

# **La globalización y los servicios**

**D. José Ramón Lasuén Sancho**

Director del Departamento de  
Análisis Económico  
Universidad Autónoma de Madrid

## **I. INTRODUCCIÓN**

En síntesis, mi argumento hoy, que anticipo para que se entienda mejor lo que necesariamente tengo que decir muy esquemáticamente, es que el futuro inmediato del mundo industrializado son, paradójicamente, las actividades de servicios. Que ya lo son, de hecho, desde hace mucho tiempo en EE.UU.

En ese horizonte, España es mucho más competitiva de lo que fue en la etapa manufacturera, provisto que desarrolle su base tecnológica, como todo el mundo acepta, pero también la cultural, que son los dos soportes indispensables en los que se basan los servicios más rentables, tanto individual como socialmente. Y que están mucho más estrechamente relacionados entre sí y con la producción de servicios de lo que, debido a la inercia maquinista aún prevalente, habitualmente se cree.

El punto de partida de mis palabras, por tanto, ha de ser justificar la inevitable conveniencia de la transformación de las economías de los países industriales en economías de servicios que, al contrario de los actuales, sean básicamente exportables.

Hay muchas formas de hacerlo pero probablemente la más descriptiva en este momento es comenzar por la necesidad de remontar la recesión mundial en la que aún estamos inmersos, aunque a punto de salir. Un estancamiento del crecimiento mundial en torno a dos puntos y medio porcentuales por debajo de la tendencia que, salvo en Asia, especialmente en el área de influencia china, tiene una dimensión mayor que muchas de las que la han precedido, aunque en España se perciba con menor gravedad, gracias a que la integración en el euro le ha permitido mantener el diferencial positivo de crecimiento con la media europea que en otras recesiones se tornaba negativo.

Una recuperación que es más esencial que otras previas porque es imprescindible para evitar el colapso de la segunda globalización que puede volver a producir el populismo proteccionista. Colapso que podría tener consecuencias no iguales que las de la primera –las dos guerras mundiales y la segunda Gran Depresión– pero sí innecesariamente graves que, sin duda, reducirían la tasa de crecimiento tendencial.

## **II. LA GLOBALIZACIÓN Y LOS SERVICIOS**

Este peligro potencial está forzando crecientemente a los países industriales a percatarse de que, para poder volver a crecer en un mundo más eficaz y justo, tenían que aceptar más exportaciones manufactureras y agrícolas del Segundo y Tercer Mundo, que sólo podrían compensar fundamentalmente con mayores exportaciones de servicios a los mismos. En efecto, estos países al haberse transformado en exportadores de manufacturas no absorben de los países industriales nada más que exportaciones manufactureras de alta tecnología, que debido a su pequeño

volumen tienen un valor menor del necesario. Por lo que han de ir crecientemente acompañadas de exportaciones de servicios.

Sin embargo, hay todavía algunos autores y portavoces, minoritarios pero muy vocales, en la industria, en los sindicatos y en la política, que creen, alternativamente, que la solución para los países desarrollados consiste en una re-industrialización impulsada estatalmente, que tenga por objeto hacer frente a la doble amenaza de la investigación norteamericana y de la industrialización china, que están destruyendo por sus dos extremos de alta y baja tecnología el espectro industrial occidental. Se basa en el argumento de que el nivel y la tasa de crecimiento de la productividad manufacturera es mucho más alta que la de las actividades de servicios y que, por tanto, es la que se precisa para elevar más rápidamente el nivel de vida.

Es una actitud similar a la de los fisiócratas al final del siglo XVIII cuando defendían, frente a la creciente industrialización y comercialización holandesa, la ruralización de Francia. También entonces era la productividad agraria más dinámica y elevada que la de las nuevas producciones holandesas. Siempre ha sido así en las grandes transiciones. Inicialmente, no se ha ido de actividades de menos a más productividad, sino al revés. Al principio, los agricultores del Neolítico tenían un nivel y una esperanza de vida, muy inferior a la de los cazadores y recolectores que les precedieron. Sólo después de muchos siglos los superaron de forma irreversible y acumulativa, para ser eventualmente sobrepasados a su vez por los artesanos y comerciantes libres de la Edad Moderna.

Intentar mantener como base de las economías llamadas industriales, la industria manufacturera es simplemente un propósito anti-histórico. Incluso en el país donde sobrevive con más pujanza, debido a sus raíces de investigación científica y tecnológica, la industria manufacturera es crecientemente minoritaria. En efecto, al terminar la Segunda Guerra Mundial el empleo en la industria manufacturera norteamericana era el 35% del total, hoy en día alcanza el 12%. Y disminuye a ritmo acelerado. Desde 1995 al 2002 ha decrecido el 7%.

No tiene, por tanto, mucho sentido intentar proteger a ultranza el empleo en las manufacturas de baja y media tecnología, más intensivas de empleo, frente a la competencia asiática, porque eso sólo se puede lograr aumentando la inmigración de mano de obra barata. Lo que sí es necesario es potenciar el crecimiento de las industrias de alta tecnología: las de TIC, biotecnología, nanotecnología, nuevos materiales y conductores, lanzadores y satélites espaciales, etc., que están estrechamente relacionadas con los servicios de I+D+i y los de educación universitaria. Aunque para ello haya que aumentar masivamente las entradas de capital, trabajo y tecnología extranjeros.

Pero para ello es imprescindible contar con una base de servicios científicos, tecnológicos, culturales y financieros interrelacionada. Como muestra el ejemplo norteamericano, la industrialización de alta tecnología no es incompatible sino complementaria de la producción de servicios. Algunos de los cuales son ya crecientemente exportables.

### III. NECESIDAD DE SERVICIOS EXPORTABLES

De hecho, la tarea fundamental previa, aunque sorprendente porque en los países industrializados siempre se ha creído que los servicios son inexportables, no es imposible, ya que las economías industrializadas son, desde hace ya mucho tiempo, economías de servicios –alrede-

del 75% de su PIB—. Y sus exportaciones, aunque aún escasas –aproximadamente un tercio de las agrícolas e industriales– tienen mayores tasas de crecimiento interanual, –alrededor de dos puntos porcentuales–, y pueden aumentar considerablemente en las nuevas actividades de servicios, especialmente en los profesionales, tecnológicos y de conocimiento.

Por otra parte, como ya se ha apuntado, es inexorable que así acontezca, si los países industriales del mundo desarrollado quieren seguir liderando la economía mundial. La razón es que las pequeñas cuotas de producción primaria y secundaria que les restan, del 20% al 30% del PIB, aunque son aún las actividades de más calidad mundial por los altos contenidos de investigación que incorporan, están disminuyendo progresivamente. La causa es que sus actividades de transformación, no las de investigación, diseño y control, para resultar competitivas, se están trasladando, en el caso de la industria, a otros países de salarios más bajos, y abandonando los cultivos tradicionales y concentrándose en la producción de especialidades con denominación de origen, en la agricultura.

De manera que las economías industriales tienen que acelerar sus exportaciones de servicios muy por encima de las cifras ya alcanzadas. Lo que es posible pero difícil. Unas cifras aproximadas revelan claramente el problema. Un país industrializado medio, cuyas producciones de servicios son del orden del 75% del PIB y las de mercancías del 25% restante, exporta o importa, en total, alrededor del 25% de su PIB. Del cual, el 20% son de bienes tangibles y el 5% de intangibles. Es decir que, aproximadamente, en el momento actual, mientras que su producción de servicios es tres veces mayor que la de sus mercancías, sus exportaciones o importaciones de servicios son cuatro veces menores que las de sus exportaciones o importaciones de bienes. La causa es que las exportaciones o importaciones de servicios sólo representan alrededor del 6% de su producción mientras que las de mercancías rondan el 80% de la suya. La conclusión, por ello, es evidente, como los países industrializados no pueden reducir su consumo de mercancías y la mayor parte de éstas son importadas, para que la gran transformación de la economía mundial en curso se haga sin que se altere excesivamente el equilibrio comercial entre los grupos de países, es necesario que los industrializados empiecen a producir servicios que sean 6 ó 7 veces más exportables que los actuales. Igualmente que, a la par, los países de nueva industrialización, además de importarlos, produzcan bienes tangibles un 50% menos exportables, lo que sólo pueden lograr ampliando los bienes de consumo interno, no los de exportación, como ahora hacen.

Eso es lo que, en el fondo, se discute en Doha. Los países avanzados quieren que el resto del mundo liberalice todas las actividades, especialmente las de servicios, y se establezcan las condiciones competitivas y transparentes necesarias para su gestión, conocidas como los Temas de Singapur, y los menos avanzados piden que los primeros hagan lo mismo con su agricultura e industria. Todos saben que el proceso de reestructuración de la producción e intercambios mundiales es inevitable y conveniente, pero no se ponen de acuerdo en la secuencia a seguir para lograrlo. Al final, es de esperar que se imponga la razón, porque la alternativa proteccionista o bilateralista es peligrosa, ya que puede frenar o abortar la globalización en curso. Por lo que, probablemente, la liberalización de los servicios del Segundo y Tercer Mundo habrá de tener lugar a mayor velocidad y en mayor volumen que la de la agricultura e industria del Primero. La razón, además del mayor poder de negociación del trío EE.UU.-UE-Japón, es que la creación de servicios exportables, que es la clave del éxito del esquema de la transición, es muy difícil de conseguir y, por ello, los países avanzados sólo la llevarán a efecto

en la medida que no ponga en peligro su estabilidad socioeconómica. Lo que sólo podrán realizar en la cuantía necesaria, por tanto, si tienen amplios mercados externos para su exportación de servicios y pueden modular equilibradamente su propio desarme comercial.

Previsto, claro está, que sus opiniones públicas cambien previamente de mentalidad, enfrentándose para ello a los grupos de interés de sus industrias o caso, y asuman que, aunque se llamen industrializados, son países de servicios. Y si perciben que, para ampliar y profundizar el crecimiento mundial, es indispensable que potencien los sectores de servicios que hasta ahora han menospreciado. Para ello es indispensable que reconozcan que la terciarización ha precedido a la actual globalización y que ha sido y ha de seguir siendo su causa.

#### IV. LOS DATOS: PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

Es una condición fácil de cumplir porque los datos son claros. En efecto, la economía norteamericana era ya en 1950 una economía de servicios. La producción y el empleo en esas actividades eran superiores a las de su agricultura e industria juntas. A partir de entonces, la nueva pauta estructural se ha extendido por el mundo y profundizado en todos los países, determinando por ejemplo que en EE.UU. los servicios alcancen hoy el 80% del PIB y del empleo. Así, los países nórdicos eran economías de servicios en los años 1960, los occidentales europeos en los 1970 y los sureños en los 1980. En síntesis, EE.UU. y la UE eran ya economías de servicios maduras antes de que comenzara la segunda globalización.

Y han sido la causa principal de las dos globalizaciones, la de fines del siglo XIX y del XX, y de las aceleraciones del crecimiento mundial que han producido. Nadie disputa que la primera, que hasta la fecha fue más importante relativamente que la actual, se debió a la revolución en los medios de transporte –ferrocarril, automóvil y barcos de vapor– y, en menor medida, a los de comunicaciones –telégrafo y radio–, que redujeron los dos obstáculos fundamentales del comercio y de la inversión internacional, a saber, la distancia y la ignorancia.

Pero, en la situación actual, el papel de esos factores parece menos claro porque se ha invertido. Los nuevos medios de transporte –camiones, aviones, barcos de containers– han disminuido de nuevo, y significativamente, los costes de transporte. Pero lo han hecho en menor medida que los nuevos medios de información y comunicación –teléfono, televisión, telex, fax, internet– han reducido los otros costes de transacción –de búsqueda de clientes, negociación de contratos, supervisión de la producción, gestión de posventa, etc.–.

Además, tampoco se ha apreciado como es debido que sus efectos más críticos no han sido los cuantitativos como en la primera globalización, sino los cualitativos. Hoy, en efecto, la globalización no es sólo de bienes tangibles sino, especialmente, de intangibles, principalmente de ideas, valores y conocimientos. Se trata de una mundialización de la mayor parte de las actividades de conocimiento, tecnológicas y culturales, que está homogeneizando el mundo. Con las enormes y positivas influencias que puede tener si continúa, se mantiene y tiene éxito, y los peligros que encierra si se interrumpe y fracasa, como sucedió en la primera.

Obviamente, esta homogeneización se está produciendo gracias al crecimiento de la producción e intercambio mundial de servicios distintos de los de transporte y comunicaciones tradicionales. Es decir, mediante el turismo, los servicios profesionales tecnológicos –como los informáticos y de información, los financieros, de telecomunicaciones– y los servicios profe-

sionales de conocimiento –de investigación y desarrollo, servicios de consultoría y proyectos, publicidad, servicios culturales y de entretenimiento, y entre estos últimos, de los servicios audiovisuales y los artísticos y de entretenimiento–. Por su efecto, las sociedades, países y civilizaciones se están integrando crecientemente.

La razón por la que, a pesar de la evidencia estadística, hasta hace apenas un lustro, no se apreciaba apenas la importancia que han tenido, tienen y, sobre todo van a tener los servicios, es que se los consideraba actividades basura de baja productividad y remuneración e inexportables.

En la actualidad, hay una opinión más positiva respecto de ellos. Así, se acepta que su bajo nivel de productividad es equívoco, porque se debe a su más fácil ocultación fiscal. Y que la escasa tasa de crecimiento de su productividad tampoco es significativa, porque es únicamente fruto de la deficiencia de los sistemas de contabilidad nacional, que sólo miden los incrementos cuantitativos de la producción pero no de los cualitativos, que son los que más importan en la producción y consumo de servicios. Por lo que se entiende que, si se descuentan esos dos efectos, el nivel y crecimiento del bienestar que producen los servicios es mayor que el que generan las manufacturas, entre otras razones porque no tiene los costes medio ambientales de ésta. Y porque sus empleos son más limpios y requieren menos esfuerzo físico.

También se entiende que las remuneraciones en las actividades de servicios no son tan bajas como se dice. Son, sí, más heterogéneas, mucho más dispares que los de las manufacturas, porque también lo son las actividades intangibles que engloba. Pero no más bajas. Van desde las más altas, de artistas y profesionales, a las más bajas, del servicio doméstico. Y, por tanto, dependen de la varia calificación educativa que requieren. En los países más avanzados, como los servicios utilizan cada vez más empleo universitario, mientras que la industria utiliza preferentemente bachilleres, la remuneración media en los servicios ha sobrepasado ya la de la industria manufacturera o está a punto de hacerlo. Y, en el futuro, su remuneración media será claramente superior.

Igualmente, se empieza a valorar muy positivamente el que no sean almacenables porque ello es garantía de que en las economías avanzadas los ciclos económicos serán cada vez menos frecuentes y, dentro de ellos, las recesiones más planas y, por tanto, el empleo más estable. Hecho que beneficia tanto a las empresas, que no tienen que realizar tantos gastos en formación de sus trabajadores, como a estos mismos. Finalmente, también comienza a comprenderse que, gracias a las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación, los servicios artísticos, científicos, tecnológicos y profesionales se están haciendo mucho más comercializables que muchas mercancías.

Desgraciadamente, estas apreciaciones reactivas de las virtudes de los servicios no son suficientes para garantizar su continua expansión. La opinión pública no es consciente aún de que el fracaso de la presente globalización, que pueden producir los populismos fundamentalistas –de los ricos y los pobres–, si con su afán proteccionista colapsan los intercambios internacionales como hicieron en la primera, puede dar lugar a tragedias equivalentes. Lo que frenaría el crecimiento económico, aumentaría las divergencias existentes en niveles de vida e incrementarían los conflictos nacionales e internacionales.

Pero, aún si tiene lugar, la pauta de crecimiento de la economía de servicios futura será diferente de la registrada. En su origen, la expansión de los servicios se produjo en empleos domésticos y servicios comerciales; luego, en transportes y comunicaciones y, últimamente, en servi-

cios de bienestar social, básicamente educación, salud y protección social. Es decir, en servicios casi autárquicos, difícilmente comercializables, que, con la excepción de los de información, transporte y comunicaciones, tampoco favorecieron la comercialización de las mercancías.

En el futuro, la expansión de la economía de servicios tendrá que realizarse en servicios comercializables, porque, como ya se ha dicho, los países avanzados tendrán que pagar con el superávit potencial de sus balanzas de servicios, los déficit crecientes en mercancías que algunos ya experimentan, y sufrirán todos en el futuro, debido a su desagravación y desindustrialización forzosa. Como ya acontece de forma muy significativa en la economía más desarrollada, EE.UU., que desde la vanguardia fija el sendero a seguir por los demás.

## V. LA POSICIÓN ESPAÑOLA: ALTA COMPETITIVIDAD GLOBAL Y ESTRUCTURA IDÓNEA

Dentro de éste contexto evolutivo previsible, España se encuentra, por primera vez en su historia moderna, en una excelente posición de partida. Así como su competitividad manufacturera ha estado históricamente lastrada por su carencia energética, su situación geográfica periférica en Europa, la ausencia de ríos y canales navegables y las dificultades al transporte terrestre que ha impuesto su orografía, en cambio, por razones climáticas e históricas conocidas, tiene una alta competitividad en servicios. En términos relativos, el doble que la industrial. Así, desde hace casi dos siglos, su cuota en las exportaciones mundiales de mercancías es del 2%, mientras que, en apenas medio siglo, el valor de sus exportaciones de servicios es el 4% del total mundial. Es decir, seis veces más de lo que corresponde a su población.

Para ello no tiene que producir tampoco grandes transformaciones porque, afortunadamente, su pauta de evolución hasta el momento es similar a la del país más avanzado. Aunque partiendo de niveles inferiores y por razones distintas, la pauta del comercio exterior de servicios española es, curiosamente, la que más se parece a la de EE.UU. Son, en efecto, los dos países industrializados más deficitarios en el comercio de mercancías y que poseen los mayores superávit en servicios. El de España es el segundo del mundo en términos absolutos, sólo inferior al de EE.UU., pero, ampliamente, el primero en términos relativos.

Puede y debe, por tanto, aprovechar esta nueva gran transición de la economía mundial, en la que tiene ventaja relativa—debido a la magnitud y calidad de su población, el sol y paisaje de que disfruta, el patrimonio artístico y arqueológico que posee y su cultura e idioma, que gracias a los países latinoamericanos, es el tercero mundial— para poder recuperar el terreno que perdió, respecto de los países más avanzados, durante las distintas etapas de la Revolución Industrial.

Para llevarlo a buen fin, es necesario que sea consciente de su oportunidad y que acomode lo más posible sus políticas a la evolución que se prevé del comercio internacional de servicios, que es la variable que debe orientar las transformaciones a realizar en el esquema productivo.

Esa evolución internacional, que como muchos de los comentarios de ésta presentación es fruto de un trabajo de investigación financiado por la SGAE que he realizado con B. Olmedillas y J. L. Zofío, profesores de mi Departamento, y que se va a publicar próximamente bajo el título *El Comercio Exterior de los Servicios Culturales y Recreativos en los Países Desarrollados: El Caso Español*, es la que a continuación se resume.

El mayor agregado del comercio internacional de servicios sigue siendo aún el de los servicios de turismo y transporte, que significa más del cincuenta por ciento del total en casi todos los grandes países industriales exportadores de servicios, i.e., en EE.UU., UK., Francia, Italia y España, y lo continuará siendo por algún tiempo. Pero el conjunto de servicios que más crece es el de servicios profesionales, que engloba los tecnológicos, i.e., a los que para comercializar sus actividades utilizan, fundamentalmente, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y a los servicios de conocimiento, a saber, a aquellos que se basan críticamente en la creación de nuevas ideas, científicas y tecnológicas y artísticas y humanísticas. Entre los primeros, i.e., los tecnológicos, se encuentran los de información e informática, telecomunicaciones, y los financieros y bancarios. Entre los de conocimiento, se hallan los de I+D y royalties y patentes que originan, los servicios de consultoría y proyectos, los de publicidad y los servicios culturales y recreativos. Éstos, a su vez, engloban a los audiovisuales y a los otros culturales que se proporcionan en salas de espectáculos.

Este conglomerado de servicios profesionales, que está mucho más tecnificado y dirigido más a las empresas que a las familias, que en cambio consumen preferentemente los anteriores, de turismo y transporte, constituye el segundo gran grupo de exportaciones de servicios, alrededor del 45% del total frente al 55% del turismo y transporte, aunque en algunos países como Japón y Alemania es ya el primero. Pero pronto estará a la cabeza en todos ellos.

De sus dos componentes, el más importante es el de los servicios de conocimiento, cuyo valor es casi el doble que los tecnológicos. Su producción depende esencialmente, de la capacidad científica, cultural y organizativa del país que las realiza. Su exportación, por otra parte, tiene pocas limitaciones idiomáticas porque su clientela es limitada, técnica y culta y tiene acceso, directo o mediante traducciones, al lenguaje en que se expresa. Paradójicamente, en cambio, los servicios tecnológicos –financieros, de comunicaciones, etc.–, que utilizan las TIC para vender sus productos en el extranjero, dependen más de la extensión mundial del idioma en que se llevan a cabo, y menos de la capacidad científica del país que los origina. Las causas son que quienes los realizan, para difundirlos, pueden adquirir la tecnología y equipos que precisen y carezcan en el extranjero, pero tienen que utilizar forzosamente el lenguaje de sus clientes masivos y ello se facilita si hablan el mismo.

España se identifica estrechamente con la pauta internacional descrita. Los servicios que exporta en mayor cuantía son los de turismo y transporte, que alcanzan el 70% del valor total de las exportaciones de servicios, a su vez el 25% de las de bienes y servicios. Naturalmente, tiene un saldo positivo y creciente, que en 2001 ascendió a 26.793 millones de dólares, mucho más que el de los otros exportadores netos. Doble que el de Francia y tres veces superior al de Italia y EE.UU. Las exportaciones de servicios profesionales cubren el resto, excepto una pequeña cuota de exportaciones de servicios gubernamentales, que formalmente son el tercer gran componente de la industria de servicios, precisamente los que consumen sobre todo los gobiernos. Coherentemente, las exportaciones de servicios turísticos crecen mucho menos que los profesionales, por lo que su cuota en el total se reduce en un punto porcentual aproximadamente al año. De 1986 a 2001 ya lo ha hecho en 16,4 puntos. La causa principal es que el modelo de sol y playa tradicional tiene cada vez más competidores mediterráneos de salarios más bajos y España todavía no ha potenciado, como Gran Bretaña, Francia e Italia, su turismo cultural.

Como en todos los países avanzados, menos en Francia, las exportaciones españolas de servicios profesionales son muy dinámicas. De hecho, su crecimiento interanual entre 1986 y 2001, que es el período para el que la OCDE tiene datos, es mayor que la del conjunto de servicios. Pero aún son menores que las importaciones, que inicialmente fueron muy altas, por lo que su déficit es aún creciente, a pesar de que las exportaciones crecen ya más deprisa y la mitad de sus componentes ya son exportadores netos. En efecto, para sorpresa de los escépticos sobre la potencia y calidad de los servicios españoles, es preciso destacar que España exporta con superávit creciente no sólo servicios turísticos y de transporte sino, en menor medida, informáticos y de información, de publicidad y financieros y bancarios. El déficit de los servicios profesionales, que habrá de corregir, si quiere ser, como puede, una potencia de servicios, es exclusivamente el de los servicios de conocimiento.

## VI. DEFECTOS A SUPERAR

Por suerte, el déficit de los servicios de conocimiento, que es voluminoso y crece a una fuerte tasa del 13,7% interanual, es menos preocupante de lo que a primera vista parece. De hecho es más coyuntural y reversible que estructural, a pesar de que incluye la partida de royalties y patentes, que es la que más refleja la insuficiencia estructural de la investigación española, que es aún mayor que el resto de la europea. Las exportaciones de los otros dos componentes del agregado, los servicios a las empresas y servicios personales, culturales y recreativos, también son menores que las importaciones y originan déficit importantes, pero son más fácilmente superables.

Actualmente, debido a la falta de capacidad productiva en estos subsectores, algunos de los cuales tienen distintas mezclas de economías de escala, alcance y red, difíciles de alcanzar, España, como el resto de Europa continental, depende de importaciones norteamericanas de servicios de consultoría y audiovisuales, que son más fáciles de sustituir que los de investigación, que también importan. Hasta la fecha, la UE ha dado más importancia a la promoción de la investigación científica. Con muchos menos recursos, podría conseguir que se integraran y potenciaran las pequeñas empresas de consultoría, proyectos, televisión y cine de los países que la constituyen. Con lo que momentáneamente obtendría mejores resultados. Pero si no hay iniciativa pública para ello, el mercado resolverá el problema, mediante fusiones y adquisiciones, porque en esos servicios los beneficios son altos y no hay grandes barreras de entrada.

Un análisis de las elasticidades –renta aproximadas de las exportaciones e importaciones de servicios tecnológicos y de conocimiento–, que se puede calcular con los datos de la OCDE para el período citado, y que muestran la viabilidad de las exportaciones e importaciones que causan la renta mundial y nacional respectivamente, confirman la previsión previa. Las exportaciones de servicios tecnológicos españolas son las más dinámicas del mundo, junto con las de Japón, pues crecen tres veces más rápidas que la renta mundial. Lo que permite anticipar el aumento y consolidación del superávit que ya han alcanzado. Por otra parte, las de las exportaciones de conocimiento, crecen también a una tasa muy alta, incluso por encima de las de EE.UU., que es el líder en este campo. Lo que de nuevo parece garantizar que su transitorio déficit se torne pronto en superávit.

El caso de los servicios personales, culturales y recreativos es particularmente significativo para España. En este dominio que es tan sintomático de la potencia cultural de un país como el

de royalties y patentes lo es de la científica, y que expresar sintéticamente la calidad y reputación de todas las producciones del mismo, tanto tangibles como intangibles, como han hecho italianos y franceses con el diseño y la cocina, las exportaciones españolas son las más dinámicas del mundo. Han crecido al 28,3% anual entre 1986 y 2001, mucho más que las de EE.UU., que es la potencia dominante en el ámbito, que lo han hecho al 16,8%. Aunque, claro está, partiendo de niveles inferiores. No obstante, superan ya el 1% de las exportaciones totales de servicios, como en Francia y EE.UU.

Circunstancialmente, su saldo es todavía fuertemente negativo, pues se acerca a los mil millones de dólares en 2002. De hecho, junto con el de royalties y patentes, es uno de los que más contribuye al déficit de los servicios de conocimiento. Y crece a una tasa también muy elevada, del 17,4% interanual, casi exclusivamente como consecuencia de las importaciones de contenidos audiovisuales para el cine y, sobre todo, para las múltiples cadenas de televisión públicas y privadas que, debido a sus pérdidas, se ven forzados a comprar contenidos de saldo norteamericanos.

Las cifras de las elasticidades renta aproximadas de sus exportaciones son de nuevo muy altas, 5,2. De manera que si se mantiene la tendencia, pueden crecer a un ritmo cinco veces más deprisa que la renta mundial. Muy por encima de las de EE.UU. y de las de sus importaciones. Por lo que cabe esperar que, igualmente, se supere el déficit que padece que, como se ha dicho, es el más artificioso.

De hecho, igual que ha acontecido en los países más desarrollados de Europa, es previsible que el fenómeno se invierta pronto, porque el público prefiere contenidos locales y obligará a una reestructuración de la programación televisiva. Que puede hacerse a mejor calidad y menor coste, si las producciones se dirigen a mercados más amplios que los nacionales y con las técnicas que han desarrollado los estudios de televisión norteamericanos. Al contrario de los del cine, cuyas producciones están dirigidas a niños y adolescentes, algunos de los programas de la televisión norteamericana son de una creciente calidad intelectual, como requiere su audiencia más adulta y culta, y como quieren también las europeas. Tanto los de divulgación científica y cultural, como los de deportes, comedia y drama.

La esencia de esa producción radica en la calidad de sus guiones, en los que trabajan los mejores escritores norteamericanos. Y se podría repetir con éxito en el mundo de habla hispana, porque posee también excelentes escritores a ambos lados del Atlántico, que pueden comunicar mejor con su audiencia. Y una industria de la edición e impresión, la española, que tiene la capacidad de gestión competitiva probada, porque sus exportaciones han crecido espectacularmente en los últimos años, generando un fuerte superávit, casi la mitad del sector cultural.

La integración de estos activos requiere, obviamente, que la industria de la edición española se integre más con la de América Latina, especialmente con la mejicana, debido a su fuerte relación con la población hispana de EE.UU., y que las dos intervengan crecientemente en el sector audiovisual. De ésta forma se constituiría una base cultural que, integrada con la otra científica y organizativa en proceso de edificación con los otros países de la UE, y con la gestión del turismo cultural hispano, podría crear una potente industria de servicios hispana. Una industria que pudiera realmente competir con la anglosajona –que incluye no sólo de EE.UU. y Gran Bretaña, sino también Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda– y con la que se está intentando desarrollar en Asia sobre la base del mandarín.