

**COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS
Y AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**

**International Trade in Services
and Latin America and The Caribbean**

Olga Stolik Lipszyc

Centro de Investigaciones de la Economía Internacional. UH

<https://orcid.org/0000-0002-9000-7091>

stolik@ciei.uh.cu

.....
Recibido: Marzo 2023

Aceptado: Marzo 2023
.....

Resumen

2022 mostró la recuperación de los servicios a nivel internacional y en América Latina y el Caribe, ganando en importancia y dinamismo en la economía mundial y de la región. El impacto y recuperación de la Covid-19 en el sector no fue igual por categorías ni por regiones, siendo en América Latina donde más creció, aunque no es la región que más destaca en la exportación de servicios. No obstante, muestra interesantes tendencias. Aumentan los suministros transfronterizos gracias al desarrollo de la tecnología, creando nuevas oportunidades. Se demanda mayor rapidez en la adopción de políticas comerciales. El objetivo de este trabajo es sintetizar el comportamiento del comercio internacional de servicios y en América Latina y el Caribe, determinar las tendencias y perspectivas. Además, analizar las políticas comerciales de servicios y actualizar la situación de las negociaciones. Los resultados demuestran la capacidad de adaptación y recuperación de los servicios frente a las crisis y son una oportunidad para la región.

Palabras Clave: Comercio internacional, Servicios, América Latina, Caribe

Abstract

2022 showed the recovery of services at the international level and in Latin America and the Caribbean, gaining in importance and dynamism in the world economy and in the region. The impact and recovery of Covid-19 on the sector was not equal by category or by region. Latin America and the Caribbean was the region with the highest growth, although it is not leading region in the export of services. Nevertheless, it shows interesting trends. Cross-border supplies are increasing thanks to the development of technology, creating new opportunities. There is a demand for faster adoption of trade policies. The purpose of this paper is to summarize the behavior of international trade in services in Latin America and the Caribbean and to determine trends and prospects. It also analyzes services trade policies and updates the status of negotiations. The results demonstrate the adaptability and resilience of services in the face of crises and are an opportunity for the region.

Key Words: International Trade, Services, Latin America, Caribbean

CÓDIGOS JEL: F01, F10, F13, F17, F19, N76

Introducción

En el 2022 el sector de los servicios se reafirma como la columna vertebral de la economía mundial y el componente más dinámico del comercio internacional. En América Latina y el Caribe también tienen un especial lugar, desde las comunicaciones hasta el transporte, las finanzas, la educación, la salud, el turismo y los servicios relacionados con el medio ambiente (OMC, 2021c), principalmente los teleservicios. Los avances tecnológicos han facilitado el suministro transfronterizo de dichos servicios, abriendo así nuevas oportunidades a las economías y las mipymes nacionales.

Continúa el auge del comercio de servicios, además se incrementan los servicios que sirven como insumos esenciales para la producción de bienes. En términos de valor añadido, los servicios representan alrededor del 50% del comercio mundial. (OMC, 2021c).

Si se compara el comercio internacional de servicios con el de bienes, se aprecia mucha mayor estabilidad y mejor reacción a las crisis, donde solo durante la pandemia de Covid-19, los servicios fueron más afectados principalmente los viajes y el transporte de mercancías.

Por estas razones, se realiza un breve análisis del comportamiento del comercio internacional de servicios, en el 2021 y 2022, en particular en

América Latina y el Caribe, que permiten determinar las tendencias y las perspectivas en el corto plazo.

Las políticas comerciales de servicios, son un importante factor determinante de la inversión extranjera directa, la participación en las CGV, la productividad y las exportaciones de productos manufacturados. Aunque no es precisamente la región de América Latina y el Caribe la que más ha avanzado en las negociaciones, si se plantea derroteros interesantes.

El objetivo de este trabajo es sintetizar las tendencias internacionales del comercio de servicios en el mundo y la región, las políticas comerciales asociadas y en qué estado se encuentran las negociaciones en el marco de la OMC.

Comercio internacional de servicios y América Latina y el Caribe

Durante el 2021 y 2022 el comercio internacional de servicios continuó su desarrollo, reafirmando sus tendencias en congruencia a las transformaciones recientes, derivadas de la pandemia de Covid-19 y la guerra en Ucrania, y el auge de la economía digital.

Las exportaciones internacionales de servicios aumentaron un 17% en el 2021. El elevado crecimiento confirma la sólida recuperación tras el desplome relacionado con la pandemia de Covid-19 en el 2020. Aun así, las exportaciones internacionales fueron superiores en el 2019, a los 6,1 billones de USD alcanzados en 2021. Las exportaciones de transporte aumentaron 35%, con especial fuerza durante 2021, impulsadas por la renovación de la demanda y el aumento de los costes de transporte. Los viajes internacionales tuvieron dificultades para recuperarse, por algunas medidas de restricciones todavía, manteniéndose sólo en el 42% de su valor del 2019 (UNCTAD, 2022a).

A nivel regional, América Latina y el Caribe registraron el mayor crecimiento anual de las exportaciones de servicios (25%), seguida de África (21%) y Asia y Oceanía (20%). Las importaciones también aumentaron más rápidamente en América Latina y el Caribe (22%) que en las demás regiones comparadas. En 2021 la mayoría de las regiones registraron tasas de crecimiento por encima de la media, tras los importantes descensos registrados durante la pandemia de Covid-19 (UNCTAD, 2022a).

Los viajes, que antes eran la categoría de servicios más comercializada, sólo ocuparon el quinto lugar en el 2021 (615 mil millones de USD), mostrando recuperación, pero sin alcanzar los niveles antes de la pandemia. Los servicios empresariales diversos ocuparon el primer lugar, representando más de una cuarta parte del total de servicios vendidos internacionalmente (1.596 mil millones de USD), lo que confirma la importancia creciente de los servicios

basados en conocimientos. El transporte ocupó el segundo lugar (1.158 mil millones de USD), seguido de los servicios de telecomunicaciones, informática e información (896 mil millones de USD), los cuales ganan más espacio cada día (UNCTAD, 2022a).

Las exportaciones de servicios en Europa y América del Norte estuvieron aún más dominadas por los servicios empresariales, financieros, de seguros y relacionados con la propiedad intelectual que en los años anteriores a la pandemia. Las ventas de servicios de telecomunicaciones e informáticos también siguieron teniendo un fuerte peso en el 2021 (UNCTAD, 2022a).

Con el aumento de los costes de transporte, la participación del transporte en el total de las exportaciones de servicios de Asia y Oceanía pasó del 19% en el 2019 al 26% en el 2021 (51% de crecimiento anual) (UNCTAD, 2022a).

En comparación con el año 2019, las exportaciones mundiales de transporte aumentaron un 11% en el 2021. Las regiones que más se beneficiaron de esta tendencia fueron Asia -sobre todo Asia oriental, sudoriental y occidental- y Europa. Mientras que en Asia las exportaciones de transporte de pasajeros se mantuvieron en niveles pandémicos en el 2021, en Europa aumentaron un 37% en comparación con el 2020, alcanzando así la mitad del valor del 2019. Sin embargo, las exportaciones de carga se dispararon, siendo globalmente un 45% más altas en el 2021 que en el 2019 (UNCTAD, 2022a).

Debido a que las exportaciones de mercancías fueron un 77% más altas en Asia oriental y sudoriental en el 2021 en comparación con el 2019 (256 mil millones de USD en 2021), y un 31% en Europa (376 mil millones de USD en 2021) se refleja en el aumento de los fletes. Los servicios auxiliares de transporte ("otros transportes") también registraron un aumento sustancial en el 2021: un 11% a nivel mundial, en comparación con el 2019. Se estima que aumentaron un 44% en Asia oriental y sudoriental, y un 6% en Europa (UNCTAD, 2022a).

Detrás del transporte, los servicios de telecomunicaciones e informáticos registraron el mayor crecimiento entre las principales categorías de servicios en el 2021, siendo de los pocos rubros que subieron también durante la pandemia, debido a la necesidad impuesta por las medidas de confinamiento. Todas las regiones se beneficiaron de esta tendencia en 2021. África y América Latina y el Caribe alcanzaron un crecimiento superior a las demás regiones en esa categoría de servicios, que sustenta la conectividad moderna entre empresas y entre empresas y clientes, así como el comercio digital (comercio electrónico) (UNCTAD, 2022a).

En el año 2022 el comercio internacional de servicios siguió recuperándose de los efectos de la pandemia de Covid-19, registrando un aumento interanual del 19% en el primer trimestre y del 17% en el segundo trimestre. El sector de los

viajes había sido el más afectado por la pandemia, y su repunte volvió a ser el más fuerte en el primer semestre del 2022 con un crecimiento del 94,3%, mucho más impresionante en el segundo trimestre de este año (+115,5%, interanual). Las exportaciones de servicios de transporte también mantuvieron una fuerte tendencia al alza, con un aumento del 38,1% y del 34% interanual en el primer y segundo trimestre respectivamente, lo que refleja tanto la recuperación del transporte internacional, como el aumento de los costes unitarios. Otros servicios, muchos de los cuales pueden comercializarse a distancia, han mostrado una mayor resistencia a los cierres relacionados con la pandemia. Su crecimiento relativamente lento se debe en gran medida a que hubo que recuperar menos terreno, pues fueron los que incluso crecieron (UNCTAD, 2022b).

En el segundo trimestre del 2022, las exportaciones internacionales de servicios crecieron un 3,7% respecto al trimestre anterior. Los viajes aumentaron un 13%, siendo la categoría de servicios que más creció, seguido de los servicios de transporte que aumentaron un 5,3%. Sin embargo, la categoría otros servicios apenas creció un 0,1% (UNCTAD, 2022b).

Por regiones, el primer trimestre experimentó crecimiento en todas las regiones, el segundo trimestre registró un sólido crecimiento interanual en todas partes también, con la mayor expansión relativa en América Latina y el Caribe: 41% en las exportaciones y 43% en las importaciones. Dicho crecimiento sostenible de las exportaciones se refleja en un incremento del 5% en el primer trimestre y del 19,2 en el segundo trimestre, lo que augura un repunte continuo para este año 2022 (UNCTAD, 2022b).

Es significativo que en América del Norte, por segundo trimestre consecutivo, las importaciones registraron un crecimiento aproximadamente dos veces superior al de las exportaciones: 29% frente al 16% (UNCTAD, 2022b).

En todas las regiones, el principal motor del aumento de las exportaciones de servicios fue la recuperación de los ingresos por viajes. Éstos aumentaron un 145% en Europa, un 121% en América del Norte y aproximadamente un 75% en América Latina y el Caribe, así como en Asia y Oceanía. Las exportaciones de transporte aumentaron del 30 al 40% en todas las regiones. Los otros servicios mostraron un aumento especialmente fuerte en América Latina y el Caribe (21%). En el segundo trimestre de 2022, las economías europeas registraron un descenso del 2% en las exportaciones de servicios distintos del transporte y los viajes (UNCTAD, 2022b).

Con relación a las exportaciones de servicios por países, Estados Unidos de América sigue siendo el líder mundial con 795 mil millones de USD al cierre del 2021 y 224 mil millones de USD en el 2022, lo que representa un crecimiento del 16,2% con relación al 2021 y siendo el doble de las exportaciones de

servicios de su seguidor Reino Unido (112 mil millones de USD). Completan la lista de los 10 principales exportadores de servicios en el 2022: China, Alemania, Irlanda, Francia, India, Países Bajos, Singapur y España, que sustituye a Japón, décimo lugar en el 2021 en dicha selecta lista (UNCTAD, 2022b). Hay que destacar que persiste la alta concentración de las exportaciones de servicios, estos 10 países concentran el 58% del total de exportaciones internacionales (UNCTAD, 2022b).

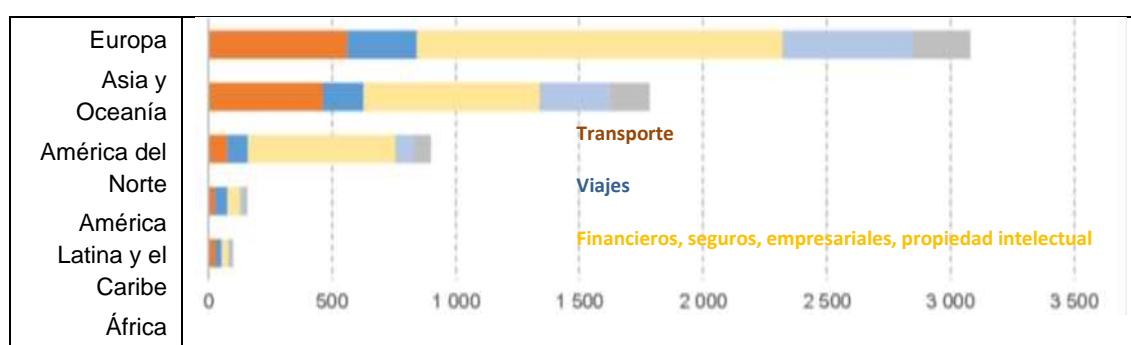
En la lista de los primeros 10 países en vías de desarrollo que más exportan servicios internacionales, solo logran incluirse por América Latina y el Caribe, Brasil (33 mil millones de USD en 2021 y 10 mil millones de USD en 2022) y México (27 mil millones de USD en 2021 y 9 mil millones de USD en 2022) (UNCTAD, 2022b).

En el análisis anterior, la región es la que mayores ritmos de crecimiento experimenta en el comercio internacional de servicios, pero no es así en valores absolutos, lo que demuestra dos elementos de análisis: la pequeña participación de la región en el comercio internacional de servicios y la drástica caída de los servicios durante la pandemia en el 2022.

En el año 2021, América Latina y el Caribe ocupó la cuarta posición en el volumen de exportaciones de servicios, con gran diferencia, detrás de Europa (supera los 3 billones de USD), Asia y Oceanía, América del Norte (cerca de los 2 billones de USD) y América Latina y el Caribe que no alcanza los 200 mil millones de USD (UNCTAD, 2022a).

Gráfico 1. Exportación de servicios por región y categorías de servicios. 2021

(Miles de millones de USD)



Fuente: (UNCTAD, 2022a)

Dicha cuota de participación de América Latina y el Caribe en el total del comercio internacional de servicios, es mayor en las importaciones que en las exportaciones, lo que destaca la región como importadora, lo que se traduce en un déficit en la balanza comercial de servicios,

La balanza de servicios de América Latina alcanzó un déficit del 1% del PIB en el 2021 y para el 2022 se proyecta que el déficit aumente 1 décima, llegando a 1,1% del PIB al término del año (CEPAL, 2022b).

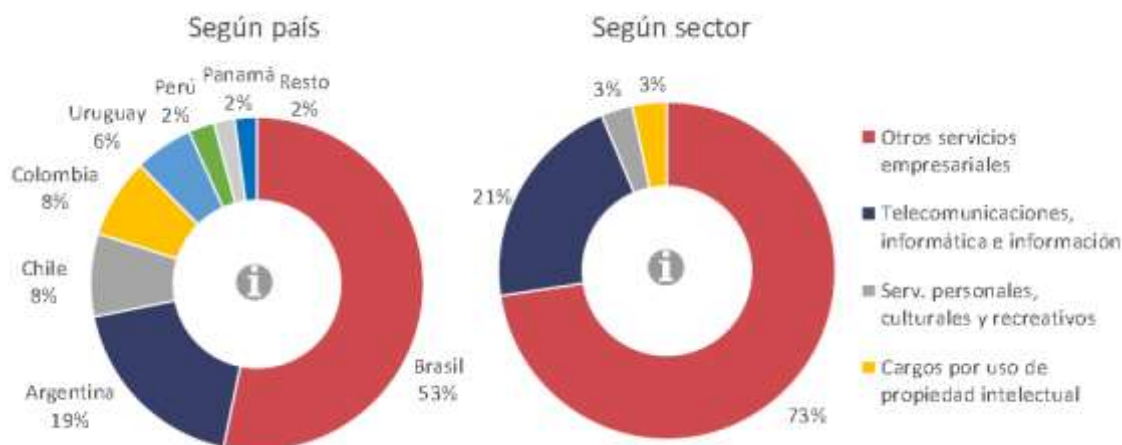
Se espera que, después de crecer un 23% en 2021, las importaciones de servicios aumenten un 21% en el 2022, en consonancia con el crecimiento proyectado de las importaciones de bienes y, por extensión, de la importación de servicios de transporte y otros servicios asociados (CEPAL, 2022b).

Por otra parte, para las exportaciones de servicios se proyecta una tasa de crecimiento del 25% en el 2022. Dentro de estas, es interesante observar en particular lo que está sucediendo con el turismo, que ya en 2021 mostró una recuperación, después del colapso de 2020 a consecuencia de la pandemia de Covid-19. Si bien aún no están disponibles todos los datos de ingresos monetarios por turismo internacional en los países de la región, existen datos sobre llegadas de turistas internacionales. Estos muestran que en el primer trimestre de 2022 las distintas subregiones vieron ingresar un número mucho mayor de turistas que en el mismo período del año pasado. En el caso de América del Sur el aumento es del 278%, en Centroamérica del 183% y en el Caribe del 113% (OMT, 2022).

Cabe destacar, sin embargo, que a pesar de esta notoria recuperación del número de turistas que están ingresando a la región, las llegadas aún se mantienen muy por debajo de los niveles registrados en el 2019, antes de la pandemia, por ende, existe aún un amplio margen de mejora en esta cuenta. En América del Sur, las llegadas de turistas fueron 70% menores en el primer trimestre del 2022 que en el primer trimestre del 2019. En Centroamérica fueron un 34% menores y en el Caribe un 26% menores (CEPAL, 2022b).

Los principales países exportadores de servicios de la región son Brasil, México, Argentina, Panamá, Cuba, Costa Rica, República Dominicana, Colombia, Chile y Uruguay (Mulder, 2022), (ALADI, 2022).

Gráfico 2. Composición de las exportaciones de SBC de países seleccionados de la ALADI. 2021



Fuente: Conferencia Exportación de servicios basados en el conocimiento. Módulo I. Introducción a los servicios basados en el conocimiento (SBC), Romina Gayá, 2022. ALADI; con datos de la de ALADI (Gayá, 2022)

Como se aprecia, a pesar de las diferencias estadísticas, son los teleservicios los que más crecen y dentro de ellos los servicios basados en el conocimiento juegan un papel importante para el desarrollo de las exportaciones, generando muchas oportunidades para América Latina y el Caribe. Brasil es el líder exportador de servicios en la región (Stolik, 2022a).

La globalización digital ha transformado muchos aspectos y convive con la economía tradicional. Aunque no se desarrolla por igual en todos los países y sectores, es un hecho su presencia y su rápido crecimiento y expansión. Es en este sentido, que la conceptualización de la economía digital no es estática, se adapta con la misma velocidad con que crecen, se imponen y se generalizan las diferentes tecnologías que conforman la economía digital.

La economía digital y las tecnologías de la información han dado a los países acceso a mercados que antes se consideraban inalcanzables. Se han ampliado las opciones de los consumidores a medida que el comercio electrónico se ha desarrollado, tanto a nivel local como internacional.

Uno de los principales retos a los que se enfrenta la economía digital es la brecha digital entre los países desarrollados y los países en desarrollo. Esta brecha sigue siendo amplia en cuanto al acceso a los servicios de banda ancha y a las plataformas de comercio electrónico, la calidad de las infraestructuras y el marco jurídico. Por lo tanto, lo que hay que tener en cuenta son los programas de desarrollo de capacidades que pueden apoyar una difusión más equilibrada de la adopción en todo el mundo (WCO WTO, 2022).

Los principales avances en la economía digital se observan en Europa, EE.UU. y Japón, y un gran despliegue tecnológico en países del Sudeste Asiático.

En el 2005 se lanza la Agenda Digital Regional para América Latina y el Caribe (eLAC) con el objetivo de impulsar la transformación digital en la región.

Sin embargo, el pleno aprovechamiento de las oportunidades ofrecidas por las TIC se vio limitado por el escenario de exclusión digital que aún persiste en la región. La evidencia disponible hasta el momento indica hasta qué punto, a pesar de los avances, las condiciones necesarias para el teletrabajo y la participación en las actividades de educación remota no se distribuyen de manera uniforme entre los países, ni dentro de ellos. En el 2022, persisten las limitaciones en el acceso, las inequidades en el desarrollo de los conocimientos y habilidades necesarios para la apropiación de las TIC, información relevante para el desarrollo de políticas digitales integrales (CEPAL, 2022a).

Los datos muestran importantes avances en el desarrollo, inclusión y uso de las TICs por parte de empresas, de gobiernos y ciudadanos, explicitan también las barreras que se interponen entre las poblaciones más pobres y vulnerables, y los beneficios de la transformación digital, incluyendo barreras de acceso y de habilidades digitales; indisociables, estas últimas, de la brecha de acceso a educación de calidad (CEPAL, 2022a). Estas características también se reproducen en el comercio internacional de servicios de la región.

Ante el nuevo contexto, la existencia de agendas compartidas entre los países de la región, así como de metas claras para la acción gubernamental son aspectos vitales para el desarrollo inclusivo. Este es el caso de la Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC), en sus sucesivas ediciones y diferentes ejes, que ha sido una referencia importante para los gobiernos y otros actores involucrados en consolidar una visión de transformación digital en la región. En el contexto de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Agenda Digital eLAC2022 es relevante, asimismo, para promover el uso de las TIC a favor de la prosperidad social y económica, la innovación y el consumo sostenible. La agenda eLAC2022, de este modo, es fundamental para el desarrollo del ecosistema digital en América Latina y el Caribe, así como para impulsar la integración y la cooperación regional hacia una transformación digital más inclusiva (CEPAL, 2022a).

El Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe y la Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC) cumplen 17 años desde su adopción en Río de Janeiro en 2005. Desde sus inicios, este mecanismo permitió forjar una visión regional del rol que cumplen las tecnologías digitales en materia de desarrollo.

Es imperativo continuar impulsando la producción de estadísticas armonizadas sobre la economía digital en la región. Se mantiene una brecha estadística importante en la generación de indicadores sobre TIC, especialmente en relación con la incorporación de tecnologías digitales en empresas. La heterogeneidad en la información disponible en los países es alta, tanto en amplitud y profundidad, como en el grado de actualización de los datos (CEPAL, 2022a).

Las plataformas de comercio electrónico, logística y servicios financieros son los sectores que han producido la mayor cantidad de unicornios en América Latina y el Caribe. En la región existen 22 unicornios. La lista es liderada por Mercado Libre, la plataforma de comercio online tiene una valoración cercana a los 31.500 millones de dólares, en segundo lugar, se sitúa la plataforma brasileña de pagos digitales PagSeguro, también conocida como PagBank, con un valor de 13.300 millones de dólares, le sigue la tienda de comercio electrónico B2W y la fintech Nubank. Rappi, la aplicación de envíos colombiana, destaca entre los unicornios mejor valuados de la en la plataforma región, con 3.500 millones de dólares (CEPAL, 2022a).

Con relación al mercado digital regional, a pesar de mostrar un crecimiento acelerado en el comercio electrónico, América Latina y el Caribe representa tan sólo el 2% de este tipo comercio a nivel global (CEPAL, 2022a). Los servicios suministrables digitalmente incluyen: servicios de telecomunicaciones, de computación e información, de seguros y pensiones, financieros, cargos por el uso de propiedad intelectual, otros servicios empresariales y servicios audiovisuales y relacionados (Stolik, 2022a).

Políticas comerciales y sistema multilateral de comercio. Principales posiciones e intereses de los países de América Latina y el Caribe

Las políticas comerciales de servicios son un importante factor determinante de la inversión extranjera directa, la participación en las cadenas globales de valor, la productividad y las exportaciones de productos manufacturados. Las políticas relativas al comercio de servicios también contribuyen a una amplia gama de objetivos nacionales, entre ellos el logro de Objetivos de Desarrollo Sostenible (OMC, 2022a).

Dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) se realizaron avances en materia de políticas y acuerdos relacionados con el comercio internacional de servicios. El 2 de diciembre del 2021, concluyeron satisfactoriamente las negociaciones, encaminadas a reducir los costos administrativos y crear un entorno operativo más transparente para los proveedores de servicios que desean emprender actividades comerciales en

mercados extranjeros, con la Declaración Conjunta sobre la reglamentación nacional en la esfera de los servicios (OMC, 2021b).

La Declaración constata la conclusión de las negociaciones sobre las nuevas disciplinas relativas a la reglamentación nacional en el ámbito de los servicios, cuya finalidad es mejorar las condiciones de la actividad comercial, reducir los costos del comercio y agilizar los trámites burocráticos para facilitar el comercio de servicios en el mundo entero. También, se acogen las Listas presentadas por los Miembros de la OMC que han participado en las negociaciones y en las que cada participante indica cómo incorporará las nuevas disciplinas en sus actuales compromisos en materia de servicios. En la Declaración los participantes se comprometen a certificar los nuevos compromisos en un plazo de 12 meses. Estos resultados beneficiarán a los participantes, a las empresas del sector de los servicios y a la OMC (OMC, 2021b).

Hay que destacar que este es el primer conjunto de normas sobre servicios adoptado en 24 años. Se refiere a un segmento dinámico y en rápida expansión de la producción mundial. Según el estudio de la OMC y la OCDE, el acuerdo ahorrará a las empresas, especialmente a las más pequeñas, gastos por valor de 150 mil millones de USD todos los años, con beneficios especialmente importantes en el ámbito de los servicios financieros, empresariales, de comunicaciones y de transporte. Y mejora la reglamentación en el marco de la OMC (OMC, 2021b). En dicho estudio participaron por América Latina 10 países: Argentina; Brasil; Chile; Colombia; Costa Rica; El Salvador; México; Paraguay; Perú y Uruguay (OMC, 2021a).

El objetivo de las nuevas disciplinas — que abarcan las prescripciones y procedimientos en materia de licencias y títulos de aptitud, así como las normas técnicas — es que los procesos nacionales que regulan la autorización para suministrar un servicio sean más claros, más previsibles y más transparentes, y no resulten excesivamente gravosos. El resultado de estas negociaciones se aplicará sobre la base del principio de la “nación más favorecida”, lo que significa que beneficiará a todos los Miembros de la OMC (OMC, 2021b).

Otra de las ventajas es mejorar los regímenes que regulan los servicios para impulsar el crecimiento y el desarrollo. La aplicación de las disciplinas en materia de reglamentación nacional respaldará también los esfuerzos por garantizar transparencia, seguridad jurídica y la posibilidad de formular observaciones sobre las nuevas reglamentaciones a las empresas extranjeras para realizar sus operaciones y que tienen un papel fundamental en la diversificación y sofisticación del sector de los servicios (OMC, 2021b).

Por primera vez se incluye en un texto negociado en la OMC, una disposición relativa a la no discriminación entre hombres y mujeres, que tiene la finalidad

de impulsar la participación de la mujer en el comercio de servicios (OMC, 2021b).

El Consejo del Comercio de Servicios, de octubre 2022, los Miembros de la OMC examinaron la manera de dar seguimiento a los resultados de la Duodécima Conferencia Ministerial (CM12) y el camino que debía seguir el Consejo. Los debates se centraron en la exención en el ámbito de los servicios para los Países Menos Adelantados (PMA), que trata de impulsar la participación de los PMA en el comercio de servicios, y en el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico y la moratoria; además, de la respuesta frente a la pandemia y la reforma de la OMC (OMC, 2022b).

En América Latina y el Caribe sigue siendo el AGCS infrutilizado. Con algunas excepciones, los Gobiernos no usan este instrumento, hasta ahora el más poderoso y valioso en materia de comercio servicios, para consolidar las condiciones comerciales vigentes y proteger a las empresas de costosos cambios de orientación en las políticas (OMC, 2022a) (Stolik, 2022a, 2022c).

En la región las negociaciones y políticas comerciales para estimular el comercio internacional de servicios ha sido discreto. No obstante, se destacan las posiciones de la CEPAL y otros organismos como la Red Latinoamericana y caribeña de investigadores y hacedores de políticas en torno a Servicios (REDLAS) y la Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios (ALES), creados para impulsar el sector de los servicios y su internacionalización.

La integración regional cae en bienes, pero aumenta en servicios, se busca formular mejores políticas para que los servicios contribuyan al desarrollo sostenible. En este sentido, la CEPAL plantea que la integración regional puede ser un factor dinamizador para el comercio de servicios (Mulder, 2022).

Los servicios modernos son los más integrados en la región, pues los mercados vecinos son muy propicios para facilitar la integración en el comercio de servicios. Sin embargo, sigue siendo bajo el nivel de integración regional en servicios, lo cual se debe en parte a ciertas restricciones comerciales (Mulder, 2022).

La CEPAL está cooperando en la identificación de las restricciones al comercio de servicios digitales o modernos. Las restricciones de América Latina y el Caribe a las importaciones de servicios digitales superan el promedio de la OCDE. Se han identificado las principales medidas o políticas que obstaculizan el comercio en la región, las cuales son de infraestructura y conectividad, las transacciones electrónicas, los sistemas de pago electrónicos, los derechos de propiedad intelectual y otras barreras al comercio de servicios habilitados digitalmente (Mulder, 2022).

En este sentido, se busca la armonización de las leyes y políticas comerciales dentro de los diferentes esquemas de integración. También, se estudian los países con buenas prácticas, políticas y coordinación público privado, de países pequeños que han logrado estar dentro de los diez principales exportadores de América Latina y el Caribe, como Costa Rica y Uruguay. (Mulder, 2022).

La región destaca en las industrias creativas, son parte de una tendencia donde algunos países las exportaciones de las industrias creativas superan otros sectores, con un amplio margen de crecimiento. Sobresalen los servicios culturales como los carnavales, como grandes impulsores de la economía regional, generación de miles de empleos temporales y permanentes. En el 2018 más de 2400 músicos y 852 grupos de baile fueron parte de los eventos. Colombia exportó más de 900 millones de USD, con un amplio margen de crecimiento de las industrias creativas. (BID, 2022)

El escenario pospandemia parece más favorable para el desarrollo del comercio internacional de servicios, principalmente los servicios modernos. Aunque la región es poco competitiva en los servicios modernos, con una pequeña participación. (Mulder, 2022)

Además, la integración regional en servicios es baja pero crece. Para ello se requiere y se trabaja en (Mulder, 2022):

- Promover la armonización regulatoria que facilite el comercio de servicios entre y al interior de los esquemas de integración.
- Implementar políticas públicas coordinando con el sector privado para fomentar las exportaciones.
- Fortalecer la oferta educativa para el desarrollo de las habilidades técnicas necesarias y el dominio del idioma inglés.
- Promover la inversión extranjera directa que permita dinamizar la oferta local.

La integración en América Latina y el Caribe en comercio de servicios pasa en primer lugar, en aumentar la integración a lo interno de los diferentes bloques. En segundo lugar, desarrollar las conexiones entre los diferentes esquemas a través del comercio de servicios, Por último, lograr una verdadera integración a nivel de toda la región mediante el comercio de servicios, priorizando los servicios modernos y basados en el conocimiento, lo que elevaría los volúmenes de intercambio del comercio en general, facilitaría el acceso a financiamiento y, por ende, el desarrollo sostenible.

Conclusiones

Los servicios se mantienen como el sector más dinámico, demostrando su capacidad de adaptación y recuperación frente a las crisis.

En el 2021 y 2022, a pesar de la fuerte caída del comercio internacional de servicios por los efectos de la pandemia, se aprecia una tendencia a la recuperación y crecimiento.

Seguirán siendo los países desarrollados los de mayor participación en el comercio de servicios. Continúa la tendencia de alta concentración.

América Latina y el Caribe se destacó como región con el más rápido crecimiento del comercio de servicios; pero sigue teniendo una cuota pequeña de participación en el comercio internacional.

Aunque el comportamiento no fue igual para todos los países de la región, se destacaron aquellos que ya habían dado pasos en el desarrollo de las TIC y en fomentar los servicios basados en el conocimiento.

La economía digital refuerza estas tendencias y en perspectivas cambiará la forma de las cadenas globales de valor, del comercio y sobretodo de los servicios, por lo que tendrá que recibir la debida atención de todos los agentes económicos y en especial de los gobiernos.

Aunque en los últimos años, las políticas comerciales prestan más atención al comercio de servicios, principalmente por los cambios que impuso la pandemia en el sistema multilateral de comercio, no es precisamente en materia de servicios que se ha avanzado más en las negociaciones en el marco de la OMC.

Los gobiernos deberán prestar la debida atención a este aspecto para el buen desarrollo de los servicios como motor impulsor en algunas economías.

Referencias bibliográficas

- ALADI. (2022). Acceso a mercados Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios. ALADI.
- BID. (2022). *Economía creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones y desafíos*. BID.

- CEPAL. (2022a). *Datos y hechos transformación digital*. Séptima Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. eLAC 2022 Agenda Digital para América Latina y el Caribe. Informe sobre los principales indicadores de adopción de tecnologías digitales en el marco de la Agenda Digital para América Latina y el Caribe
- CEPAL. (2022b). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2022*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Gayá, R. (2022). Exportación de servicios basados en el conocimiento. *Módulo I. Introducción a los servicios basados en el conocimiento (SBC)*. ALADI.
- Mulder, N. (2022). Nuevos desafíos para el comercio internacional de servicios en Perú y Latinoamérica. *XI Conferencia REDLAS Servicios creativos y modernos para el comercio y desarrollo sostenible*. Lima: CEPAL REDLAS.
- OMC. (2021a). *La OCDE y la OMC publican un estudio conjunto sobre los beneficios económicos del nuevo acuerdo sobre reglamentación nacional en la esfera de los servicios*. Recuperado el 29 de 11 de 2022, de Organización Mundial del Comercio.
- OMC. (2021b). *Las negociaciones sobre la reglamentación nacional en el ámbito de los servicios concluyen con éxito en Ginebra*. Recuperado el 28 de 11 de 2022, de Organización Mundial del Comercio.
- OMC. (2021c). *OMC Servicios - portada*. Recuperado el 17 de Junio de 2021, de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/serv_s.htm
- OMC. (2022a). *Comercio de servicios*. Recuperado el 28 de 11 de 2022, de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/serv_s.htm
- OMC. (2022b). *Los Miembros de la OMC examinan la labor futura sobre el comercio de servicios a raíz de los resultados de la CM12*. Recuperado el 28 de 11 de 2022, de Organización Mundial del Comercio.
- OMT. (2022). *Barómetro del Turismo Mundial, vol. 20, Nº 3, mayo 2022*. Organización Mundial del Turismo.
- Stolik, O. (2022a). Comercio internacional de servicios 2022. La Habana.
- Stolik, O. (2022b). Economía digital y teleservicios, retos y desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. *XI Conferencia REDLAS Servicios creativos y modernos para el comercio y desarrollo sostenible*. Lima: CEPAL.

- Stolik, O. (2022c). Economía digital, comercio y desarrollo. *Foro Público OMC De la ambición a la acción*. Ginebra: OMC.
- UNCTAD. (2022a). *International trade in services 2021*. Ginebra: UNCTAD.
- UNCTAD. (2022b). *International trade in services Q2 2022*. UNCTAD/STAT/INF/2022/4, Ginebra.
- WCO WTO, (2022) *WCO/WTO Study Report on Disruptive Technologies 2022*.

Declaración de intereses

La autora declara que no existe conflicto de intereses.