

LA LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LA TRASNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR DE EE.UU.

CLYDE W. BARROW*

Resumen

La industria de la educación superior ha surgido como un importante elemento de vitalidad económica de los Estados Unidos, quien domina un tercio del mercado total mundial de estos servicios por consumo en el extranjero. Esto plantea, por lo menos tres cuestiones políticas y culturales que deben preocupar: la rápida transnacionalización de “la industria” abruma a los sistemas más débiles y menos desarrollados de los países en desarrollo; la globalización de la educación superior margina la transmisión de la cultura nacional y local, y subordina la ciudadanía democrática a los objetivos de maximizar las utilidades de empresas transnacionales y sus unidades de soporte educativo; y, la transformación de colegios y universidades en corporaciones inevitablemente lleva a una pérdida del control y gobernabilidad del profesorado.

Palabras clave: comercialización, industria, transnacionalización, proveedores, mercado, privatización, postindustrial.

Abstract

The higher education industry has emerged as an important element contributing to the economic vitality of the United States, which controls one third of the total world market of these services based on consumption abroad. This poses, at least, three political and cultural issues for serious consideration: globalization of higher education limits the transmittal of national and local culture; subordinates democratic citizens to the profitability of transnational companies and to their education support units; and transforms colleges and universities into corporations which undoubtedly leads to a loss of control and governance among scholars.

Key words: commercialization, industry, transnationalization, suppliers, market, privatization, postindustrial.

* Director del Centro
para Análisis de Políticas
y Profesor Canciller de
Estudios de Políticas,
Universidad de
Massachusetts, Dartmouth,
285 Old Westport Road,
North Dartmouth, MA
02747-2300 USA.

Correo e: cbarrow@
umassd.edu

Traducción:
Beatriz Rodríguez Anzures

La industria de servicios a la educación superior

La liberalización del comercio de los “servicios a la educación superior” se ha negociado ampliamente en reuniones multilaterales de comercio tanto a nivel global (Organización Mundial de Comercio) como a nivel regional (EU, TLC) (OECD, 2001, 2002a; Sauve y Stern, 2000). Los acuerdos comerciales más importantes tienen impactos potencialmente enormes en la educación superior en todo el mundo, sin embargo, pocos estudiantes, profesorado o administradores conocen apenas las disposiciones de los principales acuerdos comerciales que promueven la comercialización de la educación superior, incorporándola al sistema de comercio mundial tan solo como otra industria más (Barrow, 2003). De hecho, los empleados universitarios, especialmente el profesorado, continúan resistiéndose a pensar en la educación superior como una “industria” a pesar del predominio de la retórica corporativa y las prácticas empresariales en la educación superior de los E.U. durante casi un siglo (Barrow, 1990; Bok, 2003; Etzkowitz *et al.* 1998; Johnson *et al.* 2003; Scott, 1983; Shumar, 1997; Slaughter, 1990; Slaughter y Leslie, 1997).

El estatus comercial de la educación superior en esta visión mundial es quizá captado de mejor manera por los sistemas de clasificación industrial desarrollados por la mayoría de países para recopilar datos y monitorear las tendencias en cuanto al empleo, salarios, vitalidad empresarial y comercio internacional. Estados Unidos adoptó su primer Sistema de Clasificación Industrial Estándar (SIC por sus siglas en inglés) en 1939 y revisa periódicamente este sistema de clasificación para considerar los cambios en la estructura de la economía (Oficina

Ejecutiva del Presidente, 1987)¹. A todo establecimiento comercial en los Estados Unidos –tanto público como privado– se le asigna un Código SIC o más con base en la División (por ejemplo manufactura), Grupo Principal (por ejemplo productos textiles), y Grupo Industrial (por ejemplo hilanderías). Una División de establecimiento se identifica con un código de una sola letra (A-J). Su Grupo Principal se identifica con un código numérico de 1 o 2 dígitos (01-99) y su Grupo Industrial se identifica con un código numérico de 3 o 4 dígitos (001-9999). Los Servicios Educativos se clasifican en la División I (Servicios) como Grupo Principal 82. Los Servicios Educativos incluyen siete grupos industriales:

8221	Colegios, Universidades y Escuelas Profesionales
8222	Escuelas Técnicas Superiores Universitarias e Institutos Técnicos
8231	Bibliotecas
8243	Escuelas de Procesamiento de Datos
8244	Escuelas Comerciales y Secretariales
8249	Escuelas Vocacionales
8299	Escuelas y Servicios Educativos, No Clasificados en Algún Otro Lugar

Utilizando esta definición oficial, la industria de la educación superior de Estados Unidos tiene más de 59,000 establecimientos comerciales, que representan casi 3.5 millones de empleos o 2.7 por ciento del empleo total de E.U. La industria de servicios a la educación superior representa aproximadamente \$185 a \$200 mil millones en rendimiento anual (ventas) (Departamento de Comercio de E.U., 2002a). El rendimiento anual de la industria de servicios a la educación supe-

¹ El Sistema de Clasificación de la Industria Norteamericana (NAICS por sus siglas en inglés) ha reemplazado al sistema de Clasificación Industrial Estándar de Estados Unidos (SIC). El NAICS fue desarrollado conjuntamente por Estados Unidos, Canadá y México para proporcionar nuevos elementos de comparación estadística sobre la actividad empresarial en Norteamérica. La Clasificación Estándar Internacional de la Educación fue creada por la UNESCO en 1976 para contar con nuevos elementos de comparación global de las estadísticas de educación y fue revisada en 1997 (UNESCO, 1997).

rior de E.U. es mayor que el producto interno bruto de 110 países (Banco Mundial, 1999). Adicionalmente, estos estimados no incluyen las numerosas derramas económicas generadas por la educación superior tales como ventas de libros de texto, computadoras y *software*, servicios de impresión y fotocopiado, viajes profesionales, o el manejo privado de las librerías de los planteles, servicios alimenticios e incluso dormitorios. Estos estimados tampoco incluyen el crecimiento de actividades educativas internas y aquellas con base en contratos realizadas por “universidades corporativas”, que son operadas como divisiones de capacitación dentro de corporaciones establecidas (Allen, 2002; Jarvis, 2001; Meister, 1998).

De este modo, al igual que muchas otras industrias de servicios, tales como servicios financieros, ingeniería y contabilidad, la industria de la educación superior ha surgido como un importante elemento de vitalidad económica de los Estados Unidos, no solamente a través del impacto indirecto de la capacitación de su fuerza de trabajo y transferencia de tecnología en la productividad empresarial total sino como una gran industria por derecho propio. Los servicios a la educación superior representan ahora una participación mayor del producto interno bruto de E.U. que la silvicultura, pesca, minería de carbón, productos manufacturados del tabaco, transportación férrea y cine, por nombrar algunas (Departamento de Comercio de E.U., 2002a). Aún así, los colegios y universidades tradicionales ahora son simplemente uno de muchos proveedores de servicios potenciales en esta creciente industria. A pesar de la privatización parcial de las corrientes de ingresos y operaciones auxiliares (Barrow, 2000), 70 por ciento de los colegios, universidades y escuelas profesionales de los E.U. (SIC, 8221), así como 70 por ciento

de las escuelas técnicas superiores universitarias e institutos técnicos (SIC, 8222) son aún empresas gubernamentales estatales o locales. Las empresas de educación superior de propiedad pública representan el 62 por ciento del empleo total en el grupo industrial 8221, y 93 por ciento del empleo total en el grupo industrial 8222. Estos dos grupos industriales por sí solos representan \$68.8 mil millones en nóminas públicas anuales o un poco más del 58 por ciento de la nómina anual total de la industria de servicios a la educación superior. Incluso las instituciones “privadas” de educación superior en los Estados Unidos siguen dependiendo en gran medida de programas de ayuda financiera con fondos estatales o federales (subsidios de colegiaturas) y contratos de investigación con fondos federales para apoyar sus operaciones. Más aún, aproximadamente el 30 por ciento del profesorado de colegios y universidades pertenece a sindicatos, por lo que la educación superior es una de las industrias más densamente sindicalizadas en los Estados Unidos. De esta forma, en un momento en que las instituciones tradicionales de educación superior se perciben de manera creciente como una carga en los presupuestos públicos, en lugar de una inversión social, así también los líderes comerciales y políticos las consideran cada vez más como monopolios públicos inflexibles que han demostrado ser particularmente resistentes a la imperativa del mercado. La segmentación y modularización de la industria de la educación superior ha hecho imposible dividir los diversos componentes de la industria en su conjunto y operarlos como empresas privadas por separado (por ejemplo: dormitorios, servicios alimenticios, librerías, educación continua, universidades virtuales, centros de investigación, etc.)². Sin

² Uno de los ejemplos más comúnmente citados de una universidad virtual es la *Western Governors University*, que fue fundada por 17 Gobernadores de los estados del Oeste de los Estados Unidos, pero que también incluye socios del sector privado como IBM, AT&T, Cisco, Microsoft e International Thomson. La *WGU* es una entidad independiente, no lucrativa, acreditada que no emplea un profesorado de enseñanza ni desarrolla ninguno de sus propios cursos. La *WGU* compra “contenido académico” de proveedores de profesorado empleado por otras universidades públicas y privadas (Organización Mundial de Comercio, 1998a: 5).

embargo, en la medida en que los acuerdos comerciales multilaterales incorporen la educación superior al sistema de comercio mundial, la resistencia local a la privatización ulterior puede evitarse y situarse más allá del alcance de los sistemas políticos estatales, locales e incluso nacionales. De hecho, las empresas públicas de educación superior estarán cada vez más sujetas a las normas de comercio internacional, que están creando nuevas oportunidades de competencia adicional por parte del sector privado, a partir de nuevos tipos de proveedores de servicios para la educación superior.

Comercio internacional de los servicios a la educación superior

En tanto que la educación superior se ha considerado en general como exenta de los impactos globalizadores de la liberalización de comercio, el mercado internacional de la educación superior global se ha estimado ya, conservadoramente, en \$30 mil millones, que constituye el 3 por ciento del comercio total de servicios en los países de la OECD (Larsen *et al*, 2001: 1). Los servicios a la educación superior se comercian principalmente a través de la movilidad estudiantil a lo largo de las fronteras nacionales (consumo en el extranjero) y, por lo tanto, la mayor fuente actual de ingresos por servicios a la educación superior internacional está representada por las cuotas que pagan los estudiantes por asistir a colegios y universidades tradicionales en los países huéspedes. Aproximadamente 1.5 millones de alumnos estudian en el extranjero y este número continúa creciendo cada año. Los diez “exportadores” líderes de servicios a la educación superior por consumo en el extranjero son: Estados Unidos, Francia, Alemania, el Reino Unido, Rusia, Japón, Australia, Canadá, Bélgica y Suiza (WTO, 1998b: 20). La ventaja comparativa de los países de la OECD en el mercado global de servicios a la educación superior es evidente en el hecho de que colectivamente reciben más del 80 por ciento de los 1.5 millones de alumnos internacionales

que estudian en el extranjero cada año (Skilbeck y Connell, 1996: 73). De manera importante, el impacto de la globalización ha estimulado el análisis acerca de la necesidad de internacionalizar la educación superior en estos países, en parte para conservar su ventaja competitiva en este sector y en parte para capitalizar esta ventaja global para apoyar las estrategias competitivas de las empresas trasnacionales en otros sectores de la economía postindustrial.

Como exportador líder de servicios a la educación superior, Estados Unidos domina aproximadamente un tercio del mercado mundial total de servicios a la educación (Davis, 1995: 79, 103-110). En el año 2002, Estados Unidos exportó \$12.8 mil millones en servicios a la educación superior y registraron un superávit comercial en servicios a la educación superior de aproximadamente \$10.3 mil millones (Departamento de Comercio de E.U., 2003). La educación superior es ahora el quinto rubro de exportación de servicios más alto de los Estados Unidos y en el año 2000 los servicios a la educación superior prestados a estudiantes extranjeros (colegiaturas, cuotas, dormitorios) generaron aproximadamente \$8.1 mil millones de impacto económico neto en la economía local y estatal. En tanto que esto representa el viaje de los estudiantes y padres así como los gastos misceláneos de subsistencia, el estimado de la Asociación Nacional de Asesores de Estudiantes Extranjeros (NAFSA por sus siglas en inglés) y el Instituto para la Educación Internacional (IIE por sus siglas en inglés) sitúa el impacto económico directo de las exportaciones por concepto de educación superior de E.U. en casi el doble de esta cifra (Davis, 1997: 96). El Departamento de Comercio de E.U. estima que los gastos efectuados por estudiantes extranjeros en los E.U. generan aproximadamente de 80,000 a 100,000 empleos cada año, con la mayoría de estos empleos concentrados en el sector de la educación superior.

El mercado global para los servicios a la educación superior prestados a través de las instituciones tradicionales de educación su-

perior continúa expandiéndose, como puede medirse por el creciente número de alumnos que estudian en el extranjero (consumo en el extranjero), el número de académicos extranjeros visitantes que viajan fuera del país para realizar actividades docentes y de investigación (presencia de individuos), la comercialización internacional de programas de estudio, libros de texto y programas académicos (suministro trasfronterizo), y el establecimiento de planteles filiales en países extranjeros (presencia comercial). Sin embargo, los servicios a la educación son una industria creciente que también está ramificándose en *nuevas instituciones* tales como instalaciones de capacitación y para educación lucrativa, así como universidades patrocinadas por corporaciones; en *nuevos métodos de impartición*, tales como educación a distancia por medio de Internet, radio y televisión, y en *nuevas actividades*, tales como servicios de intercambio educativo y servicios de pruebas educativas. Los cambios en la estructura doméstica e internacional de los mercados de servicios a la educación superior también están promoviendo el desarrollo de “otros” servicios educativos, como servicios de consultoría de manejo educativo, servicios de pruebas educativas, servicios de intercambio de estudiantes y servicios de facilitación de estudios en el extranjero (WTO, 1998a). En este contexto, funcionarios de gobierno y del sector de educación superior en muchos de los países de la OECD están comenzando a considerar la educación superior como una industria de exportación de conocimiento intensivo con un balance comercial positivo, que simultáneamente apoya el desarrollo postindustrial y la competitividad global de empresas trasnacionales con bases en sus propios países.

Desafortunadamente, los datos oficiales de

comercio sobre servicios a la educación superior subestiman de forma lamentable los niveles reales de actividad trasfronteriza, ya que las estadísticas oficiales de comercio a nivel nacional e internacional sólo estiman el valor de las colegiaturas y gastos de subsistencia de estudiantes inscritos en colegios y universidades extranjeras (consumo en el extranjero). Las estadísticas oficiales sobre comercio de servicios a la educación superior, incluyendo las de organizaciones gubernamentales e internacionales, no toman en consideración las cuotas pagadas por los estudiantes inscritos en cualquier forma de educación electrónica o a distancia (suministro trasfronterizo), las cuotas pagadas por los estudiantes que reciben instrucción en su país natal de proveedores extranjeros (presencia comercial), o aquellos que se están instruyendo en su país natal visitando profesores o capacitadores extranjeros (presencia de individuos) (Chamie, 2000; OECD, 2002b; Whichard, 2000). Las estadísticas oficiales de comercio tampoco consideran el comercio internacional de servicios a la educación superior realizados para instituciones educativas lucrativas (por ejemplo institutos de idiomas) o por educación corporativa e instalaciones de capacitación en países extranjeros (presencia comercial), ya que estas actividades son registradas por los países huésped como parte de su producto “interno” bruto, y no como comercio extranjero (WTO, 1998b: 1). En consecuencia, es literalmente imposible en la actualidad desarrollar cualquier medición razonablemente precisa del comercio internacional total de servicios a la educación superior, sin embargo nadie objeta el hecho de que está creciendo y de que una posterior liberalización conforme al Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) acelerará el crecimiento de esta nueva industria global³.

³ La OECD reconoce que su estimado de que anualmente se comercian \$30 mil millones en servicios a la educación superior “es indudablemente un subestimado del nivel de comercio actual en servicios educativos,” ya que sólo incluye el consumo en el extranjero. En consecuencia, la OECD acordó la primera Junta de “Expertos’ sobre Estadísticas e Indicadores de Servicios a la Educación” el 13-14 de Diciembre de 2001 (París) para iniciar un debate sobre cómo mejorar la recopilación de datos y desarrollar una imagen más confiable de la magnitud y principales tendencias del comercio de servicios a la educación a nivel mundial (OECD, 2002b).

La WTO y el GATS: ¿Un futuro global para la educación superior de E.U.?

El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) de la Organización Mundial de Comercio (WTO) es el primer acuerdo multilateral (global) para establecer lineamientos que rijan el comercio internacional y la inversión en el sector de servicio. El GATS abarca las industrias de servicio que “realizan transacciones internacionales ya sea enviando personal altamente capacitado, información técnica o divisas a las fronteras nacionales o realizando servicios para entidades extranjeras a través de afiliadas ubicadas en el extranjero” (USITC, 1994: IX-5). Esta definición incluye educación, finanzas, seguros, viajes, rentas de películas, pagos realizados por gobiernos en el extranjero, servicios empresariales y profesionales (por ejemplo legales, de ingeniería, de administración y sistemas de información), telecomunicaciones y pagos de franquicias, patentes, derechos de autor, marcas comerciales, derechos de transmisión y otros derechos de propiedad intangibles.

Estados Unidos se ha tornado especialmente agresivo al promover una ulterior liberalización del comercio de servicios a la educación superior (WTO, 1998b; 2000). Estados Unidos domina en la actualidad aproximadamente un tercio del mercado total mundial de servicios a la educación superior por consumo en el extranjero, que lo convierte en el exportador líder de servicios a la educación superior por un margen considerable. El liderazgo político de los Estados Unidos considera abiertamente a los acuerdos de libre comercio multilaterales y regionales como mecanismos para apuntalar la ventaja competitiva global del país en servicios

y alta tecnología⁴. No obstante, el dominio de los Estados Unidos en el sector de educación superior está siendo disputado por los gobiernos de Japón, Australia, Nueva Zelanda, Canadá y la Unión Europea, quienes están buscando estrategias de reclutamiento de estudiantes extranjeros y asociaciones de enseñanza a distancia como parte de una agresiva política de exportación de servicios a la educación superior. Sin embargo, ya que los principales participantes de la OECD en el mercado global de la educación superior comienzan a competir entre sí, particularmente los Estados Unidos, en un juego cuya suma es casi cero, comparten un interés común de encontrar formas de incrementar la dimensión del mercado global de educación superior abriendo mercados con demandas crecientes o no satisfechas de educación superior.

Es aún demasiado pronto para juzgar el impacto de la globalización y la liberalización de comercio en la educación superior, particularmente ya que los compromisos actuales con los programas de la Organización Mundial de Comercio están limitados a unos cuantos países. Sin embargo, la liberalización comercial multilateral tiene el potencial de transformar la educación superior en un producto cada vez más privatizado que se comercia en los mercados mundiales bajo las mismas reglas que aplican al carbón y automóviles. Existen poderosas fuerzas sociales que buscan crear mercados globales que impulsarán a colegios y universidades en esta dirección y estas fuerzas incluyen universidades corporativas, universidades lucrativas, las administraciones de muchas instituciones públicas y privadas de educación superior y las delegaciones comerciales gubernamentales. Estas fuerzas sociales con frecuencia descartan visiblemente el papel “no económico” de la educación superior en la transmisión de tradiciones culturales e in-

⁴ Estados Unidos ha registrado consistentemente un déficit comercial en lo que se refiere a bienes desde 1971, sin embargo ha registrado un superávit comercial en servicios durante el mismo periodo. Por ejemplo, en 2000, Estados Unidos tenía un déficit comercial de \$452.2 mil millones en bienes, pero un superávit comercial de \$76.5 en servicios (Departamento de Comercio de E.U., 2002, Tabla 1, p. 39). A pesar del déficit comercial global en bienes, Estados Unidos ha registrado un superávit comercial promedio de aproximadamente \$30 mil millones anuales en “alta tecnología” desde 1989 (Departamento de Comercio de EE.UU., 2000).

telectuales localizadas, su papel en la promoción de iguales oportunidades, ciudadanía, liderazgo democrático y servicio público. Por lo tanto, a medida que el comercio de los servicios a la educación superior se torna una prioridad más alta en la ronda actual de negociaciones de la Organización Mundial de Comercio, existen por lo menos tres cuestiones políticas y culturales importantes que deben preocupar a aquellos con un interés directo en la misión de la educación superior en el próximo siglo.

A pesar de la fascinación financiera de la inversión extranjera directa en la educación superior, una rápida transnacionalización de “la industria” tiene el potencial de abrumar los sistemas más débiles y menos desarrollados de la educación superior pública en los países en desarrollo (Currie y Newson, 1998). No es aventurado sugerir que el poder financiero de las instituciones de educación superior de los Estados Unidos –siempre en búsqueda de nuevas corrientes de ingresos– podrían crear franquicias globales comparables con McDonald’s, Coca-

Cola, y Kentucky Fried Chicken. La UMass –Buenos Aires o Estado de California– no son consecuencias poco realistas de la liberalización del comercio.

Segundo, la globalización de la educación superior tiene el potencial de marginar la transmisión de la cultura nacional y local y subordinar la ciudadanía democrática a los objetivos de maximizar exclusivamente las utilidades de empresas transnacionales y sus unidades de soporte educativo. Este proceso de marginación y subordinación está directamente ligado a la privatización de la educación superior, incluyendo las subsidiarias privadas de universidades nominalmente “públicas”. La tercera cuestión es que la transformación de colegios y universidades en corporaciones inevitablemente lleva a una pérdida del control y gobernabilidad del profesorado. Asimismo, suscita muchas otras cuestiones acerca del cambio de estatus de clase del profesorado a nivel global, incluyendo la idoneidad de las organizaciones actuales para abordar las cuestiones relacionadas con la globalización.

Referencias

ALLEN, Mark (2002). *The Corporate University Handbook*, New York, American Management Association.

BARROW, Clyde W. (1990). *Universities and the Capitalist State: Corporate Liberalism and the Reconstruction of American Higher Education, 1894-1928*, Madison, University of Wisconsin Press.

BARROW, Clyde W. (2000). “La planeación estratégica y reestructuración de la educación superior estadounidense”, en *Estudios del Hombre*, No. 12: 145-62.

BARROW, Clyde W. (2003). “*Globalization, Trade Liberalization, and the Higher Education Industry*”, en Stanley Aronowitz and Heather Gautney, eds., *Implicating Empire: Globalization and Resistance in the 21st Century*, New York, Basic Books.

BOK, Derek (2003). *Universities in the Marketplace: The Commercialization of Higher Education*, Princeton: Princeton University Press.

CHAMIE, Mary (2000). “Current Status and Latest Development of the Manual on Statistics of International Trade in Services”, Documento impartido en el Seminario de APEC sobre Reporte Estadístico acerca del Comercio de Servicios, impartido en la República Popular de China, del 14 al 17 de Agosto de 2000. www.apecsec.org

CURRIE, Jan and Janice Newson (ed.) (1998). *Universities and Globalization: Critical Perspectives*, Thousand Oaks, California.

DAVIS, Todd M. (ed.) (1995). *Open Doors, 1994-95: Report on International Educational Exchange*, New York, Institute of International Education.

DAVIS, Todd M. (ed.) (1997). *Open Doors, 1996-97: Report on International Educational Exchange*, New York, Institute of International Education.

ETZKOWITZ, Henry, Andrew Webster and Peter Healey (1998). *Capitalizing Knowledge: New Intersections of Industry and Academia*, Albany, State University of New York Press.

OFICINA EJECUTIVA DEL PRESIDENTE (1987). *Standard Industrial Classification Manual*, Washington, Oficina de Administración y Presupuesto.

JARVIS, Peter (2001). *Universities and Corporate Universities*, London, Kogan Page Ltd.

JOHNSON, Benjamin, Patrick Kavanagh y Kevin Mattson (2003). *Steal This University: The Rise of the Corporate University and the Academic Labor Movement*, New York, Routledge.

LARSEN, Kurt, Rosemary Morris, y John P. Martin (2001). *Trade in Education Services: Trends and Emerging Issues*, París, Centro para la Investigación e Innovación Educativa de la OECD, Documento de la OECD CERI/CD/RD(2001)6.

MEISTER, Jeanne C. (1998). *Corporate Universities: Lessons in Building a World-Class Workforce*, New York, McGraw-Hill.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO (2002^a). “*About Trade in Education Services*”, <http://www.oecd.org>

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS (2002b). “*Statistics and Indicators on the Main Trends in the Internationalisation of Post-Secondary Education and Training*”, <http://www.oecd.org>

SAUVE, Pierre y Robert M. Stern (eds.) (2000). *GATS 2000: New Directions in Services Trade Liberalization*, Washington, Brookings Institution Press.

SCOTT, Barbara Ann (1983). *Crisis Management in American Higher Education*, Westport, Praeger Press.

SHUMAR, Wesley (1997). *College for Sale: A Critique of the Commodification of Higher Education*, London, Falmer Press.

SKILBECK, Malcolm and Helen Connell (1996). “International Education from the Perspective of Emergence World Regionalism: the Academic, Scientific, and Technological Dimension”, en Peggy Blumenthal, Craufurd Goodwin, Alan Smith, y Ulrich Teichler (eds.), en *Academic Mobility in a Changing World*, London and Bristol, Jessica Kingsley Publishers.

SLAUGHTER, Sheila (1990). *The Higher Learning and High Technology: Dynamics of Higher Education Policy Formation*, Albany, State University of New York Press.

SLAUGHTER, Sheila y Larry L. Leslie (1997). *Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

UNESCO (1997). *International Standard Classification of Education, ISCED 1997*
http://www.uis.unesco.org/en/pub/isced/ISCED_A.pdf

DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS, Oficina de Análisis Económico (2002^a). *Industry Accounts Data: Gross Domestic Product by Industry, 1994-2000*, www.bea.gov/beat/dn2/gpoc.htm

DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS, Oficina de Análisis Económico (2002b). *Industry Accounts Data: U.S. International Services: Cross-Border Trade & Sales Through Affiliates, 1986-2000 (Table 5.15-Other Private Services, 2000)*. www.bea.gov/beatdi/1001serv/intlserv.htm

DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS, Oficina de Análisis Económico (2003). "U.S. International Services: Cross-Border Trade and Sales Through Affiliates, 1992-2002, Tabla 5-2." <http://www.bea.gov/beatdi/1001serv/intlserv.htm>

DEPARTAMENTO DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS, Oficina de Censos (2000). "U.S. Trade Balance with Advanced Technology, 1989-2000", <http://www.census.gov/foreign-trade/balance/c0007.html>

COMISIÓN INTERNACIONAL DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS (1994). *Potential Impact on the U.S. Economy and Industries of the GATT Uruguay Round Agreements*, Washington, USITC Publicación 2790.

WHICHARD, Obie G. (2000). "United States Statistics on Trade in Services." Documento impartido en el Seminario APEC sobre Reporte Estadístico acerca de Comercio de Servicios, realizado en Tianjin, República Popular de China, del 14 al 17 de Agosto de 2000. www.apecsec.org

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (1998^a). "*Education Services: Background Note by the Secretariat (98-3691)*", Ginebra: Consejo para Comercio de Servicios.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (1998^b). "*Communication from the United States: Education Services (98-4048)*", Ginebra, Consejo para Comercio de Servicios.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (2000). "*Communication from the United States: Negotiating Proposal for Education Services (00-5552)*", Ginebra, Consejo para Comercio de Servicios.