

El comercio internacional de otros servicios. Principales tendencias mundiales y desafíos para América Latina

Roberto Verrier Quiñones¹

¹Maestría en Gerencia Financiera, Universidad Central del Este; San Pedro de Macorís, República Dominicana.

roverrierq@yahoo.es

Recibido: 22 abr. 2013

Aceptado: 20 jun. 2013

RESUMEN

Los estudios relacionados con los servicios despiertan cada vez más interés entre los economistas debido a la creciente importancia que cobran en la economía mundial. Con el proceso de globalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), a la importancia de servicios tradicionales como el turismo y el transporte, se le incorpora el gran auge en los últimos años de los Otros Servicios (OS). Entre estos servicios modernos se encuentran actividades muy dinámicas e intensivas en conocimiento y tecnología, que pueden constituir una fuente para generar cambios estructurales en las economías en desarrollo e influir positivamente en el crecimiento económico. Sin embargo, América Latina presenta actualmente una participación relativa en las exportaciones globales de Otros Servicios inferior a 1980. Entre las causas destaca: el desconocimiento que existe en la región sobre el sector y sus potencialidades, el retraso relativo en infraestructura física y acceso, uso y apropiación de las TIC de estos países respecto a otras regiones, así como la incapacidad para insertarse en segmentos de las cadenas globales de valor de OS, los cuales están organizados fundamentalmente en redes mundiales dirigidas por empresas transnacionales con fuertes barreras a la entrada.

PALABRAS CLAVE: Otros servicios; Comercio mundial; Cadenas globales de valor; América Latina

ABSTRACT

The International Trade of Other Services. Major global trends and challenges for Latin America. Studies related to services increasingly arouse interest among economists due to the growing importance in the world economy. With the process of globalization and the development of new technologies of information and communication technology (ICT), to the importance of traditional services such as tourism and transportation, it's incorporated the boom in the last years of the Other Services (OS). Among these modern services dynamic and intensive activities are found in knowledge and technology, which can be a source to generate structural changes in developing economies and positively influence economic growth. However, Latin America performs nowadays a relatively active role in global exports of Other Services with less than 1980. Causes include: a lack of knowledge in the region on the sector and its potential, the relative delay in physical infrastructure and access, use and appropriation of ICT in these countries compared to other regions, and the inability to attach to segments of OS global value chains, which are strongly organized by global networks run by corporations with high barriers to entry.

KEYWORDS: Other services; World trade; Global value chains; Latin America

INTRODUCCIÓN

Los servicios son un sector muy importante a nivel global, en el que se incluyen actividades tradicionales como el turismo -que constituye la principal fuente de ingresos de muchas economías pequeñas- y el transporte.

Con el proceso de globalización económica y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), junto a aquellos servicios tradicionales, comienzan a tomar un gran auge los Otros Servicios (OS), los que han atraído cada vez más la atención de los estudios sobre el comercio internacional debido a su expansión y dinamismo en la economía mundial y por sus posibilidades de influir sobre el crecimiento económico con actividades basadas en el conocimiento.

A partir de los años noventa del siglo XX crecen significativamente las publicaciones relacionadas con el tema, liderando esta tendencia algunos organismos internacionales. Tras la creación de la OMC y la puesta en marcha del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) en 1995, se comienzan a realizar grandes esfuerzos por sistematizar conceptos relacionados con el comercio de servicios y lograr un sistema contable homogéneo a nivel internacional que recoja eficientemente las estadísticas relacionadas con estas actividades.

Aún los resultados obtenidos no han logrado cerrar la brecha en este campo respecto al comercio de bienes, y todavía, tanto la cantidad como la calidad de las publicaciones y estadísticas son insuficientes.

Un primer acercamiento al tema plantea inmediatamente obstáculos en relación con la información estadística sobre el comercio internacional de servicios, existiendo escasas bases de datos, las que además, están muy poco desagregadas. La contabilidad, por otra parte, se encuentra fuertemente subestimada, como se verá en este trabajo.

El desarrollo de un sistema categorial y conceptual sobre los servicios tampoco ha concluido completamente, consiguiéndose en estos años tenues resultados en ese aspecto. La complejidad del tema y la cercanía en muchas ocasiones a las fronteras de las mercancías, han impedido obtener definiciones claras y precisas acerca de los servicios, llegando incluso a ser clasificados como todo lo que no es un bien.

El trabajo cuenta de tres partes. En la primera se abordan los principales factores que favorecieron el crecimiento del comercio mundial de Otros Servicios en los últimos veinte años. En la segunda parte se exponen los temas conceptuales que permiten comprender a los servicios como un producto complejo y con diversas características que lo distinguen de los bienes. Por último, en la tercera parte se muestran las principales tendencias del comercio internacional de Otros Servicios y los desafíos que enfrenta América Latina para lograr incrementar sus exportaciones en estas actividades dinámicas e intensivas en conocimiento y tecnología.

La globalización y los servicios

Los estudios relacionados con los servicios despiertan cada vez más interés entre los economistas debido a la creciente importancia que cobran en la economía mundial. Se trata, sin dudas, de un sector que ha venido influyendo significativamente en el crecimiento de las economías, en la generación de empleos y en la incorporación de mayor valor agregado a algunos bienes, que puede favorecer la competitividad de las exportaciones de bienes y que permite la profundización de encadenamientos productivos.

También pueden ser un arma importante en la lucha contra la pobreza y el mejoramiento del bienestar de vida de las personas, a través del aumento de la calidad y el acceso a la educación, la salud y la cultura, con una infraestructura más desarrollada y extendida al interior de los países, con un mayor y mejor acceso a la información y a las nuevas tecnologías, con el aumento de espacios limpios y sostenibles ambientalmente.

En los marcos del proceso de globalización económica, este rubro ha aumentado su participación en el producto, el empleo, la inversión extranjera directa y el comercio, aunque en esta última en una menor proporción, fundamentalmente por la dificultad para realizar su medición en algunas modalidades, empresas, sectores y países.

Desde fines de los años sesenta del siglo XX, la economía global fue golpeada por una crisis estructural que afectó las altas tasas de rentabilidad del capital que se venían alcanzando -fundamentalmente por las economías desarrolladas- luego del rápido crecimiento económico de los años posteriores a la segunda guerra mundial. Las principales economías centrales quedaron resentidas durante casi toda la década siguiente, padeciendo graves problemas de inflación, desempleo y estancamiento económico, por lo que fue conocido como crisis de estanflación.

Además, la división internacional del trabajo sustentada en el modelo "fordista" de producción en masa, mostraba síntomas irreversibles de agotamiento que la convirtieron en un freno para el crecimiento del comercio mundial y de la actividad económica de las principales potencias.

Es en esta coyuntura, que el patrón de acumulación global comienza a reconfigurarse buscando recomponer los espacios de valorización del capital que garantizan la optimización de las ganancias (Pérez Soto, 2002), lo que

contribuyó a las significativas transformaciones estructurales que la economía internacional experimentó en el último cuarto del siglo pasado, y que favorecieron el desarrollo de las premisas productivas, científicas y técnicas que caracterizan el fenómeno de la globalización.

La creciente mundialización del capital en este período estuvo asistida por una revolución científica y técnica, que permitió un nuevo paradigma tecnoeconómico -fundamentalmente en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), el transporte, la biotecnología, la bioingeniería, etc.-, y también, por la liberalización del comercio, los flujos financieros y las inversiones a nivel global, así como por cierta flexibilización de los mercados laborales nacionales.

Otras características que presenta este nuevo patrón de acumulación posfordista son la mayor flexibilidad de la organización de la producción y su gran susceptibilidad a las exigencias del mercado; la internacionalización cada vez mayor de los mercados y la integración de las economías nacionales, así como la fragmentación de los procesos de producción a nivel internacional a través de redes de producción global.

Estas transformaciones facilitaron una nueva división internacional del trabajo basada en la segmentación de la cadena de valor, donde los países pueden especializarse de acuerdo a sus ventajas comparativas, en actividades productivas específicas dentro de la cadena.

Desde entonces, las actividades más dinámicas de la economía internacional se encuentran organizadas a través de cadenas globales de valor, las que son dirigidas por grandes empresas transnacionales, que compiten entre ellas y por todo el planeta con el fin de deslocalizar las actividades productivas hacia los países que presenten ventajas comparativas superiores, y, por controlar los flujos comerciales y financieros, el acceso a tecnologías, a los mercados más dinámicos, a los recursos naturales, mercados laborales más flexibles y salarios más bajos, etc.

El gran dinamismo adquirido bajo este esquema, ha propiciado un crecimiento del volumen de comercio mundial superior al producto global, principalmente por el incremento notable del comercio intrafirma, que según algunos estudios representa el 40% del total de los flujos comerciales internacionales (UNCTAD, 2005a). (El comercio intrafirma es expresión de la integración internacional de la producción, como resultado de las decisiones de las empresas transnacionales acerca de la localización de sus actividades productivas en diferentes regiones del globo. Es el comercio que se realiza al interior de las empresas que están bajo la misma estructura organizacional y de propiedad del capital -entre matrices y filiales o subsidiarias, o entre filiales/subsidiarias- (Durán et al, 2003, p. 7 y 14).

Al igual que los bienes, los servicios se encuentran plenamente integrados al proceso de fragmentación internacional de la producción a través de cadenas globales de valor, y como tendencia, en algún segmento de ésta se encuentran empresas transnacionales ejerciendo una fuerte influencia sobre la dinámica global de la cadena (López et al, 2009, p. 5).

Diversos estudios de varias firmas consultoras e instituciones internacionales, estiman que los servicios deslocalizados fuera del país donde la empresa realiza sus actividades centrales (servicios offshore), estarían entre los \$101 y los \$157 billones de dólares para el 2008 (Gereffi & Fernández, 2010, p. 6); mientras que para el 2010 la OCDE pronosticaba que se incrementarían hasta los \$252 billones de dólares (OECD, 2008, p. 22, ver **Tabla 1**).

Las escasas informaciones estadísticas sobre el tema, indican que la tendencia a la relocalización de los servicios hacia los países subdesarrollados se mantiene a pesar de los impactos de la crisis internacional, existiendo oportunidades de inserción en esas actividades descentralizadas fuera de los núcleos económicos centrales.

En estos años en que el comercio ha sufrido el impacto de la crisis de la economía mundial, estos servicios expatriados sufrieron un doble efecto. Por una parte, un efecto demanda, debido a la disminución de la demanda de ciertos clientes -lo que afectó por ejemplo a la India- y las graves repercusiones sobre algunos servicios -en especial los servicios financieros -; y por otra parte, un efecto sustitución que alivió a nivel global el efecto anterior -como en el caso de Filipinas-, ya que muchas empresas obligadas por la crisis económica, comenzaron o continuaron deslocalizando servicios para minimizar sus costos (Gereffi & Fernández, 2010, p. 12-26).

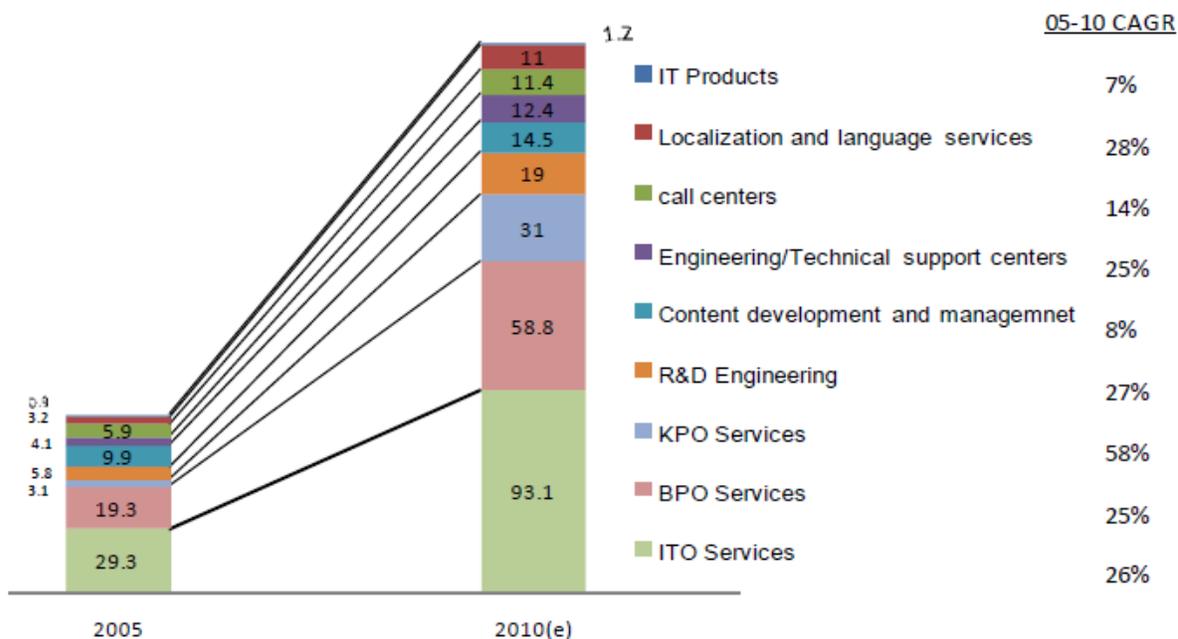


Tabla 1: Demanda Global de Servicios Offshore por Actividades 2005-2010 (billones de dólares). IT: Information Technology; R&D: Research and Development; KPO: Knowledge Process Outsourcing; BPO: Business Process Outsourcing; ITO: Information Technology Outsourcing; (e) Mercado global de servicios offshore, 2005-2010, (billones de dólares). Fuente: OECD, 2008, p.22.

Por tanto, es en los marcos de este nuevo patrón de acumulación globalizado y segmentado en cadenas de valor, que los servicios han ganado un mayor protagonismo en la economía mundial.

Los principales factores que han incidido en el aumento de su importancia relativa en ese contexto son la innovación, el desarrollo y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), lo que ha permitido una considerable reducción de costos, tiempos, distancias, y que al mismo tiempo permitió que algunos servicios pudieran ser productos transables a través del comercio internacional; lo que se denomina en la literatura económica como globalización de la competencia o la competencia global, que al basarse en desarrollos tecnológicos muy complejos, altos costos y obsolescencia muy rápida, ha convertido en una necesidad vital la disminución de los costos; la reorganización empresarial y el auge de actividades de outsourcing y offshoring; la transnacionalización de la economía mundial; la integración a la economía global de actores con grandes reservas de mano de obra como China y la India; y la desregulación comercial y financiera a nivel mundial (López et al, 2009, p. 7-8). (Se define como outsourcing o tercerización al planeamiento, gerenciamiento y operación de actividades que son delegadas a un tercero, sobre la base de un acuerdo formal. Para que exista tercerización es necesario que se den dos factores: que la tercera parte esté fuera de las condiciones normales de relaciones de trabajo de la organización –que se trate de una entidad diferente a la empresa cliente- y que esas actividades hayan sido realizadas previamente en la empresa cliente. Por su parte, offshoring es el proceso por el cual las empresas deslocalizan, fuera de sus países de origen o de donde producen o venden bienes finales, determinados recursos, funciones o actividades, buscando mejores niveles de eficiencia en el mercado global, penetrar nuevos mercados y acceder a recursos estratégicos (López et al, 2009, p. 35-36)).

Complejidades y particularidades del comercio de servicios

Tradicionalmente, los servicios han sido más estudiados en temas relacionados con el turismo, que desde décadas pasadas ocupa un lugar muy destacado para muchos países, en especial para algunas economías pequeñas con fuertes restricciones de balanza de pagos, algunas de las cuales cuentan con una gran dependencia de este sector, que les representa el principal rubro exportable y fuente de divisas para aliviar sus tensiones financieras.

Sin embargo, en los últimos años, otras actividades de servicios muestran un gran auge en la economía mundial, lideradas por países desarrollados y algunas economías emergentes que han logrado un gran dinamismo en estos rubros.

A pesar de la gran importancia que han adquirido los servicios en la economía mundial, la literatura económica y la información estadística sobre el tema aún son limitados e insuficientes, lo que impide comprender un sector tan complejo como éste, con particularidades importantes que lo distingue del comercio de bienes, y que al mismo tiempo cuenta con grandes potencialidades aún sin explotar en el comercio internacional.

Las estadísticas internacionales de bienes y servicios muestran transacciones que son el resultado de actividades productivas. Tanto los bienes como los servicios se obtienen a través del proceso de producción. Es en este acto, que los factores productivos se transforman en productos y luego pueden ser suministrados a otras unidades (FMI, 2008, p. 160). (La expresión “producto” se utiliza en el Sistema de Cuentas Nacionales para referirse tanto a los bienes como a los servicios).

En ocasiones, resulta difícil distinguir entre los bienes y los servicios, principalmente por la estrecha relación que existe entre ambos, y por el escaso desarrollo conceptual que ha existido al respecto. En la cuenta de bienes y servicios de la balanza de pagos, algunos bienes incluyen el valor de ciertos servicios y viceversa, por lo que en muchos casos su distinción se debe a la fuente de los datos, lo que ocasiona sobrestimaciones, subestimaciones y redundancias en las mediciones, siendo más afectados los servicios, por encontrarse más rezagados respecto a su desarrollo teórico y estadístico.

Tampoco existen marcos teóricos amplios, precisos y consensuados que definan a los servicios. De hecho, varios organismos internacionales se refieren al término servicios como un conjunto heterogéneo de productos y activos intangibles que resulta difícil englobar en una definición simple, y reconocen que en ocasiones puede ser complejo separarlos de los productos con los cuales están vinculados (ONU et al, 2003, p. 6).

En general, los servicios presentan diferencias respecto a los bienes: porque son invisibles, en el sentido de que resulta difícil medir las transacciones internacionales que conllevan tanto el movimiento de personas o servicios, como los flujos de las subsidiarias de las prestadoras de servicios (Ventura et al, 2003, p. 20); porque muchos servicios no son transportables y requieren la proximidad física entre el proveedor y el consumidor; porque frecuentemente en el comercio de servicios tienen que ocurrir simultáneamente la producción y el consumo, o sea, no pueden intercambiarse por separado de su producción; y porque no son entidades independientes sobre las que puedan establecerse derechos de propiedad (ONU et al, 2003, p. 6).

Los servicios, como se planteaba anteriormente, son clasificados como activos intangibles, al contrario de los bienes que son tangibles. Sin embargo, el desarrollo tecnológico ha permitido que las empresas que prestan algunos tipos de servicios puedan entregar sus “productos” de forma física o electrónica sin que ocurran al mismo tiempo la producción y el consumo del servicio.

Este comercio de servicios, en que el “producto” puede ser digitalizado o brindado a través de algún soporte material es idéntico al de bienes. Por eso, se plantea, que algunos servicios han asimilado las características de racionalización y organización de las manufacturas, permitiendo el surgimiento de “verdaderas” industrias de servicios (Ventura-Dias et al, 2003, p. 10).

En los marcos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en 1995 entró en vigor el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS, GATS por sus siglas en inglés). Éste intenta establecer un marco multilateral de normas y principios para la expansión del comercio internacional de servicios en condiciones de transparencia y liberalización progresiva, y tiene como fin, según los estatutos aprobados por sus miembros, promover el crecimiento económico de todos los actores comerciales involucrados, y el desarrollo de los países en desarrollo (OMC, 1994, p. 305).

En el AGCS no existe una definición exacta del término servicios -como no existe un concepto preciso y aceptado a nivel internacional-, declarándose solamente que un servicio es cualquiera de las actividades de esa categoría y de cualquier sector que no sea realizado en el ejercicio de facultades gubernamentales, entendiéndose por tales aquellos que no hayan sido brindados en condiciones comerciales ni en competencia con otros proveedores (OMC, 1994, p. 306).

Este acuerdo implementó una nueva visión para el comercio de servicios. En el caso de las exportaciones e importaciones de bienes, la mercancía únicamente cruza la frontera del país, refiriéndose a transacciones entre residentes y no residentes. Sin embargo, para los servicios, la OMC amplió su clasificación teniendo en cuenta el

lugar donde se encuentran el proveedor y el consumidor (si alguno de ellos se traslada de un país a otro; o si ninguno lo hace, como ocurre con las transacciones transfronterizas; o cuando los servicios son prestados por las filiales extranjeras establecidas localmente, que además son residentes en la economía de su contraparte).

Modo 1	Suministros Transfronterizos	Del territorio de un miembro al territorio de cualquier otro miembro.
Modo 2	Consumo en el extranjero	En el territorio de un miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro miembro.
Modo 3	Presencia Comercial	Por un proveedor de servicios de un miembro mediante presencia comercial en el territorio de cualquier otro miembro.
Modo 4	Presencia de Personas Físicas	Por un proveedor de servicios de un miembro mediante la presencia de personas físicas de un miembro en el territorio de cualquier otro miembro.

Tabla 2: Modos de suministro del Comercio de Servicios

El AGCS definió cuatro modos de suministro del comercio de servicios, entendiendo como suministro la producción, distribución, comercialización, venta y prestación de un servicio (OMC, 1994, p. 324). Estos son conocidos como **suministro transfronterizo** (modo 1); **consumo en el extranjero** (modo 2); **presencia comercial** (modo 3) y **presencia de personas físicas** (modo 4).

Sin embargo, aún no existe una correspondencia entre las definiciones establecidas en el AGCS (teniendo en cuenta las complejidades introducidas con los modos de suministro) y la información estadística disponible, determinado por lo difícil que resulta su contabilización.

“La medición del comercio de servicios es intrínsecamente más difícil que la medición del comercio de mercancías. (...) Algunos de ellos se definen mediante conceptos abstractos y no por ningún atributo material ni función física. A diferencia del comercio de mercancías, en el comercio de servicios no existen objetos que crucen la frontera aduanera con un código de producto internacionalmente reconocido, con descripción del contenido, informaciones sobre cantidad, origen y destino; no hay facturas ni un sistema administrativo basado en la percepción de derechos de aduana que está habituado a reunir tales datos. La información necesaria sobre el comercio de servicios, una vez definida, depende de que se llegue a una interpretación común de conceptos con los proveedores de datos. Depende de informaciones que pueden provenir tanto de sistemas de contabilidad y registro como de particulares, y de diversas fuentes de datos, que incluyen fuentes administrativas, estudios y técnicas de estimación” (ONU et al, 2003, p. 3).

Otra dificultad importante son las limitaciones existentes para registrar las ventas locales de filiales extranjeras - presencia comercial (modo 3)-, siendo las herramientas estadísticas tradicionales incapaces de registrar sus transacciones, al reconocer a estas empresas como residentes en la economía (Mattos, 2001, p. 9).

En 2003, varias instituciones internacionales dieron un paso importante, al crear conjuntamente un documento titulado Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios, que intenta brindar un marco conceptual común para que los gobiernos nacionales puedan brindar informaciones estadísticas detalladas, desagregadas y homogéneas internacionalmente. (Naciones Unidas (ONU), Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Organización Mundial del Comercio (OMC)).

En este Manual se recomienda, para registrar el comercio de servicios, utilizar como metodología la Clasificación Ampliada de la Balanza de Pagos de Servicios (CABPS) para las transacciones entre residentes y no residentes, que además toma en cuenta las disposiciones del AGCS en lo que se refiere a los cuatro modos de suministro.

Los servicios se dividen en tres grandes agregados: **Transporte, Viajes y Otros Servicios**. En este trabajo, nos centraremos fundamentalmente en el comercio de Otros Servicios, por su gran dinamismo dentro del comercio mundial en los últimos años.

Inicialmente, los Otros Servicios surgieron como una partida que agrupaba a todos los servicios que no eran fundamentalmente transporte o turismo, reuniendo en ella a las actividades que años atrás no desempeñaban un rol tan importante en el comercio entre los diferentes países y cuyos montos no eran significativos.

Sin embargo, con el proceso de globalización, los Otros Servicios se convirtieron en un sector esencial en el comercio internacional, liderados por las principales economías desarrolladas y por algunas economías emergentes que lograron insertarse en cadenas globales de valor a través de la deslocalización de servicios offshore, los que fueron expatriados desde las economías centrales hacia economías con costos relativos inferiores y otras ventajas comparativas.

Una de las características esenciales que presentan los Otros Servicios, es que entre las partidas que lo componen, se encuentran diversas actividades de alto valor agregado relativo e intensivas en conocimientos y tecnologías, como son los servicios de informática e información, los servicios profesionales, los servicios de investigación y desarrollo, entre otros.

En el contexto del proceso de globalización y de la nueva división internacional del trabajo, existen oportunidades importantes para que las economías en desarrollo se inserten con servicios de este tipo en algunos segmentos de la cadena de valor, siempre que se brinden fundamentalmente cumpliendo los estándares de calidad exigidos por los países desarrollados y con costos relativos inferiores al de éstas economías.

(El CABPS reconoce nueve partidas de Otros Servicios, porque incluye los Servicios del gobierno, n. i. o. p. (no incluidos en otras partidas). En este trabajo sólo se consideran los Servicios Comerciales (las ocho partidas señaladas en la Tabla 2), porque el AGCS de 1994 excluye los servicios que se realicen en el ejercicio de facultades gubernamentales):

Otros Servicios
1. Servicios de Comunicaciones
Servicios de correo y mensajería
Servicio de telecomunicaciones
2. Servicios de Construcción
Construcción en el extranjero
Construcción en el país
3. Servicios de Seguros
Seguros de vida y fondos de pensiones
Seguros de transporte de carga
Otros seguros directos
Reaseguros
Servicios auxiliares
4. Seguros Financieros
5. Servicios de Informática y de Información
Servicios de Informática
Servicios de Información
6. Regalías y derechos de licencia
Franquicias comerciales y derechos similares
Otras regalías y derechos de licencia
7. Otros Servicios Empresariales
Servicios de compraventa y otros servicios relacionados con el comercio
Servicios de arrendamiento de explotación
Servicios empresariales, profesionales y técnicos varios
Servicios jurídicos, contables, de asesoramiento administrativo y de relaciones públicas
Publicidad, investigación de mercados y encuestas de opinión pública
Investigación y desarrollo
Servicios arquitectónicos, de ingeniería y otros servicios técnicos
Servicios agrícolas, mineros y de transformación en el lugar
8. Servicios personales, culturales y recreativos
Servicios audiovisuales y conexos
Otros servicios personales, culturales y recreativos
Servicios de enseñanza
Servicios de salud
Otros servicios personales, culturales y recreativos

Tabla 3: Los Otros Servicios según el CABPS

Es por eso, que los Otros Servicios pueden constituir una oportunidad para comenzar a introducir pequeños cambios estructurales en economías como las de América Latina, las cuales presentan un patrón de inserción en la economía internacional basada en bienes agrícolas y productos intensivos en recursos naturales; en industrias que producen escasos encadenamientos productivos, con un alto contenido de importaciones y de mano de obra barata y de escasa cualificación; y en servicios como el turismo, que aunque son muy importantes internacionalmente y aún pueden contribuir mucho más en la región, muestran como tendencia una pérdida de dinamismo en el comercio mundial.

Los Otros Servicios se presentan, pues, como una gran oportunidad para América Latina, debido a sus enormes potencialidades para influir en el cambio estructural y estar asociados con la producción basada en el conocimiento y la tecnología.

Tendencias del comercio internacional de servicios y desafíos para América Latina.

Como se ha estado resaltando en este trabajo, la contabilidad del comercio de servicios se encuentra muy subestimada, en especial por la heterogeneidad de los sistemas contables utilizados; por lo difícil que resulta su medición respecto a los modos de suministro en empresas y países; por la escasez de recursos de algunos gobiernos y porque otros aún no han tomado conciencia de la importancia de este sector y de contar con información sobre él.

A pesar de estas insuficiencias, los servicios son el sector fundamental de la economía mundial, representando más del 65% de la estructura del valor agregado global, mientras la agricultura y la industria representan el 4% y el 30% respectivamente (**Gráfico 1**).

Otro aspecto a destacar, es que en las dos últimas décadas, tanto las exportaciones mundiales de servicios como de Otros Servicios, muestran un crecimiento superior a los bienes, aunque estos últimos siguen teniendo la mayor participación en el comercio mundial (**Gráfico 2**). Las exportaciones de Otros Servicios representan el 11% del comercio mundial de bienes y servicios, a pesar de registrarse en la Balanza de Pagos únicamente algunos modos de suministros y de existir una fuerte subestimación en las mediciones internacionales para estas partidas, como se ha explicado anteriormente.

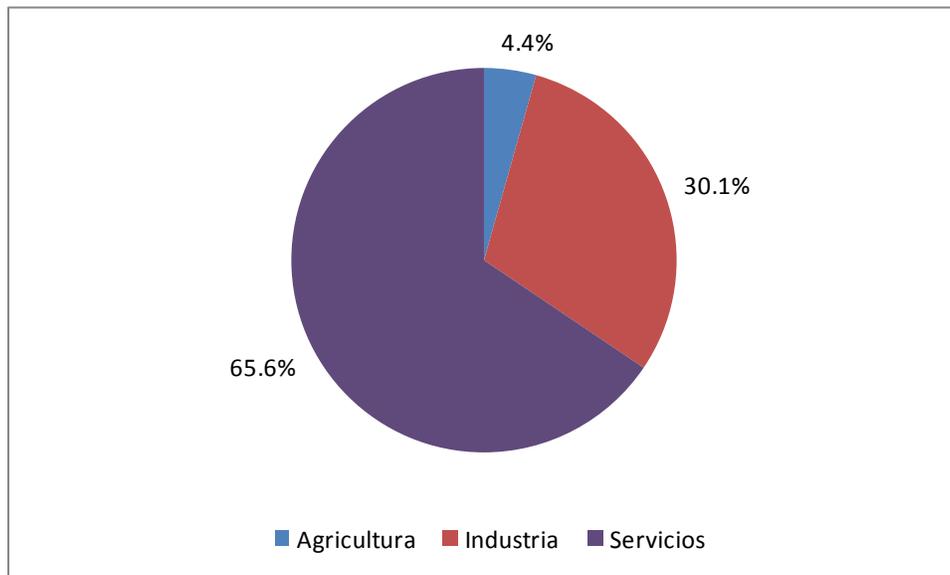


Gráfico 1: Estructura del valor agregado mundial 2011 (%).
Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

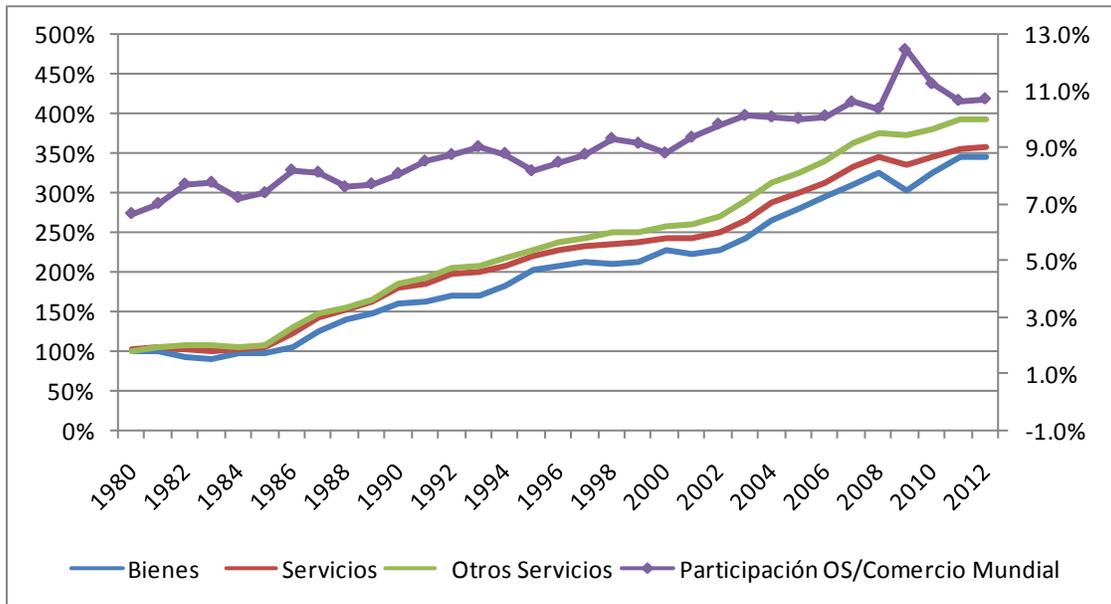


Gráfico 2: Crecimiento de exportaciones globales de bienes y servicios (1980=100) y participación de Otros Servicios en comercio mundial (%). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

Al interior del comercio mundial de servicios, los Otros Servicios son mucho más dinámicos que las partidas de Viajes y Transporte, y además, son los líderes con más de la mitad de las transacciones de ese sector. Le sigue muy alejado, con el 25%, una partida tan importante como Viajes, en el cual se registran las actividades relacionadas con el turismo, que es un renglón fundamental para la economía mundial, y que para muchos países constituye su principal fuente de ingresos en divisas (**Gráfico 3**).

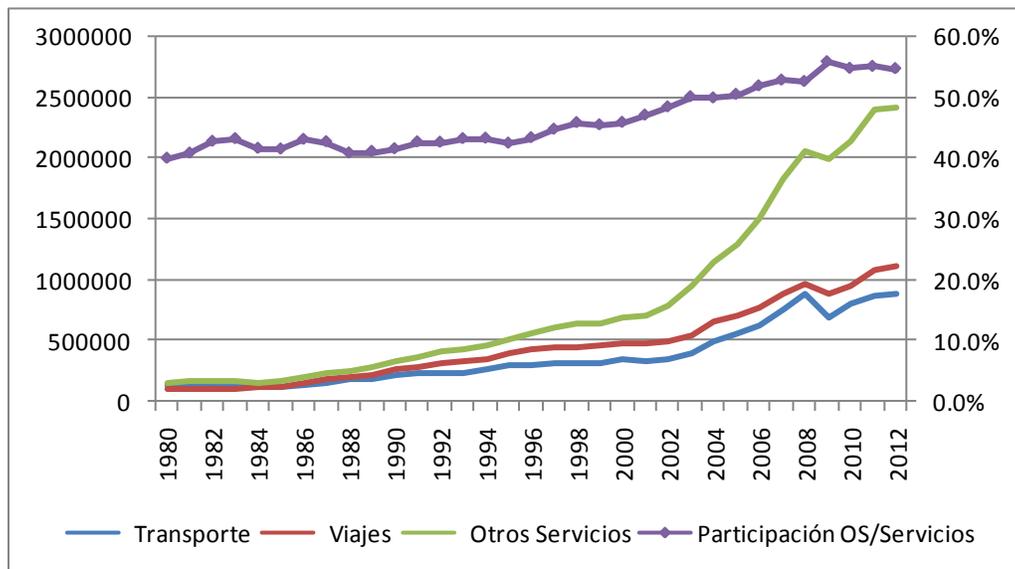


Gráfico 3: Comercio Mundial de Servicios (millones de dólares) y participación de OS en los servicios totales (%). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

Otra tendencia clara es el incremento de la participación de los países en desarrollo en el comercio de Otros Servicios (25% del total) y el mayor crecimiento de las exportaciones de Otros Servicios de los países en desarrollo respecto a las economías más desarrolladas. Esto demuestra que se mantiene la propensión a la deslocalización de estas actividades hacia los países en desarrollo, fundamentalmente porque presentan ventajas comparativas relevantes.

Sin embargo, como aspecto negativo, hay que destacar que esta mayor participación se debe a la inserción en determinados segmentos de las cadenas de valor de algunas pocas economías en desarrollo. Se conoce que el 75% de los Otros Servicios expatriados hacia estos países están concentrados en apenas 15 economías. (CEPAL, 2007, p. 84).

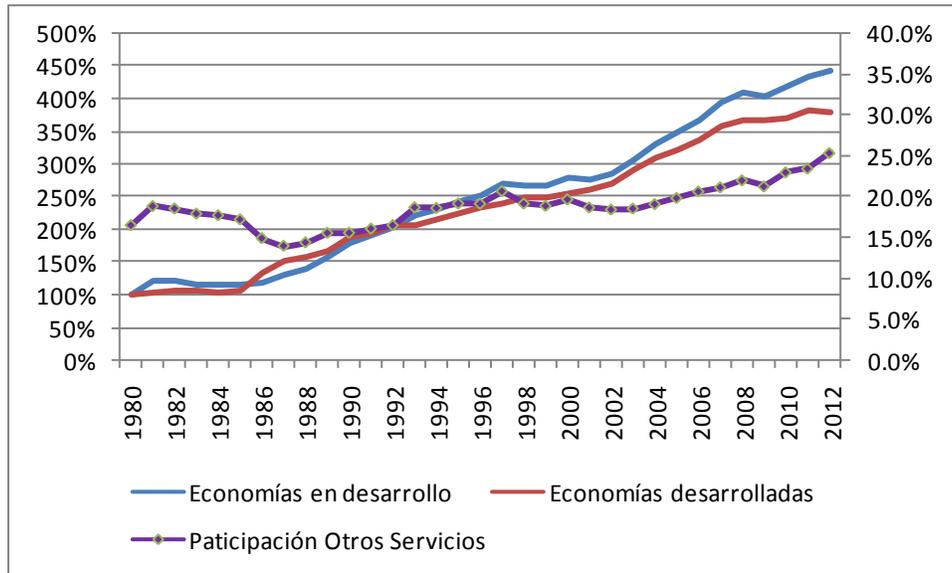


Gráfico 4: Crecimiento Exportaciones Otros Servicios países desarrollados y en desarrollo (1985=100) y participación países en desarrollo en el total (%). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

En cuanto a los principales exportadores mundiales de Otros Servicios, Estados Unidos lidera ampliamente este rubro, participando con el 16% del total de las exportaciones mundiales. Les sigue algo distanciados, el Reino Unido, Alemania y Francia.

Algunas economías emergentes están desempeñando un papel muy destacado en este sector, como son los casos de la India y China, que ocupan el quinto y séptimo lugar respectivamente. También llama la atención, los excelentes resultados que muestran países pequeños como Irlanda y Singapur, quienes han logrado penetrar importantes segmentos de las cadenas de valor con servicios intensivos en conocimientos y tecnologías, como son los servicios profesionales y los servicios de informática e información (Gráfico 5).

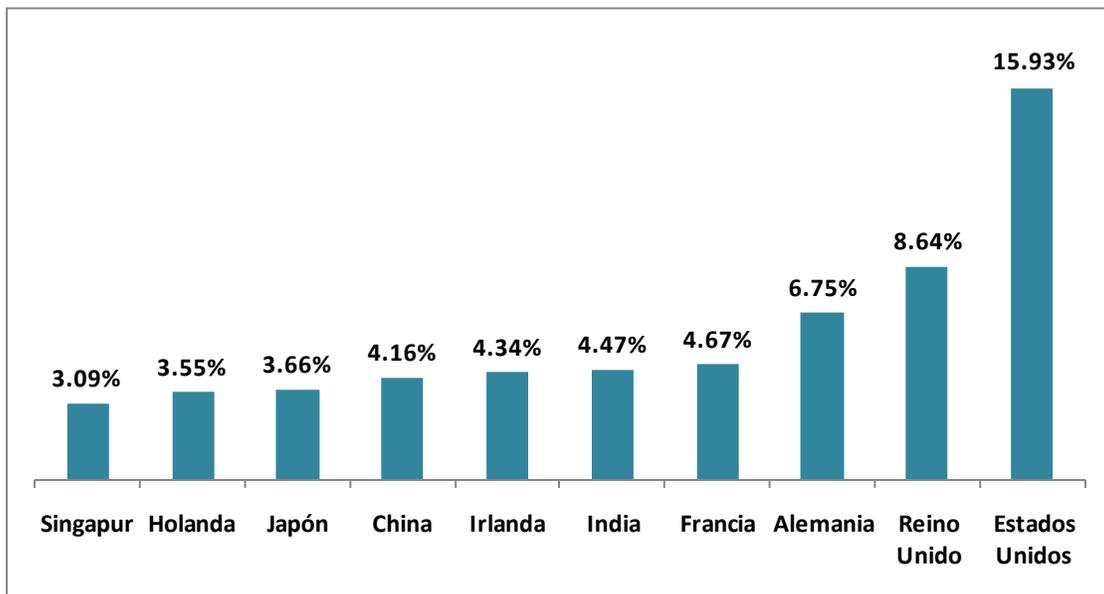


Gráfico 5: Principales exportadores mundiales de Otros Servicios 2012, (%). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

Por otra parte, las categorías más representativas dentro del comercio mundial de Otros Servicios son los Otros servicios empresariales, los servicios financieros, las regalías y licencias y los servicios de Informática e Información. Sin embargo, mientras los Otros servicios empresariales ligeramente van perdiendo peso, los de Informática e Información son los más dinámicos y los de más rápido crecimiento en el comercio mundial de Otros Servicios.



Gráfico 6: Comercio Mundial de Otros Servicios, 2012, (%). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

Respecto a América Latina, la región ha ido perdiendo participación de mercado en las exportaciones de Otros Servicios, y a pesar del crecimiento de los últimos 8 años, aún no alcanza la participación en el comercio mundial de Otros Servicios con que contaba en 1980 (**Gráfico 7**).

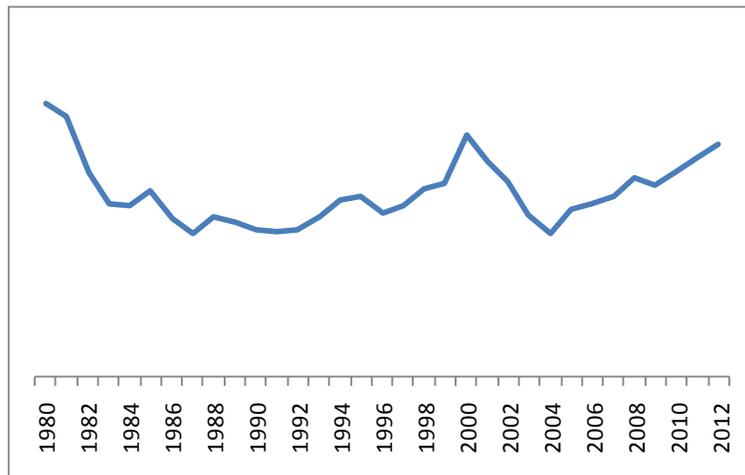


Gráfico 7: Participación de América Latina en Exportaciones Globales de OS, 1980-2012, (%). (Fueron consideradas las cuatro economías más importantes de la región: Brasil, Chile, Argentina y México). Fuente: El autor, con datos de UNCTAD

Pero, ¿cuáles son las principales causas que provocaron esta pérdida de participación de las exportaciones de Otros Servicios de América Latina en el comercio mundial?

En primer lugar, tanto las autoridades políticas como los sectores empresariales de la región, aún no tienen conciencia de la importancia de los Otros Servicios para el crecimiento económico y el papel tan relevante que desempeñan actualmente en la economía mundial, debido fundamentalmente al desconocimiento de un sector que ha emergido con mucha fuerza sólo en los últimos veinte años, y sobre el cual no se dispone aún de suficiente literatura económica e información estadística en comparación con el comercio de bienes.

Además, en el caso de los Otros Servicios, los países de América Latina no presentan, en sentido general, estrategias precisas y definidas de promoción y diversificación de estas exportaciones. Dado el dinamismo de estos

servicios modernos y su importancia en la economía global, así como la alta intensidad tecnológica y de conocimientos que pueden presentar algunos de ellos, es muy importante incorporar explícitamente a este sector en el diseño e implementación de las políticas económicas de la región (Prieto, 2003, p. 24).

Como se explicó anteriormente, los Otros Servicios, como sector que ha emergido con gran fuerza en los marcos del proceso de globalización, también se encuentran integrados al proceso de fragmentación internacional mediante las cadenas globales de valor (CGV), que en muchos casos se encuentran dirigidas en algunos de sus segmentos por empresas transnacionales (ETN), lo que hace muy difícil el acceso de los exportadores de estos rubros a los mercados mundiales más dinámicos.

Los países que son más atractivos para recibir inversiones y han logrado insertarse en cadenas de valor, son los que muestran un mayor crecimiento en las exportaciones de Otros Servicios y en las cuotas de mercado de este sector.

Sin embargo, las economías latinoamericanas son menos atractivas para la localización de actividades en su territorio que otras regiones, como Asia. América Latina, en general, presenta una muy limitada inserción en las cadenas globales de valor de Otros Servicios -y esta es la tercera debilidad que influye sobre la competitividad de estas exportaciones-, similar a la tendencia mostrada en otros productos muy dinámicos, de alta intensidad tecnológica e innovación.

A las economías de la región, le resultaría menos difícil penetrar espacios de mercados con fuertes restricciones a la entrada y asediados por actores muy competitivos, si se integran en redes productivas. Este debe ser un criterio que deben considerar las estrategias de promoción de exportaciones de Otros Servicios en América Latina, pero teniendo siempre presente, que la inserción en cadenas globales de valor depende de varios factores y no constituye por sí sola una condición suficiente para aumentar el valor agregado de las exportaciones ni lograr mayores desprendimientos (spillovers) de esas actividades en el resto de la economía.

Por último, el retraso relativo de América Latina respecto a otras regiones, en cuanto a la infraestructura física y el acceso, uso y apropiación de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) (CEPAL, 2008, p. 155), ha influido en la pérdida de competitividad y dinamismo de las exportaciones de Otros Servicios, así como en la limitada deslocalización de actividades de este tipo hacia esta región. (Para ver cómo aumenta la brecha en estas tecnologías entre América Latina y el resto del mundo/OCDE, y al interior de la región, ver Peres et al, 2009, p. 47-62).

El crecimiento económico está estrechamente vinculado con el acelerado progreso de la ciencia y la tecnología, y en la actualidad, con el paradigma digital vinculado a las TIC (Peres et al, 2009, p. 47). La competitividad de las exportaciones de Otros Servicios depende en gran medida del acceso y la calidad del acceso a las TIC, y especialmente a Internet.

El fuerte crecimiento experimentado por los servicios en los últimos años estuvo motivado fundamentalmente por las nuevas oportunidades que le abrió el desarrollo de estas tecnologías, pues en el pasado muchos servicios no podían efectuarse al no ser transables. Además, los países que intentan aprovechar la descentralización de actividades alrededor del mundo a través de las cadenas de valor, necesitan disminuir las barreras al acceso y al uso de las TIC, brindándoles herramientas electrónicas y digitales suficientemente desarrolladas, que le permitan a las empresas matrices controlar los diferentes segmentos de esas cadenas en tiempo real (CEPAL, 2008, p. 158).

Junto a estas debilidades que presentan en general los países de América Latina y que han incidido en la pérdida de competitividad y participación en el mercado mundial de Otros Servicios, están presentes algunas amenazas de carácter exógeno, como ha sido el sostenido crecimiento que vienen mostrando las exportaciones de algunos competidores muy importantes para la región, en especial algunas economías asiáticas, quienes superan por mucho el comportamiento latinoamericano en este sector exportador. (En Verrier (2011), se realiza un análisis comparado de la competitividad de las exportaciones de Otros Servicios entre las principales economías de América Latina y Asia. En ese trabajo se pudo comprobar, que entre el 2000 y el 2007, las exportaciones de todas las partidas de los Otros Servicios de América Latina perdieron participación en la demanda de la Zona Euro, respecto a las economías asiáticas más dinámicas).

Asia se ha convertido en el centro de la industria manufacturera mundial, basándose en su oferta casi perfectamente elástica de fuerza de trabajo a bajo costo. Esta ventaja comparativa también la han usado para

ocupar un lugar importante en algunos servicios modernos, fundamentalmente vinculados con el desarrollo tecnológico, el conocimiento y la innovación.

Además, la región presentó un intenso crecimiento económico, con escasa volatilidad y estabilidad política y social, permitiendo un ambiente propicio para desarrollar negocios. También ha promovido políticas públicas de apoyo y estímulo a la inversión, lo que favoreció la ubicación de importantes flujos de inversión extranjera directa (IED) y actividades dentro de las cadenas globales de valor (CGV) en esos países.

Muchas economías asiáticas han logrado transitar en trayectorias evolutivas ascendentes respecto al desarrollo tecnológico, superando las primeras etapas de aprendizaje, imitación y adaptación, y cerrando la brecha tecnológica que los separaba de las economías más desarrolladas, y actualmente, debido a esfuerzos realizados en etapas anteriores, han logrado crear capacidades tecnológicas propias, con recursos humanos altamente calificados en áreas científicas y de ingeniería, y una creciente participación en investigación y desarrollo a nivel global (CEPAL, 2008, p. 57).

América Latina presenta grandes posibilidades para convertirse en un importante actor en el comercio mundial de Otros Servicios. Algunas de las ventajas que presenta son la relativamente alta calificación de la fuerza de trabajo y sus bajos costos, la proximidad geográfica relativa de la región con Estados Unidos y algunas naciones de Europa, así como la cercanía cultural y el hecho de compartir los mismos o "cercanos" husos horarios con aquellos países.

Sin embargo, estas ventajas basadas en menores costos y en condiciones naturales, no son suficientes para lograr una inserción sustentada en ventajas dinámicas y adquiridas en los principales mercados de Otros Servicios. Para lograr una competitividad sistémica en este sector, se necesitan importantes esfuerzos y tener en cuenta algunas consideraciones:

- Desarrollar políticas educacionales, que aumenten tanto en cantidad como en calidad la fuerza de trabajo cualificada, fundamentalmente en áreas relacionadas con las TIC y otras actividades muy dinámicas y que son punteras en el paradigma tecnoeconómico vigente, como son los casos de la biotecnología, la nanotecnología, la industria farmacéutica, etc. También es imprescindible para desarrollar este tipo de actividades mejorar el dominio del idioma inglés.
- Mejorar la infraestructura de las TIC, que son las que permiten que muchos de estos servicios modernos se lleven a cabo, y que desempeñen un papel fundamental en la competitividad de las exportaciones de Otros Servicios.
- Estimular y crear incentivos para atraer inversión extranjera directa (IED) en este sector, pero potenciando principalmente aquella inversión que genere externalidades en la economía doméstica, como por ejemplo, que participe en la capacitación de la fuerza de trabajo y en derrames de conocimiento hacia otros sectores, que facilite la creación de encadenamientos productivos con otras empresas locales, universidades, centros de investigación, que introduzca en el país tecnología más compleja.
- Insertarse en cadenas globales de valor, para acceder con menor dificultad a los principales mercados para las exportaciones de Otros Servicios, para ir ganando en experiencia, reputación y confianza a nivel internacional dentro del sector, y para intentar escalar (upgrading) en actividades de mayor complejidad tecnológica dentro de la CGV.
- Poner en práctica una política de apoyo fiscal al sector para promover el incremento de estas exportaciones, fundamentalmente a actividades relacionadas con el desarrollo tecnológico, el incremento de la capacitación de la fuerza de trabajo y la investigación y el desarrollo.
- Crear las condiciones necesarias para, a través del apoyo gubernamental, financiar con tasas de interés apropiadas, el desarrollo de actividades de este tipo, priorizando las más intensivas en tecnología y conocimiento, y con mayores desprendimientos al resto de la economía.
- Estimular la creación de uniones estratégicas entre empresas de servicios que les permita enfrentar los problemas de manera conjunta. En la mayoría de los casos éstas son pequeñas y medianas empresas. Si se generan estímulos para crear algunos tipos de asociaciones o cooperativas, les ayudaría a resistir y mejorar su

desempeño ante la competencia extranjera y otras afectaciones, y también desarrollar otras actividades de mayor complejidad.

- Capacitar y orientar al sector empresarial, que en sentido general desconoce las potencialidades que muestran los Otros Servicios y sus características especiales, a través de la creación de centros de promoción de exportaciones, que difundan investigaciones sobre mercados extranjeros y sus tendencias más importantes, y que orienten al sector empresarial a cómo realizar estas exportaciones que son diferentes a las de bienes; y también la creación de colegios profesionales que permitan la capacitación de sus asociados en temas relacionados con las exportaciones de estos servicios modernos.
- Los esfuerzos por fortalecer la integración regional también pueden ayudar significativamente al impulso de este sector, ya que ampliaría los mercados internos más allá de sus fronteras, hacia economías con características relativamente similares en cuanto a estructura económica, productividad, nivel educacional de la fuerza de trabajo y desarrollo tecnológico.
- Modernizar las regulaciones sobre los servicios, teniendo en cuenta sus particularidades y diferencias respecto a los bienes. Crear un ambiente favorable para que las empresas exportadoras de servicios que se encuentran en la informalidad transiten hacia la economía formal, y que al mismo tiempo que cumplan con sus deberes, se sientan protegidas.
- Desarrollar espacios de competitividad auténtica y sistémica, sustentadas no solo en ventajas comparativas estáticas o naturales, como son la disponibilidad de recursos naturales, los menores costos de la fuerza de trabajo, la cercanía geográfica y cultural de la región a importantes actores globales, etc.; sino que también se potencie e incentive la búsqueda de ventajas dinámicas, sobre todo en actividades de mayor intensidad tecnológicas, que procuren mayores encadenamientos productivos y externalidades en la economía, que estimulen la investigación, la innovación, la difusión de la tecnología y la calificación de los trabajadores, que generen procesos de aprendizaje (upgrading) y cambio tecnológico.

América Latina tiene grandes retos que enfrentar para transitar hacia una senda de crecimiento económico sostenido a través de la transformación productiva basada en el conocimiento y la tecnología, que le permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes y disminuir las grandes desigualdades sociales que le afectan. Para ello la región tiene que adoptar una posición activa, dinámica e ingeniosa. Sin lugar a dudas, las exportaciones de Otros Servicios constituyen una oportunidad importante para comenzar a generar pequeños cambios estructurales que le permitan iniciar el camino del crecimiento económico con equidad.

CONCLUSIONES

Los Otros Servicios (OS), favorecidos por la oleada más reciente del proceso de globalización económica, se han convertido en el sector más importante dentro del comercio internacional de servicios. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), el incremento de la competencia a nivel global y la deslocalización de algunas de estas actividades hacia los países subdesarrollados buscando minimizar costos, entre otros factores, favorecieron su auge en las últimas décadas.

Sin embargo, América Latina pierde participación en las exportaciones mundiales de Otros Servicios debido al desconocimiento que existe entre las autoridades gubernamentales y los sectores empresariales sobre las potencialidades del sector para influir en el crecimiento económico; por la escasez de estrategias nacionales explícitas para la promoción y diversificación de estas exportaciones; por la limitada inserción de las economías de la región en las cadenas globales de valor de Otros Servicios, que se desarrollan fundamentalmente por la deslocalización de esas actividades desde los países desarrollados a los países en desarrollo; y por el retraso relativo de América Latina respecto a otras regiones, en cuanto a infraestructura física y el acceso, uso y apropiación de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, Oneida (2010), *Globalización y problemas del desarrollo. Balance de una década*, AEALC, ANEC Y CEPAL, Santiago de Chile.
- Amin, Mohammad, Aaditya Matoo (2006), *Do institutions matter more for services?*, World Bank, Washington D. C.
- Arunanondchai, Jutamas, Carsten Fink (2007), *Trade in Health Services in the ASEAN Region*, World Bank, Washington D. C.
- Ataman Aksoy, M., Aylin Isik-Dikmelik (2007), *The role of services in rural income: The case of Vietnam*, World Bank, Washington D. C.
- Balassa, B. (1965), *Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage*, The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol. 33, No. 2.
- Borchert, Ingo, Aaditya Matoo (2009), *The crisis-resilience of services trade*, Policy Research Working Paper, The World Bank, Washington D. C.
- Camino, Claudia de (2005), *Comercio internacional de servicios en América Latina*, CEPAL, Santiago de Chile.
- CEPAL (2003), *América Latina y el Caribe: Series Estadísticas sobre el Comercio Internacional de Servicios 1980-2001*, Santiago de Chile.
- _____ (2007), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe, 2006-2007*, Santiago de Chile.
- _____ (2008), *La transformación productiva 20 años después. Viejos problemas, nuevas oportunidades*, Santiago de Chile.
- _____ (2009a), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe, 2008-2009*, Santiago de Chile.
- _____ (2009b), *TradeCAN 2009. Guía del usuario*, Santiago de Chile.
- _____ (2010a), *La hora de la igualdad. Brechas por cerrar, caminos por abrir*, Santiago de Chile.
- _____ (2010b), *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe, 2009-2010*, Santiago de Chile.
- Díaz de la Guardia, Carlos, José Molero Zayas, *La competitividad internacional de los servicios en los países europeos. Una propuesta de taxonomía*, Información Comercial Española: ICE. Revista de Economía, No. 824, Madrid.
- Durán, José E., Vivianne Ventura-Dias (2003), *Comercio intrafirma: concepto, alcance y magnitud*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Eby Konan, Denise, Keith E. Maskus (2004), *Quantifying the Impact of Services Liberalization in a Developing Country*, World Bank, Washington D. C.
- Eischen, Kyle (2004), *Working Through Outsourcing: Software Practice, Industry Organization and Industry Evolution in India*, Center for Global, International and Regional Studies, University of California, Santa Cruz.
- Eschenbach, Felix, Bernard Hoekman (2005), *Services Policy Reform and Economic Growth in Transition Economies, 1990-2004*, World Bank, Washington D. C.
- Fajnzylber, Fernando (1992), *Industrialización en América Latina. De la «caja negra» al «casillero vacío»*, Revista Nueva Sociedad, No. 118.
- Fernandes, Ana Margarida (2007), *Structure and Performance of the Services Sector in Transition Economies*, World Bank, Washington D. C.
- _____, Aaditya Matoo (2009), *Professional Services and Development. A study of Mozambique*, World Bank, Washington D. C.
- Fernandez-Stark, Karina, Penny Bamber & Gary Gereffi (2010), *Workforce Development in Chile's Offshore Services Value Chain*, Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University.
- Ferreira Portela, Philippe (2001), *La liberalización del sector de servicios: El caso del Tratado Unión Europea/México*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Fink, Carsten, Aaditya Mattoo & Ileana Cristina Neagu (2001), *Trade in international maritime services. How much does policy matter?*, World Bank, Washington D. C.
- Fink, Carsten, Deunden Nikomborirak (2007), *Rules of Origin in Services: A Case Study of Five ASEAN Countries*, World Bank, Washington D. C.

- Freund, Caroline, Diana Weinhold (2002), *The internet and international trade in services*, American Economic Review Papers and Proceedings, Vol. 92, No. 2, p. 236-240.
- Gereffi, Gary (2001), *Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización*, Revista Problemas del Desarrollo, vol. 32, No. 125, UNAM, México.
- Gereffi, Gary, Olga Memedovic (2003), *The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries?*, United Nations Industrial Development Organization, Vienna.
- Gereffi, Gary, John Humphrey, Timothy Sturgeon (2005), *The governance of global value chains*, Review of International Political Economy, February, United Kingdom.
- Gerffi, Gary, Karina Fernandez-Stark (2010), *The Offshore Services Value Chain. Developing Countries and the Crises*, World Bank, Washington D. C.
- Gootiiz, Batshur, Aaditya Mattoo (200), *Services in Doha. What's on the table?*, World Bank, Washington D. C.
- Guerrieri, Paolo, Valentina Meliciani (2005), *Tecnología y competitividad internacional: La interdependencia entre manufacturas y servicios a la producción*, Información Comercial Española: ICE. Revista de Economía, No. 824, Madrid.
- Hoekman, Bernard, Aaditya Mattoo (2007), *Regulatory Cooperation, Aid for Trade and the General Agreement on Trade in Services*, World Bank, Washington D. C.
- _____ (2008), *Services Trade and Growth*, World Bank, Washington D. C.
- Hoekman, Bernard, Çağlar Özden (2009), *The Euro-Mediterranean Partnership. Trade in Services as an Alternative to Migration?*, World Bank, Washington D. C.
- Howells, Jeremy (2000), *Innovation and services: New Conceptual Frameworks*, Centre for Research on Innovation and Competition (CRIC) and University of Manchester, Manchester.
- Jensen, Jesper, Thomas F. Rutherford & David G. Tarr (2008), *Modeling Services Liberalization. The Case of Tanzania*, World Bank, Washington D. C.
- Kaplinsky, Raphael, Mike Morris (2000), *A Handbook for Value Chain Research*, IDRC.
- Krugman, Paul, Richard N. Cooper, T. N. Srinivasan (1995), *Growing World Trade: Causes and Consequences*, Brookings Papers on Economic Activity, No. 1, p. 327-337.
- Kuwayama, Mikio, José E. Durán Lima (2003), *La calidad de la inserción internacional de América Latina y el Caribe en el comercio mundial*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Lehmann, Alexander, Natalia T. Tamirisa & Jaroslaw Wiecezorec (2003), *International Trade in Services: Implication for the IMF*, IMF Policy Discussion Paper, IMF, Washington, D. C.
- López, Andrés, Daniela Ramos & Iván Torre (2009), *Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor*, Buenos Aires, CEPAL.
- Maggi, Claudio, Dirk Messner (2002), *Modelos de desarrollo nacionales y desafíos de la globalización. Los casos de Chile, Cuba y México*, Institut für Entwicklung und Frieden der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg, Estado de Renania del Norte-Westfalia.
- Marconini, Mario (2006), *Services in Regional Agreements between Latin American and developed countries*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Mattoo, Aaditya, Randeep Rathindran & Arvind Subramanian (2001), *Measuring Services Trade Liberalization and its Impact on Economic Growth. An illustration*, World Bank, Washington D. C.
- Mattos, José Carlos (2001), *Los desafíos de la Clasificación de los Servicios y su importancia para las negociaciones comerciales*, Santiago de Chile, Serie Comercio Internacional, CEPAL.
- Michalopoulos, Constantine, Vasileios Panousopoulos (2002), *Services Trade in Balkans*, World Bank, Washington D. C.

- Molero Zayas, José, Patricia Valadez Sánchez (2005), *Factores determinantes de la competitividad de los servicios: la importancia de la innovación*, Información Comercial Española: ICE. Revista de Economía, No. 824, julio-agosto, Madrid.
- Mortimore, Michael, Rudolf Buitelaar y José Luis Bonifaz (2000), *México: Un CANálisis de su competitividad internacional*, Santiago de Chile, CEPAL.
- Mulder, Nanno, Sebastián Sáez, Claudia de Camino y Alfonso Finot (2007), *Trade in services in Latin America and Caribbean: an analysis of recent trends*, Serie Comercio Internacional, Santiago de Chile, CEPAL.
- Mulder, Nanno (2009), *Weak links between exports and economic growth in Latin America and the Caribbean*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Ocampo, José Antonio, editor, (2005), *Más allá de las reformas. Dinámica estructural y vulnerabilidad macroeconómica*, CEPAL/ALFAOMEGA, Santiago de Chile.
- OECD (2008), *Regional Investment Strategy. Key Findings of the Sector Specific Study*, Sarajevo.
- OMC (1994), *Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios*, Ginebra.
- _____ (2010), *Estadísticas del comercio internacional 2010*, Ginebra.
- ONU, Comisión de Comunidades Europeas, FMI. OCDE, UNCTAD, OMC (2003), *Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios*, Ginebra, Luxemburgo, Nueva York, París, Washington D. C.
- Partnership en Medición de TIC et al. (2005), *Indicadores claves de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Partnership para la Medición de las TIC para el desarrollo*, ONU, Santiago de Chile.
- Peres, Wilson, Martin Hilbert, editores, (2009), *La sociedad de la información en América latina y el Caribe. Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*, CEPAL, Santiago de Chile.
- Pérez, Carlota (2001), *Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil*, Revista de la CEPAL, No. 75, Diciembre, Santiago de Chile.
- _____ (2010), *Dinamismo tecnológico e inclusión social en América Latina: una estrategia de desarrollo productivo basada en los recursos naturales*, Revista CEPAL, No. 100, Abril, Santiago de Chile.
- Pérez Soto, Olga (2002), *Globalización y gestión del capital. El caso de Chile. La necesidad de una alternativa*, Tesis Doctorado Universitat de Barcelona y Universidad de La Habana, Barcelona y La Habana.
- Piña, Joaquín (2005), *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. El caso de Chile*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Prieto, Francisco (2003), *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios*, Santiago de Chile, CEPAL.
- PRMTR-Poverty Reduction and Economic Management Anchor (2009), *Services Trade for Development*, International Trade Department.
- Sáez, Raúl E., Sebastián Sáez (2006), *Las negociaciones de servicios financieros de Chile*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- Sáez, Sebastián (2005), *Trade in services negotiations: A review of the experience of the United States and the European Union in Latin America*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.
- UNCTAD (2003), *Servicios energéticos y ambientales: Objetivos en las negociaciones y prioridades en materia de desarrollo*, Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra.
- _____ (2005a), *World Investment Report*, United Nations, New York, Geneva.
- _____ (2005b), *Trade in services and development implications*, Geneva.
- _____ (2007), *Trade in services and development implications*, Geneva.

Vaillant, Marcel (2008), *Oportunidades de una economía pequeña y remota en el mundo global: Uruguay como exportador de servicios*, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Santiago de Chile.

Valls Pereira, Lia, Ricardo Sennes & Nanno Mulder (2009), *Brazil's emergence as the regional export leader in services: A case of specialization in business services*, CEPAL, Santiago de Chile.

Vence Deza, Xavier, Manuel González López (2005), *Los servicios intensivos en conocimiento, especialización y crecimiento en Europa*, Información Comercial Española: ICE. Revista de Economía, No. 824, Madrid.

Ventura-Dias, Vivianne, María José Acosta, José Elías Durán, Mikio Kuwayama & José Carlos Matos (2003), *Globalización y servicios: cambios estructurales en el comercio internacional*, CEPAL, Santiago de Chile.

Verrier Quiñones, Roberto (2010), *La competitividad de las exportaciones de servicios de las economías latinoamericanas*, Compilación de la Economía Internacional, Centro de Investigaciones de Economía Internacional (CIEI), Universidad de La Habana.

Wellenius, Björn, Juan Galarza & Bouthenia Guermazi (2005), *Telecommunications and the WTO: the Case of Mexico*, World Bank, Washington D. C.