



Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.1/28
17 de agosto de 1999

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión del Comercio de Bienes y Servicios
y de los Productos Básicos
Cuarto período de sesiones
Ginebra, 20 a 24 de septiembre de 1999
Tema 4 del programa provisional

ANÁLISIS DE LAS EXPERIENCIAS EN DETERMINADOS SECTORES DE SERVICIOS

Nota de la secretaría de la UNCTAD

Resumen

La capacidad de los países en desarrollo para incrementar su participación en el comercio mundial de servicios es esencial para que puedan beneficiarse de la mundialización. Las exportaciones de servicios brindan a esos países la oportunidad de utilizar los conocimientos especializados adquiridos para exportar productos de alto valor. En el caso de los países en desarrollo más pobres, las exportaciones de servicios les pueden ayudar muchísimo a diversificar las exportaciones del país y a depender menos de la venta al exterior de uno o dos productos básicos. No obstante, el servicio en el que más se basan este tipo de estrategias, el turismo, puede encerrar otros riesgos, y por este motivo cualquier estrategia coherente de desarrollo de los servicios debe tener, como uno de sus objetivos, la mejora constante de todo el sector de los servicios para ir ofreciendo servicios especializados y tecnológicamente más avanzados. Esto obliga a dar la máxima preferencia al desarrollo de subsectores de los servicios que sean competitivos, en particular servicios de infraestructura. Para que estas estrategias tengan éxito es esencial atraer inversiones hacia los distintos subsectores de los servicios y adquirir tecnologías para así mejorar la posición de los productores de servicios de los países en desarrollo. Dichas estrategias deben tratar de corregir los desincentivos fiscales y otros desincentivos institucionales que frenan las exportaciones de servicios. Es inevitable que las empresas de los países en desarrollo tropiecen con el obstáculo de la carencia de medios financieros y de tecnología, pero la utilización juiciosa de los conocimientos especializados y el aprovechamiento eficaz de las ventajas de los costos laborales pueden crear la capacidad necesaria para penetrar en los mercados mundiales. A los países en desarrollo le es difícil identificar los obstáculos a sus posibles exportaciones de servicios. La mayor parte de la información que les llega a los países desarrollados sobre esos obstáculos proviene de empresas transnacionales que tienen que batallar con la legislación de un gran número de países. Debe hacerse lo posible por ayudar a los países en desarrollo a identificar tales obstáculos. Las posibilidades de estos países de exportar servicios, particularmente servicios intensivos en trabajo a través de las redes de información, se ha visto facilitado por el crecimiento de la Internet, pero son enormes los problemas tecnológicos y financieros que tendrán que superar, y además deberán afrontar toda una nueva "generación" de problemas de regulación y de competencia, algunos de los cuales quizás habrá que intentar solucionar en el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS).

ÍNDICE

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
I. LA EXPANSIÓN DEL COMERCIO EN DETERMINADOS SUBSECTORES DE LOS SERVICIOS	1 - 23	3
A. Introducción	1 - 2	3
B. Identificación de las ventajas comparativas y de las estrategias para competir	3 - 5	3
C. Ejemplos de estrategias nacionales	6 - 11	5
D. Ejemplos sectoriales	12 - 19	8
E. Actuaciones en el plano regional	20 - 23	10
II. BARRERAS A LAS EXPORTACIONES	24 - 43	12
A. Movimiento de personas físicas	27 - 30	13
B. Circulación física de consumidores	31 - 33	15
C. Presencia comercial	34	16
D. Cuestiones relacionadas con todo el sector de los servicios	35 - 43	16
III. EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS SERVICIOS	44 - 55	18
A. Obstáculos	45 - 46	22
B. Condiciones del éxito	47 - 48	23
C. Cuestiones merecedoras de una mayor reflexión	49 - 55	23
CONCLUSIONES	56 - 60	26
Recuadro 1. La industria india de servicios de desarrollo de programas informáticos		19

I. LA EXPANSIÓN DEL COMERCIO EN DETERMINADOS
SUBSECTORES DE LOS SERVICIOS

A. Introducción

1. En su tercer período de sesiones la Comisión decidió incluir en su programa el "análisis de determinados sectores de servicios, con inclusión del análisis de experiencias con éxito en esos sectores, especialmente las que han aumentado la capacidad de exportación de países en desarrollo (por ejemplo, los servicios profesionales y a las empresas, y el acceso a los servicios de transporte), con inclusión de las consecuencias sobre el desarrollo del comercio electrónico".

2. La presente nota de antecedentes se ha preparado como aportación al debate sobre este tema. En el capítulo I se exponen ejemplos de estrategias de los servicios que han tenido éxito, tanto en lo que se refiere a fortalecer el sector nacional de los servicios como a incrementar sus exportaciones. En el capítulo II se indican los obstáculos con que tropiezan los países en desarrollo para incrementar su participación en los mercados mundiales de servicios, obstáculos que pueden frustrar estas estrategias. En el capítulo III se analizan las nuevas dificultades y oportunidades que el crecimiento del comercio electrónico ha supuesto para los países en desarrollo en el doble ámbito de la elaboración de esas estrategias y de la penetración en los mercados mundiales de servicios, así como las nuevas cuestiones que ese crecimiento obligará a discutir en las negociaciones.

B. Identificación de las ventajas comparativas y
de las estrategias para competir

3. La mundialización, la privatización y los avances de las tecnologías de la información fomentan la expansión de los mercados mundiales de servicios y ofrecen mayores oportunidades de comercio a los proveedores de los países en desarrollo. Ahora bien, sólo podrán aprovechar estas oportunidades si se dan las condiciones clave siguientes: i) si los gobiernos atribuyen la máxima prioridad a los subsectores de servicios con un potencial de exportación, mejoran la infraestructura de los servicios, desarrollan los recursos humanos y la capacidad institucional e introducen reformas en la legislación que regula estas actividades; ii) si las empresas del sector privado tienen capacidad suficiente para producir la masa crítica de servicios necesaria para poder exportar servicios; iii) si los servicios producidos son competitivos en cuanto a los costos; iv) si los servicios producidos tienen un nivel internacional de calidad aceptable; v) si las empresas de servicios reciben suficiente apoyo e incentivos para establecer vinculaciones con los mercados; y vi) si esas empresas tienen acceso a los mercados objetivo. Como se reconoce claramente en el artículo IV del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), el acceso a la tecnología es esencial para llegar a crear una capacidad de exportación en los subsectores de servicios de los países en desarrollo, que deben hacer frente a los problemas que les plantean la escasez de capital y una serie de obstáculos que frenan su capacidad de suministro de servicios. Estos factores han supuesto problemas enormes en muchos países en desarrollo, pero algunos han tenido, a pesar de

todo, mucho éxito en la exportación de servicios técnicos gracias a un elemento clave, que ha sido el contar con profesionales altamente capacitados. El disponer de servicios de infraestructura, como son servicios financieros, servicios de transporte y servicios de comunicación de alta tecnología, puede favorecer el desarrollo de una capacidad de exportación en otros subsectores, sobre todo gracias a la atracción de inversiones privadas.

4. En muchos países el primer problema que tuvieron que afrontar al elaborar una estrategia de fomento de los servicios fue el de corregir los desincentivos legales y fiscales que penalizaban la exportación de servicios en comparación con la de mercancías. Como tradicionalmente los servicios no se consideraban un sector de exportación, los productores de servicios no contaban con los mecanismos utilizados para fomentar las exportaciones de mercancías. Los productores de servicios se enfrentan a niveles elevados de protección arancelaria contra las importaciones de los bienes de capital y otros factores de producción indispensables para producir el correspondiente servicio con eficiencia. Por lo general, los exportadores de servicios no tienen acceso a créditos a la exportación ni pueden obtener tampoco la desgravación de los impuestos indirectos sobre las exportaciones que se les concede a los buenos exportadores. Excepcionalmente, algunos países como Colombia han adoptado medidas para que los exportadores de servicios como los de turismo, los servicios médicos y el transporte terrestre, se beneficien de la devolución de los derechos de aduana sobre los productos importados utilizados en la producción de los servicios exportados.

5. El desarrollo de una capacidad de exportación en el sector de los servicios ha sido fundamental para los intentos hechos por algunos países para diversificar sus exportaciones y escapar así a la dependencia excesiva que tenían de las exportaciones de productos básicos. El ejemplo de Mauricio es notable. La estrategia inicial que adoptó este país en la década de 1980 consistió en fomentar el sector del turismo, y los recursos para financiar las inversiones necesarias provinieron de los beneficios inesperados que le supusieron al país los elevados precios mundiales del azúcar en ese momento. Pero Mauricio ha continuado con su política de diversificar su economía hacia el sector de los servicios, y con este fin creó una zona portuaria franca para hacer de ella un centro de prestación de servicios portuarios a todo el África meridional y oriental. Institucionalmente tuvo que celebrar acuerdos regionales de desarrollo y cooperación económica como condición para poder prestar servicios a todos esos países. El capital indispensable se reunió gracias a inversiones accionariales y créditos del Estado, así como a créditos de instituciones financieras multilaterales. Para la elaboración y ejecución del proyecto hubo que convocar un concurso público internacional por el que se adjudicaron los servicios de consultoría a una empresa extranjera, ya que en el país no había los conocimientos técnicos indispensables. Ahora estos servicios portuarios producen unos ingresos muy considerables.

C. Ejemplos de estrategias nacionales

1. Actividades comerciales y financieras supranacionales

6. La política de diversificación seguida por Mauricio llevó a fomentar las actividades comerciales y financieras supranacionales (offshore activities). Se adoptaron las medidas reguladoras, legislativas y fiscales necesarias con el propósito de apoyar plenamente el desarrollo del sector comercial y financiero supranacional, particularmente en las esferas de los fondos de inversión, las sociedades de inversión y el comercio exterior. También se promulgaron disposiciones legales con el fin de proteger a los inversores extranjeros y establecer las salvaguardias necesarias para mantener la reputación del país como territorio financiero creíble y seguro. Se ha revisado regularmente toda esta legislación con el fin de no quedarse rezagados con respecto a las novedades introducidas en otros territorios financieros supranacionales y de proporcionar a los inversores instrumentos de inversión más eficientes. Se creó la Oficina Mauriciana de Actividades Empresariales Supranacionales (Mauritius Offshore Business Activities Authority) (MOBAA) como órgano encargado de la regulación, autorización y supervisión de todas las actividades empresariales supranacionales de carácter no bancario. Los bancos supranacionales siguieron sometidos a la supervisión del Banco Central, pero se les eximió de los requisitos en materia de reservas obligatorias y de normas prudenciales, aunque sí quedaron sujetos a un impuesto sobre los beneficios del 15%. El número total de instituciones supranacionales autorizadas alcanzó la cifra de 8.150 en 1998, con unos ingresos brutos de 77 millones de dólares en 1997. Los beneficios directos e indirectos totales del sector comercial y financiero supranacional se han estimado en un 2,5% del PIB del país. El empleo total en este sector es pequeño (0,15% de la población activa), pero se caracteriza por tener un alto potencial de ganancias y de valor añadido.

7. El acuerdo de doble imposición firmado con la India, que coincidió con la liberalización de la economía india y la puesta en marcha en Mauricio del sector comercial y financiero supranacional, ofreció una oportunidad extraordinaria de canalizar inversiones hacia la India y contribuyó al éxito de ese sector de la economía mauriciana. Al ser un territorio con incentivos tributarios, Mauricio ha basado el desarrollo de su sector comercial y financiero supranacional en una red cada vez más extensa de acuerdos de doble imposición, lo cual ha acrecentado la fama de seriedad de que goza el país como territorio supranacional fiscalmente eficiente para planear inversiones en el extranjero. Las distintas ventajas que ofrecen esos tratados fiscales han atraído a los inversores que buscan reducir al mínimo sus costos en el momento de repatriar los ingresos que les producen las inversiones que han realizado en el país con el cual existen ese tipo de tratados. Se calcula que los capitales invertidos en la India provenientes de Mauricio se elevan a unos 6.000 millones de dólares, lo que representa el 32% de las entradas totales de inversiones extranjeras directas y de cartera en la India.

8. La política de Mauricio es basar la segunda fase del desarrollo del sector comercial y financiero supranacional en utilizar la experiencia adquirida para extender este tipo de servicios a África y Asia y además crear una capacidad parecida en otras ramas de los servicios. Entre las nuevas

actividades empresariales, la MOBAA está fomentando el negocio de los seguros cautivos y la creación de un centro de financiación y matriculación de aeronaves en el que se podrán hipotecar y arrendar aeronaves y sus partes. Un factor esencial del éxito de estas políticas ha sido el hecho de que Mauricio ha sabido conservar una excelente "imagen" internacional, sobre todo el ámbito de la exportación de servicios de turismo. La situación geográfica del país, su pertenencia a bloques regionales y su historial como territorio comercial y financiero supranacional de fama también han contribuido mucho a ese éxito.

2. Servicios portuarios

9. Sri Lanka ha explotado con éxito sus ventajas naturales para convertirse en un importante puerto central de distribución de carga para el tráfico de contenedores en la región del Asia meridional. Su especialización como terminal de contenedores se basó en el desarrollo de su capacidad interna, lo que le permitió ganar productividad y aumentar sus ingresos de exportación. En el período de 1979 a 1997 el tráfico de contenedores se multiplicó casi por cien, con el resultado de que el país alcanzó en 1993 el puesto 31 de la clasificación mundial por ese tráfico, y la demanda superó la capacidad de manutención de contenedores en el puerto de Colombo. Con el fin de reforzar su posición frente a sus competidores ante la demanda del mercado se ha previsto ampliar y modernizar los puertos, ampliación que se financiará con créditos directos del presupuesto del Estado, completados con inversiones privadas resultado de la adjudicación, en concursos internacionales públicos, de contratos de "construcción, explotación y retrocesión" y contratos de "construcción, posesión y explotación". También se decidió privatizar servicios portuarios auxiliares, entre ellos la reparación de buques. En el aspecto institucional, para fomentar la competencia leal entre los proveedores públicos y privados de servicios portuarios se estableció un organismo independiente, la Autoridad Reguladora Portuaria. Para mejorar la eficiencia y productividad portuarias se consideró importante elevar el nivel de conocimientos técnicos de los trabajadores, y para ello se buscó la cooperación internacional con el fin de formar a especialistas en el empleo de tecnologías avanzadas y sistemas modernos de información e informatización. Gracias a esto, el sector de los transportes ha desempeñado un papel cada vez más importante en Sri Lanka, pues el excedente neto generado por los servicios de transporte aéreo y marítimo y los servicios portuarios aumentó a una tasa anual del 13% en los últimos años.

3. Servicios de consultoría e ingeniería

10. La India ha logrado crear una capacidad en la rama de los servicios especializados de consultoría e ingeniería, que se ha convertido en un importante sector exportador: los ingresos totales de exportación de dos asociaciones profesionales en 1997-1998 alcanzaron la cifra de 330 millones de dólares. Las exportaciones de servicios de consultoría e ingeniería primero se canalizaron hacia África y Asia, más tarde hacia el Oriente Medio, y últimamente a otros mercados. En vista de la preocupación cada vez mayor por conservar el medio ambiente, la mayoría de las empresas indias de servicios de ingeniería comenzaron a ofrecer algunos servicios de consultoría

ambiental y energética. Aunque las ventas en el mercado interior constituyen la base principal de su actividad empresarial, varias de ellas han adoptado estrategias orientadas a la exportación. Como consecuencia de esto, el 17% de las empresas de consultoría obtuvieron más de la mitad de sus ingresos de las ventas en el extranjero. Un elemento importante de su éxito fue el contar con oficinas de representación y redes en el extranjero, en particular mediante la constitución de empresas conjuntas. En cambio, las empresas indias han tenido muy poco éxito en los concursos públicos internacionales a los que se han presentado, pues por lo general no pudieron cumplir las cláusulas de orden no técnico de los concursos, por ejemplo la prestación de garantías bancarias. El moderado éxito que ha tenido la India en la exportación de servicios de consultoría pone de manifiesto las dificultades con que tropiezan los países en desarrollo para exportar servicios basados en conocimientos especializados como consecuencia de no haber conseguido asentar su credibilidad en lo que se refiere al nivel de competencia y complejidad alcanzado por esos países en el campo de la ciencia y la tecnología y otros campos basados en conocimientos especializados. Para compensar esta desventaja, esos países deben iniciar una campaña de información positiva en revistas profesionales y redes electrónicas de información para dar a conocer sus éxitos y sus credenciales técnicas, pero además hay que alentar a las instituciones financieras multilaterales a que incluyan en sus listas de consultores a empresas de consultoría de países en desarrollo. Por otra parte, la ventaja comparativa demostrada que ha alcanzado la India en la rama de los servicios de consultoría e ingeniería ha animado al Gobierno a abrir el mercado nacional a la competencia, suprimiendo los controles a la participación del capital extranjero y otorgando plena igualdad de trato con las empresas nacionales a las empresas extranjeras que prestan estos servicios en la India, con el fin de fomentar la innovación.

4. Servicios de telecomunicaciones

11. En Chile la industria de las telecomunicaciones se caracterizaba a principios de la década de 1980 por el número insuficiente de líneas telefónicas y la carencia de capitales para hacer inversiones en el desarrollo de la infraestructura necesaria. Por esto se decidió abrir este subsector a la inversión privada nacional e internacional como única solución viable para atraer los capitales necesarios, y a principios de la década de 1990 el Estado había dejado de tener participaciones accionariales en las compañías nacionales de telecomunicaciones. Retuvo una función subsidiaria con el fin de ayudar al desarrollo de las telecomunicaciones en las regiones que eran menos rentables pero convenientes por motivos sociales, así como para promover un desarrollo regional más equilibrado dentro del país. En Chile se han implantado las tecnologías más avanzadas, en particular la digitalización de la red de telecomunicaciones, la fibra óptica y la transmisión por satélite. Como el mercado está creciendo a una tasa anual media del 20%, se prevé que el número de compañías de telecomunicaciones alcanzará la tasa por habitante más alta del mundo, y el subsector se ha convertido ya en el segundo mayor receptor de inversiones extranjeras directas en el sector chileno de los servicios. El suministro de teléfonos fijos y móviles, caracterizado por unas tarifas y unos gastos telefónicos generales más bajos, siguió la tendencia observada en el resto del mundo y

permitió atender las necesidades crecientes de la población. La construcción de una infraestructura eficiente de telecomunicaciones contribuyó a atraer inversiones extranjeras directas hacia la economía en general y permitió a Chile celebrar acuerdos con el Perú y la Argentina para proporcionar servicios telefónicos a la región limítrofe, con lo cual el país logró crear su primera capacidad de exportación a escala regional. Asimismo constituyó una buena base para la participación de empresas chilenas en el comercio electrónico internacional de servicios.

D. Ejemplos sectoriales

1. Transporte marítimo

12. El éxito o fracaso de los países en desarrollo que exportan o importan mercancías de poco valor con escasas posibilidades de diferenciación pero riesgos grandes de sustitución depende en gran parte de la disponibilidad de servicios de transporte marítimo y de su costo. En 1996 los fletes representaron por término medio el 8,1% del valor de las importaciones de los países en desarrollo, en comparación con un promedio del 4,2% del valor de las importaciones en el caso de los países desarrollados con economía de mercado. Estos problemas de transporte se ven agravados por los desequilibrios del tráfico, que repercuten en el costo y la disponibilidad de los servicios de transporte, problema que puede ser particularmente grave para los países que exportan o importan mercancías de poco valor. Un ejemplo lo constituyen las rutas marítimas asiáticas, en las cuales algunos porteadores registraron desequilibrios de tráfico de hasta 3:1 entre el volumen de mercancías exportadas y el de mercancías importadas transportadas por buques de línea regular.

13. Compañías de navegación de una serie de países en desarrollo han logrado ocupar una posición destacada en el transporte marítimo mundial. Esos países son la Provincia china de Taiwán, la República de Corea, China, Singapur, Malasia y Kuwait. Compañías de otros países como México, Colombia y Chile tienen una presencia importante en el ámbito regional. Además, de los 20 mayores operadores de servicios de contenedores por el número de buques y la capacidad total de carga, 8 son de países en desarrollo. La aparición de algunas de estas grandes Potencias marítimas ha sido posible gracias a la intervención en gran escala del Estado. Otras vías han sido la constitución de empresas conjuntas regionales para la explotación de determinados tipos de servicios en ciertas rutas, la concentración en el comercio intrarregional o la provisión de servicios de enlace en cooperación con compañías de línea regular de ámbito mundial. La liberalización del acceso a los mercados de transporte marítimo y la mundialización de la producción de servicios de este transporte han producido en principio una situación en la cual los beneficios ya no están reservados a las compañías navieras nacionales ni los nichos de mercado están protegidos contra la competencia extranjera. Sin embargo, como las presiones de la competencia no se han limitado a las operaciones de las compañías de línea regular sino que aumentan en todos los demás subsectores, encontrar un nicho de mercado no sería una solución para los porteadores de los países en desarrollo, sino que solamente les ayudaría a mejorar la eficiencia.

14. Los países en desarrollo han sido los principales proveedores de tripulantes para la flota mercante mundial. A Filipinas, el mayor proveedor del mundo de tripulantes, le corresponde alrededor del 20%, unos 200.000, del número total de tripulantes. Se calcula que el 50% de las tripulaciones de los buques que navegan con pabellones de los países miembros de la OCDE son nacionales de países que no pertenecen a esta organización.

2. Servicios de construcción, ingeniería y diseño

15. El mercado internacional de servicios de construcción ha visto llegar a él un número cada vez mayor de nuevos proveedores de países en desarrollo. A raíz de la explosión del precio del petróleo de 1975, el Oriente Medio se convirtió en el mayor mercado regional de la construcción, ya que la financiación no planteó ningún problema a las empresas internacionales de servicios de construcción. Unas pocas de estas empresas, de un puñado de países en desarrollo, aprovecharon las oportunidades que les ofrecía este lucrativo mercado y lucharon por llevarse proyectos de construcción de infraestructuras en los que emplearon a técnicos en ingeniería y trabajadores de la construcción de sus países de origen, así como mano de obra barata de otros países en desarrollo. Su cuota del mercado internacional se aproximó al 20% a comienzos de la década de 1980, pero con la contracción del mercado del Oriente Medio su cuota del mercado cayó muy por debajo del 10% en la década de 1990. No obstante, unas pocas de estas empresas de China, la República de Corea, el Brasil, Singapur, Indonesia, la Argentina, México y Filipinas siguieron figurando entre los 250 mayores contratistas internacionales.

16. Un número creciente de países en desarrollo ha logrado con bastante éxito producir profesionales con determinadas calificaciones tales como ingenieros, arquitectos, diseñadores, economistas, analistas financieros y ecologistas. Además, muchos de estos países han logrado desarrollar una capacidad de gestión y organización que, unida a los bajos costos en esos países de la mano de obra de la construcción calificada y no calificada, ha ayudado a sus empresas de construcción a penetrar en este mercado internacional. Por otra parte, la cooperación entre empresas de la construcción de países en desarrollo y de otros países ha aumentado y favorecido la capacidad productiva y la competitividad de aquellas empresas. Por lo general esa cooperación entre empresas ha sido puntual y para actividades de producción y comercio. Más concretamente, la subcontratación se ha convertido en un trampolín para la entrada de las empresas pequeñas y medianas de este sector en este mercado internacional.

17. La subcontratación mundial de factores de producción por las empresas de la construcción de países desarrollados, en particular la búsqueda de servicios de diseño e ingeniería, equipo y materiales de construcción más baratos, por una parte, y el interés de los países en desarrollo en adquirir tecnologías extranjeras, por otra, son dos de los factores que explican el importante aumento de los acuerdos de colaboración entre empresas del Norte y del Sur. Esto ha estimulado la subcontratación internacional de tecnología y de métodos más avanzados de gestión y comercialización de empresas de países en desarrollo, lo que ha favorecido a sus exportaciones. Sin embargo, a

pesar de estos factores positivos, las empresas de la construcción de los países en desarrollo siguen tropezando con problemas para incrementar sus exportaciones. Dos factores de peso son la importancia cada vez mayor que tiene el poder contar con recursos financieros para ganar concursos de proyectos en los mercados de exportación y la debilidad de los países en desarrollo para obtener capitales en los mercados financieros internacionales. Otros dos factores también de peso son la persistencia de obstáculos a la circulación de trabajadores entre los países y el escaso acceso de las empresas de países en desarrollo a los mercados de los países desarrollados, como consecuencia entre otras cosas de las políticas y procedimientos de compras del sector público en esos mercados y de varios otros tipos de barreras arancelarias que no son transparentes.

18. La existencia de disposiciones complejas en materia de protección del medio ambiente y de seguridad, las normas técnicas, los procedimientos de registro, el nivel de calificaciones de los trabajadores y las disposiciones en materia de licencias son otros tantos factores que dificultan la realización de negocios en un mercado extranjero y suponen una discriminación contra las compañías extranjeras. El problema se complica en el caso de los países donde esas disposiciones, normas y procedimientos varían de un Estado o región a otro. En lo que se refiere a las compras del sector público y a la preferencia dada a la compra de productos nacionales, habría que estudiar la forma de conseguir una política de compras del sector público más liberal y transparente. Un aspecto particularmente importante es fomentar la difusión de tecnologías de la información en el sector de los servicios de construcción, ingeniería y diseño.

19. La debilidad de los países en desarrollo en el segmento del diseño y la ingeniería es notable. En efecto, más del 95% del mercado internacional de diseño e ingeniería está controlado por empresas de países desarrollados. Esto obedece a las características de los servicios que son intensivos en conocimientos especializados y a la utilización particularmente fuerte de tecnologías de la información en su producción y suministro, principalmente en los países desarrollados. Estas tecnologías han ahorrado tiempo y trabajo y han permitido adaptarse rápidamente a los cambios de coyuntura del mercado. Como consecuencia de esto, han disminuido considerablemente los costos del diseño técnico y ha mejorado la rapidez y precisión de su ejecución. Tales tecnologías han acentuado las dificultades con que tropiezan las empresas de ingeniería y diseño de los países en desarrollo en el mercado mundializado y liberalizado actual. Invertir en tecnologías de la información es caro y arriesgado, en parte por los recursos financieros que exige, la proliferación de normas en materia de tecnologías de la información y la rapidez con que estas últimas se vuelven obsoletas. A pesar de su debilidad en este subsector, resulta alentador comprobar que unas cuantas empresas de diseño e ingeniería de países en desarrollo han logrado penetrar en el mercado internacional del diseño técnico.

E. Actuaciones en el plano regional

20. Aunque, como se ha señalado, algunos países en desarrollo han logrado poner en práctica con éxito estrategias de exportación de servicios orientadas al mercado mundial, para muchos países en desarrollo los mercados

de exportación en lo que se refiere a la mayoría de los servicios son sus países vecinos. En consecuencia, la integración regional y subregional parece brindar oportunidades excelentes de incrementar el comercio de servicios y de fortalecer la capacidad de las empresas de países en desarrollo para exportar al mercado mundial. No obstante, los países en desarrollo se han mostrado lentos en incluir los servicios en sus acuerdos regionales y subregionales de integración; de hecho, en la mayoría de los casos los compromisos recogidos en el AGCS han sido el primer intercambio de obligaciones entre los participantes en esos acuerdos.

21. Las negociaciones para la liberalización del comercio de servicios tienen lugar en foros diferentes y en ámbitos también diferentes: bilateral, regional y multilateral. No obstante, todas estas negociaciones están interrelacionadas, pues los compromisos adoptados en uno de esos ámbitos influyen en lo que se acuerda en los demás ámbitos, de modo que todo el proceso de negociaciones se vuelve más bien complejo. Cuanto mayor es el nivel de los compromisos adoptados en el ámbito multilateral y más amplio su alcance, más reducido es el campo que queda para acordar medidas de liberalización preferencial en el marco de acuerdos bilaterales o regionales. Por consiguiente, los miembros de acuerdos subregionales de integración deben adoptar una posición común respecto de los sectores en los cuales el acceso a servicios extranjeros podría tener la máxima repercusión positiva en sus respectivas economías y metas de desarrollo. La primera prioridad en una agrupación subregional sería fortalecer y armonizar los regímenes reguladores de un grupo preferente de servicios. Como se ha visto por los ejemplos anteriores, el acceso al mercado regional y la existencia de una estructura institucional regional o subregional pueden proporcionar el marco para atraer inversiones que contribuyan a desarrollar ramas de los servicios orientadas a la exportación. El acceso preferencial a los mercados de los países en desarrollo vecinos puede estimular la creación de una nueva capacidad de exportación, y a su vez ese acceso puede verse facilitado por factores culturales y lingüísticos.

22. Habría que apoyar la tendencia natural a exportar a países de la misma región, por ejemplo suprimiendo los visados y las limitaciones a la circulación de personas físicas; estableciendo programas de estudios comunes para los países miembros de la agrupación regional, lo que facilitaría enormemente el reconocimiento mutuo de los diplomas y otras calificaciones profesionales; suavizando los requisitos que deben cumplir las empresas extranjeras a fin de obtener las autorizaciones necesarias para poder realizar distintos tipos de actividades en el país receptor; y abriendo el mercado de compras del sector público a empresas de otros países de la región.

23. En muchos países se han aplicado estrategias dirigidas a integrar las ciudades en la economía mundial basadas en el establecimiento de una combinación adecuada de servicios. Se observa una concentración cada vez mayor de servicios en un número relativamente reducido de ciudades "mundiales" o regionales, cuya principal actividad económica consiste en producir servicios especializados, tales como servicios financieros, servicios de medios de comunicación de masas, servicios de educación y salud

y servicios de turismo, incluido el turismo de negocios. Una ciudad gana en importancia si desempeña con eficacia y eficiencia una serie de funciones que se puedan orientar a prestar diferentes servicios a una subregión. Para ello son fundamentales las conexiones con las redes internacionales de transporte y comunicaciones.

II. BARRERAS A LAS EXPORTACIONES

24. Los intentos de los países en desarrollo por hacer de los servicios un importante capítulo de exportaciones y un elemento impulsor del desarrollo y penetrar en el mercado mundial de los servicios han tropezado con grandes barreras, que incluyen las barreras al acceso a los mercados y el trato nacional, tal como se definen uno y otro en los artículos XVI Y XVII del AGCS, así como los obstáculos a la entrada en el mercado originados por las prácticas restrictivas de la competencia, las subvenciones y otras medidas. La próxima ronda de negociaciones sobre el comercio de servicios conforme al artículo XIX del AGCS, que tendrán por objeto lograr un nivel de liberalización progresivamente más elevado de ese comercio, debe comenzar antes de finales de 1999 y puede ofrecer a los países en desarrollo una oportunidad para eliminar esas barreras.

25. Las matrices construidas para ilustrar la amplitud de los compromisos asumidos por los miembros del AGCS indican en general que los países desarrollados han aceptado compromisos en muchos más sectores que los países en desarrollo. Ahora bien, estas comparaciones ocultan que: a) muchos de los compromisos ofrecidos por los países desarrollados lo único que han hecho ha sido consolidar el statu quo sin proporcionar un verdadero acceso a los mercados; b) no se han asumido compromisos significativos en el modo de suministro que más interesa a los países en desarrollo, esto es, el movimiento de personas físicas; c) los países en desarrollo no tienen capacidad para beneficiarse del acceso proporcionado en los mercados de los países desarrollados en la mayoría de los casos; y d) las situaciones contrarias a la competencia, las posiciones de dominio en el mercado, las prácticas comerciales restrictivas, las subvenciones y otros factores semejantes impiden a las empresas de países en desarrollo competir con eficacia en los mercados extranjeros. Además, factores geográficos o culturales especiales (por ejemplo la no aceptación por consenso de materiales audiovisuales extranjeros en un mercado aparentemente "abierto") también pueden impedir efectivamente la entrada en los mercados.

26. La estructura del AGCS permite a los países en desarrollo ofrecer compromisos de liberalización del comercio en aquellos subsectores de los servicios en que el acceso a los servicios extranjeros y a las inversiones extranjeras podría tener un mayor impacto positivo en la economía. Por ejemplo, la mayoría de los países en desarrollo han contraído compromisos con respecto a la presencia comercial en el subsector del turismo con el fin de alentar las inversiones extranjeras en instalaciones turísticas. El AGCS permite también utilizar las prescripciones en materia de resultados para asegurarse de que esa presencia extranjera produzca los máximos efectos beneficiosos. En ciertos subsectores, por ejemplo los servicios ambientales,

el interés principal de los países en desarrollo por el momento es tener acceso a servicios extranjeros, ya que para ellos ese acceso es la condición previa que les permitirá estar mejor equipados para hacer frente a los problemas ambientales y, eventualmente, llegar a ser proveedores de servicios en esta rama. Por consiguiente, la participación en las negociaciones que se desarrollarán en el marco del AGCS deben verse como una prolongación de la estrategia nacional en el sector de los servicios. En esas negociaciones podrían asumirse compromisos encaminados a estimular las inversiones extranjeras, aumentar la eficiencia y alcanzar otras metas de desarrollo sostenible, y además las peticiones deberían enfocarse hacia aquellas medidas y prácticas extranjeras que entorpecen el acceso de los proveedores de países en desarrollo a los mercados mundiales o reducen los beneficios que las empresas de esos países podrían extraer de su participación en el comercio de servicios.

A. Movimiento de personas físicas

27. El movimiento de personas físicas es la clave para la participación de los países en desarrollo en el mercado mundial de servicios. La ventaja que han visto los países en desarrollo en sus costos laborales les ha llevado a dar preferencia a los compromisos relativos al cuarto modo de suministro definido en el AGCS, el movimiento de personas físicas. Los compromisos referentes a este modo de suministro están vinculados en gran parte a la presencia comercial, la cual proporciona efectivamente a las empresas transnacionales (ETN) flexibilidad para trasladar ejecutivos y técnicos en el interior de sus redes empresariales mundiales. En cambio, tanto las empresas de países en desarrollo que carecen de esa presencia comercial como los profesionales independientes de estos países tropiezan con la imposición de restricciones de visados o la exigencia de una prueba de necesidades económicas. Esto es evidente en el caso tanto de las actividades de servicios que requieren pocas calificaciones (por ejemplo la construcción y el servicio doméstico) como de los servicios que exigen calificaciones elevadas, los programas informáticos diseñados según las especificaciones del cliente o la participación en diversos proyectos internacionales que necesitan una gran diversidad de calificaciones y competencia técnica. Además, los compromisos asumidos en el marco del AGCS con respecto a la circulación de las personas físicas adolece de una falta de especificidad sectorial, lo cual pone de manifiesto la importancia de conseguir compromisos con respecto al cuarto modo de suministro en estos subsectores.

28. La exigencia de una prueba de necesidades económicas es un hecho muy frecuente al establecer reservas a los compromisos en materia de movimiento de personas físicas, y dado su carácter discrecional y no transparente esas pruebas constituyen barreras importantes al comercio de servicios y frustran las oportunidades de acceso a los mercados creadas por esos compromisos. Tales pruebas significan que el organismo oficial competente de un país concederá el acceso al mercado de ese país si se cumplen ciertas condiciones que tienen en cuenta la demanda de servicios o la capacidad de nacionales del país para prestar tales servicios. Estas condiciones pueden ser cuantitativas o cualitativas, en función de las condiciones del mercado local y la existencia de proveedores locales de servicio, las características de la

población o cualesquiera otros criterios. Esto indica que una mayor apertura del acceso de las personas físicas a los mercados dependería de los límites que se pudieran poner a la exigencia de pruebas de necesidades económicas o de que la aplicación de estas pruebas se hiciera de forma más previsible. El dinamismo creciente de los mercados significa que se dispone de menos tiempo para solucionar un problema, lo que a su vez exige poder contar inmediatamente con los servicios de un profesional. Todo retraso en la tramitación de las solicitudes de visados y otras formalidades similares influye negativamente en la prestación de servicios profesionales por extranjeros.

29. El no reconocimiento de los diplomas y calificaciones profesionales entorpece enormemente la circulación de personas físicas, lo que significa que la armonización de los programas de estudios o el reconocimiento mutuo de las calificaciones es una condición previa e indispensable para la libre circulación de personas físicas y para la posibilidad de establecerse en el extranjero. Además, las asociaciones profesionales pueden adoptar normas que limitan las posibilidades de los profesionales extranjeros de suministrar un servicio en el exterior. Los acuerdos entre países para el reconocimiento mutuo de diplomas o calificaciones profesionales se ha extendido mucho en los últimos años. Varios países han notificado acuerdos de reconocimiento mutuo conforme a lo estipulado en el párrafo 4 del artículo VII del AGCS. En los países miembros del Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (CEAP) se ha empezado a trabajar en la confección de un directorio de los requisitos para la prestación de servicios profesionales, en particular de contables, ingenieros y arquitectos. También se han concertado en la región un gran número de acuerdos bilaterales sobre el reconocimiento de normas prácticas. En junio de 1999 se ultimó el texto de un acuerdo marco entre los Estados Unidos y la Unión Europea para negociar el reconocimiento mutuo de diplomas, aunque todavía deben aprobarlo los gobiernos. Ese acuerdo establecería las condiciones aplicables en todos los subsectores de los servicios para la autorización, acreditación y certificación de proveedores de servicios.

30. La cuestión del "éxodo de cerebros" guarda relación con el objetivo de lograr que el movimiento de personas físicas sea beneficioso para los países exportadores. Las remesas que envían a su país esas personas y el contacto con un ambiente de trabajo nuevo y por lo general más estimulante y tecnológicamente avanzado constituyen las caras positivas del fenómeno, pero el éxodo de personal calificado de los países pobres a los más ricos es un problema serio. Además, en la mayoría de los países la educación de los trabajadores y profesionales calificados está subvencionada con fondos públicos y necesita inversiones cuantiosas. La salida de profesionales proporciona de hecho al país que los recibe una subvención para la que no existe ninguna compensación. En este contexto sería importante adoptar medidas encaminadas a incitar a los profesionales a regresar a sus países de origen después de una estancia temporal en el extranjero.

B. Circulación física de consumidores

31. El turismo, la salud y la educación son tres ejemplos de subsectores de los servicios en los cuales el consumo en el extranjero es particularmente importante. La circulación física de consumidores en el subsector del turismo se ve a veces limitado por las dificultades relacionadas con la expedición de visados, por la severidad de la reglamentación de cambios o por la insuficiencia o deficiencia de los servicios de transporte aéreo hacia y desde los países receptores de turistas. La "imagen" del país es fundamental para el éxito en el campo del turismo, y una de las principales barreras a las exportaciones de turismo de muchos países en desarrollo es la imagen negativa que se da de ellos en los medios de comunicación de masas. Las advertencias a los viajeros que publican unilateralmente las autoridades de los principales países de procedencia de los turistas hacen demasiado hincapié en los riesgos, y a veces se mantienen después de que ha desaparecido la causa que motivó la advertencia. Otro problema para algunos países en desarrollo es la certificación unilateral de los aeropuertos de los países receptores de turistas, que puede frustrar las corrientes de turismo hacia esos países y también por consiguiente la viabilidad de sus compañías aéreas.

32. En el subsector de los servicios de salud la intransferibilidad del seguro de enfermedad es el principal obstáculo a la prestación de servicios de salud en los países en desarrollo a pacientes extranjeros. Esta situación está prevista en los compromisos ofrecidos por Bulgaria, los Estados Unidos y Polonia, que establecen explícitamente restricciones a la cobertura del seguro público de enfermedad fuera del país. Sin embargo, la misma situación se da en aquellos países que permiten el consumo de este tipo de servicios en el extranjero sin limitaciones. La Unión Europea ha resuelto el problema de la intransferibilidad del seguro público de enfermedad en el extranjero mediante un sistema por el cual las prestaciones en especie del seguro de enfermedad se proporcionen con arreglo a la legislación del país en el cual reside o se encuentra un ciudadano de la Unión Europea lo mismo que si estuviese asegurado en ese país. Una vez prestado el servicio, se envía la factura correspondiente al seguro de enfermedad del país de origen para su pago. En otros países (por ejemplo Costa Rica, Egipto y Jordania) los pacientes pueden recibir la autorización para tratarse en el extranjero a cargo del sistema nacional de salud si éste no puede proporcionar el tratamiento necesario. Algunos países han firmado acuerdos bilaterales que admiten la validez total o parcial en el extranjero del seguro público de enfermedad. Sería utilísimo encontrar una solución multilateral a este problema.

33. En lo que se refiere a los servicios de educación, existe una circulación de estudiantes para cursar estudios de graduado y posgraduado entre países en todos los niveles de desarrollo: de países en desarrollo a países industriales, entre países industriales, y también entre países en desarrollo. Las limitaciones al consumo en el extranjero de servicios de educación son muy raras en este subsector en todos los países. No obstante, cualquier medida horizontal que restrinja la circulación de los estudiantes, por ejemplo los requisitos de inmigración o los controles de cambios, constituye una barrera al consumo en el extranjero. Otra barrera indirecta

está relacionada con la equivalencia de los títulos, esto es, la dificultad que pueden tener los estudiantes para que se les convaliden en su país los títulos obtenidos en el extranjero. El establecimiento por acuerdo internacional de programas de estudios comunes o el reconocimiento de diplomas es una cuestión que merece la atención de los países tanto desarrollados como en desarrollo.

C. Presencia comercial

34. La liberalización del comercio de servicios mediante, sobre todo, el tercer modo de suministro previsto en el AGCS, la presencia comercial, puede contribuir sobremanera a alcanzar las metas de desarrollo económico y social. Sin embargo, normalmente deben darse previamente ciertos requisitos para que la liberalización tenga un efecto positivo. Por ejemplo, se ha comprobado claramente que la liberalización del subsector de los servicios financieros debe ir precedida de la promulgación de normas legales prudenciales adecuadas. En el subsector de la salud la presencia de proveedores extranjeros puede fortalecer o debilitar el sistema de asistencia sanitaria en función de cuál sea la estructura del subsector nacional. En el subsector de los servicios ambientales, los proveedores extranjeros pueden contribuir positivamente a proteger el medio ambiente si se ha promulgado una legislación que sea técnicamente adecuada y además se hace cumplir y si se suministran al país en desarrollo interesados fondos para pagar esos servicios importados. El desarrollo del turismo no tendrá quizás un impacto positivo si no está integrado en la economía del país. La existencia de condiciones sociales y étnicas especiales puede exigir una estrategia particular, como ha hecho Malasia en relación con los servicios financieros. Muchos países consideran que la defensa de la integridad cultural requiere abordar con mucho cuidado la liberalización de los servicios audiovisuales.

D. Cuestiones relacionadas con todo el sector de los servicios

35. Para que la liberalización tenga un efecto positivo es necesario que los compromisos que se contraigan en la materia se basen en un reconocimiento claro de las singularidades del sector nacional de los servicios de que se trate y de las relaciones entre los distintos subsectores. Los beneficios esperados de la liberalización del comercio en el sector de los servicios de un país pueden verse frustrados si las políticas internas no son adecuadas y si además no existe una legislación reguladora debidamente articulada. Una legislación adecuada es indispensable para impedir abusos en los mercados desregulados y proteger a los consumidores nacionales y, al mismo tiempo, fomentar la transferencia de tecnología y la creación de una capacidad nacional de suministro de servicios que sea competitiva.

36. Se necesita que haya una legislación reguladora adecuada, por ejemplo por razones de prudencia, para garantizar que se respeten las normas técnicas o las calificaciones profesionales. El proceso previsto en el artículo VI del AGCS es de enorme importancia para lograr que los compromisos en materia de liberalización produzcan los máximos beneficios a la economía nacional. Las decisiones sobre los ámbitos en los que convenga asumir esos compromisos tendrán que tener en cuenta los posibles "dividendos" sociales o ambientales que reportará la liberalización.

37. El análisis que se ha hecho en la UNCTAD de determinados subsectores de los servicios ha mostrado que existen áreas en las cuales es particularmente importante que haya una legislación reguladora. En el subsector del transporte aéreo ha sido indispensable establecer normas internas en el ámbito de la política de competencia con el fin de evitar prácticas desleales de fijación de precios y contrarrestar los efectos sobre el comercio de las fusiones, los cárteles y los abusos de posiciones de dominio por compañías o consorcios aéreos. Esto reviste particular importancia en el caso de los países en desarrollo que no cuentan con una compañía aérea nacional. Las alianzas entre compañías aéreas son frecuentes y han conseguido que en la legislación antimonopolios se les reconozcan exenciones sectoriales a las normas que regulan las conductas contrarias a la competencia, exenciones que han tenido efectos en los mercados internacionales. Es claro que este tipo de exenciones deben ser examinadas cuidadosamente en el momento de aplicar la política de competencia en este subsector. Las autoridades reguladoras tropiezan con problemas con respecto a estas alianzas, pues han de regular desde el punto de vista de los intereses nacionales un fenómeno que tiene repercusiones que rebasan las fronteras nacionales.

38. Una condición previa esencial para que la liberalización del acceso a los mercados tenga éxito es que en cada país en desarrollo exista una legislación reguladora que garantice la libre competencia en el mercado. La existencia del mecanismo de medidas urgentes de salvaguardia, que ofrece una posibilidad de repliegue temporal, puede también apoyar los esfuerzos que hacen los países en desarrollo por seguir abriendo sus mercados de servicios de transporte aéreo a la competencia. En el caso del subsector del turismo, las conductas contrarias a la competencia -por ejemplo las cláusulas de exclusividad incorporadas a los contratos entre los operadores de turismo y los hoteles de países en desarrollo, o las cláusulas de los contratos de franquicia que imponen obligaciones de importación y suministro- pueden tener hondas repercusiones en la capacidad de los países en desarrollo para beneficiarse del comercio de servicios de turismo.

39. Se necesita también una legislación adecuada para reducir al mínimo el riesgo de que la inversión extranjera directa se dirija únicamente hacia los segmentos más rentables del mercado. Algunos países en desarrollo están adoptando ya los instrumentos adecuados para combatir esta práctica. El Brasil, por ejemplo, autoriza a las compañías de seguros extranjeras a operar en el ramo de los seguros de vida y en la esfera de los fondos de pensiones únicamente si también lo hacen en el subsector de la salud. En otros casos hará falta promulgar y hacer cumplir una legislación reguladora para crear una demanda de determinados servicios. La promulgación de normas legales sobre medio ambiente, la concesión de incentivos basados en los principios del mercado y la política fiscal son los principales factores creadores de demanda en el subsector de los servicios ambientales, por ejemplo.

40. Paradójicamente, en ciertas circunstancias la liberalización del comercio de servicios puede crear el riesgo de que se reduzca el acceso a los servicios esenciales y también un riesgo de vulnerabilidad. Por ejemplo,

algunos países en desarrollo que liberalizaron el subsector del transporte aéreo como parte de la política de fomento del turismo se encontraron luego a merced de una o dos compañías aéreas extranjeras. El examen del funcionamiento del anexo sobre servicios de transporte aéreo del AGCS debería inducir a la comunidad internacional a reflexionar sobre la necesidad de idear un sistema que permita a los países en desarrollo competir con eficacia en el mercado mundial del transporte aéreo.

41. La liberalización de los servicios audiovisuales puede entrañar una cierta vulnerabilidad si esa liberalización conduce a la promoción de imágenes y gustos que fomenten el consumo de bienes y servicios extranjeros, socavando con ello los esfuerzos de desarrollo. En los primeros trabajos teóricos sobre este tema se insistió en que, puesto que la mayoría de los servicios se producían y consumían simultáneamente y por lo tanto no había casi medios de ensayar o probar un servicio sin consumirlo, la "imagen" del proveedor del servicio era esencial para la competitividad. De ahí que los servicios audiovisuales tengan una importancia que rebasa su dimensión cultural y que haya que tener en cuenta también la función estratégica que desempeñan en el proceso del desarrollo.

42. La adopción en los países en desarrollo de una política interna adecuada en el campo del turismo puede reducir el riesgo de "fugas", esto es, el riesgo de que en el país se quede una pequeña proporción de los ingresos producidos por las ventas totales de servicios de turismo a los turistas extranjeros. Esas fugas, que en parte anulan los beneficios que el turismo reporta a la economía y el desarrollo de los países en desarrollo, pueden deberse a factores tales como la importación de materiales y equipo para la industria de la construcción y de bienes de consumo, por ejemplo alimentos y bebidas, con el fin de atender las necesidades de los turistas extranjeros; la repatriación de los ingresos y beneficios ganados por extranjeros; o los gastos de promoción turística en el extranjero, entre otros.

43. La transparencia de las prácticas de contratación pública puede tener un impacto muy grande en ciertos subsectores de los servicios. La falta de transparencia de esas prácticas puede acarrear costos y retrasos innecesarios y disuadir a las empresas extranjeras de ofrecer sus servicios. En el caso de los servicios ambientales, subsector en el cual la mayoría de los países en desarrollo siguen dependiendo de los servicios de procedencia extranjera, la opacidad de los mercados de los países en desarrollo puede limitar la oferta de esos servicios.

III. EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS SERVICIOS

44. Aunque desde la década de 1980 se ha admitido la posibilidad de exportar servicios por las redes de información, la mayoría de los países en desarrollo aplicaron sus primeras estrategias para el sector de los servicios y asumieron compromisos en la OMC en este sector sin prever la espectacular expansión de las posibilidades del comercio electrónico. En las diferentes regiones geográficas ya hay países en desarrollo que suministran por vía electrónica planos, diseños, datos técnicos, dibujos y mapas, servicios

profesionales y servicios a la empresa, servicios de salud y educación, servicios de viajes y billetes, servicios de publicidad electrónica, servicios de esparcimiento y servicios financieros. El comercio transfronterizo de servicios de arquitectura e ingeniería tiende a aumentar con la complejidad y especialización de esos servicios, que están vinculados al subsector de los servicios de construcción, subsector en el cual muchas empresas de América Latina y Asia pueden ofrecer una amplia gama de servicios de explotación y mantenimiento después de la construcción basados en la utilización de programas informáticos de gestión del mantenimiento. Los programas informáticos representan uno de los mayores segmentos de servicios suministrados transfronterizamente, habiendo ya un creciente número de países en desarrollo que utilizan Internet para atender y suministrar estos servicios; en el recuadro 1 se describe el ejemplo de la industria india de programas informáticos. El suministro transfronterizo de servicios de salud desde el territorio de países en desarrollo está adquiriendo dimensiones económicamente importantes, como lo testimonian el creciente número de enlaces de telemedicina comercial en funcionamiento en América Latina y Asia, los servicios de diagnóstico en línea que ofrece China en todo el Asia meridional, o las muestras médicas enviadas a México desde Centroamérica para análisis y diagnóstico. Muchos establecimientos médicos de América del Norte ya hacen transcribir digitalmente en Bangladesh, la India, el Pakistán, Filipinas o Zimbabwe sus historiales médicos o sus entrevistas con pacientes. Se calcula que el valor de los servicios prestados a través de Internet asciende a más de 300.000 millones de dólares. Los Estados Unidos se llevan más del 90% de los ingresos mundiales por concepto de comercio electrónico, y por supuesto esta cifra está relacionada con el tamaño del mercado estadounidense. Sin embargo, los principales exportadores según el porcentaje de ingresos de exportación por concepto de correo electrónico son el Canadá, Australia y Nueva Zelanda, además de la Unión Europea, en particular el Reino Unido.

Recuadro 1

La industria india de servicios de desarrollo
de programas informáticos

El rápido crecimiento de la industria india de servicios de desarrollo de programas informáticos, muy orientada a la exportación, es el resultado de las estrategias seguidas por el Gobierno, de la existencia de una mano de obra barata y muy calificada, y de las políticas aplicadas para desarrollar la infraestructura de las telecomunicaciones. Las exportaciones indias de programas informáticos han aumentado entre un 50 y un 60% en los últimos siete años y alcanzan un valor estimado de 1.000 millones de dólares. En noviembre de 1986 el Gobierno indio hizo pública su primera política para el subsector de los programas informáticos, que perseguía estimular el desarrollo integrado de programas informáticos para el mercado interior y los mercados de exportación, conquistar una parte apreciable de los mercados de exportación y simplificar los procedimientos existentes con el fin de que

la industria de la informática pudiera crecer a un ritmo más rápido. Entre 1985 y 1990, como el mercado interior de estos programas era muy pequeño y las instalaciones de telecomunicaciones relativamente muy deficientes, las empresas indias de informática concentraron su actividad en prestar servicios en territorio indio a clientes extranjeros, actividad que les aportó el 80% de sus ingresos por exportaciones. La política de suavizar considerablemente el régimen de importación de equipo para ordenadores y de programas informáticos culminó con la exención total de derechos de aduana en 1996. La inversión extranjera encontró buena acogida y se autorizó la importación de tecnología. Se establecieron parques de equipo electrónico y tecnología de programas informáticos en régimen de zona franca con el fin de estimular la producción para la exportación, y se autorizó la importación en franquicia de equipo contra la aceptación, a cambio, de la obligación de alcanzar una cierta cifra de exportaciones. Se incluyó la protección de los programas informáticos en el ámbito de aplicación de la Ley de derechos de autor de 1994, y se concedió a las empresas de la industria de programas informáticos la exención de impuestos sobre los beneficios obtenidos de las exportaciones. Para estimular un crecimiento dinámico se adoptaron otras medidas, en particular incentivos fiscales, con el fin de fomentar la creación de fondos de capital riesgo, dar a los trabajadores la posibilidad de adquirir acciones de sus empresas por las que tendrían que pagar un impuesto menor sobre la plusvalía de capital en caso de que decidieran venderlas, y autorizar la deducción ponderada del 125% de los gastos en investigación y desarrollo. Además, también se concedió la exención del impuesto sobre sociedades para ayudar a los productores de programas informáticos, que quizá no exportan ellos mismos estos programas pero sí suministran a las compañías exportadoras insumos para producirlos.

Los productores indios de programas informáticos se han dedicado sobre todo a producir programas informáticos adaptados a las especificaciones del cliente para determinadas aplicaciones finales, en vez de producir programas generales para aplicaciones normalizadas (por ejemplo el control de existencias) que no sólo permiten obtener márgenes mejores sino que además presentan la ventaja del tamaño y el volumen. Los productores de programas informáticos han puesto a punto subsistemas, que van incorporados al producto final, para las grandes empresas vendedoras de equipo de telecomunicaciones y de teleinformática. También han ideado técnicas para la producción de programas informáticos de sistemas y de segmentos de programas informáticos, lo que les permite avanzar hacia el desarrollo de productos y la integración completa de sistemas. La empresa WIPRO está reorientando además su actividad hacia los sectores de la asistencia sanitaria, las instituciones financieras, el comercio minorista y las empresas de servicios públicos, con el fin de ampliar las actividades que le reportan un mayor valor añadido. El Pentafour Group ha adquirido experiencia en sectores tales como la banca y los seguros y es uno de los principales socios en la India de importantes compañías fabricantes de ordenadores de los Estados Unidos como IBM, EDS y Computer Associates. Infosys Technologies está diseñando su estrategia futura en torno a Internet, sobre todo en el ámbito del

comercio electrónico. Satyam Computers ha diversificado su actividad hacia servicios relacionados con la solución de problemas de la empresa, Internet, la integración, los sistemas de planificación de recursos de la empresa, la consultoría de procesos y el desarrollo de productos. Las dos principales empresas de enseñanza de informática (NIIT y APTECH), han empezado a diversificar su actividad con la producción de programas informáticos. La venta de servicios de informática aportó a NIIT el 42% de sus ingresos totales de 6.484 millones de rupias (152,6 millones de dólares) en 1998-1999, mientras que por su parte APTECH pretende aumentar la parte porcentual que representan las ventas de programas informáticos en su cifra total de negocios del 10% actualmente al 30% en los próximos 3 a 4 años. Las ventas de APTECH le produjeron en 1998 unos ingresos de 65,3 millones de dólares.

Uno de los problemas con que tropiezan las empresas indias de informática para subir peldaños en la escala de valor añadido e incrementar su cifra de negocios es el elevado índice de rotación de su personal técnico. De los 11.000 empleados que trabajan en la principal empresa india de programas informáticos, Tata Consultancy Services, cada año abandonan la empresa nada menos que 2.500 trabajadores. Alrededor del 90% de los que dejan la empresa se van al extranjero, sobre todo al Silicon Valley, en los Estados Unidos, y el Reino Unido. Se marchan llevándose con ellos entre tres y siete años, por término medio, de trabajo en la empresa. Expresada en años-hombre, la pérdida de conocimientos que entraña este índice de rotación cobra un significado mucho mayor porque a los nuevos empleados les llevará un par de años adquirir un nivel comparable de conocimientos y experiencia. Para compensar esta pérdida, las instituciones de enseñanza, por ejemplo las facultades de ciencias e ingeniería y las escuelas de administración de empresas, tendrán que formar más técnicos de alta calidad. Uno de los principales obstáculos a la diversificación hacia subsectores de más valor añadido es la carencia de un conocimiento adecuado del campo de actividad, esto es, saber cuál es la actividad de los posibles clientes y vendedores y los detalles financieros, información que una gran compañía extranjera quizá no querrá compartir con una empresa india de informática. La forma de obviar este problema es ganar reputación, y una manera de conseguirlo es alcanzar un tamaño apreciable. Gracias a haber logrado exportar con éxito al mayor mercado del mundo de programas informáticos, los Estados Unidos, y a que la NASDAQ (bolsa electrónica de cotizaciones de la Asociación Nacional de Operadores de Valores) admitió a cotización las acciones emitidas recientemente por la empresa, Infosys Technologies ha dado un salto estratégico para mejorar su reputación en todo el mundo.

Las exportaciones indias de programas informáticos han contado con los apoyos siguientes: i) disponibilidad de técnicos competentes con dominio del inglés en las disciplinas de las matemáticas, la ingeniería y los estudios empresariales, así como de especialistas que se han diplomado en estudios de informática; ii) la fuerte vertiente exportadora de las empresas indias de informática; iii) la existencia de plataformas de trabajo favorables creadas gracias a una serie de medidas

de la Administración india, tales como el establecimiento de parques de tecnología informática y de zonas industriales francas que permiten a las empresas dedicadas a la exportación tener acceso a equipo para ordenadores y programas informáticos sin tener que pagar derechos de aduana; iv) la concesión de deducciones de impuestos sobre los beneficios obtenidos por las empresas de informática de sus exportaciones; v) el fortalecimiento de la infraestructura de las telecomunicaciones, tanto terrestre como por satélite, gracias a la introducción de dispositivos de conmutación digital, fibra óptica y radiocomunicación; vi) la liberalización de las importaciones de equipo para ordenadores y de programas informáticos mediante la supresión de las restricciones cuantitativas y la reducción de los derechos de aduana, en consonancia con los compromisos contraídos por la India como firmante del Acuerdo plurilateral sobre tecnología de la información (ATI) en el marco de la OMC; vii) el aumento de la utilización de ordenadores en el comercio interior, la industria y otros servicios, con el consiguiente incremento de la demanda de servicios informáticos auxiliares; viii) el aumento de las exportaciones de "productos" informáticos, gracias a la fabricación de programas normalizados para aplicaciones de gran volumen, y la explotación del extenso campo de registro y tratamiento de datos en el segmento inferior del mercado de servicios informáticos, por ejemplo el tratamiento informático de los billetes de avión, los recibos de pago con tarjetas de crédito, etc., así como la ampliación de sus actividades al campo de los programas informáticos de sistemas.

A. Obstáculos

45. Las oportunidades que ofrece el comercio electrónico comprenden el acceso a nuevos mercados, las economías de costos (por ejemplo, costos de personal menores, costos más bajos del correo electrónico por Internet), las economías de tiempo (por la posibilidad de reaccionar más rápidamente a las demandas de los mercados) y las ventajas de la calidad. Ahora bien, estas oportunidades tropiezan con el obstáculo considerable del estado de desarrollo e interconexión de la infraestructura de telecomunicaciones. Debe señalarse que el 65% de los hogares del mundo no tienen teléfono y que en los países de renta baja sólo hay 2,5 líneas por 100 habitantes, en comparación con 54 líneas en los países desarrollados. Como consecuencia de esto, el 96% de los ordenadores conectados a Internet están situados en países de renta alta. Otros obstáculos son los precios monopolísticos de las llamadas telefónicas de larga distancia y los precios de las llamadas según la distancia, hecho este que perjudica a los países más alejados de los lucrativos mercados de los países desarrollados; el costo del circuito completo de la conexión a Internet; la falta de confianza; las dudas respecto de la legislación reguladora; y la carencia de recursos humanos. Estas circunstancias tan desfavorables frenan enormemente las oportunidades que ofrece el comercio electrónico.

46. Actualmente son muy pocos los países en desarrollo que utilizan Internet para suministrar servicios a mercados extranjeros. Han contribuido a ello la poquísima importancia que dan las empresas de los países en desarrollo a la economía digital, y lo mucho que cuesta (entre 250.000 y 2 millones de dólares) establecer en la red un sitio de comercio electrónico de cierta dimensión (aun cuando ese costo resulte inferior a los gastos de capital que hay que hacer para establecer un punto de venta convencional en un mercado). Mantener el sitio en la Web y mejorarlo y reconfigurarlo constantemente también exige unos gastos considerables. En consecuencia por el momento, las empresas de países en desarrollo son sobre todo consumidoras de servicios vendidos a través de Internet, y utilizan esta última para obtener información sobre mercados y consumidores y el correo electrónico para comunicarse con sus clientes y con otras empresas o anunciar los servicios que ofrecen. Otros fines para los que se emplea el comercio electrónico son la gestión de recursos humanos, la realización de transacciones financieras, las relaciones públicas, y los programas utilitarios en línea tales como la evaluación de la solvencia crediticia o los servicios a clientes.

B. Condiciones del éxito

47. La adopción por los poderes públicos de las medidas siguientes pueden contribuir enormemente al éxito de los países en desarrollo que ya exportan o pueden llegar a exportar servicios por medio del comercio electrónico:

i) dar la máxima prioridad a la aplicación de las políticas necesarias en las esferas de las tecnologías de la información, la infraestructura de las telecomunicaciones y el fomento del uso de Internet; ii) mejorar la infraestructura de las redes públicas estimulando la competencia, en particular mediante la liberalización; iii) promover el establecimiento de puntos de conexión del público con Internet y habilitación de un número de teléfono especial para que a los servicios de Internet se les aplique una tarifa local barata; iv) implantar la competencia en el mercado entre los proveedores de servicios de Internet; y v) establecer una tarifa basada en el precio de costo para las líneas arrendadas por proveedores de servicios de Internet.

48. Deben adoptarse medidas para eliminar los obstáculos que entorpecen el acceso de los países en desarrollo a la tecnología y a las corrientes transfronterizas de datos, ya que la información se ha convertido en un factor de producción cada vez más importante. La asimetría de la información entre los proveedores de países desarrollados y los de países en desarrollo es particularmente grande en el sector de los servicios, y por esto deben buscarse los medios de mejorar el acceso a la información. El liderazgo tecnológico de los países desarrollados en este campo crea una ventaja comparativa dinámica y puede llegar a consolidar la posición de dominio en el mercado de los países que ya se encuentran tecnológicamente a la cabeza.

C. Cuestiones merecedoras de una mayor reflexión

49. Sobre todo deberá prestarse más atención a establecer el marco legal y financiero necesario en relación con aspectos tales como el código comercial, los derechos de propiedad intelectual, los nombres de dominio, la privacidad, la seguridad, las aduanas, el régimen fiscal y los pagos electrónicos, así

como a desarrollar los recursos humanos mejorando la enseñanza de tecnologías de la información, informática e idiomas, desarrollar contenidos y facilitar a los proveedores de los países en desarrollo la entrada en los mercados. El acceso a las tecnologías más avanzadas (en particular el acceso a gran velocidad a las redes) será fundamental para que los países en desarrollo puedan beneficiarse del comercio electrónico.

50. Otra cuestión que merece más atención son los efectos de la competencia, sobre todo de las empresas dominantes de los países desarrollados, en el acceso de las pymes de los países en desarrollo a los mercados. Estas pymes se ven perjudicadas por su bajo nivel de productividad, la mala calidad de sus productos y la falta de acceso al crédito y a la formación técnica, pero aun así pueden contribuir mucho a crear empleo. También habrá que preocuparse más de los efectos de las salidas de capital de los países en desarrollo como consecuencia del comercio electrónico. Antes de que se llegue en la OMC a un acuerdo político para mantener la práctica actual de no gravar con derechos de aduana las transmisiones electrónicas, y antes también de que se adopte cualquier tipo de decisión que pueda afectar al acceso de los países en desarrollo a los mercados y a su margen de libertad para adoptar políticas económicas, también habrá que prestar especial atención a las cuestiones que se indican a continuación.

51. El comercio electrónico influye en la estructura de los mercados, y por esto mismo es necesario establecer en este campo disciplinas basadas en los principios de la política de competencia para garantizar a las pymes de los países en desarrollo que la competencia que encuentren sea leal. Es preciso establecer salvaguardias para impedir que los proveedores dominantes no abusen de su posición de dominio en el mercado. También hay que reflexionar sobre los efectos de la sustitución de los canales de distribución tradicionales por el contacto directo entre el proveedor y el consumidor o por los nuevos canales ideados por los "infomediarios", las marcas comerciales de gran reputación y los nombres de dominio utilizados en Internet.

52. Son muchas las transacciones comerciales de servicios que se efectúan mediante el comercio electrónico y por este motivo están comprendidas ya en el ámbito de aplicación del AGCS y en algunas listas de compromisos. En las negociaciones que se llevarán a cabo en el marco del AGCS será necesario abordar varias cuestiones que se derivan del comercio electrónico tales como la transmisión de servicios por Internet en los casos en que no se ha contraído compromiso alguno en materia de acceso a los mercados, la cuestión de la reglamentación nacional o la distinción entre bienes y servicios. Por otra parte, existen toda una serie de aspectos que tocan a la regulación del comercio electrónico para los cuales las nuevas disciplinas multilaterales quizá no den la respuesta adecuada. En los debates futuros sobre el comercio electrónico habrá que examinar esos aspectos.

53. Las posibilidades de suministrar servicios transfronterizos por medios electrónicos pueden reducir la dependencia de la presencia comercial (tercer modo de suministro) o del movimiento de personas físicas (cuarto modo de suministro). Toda información que se puede digitalizar también se puede

manipular a distancia e incluso adaptarla a las especificaciones del cliente. Mientras que en la Ronda Uruguay se insistió sobre todo en la presencia comercial como vehículo de acceso a los mercados, se prevé que en la próxima ronda se insistirá más en el modo transfronterizo de suministro. La necesidad de una presencia comercial quizá será menor porque el comercio electrónico facilitará el comercio transfronterizo. Por otra parte, en vista de las importantes restricciones que existen al movimiento de personas físicas, el comercio electrónico puede ofrecer grandes oportunidades para el suministro de servicios intensivos en trabajo utilizando el modo transfronterizo. La distinción entre el primer modo de suministro de servicios y el segundo ha suscitado ciertas dificultades. Se han hecho sugerencias para eliminar los cuatro modos de suministro previstos en el AGCS o crear un quinto modo. Aquella distinción se aborda desde otros ángulos partiendo de criterios tales como la persona a quien afecta la medida, la presencia del proveedor o el consumidor en el mercado pertinente o el lugar donde se efectúa el consumo final. Deberá considerarse cuidadosamente la influencia que puedan tener esos distintos enfoques en la estructura del AGCS y los compromisos ya contraídos.

54. Se ha discutido extensamente la neutralidad tecnológica en relación con los compromisos contraídos en la esfera de los servicios. El entendimiento alcanzado en el ámbito de las telecomunicaciones básicas establece que cualquiera de los servicios de telecomunicaciones básicas incluidos en las listas de compromisos se podrán suministrar por cualquier medio tecnológico, por ejemplo por cable o satélite, a menos que se especifique otra cosa en la columna del correspondiente subsector. Esto no significa que el principio de la neutralidad tecnológica se aplique automáticamente a todos los subsectores de servicios y modos de suministro si no hay un compromiso específico previo respecto del suministro electrónico de un servicio. Durante la Ronda Uruguay y en las negociaciones ampliadas sobre las telecomunicaciones básicas pocos países contrajeron compromisos pensando en el comercio electrónico, con la excepción de los compromisos asumidos en relación con el modo transfronterizo de suministro con respecto a determinados subsectores. En la futura ronda de negociaciones se podrían aclarar los compromisos en materia de comercio electrónico y establecer horizontalmente, o como una limitación al principio del trato nacional, restricciones a los medios utilizados para suministrar un servicio.

55. Con respecto a cuál debe ser la función del Estado en la gestión del comercio electrónico se han propuesto diferentes enfoques. La mayoría de los países desarrollados han atribuido el importante crecimiento de ese comercio a la inexistencia de un marco regulador restrictivo y de toda intervención del Estado. No obstante, la coordinación y la regulación son inevitables y por prudencia no se deben dejar exclusivamente en manos de los operadores privados. Los gobiernos tendrán que cooperar con las organizaciones u organismos especializados competentes de las Naciones Unidas para establecer las normas reguladoras adecuadas en relación con los aspectos fiscales, la protección de la confidencialidad, la gestión de los nombres de dominio, los aspectos jurisdiccionales, la protección de la propiedad intelectual y el cifrado. Para asegurarse de que se respeten esas normas, los gobiernos deberán cooperar con el fin de armonizar y reconocer las normas y

calificaciones respectivas. La evaluación de esa conformidad será mucho más difícil en el caso del comercio electrónico porque técnicamente es muy difícil establecer mecanismos de control del suministro transfronterizo.

CONCLUSIONES

56. Algunos países en desarrollo han adoptado con éxito estrategias de diversificación de su economía hacia subsectores de los servicios orientados a la exportación. Esencialmente esas estrategias han consistido en suprimir barreras legales y fiscales y en tener una idea clara de los factores que contribuyen a ganar competitividad, en particular el nivel de calificaciones de la población activa y las ventajas de costos laborales, como ocurre en los distintos sectores de la producción de bienes; también han contado las características climáticas y geográficas y los factores culturales. Normalmente hace falta además contar con una estructura institucional propicia en los ámbitos nacional, bilateral y regional. El éxito de estas estrategias exige dar cierta prioridad al desarrollo de la infraestructura, en particular la infraestructura de la información y las telecomunicaciones; también se precisa, sobre todo para no quedarse marginado de los adelantos tecnológicos, un proceso constante de mejora de las tecnologías y los recursos humanos y de incremento del valor añadido. El acceso a recursos financieros o a mecanismos de financiación es esencial para que las empresas de servicios se mantengan competitivas y conserven su posición en el mercado. Asimismo es esencial cumplir ciertas normas de calidad y cultivar una imagen atractiva del país.

57. El acceso a los servicios, especialmente los "servicios al productor" es esencial para adquirir tecnologías y aumentar la eficiencia y el desarrollo tanto en el sector de los bienes como en el de los servicios. En el curso de la producción en el sector de los bienes, que incluye a la agricultura, las industrias manufactureras y la explotación de recursos naturales, se crean conocimientos especializados que luego se pueden "externalizar" y exportar. La legislación reguladora nacional puede influir en la competitividad de los servicios y "engendrar" de hecho servicios nuevos. En el subsector de las telecomunicaciones la privatización y la liberalización pueden contribuir enormemente a incrementar el potencial de exportación. Unas normas reguladoras más severas y técnicamente más exigentes pueden dar origen a una nueva capacidad nacional, como ocurre ya en el subsector de los servicios ambientales, en el cual las disposiciones legales promulgadas en los países de la OCDE propiciaron a la formación de un nuevo subsector que ahora busca mercados en los países en desarrollo. En algunos de estos países, por ejemplo el Brasil, la promulgación de disposiciones reguladoras y el contacto con proveedores extranjeros de servicios están reproduciendo ese mismo proceso.

58. El éxito de las estrategias de fomento de las exportaciones de servicios requiere por lo general una política multisectorial. Por ejemplo, las exportaciones de servicios de salud mediante la circulación física de los pacientes se puede ver entorpecida por la no transportabilidad de los servicios de seguros, y las exportaciones de servicios de salud mediante la

circulación de personas físicas puede verse obstaculizada por problemas relacionados con el reconocimiento de las calificaciones profesionales. Las estrategias de fomento de los servicios exigen a veces elegir entre objetivos contrapuestos, y por ejemplo pueden surgir contradicciones entre la política de transporte aéreo y otra política encaminada a fomentar al máximo la llegada de turistas.

59. Si se quiere que la próxima ronda de negociaciones multilaterales sobre el comercio de servicios contribuya a impulsar el desarrollo de los países en desarrollo deberá admitirse que cualquier liberalización futura del comercio de servicios ofrecerá verdaderas oportunidades de exportación a los países en desarrollo únicamente si paralelamente se adoptan medidas para ayudar a estos países a incrementar su capacidad de suministro. Es fundamental la aplicación efectiva de las disposiciones del artículo IV del AGCS, en particular las relativas al acceso a la tecnología. Las negociaciones futuras en el marco del AGCS ofrecerán a los países en desarrollo una oportunidad de intentar eliminar las barreras a sus exportaciones de servicios. Una meta esencial para los países en desarrollo será conseguir la liberalización controlada del acceso de sus ciudadanos a los mercados, liberalización que incluiría reducir el margen de libertad para la exigencia de pruebas de necesidades económicas y dar una mayor previsibilidad a este tipo de pruebas, simplificar la expedición de visados y facilitar el reconocimiento de las calificaciones profesionales. La liberalización de comercio de servicios, sobre todo el realizado mediante una presencia comercial, puede contribuir muchísimo a alcanzar las metas sociales y de desarrollo si se dan previamente ciertas condiciones. Los compromisos en materia de liberalización deberán basarse en el reconocimiento claro de las singularidades del correspondiente subsector nacional de los servicios y de las relaciones entre los distintos subsectores. Con anterioridad a la liberalización tendrá que haberse promulgado una legislación reguladora adecuada. Las decisiones sobre a qué subsectores se referirán tales compromisos deberán tomarse teniendo en cuenta los posibles "dividendos" sociales, ambientales o de desarrollo.

60. Sería útil que la secretaría de la UNCTAD efectuara más análisis sectoriales para ayudar a los países en desarrollo a identificar oportunidades de exportación en el sector de los servicios y a definir sus intereses en las próximas negociaciones multilaterales sobre el comercio de servicios.
