

# Comercio de mercancías y comercio de servicios comerciales

En 2016, el valor de las exportaciones mundiales de mercancías descendió un 3%, debido principalmente a que siguieron disminuyendo las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas (-14% en 2016). La fuerte disminución de los precios de los productos básicos registrada en 2015 se detuvo en 2016 en la mayoría de los casos, excepto en el de la energía. El precio de exportación de todos los demás grandes grupos de productos (salvo el de los productos alimenticios y las bebidas) disminuyó ligeramente, pero en menor medida que en 2015.

En 2016, las exportaciones mundiales de servicios comerciales aumentó un 0,4%. Las de servicios de transporte siguieron disminuyendo, al haberse contraído el comercio en los sectores del transporte marítimo y aéreo como resultado del estancamiento económico y el exceso de capacidad. A pesar de los problemas de seguridad y salud experimentados en varias partes del mundo, los ingresos mundiales por concepto de servicios de viajes aumentaron en un 2%, porcentaje que refleja un aumento del 3,9% en el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. Como consecuencia del incremento del turismo intrarregional aumentaron las exportaciones asiáticas de servicios de viajes, lo que era atribuible en gran medida a los viajeros chinos. Las exportaciones mundiales de otros servicios comerciales aumentaron en un 1%. El sector más dinámico fue el de los servicios de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), pero la brecha digital que existe en lo que respecta al acceso a esa tecnología y su uso constituye un obstáculo para la participación de África en este sector.

---

---

**Comercio de mercancías** 30

---

**Comercio de servicios comerciales** 36

---

**El comercio en términos de valor añadido** 43

---

**Dificultades para medir el comercio digital** 45

---

# Comercio de mercancías

## Las exportaciones de mercancías disminuyeron un 3%

La disminución del 3% en términos de valor de las exportaciones mundiales de mercancías registrada en 2016 se debió fundamentalmente a la fuerte disminución de las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas (-14% en 2016). Con todo, este descenso fue menos acentuado que el registrado en 2015 (-36%). Las exportaciones de productos manufacturados disminuyeron ligeramente (-2%), mientras que las de productos agropecuarios aumentaron levemente (+1%). En 2016 el valor total de las exportaciones de productos manufacturados ascendió a 11,2 billones de dólares EE.UU., lo

que representaba más del 70% de las exportaciones mundiales en 2016 (véase el gráfico 4.1).

La pronunciada disminución de los precios de los productos básicos registrada en 2015 se detuvo en 2016 en la mayoría de los casos, excepto en el de la energía (véase el gráfico 4.2). El precio de exportación de todos los grandes grupos de productos básicos, salvo el de los productos alimenticios y las bebidas, disminuyó ligeramente, pero en mucho menos que en 2015. El precio de los productos alimenticios y las bebidas registró un leve aumento (1%) debido a las desfavorables condiciones meteorológicas en varias regiones del mundo y la consiguiente escasez de esos productos.

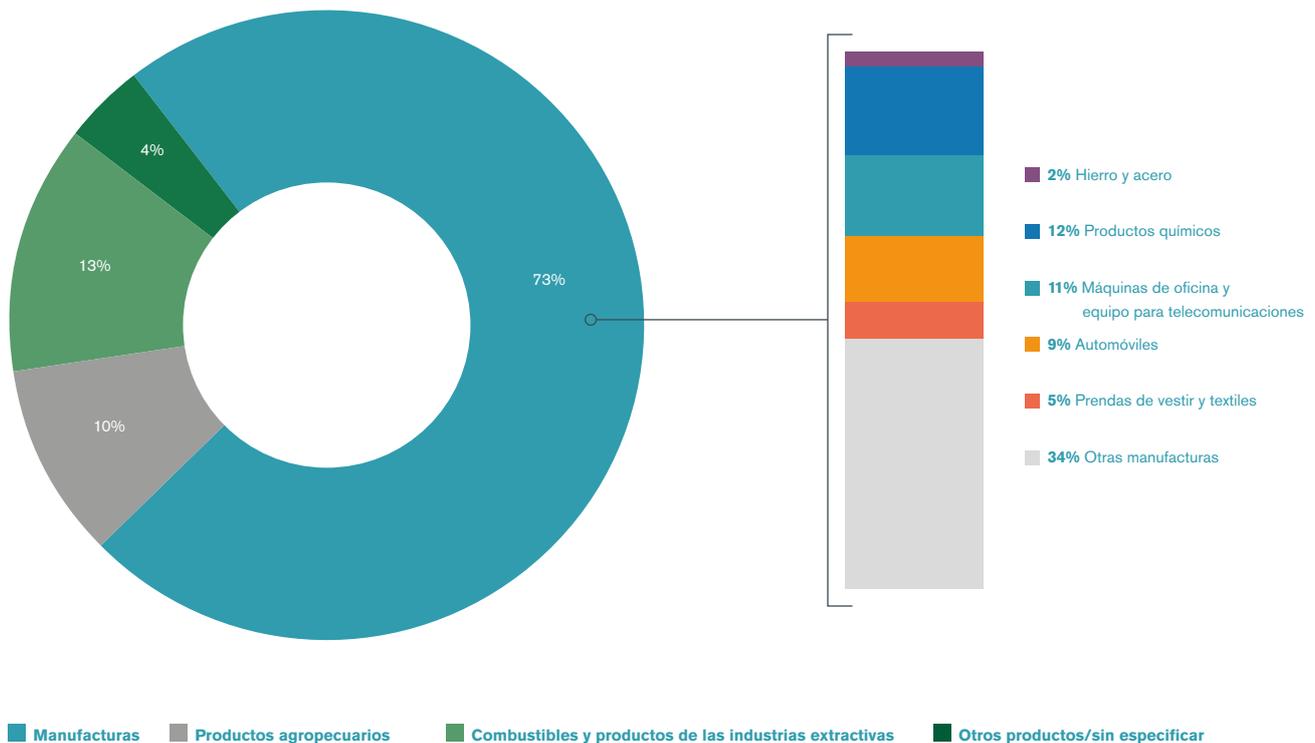
El precio de los minerales y metales no ferrosos disminuyó un 5% en 2016, si bien aumentó el precio de algunos productos, como el estaño (+12%), el zinc (+8%), el plomo (+4%) y el mineral de hierro (+4%). En cambio, bajó el precio del uranio (-28%), el níquel (-19%) y el cobre (-12%). Los precios de la energía disminuyeron en un 18%, y sobre todo el del gas natural (-34%). El precio del petróleo crudo disminuyó un 18%, mientras que el del carbón aumentó un 14%.

## La Unión Europea sigue siendo el principal exportador de productos agropecuarios

En 2016 los seis principales exportadores de productos

Gráfico 4.1:

Exportaciones mundiales de mercancías, por grandes grupos de productos, 2016 (Parte porcentual)



Fuente: Secretaría de la OMC.

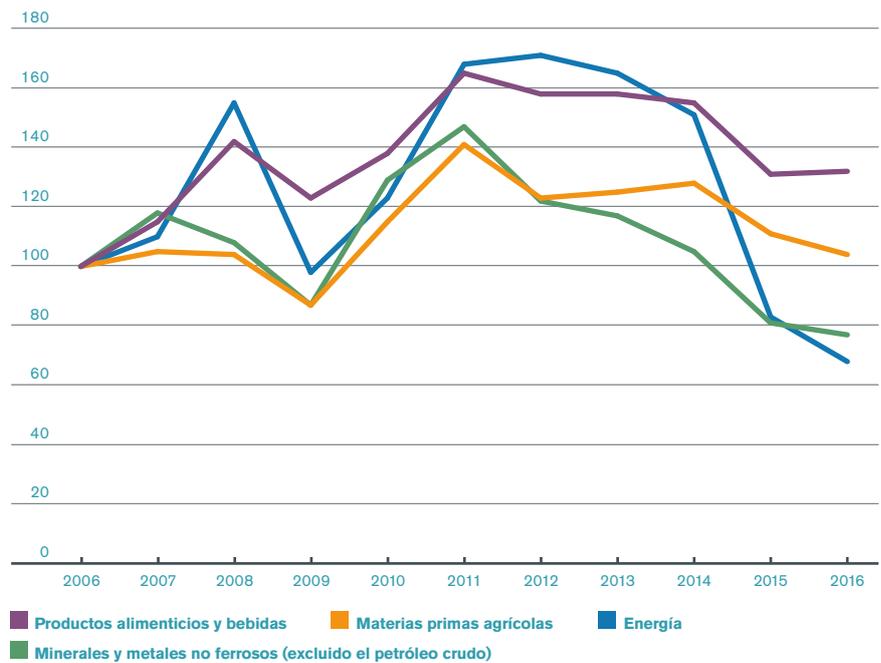
agropecuarios fueron los mismos que en el año anterior (véase el gráfico 4.3). La Unión Europea sigue siendo el principal exportador (38% del mercado de exportación, con 1 punto porcentual más que en 2015). La Argentina, que había ocupado el décimo puesto, pasó a ocupar el séptimo lugar en 2016. Tailandia bajó un puesto en la clasificación, al octavo lugar, y Australia pasó a ocupar el décimo lugar, tras ocupar el octavo puesto un año antes. Como en 2015, la India ocupó el noveno puesto entre los principales exportadores de productos agropecuarios.

Los cinco exportadores principales de productos agropecuarios fueron también los principales exportadores de productos alimenticios en 2016 (véase el cuadro A15). Tres de esos cinco exportadores principales son también exportadores netos de productos alimenticios (la Unión Europea, el Brasil y el Canadá), mientras que dos de ellos (los Estados Unidos y China) son importadores netos de productos alimenticios.

En 2016, aumentaron las exportaciones de 5 de los 10 principales exportadores de productos agropecuarios, mientras que en 2015 habían disminuido en esos 10 países. En 2016, la variación porcentual anual más alta correspondió a la Argentina, con un aumento del 7%, seguida de China (+5%). La mayor disminución de las exportaciones se registró en Australia (-6%).

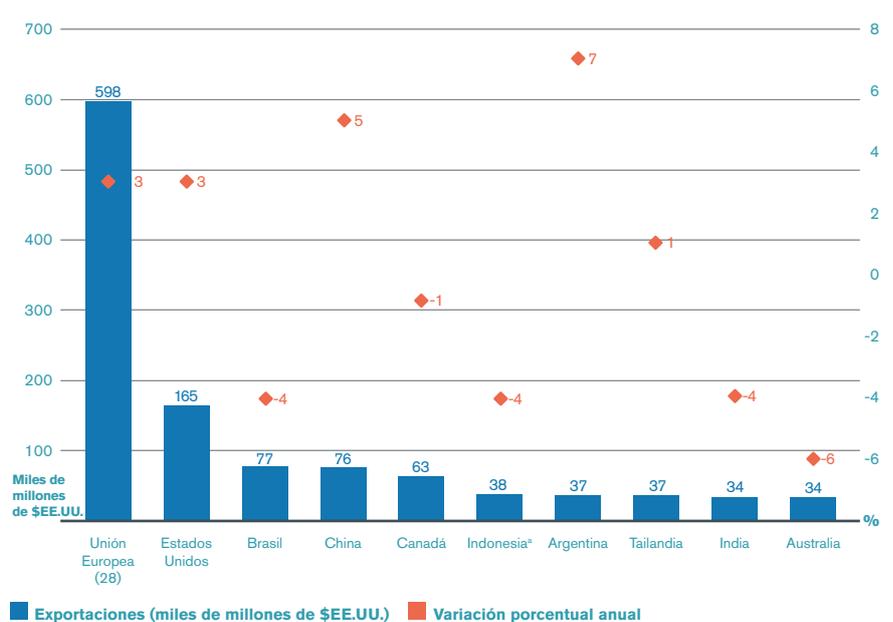
Las exportaciones de los 10 principales exportadores de estos productos representaron, en su conjunto, más del 73% de las exportaciones mundiales de productos agropecuarios en 2016.

**Gráfico 4.2:**  
Fluctuaciones de los precios internacionales, 2006-2016  
(Índice 2006 = 100)



Fuente: FMI.

**Gráfico 4.3:**  
Los 10 principales exportadores de productos agropecuarios, 2016  
(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



\* Incluye las estimaciones de la Secretaría.  
Fuente: Secretaría de la OMC.

### La caída del precio del gas afecta a Rusia y Qatar

Los principales exportadores de combustibles y productos de las industrias extractivas se vieron afectados por la caída de los precios en 2016. Sin embargo, la disminución (-18%) no fue tan pronunciada como la registrada en 2015 (-47%).

Las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas se redujeron en 9 de los 10 principales exportadores, con excepción de Australia, cuyas exportaciones aumentaron un 0,4% (véase el gráfico 4.4), gracias, en particular, al aumento de las exportaciones de mineral de hierro y carbón. La mayor disminución de las exportaciones se registró en la Federación de Rusia (-33%), seguida de Qatar (-32%); ambos países dependen de las exportaciones de gas natural en mayor medida que los demás exportadores principales.

Los Estados Unidos pasaron a ocupar el tercer lugar entre los principales exportadores de combustibles y productos de las industrias extractivas en 2016, mientras que la Arabia Saudita pasó del tercero al cuarto puesto en 2016. Qatar pasó del séptimo al décimo lugar en la clasificación.

### Abrupta caída del valor de las exportaciones de hierro y acero

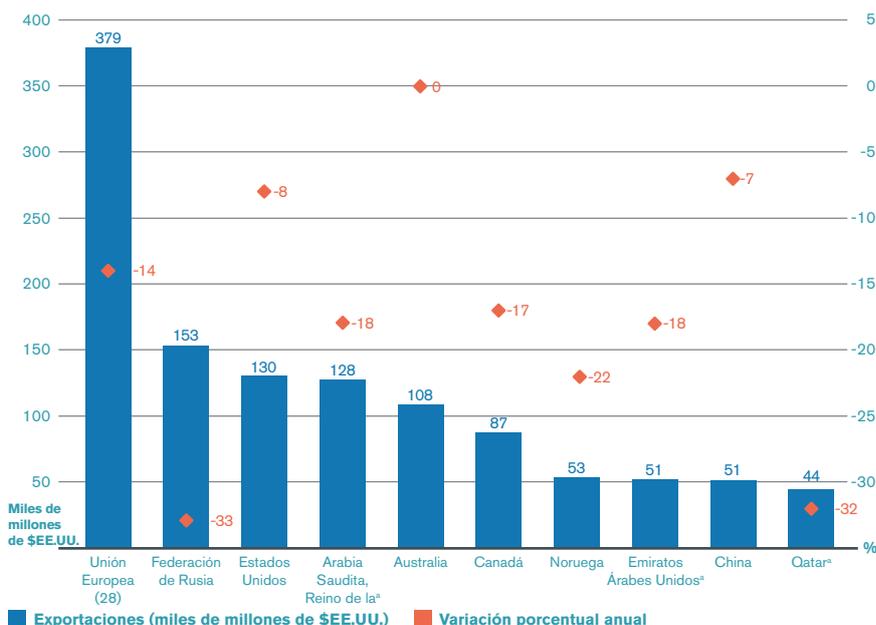
En 2016, los principales exportadores de hierro y acero se vieron afectados por los bajos precios de las exportaciones y la atonía de la demanda. Todos ellos registraron una caída de las exportaciones de hierro y acero; el porcentaje de la disminución varió del -1%, en el caso de la India, a -15%, en el de los Estados Unidos (véase el gráfico 4.5).

La Unión Europea siguió siendo el principal exportador, con el 38% de las

**Gráfico 4.4:**

Los 10 principales exportadores de combustibles y productos de las industrias extractivas, 2016

(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)

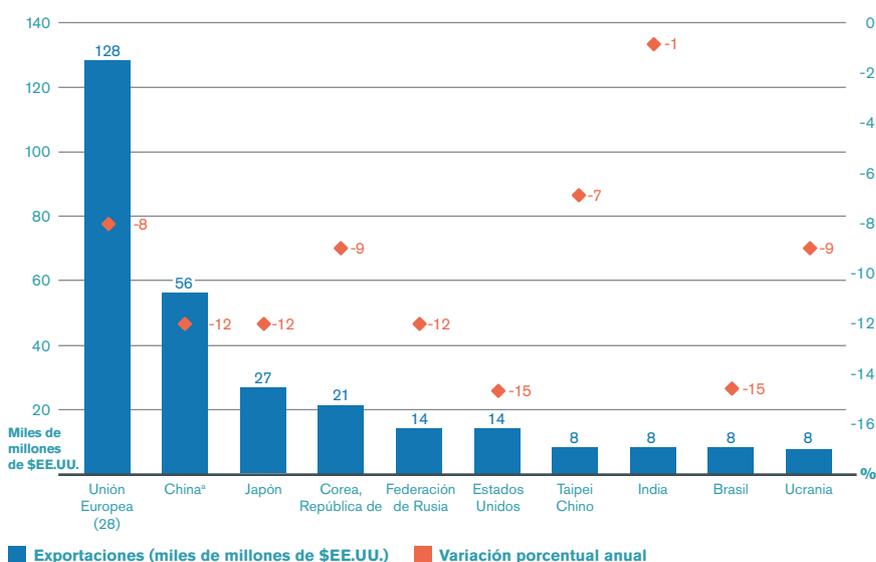


<sup>a</sup> Incluye las estimaciones de la Secretaría.  
Fuente: Secretaría de la OMC.

**Gráfico 4.5:**

Los 10 principales exportadores de hierro y acero, 2016

(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



<sup>a</sup> Incluye importantes envíos realizados a través de Zonas de procesamiento para la exportación.  
Fuente: Secretaría de la OMC.

exportaciones mundiales de hierro y acero. La Federación de Rusia pasó del sexto al quinto lugar de la clasificación en 2016, mientras que la India pasó del décimo al octavo lugar. En cambio, los Estados Unidos pasaron del quinto al sexto puesto, el Brasil del séptimo al noveno puesto, y Ucrania del noveno al décimo puesto.

### Las exportaciones suizas de productos químicos aumentan un 9%

En 2016, los 10 principales exportadores de productos químicos fueron prácticamente los mismos que en el año anterior (véase el gráfico 4.6), con excepción de la India, que pasó del noveno al octavo puesto de la clasificación, y el Canadá, que pasó del octavo al noveno puesto).

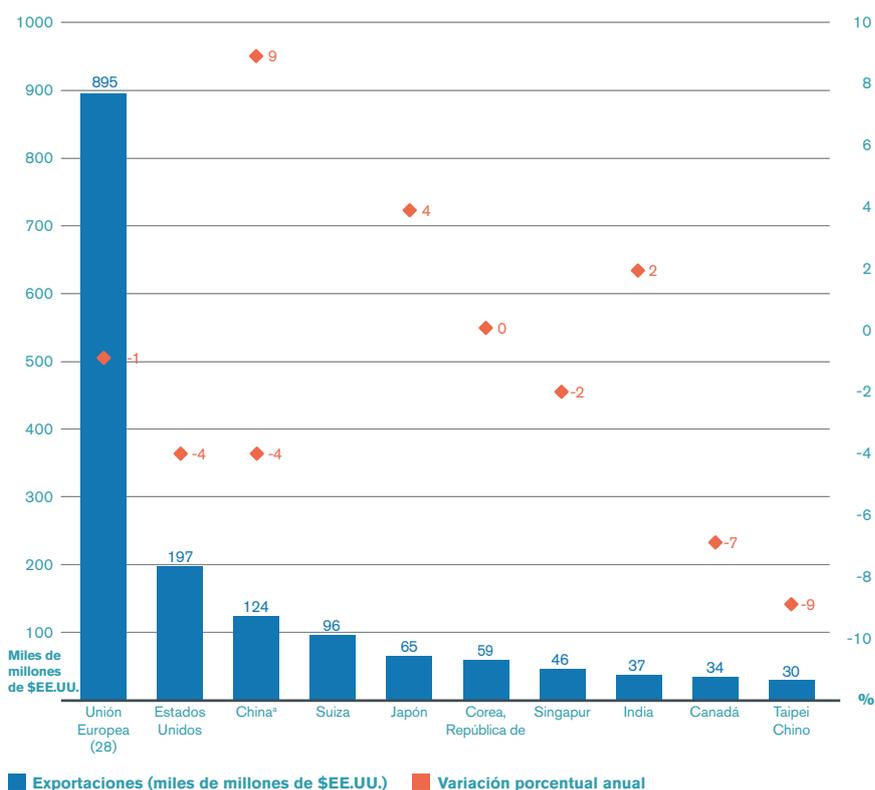
Se incrementó el valor de las exportaciones de 3 de los 10 principales exportadores de productos químicos: Suiza (+9%), el Japón (+4%) y la India (+2%). Las exportaciones de la República de Corea se mantuvieron estables, mientras que disminuyeron las de los restantes exportadores principales. El Taipei Chino experimentó la mayor disminución (-9%), seguido del Canadá (-7%).

### Se reducen un 8% las exportaciones chinas de máquinas de oficina y equipo para telecomunicaciones

Entre los 10 principales exportadores de máquinas de oficina y equipo para telecomunicaciones (véase el gráfico 4.7), China registró el mayor descenso (-8%) de las exportaciones en 2016. Con todo, sus exportaciones siguen representando aproximadamente un tercio de las exportaciones mundiales de esos productos. Las exportaciones de Singapur disminuyeron un 5%, y las de la República de Corea, un 4%.

**Gráfico 4.6:**

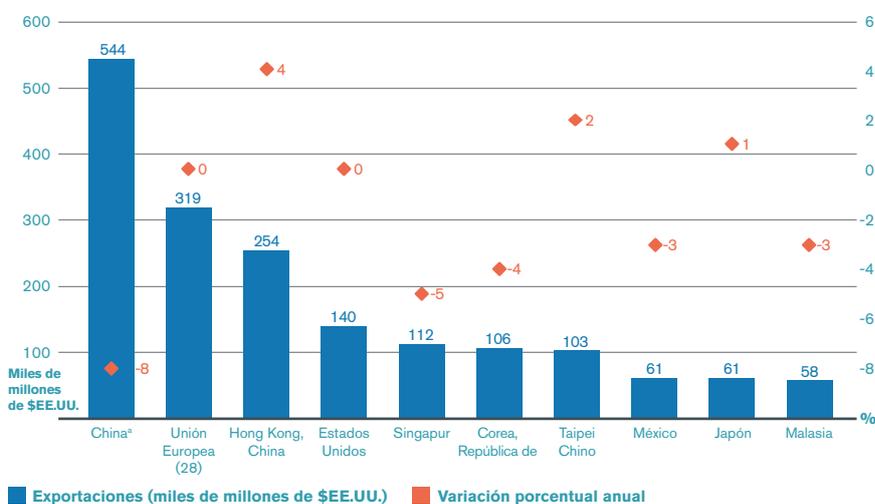
Los 10 principales exportadores de productos químicos, 2016  
(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



\* Incluye importantes envíos realizados a través de zonas de procesamiento para la exportación. Fuente: Secretaría de la OMC.

**Gráfico 4.7:**

Los 10 principales exportadores de máquinas de oficina y equipo para telecomunicaciones, 2016  
(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



\* Incluye importantes envíos realizados a través de zonas de procesamiento para la exportación. Fuente: Secretaría de la OMC.

Las exportaciones de la Unión Europea y los Estados Unidos se mantuvieron aproximadamente en el mismo nivel que en 2015, mientras que registraron un ligero incremento las del Taipei Chino (+2%) y el Japón (+1%).

**La UE mantiene una participación del 50% en las exportaciones mundiales de productos de la industria del automóvil**

Después de haber disminuido en 2015, las exportaciones de productos de la industria del automóvil de la Unión Europea aumentaron un 4% en 2016 (véase el gráfico 4.8), con lo que su participación en el mercado alcanzó el 50%. El Japón conservó el segundo puesto (con una participación del 11% en las exportaciones mundiales y un aumento del 8% en 2016), seguido de los Estados Unidos (con una participación del 9%, y una disminución del 0,5%).

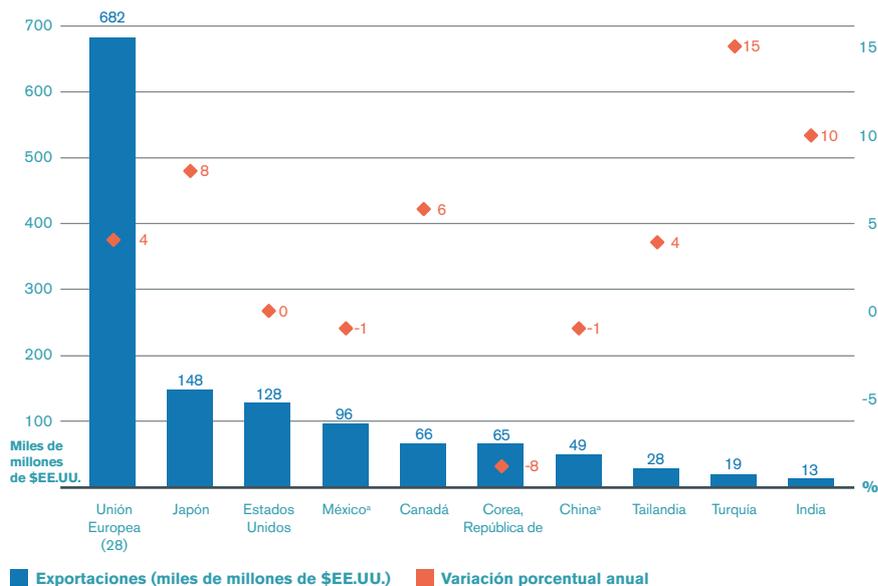
La República de Corea pasó del quinto al sexto lugar, mientras que en el Canadá se dio la situación inversa, al pasar ese país a ocupar el quinto puesto. La clasificación de los demás exportadores principales se mantuvo invariable. Los mayores aumentos de las exportaciones correspondieron a Turquía (+15%) y la India (+10%), mientras que las exportaciones de la República de Corea fueron las que registraron el mayor descenso (-8%).

**Viet Nam ingresa al grupo de los 10 principales exportadores de textiles**

En 2016, China siguió siendo el principal exportador de textiles (con el 37% de las exportaciones mundiales), a pesar de que sus exportaciones disminuyeron en un 3%. Le siguieron, por orden de importancia, la Unión Europea (con el 23% de las

**Gráfico 4.8:**

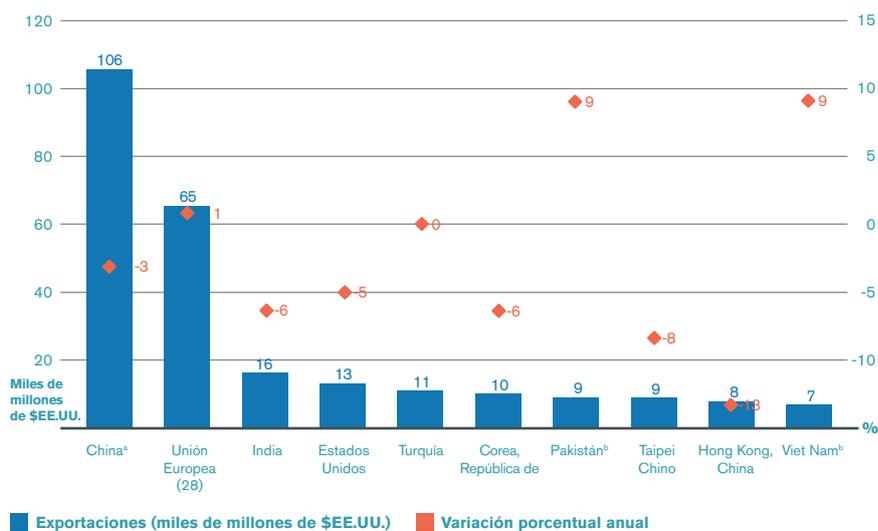
Los 10 principales exportadores de productos de la industria del automóvil, 2016 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



<sup>a</sup> Incluye importantes envíos realizados a través de zonas de procesamiento para la exportación. Fuente: Secretaría de la OMC.

**Gráfico 4.9:**

Los 10 principales exportadores de textiles, 2016 (Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



<sup>a</sup> Incluye importantes envíos realizados a través de zonas de procesamiento para la exportación. <sup>b</sup> Incluye las estimaciones de la Secretaría. Fuente: Secretaría de la OMC.

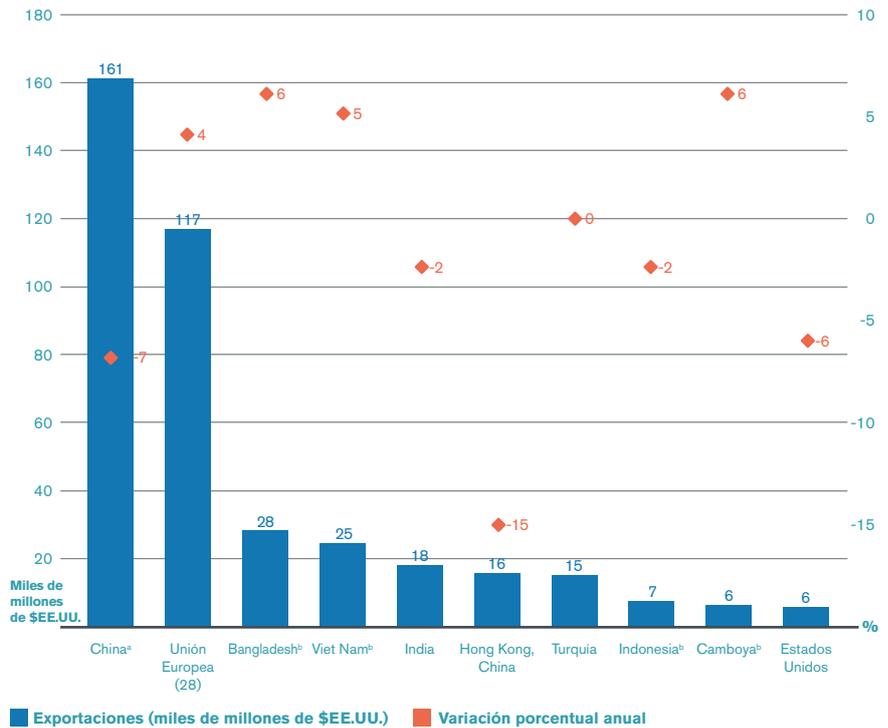
exportaciones mundiales y un aumento del 1% en 2016) y la India (con el 6% de las exportaciones mundiales y una disminución del 6%) (véase el gráfico 4.9). El Pakistán pasó del noveno al séptimo puesto, mientras que Viet Nam ingresó por primera vez al grupo de los 10 principales exportadores de textiles, con el 2% de las exportaciones mundiales y un aumento del 9%).

**Aumentan un 6% las exportaciones de prendas de vestir de Camboya y Bangladesh**

En 2016, los 10 principales exportadores de prendas de vestir fueron los mismos que en el año anterior. Sin embargo, Hong Kong, China bajó un puesto en la clasificación, al pasar del quinto al sexto lugar, mientras que en el caso de la India se dio la situación inversa, al pasar este país a ocupar el quinto lugar (véase el gráfico 4.10). Las exportaciones chinas de prendas de vestir disminuyeron un 7%, pero China conservó el primer puesto de la clasificación en 2016, con el 36% de las exportaciones mundiales de prendas de vestir.

Las exportaciones de prendas de vestir de la UE aumentaron un 4% en 2016, con lo que su participación en el mercado alcanzó el 26%. Las exportaciones de Camboya y Bangladesh fueron las que aumentaron en mayor medida (+6% en ambos casos). Las exportaciones de China y los Estados Unidos fueron las que más disminuyeron (-7% y -6%, respectivamente).

**Gráfico 4.10:**  
Los 10 principales exportadores de prendas de vestir, 2016  
(Miles de millones de dólares EE.UU. y variación porcentual anual)



<sup>a</sup> Incluye importantes envíos realizados a través de zonas de procesamiento para la exportación.  
<sup>b</sup> Incluye las estimaciones de la Secretaría.  
 Fuente: Secretaría de la OMC.

# Comercio de servicios comerciales

## Debido al exceso de capacidad en el sector del transporte, disminuyen las exportaciones, pero la recuperación está en marcha

El valor de las exportaciones mundiales de servicios de transporte siguió bajando en 2016 (-4%) y disminuyó a 853.000 millones de dólares EE.UU. Los mayores descensos se produjeron en África (-9%) y Asia (-7%). El Oriente Medio fue la única región en que el crecimiento fue positivo, lo que se debió a la pujanza de las exportaciones de servicios de transporte aéreo (véase el gráfico 4.11).

Las exportaciones mundiales de servicios de transporte marítimo de carga registraron una fuerte disminución (-13%) en 2016 (véase el gráfico 4.12), lo que se debió a un exceso de capacidad en el sector del transporte marítimo y a la atonía de la demanda como resultado del estancamiento económico. En particular, 2016 fue el peor año para el sector del transporte de carga seca a granel. Los precios de los servicios de transporte marítimo de carga siguieron siendo excepcionalmente bajos hasta el último trimestre de 2016, cuando se recuperaron gracias al aumento de la demanda. Los precios de los servicios de transporte en contenedores siguieron una evolución similar y mejoraron a finales del año, cuando el sector comenzó a hacer frente al problema del exceso de oferta.

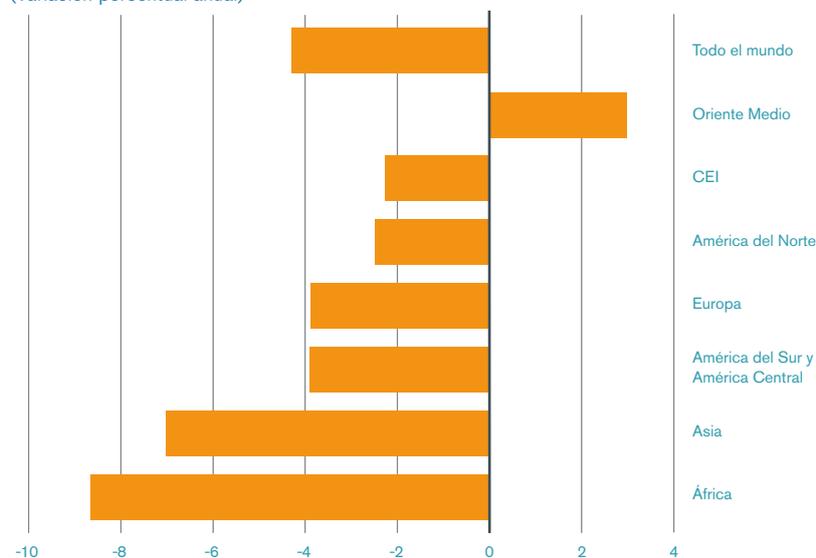
La falta de dinamismo del comercio también generó un exceso de oferta en el sector del transporte aéreo, a pesar de que el volumen de la carga aumentó un 3,8%.<sup>1</sup> El exceso de capacidad trajo consigo un descenso de los precios del transporte aéreo de carga. Como resultado, las exportaciones mundiales de servicios de transporte aéreo de carga

<sup>1</sup> IATA "Air freight market analysis".

<sup>2</sup> OMC, Examen estadístico del comercio mundial 2016.

**Gráfico 4.11:**

Exportaciones mundiales de servicios de transporte, por regiones, 2016  
(Variación porcentual anual)



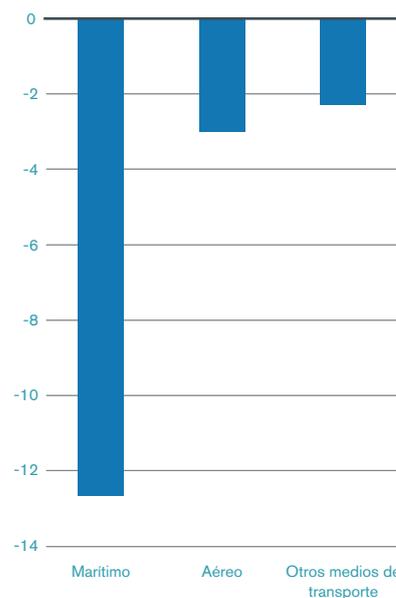
Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

se contrajeron un 3% en 2016. Esa contracción fue similar a la experimentada en otros modos de transporte de carga, como el transporte por ferrocarril y el transporte por carretera. Más de la mitad de las exportaciones mundiales de servicios de transporte corresponden al transporte internacional de carga, principalmente por vía marítima.<sup>2</sup>

En 2016, el crecimiento en el sector del transporte aéreo internacional de pasajeros siguió siendo sostenido como resultado del aumento del número de rutas internacionales (véase el gráfico 4.13). La tasa de crecimiento del transporte internacional de pasajeros más alta se registró en el Oriente Medio (11,8%, casi el doble de la media mundial). En las líneas aéreas comerciales, el coeficiente de ocupación (o sea, el porcentaje de asientos ocupados por vuelo) en los vuelos internacionales de pasajeros fue de casi el 80% a nivel mundial; el coeficiente más alto correspondió a Europa, con el 82,8%. Sin embargo, el descenso de los

**Gráfico 4.12:**

Exportaciones mundiales de servicios de transporte de carga, por modo de transporte, 2016  
(Variación porcentual anual)

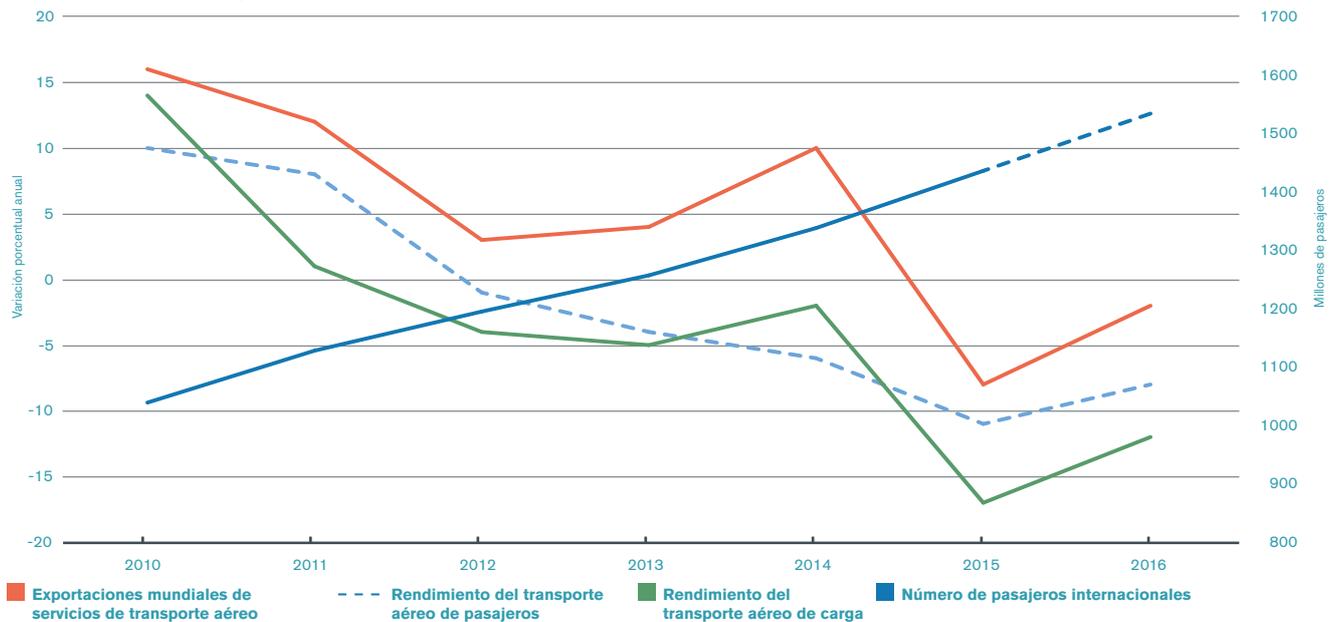


Fuente: Estimaciones de la OMC.

**Gráfico 4.13:**

Exportaciones mundiales de servicios de transporte aéreo y rendimiento de los servicios de transporte aéreo de carga y de pasajeros, 2010-2016

(Variación porcentual anual y millones de pasajeros)

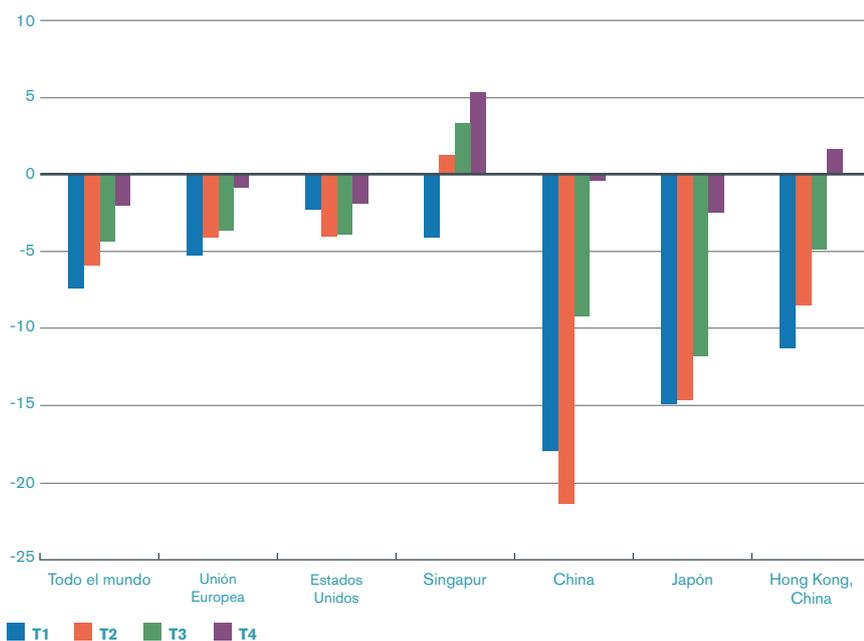


Fuente: Estimaciones de la OMC, la IATA y la OACI. El número de pasajeros internacionales en 2016 es una estimación de la Secretaría de la OMC.

**Gráfico 4.14:**

Exportaciones trimestrales de servicios de transporte (exportaciones mundiales y exportaciones de algunas de las grandes entidades comerciantes, primer trimestre de 2016 - cuarto trimestre de 2016)

(Variación porcentual interanual)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

precios, como resultado de una mayor competencia, afectó a los ingresos por concepto de transporte aéreo de pasajeros, que siguieron disminuyendo de manera similar a los ingresos por concepto de transporte de carga.<sup>3</sup>

Los ingresos por concepto de transporte de pasajeros representan la mayor proporción de los ingresos generados por las exportaciones de servicios de transporte aéreo, pero, a pesar del aumento del transporte aéreo internacional de pasajeros, las exportaciones mundiales de servicios de transporte aéreo disminuyeron un 2% en 2016.

En general, 2016 fue un año difícil para el sector del transporte en todo el mundo. Sin embargo, en los últimos meses del año, gracias a una recuperación de la demanda y el comercio mundiales, también repuntaron

<sup>3</sup> IATA "Air passenger market analysis".

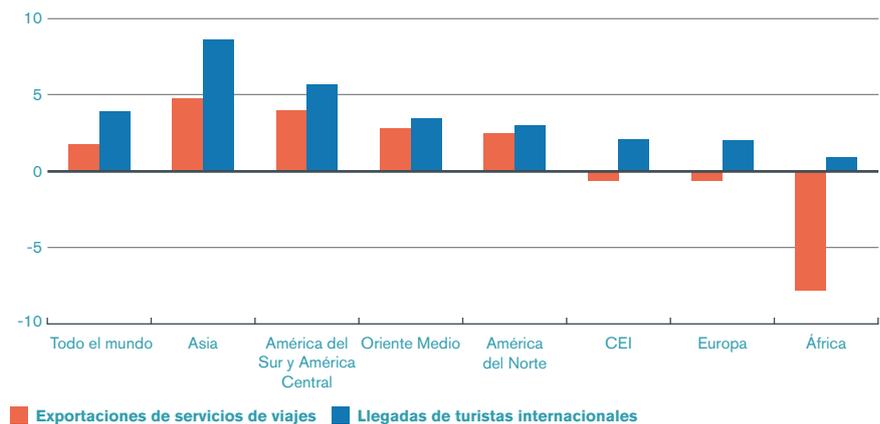
gradualmente las exportaciones mundiales de servicios de transporte (véase el gráfico 4.14). Los datos sobre el transporte marítimo y aéreo correspondientes al primer trimestre de 2017 revelan un crecimiento sólido en esos sectores. El índice de tráfico de contenedores en los principales puertos continuó aumentando, como también lo hicieron el transporte aéreo internacional de pasajeros (+7,1%) y el transporte aéreo de carga (+10,9%). Las estadísticas a corto plazo de las exportaciones de servicios de transporte de las principales economías indican que el sector se está recuperando.

**Asia registra el mayor incremento de los ingresos por concepto de servicios de viajes**

Las exportaciones mundiales de servicios de viajes aumentaron un 2% en 2016, para alcanzar la suma de 1,205 billones de dólares EE.UU. (véase el gráfico 4.15). Esas exportaciones miden los gastos de los viajeros en bienes y servicios durante su estadía en el extranjero. El aumento registrado en 2016 reflejaba un incremento del 3,9% en el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. Aunque en varios lugares del mundo seguía habiendo problemas de salud y seguridad, en 2016 el número de llegadas de turistas internacionales alcanzó la cifra de 1.235 millones.<sup>4</sup>

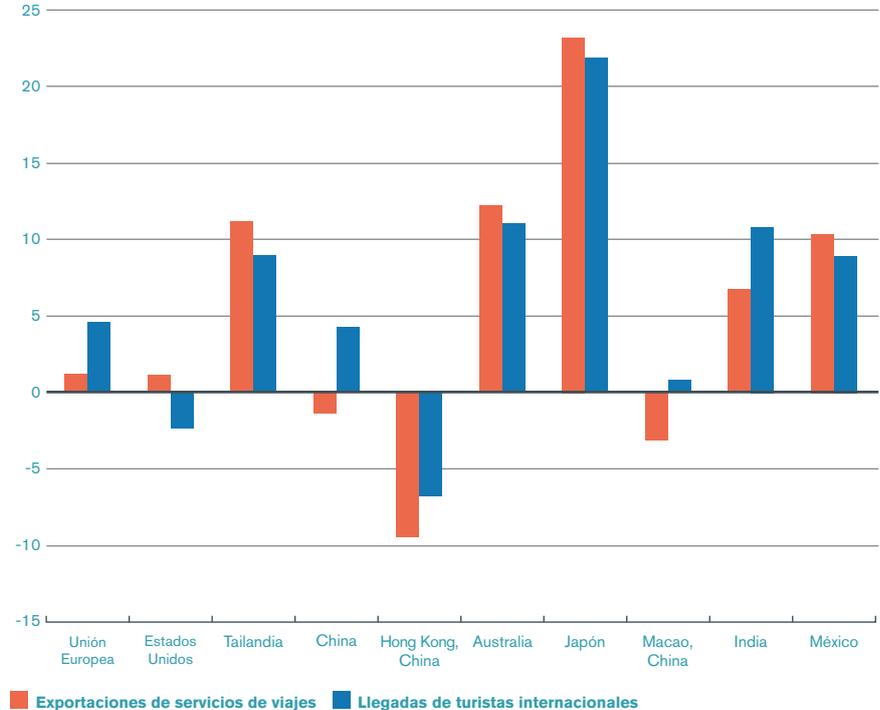
El mayor aumento del número de llegadas de turistas internacionales correspondió a las economías de Asia; en la mayoría de los casos, los pasajeros viajaban dentro de la región. El aumento se debió a una mayor conectividad aérea y al abaratamiento de las tarifas aéreas. La expansión del turismo dentro de Asia dio lugar a un aumento del 5% de las exportaciones de servicios de viajes de la región, que fue el mayor de todas las

**Gráfico 4.15:** Exportaciones mundiales de servicios de viajes y llegadas de turistas internacionales, por regiones, 2016 (Variación porcentual anual)



Nota: Los agregados regionales para las llegadas de turistas internacionales fueron calculados por la Secretaría de la OMC basándose en datos de la OMT. Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

**Gráfico 4.16:** Principales exportadores de servicios de viajes y llegadas de turistas internacionales, 2016 (Variación porcentual anual)



Nota: En el caso de los Estados Unidos, el aumento de las llegadas de turistas internacionales corresponde al período enero-agosto. Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI; datos de la OMT y datos nacionales.

<sup>4</sup> Organización Mundial del Turismo, "World Tourism Barometer", marzo de 2017.

regiones. Las tasas de crecimiento de las exportaciones de algunas grandes economías y economías emergentes de Asia fueron elevadas. Los ingresos por concepto de servicios de viajes del Japón aumentaron un 25% en 2016, tercer año consecutivo en que el crecimiento fue de dos dígitos. Australia, Tailandia y la India también registraron importantes incrementos como consecuencia del marcado aumento del número de turistas internacionales (véase el gráfico 4.16).

China desempeñó un papel fundamental en el crecimiento del turismo de las economías vecinas en 2016. Los viajeros chinos prefirieron destinos en Asia y los viajes cortos a los de larga distancia. Aproximadamente el 15% de las llegadas de turistas internacionales a Australia, más de un cuarto de las llegadas a Tailandia y el Japón, casi la mitad de las llegadas a la República de Corea y dos tercios de las llegadas a Macao, China y Hong Kong, China correspondieron a viajeros procedentes de China. Sin embargo, en Hong Kong, China y Macao, China disminuyó el número de llegadas de viajeros procedentes de China, así como el promedio de los gastos correspondientes, lo que se tradujo en un descenso de las exportaciones de servicios de viajes en las dos economías. En 2016, correspondió a China el 21,8% de los pagos mundiales por concepto de viajes al extranjero. Si bien recientemente China revisó a la baja sus estadísticas de viajes, siguió ocupando el segundo lugar a nivel mundial, detrás de la Unión Europea, en cuanto a gastos por concepto de viajes.

Otras regiones también se beneficiaron del aumento del número de turistas extranjeros. En 2016, los ingresos por concepto de servicios de viajes de América del Sur y América Central registraron un incremento del 4%, al aumentar el número de viajeros de los Estados Unidos pese a la inquietud

generada por el brote del virus de Zika en varios países. En el Oriente Medio, las exportaciones de servicios de viajes aumentaron en un 3%, mientras que las de la Unión Europea se incrementaron un 1%, al estabilizarse las fluctuaciones de los tipos de cambio tras la volatilidad registrada en 2015.

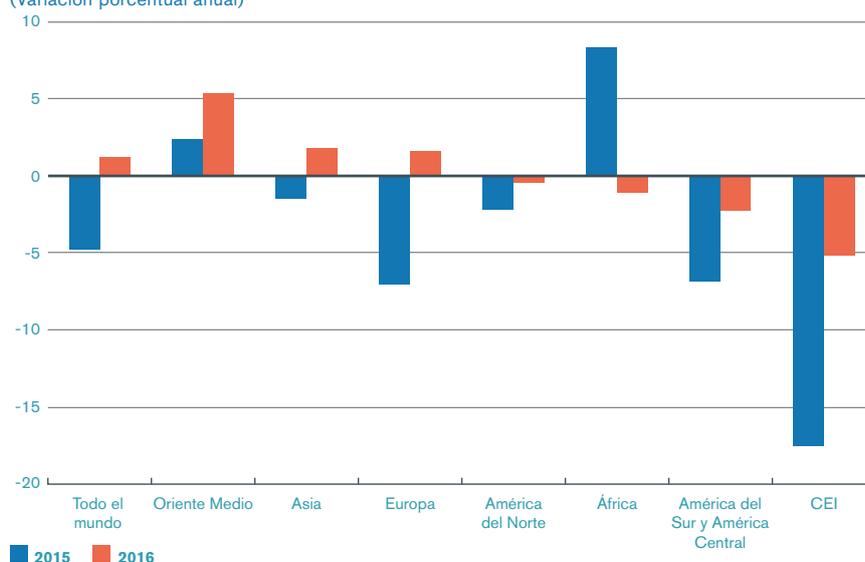
En África, en cambio, los ingresos por concepto de servicios de viajes se redujeron un 8%, al disminuir el número de llegadas de turistas internacionales, debido, en gran medida, a la fuerte disminución del número de turistas extranjeros en Egipto como consecuencia de atentados terroristas. Los ingresos de Egipto por concepto de viajes disminuyeron en más del 50%. En el África Subsahariana, en cambio, el crecimiento siguió siendo positivo. En 2016, las exportaciones de servicios de viajes representaron casi el 40% del total de las exportaciones de servicios comerciales de África.

La Organización Mundial del Turismo prevé que en 2017 el número de llegadas de turistas internacionales aumentará entre un 3% y un 4%.

### Los servicios de alta tecnología impulsan el crecimiento de “Otros servicios comerciales” en Asia y el Oriente Medio

Las exportaciones mundiales de “Otros servicios comerciales” (categoría que incluye los servicios financieros), tras disminuir un 5% en 2015, aumentaron un 1% en 2016, para alcanzar 2,584 billones de dólares EE.UU. (véase el gráfico 4.17). Sin embargo, los resultados en materia de exportación no fue la misma en todas las regiones. Mientras que en la Comunidad de Estados Independientes y en América del Sur y América Central las exportaciones siguieron disminuyendo considerablemente, en otras regiones el crecimiento fue positivo. En 2016, el

**Gráfico 4.17:** Exportaciones mundiales de “Otros servicios comerciales”, por regiones, 2016 (Variación porcentual anual)

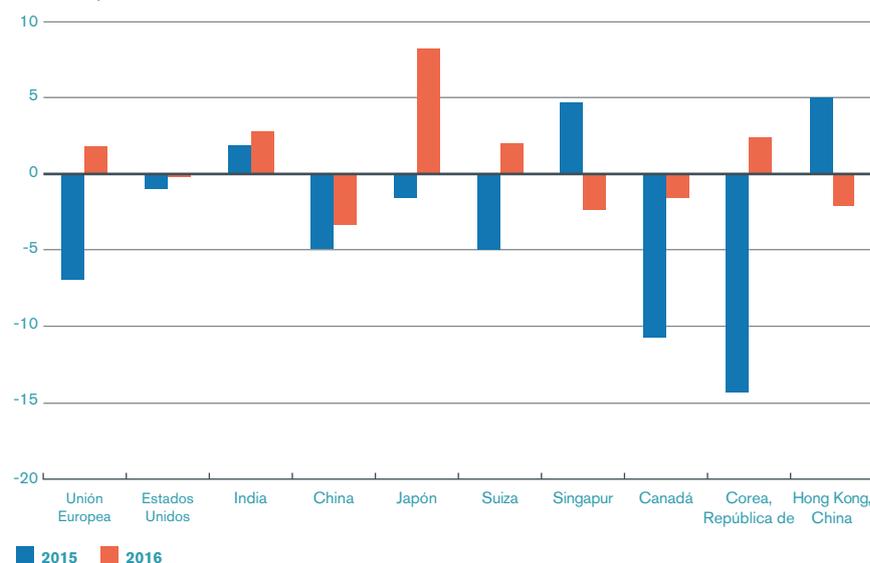


Nota: La categoría “Otros servicios comerciales” comprende: construcción, servicios de seguros y pensiones, servicios financieros, cargos por el uso de la propiedad intelectual no incluidos en otra parte, servicios de telecomunicaciones, informática e información, otros servicios empresariales, y servicios personales, culturales y recreativos.  
Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

Oriente Medio fue la región que registró el mayor crecimiento (+5%), debido al aumento de las exportaciones israelíes de servicios de informática y servicios de investigación y desarrollo.

Los servicios altamente especializados basados en el conocimiento contribuyeron al aumento de las exportaciones en Asia. Los ingresos en concepto de cargos por el uso de la propiedad intelectual, los servicios financieros, los servicios de investigación y desarrollo y los servicios técnicos y científicos dieron impulso a las exportaciones japonesas (véase el gráfico 4.18). En 2016, el Japón registró el crecimiento más rápido entre los principales exportadores de "Otros servicios comerciales". En otras de las principales economías de la región, como la India, las exportaciones de servicios de investigación y desarrollo aumentaron un 52%, mientras que en la República de Corea, los derechos de licencia para la utilización de los resultados de actividades de investigación y desarrollo aumentaron un 13%.

**Gráfico 4.18:**  
Principales exportadores de "Otros servicios comerciales", 2016  
(Variación porcentual anual)

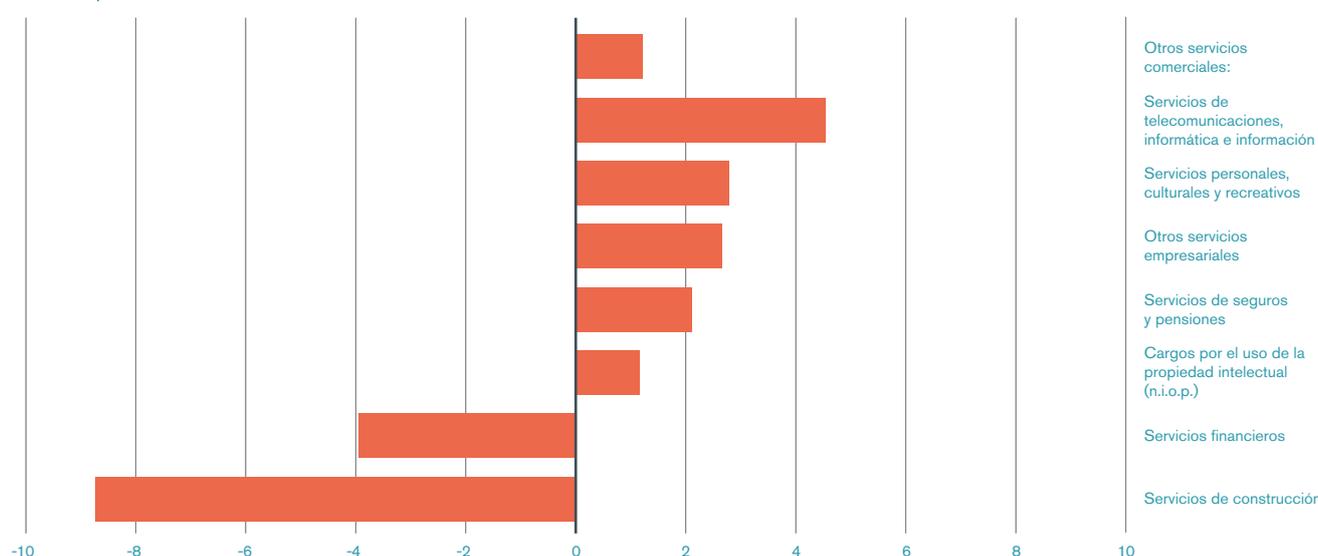


Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

En 2016, el sector de los servicios de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) fue el más dinámico de la categoría "Otros servicios comerciales" (véase el

gráfico 4.19); registró un crecimiento del 4%, y alcanzó 493.000 millones de dólares EE.UU., gracias a un incremento del 5% en la Unión Europea.

**Gráfico 4.19:**  
Exportaciones mundiales de "Otros servicios comerciales", por principales categorías, 2016  
(Variación porcentual anual)



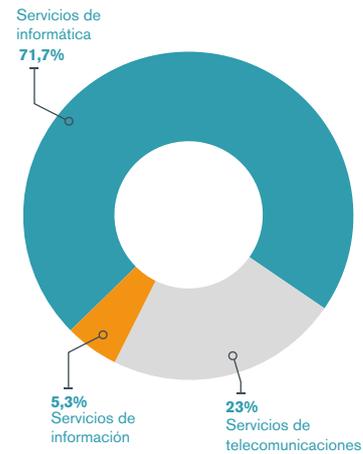
Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

Según estimaciones de la Secretaría de la OMC, en 2016 los servicios de informática (servicios relacionados con el equipo de computación y sus programas informáticos y servicios de procesamiento de datos) representaron aproximadamente el 72% (353.000 millones de dólares EE.UU.) de las exportaciones de servicios de TIC (véase el gráfico 4.20). También se estima que los servicios de telecomunicaciones (incluidos los servicios de telecomunicaciones móviles, los servicios de redes primarias de Internet y el suministro de acceso a Internet) representaron el 23% de las exportaciones de servicios de TIC. Los servicios de información (incluidos los servicios de bases de datos, como los de concepción, almacenamiento y

divulgación; y los servicios de agencias de noticias) representaron apenas el 5% del total de las exportaciones de servicios de TIC.

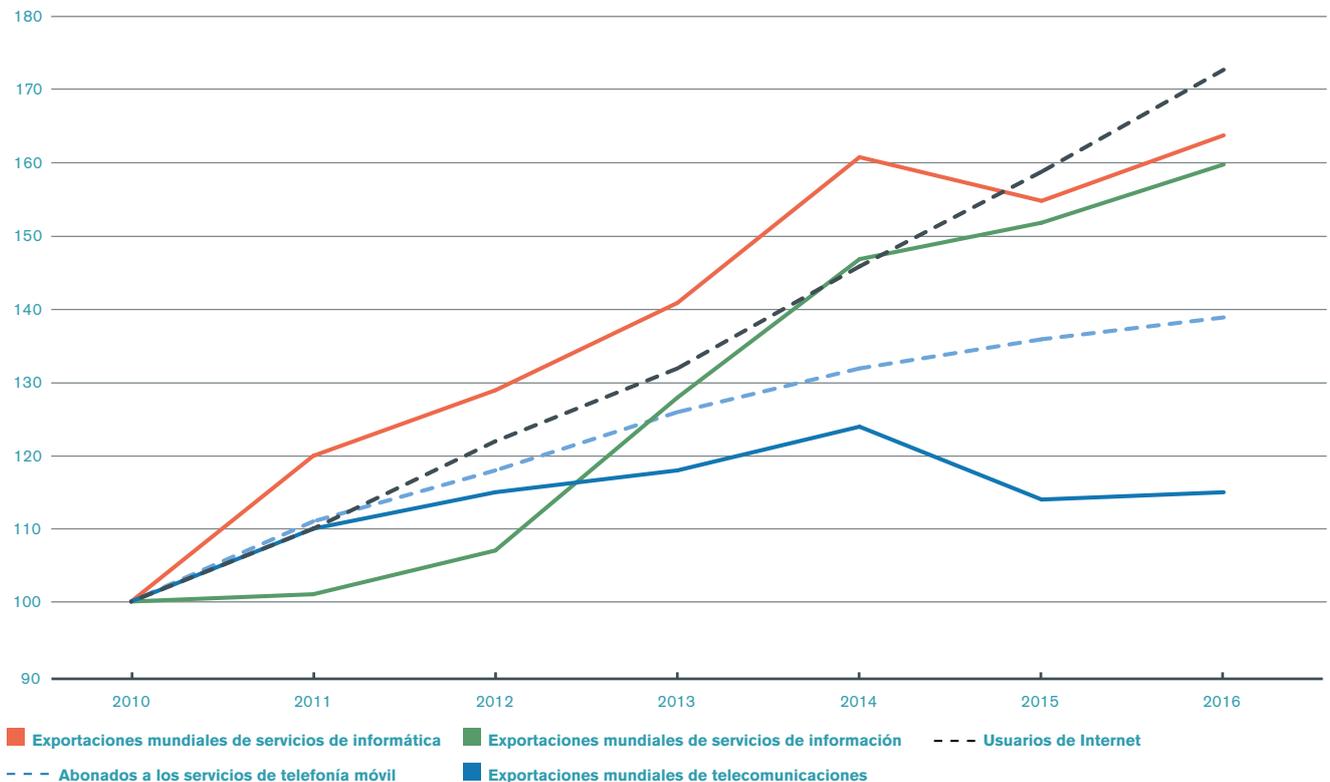
En años recientes, los notables progresos tecnológicos y el aumento de la conectividad han fomentado el desarrollo de los servicios de TIC. El número de abonados a los servicios de telefonía móvil ha aumentado con rapidez, y prácticamente todos los habitantes del mundo están abonados a esos servicios (99,7 de cada 100 habitantes en 2016). El número de usuarios de Internet ha seguido aumentando, mientras que los precios de los servicios de telecomunicaciones, en particular los de banda ancha móvil, han seguido bajando. Los adelantos

**Gráfico 4.20:** Exportaciones mundiales de servicios de telecomunicaciones, informática e información, 2016 (Porcentaje)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

**Gráfico 4.21:** Exportaciones mundiales de servicios de TIC, usuarios de Internet y abonados a la telefonía móvil (Índice 2010=100)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el UIT, y CCI.

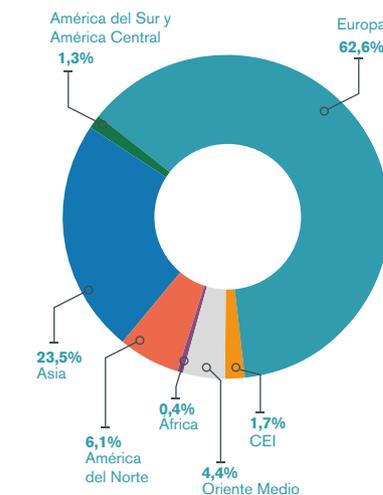
tecnológicos han dado lugar a un aumento de las exportaciones mundiales de servicios de TIC, en particular los servicios de informática y los servicios de información (véase el gráfico 4.21).

**La brecha digital es un obstáculo a la participación de África en las exportaciones de servicios de TIC**

En 2016, las exportaciones mundiales de servicios de informática siguieron estando muy concentradas en determinadas regiones. El 62,6% de las exportaciones mundiales de esos servicios correspondió a Europa (principalmente la Unión Europea), seguida de Asia, con el 23,5%. Menos del 1% de las exportaciones mundiales de servicios de informática procedieron de África (véase el gráfico 4.22).

La falta de infraestructura adecuada, las bajas tasas de acceso a Internet y una conectividad deficiente, así como la falta de conocimientos tecnológicos han constituido un obstáculo a la participación de las economías africanas en el sector más dinámico del comercio de servicios (véase el gráfico 4.23). Sigue existiendo una brecha digital entre las regiones desarrolladas y en desarrollo en lo que respecta al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones y su uso. En consecuencia, los países en desarrollo se han visto marginados en el comercio mundial de servicios, lo que no les permite acceder plenamente a las nuevas modalidades de dicho comercio, como el comercio electrónico y la participación en las cadenas de valor mundiales.

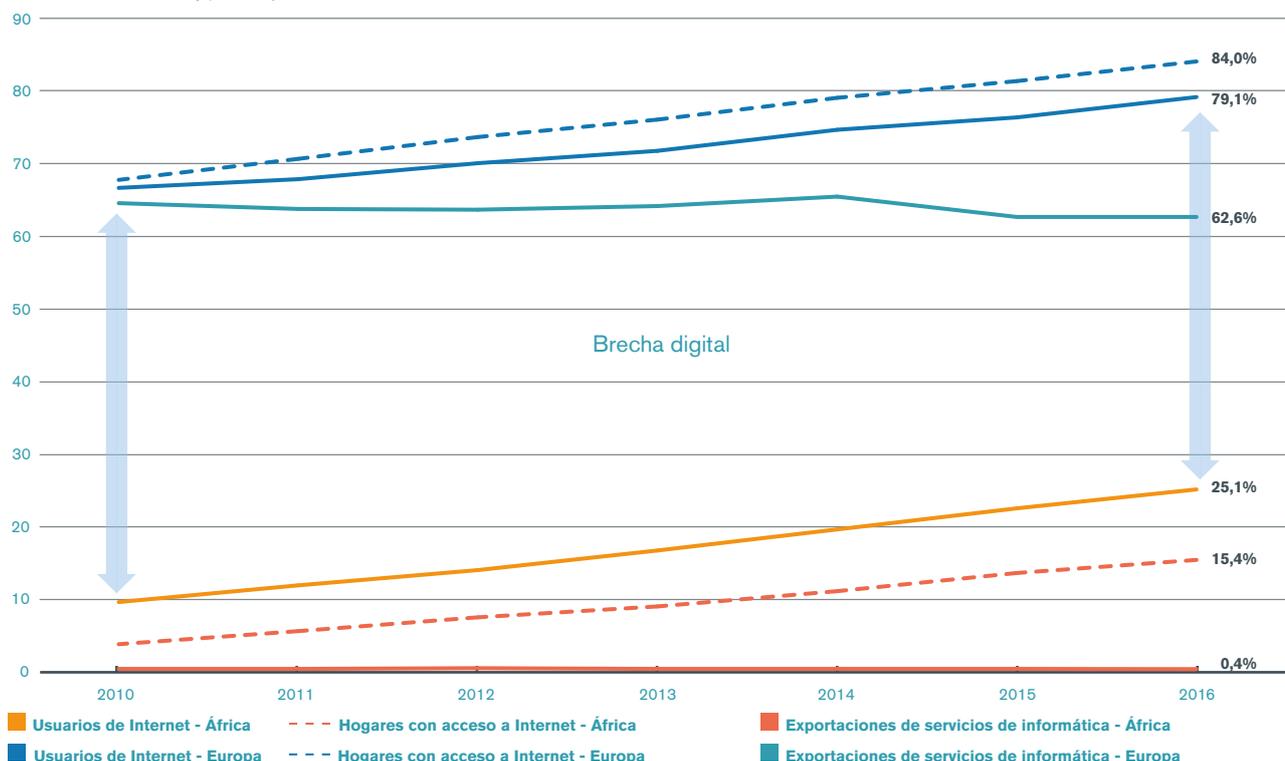
**Gráfico 4.22:** Exportaciones mundiales de servicios de informática, por regiones, 2016 (Porcentaje)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el CCI.

**Gráfico 4.23:**

Hogares con acceso a Internet, usuarios de Internet y participación de África y Europa en las exportaciones mundiales de servicios de informática, 2010-2016 (Por cada 100 habitantes y porcentaje)



Fuente: Estimaciones de la OMC, la UNCTAD y el UIT, y CCI.

# El comercio en términos de valor añadido

## ¿Cuál es el origen del “valor añadido” en las cadenas de suministro agroindustriales?

Las cadenas de valor mundiales han contribuido a la fragmentación internacional de la producción, especialmente en el sector manufacturero, en el que los países y las industrias se especializan en determinadas tareas y en la producción de insumos para un producto final. El sector agroalimentario brinda a las economías en desarrollo posibilidades para su incorporación a las cadenas de valor mundiales a través de la producción y el intercambio de productos agropecuarios. Las cadenas de producción agroalimentarias permiten a las pequeñas y medianas empresas (pymes) conectarse con las pequeñas explotaciones agrícolas, que constituyen la base de las redes comerciales en las economías emergentes, y facilitan así su acceso a los mercados internacionales.

La base de datos de la OCDE y la OMC sobre el comercio en valor añadido (TiVA) da indicaciones sobre el origen del valor añadido de las exportaciones brutas y sobre las corrientes comerciales que tienen lugar dentro de las cadenas de valor mundiales. Los datos incluidos en la base de datos TiVA están basados en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que abarca todos los sectores de la economía, incluidos los productos primarios, los productos manufacturados y los servicios. Según la definición de la CIIU, la agroindustria comprende principalmente la producción, la elaboración y la conservación de productos alimenticios y bebidas, y productos de tabaco.

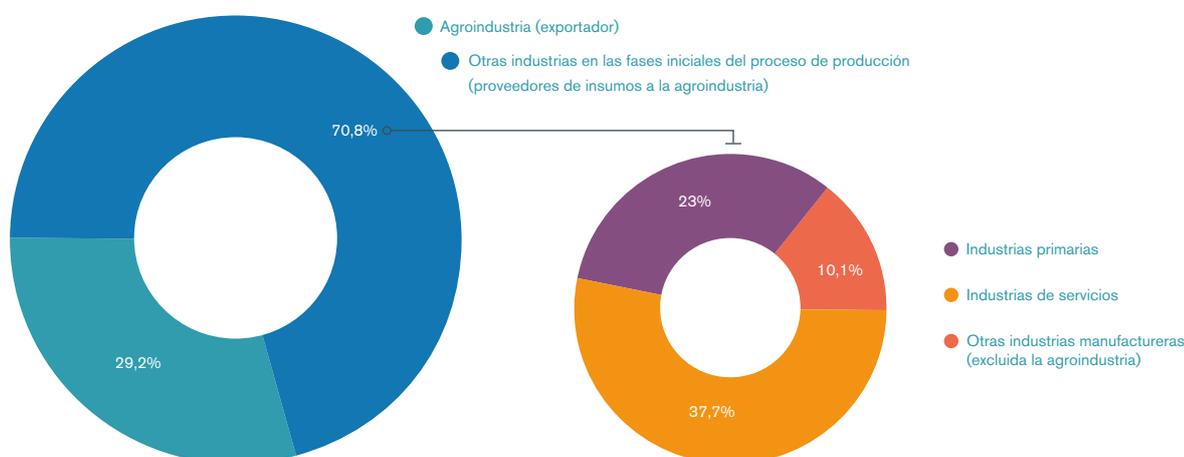
Según estimaciones obtenidas de la base de datos TiVA, alrededor del 70% del valor añadido de las exportaciones de productos agroindustriales en 2011 provenía de industrias que suministraban a las empresas

agropecuarias los insumos necesarios para la fabricación de los productos que exportaban (véase el gráfico 4.24). Los productos intermedios de las industrias primarias (principalmente insumos agrícolas) representaron el 23% del valor total añadido de las exportaciones del sector. Los insumos provenientes de otras industrias manufactureras, como las de abonos, plaguicidas, herramientas y maquinaria agrícola, representaron el 10% del total.

Además, la parte correspondiente a los servicios en el valor añadido global de las exportaciones de productos agroindustriales fue muy importante: el 38% del valor añadido total en 2011, porcentaje muy superior al del valor añadido por el sector agroalimentario (29%). La creciente “servicificación” de la agroindustria se debe a que los servicios permiten a las distintas unidades de producción de la cadena de valor estar conectadas entre sí.

Gráfico 4.24:

Exportaciones mundiales de productos agroindustriales - origen sectorial del valor añadido, 2011  
(Parte porcentual correspondiente a la agroindustria en el total de las exportaciones brutas)



Fuente: Base de datos TiVA de la OCDE y la OMC.

**Cuadro 4.1:****Origen geográfico del valor añadido de las exportaciones de productos agroindustriales, determinadas regiones y economías, 2011**

(Parte porcentual de las exportaciones totales de las economías)

Exportador	Origen del valor añadido de las exportaciones									Total
	UE-28	América del Sur	Asia Sudoriental	Estados Unidos	Canadá	México	Japón	China	Otros	
UE-28	86	1	1	3	0	0	0	1	7	100
América del Sur	2	91	1	2	0	0	0	1	3	100
Asia Sudoriental	3	1	82	2	0	0	2	2	8	100
Estados Unidos	3	1	1	86	2	1	1	1	4	100
Canadá	2	1	1	10	79	1	0	1	4	100
México	1	0	1	10	1	83	0	1	2	100
Japón	1	1	2	2	1	0	87	1	4	100
China	3	3	5	4	1	0	1	75	8	100

**Origen intrarregional o nacional del valor añadido de las exportaciones de productos agroindustriales**

Fuente: Base de datos TIVA de la OCDE y la OMC.

Nota: América del Sur incluye la Argentina, el Brasil, Colombia, Costa Rica y el Perú. Asia Sudoriental incluye Brunei, Camboya, Filipinas, Hong Kong, China, Indonesia, República de Corea, Malasia, Singapur, Tailandia y Taipei Chino.

La medición del comercio en términos de valor añadido pone de relieve la importancia de los servicios de logística en las cadenas de suministro de productos alimenticios. Esto es especialmente cierto en el caso de las cadenas de suministro de productos perecederos, que dependen en grado sumo de la existencia de sistemas de logística eficientes y de conexiones fiables a las cadenas de valor mundiales. Se estima que, en 2011, la parte correspondiente a los servicios de transporte y distribución (incluido el comercio al por mayor y al por menor) en las exportaciones mundiales de productos agroindustriales fue del 18,5% mientras que la correspondiente a la investigación y el desarrollo y otros servicios empresariales fue, en total, del 7,5%.

Del cuadro 4.1 se desprende que las cadenas de valor agroindustriales están organizadas principalmente a

nivel regional. En 2011, la parte del valor añadido intrarregional de las exportaciones totales de la Unión Europea, América del Sur y América Central y Asia Sudoriental fue de cerca del 90% o más.

Los Estados Unidos y la Unión Europea son los principales proveedores de las cadenas de valor mundiales en el sector agroindustrial. Eso puede deberse, en parte, al predominio de las empresas multinacionales europeas y estadounidenses en el sector, así como a la intensidad de los intercambios en sus redes de filiales operativas. Los Estados Unidos destinan buena parte de sus exportaciones de productos agroindustriales a sus asociados regionales; en 2011, la parte de valor añadido por los Estados Unidos en las exportaciones canadienses y mexicanas de productos agroindustriales fue del 11% y el 10%, respectivamente.

China tiende a ser un importador más que un proveedor de insumos en las cadenas de valor mundiales del sector agroindustrial. En 2011, los insumos importados por China representaron el 25% del valor añadido de sus exportaciones de productos agroindustriales. Más del 5% del valor añadido de las exportaciones chinas de productos agroindustriales correspondió únicamente a Asia Sudoriental. Los productos alimenticios y la agroindustria están adquiriendo creciente importancia en las economías del Asia sudoriental. Por ejemplo, Malasia, Tailandia e Indonesia se cuentan entre los principales exportadores de productos alimenticios del mundo, y producen y exportan a sus asociados en las cadenas de valor mundiales, para su ulterior elaboración, productos agrícolas semielaborados, como el aceite de palma.

# Dificultades para medir el comercio digital

Según un informe sobre la economía digital encargado por el Gobierno británico en marzo de 2016, en los 10 años anteriores el producto interno bruto (PIB) del Reino Unido habría registrado, en promedio, un crecimiento de 0,4 a 0,7 puntos porcentuales más, si se hubieran tenido en cuenta plenamente los beneficios de la economía digital.<sup>5</sup>

Los nuevos modelos empresariales y los adelantos tecnológicos han ayudado a crear nuevas formas de lograr una mayor eficiencia y reducir el costo del comercio de mercancías y servicios. El desafío consiste en hallar la manera de captar el componente digital en la medición de la actividad nacional y transfronteriza.

Algunos términos, como “tecnología de la información y las comunicaciones (TIC)”, “comercio electrónico”, “comercio digital” y “economía digital” se utilizan a menudo de manera intercambiable porque el alcance de estos conceptos no está claramente definido. Sin embargo, para poder cuantificar la repercusión de cada uno de ellos, es importante definir su alcance.

Además, los gobiernos consideran que esos adelantos tecnológicos -o “digitalización”- permiten incrementar su participación en el comercio internacional. En general se estima que la digitalización es un medio de ayudar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) a participar en mayor medida en los intercambios comerciales y de facilitar la participación de las mujeres en el comercio. Cuando se examinan las perspectivas comerciales y de crecimiento económico, a menudo se hace referencia a la digitalización, que ocupa un lugar central en los debates sobre la automatización y la medida en que la robotización -o la inteligencia artificial- influirá en el empleo en el futuro. Se necesitan, pues, estadísticas que

permitan medir e interpretar la repercusión de la digitalización. Actualmente las cuentas nacionales proporcionan información sobre la estructura y el tamaño de la economía en términos de valor añadido, mientras que las estadísticas del comercio internacional de mercancías y servicios miden las corrientes comerciales en valores brutos. Además, en las tablas de suministro/uso globales se vincula la producción con el comercio para medir las corrientes comerciales internacionales en términos de valor añadido.

Sin embargo, la nueva tecnología que permite el comercio electrónico o, de manera más general, el comercio digital repercute en la producción, el comercio interno y el comercio internacional. El desafío que se plantea a la comunidad estadística internacional es encontrar la forma de reflejar esas transacciones en las estadísticas de comercio internacional y, ulteriormente, en los agregados macroeconómicos. Por ejemplo, ¿cuál es la línea divisoria entre mercancías y servicios en los productos digitalizados? ¿Cabe aplicar las disposiciones del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) o las del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)? ¿Cómo deben clasificarse en un contexto estadístico?

La tecnología en forma de acceso a Internet añade complejidad a la medición del comercio internacional. El comercio digital proporciona a las pymes acceso a mercados distantes y les permite comprar productos punteros. También ayuda a reducir el costo del comercio al incrementar la eficiencia de las cadenas de valor mundiales.

Se están llevando a cabo en forma paralela varias iniciativas encaminadas a mejorar las estadísticas del comercio

digital. Sin embargo, por el momento esas iniciativas guardan relación principalmente con la conceptualización de los distintos aspectos de ese comercio.

Si bien el concepto de comercio digital solo ha pasado a ser una cuestión primordial para la comunidad estadística en fecha reciente, ya se están llevando a cabo varias actividades en esa esfera. El Grupo de Tareas Interinstitucional sobre Estadísticas del Comercio Internacional se encargará de coordinar esas actividades para evitar la duplicación de esfuerzos y velar por que se adopte un enfoque común en el marco más amplio de la contabilidad económica. Entre las iniciativas dignas de mención que están en marcha actualmente figuran la colaboración entre la OCDE y el Fondo Monetario Internacional destinada a medir mejor la digitalización en el marco de las mediciones del PIB y la productividad, así como la labor que desarrollan la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Unión Postal Universal, la OCDE y la OMC para medir las transacciones comerciales electrónicas transfronterizas. Otras iniciativas que desarrollará el Grupo de Tareas Interinstitucional incluyen la utilización de una definición de los servicios basados en la tecnología de la información y las comunicaciones, elaborada por la UNCTAD para obtener datos sobre el valor de los servicios suministrados electrónicamente a través de las fronteras.<sup>6</sup>

El Grupo de Tareas Interinstitucional sobre Estadísticas del Comercio Internacional, presidido por la OCDE y la OMC y que rinde informe a la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, se ha puesto a la cabeza de los esfuerzos encaminados a hallar la forma de responder al desafío que plantea la medición del comercio digital.

<sup>5</sup> “UK richer and growing faster than official figures suggest”, *The Financial Times*, 11 de marzo de 2016.

<sup>6</sup> En marzo de 2016, la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas hizo suya una definición de los servicios basados en la tecnología de la información y las comunicaciones, elaborada por la UNCTAD en colaboración con otras organizaciones internacionales.