

# INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2019

El futuro del comercio de servicios



¿Qué es el Informe sobre el comercio mundial?

El Informe sobre el comercio mundial es una publicación anual que tiene por finalidad facilitar una mayor comprensión de las tendencias del comercio, las cuestiones de política comercial y el sistema multilateral de comercio.

---

¿De qué trata el Informe de 2019?

En el *Informe sobre el comercio mundial 2019* se examina cuál será la evolución probable del comercio de servicios en respuesta a algunas tendencias importantes, tales como los cambios demográficos y las repercusiones de las tecnologías digitales.

---

Para saber más

Sitio web: [www.wto.org](http://www.wto.org)  
Consultas de carácter general:  
[enquiries@wto.org](mailto:enquiries@wto.org)  
Teléfono: +41 (0)22 739 51 11

# Índice

<b>Agradecimientos y Descargo de responsabilidad</b>	<b>3</b>
<b>Prólogo del Director General de la OMC</b>	<b>4</b>
<b>Hechos y conclusiones fundamentales</b>	<b>6</b>
<b>Resumen</b>	<b>8</b>
<b>A. Introducción</b>	<b>14</b>
1. La globalización de los servicios	16
2. Los servicios digitales: lo no comercializable se vuelve hipercomercializable	16
3. La evolución del comercio: de la agricultura a las manufacturas, y de las manufacturas a los servicios	17
4. Un comercio de servicios más complejo requiere políticas más coherentes	19
5. Importancia de la cuestión	20
6. Estructura del informe	20
<b>B. El comercio de servicios en cifras</b>	<b>22</b>
1. Tendencias del comercio de servicios	24
2. El valor del comercio mundial de servicios en todos los modos de suministro asciende a USD 13,3 billones	24
3. ¿Quién comercia con servicios?	35
4. ¿Cuál es la función de los servicios en las cadenas de valor mundiales?	47
<b>C. La importancia del comercio de servicios</b>	<b>56</b>
1. Ganancias asociadas al comercio de servicios	58
2. El comercio de servicios potencia la competitividad de las empresas	73
3. Efectos del comercio de servicios en el empleo y la inclusión	77
4. Resumen y conclusiones	89
<b>D. El comercio de servicios en el futuro</b>	<b>92</b>
1. Los costos del comercio	94
2. Principales tendencias que afectarán al comercio de servicios	112
3. Cuantificación futura del comercio de servicios	136
4. Observaciones finales	150
<b>E. ¿Qué papel desempeña la cooperación internacional en las políticas relativas al comercio de servicios?</b>	<b>170</b>
1. Introducción	172
2. Por qué cooperan los gobiernos en las políticas relativas al comercio de servicios	173
3. Cómo colaboran los países en la esfera de los servicios	186
4. Perspectivas de cooperación en el futuro	207
5. Observaciones finales	218
<b>F. Conclusiones</b>	<b>224</b>
<b>Artículos de opinión</b>	
Alan Beattie: "El caso de los servicios desaparecidos"	25
Sonja Grater, Ali Parry y Wilma Viviers, "Las MIPYME y el comercio de servicios: ¿una vía hacia el crecimiento inclusivo en las economías en desarrollo?"	48
Matteo Fiorini y Bernard Hoekman: "Las políticas en materia de comercio de servicios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas"	72
Rupa Chanda: "Por un comercio de servicios inclusivo: el papel de las políticas nacionales complementarias"	86

Richard Baldwin: "Tecnología digital y telemigración"	142
Natallie Rochester: "El potencial del comercio de servicios para los países en desarrollo"	184
Jane Drake-Brockman: "Por qué la cooperación en materia de reglamentación es importante para las empresas"	210
<b>Bibliografía</b>	<b>226</b>
<b>Notas técnicas</b>	<b>239</b>
<b>Abreviaturas y símbolos</b>	<b>244</b>
<b>Lista de gráficos, cuadros y recuadros</b>	<b>245</b>
<b>Miembros de la OMC</b>	<b>251</b>
<b>Informes sobre el comercio mundial de años anteriores</b>	<b>252</b>

# Agradecimientos

*El Informe sobre el comercio mundial 2019* ha sido elaborado bajo la responsabilidad general de Xiaozhun Yi, Director General Adjunto de la OMC, y Robert Koopman, Director de la División de Estudios Económicos y Estadística. El informe de este año ha sido coordinado por Emmanuelle Ganne y Stela Rubínová (División de Estudios Económicos y Estadística) y por Antonia Carzaniga (División de Comercio de Servicios e Inversión). Los principales autores del Informe son Barbara d'Andrea, Andreas Maurer, Roberta Piermartini y Robert Teh (División de Estudios Económicos y Estadística), y Antonia Carzaniga. Otros autores son Marc Auboin, Eddy Bekkers, John Hancock, Kathryn Lundquist, José-Antonio Monteiro, Coleman Nee, Victor Stolzenburg, Ankai Xu y Qing Ye (División de Estudios Económicos y Estadística); Pamela Apaza, Markus Jelitto, Joscelyn Magdeleine, Juan Marchetti, Martin Roy y Lee Tuthill (División de Comercio de Servicios e Inversión); y Rainer Lanz (División de Desarrollo).

También han aportado contribuciones escritas Ege Akbas, Besart Avdiu, Christophe Degain, Chiara Del Giovane, Anesu Gamanya, Emmanuelle Ganne y Stela Rubínová (División de Estudios Económicos y Estadística), y Niccolò Consonni, Dale Honeck, Ester Rubio y Ruosi Zhang (División de Comercio de Servicios e Inversión).

Además, se recibieron contribuciones externas de Richard Baldwin (Instituto Superior de Estudios Internacionales y de Desarrollo, de Ginebra, y Centro de Investigación de Política Económica, de Londres), Alan Beattie (Financial Times, de Londres), Rupa Chanda (Instituto Indio de Gestión, de Bangalore), Jane Drake-Brockman (Instituto de Comercio Internacional, de Adelaida), Matteo Fiorini (Instituto Universitario Europeo, de Florencia),

Sonja Grater (North-West University, de Sudáfrica), Bernard Hoekman (Instituto Universitario Europeo, de Florencia, y Center for Economic Policy Research, de Londres), Ali Parry (North-West University, de Sudáfrica), Natallie Rochester (Mango Tales Ltd., de Jamaica) y Wilma Viviers (North-West University, de Sudáfrica). Ali Abdul Raheem, Laura Baiker, Adam Jakubik, Florian Knauth, Antonella Liberatore, Osama Nawab y Steen Wettstein contribuyeron a las tareas de investigación.

Xiaolin Chai y Marie-Isabelle Pellan, de la División de Comercio de Servicios e Inversión, y Marc Bacchetta, de la División de Estudios Económicos y Estadística, formularon observaciones valiosas a las versiones provisionales del informe. David Tinline, del Gabinete del Director General, ofreció valiosas orientaciones y asesoramiento.

Las siguientes personas ajenas a la Secretaría de la OMC también formularon observaciones útiles sobre las distintas versiones del Informe: Rolf Adlung, Ali Alsamawi, Andrea Ariu, Richard Baldwin, Sebastian Benz, Dan Ciuriak, Jane Drake-Brockman, Matthias Helble, Bernard Hoekman, Sébastien Miroudot, Hildegunn Nordås, Jane Stacey y Sherry Stephenson.

La producción del texto del Informe estuvo a cargo de Emmanuelle Ganne, Stela Rubínová, Anne Lescure y Diana Dent, de la División de Estudios Económicos y Estadística, y de Antonia Carzaniga, de la División de Comercio de Servicios e Inversión. Anthony Martin y Helen Swain, de la División de Información y Relaciones Exteriores se encargaron de la producción del Informe. Helen Swain editó el informe. Especial reconocimiento merecen también los traductores de la División de Servicios Lingüísticos, Documentación y Gestión de la Información por la gran calidad de su trabajo.

## Descargo de responsabilidad

*El Informe sobre el comercio mundial* y su contenido se publica bajo la responsabilidad exclusiva de la Secretaría de la OMC, excepto los artículos de opinión que contiene, que son responsabilidad exclusiva de sus autores. El informe no refleja las opiniones y puntos de vista de los Miembros de la OMC. Los autores del informe desean asimismo exonerar a quienes han hecho observaciones de su responsabilidad por todo error u omisión que se haya podido producir.

## Prólogo del Director General de la OMC



En general, los servicios no se tienen suficientemente en cuenta en los debates sobre el comercio mundial, aunque representan la mayor parte del comercio en muchas economías desarrolladas y están creciendo con rapidez en numerosas economías en desarrollo. Esa menor atención se debe tal vez a que los servicios son menos tangibles, y las cuestiones relacionadas con el comercio de servicios suelen ser más complejas. Por ello, el presente Informe trata de desmitificar el comercio de servicios. Su objetivo es arrojar nueva luz sobre esa parte esencial del comercio mundial, ofrecer una descripción detallada del comercio de servicios en la actualidad y examinar de qué forma podría evolucionar en los próximos años, sobre todo a medida que las nuevas tecnologías hacen que algunos servicios sean cada vez más comerciables.

El Informe refuerza nuestro conocimiento de la situación de diversos modos, incluso mediante la presentación de nuevos datos. Al examinar más detenidamente los servicios suministrados por empresas que tienen oficinas o filiales en países extranjeros, hemos comprobado que el comercio de servicios es significativamente más amplio de lo que se creía anteriormente. De hecho, teniendo en cuenta esa "presencia comercial", el comercio de servicios alcanzó un valor de 13,3 billones de dólares EE.UU. en 2017, lo que representa una porción del comercio mundial total superior en 20 puntos porcentuales a la estimada tradicionalmente. Como promedio, el comercio de servicios ha crecido desde 2005 a un ritmo anual del 5,4%, más rápido que el 4,6% registrado, como promedio, por el comercio de mercancías. A nivel mundial, los servicios objeto de más comercio son los de distribución y financieros, que representan casi la quinta parte del comercio de servicios en cada caso, seguidos por los servicios de telecomunicaciones, audiovisuales y de informática, que en conjunto representan el 13,2%. En otros sectores de servicios, como los de enseñanza, de salud y ambientales, el volumen del comercio es relativamente pequeño, pero está aumentando con rapidez.

La participación de los países en el desarrollo en el comercio mundial de servicios ha aumentado en más de 10 puntos porcentuales desde 2005, hasta representar el 25% de las exportaciones y el 34,4% de las importaciones mundiales de servicios en 2017. Sin embargo, el comercio de servicios está concentrado, y cinco economías en desarrollo son a la vez las principales exportadoras e importadoras de servicios. En conjunto, esas cinco economías representaron más del 50% del comercio de servicios de los países en desarrollo. En 2017, los países menos adelantados representaron el 0,3% de las exportaciones y el 0,9% de las importaciones mundiales de servicios, aunque esas cifras constituyen un incremento respecto de 2005.

Un mensaje fundamental del Informe es que el comercio de servicios evoluciona con rapidez. Las tecnologías digitales, los cambios demográficos, el aumento de la renta per cápita y el cambio climático alterarán la situación actual, posiblemente reduciendo los costos del comercio, reorientando la demanda y creando nuevos mercados, por ejemplo, de servicios ambientales. Es probable que las tecnologías digitales tengan repercusiones especialmente significativas, ya que cambian la forma en que las empresas desempeñan su actividad, al permitirles acceder al mercado mundial y crear nuevos canales para el suministro de servicios que antes se ofrecían de modo presencial.

Las tecnologías digitales pueden ser un factor de inclusión en el comercio de servicios, al recortar drásticamente los costos y reducir los obstáculos al acceso. Esto es especialmente válido para los países en desarrollo, y también para las pequeñas empresas. Las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MIPYME) que ofrecen servicios son, como promedio, dos años más jóvenes cuando empiezan a exportar, en comparación con las MIPYME del sector manufacturero. Las nuevas tecnologías han facilitado ese acceso más rápido a los mercados internacionales, y la participación de las MIPYME en el comercio de servicios consiste

frecuentemente en el suministro de servicios digitalizables, tales como actividades profesionales y científicas. Estos cambios constituyen también una oportunidad potencial para promover el empoderamiento económico de la mujer, ya que los servicios desempeñan una función destacada en el empleo femenino. Sin embargo, hasta ahora, las mujeres están insuficientemente representadas en la mayoría de los sectores de servicios objeto de comercio. Recientemente, diversos grupos de Miembros de la OMC han entablado debates sobre la utilización del comercio en favor de las MIPYME y del empoderamiento económico de la mujer. Sin duda, el comercio de servicios es importante en ambos casos.

Las exportaciones de servicios mantienen un gran número de puestos de trabajo en todo el mundo, pero su potencial sin explotar es enorme. La expansión del comercio de servicios dependerá de varios factores. La calidad de las instituciones del país importador es particularmente significativa. También es importante promover nuevas reformas del comercio de servicios a través de los acuerdos comerciales, aunque avanzar en esa esfera ha sido, con frecuencia, difícil. Los Miembros de la OMC insisten en celebrar negociaciones multilaterales sobre el comercio de servicios, y un grupo de ellos ha lanzado recientemente una iniciativa para lograr una mayor cooperación en relación con la reglamentación nacional en esa esfera. Solo el tiempo podrá decir

cómo evolucionan esas iniciativas y las emprendidas en otros foros, por ejemplo los acuerdos comerciales regionales.

Lo que está claro es que los servicios representan una parte muy significativa del comercio mundial que será cada vez más importante para determinar el crecimiento económico, el desarrollo y la creación de empleo en todo el mundo. El presente Informe contribuye decisivamente a mejorar nuestro entendimiento de esta parte tan fundamental del comercio mundial, por lo que quiero dar las gracias a los autores y colaboradores por su excelente trabajo. A partir de la contribución que representa este Informe, la OMC seguirá mejorando sus datos sobre servicios, y ha puesto en marcha un Barómetro sobre el Comercio de Servicios que funciona como indicador en tiempo real del vigor de ese comercio a nivel mundial. Es hora de que los servicios ocupen el lugar destacado que les corresponde en el debate sobre el comercio mundial.



**Roberto Azevêdo**  
Director General

# Hechos y conclusiones fundamentales

- Entre 2005 y 2017, el comercio de servicios ha crecido con mayor rapidez que el comercio de mercancías, a un ritmo anual del 5,4%, como promedio.
- Si en la estimación se incluye la presencia comercial en otro país (modo 3), el comercio de servicios alcanzó un valor de 13,3 billones de dólares EE.UU. en 2017.
- La presencia comercial es el modo de suministro predominante en el comercio de servicios a nivel mundial, y representó casi el 60% del comercio de servicios en 2017.
- Los servicios de distribución y los servicios financieros son los más comercializados a nivel mundial y representan, en cada caso, casi la quinta parte del comercio de servicios. La participación de otros servicios, tales como los de enseñanza, salud o ambientales, está aumentando con rapidez, pero actualmente representa una proporción insignificante del comercio total de servicios.
- La contribución de las economías en desarrollo al comercio de servicios aumentó en más de 10 puntos porcentuales entre 2005 y 2017, pero se concentra principalmente en cinco economías. La participación de los países menos adelantados sigue siendo pequeña, aunque ha aumentado significativamente desde 2005.
- En las economías en desarrollo, las microempresas y las pequeñas y medianas empresas dedicadas al comercio de servicios empiezan a exportar con mayor rapidez que las empresas manufactureras. Sin embargo, exportan menos del 5% de las ventas totales, cifra tres veces menor que la correspondiente a las grandes empresas de servicios.
- Las empresas pertenecientes a mujeres están infrarrepresentadas en las exportaciones de servicios, aunque en menor medida que en el sector manufacturero.
- El valor añadido de los servicios representa casi la mitad del valor del comercio internacional de bienes y servicios.
- El comercio de servicios genera mejoras del bienestar para la sociedad mediante una asignación más eficaz de los recursos, mayores economías de escala y un aumento de la diversidad de servicios en oferta.
- Además, algunos sectores de servicios, tales como los servicios de infraestructura, desempeñan un papel esencial en el funcionamiento de toda la economía, al tiempo que otros afectan a la productividad de los factores de producción de la economía.
- Un resultado importante a través del cual el comercio de servicios beneficia a las sociedades es la mejora de la competitividad de las empresas, tanto en el sector de servicios como en el manufacturero.
- Debido a que, con frecuencia, los proveedores de servicios deben estar presentes en la zona en que se suministra el servicio, la calidad de las instituciones de los países importadores tiene más importancia para el comercio de servicios que para el comercio de mercancías.
- Un gran número de puestos de trabajo depende de las exportaciones de servicios, pero el efecto del comercio de servicios en el nivel y la estructura del empleo ha sido, hasta ahora, mínimo. El comercio de servicios puede ayudar a reducir la desigualdad económica en el caso de las mujeres y de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas.
- Los costos del comercio de servicios son casi el doble que los del comercio de mercancías, pero se redujeron en el 9% entre 2000 y 2017, gracias a la difusión de las tecnologías digitales, la disminución de los obstáculos de política y las inversiones en infraestructura.

- En el futuro, el comercio de servicios se verá afectado por cuatro tendencias principales: las tecnologías digitales, los cambios demográficos, el aumento de los ingresos y las repercusiones del cambio climático. Esas tendencias crearán nuevos tipos de comercio de servicios, afectarán a la demanda de servicios y perturbarán el comercio de algunos servicios, al tiempo que crearán nuevos mercados, por ejemplo, de servicios ambientales.
- De acuerdo con el Modelo de Comercio Mundial de la OMC, la parte proporcional del comercio mundial correspondiente al sector de los servicios podría aumentar en el 50% para 2040. Si los países en desarrollo son capaces de adoptar las tecnologías digitales, su participación en el comercio mundial de servicios podría aumentar aproximadamente en el 15%.
- A pesar de las reformas emprendidas por la mayoría de las economías durante los últimos decenios, el comercio de servicios sigue sujeto a mayores obstáculos que el comercio de mercancías.
- Promover nuevas reformas del comercio de servicios a través de los acuerdos comerciales ha resultado difícil.
- Acompañar las negociaciones sobre la apertura de los mercados de una mayor cooperación internacional centrada en las medidas de reglamentación nacional puede ser una forma de aprovechar el potencial del comercio de servicios.

# Resumen

## A. Introducción

**Los servicios se han convertido en la columna vertebral de la economía mundial y en el componente más dinámico del comercio internacional.**

El comercio de servicios ha crecido con rapidez y, desde 2011, lo ha hecho a un ritmo más rápido que el comercio de mercancías. En la actualidad, los servicios representan aproximadamente tres cuartas partes del PIB en las economías desarrolladas, frente al 40% en 1950, y muchas economías en desarrollo se basan cada vez más en el sector de los servicios. En algunos casos, esa evolución es incluso más rápida que en las economías desarrolladas.

**La tecnología hace que el comercio de servicios sea más fácil.**

Hasta hace poco, el comercio de servicios solo era posible si había proximidad física entre productores y consumidores. Pero, en la actual economía, el comercio de servicios está empezando a ser significativamente más fácil, gracias sobre todo a la digitalización. La creciente comerciabilidad transfronteriza de los servicios ofrece nuevas oportunidades a las economías nacionales y los particulares.

**Para desarrollar el potencial que ofrece la internacionalización de los servicios hay que encontrar nuevas fórmulas que permitan reforzar la cooperación comercial internacional.**

Si bien la tecnología desempeña una importante función en la ampliación del comercio de servicios, esa función no es suficiente. Los obstáculos que siguen entorpeciendo el comercio de servicios son diversos. Para superarlos, tal vez sea necesario adoptar nuevos métodos que permitan a los Gobiernos hacer realidad todo el potencial que ofrece la creciente internacionalización de los servicios.

## B. El comercio de servicios en cifras

**El comercio mundial de servicios ha crecido con más rapidez que el comercio de mercancías, hasta alcanzar un valor de 13,3 billones de dólares EE.UU. en 2017.**

Las estadísticas tradicionales sobre el comercio de servicios no abarcan los cuatro modos de suministro definidos en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS). Sin embargo, en una nueva

recopilación experimental de datos de la OMC se ha incluido por primera vez el modo 3 del AGCS -presencia comercial en otro país- para abarcar el valor total del comercio de servicios. De acuerdo con esas nuevas estimaciones, el comercio de servicios alcanzó un valor de 13,3 billones de dólares EE.UU. en 2017. Entre 2005 y 2017, el comercio de servicios creció a un ritmo medio anual del 5,4%, más rápido que el registrado para el comercio de mercancías.

**Los servicios de distribución y financieros son los más comercializados a nivel mundial.**

Los servicios de distribución y financieros representan, en cada caso, casi la quinta parte del comercio de servicios, al tiempo que el comercio de servicios informáticos y de investigación y desarrollo ha registrado el crecimiento medio anual más rápido (superior al 10%) entre 2005 y 2017. Algunos servicios, como los de enseñanza, salud o ambientales, constituyen por ahora una porción insignificante del comercio, aunque están creciendo con rapidez.

**La presencia comercial (modo 3 del AGCS) es el modo de suministro predominante en el comercio de servicios a nivel mundial.**

La presencia comercial es decir, el suministro de servicios mediante filiales en el extranjero (modo 3 del AGCS) representó el 58,9% del comercio de servicios en 2017, seguida por las transacciones transfronterizas de servicios (modo 1), con casi el 30%. La presencia comercial representa una porción incluso más importante del comercio en los sectores de servicios financieros y de distribución. Sin embargo, la expansión de la digitalización está cambiando los modelos de actividad y abriendo más posibilidades al suministro transfronterizo también en esos sectores.

**Las economías en desarrollo han aumentado su participación en el comercio de servicios, aunque de forma desigual; la participación de los países menos adelantados sigue siendo pequeña, pero ha aumentado significativamente desde 2005.**

La participación de las economías en desarrollo en el comercio mundial de servicios ha aumentado en más de 10 puntos porcentuales desde 2005, hasta representar el 25% de las exportaciones y el 34,4% de las importaciones mundiales de servicios en 2017. Sin embargo, el comercio de servicios está muy concentrado, y cinco economías en desarrollo son a la vez las principales exportadoras e importadoras

de servicios; en conjunto, esas cinco economías representaron más del 50% del comercio de servicios de los países en desarrollo. En 2017, los países menos adelantados representaron el 0,3% de las exportaciones y el 0,9% de las importaciones mundiales de servicios. Aunque estos porcentajes son pequeños, han aumentado significativamente desde 2005.

**Las nuevas tecnologías han facilitado la participación de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MIPYME) en el comercio de servicios.**

En las economías en desarrollo, las MIPYME están menos internacionalizadas en el sector de los servicios que en el sector manufacturero. En las economías desarrolladas, la participación de las MIPYME de servicios en el comercio varía entre los distintos países. Sin embargo, empezar a exportar es más fácil en el sector de servicios: las MIPYME de servicios son, como promedio, dos años más jóvenes que las MIPYME del sector manufacturero cuando empiezan a exportar. El progreso tecnológico y la difusión de Internet parecen haber desempeñado un papel esencial en el acceso más rápido de las MIPYME de servicios a los mercados internacionales. El tipo de comercio de servicios en el que las MIPYME participan frecuentemente consiste en servicios digitalizables, como actividades profesionales y científicas.

**Las mujeres pueden beneficiarse mucho del comercio de servicios, pero hasta ahora están infrarrepresentadas en la mayoría de los sectores de servicios objeto de ese comercio.**

Los servicios han desempeñado un papel destacado en la creciente y sostenida incorporación de la mujer al mundo laboral. Sin embargo, excepto en lo que respecta al comercio al por mayor y al por menor, el empleo femenino se concentra en los sectores con menor actividad comercial, como los servicios de enseñanza y los servicios sociales y de salud. Las empresas pertenecientes a mujeres están también infrarrepresentadas en las exportaciones de servicios, aunque no tanto como en las de manufacturas.

**Los servicios representan una fuente importante de valor añadido en el comercio total.**

Medir la contribución de los servicios al comercio internacional se ha hecho más complejo a medida que las cadenas de valor mundiales y los cambios tecnológicos han difuminado la distinción entre las actividades según se refieran a servicios o a mercancías. Las estadísticas basadas en el comercio en valor añadido reflejan la importancia de los servicios

como contribución a todos los sectores de la economía y muestran que los servicios desempeñan en el comercio internacional una función más importante de lo que sugieren las estadísticas brutas. El valor añadido de los servicios representa casi la mitad del valor del comercio internacional de mercancías y servicios.

## C. La importancia del comercio de servicios

**El comercio de servicios puede ayudar a las economías a crecer más deprisa, mejorar la competitividad de las empresas nacionales y promover la inclusión en lo que respecta a los conocimientos especializados, la igualdad de género y la ubicación de la actividad económica.**

Al igual que el comercio de mercancías, el comercio de servicios mejora el bienestar de la sociedad. El comercio de servicios promueve una asignación más eficaz de los recursos y mayores economías de escala. Asimismo, puede propiciar una mayor diversidad de servicios ofrecidos a los consumidores y los productores y activar procesos que permitan prosperar y crecer a las empresas de servicios más productivas.

Más allá de esas ventajas habituales, algunos sectores de servicios tienen características especiales o excepcionales que pueden amplificar la forma en que una economía se beneficia del comercio de servicios. Por ejemplo, los servicios de transporte, de telecomunicaciones, financieros y de distribución de agua y electricidad, conocidos generalmente como servicios de infraestructura o servicios a los productores, desempeñan cometidos esenciales en el funcionamiento de toda la economía. Otros sectores de servicios tienen repercusiones excepcionales en los factores de producción, como la fuerza de trabajo. Por ejemplo, la productividad de la población activa de una economía depende de su nivel de instrucción y capacitación y de su situación sanitaria, atributos básicamente subordinados a la calidad de los sistemas de enseñanza y de salud de esa economía.

**Permitir un mayor acceso a los servicios extranjeros es una forma de mejorar la eficiencia que aporta grandes recompensas potenciales a la economía.**

Los datos empíricos disponibles en las publicaciones especializadas muestran que el aumento de la apertura en algunas economías y en sectores tales como los de servicios financieros, telecomunicaciones, distribución de electricidad, transporte y salud ha propiciado diversos resultados positivos: servicios de mejor calidad a un costo más bajo, aumento de la

eficiencia y mayores tasas de crecimiento del PIB. El estudio de los datos empíricos incluido en la sección C se complementa con estudios de casos de países que ponen de manifiesto las repercusiones positivas que ha tenido para el desarrollo el aumento del comercio de servicios. Esos estudios muestran que el comercio de servicios puede tener repercusiones significativas en el empleo, los salarios y el crecimiento económico.

**El aumento del comercio de servicios puede tener efectos en el nivel de bienestar del consumidor medio.**

En el Informe se muestra la significativa contribución del comercio de servicios al bienestar económico de numerosos países. Los trabajos que utilizan un modelo de equilibrio general computable (EGC) muestran que las mejoras del bienestar resultantes de la apertura del comercio de servicios varían entre el 2% y el 7%. Para el período de 2000 a 2014, un método sugiere que el comercio de servicios determinó un aumento medio del 6,3% del PIB per cápita en unas 148 economías, y que algunas de las mejoras más notables tuvieron lugar en países en desarrollo y menos adelantados.

**Un importante beneficio que el comercio de servicios aporta a las economías es el aumento de la competitividad de las empresas.**

El aumento de la competitividad de las empresas se manifiesta de tres formas. En primer lugar, la competencia generada por el comercio de servicios aumenta la productividad de las empresas de servicios. Un segundo efecto indirecto es el aumento de la productividad de las empresas manufactureras y otras empresas de servicios que utilizan los servicios como insumos de producción. Por último, la diferenciación de productos contribuye también a incrementar la competitividad, por ejemplo, vinculando el suministro de servicios a un producto manufacturado.

**La calidad de las instituciones del país importador tiene más importancia para el comercio de servicios que para el comercio de mercancías.**

La principal razón de la función amplificada de las instituciones del país importador es que, con frecuencia, los proveedores de servicios deben estar presentes en la zona en que se suministra el servicio; esta consideración tiene menos importancia en el caso del comercio de mercancías. Por consiguiente, la calidad de las instituciones locales influye en la decisión de un exportador de servicios de operar o no en determinada economía, y tiene efectos en los beneficios del comercio una vez tomada esa decisión.

**La importancia creciente de los servicios se pone de manifiesto no solo en las estadísticas comerciales, sino también en las estadísticas sobre el mercado de trabajo.**

Como el comercio de servicios se ha convertido en una parte importante de la cesta de exportaciones de diversas economías, un gran número de puestos de trabajo depende de las exportaciones de servicios. Por ejemplo, el sector de la tecnología de la información y las comunicaciones de la India da empleo a unos 3,5 millones de trabajadores.

**Sin embargo, el efecto del comercio de servicios en el nivel y la estructura del empleo ha sido pequeño hasta ahora.**

La mayoría de los datos apuntan a que el empleo total y los sueldos medios no se han visto significativamente afectados por el comercio de servicios, aunque algunos estudios mencionan sus efectos positivos. En cambio, el comercio de servicios ha afectado a la estructura de la población activa, y varios estudios sugieren que los trabajadores muy calificados de las ciudades tienden a ser los principales beneficiarios tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. No obstante, esos efectos han sido cuantitativamente pequeños.

**El comercio de servicios puede ayudar a reducir las desigualdades económicas.**

El comercio de servicios puede beneficiar también a las mujeres en el mercado laboral, ya que en los sectores de servicios hay una participación más equilibrada de hombres y mujeres que en los sectores manufacturero o minero. Los servicios pueden ayudar también a crear condiciones igualitarias para las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MIPYME), ya que sus costos fijos de producción son menores. Por ejemplo, el funcionamiento de una empresa de servicios requiere inversiones materiales relativamente más bajas, por lo que las dificultades de acceso a la financiación limitan menos a las MIPYME del sector de servicios que a las MIPYME del sector manufacturero. Por todo ello, el comercio de servicios puede contribuir a reducir las desigualdades.

**D. El comercio de servicios en el futuro**

**No es fácil predecir la evolución probable del comercio de servicios en el futuro.**

Varios factores afectan a la forma en que pueden cambiar las tendencias del comercio. La tecnología, los factores de producción y las preferencias de los

consumidores son determinantes fundamentales del comercio. Además, tanto las empresas como los particulares pueden aprovechar la ventaja comparativa en el país receptor si suministran sus servicios mediante presencia comercial en el extranjero (modo 3 del AGCS) o mediante desplazamiento temporal al extranjero (modo 4 del AGCS).

**Los costos del comercio son determinantes fundamentales de la actividad comercial de una economía y del volumen de su comercio.**

En el presente Informe se adopta un nuevo enfoque para estimar los costos del comercio, que se desglosan en sus componentes: costos de información y de transacción, calidad de la gobernanza, diferencias en materia de política comercial y reglamentación, y costos de tecnología y de transporte.

**Los costos del comercio de servicios son casi el doble que los del comercio de mercancías, pero descendieron en el 9% entre 2000 y 2017.**

Tradicionalmente, el comercio de servicios se ha enfrentado a costos más elevados en comparación con el comercio de mercancías, debido en gran parte a la “carga de la cercanía” del comercio de servicios (es decir, la necesidad de que los proveedores y los consumidores de los servicios estén en contacto físico cercano) y a la mayor complejidad de los regímenes normativos en comparación con los aplicados al comercio de mercancías. La disminución de los costos del comercio permite comercializar más servicios mediante suministro transfronterizo (modo 1 del AGCS), tendencia que puede beneficiar especialmente a los países en desarrollo y las MIPYME.

**Varios factores han contribuido a la disminución de los costos del comercio de servicios.**

La tecnología es uno de los factores que ha contribuido a reducir los costos del comercio de servicios. Uno de sus principales efectos es que, entre 2005 y 2018, se han duplicado con creces las exportaciones mundiales de servicios que son posibles gracias a la tecnología de la información y las comunicaciones. Un segundo factor son las reformas normativas que, como promedio, han reducido los obstáculos, aunque también es cierto que han empezado aplicarse nuevas restricciones en algunos sectores, especialmente en relación con los servicios suministrados por medios digitales. El tercer factor son las inversiones en infraestructuras físicas y digitales y las políticas que promueven la competencia, incluida la participación extranjera, que han contribuido a reducir los costos del transporte y mejorar la conectividad.

**Las tecnologías digitales afectarán al comercio de servicios aún más en el futuro.**

En primer lugar, al hacer posible el comercio transfronterizo de servicios cuyo suministro requería antes una interacción física, las tecnologías digitales reducirán probablemente el costo del comercio de servicios. En segundo lugar, las tecnologías digitales harán borrosa la distinción entre las actividades en función de que se relacionen con las mercancías o con los servicios. En tercer lugar, esas tecnologías permitirán a las empresas llegar a un mayor número de clientes conectados por medios digitales en todo el mundo y facilitarán la subcontratación de actividades. Esas tendencias aumentarán la importancia de los flujos de datos, de la propiedad intelectual y de las inversiones en infraestructura digital.

**Los cambios demográficos desempeñarán un papel decisivo en la composición de la demanda futura de servicios y las pautas de especialización.**

La distribución por edades de la población es uno de los principales determinantes de la estructura de la demanda de servicios y las pautas de especialización: una población envejecida de un país desarrollado necesitará más servicios de salud y una población joven y creciente de un país en desarrollo requerirá servicios de enseñanza y digitales. El comercio de servicios será fundamental para atender esas necesidades. La tecnología digital puede facilitar las importaciones de servicios de enseñanza en los países en desarrollo, con efectos potencialmente positivos para el desarrollo.

**Los cambios demográficos incrementarán la demanda de servicios en línea.**

Los mileniales (nacidos entre 1980 y 1996) y la generación Z (los nacidos entre 1997 y 2012) constituyen una porción creciente de la población mundial. Esos dos grupos representan actualmente más del 50% de los principales usuarios de plataformas digitales sociales y, como promedio, dedican más de dos horas y media al día a las redes sociales, en comparación con una hora al día en el caso de la generación del baby boom (los nacidos entre 1945 y 1964). Esa demanda brinda nuevas oportunidades, especialmente a determinados tipos de proveedores de servicios, tales como los dedicados a actividades creativas en los países en desarrollo.

**La convergencia de los ingresos per cápita de los países desarrollados y los países en desarrollo cambiará las tendencias del comercio de servicios.**

A medida que aumentan los ingresos de un país, los consumidores se enriquecen y gastan cada vez más en servicios altamente especializados, como los servicios financieros y de seguros; y al enriquecerse, los países tienden a especializarse en la producción de esos servicios. Por consiguiente, si los países convergen hacia la igualdad de ingresos, un número mayor de ellos participará en el comercio de servicios.

**El cambio climático modificará la naturaleza de algunos sectores de servicios.**

Es probable que el cambio climático altere la naturaleza de algunos servicios y su comercio. En el caso de los servicios de turismo, el cambio climático hará probablemente que algunos destinos sean menos atractivos para los turistas o más vulnerables frente a los desastres naturales. En cuanto al transporte, es probable que el cambio climático cause perturbaciones en algunas rutas tradicionales y determine la apertura de otras nuevas. Por ejemplo, las condiciones climáticas extremas pueden dar lugar a cierres más frecuentes de los puertos, pero los inviernos más cálidos podrían reducir la cantidad de hielo marítimo presente en numerosas e importantes rutas de navegación, lo que ampliaría la temporada abierta al tráfico marítimo. Sin embargo, bajo la presión de los consumidores, los sectores de servicios están adaptándose también para ser más favorables al medio ambiente; por ejemplo, hay una demanda creciente de turismo ecológico, especialmente en la generación de los mileniales.

**El cambio climático aumentará también la demanda de servicios ambientales.**

Se prevé que el mercado de servicios ambientales crezca significativamente en el futuro (por ejemplo, los servicios de consultoría de proyectos para la construcción de parques eólicos, o el transporte y la instalación de los materiales necesarios para su construcción), a medida que las poblaciones traten de adaptarse al cambio climático y de mitigarlo.

**Es probable que la participación de los servicios en el comercio mundial aumente en el 50% para 2040.**

A fin de estimar los posibles efectos cuantitativos de estas importantes tendencias en el comercio de servicios, el informe utiliza el modelo de equilibrio general computable (EGC) de la OMC para realizar una serie de simulaciones. En él se examinan los efectos combinados de tres tendencias: i) la reducción general de los costos del comercio de servicios como resultado de las innovaciones tecnológicas digitales; ii) la menor necesidad de interacción física en el comercio de servicios; y iii) la reducción de

los obstáculos de política al comercio de servicios. Las simulaciones prevén que, si se mantienen esas tendencias, la participación del sector de los servicios en el comercio mundial aumentará en el 50% para 2040. Si los países en desarrollo son capaces de adoptar las tecnologías digitales, su participación en el comercio mundial de servicios aumentará en el 15%, aproximadamente.

**E. ¿Qué papel desempeña la cooperación internacional en las políticas relativas al comercio de servicios?**

**Los obstáculos de política al comercio de servicios son mucho más complejos que en el caso del comercio de mercancías.**

Los obstáculos de política en la esfera del comercio de servicios son esencialmente de carácter reglamentario, más que arancelario, como ocurre con el comercio de mercancías. Al mismo tiempo, dada la presencia generalizada de disfunciones del mercado en numerosos mercados de servicios, la mayor parte de la reglamentación de los servicios no tiene por objeto restringir el comercio, sino más bien alcanzar objetivos de política pública. Por ejemplo, las prescripciones en materia de enseñanza y formación se imponen a los proveedores de servicios para asegurar su competencia en casos en que la complejidad del servicio suministrado hace muy difícil que los consumidores puedan apreciar su calidad o inocuidad antes de su consumo (es decir, se trata de una disfunción del mercado debida a la "asimetría de la información").

**Durante los tres o cuatro últimos decenios, la mayoría de las economías han emprendido reformas de gran alcance destinadas a abrir sus mercados de servicios a la competencia, incluso a los proveedores extranjeros.**

La mayoría de las reformas no se debieron a negociaciones comerciales, con la notable excepción de las adhesiones a la OMC, sino que fueron emprendidas por los Gobiernos de forma autónoma. Esas transformaciones determinaron una mayor cooperación internacional en la esfera de los servicios que culminó, en 1995, con la entrada en vigor del AGCS. El AGCS establece condiciones basadas en normas, transparentes y previsibles para la actividad de las empresas de servicios.

**La apertura unilateral de los mercados de servicios no permite a las economías aprovechar todos los beneficios potenciales.**

En primer lugar, hay riesgo de que se produzcan cambios de orientación en las políticas. En segundo lugar, no ha sido posible suprimir varios obstáculos al comercio mediante procesos estrictamente nacionales. En tercer lugar, es probable que las reglamentaciones que establezcan los países de forma independiente sean heterogéneas y, por consiguiente, una fuente de costos comerciales imprevistos para los proveedores de servicios. La cooperación internacional en la política relativa al comercio de servicios permite a los países asegurar sus reformas unilaterales y las de sus interlocutores comerciales de forma más plena, al consolidarlas mediante acuerdos comerciales y, de ese modo, garantizar que los mercados de servicios mundiales seguirán abiertos; esa cooperación puede también favorecer la convergencia de las reglamentaciones.

**Las economías han colaborado, tanto en el marco de la OMC como mediante acuerdos comerciales regionales, para reducir los obstáculos al comercio de servicios y en relación con las medidas de reglamentación.**

Sin embargo, esa colaboración no se ha aprovechado plenamente para extraer todo su potencial, como muestran los niveles generalmente bajos de apertura de los mercados que han sido objeto de compromisos en la OMC (excepto en el caso de las economías que se adhirieron a la OMC después de su creación), en comparación con el nivel real de apertura de los regímenes de servicios. Ese nivel generalmente modesto de los compromisos asumidos en la OMC contrasta acusadamente con la amplitud de los niveles de acceso consolidados en los acuerdos comerciales regionales. Además, los acuerdos comerciales regionales han avanzado mucho en el establecimiento de disciplinas, en particular sobre la reglamentación nacional con arreglo al AGCS, el comercio electrónico de servicios, los servicios de telecomunicaciones y el desplazamiento de particulares para el suministro de servicios (modo 4 del AGCS).

**Sin embargo, hasta ahora, ha sido difícil reformar el comercio de servicios en el marco de los acuerdos relativos a ese comercio, tanto multilaterales como bilaterales o regionales.**

Una explicación probable de esa dificultad para reformar el comercio de servicios es la función generalizada que desempeña la reglamentación en los mercados de servicios y el cometido esencial que ejercen las políticas de reglamentación bien diseñadas y la reglamentación nacional adecuada en el logro de una apertura del comercio que aumente

el bienestar. A pesar de todo, las conclusiones del presente Informe apuntan a varios factores que podrían determinar cada vez en mayor medida a los Gobiernos no solo a abrir sus mercados de servicios, sino también a tratar de obtener aperturas recíprocas de sus interlocutores comerciales.

**Una posible forma de aprovechar el potencial del comercio de servicios sería que las negociaciones sobre la apertura de los mercados se acompañasen de una mayor cooperación internacional centrada en las medidas de reglamentación nacional.**

En la mayoría de los sectores de servicios, la apertura de los mercados debe apoyarse en medidas adecuadas de reglamentación nacional y reforzarse mediante esas medidas, al tiempo que la mejora de la reglamentación y del gobierno es condición necesaria para obtener los potenciales beneficios económicos que conlleva la apertura del comercio. La asistencia técnica y la creación de capacidad serían especialmente decisivas a ese respecto, ya que permitirían a los países responder mejor a los desafíos y las oportunidades de la tecnología y los consiguientes cambios en las tendencias del comercio de servicios.

**Las deliberaciones que se llevan actualmente a cabo en la OMC se centran en aspectos que los Miembros interesados consideran más aptos para la cooperación internacional.**

Actualmente, los debates que se llevan a cabo en la OMC en relación con los servicios se centran principalmente en los aspectos reglamentarios, en particular en la reglamentación nacional con arreglo al AGCS, los aspectos del comercio electrónico relacionados con el comercio de servicios y los elementos pertinentes de la facilitación de las inversiones. El componente de servicios del Programa de Trabajo de la OMC sobre el Comercio Electrónico sigue activo, en particular con respecto al intercambio de información y experiencias. Sin embargo, muchos de los debates sobre esos tres temas tienen lugar en grupos plurilaterales de 70 o más Miembros, conocidos también como iniciativas relativas a una Declaración Conjunta, en reuniones abiertas a todos los Miembros. Esas deliberaciones no reflejan necesaria o exclusivamente las cuestiones sobre las que sería deseable una colaboración más estrecha, sino que, más bien, ponen de manifiesto que los Miembros interesados están de acuerdo en que los debates de la OMC sobre esos temas pueden ser útiles.