionales y técnicos</b>	<b>4,3</b>	<b>16,7</b>		<b>40,2</b>	<b>1,4</b>
<b>9.3.1. Servicios legales, contables, de gestión y RRPP</b>	<b>7,0</b>		-12,3	<b>34,1</b>	
<b>9.3.1.1. Servicios legales</b>				<b>17,8</b>	
9.3.1.2. Servicios contables, de auditoría y consultoría impositiva				-1,1	
<b>9.3.1.3. Consultoría empresarial, de gestión y servicios de RRPP</b>				<b>41,9</b>	
<b>9.3.2. Publicidad, invest. de mercado y encuestas de opinión</b>	<b>8,3</b>		<b>37,9</b>	<b>74,0</b>	
<b>9.3.3. Investigación y desarrollo</b>	<b>4,6</b>		<b>50,5</b>	<b>53,4</b>	
9.3.4. Arquitectura, ingeniería y otros servicios técnicos	-5,0		<b>33,1</b>	-18,3	
<b>9.3.5. Servicios para agricultura, minería y otros procesamientos</b>	<b>56,7</b>		-9,8	<b>155,0</b>	
9.3.6. Otros servicios de negocios	-4,2		169,3	49,4	299,0
9.3.7. Servicios entre empresas relacionadas (n.i.e.)	9,9		14,2	62,2	
<b>10. Servicios personales, culturales y recreativos</b>	<b>-11,7</b>	<b>-23,3</b>	<b>-2,1</b>	<b>-8,0</b>	<b>218,2</b>
<b>10.1. Servicios audiovisuales y conexos</b>	<b>-16,5</b>	<b>-34,1</b>	<b>-10,3</b>	<b>2,9</b>	<b>218,2</b>
<b>10.2. Otros servicios personales, culturales y recreativos</b>	<b>3,6</b>	<b>-1,4</b>	<b>3,5</b>	<b>-43,1</b>	
10.2.1. Servicios educativos				-60,3	
<b>10.2.2. Servicios de salud</b>				<b>773,9</b>	
10.2.3. Otros				-58,8	



# Análisis TradeCAN: 2000-2009

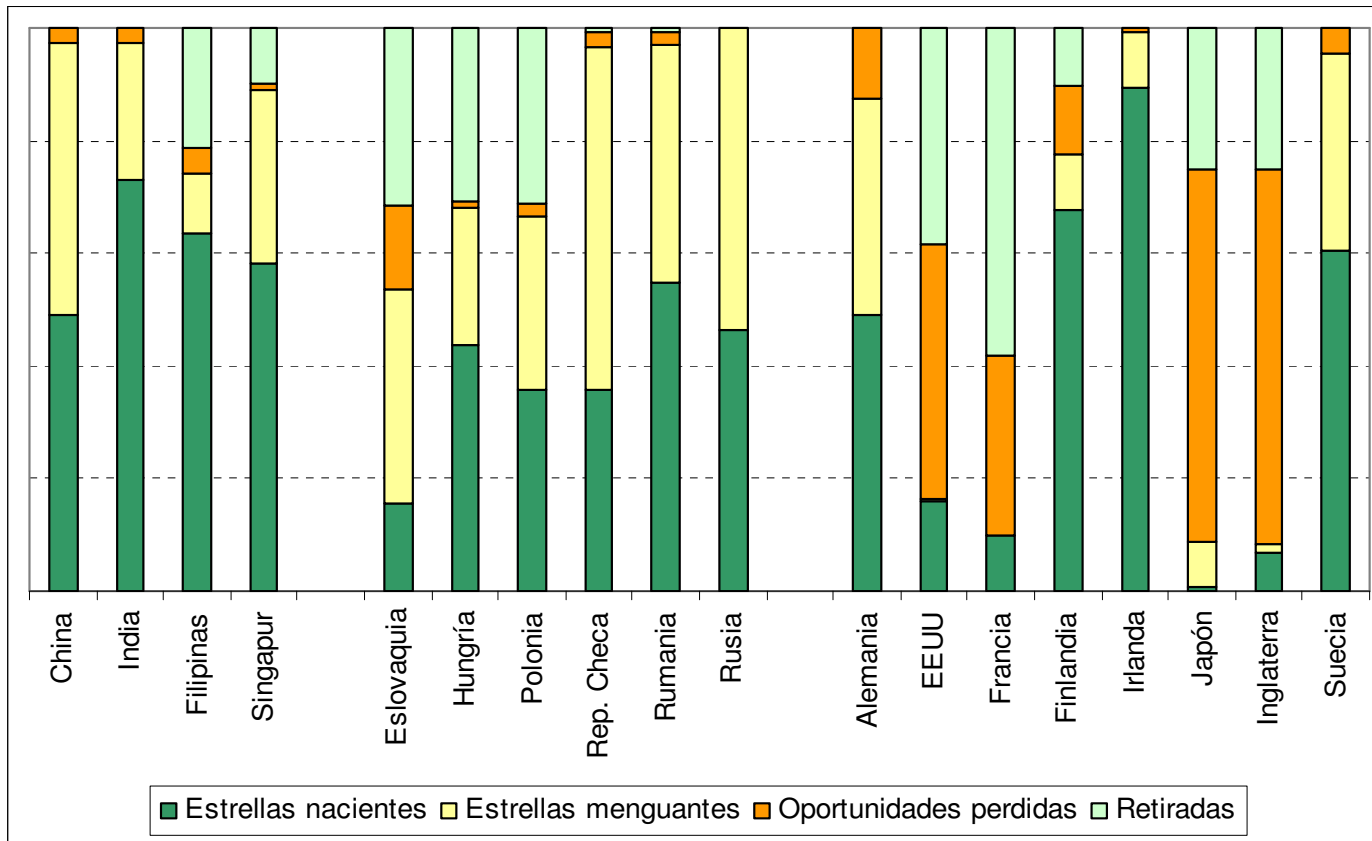
- Porcentaje de exportaciones de servicios en 2009, por categoría (América Latina)



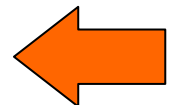
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

# Análisis TradeCAN: 2000-2009

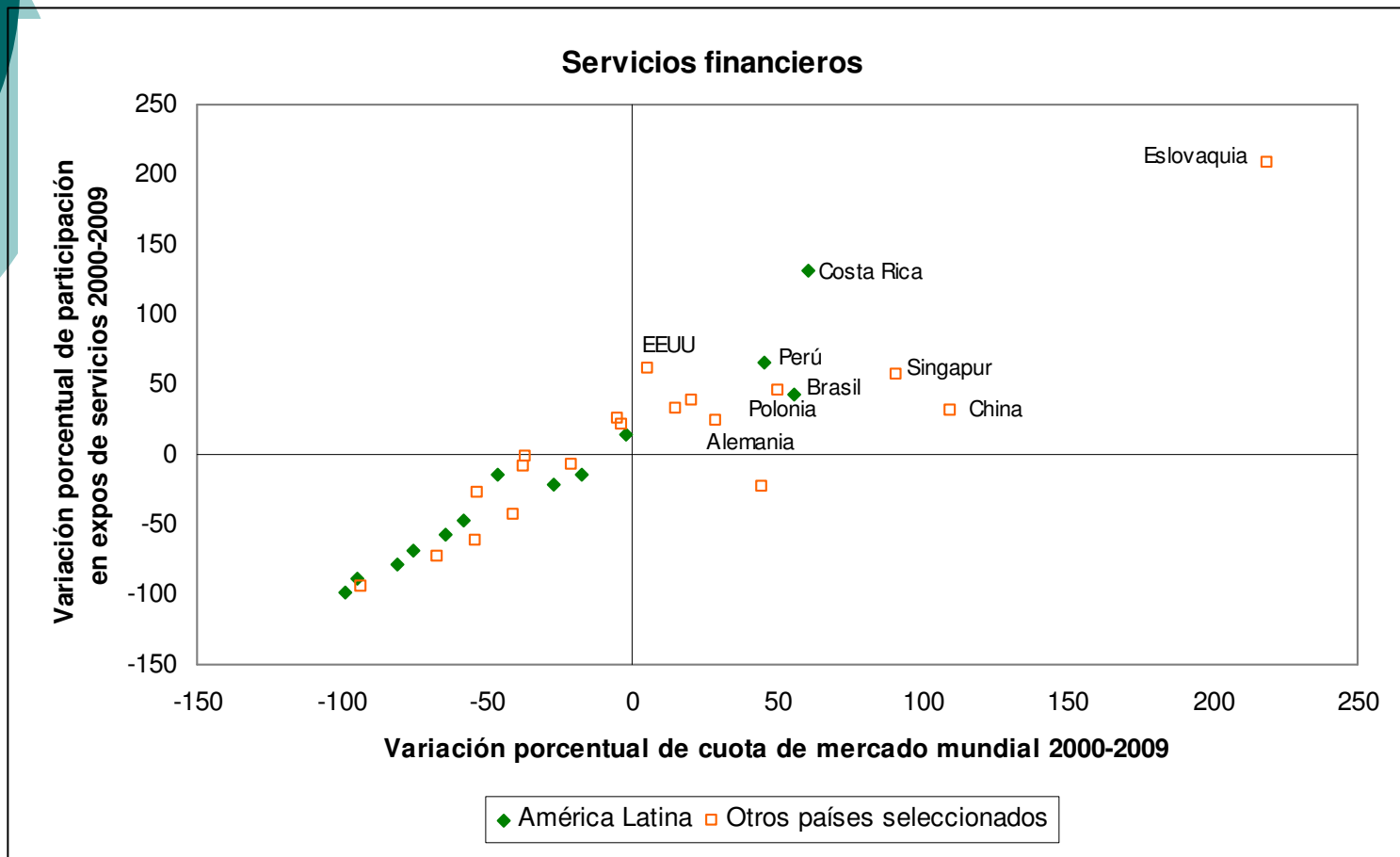
- Porcentaje de exportaciones de servicios en 2009, por categoría (otros países seleccionados)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

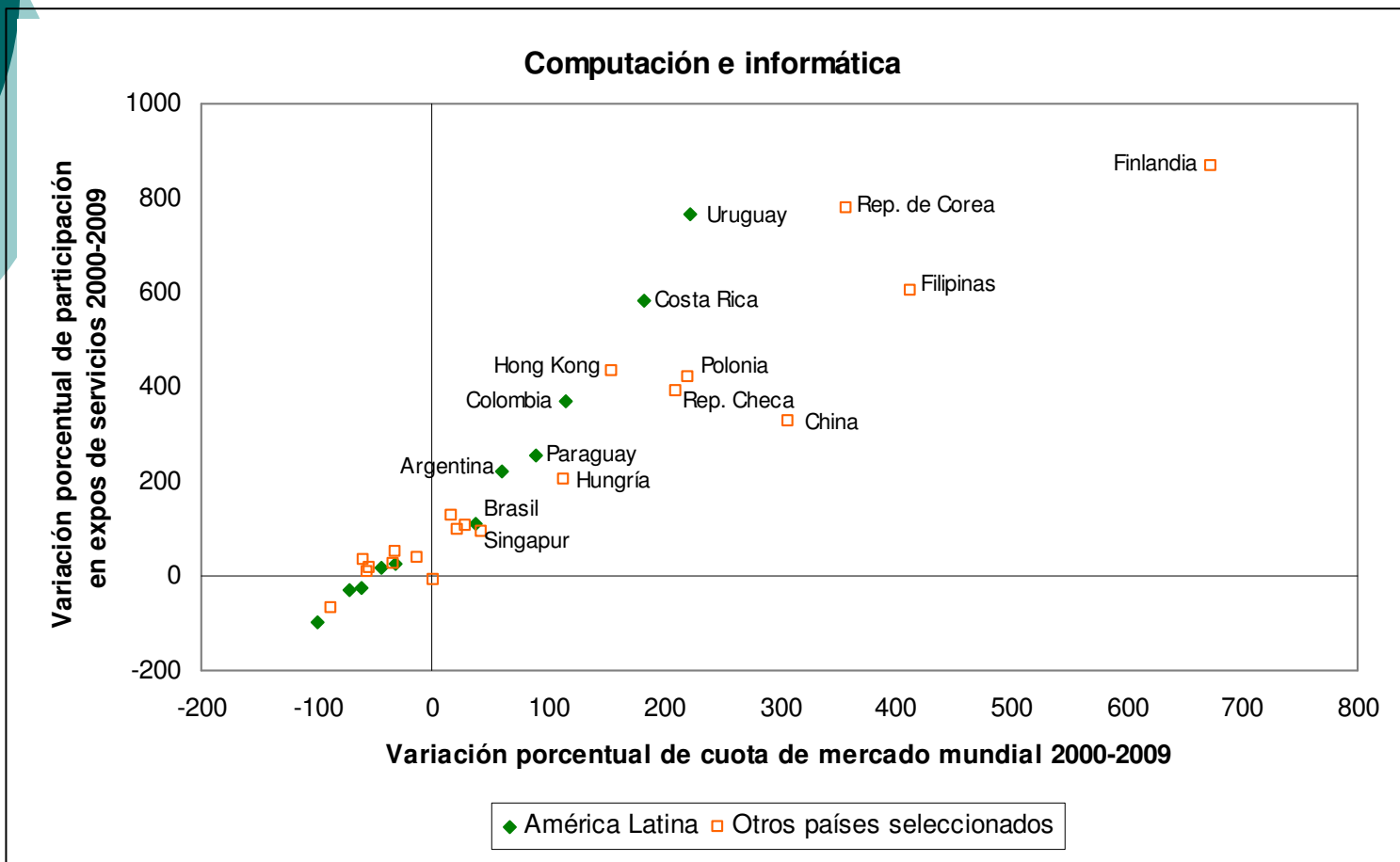


# Variación en cuota de mercado y participación de exportaciones de servicios según segmento (2000-2009, %)



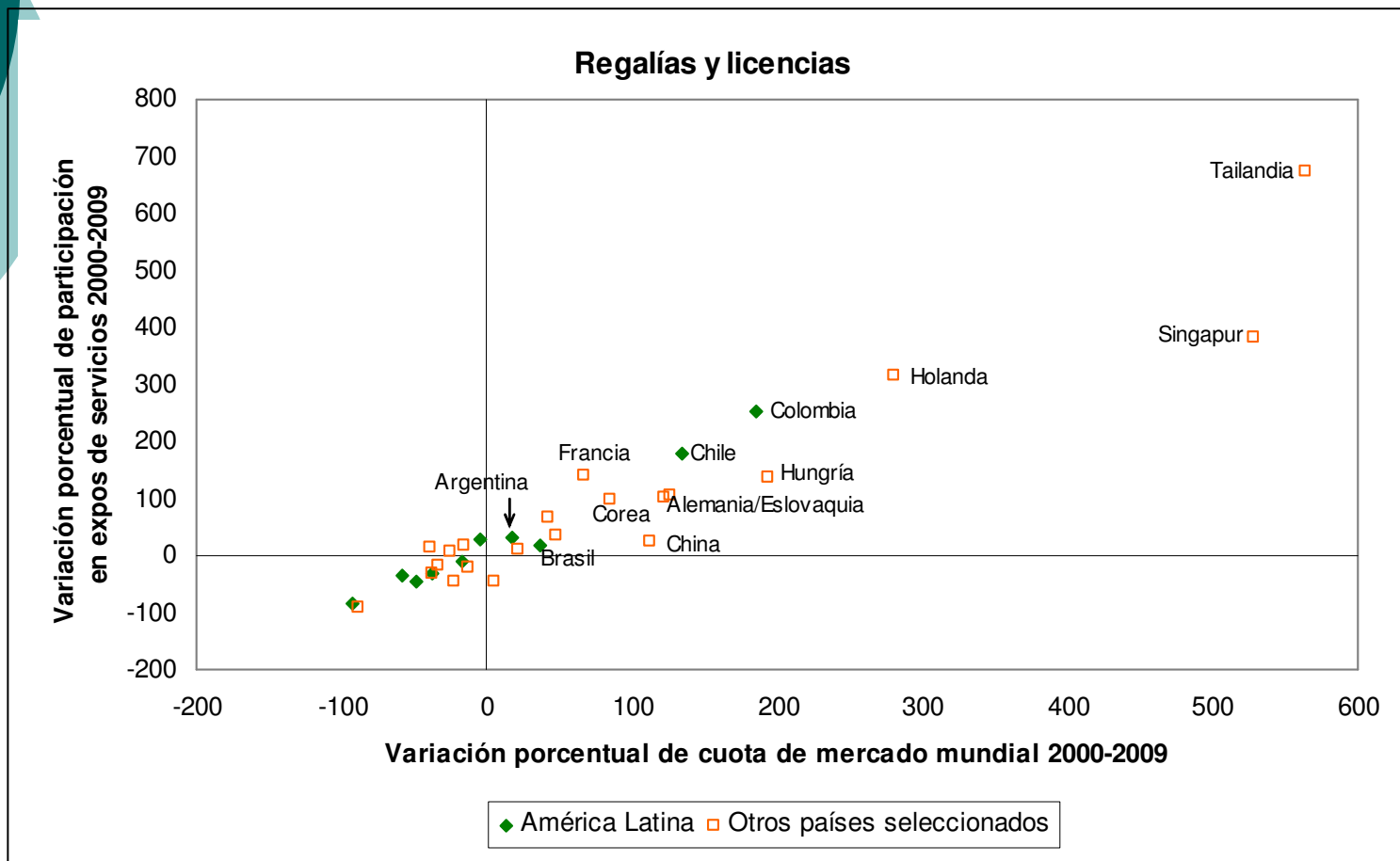
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

# Variación en cuota de mercado y participación de exportaciones de servicios según segmento (2000-2009, %)



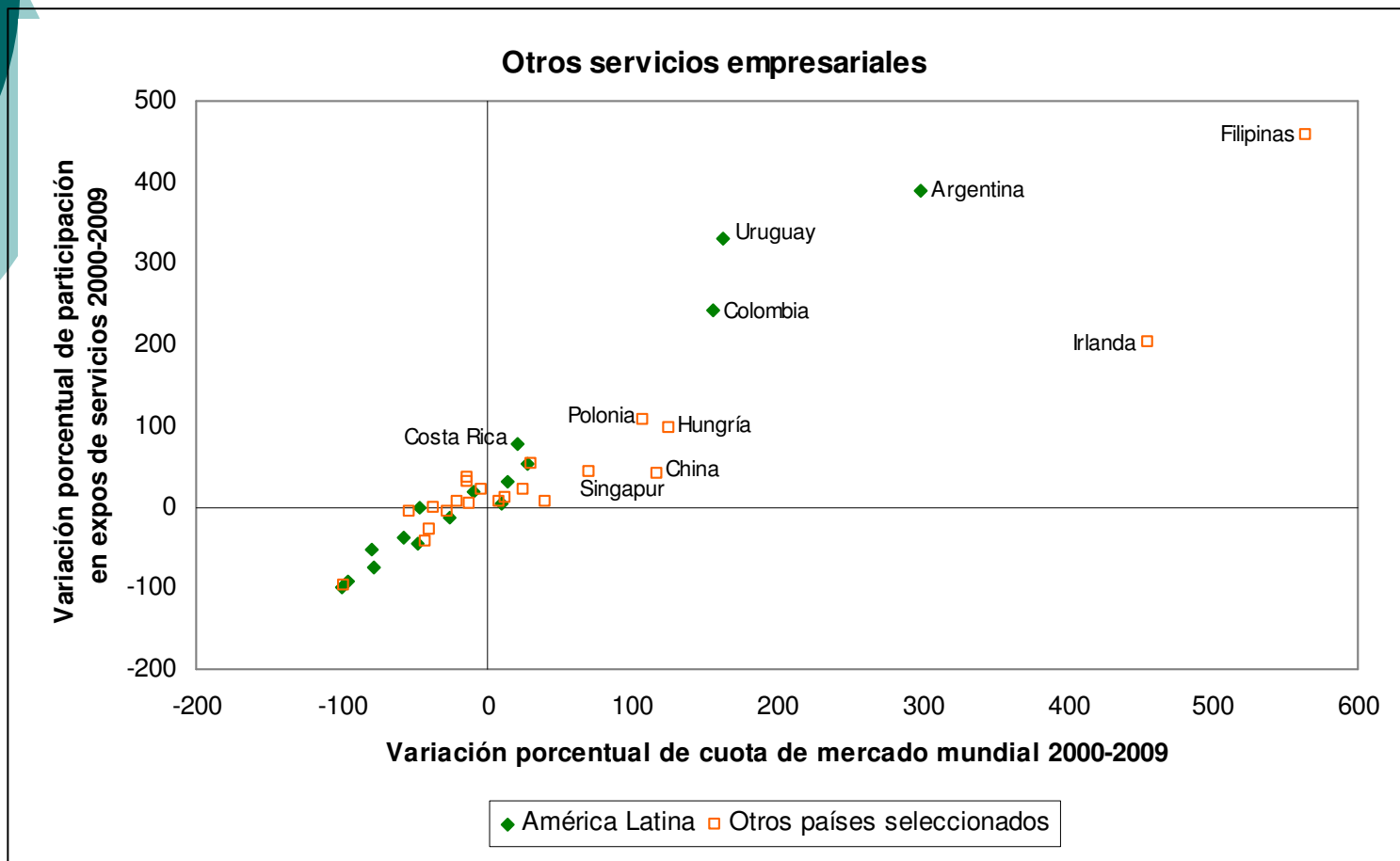
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

# Variación en cuota de mercado y participación de exportaciones de servicios según segmento (2000-2009, %)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD

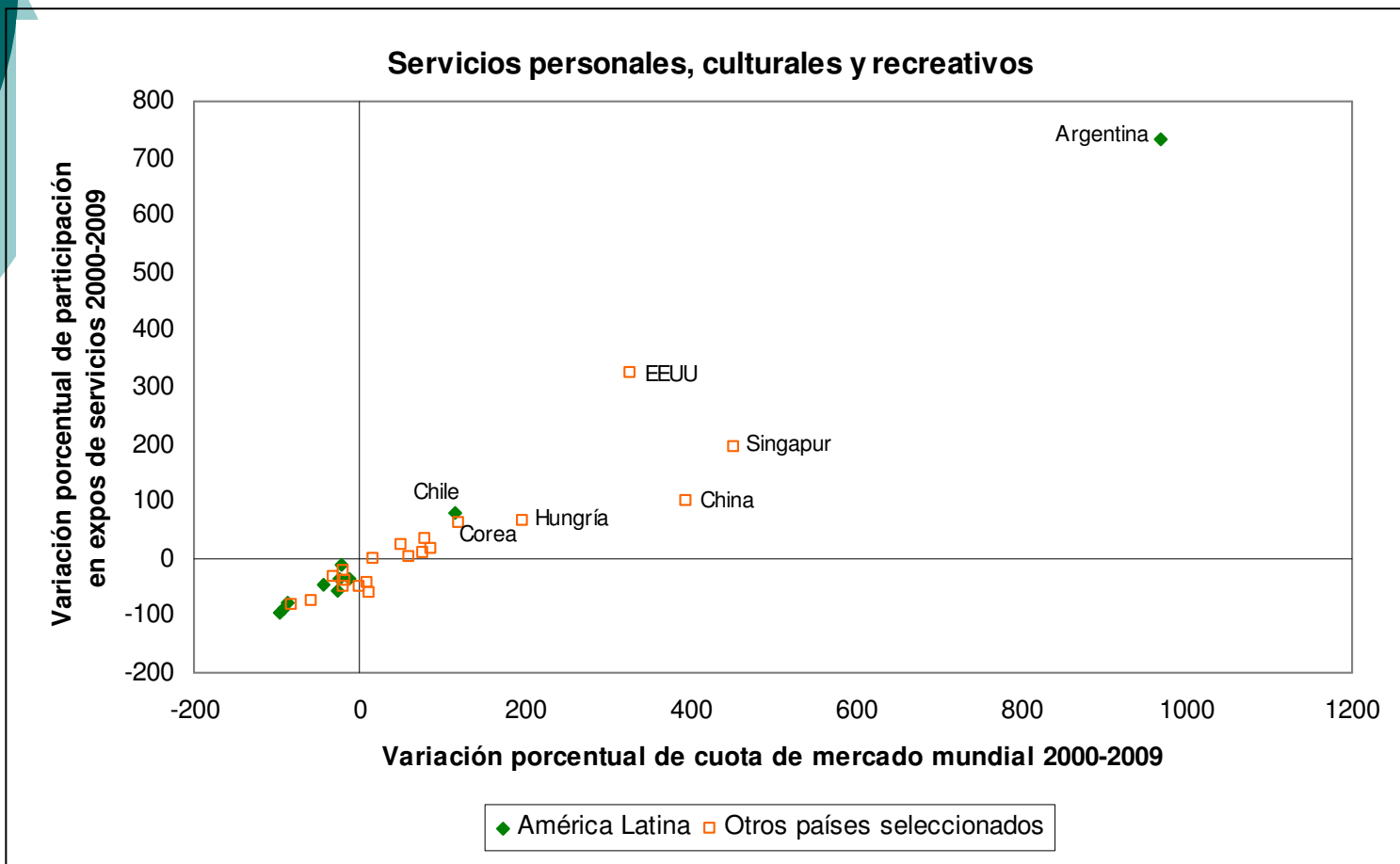
# Variación en cuota de mercado y participación de exportaciones de servicios según segmento (2000-2009, %)



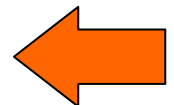
Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD



# Variación en cuota de mercado y participación de exportaciones de servicios según segmento (2000-2009, %)

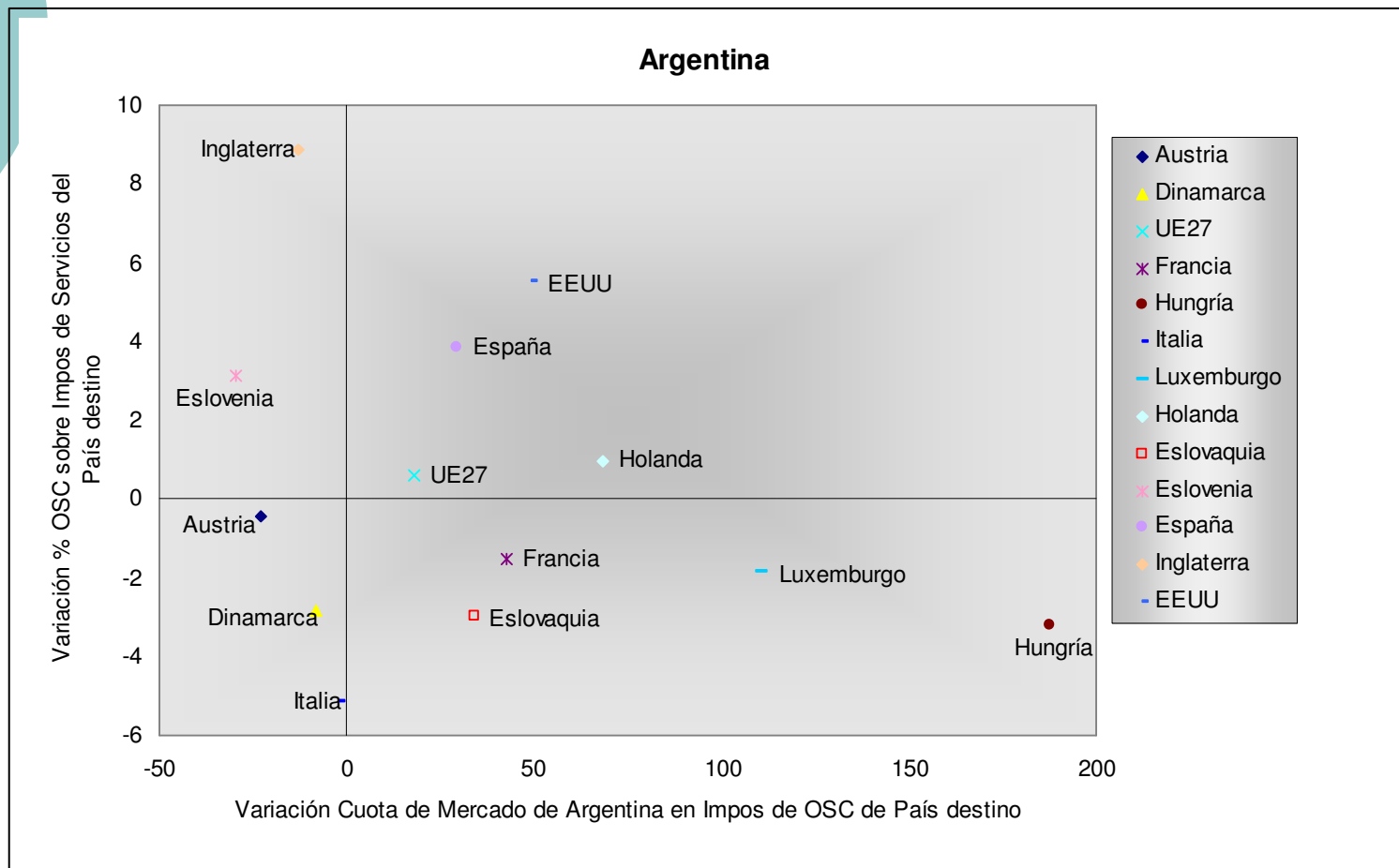


Fuente: Elaboración propia en base a datos de UNCTAD



# Análisis TradeCAN: Mercados

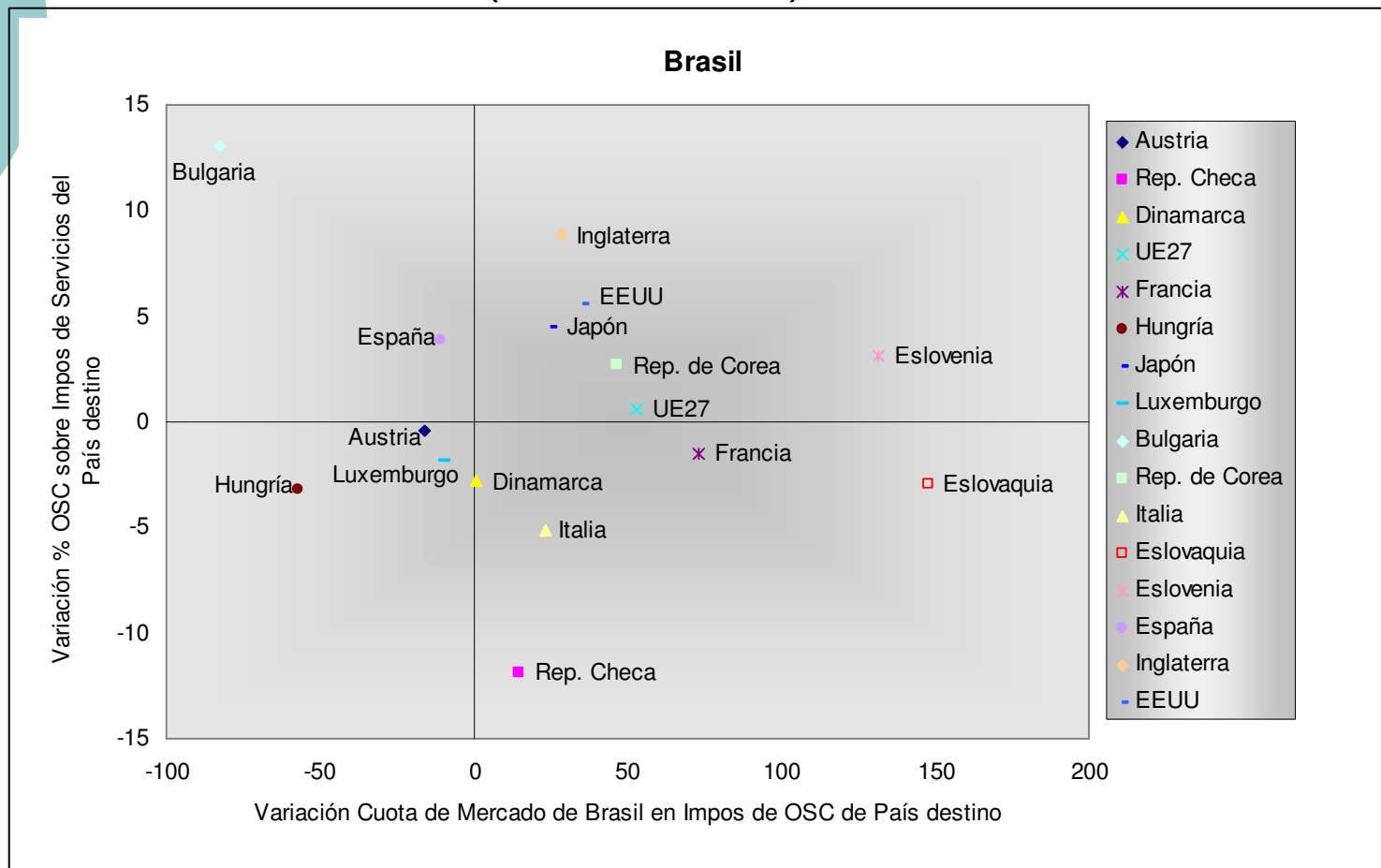
Mercados destino de las exportaciones de “otros servicios comerciales” por parte de algunos países latinoamericanos (2006-2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UN Service Trade

# Análisis TradeCAN: Mercados

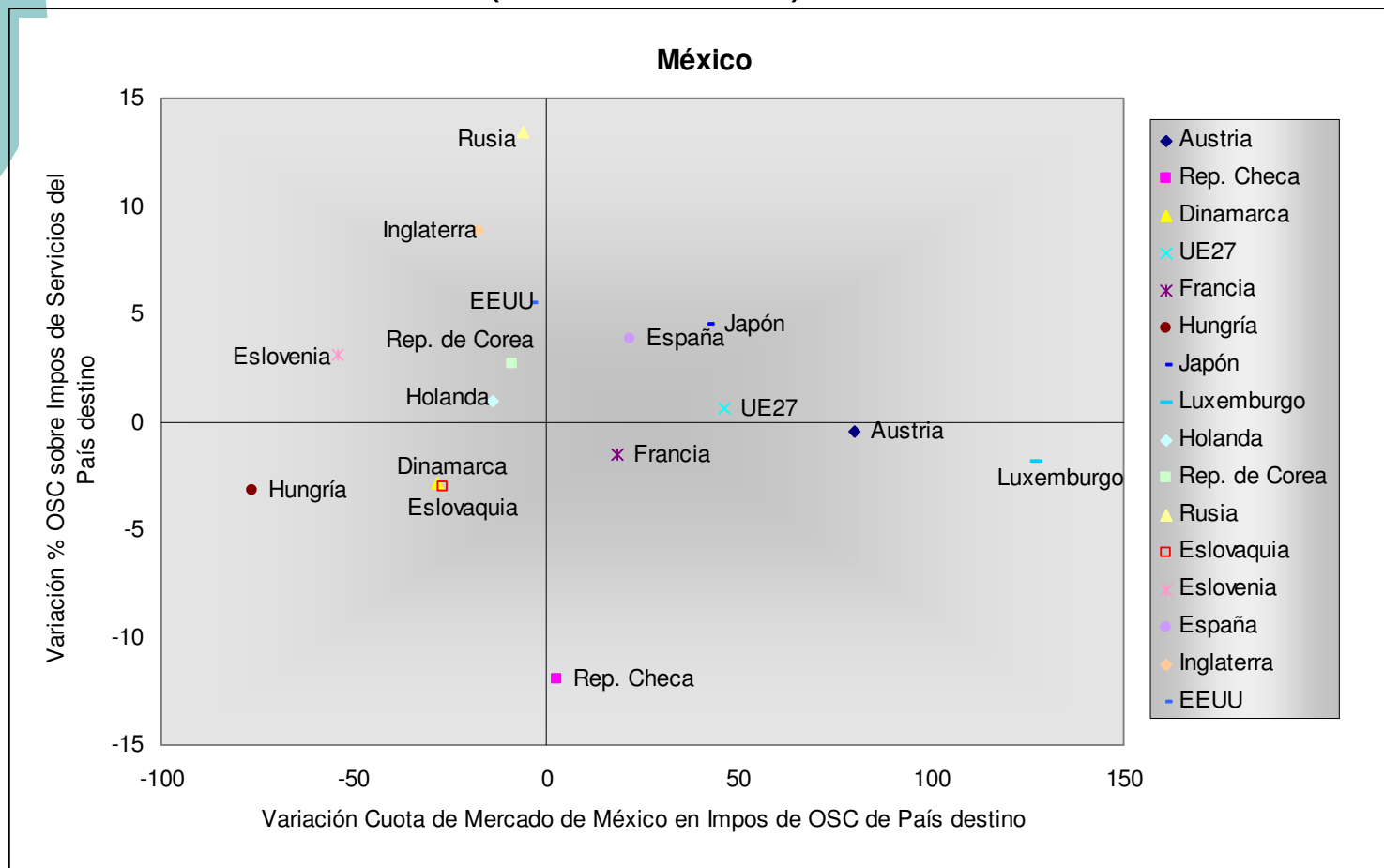
Mercados destino de las exportaciones de “otros servicios comerciales” por parte de algunos países latinoamericanos (2006-2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UN Service Trade

# Análisis TradeCAN: Mercados

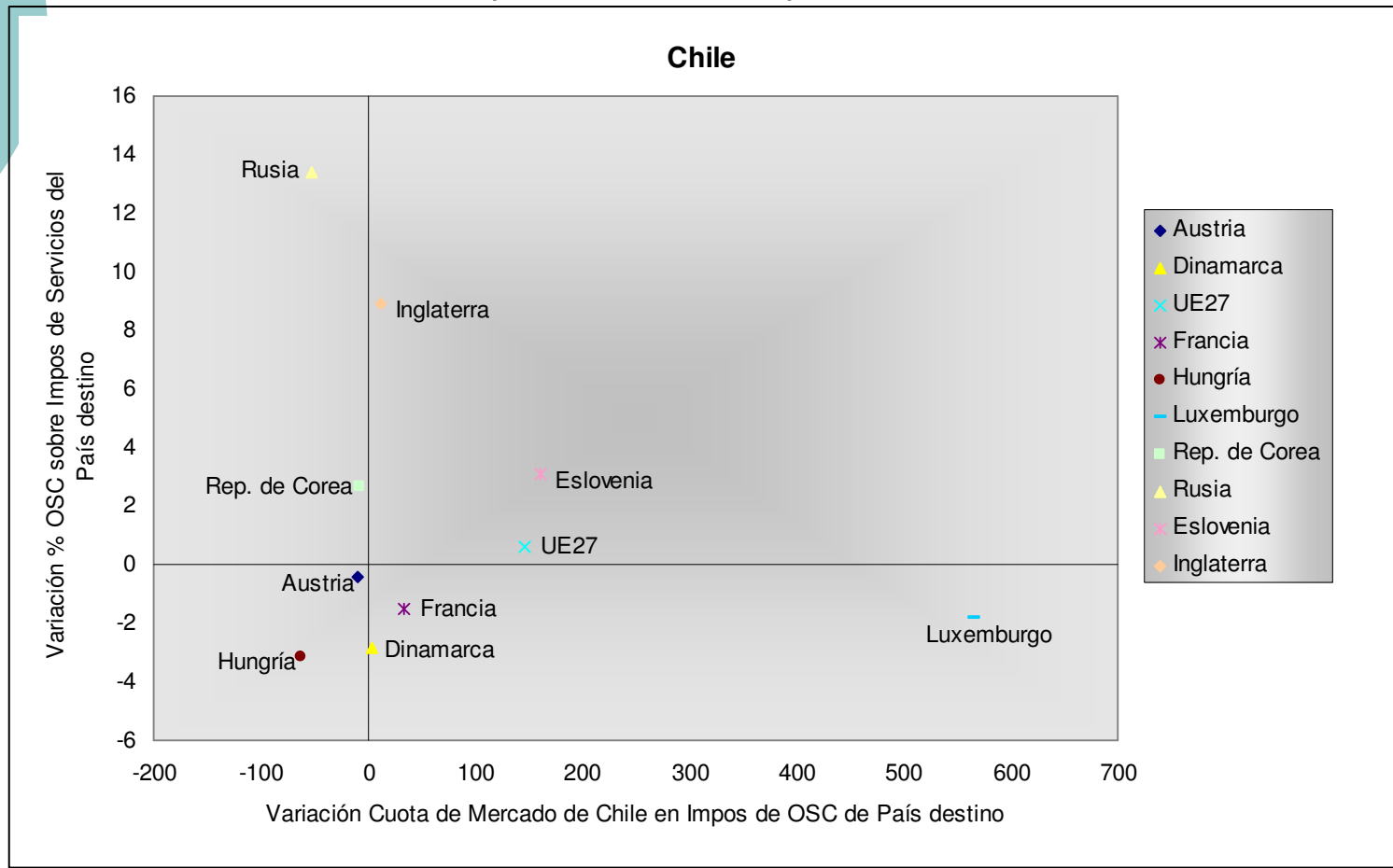
Mercados destino de las exportaciones de “otros servicios comerciales” por parte de algunos países latinoamericanos (2006-2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UN Service Trade

# Análisis TradeCAN: Mercados

Mercados destino de las exportaciones de “otros servicios comerciales” por parte de algunos países latinoamericanos (2006-2008)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de UN Service Trade

