



Universidad de Valladolid

Programa Oficial de Postgrado

Master Universitario en Economía de la Cultura y Gestión Cultural.

Trabajo Fin De Master

Análisis del mercado internacional de bienes culturales en España: situación y perspectivas

David Pérez Sanz.

Facultad de Comercio.

Valladolid, 21 de julio, 2022.

Universidad de Valladolid.

Programa Oficial de Postgrado

**Master Universitario en Economía de la
cultura y gestión de la Cultural.**

Curso Académico 2021/2022.

TRABAJO FIN DE MASTER

Análisis del mercado internacional de bienes culturales en España: situación y perspectivas

Autor:

DAVID PÉREZ SANZ.

Tutor:

LUIS CESAR HERRERO PRIETO.

Facultad de Comercio.

Valladolid, 21 de julio, 2022.

RESUMEN: El presente trabajo tiene por objeto exponer la situación de España en el mercado internacional de bienes culturales, analizando la dimensión y evolución de sus exportaciones e importaciones, a nivel general, sectorial, determinando cuáles son sus sectores más potentes y con buena proyección, como es el caso de los audiovisuales, y cuáles son sus más deficitarios. Se realiza también un análisis geográfico del origen y destino del comercio exterior de los bienes culturales. Cuyo marco teórico previo, se abordan las dinámicas que rigen el comercio internacional de bienes culturales. Algunas de estas son: la importancia del desarrollo industrial para alcanzar una posición privilegiada en el mercado, defensa de la diversidad cultural en pos de crear un ambiente proclive a la innovación, ascenso de nuevas potencias económicas (particularmente de China) especialización de determinados países en ciertos sectores culturales como la artesanía y derivados, las industrias de contenido, etc. Cabe mencionar que, en el ámbito de estudio de la economía de la cultura, el tema del comercio exterior no ha sido aún muy abordado.

Clasificación JEL: Z11, O57, K33, F02

Palabras clave: Economía de la cultura, mercado internacional, derecho internacional, estudios sectoriales.

ABSTRACT: The purpose of this paper is to expose the situation of Spain in the international market of cultural goods, analyzing the dimension and evolution of its exports and imports, at a general, sectoral level, determining which are its most powerful sectors and with good projection, as is the case of audiovisuals, and which are its most deficient. A geographical analysis of the origin and destination of foreign trade of cultural goods is also carried out. Whose previous theoretical framework, the dynamics that govern the international trade of cultural goods are addressed. Some of these are: the importance of industrial development to achieve a privileged position in the market, defense of cultural diversity in order to create an environment conducive to innovation, rise of new economic powers (particularly China), specialization of certain countries in certain cultural sectors such as crafts and derivatives, content industries, etc. It is worth mentioning that, in the field of study of the economy of culture, the issue of foreign trade has not yet been widely addressed.

JEL classification: Z11, O57, K33, F02

Keywords: Economics of culture, international market, international law, sectoral studies.

Índice.

1. Introducción.....	7
2. Marco teórico.....	11
2.1. Mercado internacional de bienes culturales: Definición, delimitación y sus particularidades.	11
2.2. Evolución y crecimiento.....	15
2.3. Regulaciones y protección de los bienes culturales en el ámbito del comercio internacional.	25
3. España en el comercio exterior de bienes culturales.....	31
3.1. Estrategia metodológica.	31
3.1. Evolución y dimensión.	32
3.3. Análisis sectorial.	36
3.4. Análisis geográfico.	45
3.5 Análisis económico.	50
4. Conclusiones.	55
5. Bibliografía.	60
6. Anexo.	62

1. Introducción.

El mercado internacional de bienes culturales en sus exportaciones supone el 1,49% del total de exportaciones a nivel mundial y de importaciones el 1,26% (Fuente: UIS Statistics). Si bien es cierto que atendiendo a estas cifras, se podría afirmar que la cultura en el comercio internacional es residual y por lo tanto con escasa repercusión en la sociedad, queremos resaltar la importancia que realmente tiene en diversos campos. Primero, permite el intercambio de distintas corrientes culturales, lo cual tiene impactos positivos en las distintas sociedades, aportando formación, creatividad, puesta en valor de la identidad, de la cual surge una imagen o branding del país. Segundo, estos efectos repercuten finalmente en el desarrollo de la economía, ya que por ejemplo la formación y la creatividad traen consigo el emprendimiento y la innovación. Tercero, se trata de un tema aún poco abordado, que no concuerda con la importancia que se viene dando a la dimensión del sector cultural en cada país.

Los bienes que conforman este mercado pueden ser tangibles o intangibles como la música y las artes escénicas. Todos estos bienes poseen una serie de valores como el valor estético, simbólico, de identidad, de legado y existencia. De forma similar sucede con las industrias culturales que crean los bienes reproductibles, donde el reclamo para el consumidor es la emoción estética que le aportan. En definitiva, un bien cultural tiene siempre un valor económico, por lo tanto es también un bien comercial que pasa a formar parte de un tipo de comercio muy complejo como es el mercado internacional de bienes culturales, donde ya no es una mera interacción entre vendedor y consumidor, sino que es una relación comercial que se establece entre todos los países del globo, cada uno con su distinta cultura, identidad e idiosincrasia, trayendo consigo un intercambio cultural que puede repercutir positivamente, dando la oportunidad a los países de exportar una imagen o branding que contribuye al desarrollo económico del país, aunque también puede traer consigo efectos negativos como la pérdida de diversidad cultural. Es por ello por lo que el análisis del comercio internacional de bienes culturales requiere especial atención en la economía de la cultura debido a que engloba cuestiones que van más allá de lo económico, como aquellas relacionadas con el derecho internacional regulado por distintos organismos mundiales (UNESCO, la OMPI y la OMC.) con el fin de proteger esa diversidad y la conservación de bienes culturales considerados como patrimonio cultural protegido en cada país. Por otra parte, algunos bienes culturales son comerciales, generalmente las industrias culturales (cine, música, video,) o sea, las industrias de contenido, constituyen sectores económicos muy robustos, a veces guiados por multinacionales

(pensemos en los productores y distribuidores de cine) que afectan y se insertan en los flujos de comercio internacional.

Con todas las cuestiones anteriormente desarrolladas pudiera parecer que el mercado cultural carece de relevancia en términos económicos. Pero lo cierto es que las actividades económicas relacionadas con la cultura suponen el 3,1% del PIB mundial y el 6,2% del total del empleo (*Fuente: UNESCO*), por lo que también se requiere llevar a cabo estudios de carácter empírico sobre su dimensión intersectorial para poder vislumbrar en qué subsector cultural cada país puede obtener una ventaja, todo ello sin perder de vista todas esas peculiaridades posee este mercado que tan distinto lo hacen al resto de sectores.

En un mercado que además repercute positivamente en otros sectores que, aunque inicialmente parezcan ajenos a la cultura, se ven muy beneficiados de la industria de los bienes culturales. Esto son los denominados bienes auxiliares de la cultura, como los soportes de grabación, aparatos de televisión y radio, aparatos de grabación y/o reproducción y teléfonos móviles. En definitiva, la cultura y su mercado a nivel global tienen unos impactos positivos muy importantes a todos los niveles del conjunto de la sociedad, al igual que otros impactos negativos, que necesitan ser abordados para evitar que estos sucedan.

Por lo tanto, con este trabajo se pretende realizar un estudio descriptivo de la actividad de España en el mercado internacional de bienes culturales, determinando su dimensión y evolución más reciente, cuáles son sus sectores culturales con más ventaja y posibilidades tienen en este comercio. Al tratar un asunto como es el mercado internacional, hay que contextualizar cuál es el entorno en el que se mueve España y qué dinámicas lo rigen, qué motivos llevan a unos determinados bloques de países a acaparar la gran parte de este mercado, así como cuál es el lugar en el que se insertaría España, que en este caso, debe situarse dentro del marco europeo.

Para llevar a cabo estos objetivos, el trabajo se ha dividido en tres partes consecutivas: Marco teórico del comercio internacional de bienes culturales, análisis empírico del sector en España, y discusión y conclusiones. El primer apartado tiene por objeto exponer de forma breve e introductoria la clasificación de los tipos de sectores culturales, un breve recorrido sobre cómo ha evolucionado este mercado en el ámbito internacional a lo largo del tiempo y a qué causas se deben estos cambios, lo cual permitirá contextualizar mejor el análisis de España, dónde se tienden a agrupar las industrias culturales y porqué (fundamentalmente en los países desarrollados, y economías emergentes), y cuál es la distribución de todos estos

sectores a nivel mundial. Y por último, brevemente exponer las medidas de protección de los bienes culturales y la defensa de la diversidad cultural en el ámbito del comercio internacional.

El segundo capítulo es el grueso de este trabajo. Acudiendo a las bases de datos ofrecidas por INE, concretamente CulturaBase, analizaremos el desarrollo de la actividad de España en el comercio exterior de bienes culturales durante la década de 2010-2020. Para ello se desglosarán sus importaciones y exportaciones, tanto a nivel general como a nivel sectorial, para a partir de aquí profundizar más calculando los saldos de la balanza comercial con el fin de determinar en qué sectores existe una buena productividad o si por el contrario tienden a ser deficitarios. Se realiza también un análisis geográfico del origen y destino de nuestro comercio exterior. Y, por último, trataremos de determinar las ventajas comparativas en el sector cultural a través de una comprobación sencilla de las hipótesis del modelo ricardiano y modelo de comercio intraindustrial en el comercio exterior de bienes culturales.

El último apartado consistirá en enumerar las conclusiones finales de este análisis, resaltando los puntos más relevantes del plano teórico entendido como una síntesis de las características y comportamientos del comercio exterior. Y sobre todo, exponer las conclusiones finales de la dimensión y evolución de España en el mercado exterior, qué sectores están siendo fuertes pero también qué dificultades está encontrando. Como por ejemplo, le sucede con los audiovisuales, que se han mostrado para España como un sector potente, en el que está afianzando una buena posición, pero sus exportaciones quedan muy limitadas al marco europeo, sin llegar a tener un alcance mucho más intercontinental a diferencia de la industria editorial.

El último apartado consistirá en enumerar las conclusiones finales de este análisis, resaltando los puntos más relevantes del plano teórico entendido como una síntesis de las características y comportamientos del comercio exterior. Y sobre todo, exponer las conclusiones finales de la dimensión y evolución de España en el mercado exterior, qué sectores están siendo fuertes pero también qué dificultades está encontrando. Como por ejemplo, le sucede con los audiovisuales, que se han mostrado para España como un sector potente, en el que está afianzando una buena posición, pero sus exportaciones quedan muy limitadas al marco europeo, sin llegar a tener un alcance mucho más intercontinental a diferencia de la industria editorial.

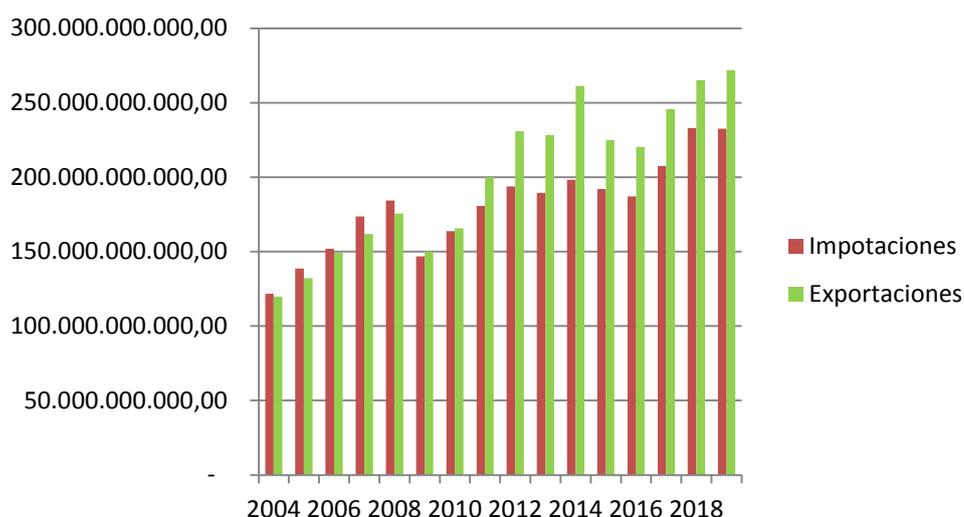
2. Marco teórico.

2.1. Mercado internacional de bienes culturales: Definición, delimitación y sus particularidades.

El mercado internacional de bienes culturales posee una gran importancia para la economía, ya que registra anualmente cifras que se sitúan por encima de los dos billones de dólares, por ejemplo en 2019 se alcanzó la cantidad de 271.706.733.173 de dólares (Fuente: UNstat), habiendo tenido un gran crecimiento desde 2004, aunque contando con la irrupción de la crisis de 2008 (figura 1.) para después tener una rápida recuperación con unas tasas de crecimiento mayores las previas de la crisis, tal y como sucedió en el caso español tras la recuperación económica de 2015. De lo cual se deduce que se trata de un sector que se encuentra en un constante cambio y desarrollo, donde se generan importantes flujos económicos con impactos positivos en los distintos países que lo conforman, contribuyendo al crecimiento económico, a la innovación y a la creatividad como se desarrollará más adelante.

Figura 1.

Evolución del mercado internacional de bienes culturales del conjunto de todos los países.



Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS) y elaboración propia.

Tal y como indica su nombre, el mercado internacional de bienes culturales se forma a partir del intercambio de los bienes culturales. Estos bienes, basándonos en la definición aportada por David Throsby(2001), poseen unos aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana, que se relacionan con, actividades que implican creatividad, comunican algo simbólico y en potencia presentan una forma de propiedad intelectual. De estas características expuestas surge el valor cultural que poseen los bienes culturales, se forma a partir de los siguientes (incluso con varios a la vez): valor estético, espiritual, social, histórico, simbólico y de autenticidad. Estas características son las que distinguen a un bien económico puro de uno cultural. No obstante el bien cultural también posee un valor económico, y por lo tanto esto hace que se forme un mercado en torno a estos.

Gran parte de los bienes y servicios culturales que se comercian en este mercado internacional son aquellos que producen las denominadas industrias culturales, que crean bienes que son comerciales a pesar de tener unas características que lo convierten en bien cultural (música, películas, libros, etc.). Delimitar y definir las distintas actividades, sectores, bienes y servicios que conforman el comercio exterior es una labor compleja, ya que, dependiendo de la institución que emite la fuente, las definiciones varían. Además, hay sectores relacionados con el ámbito digital y tecnológico que, aunque a priori suenan como algo ajeno a la cultura, se están comenzando a reconocer ciertas facetas suyas como cultura. Es el ejemplo de las artes gráficas, los videojuegos, reproducción de soportes grabados y también recientemente una parte de la publicidad que es la del diseño.

En definitiva, como el presente trabajo tiene como fin para este trabajo la delimitación y definición escogida serán las empleadas por INE, las cuales están fuertemente ligadas a las ofrecidas por Eurostat y la UNESCO.

Así pues, la clasificación de los bienes y servicios culturales que operan en este mercado internacional sería la siguiente:

El patrimonio: Bienes culturales que se consideran patrimonio histórico, y por lo tanto protegidos (Piezas arqueológicas transportables, obras de arte, etc.). Esto sería lo que la UNESCO clasifica como “herencia cultural y natural”.

Libros y prensa. Este se trata de un sector clave para España y con un importante mercado en Latinoamérica.

Audiovisuales y multimedia. Este es el sector que mayor cantidad de dinero registra al año y el más relevante dentro del mercado internacional de bienes

culturales. Se incluyen las actividades vinculadas al cine, video, música grabada, televisión, radio y otros formatos.

Artes escénicas: Los bienes de este sector que están presentes en el comercio internacional son los instrumentos musicales

Artes plásticas: Pinturas, esculturas, fotografía y diseño. La UNESCO lo clasifica como artes visuales y artesanías¹.

Por su parte, tal y como se aprecia en la siguiente figura (tabla 1.) en el mercado internacional estas tipologías se reparten de forma muy desigual, siendo los sectores de las industrias culturales aquellos con más éxito, es decir, los denominados bienes reproductibles, libros, audiovisuales y las artesanías ligadas a la joyería.

Tabla 1. Distribución de los distintos tipos de bienes culturales en el mercado internacional entre 2013-2014.

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bienes y servicios creativos.	0,08%	0,05%	0,06%	0,04%	0,04%	0,04%	0,04%
Bienes de patrimonio cultural y natural	1,63%	1,55%	1,81%	1,62%	1,53%	1,52%	1,75%
Artes escénicas	12,08%	11,53%	13,19%	14,08%	15,08%	16,43%	16,22%
Artes visuales y artesanías	70,55%	73,30%	69,32%	68,50%	65,46%	64,46%	66,49%
Libros y prensa	10,65%	9,16%	9,58%	9,45%	9,23%	9,09%	8,50%
Audiovisuales	5,00%	4,42%	6,03%	6,32%	8,65%	8,47%	7,00%

Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS) y elaboración propia

Por el contrario, los sectores que menos espacio ocupan en el comercio son los de las artes escénicas y las artes plásticas. Los bienes culturales de las artes escénicas tienen una oferta muy limitada, ya que son fundamentalmente instrumentos musicales, los cuales se destinan a un público muy limitado, que es el de los músicos. Por lo tanto cuenta con una demanda también muy limitada en comparación con el resto de sectores que operan en el mercado. En cuanto a las artes plásticas, como ya se ha descrito anteriormente, se compone sobretodo de pinturas y esculturas, aunque también se encuentran dentro los grabados y las fotografías. A diferencia de los anteriores, este sector se compone fundamentalmente de bienes únicos, es decir, que no se pueden reproducir, y su valor reside fundamentalmente en la originalidad de

¹ Existe una gran discordancia a la hora de clasificar a las artesanías. La UNESCO las incluye en el marco de las artes plásticas, pero el INE lo hace en la categoría de "otros" o "multidisciplinar". Debido a que un gran grueso de este trabajo toma como base los datos tomados de CulturaBase, será la clasificación que tomaremos como referencia.

estos. Por lo tanto, la naturaleza de los bienes que componen el sector de las artes plásticas hace que estos sean escasos y que por lo tanto no puedan competir en espacio con el resto de sectores. Sin embargo, mantiene una actividad muy estable a lo largo del tiempo, incluso en los periodos de crisis, ya que por un lado se trata de bienes duraderos que no se agotan tras su consumo, estableciéndose así un mercado primario en el que el artista vende su obra por primera vez, y posteriormente un mercado secundario, en el que tras esa primer consumo, y tras haberse dado a conocer al público, la obra vuelve a ser vendida y en este caso con el precio incrementado. Todo esto hace que el público que participa en este mercado normalmente sean clientes con rentas altas, que incluso una gran parte de ellos participa no por el interés hacia el arte sino como un medio de inversión con el objetivo de obtener una rentabilidad al revenderlo en el mercado secundario. Por lo que este tipo de público, a pesar de las crisis, no se ve afectado. En definitiva, si además consideramos como funciona la demanda en las artes compuestas por bienes únicos.

En cuanto al propio mercado internacional, basándonos en informes de la UNESCO, se refleja que la internacionalización y a la globalización han sido los factores más importantes tal y como apunta David Thorsby en su *Informe Mundial de Cultura* (2001). La primera se refiere a la apertura de fronteras a los bienes y contenidos culturales de otros países, y por otro lado la globalización: “...Se encuentra marcada por la interacción funcional entre diferentes actividades económicas y culturales, generadas por un sistema con muchos centros, cuya velocidad para llegar a todas las partes del mundo y cuyas estrategias para crear audiencias son más decisivas que las inercias de tradiciones locales” (Thorsby, 1998: 195).

Aunque ciertamente estas cuestiones hayan contribuido a la formación y consolidación de este mercado y al desarrollo cultural, son también un arma de doble filo, ya que por otro lado está el problema que atañe a la pérdida de diversidad cultural al crearse una cultura homogénea proveniente de las potencias que dominan el mercado.

Se puede afirmar que, efectivamente, este mercado tiene un carácter muy internacionalizado, en el sentido de que la gran parte de estos bienes culturales son conocidos alrededor de todo el globo, independientemente del país de origen del autor. Por ejemplo, una pintura de Picasso, a pesar de que fue un pintor español, sus creaciones son valoradas y demandadas por igual en todo el mundo, de igual forma sucede con la industria audiovisual, sobre todo con las películas producidas en EEUU que tienen una gran demanda en Europa.

2.2. Evolución y crecimiento.

La cultura y las dinámicas que rigen el comercio internacional son variables y susceptibles a cambios. Es por ello por lo que ha existido una evolución a lo largo de la historia en la que no solo han cambiado los bienes con los que se comercia y sus características, sino también las relaciones entre los distintos países que forman el panorama internacional.

A la hora de establecer una cronología en el desarrollo de este mercado, podemos destacar un hecho clave, y que nos servirá como punto de partida, que fue la caída del telón de acero con el fin de la Guerra Fría a la entrada de los años 90. Las consecuencias que tuvo la Guerra Fría fueron mucho más allá del plano económico y político ya que la existencia de dos bloques enfrentados, con dos sistemas económicos opuestos y que rivalizaban entre sí, supone el impedimento de la globalización e internacionalización, lo cual impide un desarrollo correcto del mercado internacional cultural. Por su parte, la internacionalización emana una cierta libertad económica, es decir, trabas arancelarias y demás regulaciones pasan a ser lo más limitadas posible en pos de permitir un mercado óptimo entre países. Y La globalización, se puede entender como una interconexión a nivel mundial en la que las corrientes culturales fluyen sin impedimentos entre los distintos países del globo (Lourdes Arizpe, 2005).

Ante este contexto político y cultural que surge en la década de los 90 se puede empezar a prever cuáles serán las tendencias futuras en el comercio internacional de bienes culturales. En primer lugar, ya quedan establecidos los grandes bloques que regirán las dinámicas del mercado, y también comienza a entrar en juego nuevos actores que empiezan a despuntar, como es el caso de China. Así pues, realizando un breve análisis descriptivo de la situación nos encontramos con lo siguiente. Entre 1990 y 1998 Japón, Reino Unido, EEUU, Alemania concentran el 55% de exportaciones. Estos mismos, salvo Japón, concentran el 47% de las exportaciones. Se advierte también un nuevo paradigma con el que se puede empezar a prever cómo será este contexto en un futuro. Y esto se debe a la entrada de China como nuevo agente económico de gran fuerza en el marco internacional, consolidándose en esta década como el tercer exportador mundial. (Fuente: UNESCO, 2000.). Así mismo, aquí se consolidan también los audiovisuales como uno de los bienes con mayor tráfico en el mercado, ya que es a partir de este punto en la historia cuando empieza a nacer la denominada “sociedad de la información”, es decir, aquella sociedad que gracias a las innovaciones tecnológicas como el comienzo del uso

masivo de internet en los hogares los individuos pueden recibir información de las distintas corrientes y novedades culturales que fluyen por el mundo de forma instantánea, siendo el formato audiovisual el que mayor facilidad tiene para moverse en este entorno. Este hecho está muy relacionado con lo que se conoce en la actualidad como “digitalización”, que de nuevo, contribuye al desarrollo del tráfico de bienes culturales, especialmente audiovisuales y música.

A pesar del fin de la Guerra Fría y del paso a la globalización, el comercio internacional se rige a partir de bloques de países bien diferenciados entre sí, que en los informes de la UNESCO se reparten de la siguiente manera:

- Norteamérica y Europa.
- Emiratós Árabes.
- Pacífico.
- Caribe.
- África Subsahariana.
- Asia central y Este de Europa.
- Sur y Este de Asia.
- Iberoamérica.

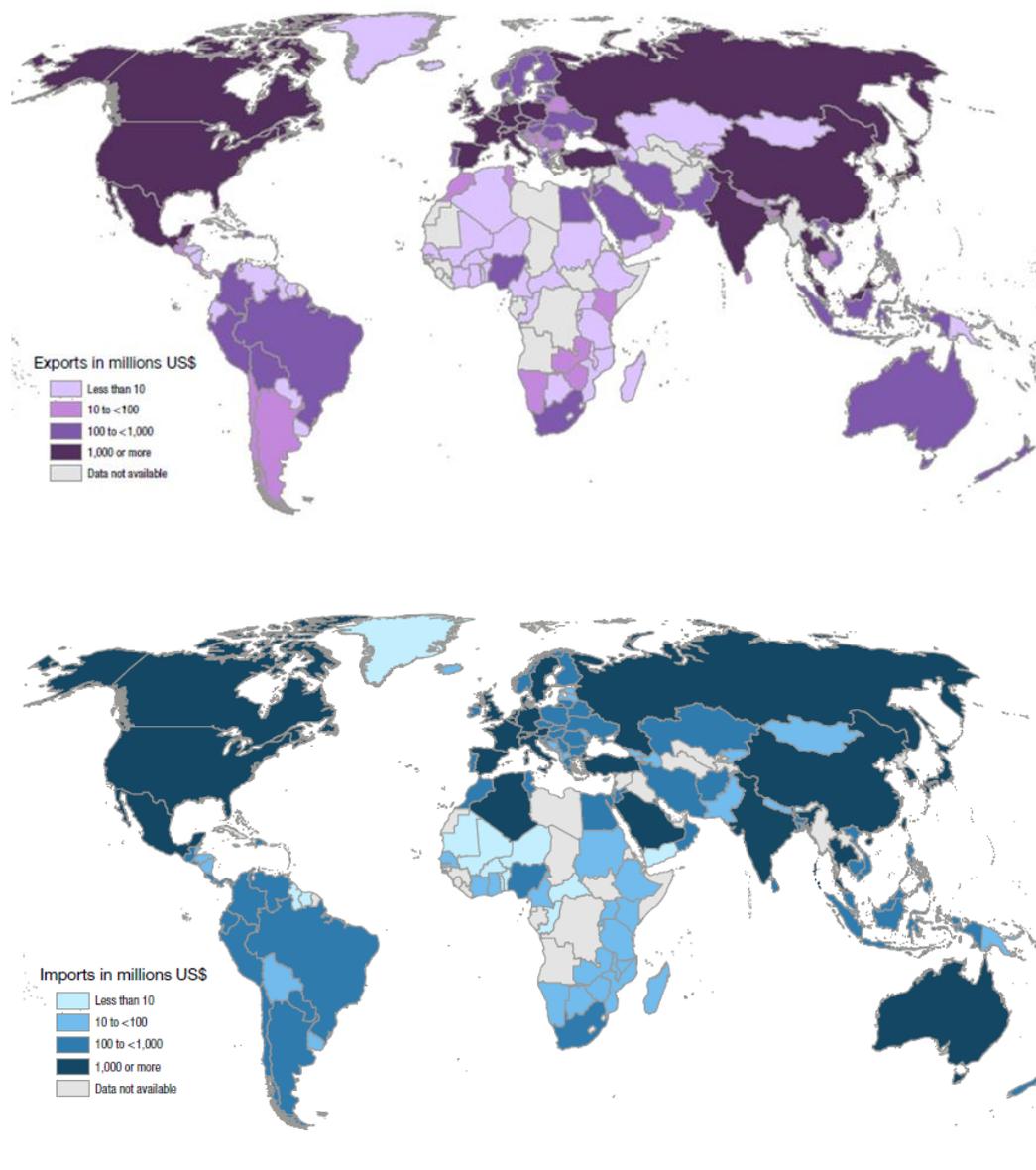
A grandes rasgos esta es la clasificación que se emplea para definir geográficamente las delimitaciones del comercio internacional de bienes culturales.

Tal y como se observa la actividad del mercado cultural a nivel internacional se concentra en los países del hemisferio norte, salvo Australia y otras excepciones, destacando el bloque de Norteamérica y Europa, Asia. Es decir, países desarrollados y economías emergentes en el caso del sudeste asiático.²

² Podemos considerar la exportación como el indicador fundamental para determinar el grado de producción cultural que tiene un país, ya que si la industria cultural del país tiene rendimientos óptimos puede satisfacer la demanda proveniente de otros puntos del mundo.

Figura 3.

Representación geográfica de la distribución de las exportaciones e importaciones de bienes culturales.



Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS). 2015

A pesar de que efectivamente se ha dado paso a unas condiciones, como la globalización e internacionalización, que a priori parecen idóneas, lo cierto es que, tal y como se puede apreciar, existen grandes desigualdades en el desarrollo de este comercio, habiendo bloques que se han beneficiado enormemente en comparación con otros, que incluso se han visto perjudicados durante este transcurso.

Durante esta última década han sido las economías emergentes las que han liderado los puestos de crecimiento en el comercio internacional de bienes culturales,

teniendo desde 2009 un crecimiento anual del 5%. Estas economías emergentes son el Este de Asia e Iberoamérica. Por su parte, los grandes bloques económicos occidentales (Europa y Norte América) en 2004 dominaban el mercado con un 69% de las exportaciones de bienes culturales, mientras que para 2013 descendieron al 49% del total mundial, ocupando el espacio restante las economías emergentes ya mencionadas. Por su parte las economías del Sur y Este de Asia, aumentaron sus exportaciones de un 26% en 2004 a un 46% en 2013. En definitiva, como vemos, la situación para 2014 quedó en un status quo entre Asia y el bloque de Norteamérica y Europa, pero no se puede obviar, ni pasar por desapercibido el hecho de que el bloque occidental está en un claro retroceso en el mercado internacional, siendo Asia quien ha ido ganando protagonismo, teniendo además un porcentaje mayor de exportaciones de bienes culturales (46%) que de exportaciones de su total de bienes (31%) (Figura 4.). También cabe destacar la situación de Latinoamérica (bloque fundamental para las exportaciones de libros de España) apenas tiene participación ya que sus exportaciones apenas forman el 1,2% del total mundial.

Uno de los motivos de este crecimiento se puede atribuir al hecho de que los países del sur y este de Asia tienen una especialización mayor en la exportación de bienes culturales que Norteamérica y Europa. En el siguiente gráfico se reflejan estas cuestiones. A pesar de que efectivamente Norteamérica y Europa tienen un porcentaje de exportación de bienes culturales superior a Asia, lo es solo por un 4% de diferencia, y además la especialización de Asia en este sector es mucho mayor, ya que la exportación del resto de bienes es del 31%. Esto significa que la especialización de países asiáticos como China es mucho mayor en este sector que en el bloque occidental, por lo que inicialmente esto apuntaba a que China podría pasar a dominar el mercado, situación que no ha llegado a darse. Pero finalmente, contrastando con los datos recogidos en 2019³ (figura 5.), se ha visto que ha habido un ligero retroceso en el crecimiento que estaba teniendo el bloque chino, volviendo a ganar cierta ventaja el bloque Norteamericano y europeo⁴.

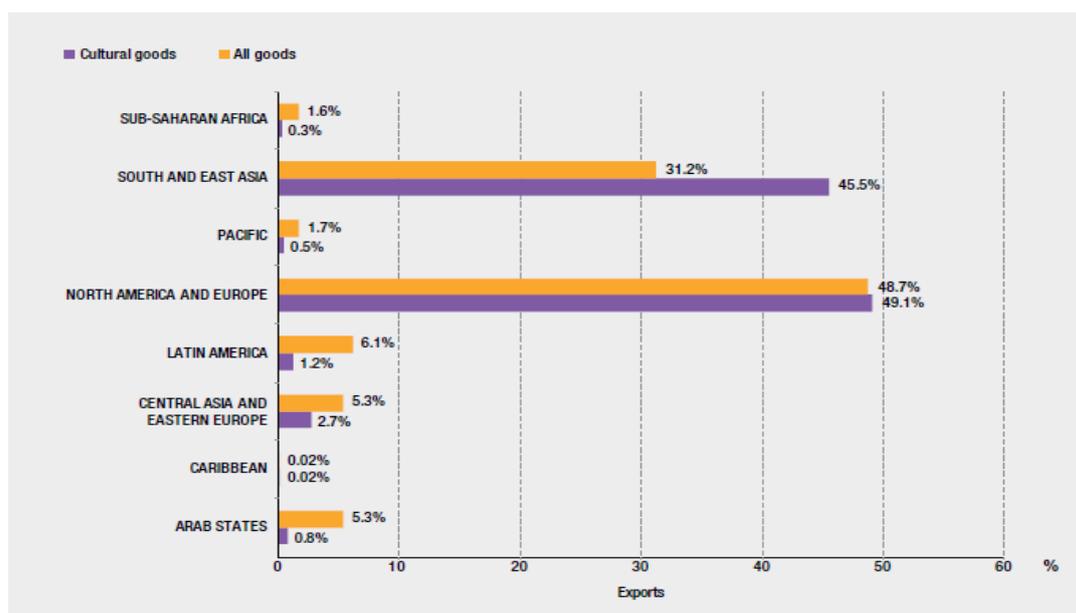
³ Debido a que el informe “The globalisation of cultural trade: a shift in consumption. International flows of cultural goods and services 2004-2013”, fuente base para este capítulo, limita su estudio hasta 2013, ha sido necesario realizar una búsqueda de datos actualizados desde 2013 hasta 2019 (último año disponible) en la base de datos de la UNESCO (UIS). Las figuras 5, la segunda de la 6, y la 8 son de elaboración propia, habiendo considerado oportuno traducir los datos al español al realizarlas.

⁴ UIS actualmente solo ofrece una versión de la clasificación de los bloques geográficos distinta a la que muestra en el informe que abarca hasta 2013. Por ello hemos seleccionado aquellos que más se ajustan al informe de “The globalisation of cultural trade: a shift in consumption. International flows of cultural goods and services 2004-2013”.

A todo esto, cabe mencionar que en el caso de la importación, el mapa es muy similar salvo algunas excepciones y otros matices. Lo cierto es que nos encontramos con territorios que tienden a ser netamente importadores, mientras que en la exportación a nivel internacional apenas tienen presencia, o es menor. Algunos ejemplos de estos países son Argelia, Suecia, Polonia, Australia, y ciertos países iberoamericanos.

Figura 4.

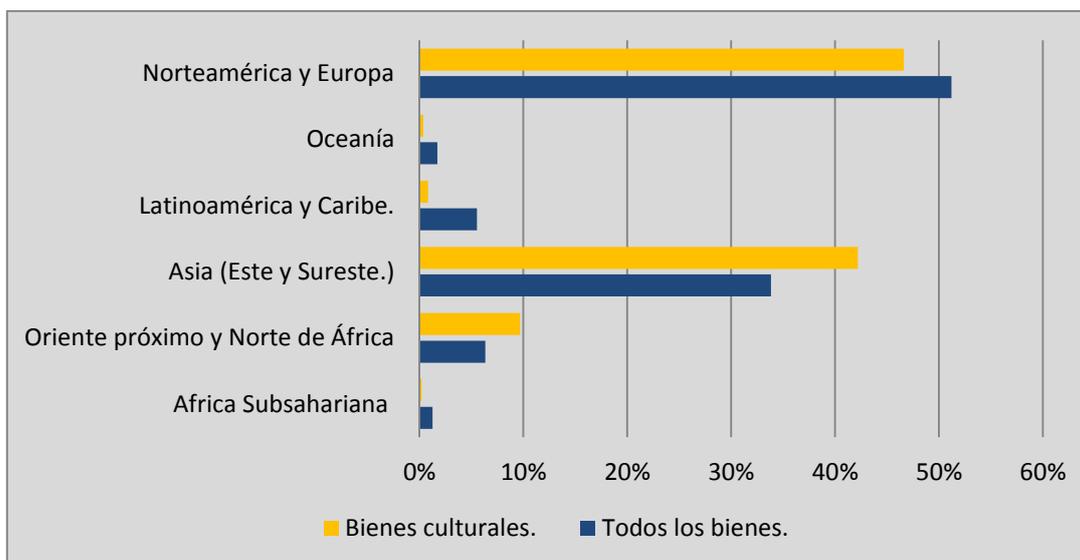
Porcentaje de exportaciones de bienes culturales y de todos los bienes en 2013



Fuente: UNESCO Institute for Statistics. 2015.

Figura 5.

Porcentaje de exportaciones de bienes culturales y de todos los bienes en 2019



Para explicar estas variaciones en el mercado internacional hay que tener en cuenta también como se reparten los distintos sectores dependiendo de las zonas o países. Como ya se mencionó anteriormente, el 71% del mercado se compone de artes visuales y artesanías⁵. Las regiones de las que su mayor parte de exportaciones pertenecen a este sector son: Estados Árabes, Asia central y Este de Europa y Sur Este de Asia, siendo este último (que incluye a China) el que mayor cantidad de estos bienes exportar. En el sector de los libros y prensa, los que concentran un mayor porcentaje en sus exportaciones son: África Subsahariana, Latinoamérica y Caribe. A todo esto, hay que mencionar el caso de África Subsahariana es también interesante ya que es la zona con mayor porcentaje de bienes de herencia o patrimonio. En líneas generales y en este sentido el mercado es muy uniforme, siendo el de las artes visuales y artesanales, es el más que más presencia tiene debido a la joyería. El resto, salvo libros y audiovisuales, son muy residuales.

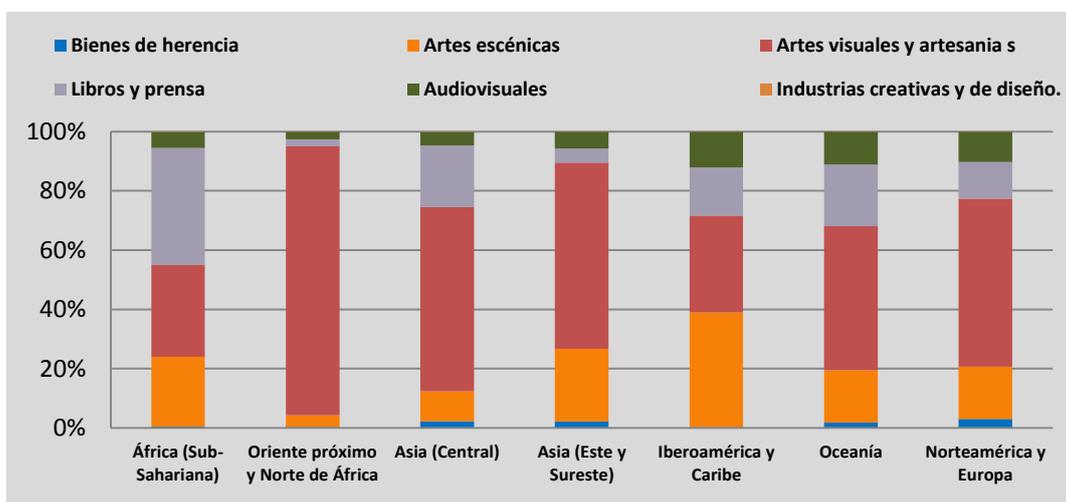
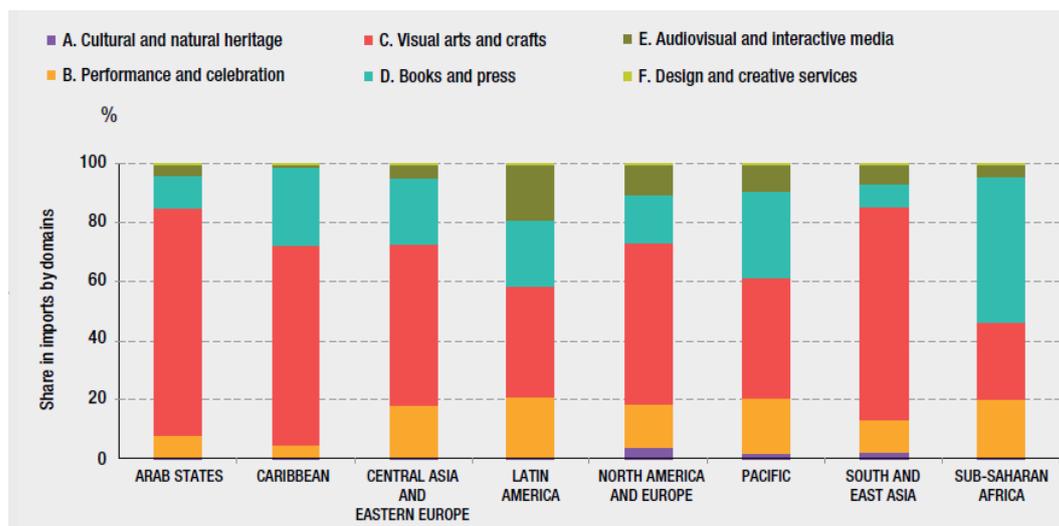
Desglosando las importaciones por sectores, se observa como el reparto es muy similar a las exportaciones, salvo en Latinoamérica, donde hay una distribución equilibrada entre las distintas tipologías de bienes. Lo que sí que destaca frente a las exportaciones es que existe una mayor presencia de los audiovisuales en todas las regiones.

Tomando los datos de 2019, se puede apreciar que la composición de las distintas regiones, en lo que se refiere a porcentajes sectoriales en sus exportaciones, es similar a la de 2013. No obstante, en el caso del Este de Asia y Sureste las “artes escénicas” han ganado un mayor protagonismo en pos de las artes visuales y artesanías.

⁵ Este sector, establecido por la UNESCO, engloba a las artes plásticas (no patrimoniales ni de carácter histórico o de herencia) y a las artesanías, incluyendo las labores relacionadas con la joyería.

Figura 6.

Comparación de la distribución sectorial por distintas regiones de 2013 y 2019.



Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS). 2015. Y UNESCO Institute for Statistics (UIS). 2022 y elaboración propia.

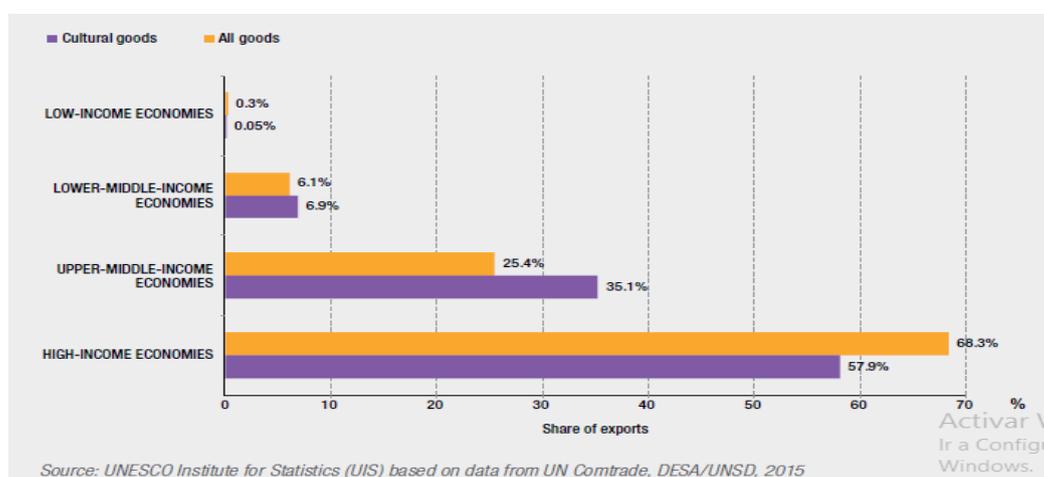
En definitiva, y a falta de datos más actuales, se puede establecer que la situación actual es de equilibrio y fuerte competencia entre el bloque occidental y el asiático. No obstante, con el análisis de España que se mostrará más adelante, se puede percibir como ha habido un aumento en España de las importaciones de bienes culturales chinos, concretamente los sectores relacionados con la joyería. Lo que indica que Europa sí que está en un retroceso dentro de este sector.

Lo visto hasta ahora corresponde a un análisis en el que se ha definido los distintos territorios que participan en el intercambio de bienes culturales atendiendo a sus fronteras geográficas. Sin embargo, si tal y como indica G. Schulze (2020), la cultura es un elemento universal que existe en todos los territorios, teniendo cada

manifestación sus propias características, y que además gracias a la globalización esta puede interconectarse entre los distintos países. Para ello tomando la clasificación realizada por la UNESCO que divide la actividad del comercio de bienes culturales según el grado de desarrollo de las distintas economías en las que opera, encontramos la siguiente situación. Las economías con unos ingresos elevados se encuentran a la cabeza, con un 57,9% de exportaciones de bienes culturales y un 68,3% de las exportaciones del resto de bienes, por otro lado, las economías con ingresos medios, es decir, las que se pueden considerar como economías emergentes (China y otros países asiáticos), ocupan el 35% de las exportaciones de bienes culturales y el 25,4% del resto de bienes. Después, los países de Latinoamérica junto a otros forman parte de las economías de bajos y medios ingresos, cuyas exportaciones, tanto culturales como del resto de bienes ocupan el 6%. Y por último, no llegando ni al 1% del total de exportaciones de ambos tipos, nos encontramos con los países de bajos ingresos, siendo estos África, países del Este de Europa y parte de Oceanía, es decir, países subdesarrollados (salvo Nueva Zelanda y Australia).

Figura 7.

Porcentaje de exportaciones de bienes culturales y de bienes totales por regiones según su nivel de ingresos.



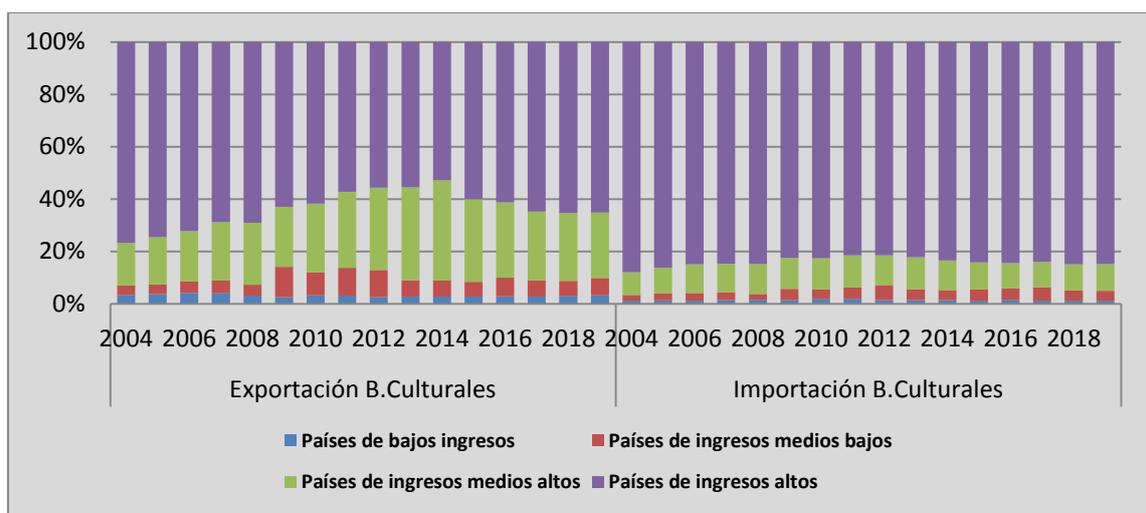
Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS)

De nuevo, realizando la clasificación basándonos en la cantidad de ingresos, nos encontramos con que los países importadores son aquellos que se encuentran dentro de las economías con ingresos altos, (85,1% de las importaciones de bienes culturales), mientras que en las de ingresos medios tan solo ocupan el 10,8%. Efectivamente, en el siguiente gráfico (figura 8.) muestra como a lo largo del tiempo,

tanto las exportaciones como las importaciones tienden a aglutinarse en torno a las regiones más desarrolladas. Además por otro lado, prestando atención a las exportaciones, se refleja muy bien la situación de las economías emergentes, donde se encontraba China, teniendo un crecimiento sostenido e ininterrumpido desde 2004 hasta 2014, para después comenzar con un retroceso que finaliza con una estabilización en los últimos años.

Figura 8.

Exportaciones e importaciones de las regiones según su nivel de ingresos.



Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS) y elaboración propia.

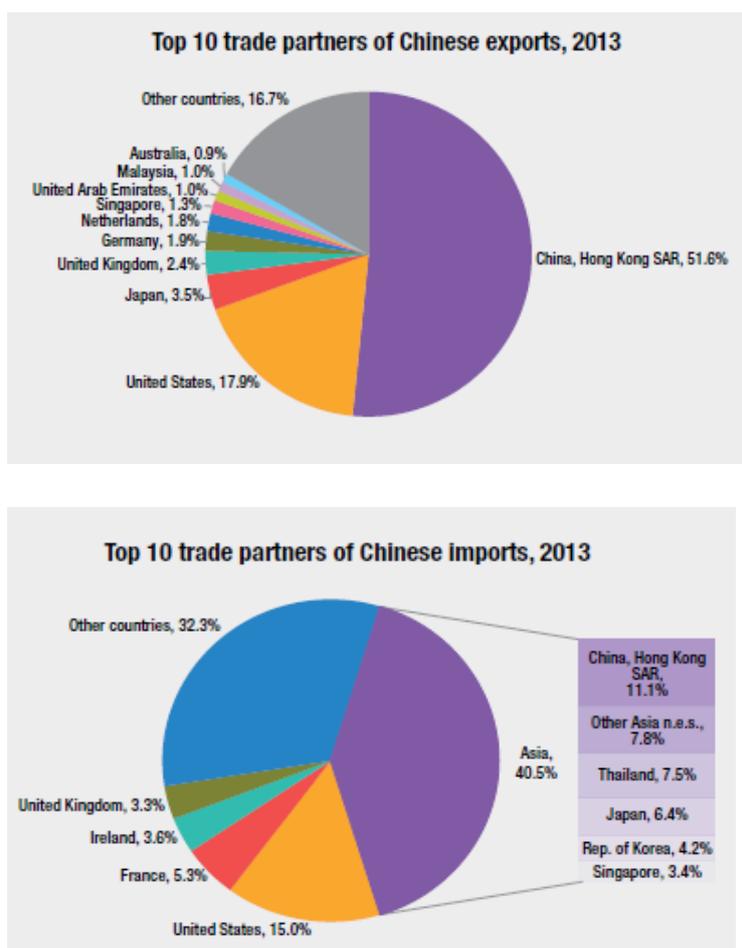
En definitiva, con este análisis se pueden sacar las siguientes conclusiones. En primer lugar, que hay una correlación del nivel de ingresos del país y el número de importaciones de éste, al igual que de sus exportaciones. Es algo que se puede asociar a que si el nivel de renta per cápita aumenta también lo hará la demanda de bienes culturales. Hay que recordar que la cultura tiene una fuerte elasticidad renta de la demanda. Después, aquellos países con mayor grado de desarrollo industrial son los que más participación tienen en el mercado internacional de bienes culturales, ya que como se ha expuesto a lo largo del trabajo, este mercado se compone fundamentalmente de bienes producidos por las industrias culturales, las cuales, según explica Ruth Towse (2020), tiene unas características comunes con el resto del sector industrial, convirtiéndolos en bienes comerciales, aunque en efecto tengan muchos matices a ser tenidos en cuenta. Así pues, este comercio se concentra en torno a los países del hemisferio Norte fundamentalmente, salvo algunas excepciones, esto se debe al desarrollo económico e industrial que existe en estos, que sirve de motor para la producción, comercialización y exportación de los bienes culturales producidos. Pero también hay otro factor a tener en cuenta que es el de la proximidad

cultural, la cual contribuye a facilitar el establecimiento determinadas regiones, como es el caso español, cuya proximidad cultural se hace muy evidente al observar que Latinoamérica es uno de los principales clientes de la industria editorial de libros española, ya que comparten la misma lengua y una gran cantidad de elementos culturales en común.

Por otro lado, analizando las exportaciones chinas, nos encontramos con que sucede exactamente lo mismo con respecto a la proximidad cultural, a la cual se une la geográfica. Aunque China ha pasado a tener una posición hegemónica en el mercado de bienes culturales, su influencia no consigue llegar a todo el globo, si no que más bien se limita a la zona asiática, siendo Hong Kong la región a la que destina la mitad de sus exportaciones, ya que desde esta región administrativa de China se exporta al resto del mundo.

Figura 9.

Representación de los 10 primeros países de destino de las exportaciones chinas y de los 10 primeros países importadores de bienes chinos.



Fuente: UNESCO Institute for Statistics (UIS)

2.3. Regulaciones y protección de los bienes culturales en el ámbito del comercio internacional.

En un estudio sobre mercado internacional, y más aún si se trata de bienes culturales, no se puede obviar la fuerza que ejerce en este las regulaciones impuestas por los Estados y por los organismos intergubernamentales. Toda esta serie de medidas tienen por objeto proteger una serie de elementos que son innatos en los bienes naturales, y que van más allá de lo económico o material.

A la hora de abordar este punto vamos a distinguir aquellas regulaciones relacionadas con las medidas arancelarias que forman parte del comercio internacional en general, y tienen el objetivo de proteger el mercado nacional y de aplicar tasas impositivas a las importaciones. Dentro de estas medidas nos encontramos con varias líneas de actuación; en primer lugar, la lucha contra la pérdida de patrimonio y bienes de interés cultural a manos del mercado ilícito, ya que estos poseen un elevado valor de identidad para un grupo humano, incluso al conjunto de la humanidad (Patrimonio de la Humanidad). Evidentemente, estas leyes van enfocadas a actuar fundamentalmente sobre los bienes únicos, es decir, aquellos que son irreproducibles, que fundamentalmente pertenecen al sector de las artes plásticas como pinturas, esculturas, grabados, etc. Después, nos encontramos con las medidas enfocadas a proteger la diversidad cultural, que como ya adelantábamos, se ve muy amenazada por la globalización, que por un lado tiene consecuencias muy positivas para el intercambio cultural pero por otro se puede dar la situación en la que se imponga unas determinadas corrientes culturales a nivel internacional, borrando la existencia de otras. Por último, tenemos los derechos de propiedad intelectual, resaltando los derechos de autor. Estas regulaciones tienen por objeto proteger al autor de las obras que pasan a formar parte del mercado internacional, garantizando que este recibirá recompensación mediante la comercialización de sus creaciones, contribuyendo así al incentivo de su actividad artística o creadora, es decir, al emprendimiento cultural.

En primer lugar comenzando con la lucha contra el comercio ilegal de bienes culturales, hay que tener en cuenta que este afecta sobre todo al sector de las artes plásticas, ya que se conforma fundamentalmente de bienes únicos con un alto valor de identidad y de heredad. El punto de partida de la lucha contra el tráfico ilícito fue la convención de la UNESCO de 1970, en la cual ya se resaltó la necesidad de velar por la diversidad cultural, y por ello luchar contra la pérdida de bienes culturales que

forman parte de esa seña de identidad de determinados pueblos, así como la devolución de aquellos bienes que les hayan sido expoliados.

A partir de aquí, en el marco de la Unión Europea, siguiendo las directrices recomendadas por la UNESCO, desarrollaron su propia normativa, la cual puede ser endurecida si los países miembros lo consideran. Existe, así pues, en la UE una fuerte regulación en las importaciones y exportaciones, instaurando diversas instituciones que trabajan de forma específica en el control de estas actividades mediante la administración de los permisos requeridos para los movimientos de bienes culturales⁶ (Sabel Del Estal, M., 2014.) Todas estas medidas aparecen recogidas en el reglamento 116/2009/CE. España, dentro de este contexto, tiene su propia normativa para la protección de sus bienes culturales y patrimoniales, siendo la más destacada, y que más importancia tiene a la hora de realizar exportaciones, la Ley 16/1985, que establece la declaración del BIC (Bienes de Interés Cultural). Este tipo de bien, aun en el supuesto de ser de titularidad privada, necesita el permiso de la administración pública pertinente en cada caso para ser exportado. Así pues, esto supone para las artes plásticas un gran factor a tener en cuenta a la hora de estudiar se evolución en el mercado internacional, ya que como vemos esto atañe grandes dificultades a su comercialización. Un ejemplo muy reciente que puede servir para ilustrar este tema, es la anulación de la subasta de un cuadro que tenía indicios de indicios de ser obra de Caravaggio o de su círculo⁷. En abril de 2021 el Ministerio de Cultura detuvo una subasta de un cuadro que al ser anónimo y haber pasado desapercibido para las autoridades no fue declarado BIC, por lo tanto podía ser exportado sin autorización tal y como estaba sucediendo (al momento de la cancelación de esta se encontraba en 1500 euros la subasta). Quizás en esta ocasión no fue el caso, pero lo cierto es que en muchas ocasiones en el mercado de arte se oculta la autoría de muchas obras con el fin de poder comerciar con ellas sin ningún impedimento.

En el grueso de las regulaciones en el mercado internacional se encuentra el debate de la diversidad cultural, una problemática que siempre estará presente en este mercado, ya que es una externalidad negativa de la globalización y, en definitiva, del propio mercado internacional de bienes culturales. Por su parte, y para comenzar este breve apartado, se puede definir a la diversidad cultural como toda una amalgama de

⁶ Como por ejemplo “The Central Licensing Unit for Import and Export of Cultural Goods”, en Países Bajos.

⁷ Según la Ley 16/1985 la administración pública puede aplicar esta normativa sobre un bien durante el proceso de deliberación sobre si ser declarado BIC o no. Es decir, si la administración tiene sospecha de que un bien es BIC este quedará sujeto a dicha normativa aun no habiendo sido declarado como tal.

expresiones culturales de distintas regiones, pueblos y naciones. Algo que la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (creada por Naciones Unidas y la UNESCO), en su informe *Nuestra Diversidad Creativa*, compara con la biodiversidad, haciendo especial hincapié en que es una herencia común para toda la humanidad. También es de vital importancia mantener esta diversidad para el desarrollo y potenciación del sector cultural, ya que esta ofrece a los ciudadanos un gran abanico, no solo de bienes y servicios, sino de ideas, perspectivas e influencias que contribuyen a la formación de nuevas tendencias culturales, que por lo tanto traen un crecimiento y potenciación del sector cultural (Heritiana Ranaivoson, 2020.). Además, fuera del sector también tiene impactos positivos en la innovación, contribuyendo a que los equipos de trabajo tengan una mayor creatividad en sus decisiones e ideas (Mansnick and Ho 2014). Estas externalidades o impactos positivos ya aparecen reconocidos en Artículo 2 y Artículo 3 de la Declaración de la Diversidad Cultural de la UNESCO en 2001⁸:

“[...] Las políticas que favorecen la integración y la participación de todos los ciudadanos garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Definido de esta manera, el pluralismo cultural constituye la respuesta política al hecho de la diversidad cultural. Inseparable de un contexto democrático, el pluralismo cultural es propicio para los intercambios culturales y el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública.”(Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, Art.2.)

“La diversidad cultural amplía las posibilidades de elección que se brindan a todos; es una de las fuentes del desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria. .”(Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, Art.3.)

Si la globalización ha sido un factor clave, para el intercambio de corrientes culturales a lo largo de todo planeta y también una amenaza para la diversidad, con la digitalización sucede lo mismo. La digitalización en realidad favorece esa característica de la globalización, haciendo que exista una gran oferta al permitir que los creadores puedan exhibir sus obras de una forma mucho más directa y sin necesidad de pasar determinados filtros impuestos por intermediarios, al igual que se resta la importancia de la existencia de best sellers. Sin embargo, las grandes plataformas que consumen las masas suelen tener tendencia a ofrecer un contenido cada vez más homogéneo quitando visibilidad a contenidos culturales más marginales, lo cual daña la diversidad cultural.

⁸ España la aprobó y ratificó el 20 de octubre de 2005.

Algo similar sucede con la industria del cine, ya que cuando un país se convierte en líder de exportación en un determinado sector, significa que otras regiones están importando gran cantidad de sus bienes, por lo tanto esto puede tener repercusiones negativas para la industria nacional. El ejemplo por antonomasia de esta problemática es la exportación de cine Estadounidense y la imposibilidad de las industrias cinematográficas europeas de competir contra él. Llegados a este punto, surge la necesidad, dentro del marco de la OMC, de aplicar la denominada excepción cultural⁹, la cual permite utilizar medidas proteccionistas en el comercio de las industrias culturales, que en otros sectores económicos, al tratarse de miembros de la OMC, no estarían permitidas. La excepción cultural fue reclamada por la UE, sobre todo por Francia y en menor medida por España junto a otros países. Las medidas aplicadas mediante la excepción cultural se basan en imponer cuotas de pantalla exigiendo la exhibición de un mínimo de producción de películas nacionales, también de prestar subvenciones y de la limitación a importaciones. Esta excepción también se puede aplicar a los “Tesoros nacionales de valor artístico e histórico”. Es decir, es aplicable a cualquier tipo de bien cultural. Cabe mencionar también que en 1998 la OMC tuvo intención incluir al sector cultural dentro en el intento de Acuerdo Multilateral sobre Inversiones¹⁰, donde de nuevo los países que se opusieron a ello fueron Bélgica, Canadá, España, Francia, Grecia e Italia. Por lo tanto, se puede ver que España en este sentido siempre ha abogado por mantener una política protectora hacia sus industrias culturales.

Retomando la *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*(2001), primer documento que trata de forma específica este asunto. En este tratado se insta a las distintas naciones a reconocer la importancia de la diversidad cultural por las razones ya expuestas en el presente trabajo, y a protegerla mediante, la defensa de los derechos de autor, de la diversidad lingüística, y a ofrecer una correcta información a la población sobre el ámbito digital, así como continuar con las labores de protección del patrimonio. También, por otro lado, las recomendaciones no se limitan solo a la mera protección, sino también a contribuir a la creación o a la consolidación de industrias culturales en los países en desarrollo y los países en

⁹ La OMC (Organización Mundial del Comercio) mediante la cláusula de la Nación más Favorecida obliga a los Estados miembros a otorgar idéntico tratamiento- ni más favorable ni más discriminatorio a los productos y servicios del resto de miembros de la OMC. Esta aparece recogida en el GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios)(1993).

¹⁰ AMI: Fue un acuerdo que se pretendió tomar en 1998 en la OMC, donde se pretendía realizar reequilibrio de poder entre gobiernos y corporaciones, restando a los gobiernos el peso su influencia en los términos de contrato con las empresas externas, al igual que a la hora de tomar decisiones que afectasen a las inversiones.

transición, que recordemos que son aquellos que están en clara desventaja en el mercado internacional. Sin embargo, el contexto actual, en el que han emergido las grandes plataformas digitales con capacidad para homogeneizar la oferta cultural, queda muy alejado del momento en el que se hizo esta declaración. Por lo tanto, en la actualidad la diversidad cultural sigue en un grave peligro y se requiere profundizar mucho más en cómo protegerla.

Por último, es de obligada mención la existencia de los derechos de autor que tienen como fin la defensa del creador y su obra, garantizando que este reciba los ingresos correspondientes por la distribución y reproducción de su obra, al igual que será él quien concederá el permiso de reproducción. Por otro lado, hay que añadir que los derechos de autor se mantienen hasta 70 años después de la muerte de este. Gracias a estos derechos se consigue incentivar la actividad artística y creadora, ya que el coste inicial para la creación de la obra original es muy elevado y con un alto riesgo, sin que exista la garantía de que haya una rentabilidad futura. En definitiva, estos derechos son la base para que exista el emprendimiento cultural, y con ello el desarrollo de unas industrias culturales competentes en el ámbito del mercado internacional de bienes culturales. Aun así, en el plano internacional, hay que tener en cuenta que estas cuestiones se vuelven mucho más complejas, ya que la mayor parte de los derechos de autor tienen como límite las fronteras geográficas de su país, sin existir una legislación clara y uniforme a nivel internacional. Es aquí donde aparecen los tratados internacionales y la figura de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), siendo el más relevante el *Tratado de Derecho de Autor de la OMPI* (1996), en el cual se hace especial hincapié en la necesidad de luchar contra la reproducción ilícita de obras sujetas a los derechos de autor mediante tecnologías que sean capaces de eludir los sistemas anti-copia. Aunque por otro lado, busca también un equilibrio entre las exigencias del autor y las necesidades del público, siendo esta la línea por la que discurren las normativas de derechos de propiedad intelectual. Estos derechos no solo se deben tener en cuenta en el mercado internacional de bienes culturales por fomentar el emprendimiento cultural, sino porque también mediante los derechos de autor forman un mercado en sí mismo, que se compone de un mercado primario constituido por la venta directa de los bienes, de los cuales el autor obtiene una parte de los beneficios gracias a estos derechos, y uno secundario del que se obtienen ingresos mediante la reproducción de dichos en determinados espacios o condiciones.

En relación con los derechos de autor y el proteccionismo de la industria cultural nacional, se añaden también otras cuestiones como la censura o regulaciones

que aplican ciertos países, sobre todo a bienes del sector audiovisual, como las películas, ya que se considera que también pueden tener externalidades negativas sobre la sociedad. Un ejemplo de ello es China, que considera que la influencia cultural que recibe la sociedad china a partir de las películas estadounidenses es negativa para ella, por ello ejerce una fuerte censura sobre ellas, realiza modificaciones en carteles, escenas, etc, y además ponen grandes trabas a su importación, habiendo un número límite para ello que suele rondar el número de 40 al año. Además, como ya hemos indicado en muchas ocasiones suelen aplicar censurar a muchas escenas que consideran perniciosas para su sociedad así como exigir condiciones para permitir su entrada, incluso cambios de argumento como sucedió con el final de la versión china en *El club de la lucha*. También esto se traduce en la industria de los videojuegos donde, ya no tanto por temas políticos sino culturales, se obliga de nuevo a realizar cambios. Un ejemplo muy conocido de esto fue con *World of Warcraft*, donde existe una raza que son no-muertos y sus huesos son visibles, en china los huesos son tabú, por ello hubo presiones y protestas de parte de los jugadores chinos hacia Blizzard (empresa creadora y distribuidora del juego), la cual finalmente realizó un nuevo diseño exclusivo que tapaba los huesos para China. Para la industria audiovisual tanto de cine y de los videojuegos China es un lugar muy importante a donde destinar exportaciones, es por ello por lo que aceptan realizar este tipo de cambios, ya que saben que obtendrán una rentabilidad a pesar del coste que supone realizar distintas versiones.

3. España en el comercio exterior de bienes culturales en España.

3.1. Estrategia metodológica.

Este apartado tiene por objeto realizar un análisis empírico del comercio exterior de bienes culturales de España. Para ello se ha tomado como referencia los datos ofrecidos por CulturaBase, apartado dedicado a la cultura dentro de la página oficial del Instituto Nacional de Estadística. Con dicha información se detallará: la evolución de las exportaciones e importaciones de bienes culturales en España, un análisis sectorial mostrando la evolución anual de cada tipo de bien cultural, así como la proporción de cada uno de ellos dentro de este mercado, también un análisis geográfico que maneje los datos globales y los datos sectoriales indicando los principales países que reciben bienes culturales españoles, es decir, importadores, y los principales exportadores a nivel mundial, y por último, un análisis económico del comercio exterior tratando de encontrar si hay ventajas comparativas nítidas (modelo ricardiano) o si se acoge a las hipótesis del comercio exterior intra industrial

Como ya se mencionó anteriormente en este trabajo, los datos recogidos en materia de exportaciones e importaciones proceden de la información, ofrecida por el servicio de aduanas de Agencia Estatal de Administración Tributaria, en la sección referida a la Estadística de Comercio Extracomunitario, que recoge sus datos gracias a los DUA (Documento Único Aduanero), emitidos de forma obligatoria al realizarse cualquier actividad de importación o exportación con países de fuera de la Unión Europea. Todos estos datos son tratados en CulturaBase y presentados en la sección de indicadores culturales, concretamente en comercio exterior de bienes culturales. En lo referente a las tipologías de bienes culturales, en este apartado, emplearemos la clasificación dada en cultura base, que se reparte en 5 sectores (desarrollados con más profundidad en el correspondiente apartado.):

- Audiovisuales.
- Artes plásticas
- Libros y prensa.
- Artes escénicas (instrumentos musicales).
- Otros(Joyería)

Este apartado contará también con un análisis de las exportaciones e importaciones de España según las áreas geográficas, atendiendo al objetivo de qué

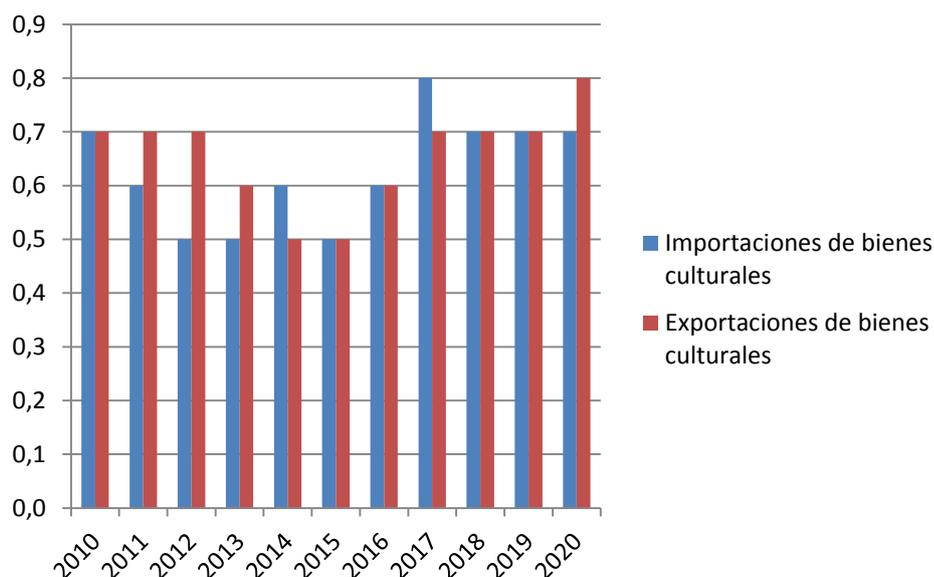
regiones proceden las importaciones cada tipología de bien cultural y a cuales se exporta. Se ha escogido para este apartado las siguientes áreas: UE, EEUU, Iberoamérica, China y resto de países del mundo.

3.1. Evolución y dimensión.

La dimensión del comercio exterior de bienes culturales de España es significativamente reducida. Si observamos el siguiente gráfico, (figura 10.) donde se representa el porcentaje de las exportaciones e importaciones de bienes culturales sobre el resto de la actividad del mercado exterior, vemos que en los años que registran los ingresos más altos (año 2017 con las importaciones y 2020 con las exportaciones) llegan tan solo al 0,8 % del total de importaciones y exportaciones. Como veíamos en el marco teórico, esta situación es un hecho que caracteriza al propio comercio internacional de bienes culturales, y en el caso español se cumple, aunque ciertamente tendrá sus peculiaridades con respecto a la situación de sus subsectores culturales y otros factores. Y por supuesto, en este caso específico, el comercio exterior de bienes culturales conllevará unas consecuencias positivas para España.

Figura 10.

Evolución porcentual de las exportaciones e importaciones de los bienes culturales en España. 2010-2020.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Comenzamos este análisis mostrando una representación del peso del comercio internacional de bienes culturales en el resto de la actividad exportadora. Tal y como se recoge este gráfico el comercio de bienes culturales apenas supera el 0,7%, aunque sí que es reseñable que este se mantiene estable (excepto en el periodo de crisis), incluso en el último, en 2020, llegó a su índice más alta de la década con un 0,8%, denotando que es un sector que tiene posibilidades de continuar con su crecimiento. No obstante, a pesar de esta cifra, lo cierto es que no es representativo del impacto real que tiene este sector en la sociedad contribuyendo a su formación, a la creatividad y con por lo tanto al desarrollo económico de la sociedad. Además, mediante la exportación de la cultura se exporta también el branding del país, lo cual sirve a que otros sectores se puedan dar a conocer aprovechando los flujos que se generan de esa imagen.

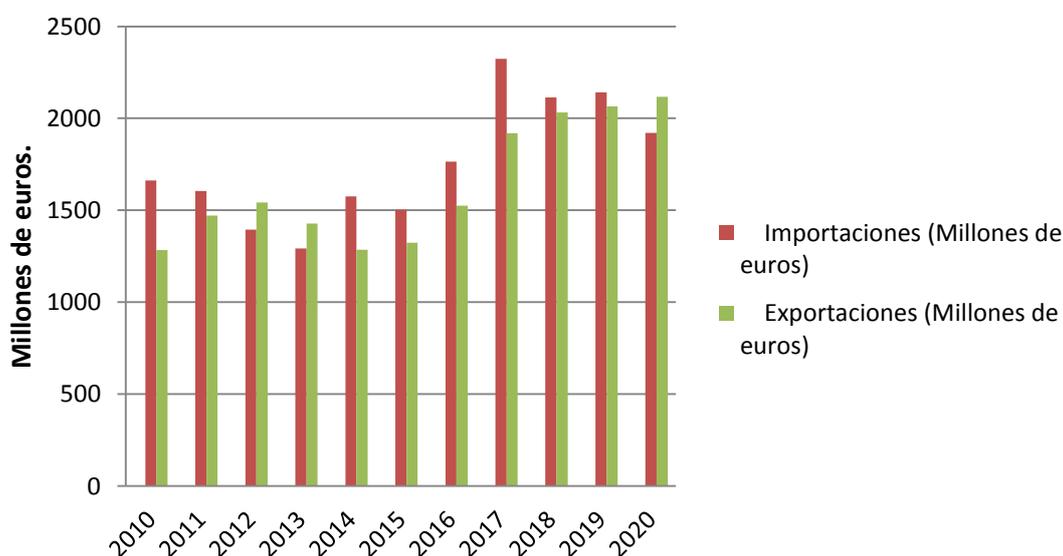
Comenzamos con un análisis básico, introductorio y con rasgos generales al mercado de bienes culturales de España, atendiendo a la evolución del conjunto de sus exportaciones e importaciones. En el siguiente gráfico (figura 11.), a primera vista se aprecia cómo tanto importaciones y exportaciones tienen un gran descenso en los periodos de crisis de 2013 a 2015 para posteriormente registrar un periodo de recuperación y crecimiento notable. La cultura se suele clasificar como ocio y además posee una gran elasticidad renta de la demanda. Por lo tanto, evidentemente, si los ingresos de las familias se ven afectados de forma negativa estas dejarán de consumir cultura, disminuyendo la demanda de los bienes culturales provenientes del exterior, lo cual significa que las importaciones se ven reducidas. Las exportaciones también caen debido a la crisis mundial y al retroceso de la renta de los países del entorno, teniendo después una recuperación con una gran reputen y habiendo un desplazamiento.

A simple vista, observando el gráfico, se podría afirmar que la evolución del mercado ha sido positiva a pesar de ese bache que supuso la crisis. De hecho, en el caso de las exportaciones, se partía de una evolución positiva, de 2010 a 2012, con una tasa de crecimiento del 20% que se detuvo en 2012 comenzando su retroceso hasta 2015. Será en este año en el que se comenzarán a registrar unas cifras de ingresos no vistas antes, teniendo es 2015 la cifra de 1525 millones para cerrar la década con 2.116 millones, lo cual supone una tasa de crecimiento del 12%. En gran parte este incremento se debe a la evolución que ha tenido el sector audiovisual en los últimos años con la entrada de las grandes plataformas en el panorama y el cambio de

preferencias en los consumidores, que actualmente prefieren las series a las películas, siendo así un nuevo nicho en el que España ha sabido situarse ventajosamente.

Figura 11.

Evolución de las exportaciones e importaciones de los bienes culturales en España. 2010-2020.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Por otro lado, la evolución de las importaciones se ve afectada también por el contexto económico, teniendo lugar un gran descenso de 2012 a 2015 debido a los motivos ya expuesto al inicio de este punto. En 2015, año de salida de la crisis, con unos ingresos de 1500 millones de euros, comenzó el repunte en importaciones alcanzando su cifra máxima en 2019 con 2.142 millones. Se puede concluir que las importaciones han tenido una tasa de crecimiento del 9%.

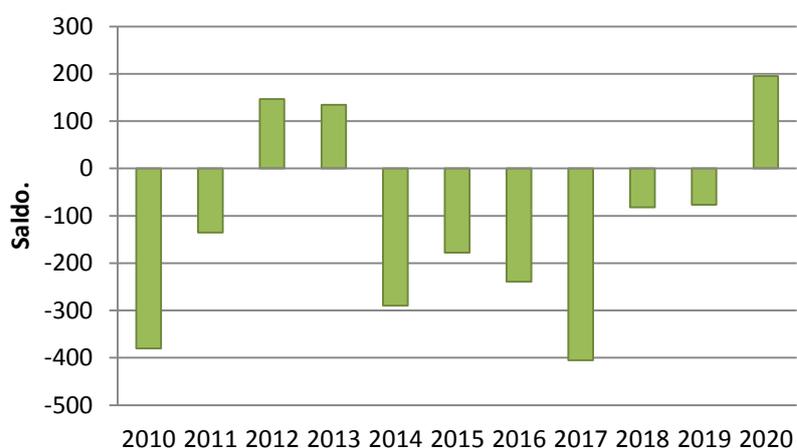
Así pues, teniendo esta imagen general sobre la situación de las importaciones y exportaciones de España, llega el momento de determinar cuál su balanza comercial, que servirá para indicar si el saldo de este mercado es positivo (superávit) o negativo (déficit). El resultado de la balanza comercial se obtiene de restar las exportaciones a las importaciones, en caso de que este sea positivo indicará que existe un superávit, ya que las exportaciones superan al número de importaciones, indicando que se reciben más bienes del exterior que los que se producen a nivel nacional, mientras que, por otro lado, si es negativo significaría lo contrario, el país no produce dichos bienes y por ello los importa. A grandes rasgos esta sería la teoría

inicial, aunque la realidad es mucho más compleja, y más cuando se trata del mercado del sector cultural.

Analizando el balance comercial de esta última década (figura 12) se observa como la mayor parte del tiempo el saldo ha sido negativo, exceptuando los dos primeros años de la crisis (2012-2013) y en 2020 que fue el año de la pandemia. En estos periodos de crisis las exportaciones se mantienen mucho más que las importaciones, ya que las empresas en estos periodos tienden buscar el mercado exterior debido a la baja demanda a nivel nacional, la cual además hace que las importaciones se vean mermadas. Pero en definitiva, a lo largo de estos 10 años España ha importado más bienes culturales que los que ha exportado, lo cual indica que el sector cultural en España es un sector deficitario que aún necesita potenciarse mucho más de cara al mercado internacional.

Figura 12.

Balance comercial de la actividad de mercado internacional de bienes cultural en España. 2010-2020



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Será a partir de 2017 cuando los saldos negativos se reduzcan en un 80%, siendo 2020 el primer año en el que estos pasarán a ser positivo con un saldo positivo de 200. Para comprender por qué se da esta situación es necesario analizar la evolución de cada tipo de bien cultural a lo largo de esta década. Todo esto será tratado en el análisis sectorial que ofrece el siguiente apartado.

3.3. Análisis sectorial.

Para este análisis se ha determinado que los bienes culturales, basándonos en CulturaBase, se dividen en los siguientes sectores:

- Audiovisuales: Formados por películas, discos, música y videojuegos.
- Libros y prensa.
- Artes escénicas: Instrumentos musicales
- Artes plásticas: Pintura, escultura, fotografía, etc.
- Otros: Este incluye una gran variedad de bienes. Por sintetizarlo, se podría decir que está conformado por los productos provenientes de la artesanía, orfebrería y joyería. En cualquier caso, para este tipo de bien, al igual que para el resto, se recomienda consultar el anexo, donde aparece el listado exacto y detallado ofrecido por CulturaBase.

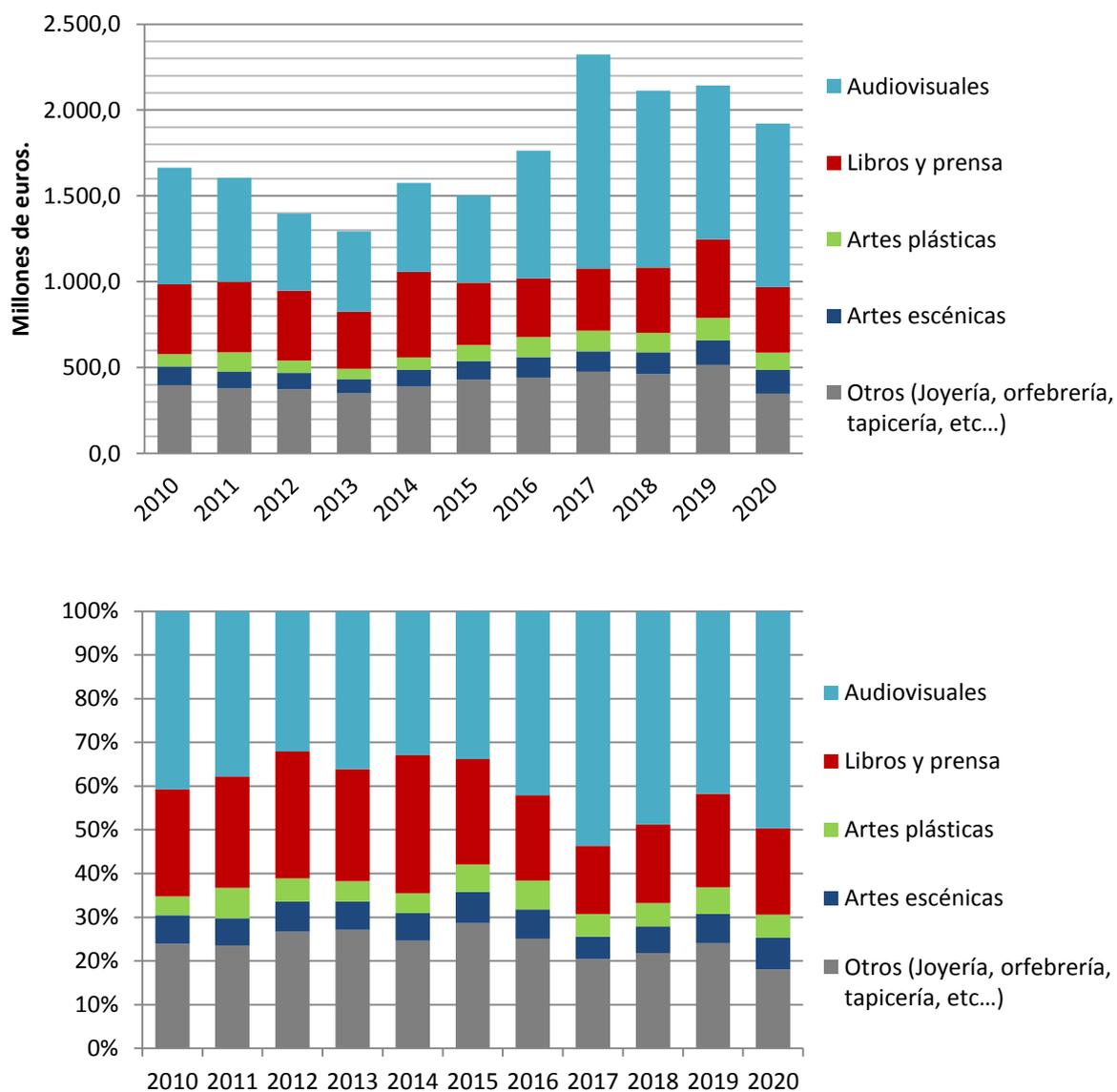
Importaciones

En la figura número 3 aparece representado como el porcentaje de los distintos tipos de bienes culturales se mantienen relativamente estables, sin haber existido un gran variación en cuanto a lo que importaciones se refiere. La tipología que mayores cambios ha sufrido en este mercado han sido las artes plásticas, habiendo tenido un incremento de un 14%, mientras que el resto han disminuido, no más de un 5%, quedando en un punto similar al de partida. Los tipos de bienes que tiene más presencia en las importaciones son los audiovisuales y libros y prensa, que, como ya se explicó en apartados anteriores, es de lo que se compone fundamentalmente este mercado debido a que es relativamente sencilla su reproducción, cosa que no sucede con el resto de tipos, especialmente las artes plásticas y las escénicas. En 2020 el porcentaje de las artes plásticas ha tenido un incremento mucho más elevado que el resto, pero esto se debe a que este tipo de bienes tiene un público muy consolidado, siendo coleccionistas fundamentalmente, lo que hace que se mantenga muy estable a pesar del contexto económico del momento, mientras que el resto de bienes decaen, las artes plásticas se mantienen estables, haciendo que su lugar en el mercado ocupe más espacio porcentual.

La evolución de las importaciones en los distintos bienes aparece reflejada en el siguiente gráfico (figura 13.). En los años correspondientes a la crisis económica (2011-2014) la importación decae en todos los sectores ya que el consumo desciende.

Figura 13.

Importaciones por tipo de bien cultural. 2010-2020.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

En primer lugar, los bienes audiovisuales destacan como los más importados, seguido de los libros y “otros”. En el caso de los primeros, se alcanzó la cifra máxima en 2017, con un valor de 1.247 millones de euros, mientras que en el caso de los libros y la prensa, se alcanzó su mayor cantidad en el 2014, cuyo valor total de importaciones fue de 498 millones de euros.

A priori se puede apreciar como los flujos han ido variando en consonancia con el contexto económico, siendo los años 2012-2015 como aquellos en los que más

se hicieron notar los efectos de la crisis, habiendo menos importaciones en la mayoría de bienes culturales, salvo en el caso de la industria editorial (libros y prensa), que, de hecho, tuvo en 2014 su mayor cifra en todo este periodo con una cantidad de 498 millones de euros. Con el sector de las artes escénicas sucede algo parecido, es un sector muy minoritario dentro del mercado internacional que en los periodos de crisis no decae tanto porcentualmente como sí sucede con los audiovisuales, los cuales en los periodos de crisis descendieron 20 millones, llegando a un mínimo de 83 millones de euros en 2013, y su máximo fue en 2019 con una cantidad de 142 millones de euros.

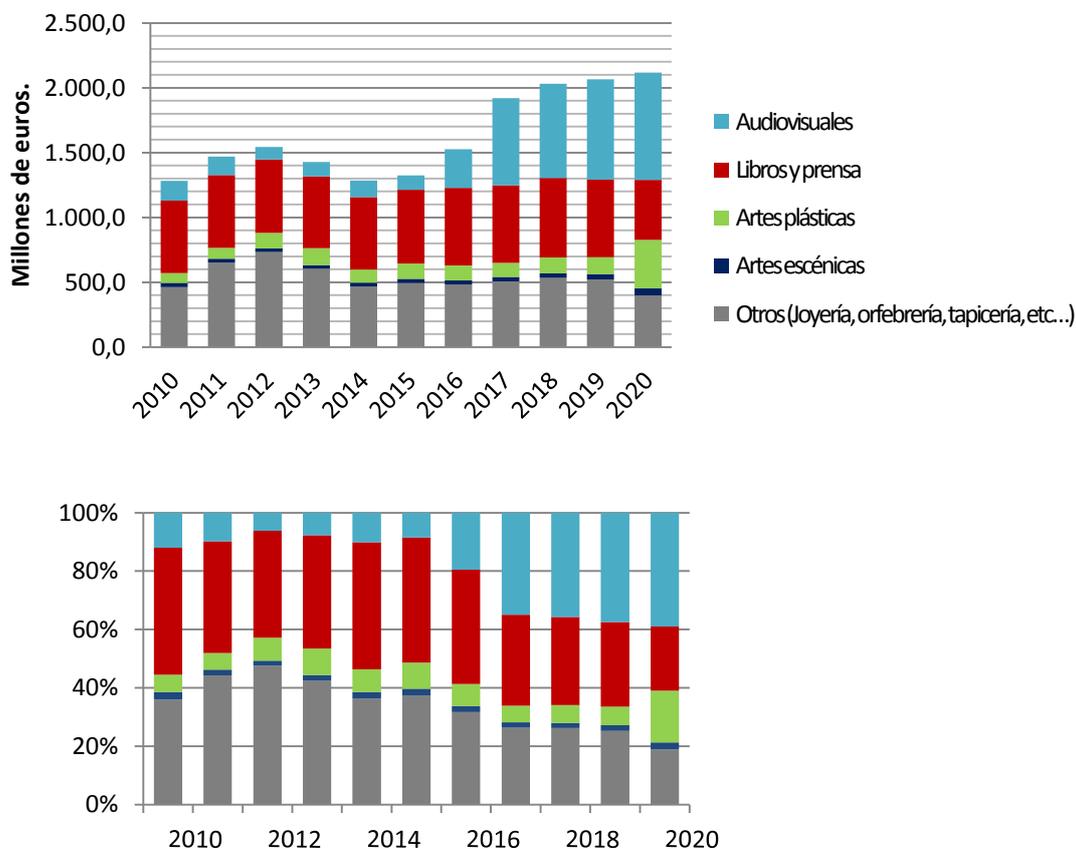
Exportaciones:

En las exportaciones nos encontramos ante una situación muy diferente a las de las importaciones, en esta última década, ha existido una variación porcentual muy grande en la actividad exportadora. El caso más significativo es el de la exportación de audiovisuales, que pasó de un 12%, en 2010, a ocupar el 39% de las exportaciones en 2020, año en el que también las artes plásticas que pasaron de un 6% a un 18%. En cualquier caso, hay que recordar que esto se refiere al espacio porcentual que ocupa cada tipo de bien dentro del sector y no a la cantidad total de millones ingresados. En otras palabras, una reducción porcentual en el sector no significa necesariamente que haya un descenso de ingresos.

En el siguiente gráfico (figura 14.) aparece una representación como han ido variando las exportaciones en cada tipo de bien cultural a lo largo de esta última década. En primer lugar el sector que más destaca por su gran progreso a partir de 2015 son los audiovisuales. Habiendo incrementado su cantidad, entre 2015 y 2016, en un 166%, pasando de 119 millones a 297 millones, y en el siguiente año, 2017, pasó de 297 millones de euros a 670 millones, habiendo así un incremento del 133%. En los años siguientes el incremento en exportaciones ha sido mucho más paulatino, pasando de los 725 millones de 2018 a los 773 millones en 2019, aunque para 2020 sí que existió un incremento algo más significativo alcanzando la cifra de los 825 millones de euros

Figura 14.

Evolución de las exportaciones por tipo de sector en la década de 2010-2020.



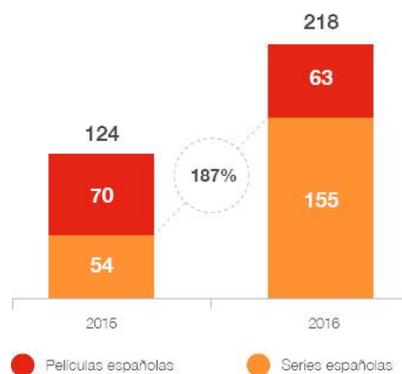
Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Estas cifras que arroja el sector audiovisual no son nada desdeñables, más aun teniendo en cuenta el punto de partida en los años iniciales, donde apenas se superó la cifra de 150 millones. En definitiva, si se compara el año más bajo en exportaciones, que fue en 2012, con una cantidad recaudada de 95 millones, con 2020 que recaudó 825 millones, lo cual supone que a lo largo de esta década ha existido un incremento de los ingresos en un 768%, siendo así el tipo de bien cultural español más potente dentro del campo de la cultura. Como ya se ha explicado anteriormente en este trabajo, el principal motivo por el que se ha dado esta situación tan positiva para este sector se debe a la irrupción de las grandes plataformas de streaming, como Netflix, HBO o Amazon, que han servido para abaratar los costes de distribución. Además, el consumidor ha cambiado sus preferencias y hábitos, dando prioridad gran prioridad a las series antes que las películas, dejando de utilizar las salas de exhibición prefiriendo visualizar películas/series en su propia casa. Dentro de este nuevo

panorama, la industria audiovisual española ha conseguido hacerse hueco y consolidarse dentro de este mercado. El principal motivo por el que se ha dado esta situación es porque España ha sabido aprovechar muy bien un nuevo nicho que estaba dando en el sector audiovisual, y es el de las grandes producciones de series. A partir 2015 el gran público ha ido dejando de lado el interés por las películas, pasando las series a un primer plano. En la siguiente figura aparece reflejado como las productoras supieron ver este cambio de tendencia a tiempo, centrando sus esfuerzos en la producción de series (figura 15.). No obstante, sí que se advierte una problemática con la exportación de los audiovisuales, y es que España los exporta fundamentalmente a la UE, siendo muy marginales las que se destinan fuera, es decir, el sector audiovisual español debe tener un alcance mucho más internacional o de lo contrario se estancará. De hecho, desde 2017 el crecimiento de las exportaciones ya se ha ralentizado drásticamente.

Figura 15.

Crecimiento en la inversión realizada en obras audiovisuales en España (M€)



Fuente: ICEX

El gráfico (figura 16.) muestra como las exportaciones de libros y prensa se han mantenido estables a pesar de los periodos de crisis económica. Atendiendo a los datos ofrecidos por CulturaBase, se ve que las variaciones entre los distintos años son mínimas, manteniéndose siempre entre los 550 millones de euros y los 600 millones. Bien es cierto que el último año de 2020 se ha producido un descenso notable, quedando una cifra de 463 millones de euros, frente al año anterior que fue de 598 millones, lo cual supone un descenso de un 30%. Un factor a tener muy en cuenta, que se desarrollará más en adelante, es el de cómo la pandemia afectó a toda la actividad del mercado internacional, por lo que tanto las importaciones como las exportaciones se vieron afectadas, lo cual explica el descenso tan brusco que tuvo el

sector editorial en 2020. Este se trata además del bien cultural español con más éxito en el mercado internacional que como veremos más adelante posee saldos positivos y además se trata de un sector inter industrial.

Por otro lado, el sector de las artes plásticas, aunque minoritario, resulta uno de los más interesantes por sus características y por cómo se comportan en el mercado internacional, aunque bien es cierto representa un porcentaje muy minoritario de las exportaciones e importaciones se trata de un sector que, de 2010 a 2011, se encontraban en unas cifras inferiores a los 100 millones de euros, con 75 millones y 83 millones respectivamente, hasta que, a partir de 2012, los ingresos aumentaron para luego establecerse en el rango de 110 millones de euros y 130 millones hasta que en 2020 se produjo un incremento de un 190%, pasando de la cantidad de 129 millones a 375 millones de euros. Por lo tanto, este hecho de que en el año de la crisis de la pandemia, donde se produjeron confinamientos y restricciones que afectaron a la actividad económica, se haya aumentado la cantidad de ingresos de una forma tan considerable y teniendo en cuenta que los años de crisis la actividad se mantuvo estable, se puede afirmar que el mercado de las artes plásticas está fuertemente consolidado, y tiene una naturaleza ajena a su contexto económico. Y es que en las artes plásticas lo que más ingresos genera son las pinturas y esculturas, es decir, las obras de arte, las cuales suelen cotizar muy alto en el mercado, lo cual hace que el público al que va dirigido pertenezcan a estratos sociales muy pudientes y que no se ven tan afectador por estas crisis económicas. De hecho, este mercado de arte se vuelve incluso más fuerte en dichos periodos, ya que la compra de estas obras sirve también como fondos de inversión, donde el comprador, y más durante estos periodos, protege sus ahorros con la intención de sacar una rentabilidad a medio o largo plazo tras existir una revalorización en la obra de arte (aunque no sucede siempre).

Por último, nos encontramos con la tipología que CulturaBase denomina como “Otros”, que, como ya se expuso anteriormente, hacen referencia fundamentalmente a las artes decorativas, joyería y productos de artesanía (Ver Anexo para más detalles), y por otro lado las artes escénicas, que englobaría las actividades teatrales y musicales, aunque realmente se compone fundamentalmente al comercio de instrumentos musicales.

Los bienes culturales de “otros” a lo largo de esta década se han caracterizado por tener grandes oscilaciones que no atienden necesariamente a la situación económica. Las cuales han oscilado entre la cantidad de 400 millones de euros, que fue la cifra más baja de la década, la cual se dio en 2020, y entre 734

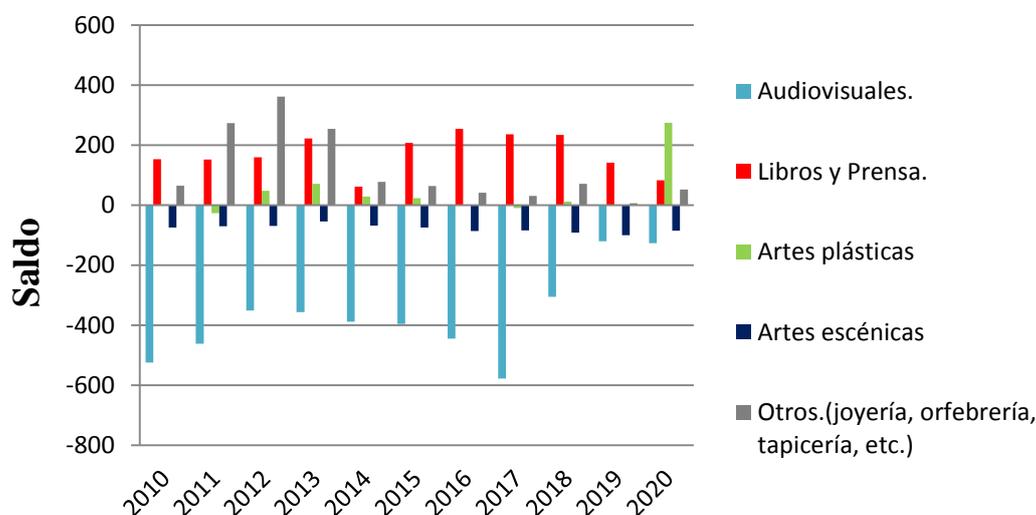
millones, en 2012. En este sector se comercia fundamentalmente con joyería y artesanía. En España una empresa muy destacada en este sector es Majorica, dedicada a la fábrica de perlas artificiales, y fundada en 1890. Esta posee hasta 6 centros por toda España, y una filial en Estados Unidos, teniendo vistas a expandirse a China, México y Rusia, (aunque es probable que con Rusia, debido a la guerra de Ucrania, no se haya llevado a cabo). En definitiva, se trata de una empresa con una larga trayectoria y con una presencia en el mercado internacional muy asentada, siendo esta una de las empresas que más contribuye en el éxito de este sector.

En cuanto a las artes escénicas, nos encontramos con el bien cultural más minoritario del mercado, sin apenas haber variado esa posición a lo largo de esta década, en 2010 ocupaba el 2% del total de bienes culturales exportados, y en 2020 el 3%. Al inicio de la década las exportaciones se valoraban en 33 millones de euros, hasta que en los años de crisis se alcanzó el valor más bajo que fue de 27 millones de euros en 2012, posteriormente a partir de 2014 comenzó a remontar con una subida anual de en torno al 10%, llegando en 2020 a la cantidad de 53 millones.

En el siguiente gráfico (figura 16.) aparece la muestra de los distintos saldos para cada tipología de bien cultural. Comenzando por el sector más destacable, que es el de los audiovisuales, se aprecia cómo, a pesar de ser el más potente en cuanto a exportaciones, su saldo ha sido negativo durante toda la década. Ahora bien, desde 2017 el saldo ha comenzado a tener una tendencia que drásticamente se aproxima al rango positivo, pasando de -577,6 de saldo a -305,8 en el periodo de 2017-2018, y en el año siguiente a -121. Finalmente en 2020, se produjo un leve retroceso en las exportaciones, descendiendo en 5 puntos el saldo, quedado así en una cantidad de -127. Hasta este momento es evidente que las importaciones de bienes audiovisuales, procedentes fundamentalmente de EEUU, superan a las exportaciones de España. Más adelante se analizará el tema de cuáles son los países que dominan en cada sector cultural. Sin embargo, tomando la evolución de los saldos y de las exportaciones como referencia se puede afirmar, sin duda, que la industria audiovisual nacional se está convirtiendo en un sector muy fuerte y que traerá grandes beneficios.

Figura 16.

Balance comercial por tipo de bien cultural. 2010-2020.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Mientras que los audiovisuales se encuentran en un camino bastante prometedor, la industria editorial de libros y prensa ya se encuentran en ese punto clave, de referencia para el resto de sectores culturales. Esta industria ha mantenido unos índices de saldos positivos durante toda la década, y además con una gran estabilidad, salvo en el año 2019, que descendió a un valor de 140 de saldo. Durante el resto de la década, los valores se han mantenido en un promedio de 172 de saldo, siendo 2020 el año en el que se dio el saldo más alto con 152. España ocupa el quinto puesto en producción de títulos de propiedad intelectual en el sector editorial, generando 67.000 millones en 2019 (Informe anual de la OMPI). En el caso incluir solo a la producción en papel, España estaría en el segundo lugar, detrás de Italia. Así pues, este es un sector en el cual España ocupa una posición muy relevante dentro del mercado internacional de bienes culturales. Según ha expresado la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) El sector del libro cerró un 2020 "irregular" con una caída del 26% en las exportaciones "El año 2020 fue un año irregular para el comercio del libro. Mientras el mercado interior ha tenido un buen comportamiento, no ocurrió lo mismo con las exportaciones que se han visto muy condicionadas por las restricciones establecidas para luchar contra la pandemia. Tenemos toda la confianza en que ésta será una situación coyuntural, dado que, en la última década, especialmente el sector editorial, dentro de lo que llamamos sector del libro, se ha mostrado muy dinámico en los mercados". A todo esto añadir que la exportación del libro español está conformada sobre todo por medianas y pequeñas empresas.

Por su parte, el sector de “otros” también mantiene unos saldos positivos, aunque con una grandísima inestabilidad, siendo el mejor año con un saldo de 361,3, en 2012, y 2019 con tan solo 6 puntos de saldo, y aumentando al año siguiente 50 puntos. En definitiva, se trata de un mercado bastante incierto, pero a pesar de todo mantiene una fuerte actividad exportadora, quedando siempre por encima de las importaciones, lo cual denota que es un sector cultural que, a nivel nacional, es ciertamente potente.

Sin duda el sector más inestable de todos es el de las artes plásticas, aún más que el de “otros”, habiendo transiciones extremadamente bruscas en las que, como sucede en el transcurso del 2019 al 2020, se pasa de una cantidad negativa a una positiva, con unas cifras tan dispares entre sí como las de dichos años en las que se pasó de un saldo de -1,7 a 273. El saldo promedio en este sector es de 27. Lo cierto es que la subida del ejemplo anterior de un incremento de más de 270 puntos en el saldo es una excepción, sí que ha sido habitual durante la década el que se hayan dado cambios de saldo positivo de un año a otro, como sucedió entre el 2011 y 2012, y el 2016 y el 2017, pero no con unas diferencias tan elevadas, en ambos casos fue de 20 puntos, al igual que el descenso en el año respectivamente previo fue de 10 puntos. Así pues, este se trata de un sector que no arroja muchas certezas en cuanto a su estabilidad o futuro en España, pero es algo que se encuentra en la propia naturaleza del mercado de las artes plásticas, tal y como se mencionó anteriormente en el trabajo. No obstante, al igual que con el resto de sectores, en el apartado de análisis económico se podrá vislumbrar cual es la situación económica real. En cuanto al saldo de las artes escénicas, nos encontramos con el saldo ha sido negativo durante toda la década, con un promedio de -78,4 de saldo. El saldo más bajo se dio en 2020 con una cantidad de -100,9, y el saldo más alto fue en 2013 con un saldo -55,2. Son saldos negativos, pero muy bajos, en el sentido que se acercan al rango positivo. Esto quiere decir que se trata de un sector que, a pesar de recibir más importaciones que exportaciones, la diferencia entre ellas no es tan amplia como en otros sectores, además unido al hecho de que la evolución se ha mantenido estable a lo largo del tiempo, indica que, aun siendo minoritario, es una actividad que mantiene un consumo bien establecido.

3.4. Análisis geográfico.

En este apartado analizaremos el destino de las exportaciones españolas y los países de los que provienen los bienes que se importan. Las regiones escogidas para el estudio, siguiendo la descripción de CulturaBase, son la Unión Europea, Iberoamérica, China, Estados Unidos y el resto del mundo.

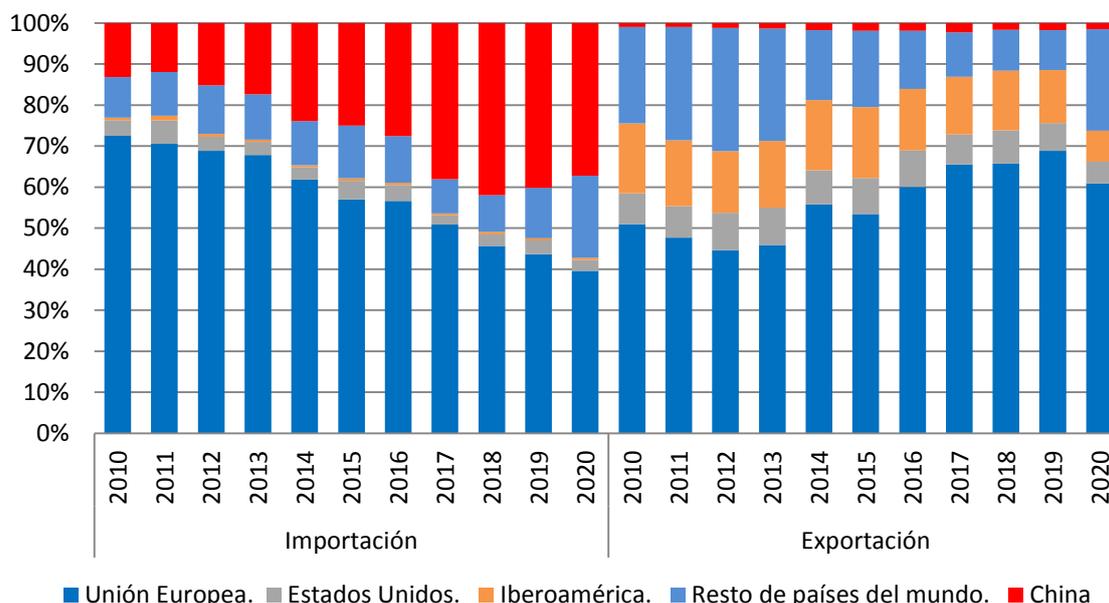
En el primer gráfico se muestra la variación del porcentaje de exportaciones e importaciones de los distintos países. La región más destacable es la Unión Europea, debido a la proximidad geográfica con España y que al ser un Estado miembro goza de una gran libertad en todo lo relacionado con las leyes arancelarias a la hora de comerciar con otros miembros de la UE. Si como vemos la proximidad geográfica es un factor clave a la hora de establecer unos buenos lazos comerciales, también lo es la cercanía cultural, que en este caso existe entre España e Iberoamérica. Esta región es una de las más importantes para las exportaciones españolas, especialmente para las relacionadas con el sector de libros y prensa. En las importaciones se recibe una cantidad relevante provenientes de EEUU, que serán en su mayoría bienes relacionados con el sector audiovisual. En términos económicos, EEUU recibió en 2020 por sus exportaciones una cantidad de 112 millones de dólares frente a Iberoamérica, que recibió 158 millones, es decir, solo un 2% más

Y por último el otro bloque destacado será China, siendo el país más importante a la hora de recibir importaciones de bienes culturales relacionados con las industrias multidisciplinares. En cuanto al resto del mundo, no hay países que independientemente tengan gran relevancia, por ello para este estudio se ha optado por aglutinarlos en una mismo en el grupo de “resto del mundo”.

La evolución, tanto para las importaciones como para las exportaciones ha sido muy estable a lo largo del tiempo, con ligeras variaciones en la Unión Europea durante los años de crisis, pero siempre oscilando entorno al 50% en las exportaciones, siendo 2019 el año más alto con un 68%. Ciertamente, en los años de crisis las exportaciones descendieron, pero no bajaron del 45%. Sin embargo, en el caso de las importaciones, a partir de 2016, comienza un descenso que no tiene vistas a existir una recuperación, mientras que al mismo tiempo ascienden las importaciones chinas, y además en grandes cantidades, alcanzando incluso, en 2019, un 40%. Todo ello apunta a que China está ganando terreno en el mercado internacional de bienes culturales, alcanzando poco a poco una posición hegemónica. La UE, por su parte, se encuentra en un claro proceso de retroceso en cuanto a su posición mundial en el comercio.

Figura 17.

Evolución de las importaciones y exportaciones españolas por región geográfica.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Observando el gráfico se puede apreciar que China es un país exportador nato, que apenas recibe importaciones de los bienes culturales españoles. En parte, este tipo de datos nos sirven para conocer a qué regiones el branding de España, o imagen, tiene una mayor repercusión. Y en el caso de China, se aprecia que las exportaciones españolas a China son muy escasas, lo cual puede dar a entender que la imagen de España tiene poco impacto aquí. Además, consultando las estadísticas del sector turístico, se observa que la cantidad de turistas chinos a España es muy escasa. Por ejemplo, en 2018, consultando las pernoctaciones de turistas Chinos en Europa, se refleja que España apenas recibe el 7% (Fuente: Eurostat.). Bien es cierto que se necesitaría realizar un estudio mucho más profundo, incluyendo muchos más sectores económicos y más variables para determinar hasta qué punto el branding español en China es deficiente. Pero no obstante, sí que se puede afirmar que España necesita potenciar su imagen en China y en Asia en general, ya que esta es una región estratégica clave, y más en el nuevo panorama internacional.

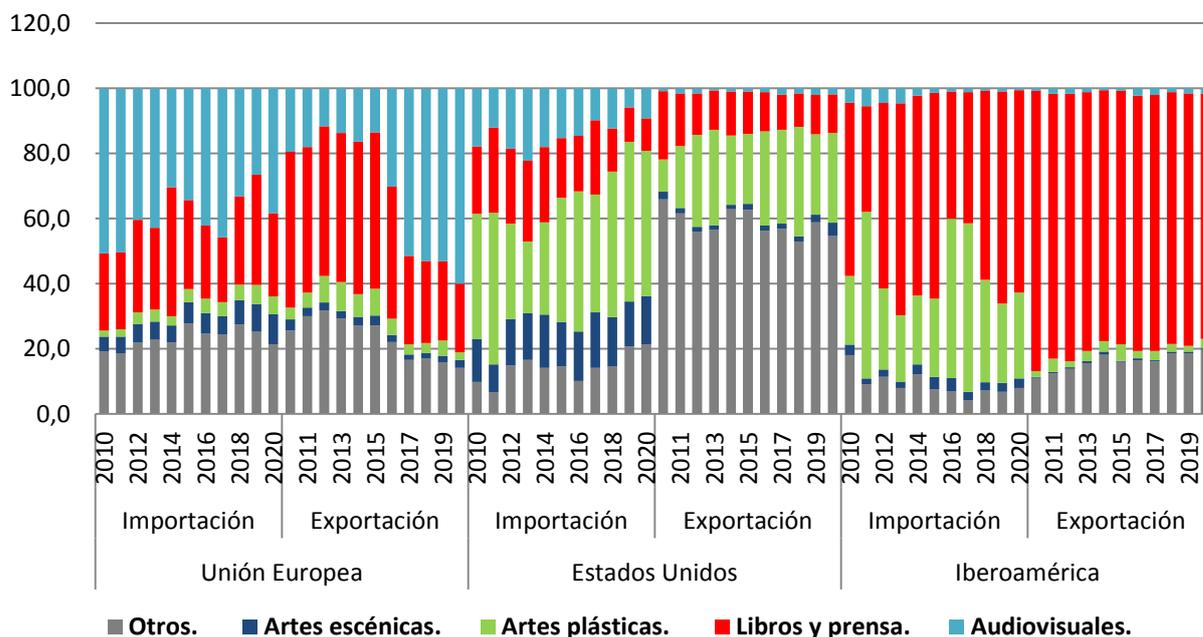
Por su parte la Unión Europea, tal y como era esperable, es la principal región de destino para las exportaciones españolas. Al estar aquí gran parte de la actividades de los sectores culturales se aprecia fácilmente como en el periodo de crisis estas descendieron notablemente, habiendo una recuperación posterior, incluso situándose en una situación mejor a la previa. En el resto de destinos (EEUU, Iberoamérica y el

resto de países del mundo) las exportaciones se mantuvieron sin grandes variaciones, siendo estables.

Para conocer las causas de estas variaciones es necesario analizar a dónde van dirigidos los distintos sectores culturales, es decir, a donde se exportan, al igual que de dónde provienen las importaciones de estos. En el siguiente gráfico dispuesto se refleja todo ello. Comenzando por los **audiovisuales** que como vimos ya es un sector cultural estratégico para España. El mayor número de importaciones realizadas provienen de la UE, seguido de los Estados Unidos, habiéndose mantenido esta situación durante toda la década. Por el contrario, las exportaciones, que de nuevo van dirigidas a la UE, han incrementado a partir de 2017 hasta el punto de ocupar el 60% de las exportaciones realizadas en 2020. Esta evolución tan positiva ha hecho que España sea actualmente el sexto país de la Unión Europea en número de títulos producidos, por detrás de Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda e Italia, y el quinto en número de horas de producción, por detrás de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia (ICEX). El otro sector cultural potente de España, la **industria de los libros** presenta una gran estabilidad y fortaleza a lo largo del tiempo. En esta ocasión el mercado se centra en torno a Iberoamérica debido a la afinidad cultural e histórica, pero en la UE también hay una actividad nada desdeñable. La cantidad de exportaciones de libros a Iberoamérica llega a alcanzar el 80% en algunos años. Analizándolo más en detalle, en 2020, el país que más libros españoles importó fue México, con una cantidad de 74.231 millones, seguido de Francia con 70.231 millones, Argentina con 25.644 millones e Italia 21.229 millones (fuente:statista.). La importación de libros iberoamericanos es también muy fuerte rondando el 60% de las importaciones provenientes de esta región. Sin embargo, a pesar de esa proximidad cultural, existe, tal y como se ve en el gráfico, una gran distancia en los audiovisuales, siendo apenas el 2% de las importaciones y exportaciones entre España e Iberoamérica.

Figura 18.

Evolución de las exportaciones e importaciones por tipo de bien según su área geográfica.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Analizando el conjunto del continente americano, vemos que las **artes plásticas** ocupan un lugar importante, sobre todo en importaciones, la mayoría proceden de EEUU y de Iberoamérica, manteniéndose esta tendencia lo largo del tiempo. En EEUU, lo que más predomina es el comercio de esculturas y pinturas. Hay que tener en cuenta que en EEUU se hallan algunas de las galerías y casas de subastas más importantes del mundo. En el sector de otros, lo que más destaca es el comercio de joyas y de artesanía, siendo la joyería lo más exportado de estos dos sectores. De la Unión Europea, España importa joyería, pero a la hora cuando exporta lo hace por igual con la joyería y la artesanía. Por último, quedaría resaltar las industrias de las artes escénicas, que en general es un sector muy residual dentro el mercado internacional. Cabría resaltar la importancia de EEUU en esta industria, siendo la región de la que España más bienes importa.

La conclusión definitiva que se puede obtener de este análisis de perspectiva geográfica, es que España tiene una especialización a la hora de exportar sus bienes culturales dependiendo del área geográfica a la que va destinado. Las causas de esta especialización varían según la región. Por ejemplo, Latinoamérica, como ya se mencionó, se debe por poseer una gran cantidad de elementos culturales en común, entre ellos la lengua, el cual es el más importante sin lugar a dudas. Con la Unión

Europea comparte la cercanía geográfica, buenos lazos políticos y comerciales al ser un Estado miembro, importando gran cantidad de bienes culturales europeos pero también siendo uno de los principales exportadores al resto de países, especialmente en el sector audiovisual. En el resto del mundo, con EEUU, sucede al contrario, gracias a su posición hegemónica a nivel político y económico ha sido capaz de crear un buen branding (lo cual al mismo tiempo contribuye para alcanzar y mantener esa posición). Por lo tanto, la relación de España con EEUU es la de ser un país receptor, es decir, importador, recibiendo así la influencia cultural de EEUU. En China, como ya se vio, es un país puramente exportador, que en el caso de los bienes culturales se centra en la bisutería, joyería y otros subsectores de las artes plásticas, sin embargo, todo lo relacionado con los audiovisuales y la música apenas tiene relevancia. Siendo un país que, a pesar de su posición como potencia emergente en el mercado internacional de bienes culturales, no consigue lograr que su cultura ejerza una influencia en el resto del mundo como lo hace la estadounidense, o como lo consiguió la cultura japonesa, especialmente en la década de los años 80 y 90. Mencionando a Japón sí que es necesario hacer un breve inciso, ya que este ejemplo demuestra que el realizar una buena exportación cultural, logrando una internacionalización de la cultura del país, no va necesariamente ligado tener una hegemonía económica, ya que fue a partir de esas décadas cuando Japón estancó su crecimiento económico. De hecho, el caso más paradigmático y más cercano es España durante el denominado siglo de oro, donde aconteció una época de fuerte crisis económico y social pero supuso el momento de mayor esplendor en la historia de la cultura española, incluso existe correlación entre las crisis sociales y las explosiones culturales ya que son momentos donde intelectuales y artistas realizan grandes introspecciones y reflexiones sobre lo que acontece. Por lo tanto, una hegemonía económica en el plano internacional no tiene porqué ir ligado a una hegemonía cultural, tal y como sucede con China. Para concluir con todo esto, si un país desea lograr mediante la cultura obtener un buen branding sobre el resto del mundo, debería dedicar esfuerzos a ello ya que con un buen desarrollo económico no es suficiente.

En definitiva, para cerrar este apartado, hay que remarcar sobretodo que las importaciones de la UE, a pesar de ser el cliente fundamental, han ido descendiendo en los últimos años, apreciándose un aumento de las importaciones chinas, concretamente en el sector de “otros”, ya que este ha sido el que ha aumentado visiblemente en dicho periodo de tiempo. En cuanto a las exportaciones, la UE sigue siendo el centro fundamental de la actividad exportadora, cada vez más, y luego Iberoamérica en segundo lugar, siendo este un mercado restringido.

3.5 Análisis económico.

Anteriormente se han expuesto distintos datos que han surgido a largo de la década mediante las actividades de importación y exportación, tomándolo como referencia para conocer la evolución del sector cultural en España en el mercado internacional, para delimitar la presencia de los distintos tipo de bienes culturales y para realizar una delimitación de cuáles son los países que más presencia tienen en este mercado. Pero por si solo todo esto no es suficiente para contextualizar la productividad y fortaleza de cada subsector. Por ello el objetivo de este apartado es arrojar luz sobre cuáles de estos subsectores tienen una ventaja competitiva o comparativa respecto en el mercado internacional.

La metodología escogida para desarrollar este apartado será el empleo de los métodos ricardiano (David Ricardo, 1817) y el Índice de Grubel y Lloyd (Herb Grubel y Peter Lloyd en 1971.). El método ricardiano se basa en la teoría de la ventaja comparativa, desarrollada por David Ricardo (1817). Esta teoría expone que un país, por los recursos y tecnología que posee, tiende a especializarse en la producción de un bien con menor precio o coste relativo en relación a otros países. Esto le concede al país una ventaja competitiva con este producto en el mercado. Mientras que, por otro lado, los bienes con mayor coste o precio relativo, son importados desde el país que poseen ventaja competitiva en ellos. El ejemplo con el que David Ricardo explicó este caso fue con la tela, producto en el que Inglaterra estaba especializada debido a su menor coste relativo realizando grandes exportaciones de esta, y con el vino, que se importaba desde Portugal, ya que Inglaterra era más costoso producirlo. Evidentemente, la situación en el mundo actual es muy distinta y ya no existe una especialización tan clara en el mercado, donde normalmente se intercambian bienes que pertenecen a un mismo sector. Aun así, este modelo es interesante para determinar en qué subsectores del mercado cultural se está siendo más eficaz en comparación con el resto o donde se manifiestan ventajas comparativas más nítidas o naturales.

El segundo método, es el índice de Grubel y Lloyd. Este procedimiento se ajusta mucho más a la realidad ya que, a diferencia que en el caso anterior, tiene en cuenta el hecho de que existe el denominado comercio intrasectorial. Si un sector industrial, en este caso aplicado a la cultura, tiene comercio intrasectorial, significa que medimos el grado en el que dos países intercambian un mismo producto, o si por el contrario intercambian productos distintos al mismo tiempo, lo cual sería comercio intersectorial, teniendo ventajas nítidas. En el primer supuesto, cuando existe mercado

intraindustrial se entiende que existen ventajas comparativas no nítidas ya un mismo producto se produce en varios países y se comercia, incluso por compuestos.¹¹

El índice intraindustrial es el siguiente:

$$GL_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

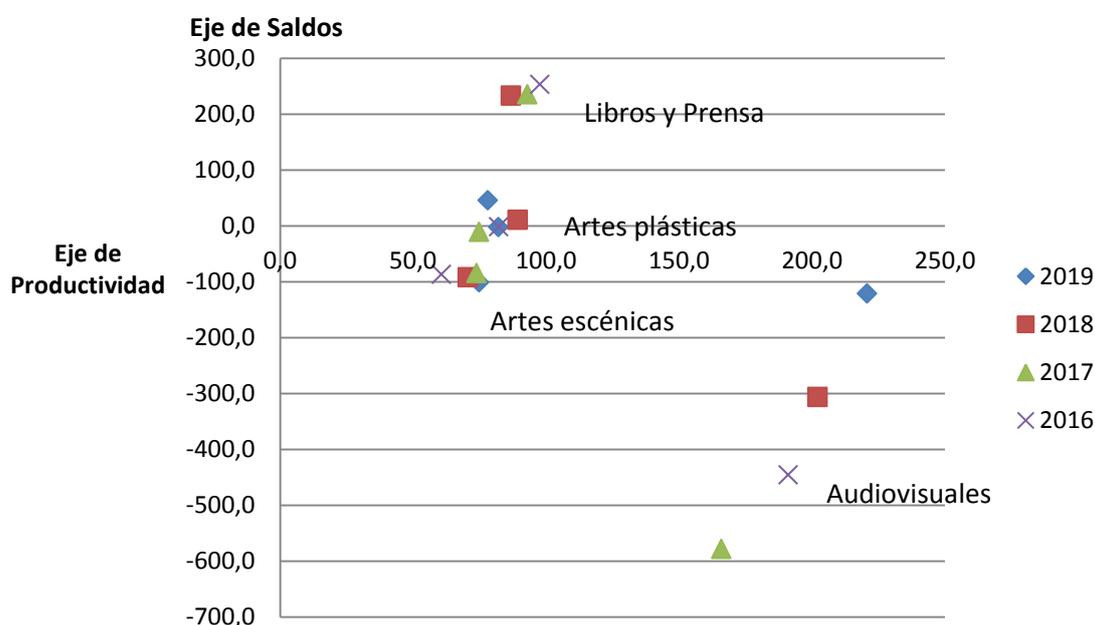
Donde X_i son las exportaciones del bien y M_i son las importaciones. Una vez que se determine GL_i se podrá establecer si, en caso de que el resultado sea “0”, hay comercio intersectorial, es decir, se intercambian bienes de un sector por bienes de otro sector. En el caso de que sea “1”, o sea cercano a este, significará que el comercio es intrasectorial, es decir, se produce un intercambio de bienes pertenecientes a un mismo sector.

En el siguiente gráfico se expresa el resultado tras haber tratado de comprobar el modelo ricardiano con el fin de aproximarnos al concepto de ventaja comparativa tomando los datos del periodo 2010-2020. Para ello, hemos calculado la productividad simple de cada sector, como división entre el PIB y el número de empleados por sector. De este modo podríamos suponer, siguiendo la hipótesis del modelo, de que los sectores más productivos tenderán a ser sectores exportadores (ya que disponen de ventaja comparativa) mientras que los sectores con menor productividad (desventaja comparativa) tenderán a ser sectores importadores natos. Dada la limitación de comparación con suficiente desagregación sectorial solo hemos podido realizar este análisis con los sectores de artes escénicas, artes plásticas, libros y prensa, y “otros”, cuyos resultados aparecen en el grupo dispuesto, donde en el eje de abscisas se mide la productividad (PIB/L) y en el eje de coordenadas el saldo de la balanza de pagos (X-M).

¹¹ El caso del sector del automóvil es prototipo del comercio intersectorial intraindustrial.

Figura 19.

Representación de ventaja comparativa de los distintos sectores culturales.



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

Comenzando por el sector de **libros y prensa** se observa que, como ya se ha venido explicando anteriormente, es un sector realmente importante para España, en el que posee una buena posición en el mercado internacional estando entre los primeros países exportadores. Los resultados que arroja el gráfico se corresponden con ese contexto, y es que, efectivamente, este sector cuenta con una alta productividad si se compara con el resto, salvo en el caso de los audiovisuales, la cual es mucho más alta. Así pues, como vimos antes, el saldo de la balanza comercial de libros y prensa se sitúa entre 230 y 260 de saldo, en los años 2016-2019, es decir, un saldo superavitario. Este saldo junto a una productividad aceptable, la tercera más alta de los sectores, indica que los libros y prensa, desde el punto de vista ricardiano, poseen una ventaja competitiva sobre el resto, siendo un bien en el que España está especializada en su producción y exportación.

Por su parte, el sector **audiovisual** empleando el método ricardiano, destaca por su gran productividad con una cifra que oscila entre los 160 y los 220 puntos. Esto en principio podría dar a entender que España podría poseer una elevada ventaja competitiva sobre el resto, pero lo cierto es que el saldo es negativo, de hecho, es el sector con el saldo más bajo. Todo ello viene a indicar que España tiene una industria audiovisual potente, en el sentido de que, partiendo de una buena productividad en

2016, cada año la ha ido incrementando. Y si bien es cierto que el saldo es negativo, este ha ido aumentando considerablemente año tras año, indicando que en un futuro logrará hacerse hueco en el mercado internacional, gozando de una posición relevante. También esto indica que España no posee aún una especialización en dicho sector, y que, guiándonos por su saldo, se deduce que recibe una gran cantidad de importaciones mucho mayor que de exportaciones. Por lo tanto no existe una ventaja competitiva nítida sino que es probable que se trate de un comercio intrasectorial, punto que será tratado más en adelante.

Las **artes plásticas** tienen un carácter mucho más deficitario. De un año a otro varían sus cifras en exportaciones e importaciones, así como sus saldos, aunque lo cierto es que estos siempre han rondado el umbral de “0”, siendo unas veces positivo y otras negativo, salvo en 2019, donde este se disparó hasta 78 puntos. En este caso, su productividad es similar a la del resto de sectores, dando unos resultados aceptables, por detrás del sector de libros y prensa. De nuevo, se percibe en este sector que existe un comercio intrasectorial, por lo que no hay una ventaja comparativa frente al resto. Por otro lado, con las **artes escénicas**, sucede algo similar. En su caso, los saldos no tienen una evolución positiva, se mantienen en entorno a la cifra de -100. Se trata del sector con la productividad más baja y con un saldo siempre negativo, y además una cifra nada desdeñable, por lo que esto es indicativo de que el modelo ricardiano se cumple, pero en el sentido de que tiene una “desventaja competitiva” en el sentido de que es un sector deficitario, con poca producción y que requiere de importación.

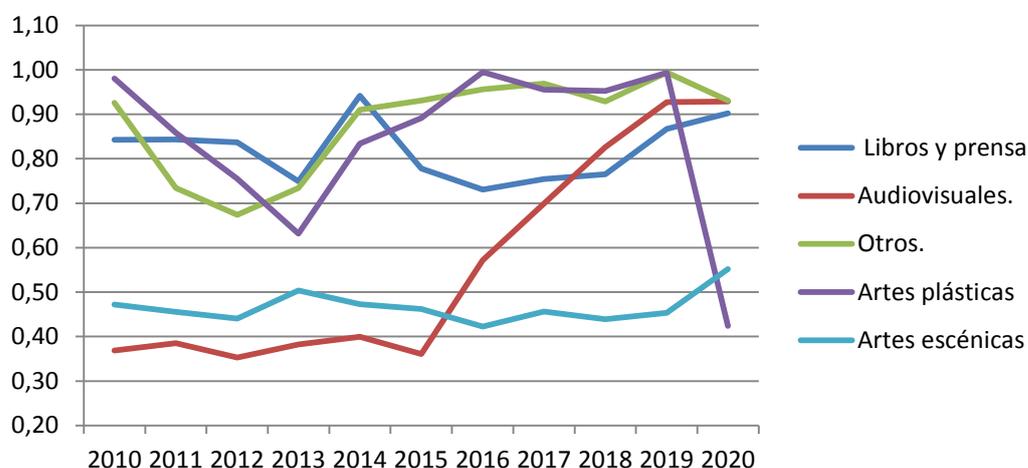
Aunque ciertamente el método ricardiano ha servido para conocer con más detalle la productividad de los distintos sectores y pistas sobre si poseen una ventaja competitiva, lo cierto es que aún se necesita determinar si el comercio de los bienes de cada sector se da forma intersectorial, es decir, intercambio entre distintos sectores, o intrasectorial, intercambio de bienes dentro de un mismo sector. Para esta parte se empleará el método del índice de Grubel y Lloyd, ya explicado anteriormente.

En el siguiente gráfico (figura 10.), podemos adelantar que todos los sectores, salvo las artes escénicas, poseen un carácter intra industrial ya que todas ellas rondan una cifra cercana a 1, solo las artes escénicas están siempre próximas a 0 junto a las. Aunque atendiendo a la evolución de estos últimos años se puede apreciar que ha existido un cambio en el carácter de los distintos sectores, pasando, en el caso de los audiovisuales, de ser un sector inter industrial, es decir, importadores natos, a ser un sector intraindustrial. Esto denota, como venimos advirtiendo anteriormente, que los

audiovisuales en España han logrado hacerse hueco en el mercado internacional, siendo así un sector con una gran potencia. En los primeros años, desde 2010 hasta 2015, era interindustrial, con un índice que oscilaba en torno el 0,35 y 0,40, a partir de 2015 comenzó a ascender diez décimas cada año hasta llegar en 2019 a 0,93. Con las artes plásticas sucede lo contrario, este pasa de ser un sector puramente intra industrial a acercarse a ser uno inter industrial en el 2020, descendiendo de un 0,99 a un 0,42. Probablemente esto se debe a que 2020 estuvo marcado por la crisis del covid, además en 2013, en el periodo de crisis, esta índice descendió hasta 0,63, haciendo ver que este sector es especialmente sensible a los periodos de crisis.

Figura 10.

Representación por sectores del modelo de Grubel y Lloyd



Fuente: CulturaBase y elaboración propia.

4. Conclusiones.

El análisis realizado a través de este trabajo parte de la necesidad de contextualizar la situación del sector cultural español en el mercado internacional de bienes culturales. Mediante el transcurso de los distintos apartados desarrollados las conclusiones fundamentales se pueden sintetizar en las siguientes:

1- El objetivo del trabajo ha sido el análisis del comercio internacional de bienes culturales con una aplicación específica de España. Se trata de un tema poco estudiado en la disciplina de la Economía de la Cultura, que sin embargo es de una gran importancia, ya que este comercio trae consigo una potenciación y desarrollo del sector cultural al ser una actividad que conlleva un intercambio de distintas corrientes culturales que nutren a la actividad cultural de cada país, así como contribuyen a un desarrollo económico y social. Por lo tanto, siendo conscientes de que nuestro contexto actual está marcado por la globalización, recalamos la necesidad de situar al comercio internacional de bienes culturales como un campo de vital importancia en la economía de la cultura, ya que además puede ayudar a entender el comportamiento de las diversas cuestiones que abarca dicha disciplina ya que el marco histórico que vivimos está marcado por la globalización.

2- El mercado internacional de bienes culturales, comparándolo con el resto del comercio internacional, tiene un peso poco significativo contando en 2019 con el 0,7% de exportaciones de bienes culturales frente al resto de bienes, con las importaciones hubo un 0,8% (Fuente: UIS UNESCO). Por otro lado, en el caso específico de España sucede de igual forma, representando el 0,7% de exportaciones de bienes culturales y otro 0,7% de importaciones durante buena parte de la última década (Fuente: CulturaBase). Sin embargo, a pesar de ello, el comercio internacional de bienes culturales tiene grandes repercusiones mediante los impactos que derivan de él. Estos efectos positivos que traen a la sociedad y a la economía de los distintos países que en él participan son la formación mediante el aprendizaje o asimilación de las distintas corrientes culturales que se reciben gracias a este comercio, el desarrollo de la creatividad que, unida a lo anterior, conlleva a la innovación, y por lo tanto al desarrollo del sector cultural, y por ende al económico. Y por último, también este mercado contribuye a la creación de un branding, el cual se exporta y contribuye con ello a que otros sectores económicos se puedan beneficiar de él. En definitiva, resaltamos que las cifras tan bajas que muestra el comercio internacional de bienes

culturales con respecto al resto del mercado internacional contrasta con los enormes beneficios que trae para el conjunto de la sociedad y la economía.

3- El análisis del comercio internacional de bienes culturales se debe realizar siguiendo un método secuencial de estudio de, su evolución, dimensión, análisis sectorial y geográfico. Para la recopilación de los datos que sustentarán dicho análisis se ha recurrido a CulturaBase (en el caso específico de España) y para el estudio a nivel internacional, los datos ofrecidos por la UNESCO en su base de datos UIS Institute for Statistics. En el segundo caso, a nivel internacional, se puede afirmar que la UNESCO es la fuente que más información posee. Sin embargo, sus informes sobre la evolución y dimensión del comercio internacional de bienes culturales solo llegan hasta 2013, por lo que ha sido necesario recurrir a su base de datos (UIS), recopilar los datos correspondientes, y así continuar poder continuar con el estudio, realizando una elaboración propia a partir de los datos recabados.

4- El comercio internacional de bienes culturales puede poner en peligro la diversidad cultural. Es aquí donde entran en juego las regulaciones sobre este comercio, que tienen por objeto proteger a la diversidad cultural mediante medidas como la “excepción cultural”, aprobada dentro del marco de la OMC, permitiendo a los países imponer cuotas de pantalla exigiendo la exhibición de un mínimo de producción de películas nacionales (se da sobre todo en el sector del cine). También otro peligro para la diversidad cultural es la pérdida de bienes culturales que tienen un alto valor simbólico, de identidad e histórico para un país. Por ello, teniendo como punto de partida a convección de la UNESCO de 1970, donde se instaba a luchar contra el tráfico ilícito de bienes culturales y a su devolución a los países afectados. En el caso español debemos resaltar la Ley 16/1985, que introduce toda la normativa con respecto a los denominados Bienes de Interés Cultural (BIC), los cuales no pueden ser exportados sin permiso de las administraciones pertinentes. Y por último, se encuentran las leyes de derechos de autor, que protegen a los creadores de los bienes culturales garantizando que reciban ingresos gracias a su obra, lo cual les incentiva a continuar con su labor, siendo leyes que contribuye al emprendimiento cultural y a la innovación por lo tanto.

5- Los bienes culturales se conforman en distintas tipologías o subsectores, que pueden clasificarse en: Artes plásticas (pinturas, esculturas, grabados, fotografías, etc.), artes escénicas (instrumentos fundamentalmente), audiovisuales, libros y prensa, y “otros” (sector que abarca joyería, orfebrería, artesanías, etc). En el mercado internacional los sectores más destacados son

aquellos que por su naturaleza se pueden reproducir en masa, es decir, son comerciales. De este grupo de estacan, el sector de “otros”, que son generalmente las labores relacionadas con la joyería, los audiovisuales y el sector del libro y la prensa. Al ser unos sectores que requieren de la existencia de una industria potente que permita su fabricación y distribución, hace que el mercado se concentre en los países industrialmente desarrollados, siendo fundamentalmente los del hemisferio norte. Los otros sectores son más residuales en el mercado son las artes plásticas y escénicas aunque muy estables ya que tienen un público minoritario pero fiel. Este público, en el caso de las artes plásticas, posee rentas altas, lo cual hace que no se vea su consumo tan afectado en los periodos de crisis. En las artes escénicas, al ser fundamentalmente instrumentos musicales siempre la demanda será muy minoritaria, pero de igual forma estable, ya que sus consumidores son músicos afianzados, y necesitan este sector de forma obligatoria.

6- El comercio internacional de bienes culturales está dominado sobre todo por los países más desarrollados económicamente, es decir, fundamentalmente Norteamérica y Europa. Sin embargo, China ha conseguido hacerse hueco en el mercado y convertirse en una potencia hegemónica, que, junto a otros países del Sureste y Este de Asia, en 2013 alcanzó el 45% del total a nivel mundial de las exportaciones de bienes culturales, mientras que Norteamérica y Europa juntos el 48%. Mediante la comprobación de los datos ofrecidos por UIS comprobamos que en 2019 China ha detenido su crecimiento y no ha conseguido sobrepasar al bloque occidental. Cabe remarcar a la cuestión de China que sus exportaciones se basan sobre todo en artículos de disciplinas relacionadas con la joyería, es decir, del sector de “otros”, siendo Asia su principal destino.

7- En el ámbito de España se mantiene una evolución y dimensión similar a la del resto del mundo, representando normalmente un 0,7% de exportaciones e importaciones. Su actividad ha sido muy sensible a las fluctuaciones económicas, habiendo descendido notablemente a un 0,5% en los periodos de crisis de 2012-2015. Esto se debe a que la cultura hay una gran elasticidad renta de la demanda que hace que en estos periodos la demanda de los españoles descienda y por lo tanto lo hagan las importaciones, pero también descienden las exportaciones debido a la pérdida de poder adquisitivo que también está teniendo lugar fuera de España. Ahora bien, hay que destacar su repentina y potente recuperación con una tasa de crecimiento del 12%, con unos ingresos que, antes de 2015, no se registraron nunca. Esto se refleja también en el saldo de la balanza comercial, mostrando que en los años 2012, 2013 y

2020 (año de la pandemia), existen más exportaciones que importaciones, lo denota que vendemos más que compramos al exterior

8- España destaca en los sectores audiovisuales y en el de libros y prensa. En el primero, observando su evolución, se puede apreciar que a partir de 2016 comenzó a ascender su exportación de forma muy notable, pasando a ocupar el 55% de las exportaciones en 2017 y manteniéndose en ese rango a partir de ese año. Este logro se debe a que España ha sabido adaptarse a un momento de cambio en este sector como es el de la entrada de las grandes plataformas y el éxito de las series por encima de las películas, habiendo destinado las productoras españolas más recursos a la producciones de series que de películas. El libro por su parte es un sector clave en España, que siempre ha mantenido una gran estabilidad y buena posición en el mercado, por lo que se le puede considerar como un sector clásico en este país. El sector de “otros”, es también uno de los más exitosos, donde lo que más relevancia cobra es la exportación de perlas de imitación, destacando a la empresa Majórica. Por último quedarían las artes escénicas y plásticas, que sucede igual que a nivel internacional, siendo sectores residuales pero con mucha estabilidad.

9- En cuanto a las cuestiones geográficas del comercio exterior español (destino y origen de sus importaciones y exportaciones), cabe destacar que la UE es el principal destino de las exportaciones del sector audiovisual. Ahora bien, en el resto del mundo, estas son mínimas. Lo cual puede suponer un problema a largo plazo para el crecimiento de este sector, ya que exportar solo a la UE supone un estancamiento que ya es palpable desde 2018, e incluso puede terminar en un retroceso. El otro punto geográfico con el que España guarda gran afinidad en el mercado internacional, gracias a su proximidad cultural, es Latinoamérica, siendo el destino principal de los libros españoles. En cuanto a las importaciones, España importa de libros y prensa sobre todo de Latinoamérica, de nuevo por su proximidad cultural. La UE de nuevo es otro principal cliente en las importaciones. España importa más del 50% de los audiovisuales de la UE, siendo EEUU la segunda región de la que más audiovisuales importa. EEUU es el país del que más sector de “otros” importa España, de igual forma que hace con las artes escénicas.

10- Siguiendo las hipótesis del modelo ricardiano, nos planteamos que los sectores más productivos son los que tienden a ser netamente exportadores, poseyendo ventaja comparativa, y los menos productivos son importadores, poseyendo desventaja comparativa. Tomando este modelo, teniendo en cuenta que en el mercado actual ya no existen dichas especializaciones, sí podemos

aproximarnos a vislumbrar qué sectores están siendo más eficaces en comparación al resto. Se aprecia que solo el sector de libros y prensa posee una ventaja comparativa nítida, mientras que las artes escénicas, sector deficitario, posee desventaja comparativa nítida, al igual que el resto de sectores, incluso el de audiovisuales.

11- Aplicando Índice de Grubel y Lloyd para comprobar qué sectores son intraindustriales o interindustriales se observa que todos los sectores son intraindustriales, es decir, operan dentro de su mismo sector en el intercambio de bienes. Cabe destacar el caso de los audiovisuales, el cual comenzó interindustrial puro pero se aproxima cada vez más a ser intraindustrial, es decir, ha pasado de ser importador nato a ser exportador e importador a la vez, lo cual denota que ha encontrado encaje en el comercio internacional. Esto denota la fortaleza que está adquiriendo España con este sector en el mercado internacional, pudiendo tener un buen futuro a medio plazo.

12. Podemos concluir este trabajo volviendo a remarcar la importancia del estudio del comercio internacional de bienes culturales debido al contexto de la actualidad, donde existe cada vez una mayor interconexión en todo el mundo, y en el ámbito de la cultura sucede lo mismo, y este tipo de mercado es un ejemplo de ello. La situación actual en el mundo es un tanto incierta. El bloque occidental hasta la actualidad ha sido el que ha regido las dinámicas de este comercio, no solo en lo económico, sino también en lo legislativo, mediante las leyes y tratados ya explicados, y en lo cultural, ya que al dominar este mercado sus manifestaciones culturales tiene un mayor peso que el resto. Sin embargo, en la actualidad esto ha cambiado, y ahora China se alza como un nuevo agente hegemónico a nivel mundial, abriendo la puerta a que quizás en un futuro cercano sea Asia quien marco algunas pautas y caminas en este mercado. España por su parte, tiene dos sectores claves, que son el de los libros y audiovisuales. Siendo el de los audiovisuales el que más atención merece, puesto que es un sector que está siendo muy fructífero y porque es el medio donde mejor se puede crear un branding a la vez que un sector generador de empleo y crecimiento. Un escenario futuro y favorable para España sería el de lograr hacer más internacional sus audiovisuales, en el sentido de lograr una mayor exportación al exterior, pudiendo convertirse en una referencia a nivel mundial en producción audiovisual, algo similar a lo que ha conseguido India con Bollywood. En cualquier caso, para poder prever con certeza qué es lo que le depararía a España en el comercio exterior de bienes culturales, al igual que qué dificultades hallaría en el camino y como sortearlas, se requeriría de una mayor profundización en el estudio de estas cuestiones por parte de la economía de la cultura y así contribuir al desarrollo económico y cultural del país.

5. Bibliografía.

Aguiar Losada, E (2014) *Las industrias culturales y creativas en España*, Universidad Autónoma de Madrid.

Arizpe, Lourdes (2001) “Cultura, comercio y globalización”, *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*, 2, pp25-40

Ateca Amestoy, Victoria. Ganuza, Juan-José. Prieto Sacristán, Jesús (2021) *Economía y cultura: una mirada hacia el futuro*, Fundación de las Cajas de Ahorros, Madrid.

Babiloni (2017) “Amparo Hollywood sólo puede estrenar 34 películas al año en China, aunque tienen "trucos" para saltarse el límite” <https://www.xataka.com/cine-y-tv/hollywood-solo-puede-estrenar-34-peliculas-al-ano-en-china-aunque-tienen-trucos-para-saltarse-el-limite> [Último acceso: julio, 2022].

Bonet Agus, Lluís (2004) “La excepción cultural” Elcano: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/la-excepcion-cultural/> [Último acceso: julio, 2022].

Carrillo Carrillo, Beatriz L. (2001) Tráfico internacional ilícito de bienes culturales y derecho internacional privado, *Anales de derecho*, Universidad de Murcia, 19, pp. 205-234.

EUROPA PRESS “El sector del libro cerró un 2020 "irregular" con una caída del 26% en las exportaciones” MADRID <https://www.europapress.es/cultura/libros-00132/noticia-sector-libro-cerro-2020-irregular-caida-26-exportaciones-20211001151501.html> [Último acceso: mayo, 2022].

Fernández Blanco, Víctor (2005) Evolución del gasto en política cultural exterior: una aproximación. *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, 75.

G.Schulze Günter (2020) International Trade, *Handbook of Cultural Economics*, (3ª ed., pp. 311-319), Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.

Manera, Carles “La industria de la perla, el caso de Majorica, fábrica de perlas artificiales (1902-2005), *Revista de Historia Industrial*, 39, pp. 77-117.

Ranaivoson Heritiana (2020) Cultural Diversity, *Handbook of Cultural Economics*, (3ª ed., pp. 183-189) Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.

Sabel Del Estal, Mercedes (2014) Circulación y Tráfico ilícito de bienes culturales en la Unión Europea, *Cuaderno Electrónico de Estudios Jurídicos*, 3, pp. 113-148.

Towse, Ruth (2020) Creative Industries, *Handbook of Cultural Economics*, (3ª ed., pp. 137-144) Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.

Throsby, David (2020) Capital Cultural, *Handbook of Cultural Economics* (3ª ed., pp. 168-163) Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.

Throsby, David (2001) *Economía y cultura*, Cambridge University Press, Madrid.

UNESCO (2000) *Cultura, comercio y globalización, preguntas y respuestas* Editoriales UNESCO.

UNESCO (2016) “*The globalistaion of cultural trade: a shirt in consumption: International flows of cultural good and services 2004-2013*” UNESCO.

United Nations (2018) “*Creative economy Outlook, trends in international trade in creative industries 2002-2015, country profile 2005-2014*” United Nations.

Fuentes de datos:

CulturaBase: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/portada.html> [Último acceso: julio, 2022].

(UIS) UNESCO Institute for Statistics: <http://data.uis.unesco.org/> [Último acceso: julio, 2022].

Statista: <https://es.statista.com/> [Último acceso: julio, 2022].

ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/index.html> [Último acceso: julio, 2022].

6. Anexo.

ANEXO I: GLOSARIO.

Clasificación de los bienes culturales según CulturaBase:

Audiovisuales

- *Películas.* Incluye las películas cinematográficas, impresionadas reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente.
- *Discos, cintas y demás soportes grabados de sonido e imagen.*
- *Música manuscrita.*
- *Videoconsolas y máquinas de videojuego, excepto los juegos activados por cualquier modo de pago.*

Libros y prensa:

- Libros, folletos e impresos similares, así como lectores electrónicos portátiles batería para la grabación y reproducción de archivos de texto, imagen fija o audio.
- *Periódicos y Revistas.* Incluye diarios y publicaciones periódicas, impresos, incluso ilustrados o con publicidad
- *Otros.* Incluye los álbumes o libros de estampas y cuadernos para dibujar o colorear, para niños así como las manufacturas cartográficas de todas clases, incluidos los mapas murales, planos topográficos y esferas, impresos.

Artes escénicas

- *Instrumentos Musicales*

Artes plásticas:

- *Pinturas:* Incluye pinturas y dibujos hechos totalmente a mano, collages y cuadros similares.
- *Grabados originales y litografías:* Incluye los grabados, estampas y litografías originales.

- *Grabados impresos y fotografías:* Incluye estampas, grabados y fotografías.
- *Esculturas:* Incluye las obras originales de estatuaria o de escultura, de cualquier materia.
- *Antigüedades:* Incluye las antigüedades de más de cien años.
- *Otros:* Incluye sellos de correo, así como colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tengan interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático.
- *Material fotográfico:* Incluye placas y películas fotográficas.
- *Planos de arquitectura.* Incluye planos y dibujos para arquitectura o similares

Otros

- *Joyería:* Incluye artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué); artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué); manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas).
- *Artesanía:* Incluye Marquetería y taracea; Tapicería tejida a mano, tapicería de aguja e incluso confeccionada; Bordados en pieza, en tiras o en aplicaciones; Tejidos de punto con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5 % en peso Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica; Cuentas de vidrio, imitaciones de perlas, de piedras preciosas o semipreciosas y artículos similares de abalorio, y sus manufacturas (excepto la bisutería); ojos de vidrio (excepto los de prótesis); estatuillas y demás artículos de adorno, de vidrio trabajado al soplete (vidrio ahilado) (excepto la bisutería); microsferas de vidrio con un diámetro inferior o igual a 1 mm; marfil, hueso, concha (caparazón) de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y demás materias animales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias, incluso las obtenidas por molde.

ANEXO II: Tablas estadísticas.

2.1. Mercado internacional de bienes culturales: Definición, delimitación y sus particularidades.

Tabla 2. Exportaciones e importaciones de bienes culturales y de todos los bienes a nivel mundial.

Fuente: Elaboración propia.

Año	Importaciones B. Culturales	Exportaciones B. Culturales	Importaciones de todos los bienes.	Exportaciones de todos los bienes
2004	121.783.319.053	119.695.603.578,00	9.054.821.296.139,00	8.475.668.962.185,00
2005	138.668.298.867	132.294.968.793,00	10.250.542.451.403,00	9.622.406.908.389,00
2006	151.894.449.553,	149.113.263.027,00	11.930.676.848.321,00	11.347.866.188.791,00
2007	173.616.053.537,00	161.725.359.869,00	13.755.822.941.022,00	13.058.469.412.880,00
2008	184.403.933.630,00	175.619.775.000,00	15.948.150.920.568,00	15.149.395.362.668,00
2009	146.772.743.641,00	150.060.408.139,00	12.276.134.495.991,00	11.792.520.342.145,00
2010	163.728.277.657,00	165.643.851.620,00	15.153.729.970.027,00	14.643.273.019.165,00
2011	180.651.660.568,00	199.905.900.322,00	18.090.802.549.549,00	17.609.909.427.734,00
2012	193.849.999.733,00	230.911.782.137,00	18.125.162.978.967,00	17.506.295.919.031,00
2013	189.432.620.615,00	228.246.316.044,00	18.572.197.181.013,00	18.199.289.714.586,00
2014	198.367.968.190,00	261.214.249.109,00	18.580.736.045.490,00	18.099.629.131.937,00
2015	192.133.592.319,00	224.886.712.968,00	16.306.690.184.975,00	15.765.206.736.282,00
2016	187.010.780.912,00	220.250.573.402,00	15.851.106.212.554,00	15.299.500.063.233,00
2017	207.490.879.457,00	245.641.342.586,00	17.550.035.682.119,00	17.355.513.855.152,00
2018	232.995.111.887,00	265.082.835.905,00	19.253.036.820.568,00	19.051.239.943.859,00
2019	232.481.964.076,00	271.706.733.173,00	18.421.986.276.688,00	18.235.547.658.013,00

Tabla 3. Exportaciones (en millones de dólares) según las distintas regiones geográficas.

Exports (in millions US\$)					Region
2009	2010	2011	2012	2013	
1,192.5	1,115.7	1,307.5	1,413.1	1,651.2	Arab States
41.5	32.2	28.0	55.4	39.9	Caribbean
2,337.5	2,702.4	3,328.7	4,266.9	5,725.7	Central Asia and Eastern Europe
3,870.0	3,247.8	3,239.5	2,397.1	2,644.4	Latin America
88,979.3	95,949.5	106,154.7	103,516.9	104,438.2	North America and Europe
714.1	791.1	1,230.2	1,085.8	961.5	Pacific
51,826.3	61,450.3	84,454.2	100,931.0	96,762.0	South and East Asia
281.8	384.2	422.3	426.6	574.7	Sub-Saharan Africa
149,243	165,673	200,165	214,093	212,798	World

Tabla 4. Porcentaje de exportaciones de bienes culturales y de todos los bienes según región geográfica en 2019. Fuente: Elaboración propia.

Región	Todos los bienes.	Bienes culturales.
África Subsahariana	1,27%	0,20%
Oriente próximo y Norte de África	6,35%	9,70%
Asia (Este y Sureste.)	33,85%	42,20%
Latinoamérica y Caribe.	5,55%	0,83%
Oceanía	1,72%	0,35%
Norteamérica y Europa	51,23%	46,64%

Tabla 5. Ingreso de los distintos sectores según la región geográfica en 2019. Fuente: Elaboración propia.

	Libros y prensa	Bienes de herencia	Artes escénicas	Audiovisuales	Artes visuales y artesanías	Industrias creativas y de diseño.
África (Sub-Sahariana)	374295277	3554905	224327682	51567906	294298007	959621
Oriente próximo y Norte de África	596059882	79119370	990660514	634532441	22821957545	8291428
Asia (Central)	70508430	7392222	34601154	15132117	210838694	499292
Asia (Este y Sureste)	3008698243	1292988828	15330494171	3535382478	39135001184	6702056
Iberoamérica y Caribe	1000023579	10149185	2381863465	737105235	2002043270	1522948
Oceanía	672188381	57796703	573298125	361077339	1577388602	1022930
Norteamérica y Europa	16248142604	3917060301	23227628974	13492270654	74758930466	46627761

Tabla 6. Evolución de las exportaciones según el nivel de ingresos del país. *Fuente:* Elaboración propia.

Año	Países de bajos ingresos	Países de medios bajos ingresos	Países de medios altos ingresos	Países de altos ingresos
2004	4.133.629.132	4.275.048.058	19.476.980.874	91.809.945.514
2005	5.060.109.205	4.834.815.421	23.873.506.439	98.526.537.728
2006	6.213.015.551	6.699.800.600	28.500.724.825	107.699.722.051
2007	6.552.598.965	7.922.843.702	36.085.450.667	111.164.466.535
2008	5.646.334.030	7.271.622.771	41.537.066.141	121.164.752.058
2009	3.778.265.350	17.406.055.534	34.488.692.357	94.387.394.897
2010	5.472.618.618	14.325.856.370	43.622.831.690	102.222.544.942
2011	6.283.525.401	21.302.171.108	57.930.384.422	114.389.819.391
2012	5.976.492.727	23.822.697.060	72.775.342.770	128.337.249.579
2013	6.500.948.145	14.036.973.477	80.908.298.804	126.800.095.618
2014	7.412.017.664	15.881.504.067	100.028.438.228	137.892.289.150
2015	6.410.849.753	12.502.942.499	71.011.920.068	134.961.000.649
2016	6.454.612.140	15.590.848.296	63.223.688.392	134.981.424.573
2017	6.762.565.363	15.325.722.084	64.560.442.040	158.992.613.099
2018	8.111.893.620	15.160.286.757	68.924.534.599	172.886.120.930
2019	8.852.990.621	17.962.653.063	67.925.247.887	176.965.841.602

Tabla 7. Destino de las exportaciones de los bienes culturales chinos en 2004 y 2013. *Fuente:* UNESCO.

China					
Rank by 2013	Partner country	Exports (in millions US\$)		Share (%)	
		2004	2013	2004	2013
World		10,481.27	60,110.68		
1	China, Hong Kong SAR	3,246.50	31,005.69	30.97	51.58
2	United States	3,387.22	10,762.16	32.32	17.90
3	Japan	515.69	2,100.92	4.92	3.50
4	United Kingdom	350.90	1,418.97	3.35	2.36
5	Germany	499.16	1,169.81	4.76	1.95
6	Netherlands	287.99	1,074.40	2.75	1.79
7	Singapore	59.60	796.42	0.57	1.32
8	United Arab Emirates	114.37	600.08	1.09	1.00
9	Malaysia	48.21	587.69	0.46	0.98
10	Australia	164.15	526.53	1.57	0.88
11	India	35.18	517.51	0.34	0.86
12	Viet Nam	18.66	471.93	0.18	0.79
13	Brazil	32.90	449.52	0.31	0.75
14	France	124.52	445.20	1.19	0.74
15	Canada	141.11	418.33	1.35	0.70
16	Italy	142.06	379.90	1.36	0.63
17	Russian Federation	54.67	322.56	0.52	0.54
18	Thailand	21.64	319.78	0.21	0.53
19	Republic of Korea	137.20	314.68	1.31	0.52
20	Indonesia	25.87	295.39	0.25	0.49

3. España en el comercio exterior de bienes culturales en España. Análisis empírico.

Tabla 8. Porcentaje de las exportaciones de bienes culturales del total de exportaciones del comercio exterior español (2010-2020). Fuente: Elaboración propia.

Año	Exportaciones de bienes culturales	Exportaciones totales
2010	0,7%	99,3%
2011	0,7%	99,3%
2012	0,7%	99,3%
2013	0,6%	99,4%
2014	0,5%	99,5%
2015	0,5%	99,5%
2016	0,6%	99,4%
2017	0,7%	99,3%
2018	0,7%	99,3%
2019	0,7%	99,3%
2020	0,8%	99,2%

Tabla 9. Importaciones, exportaciones y saldo de la balanza comercial de España (2010-2020). Fuente:
Elaboración propia.

Año.	Importaciones	Exportaciones	Saldo
2010	1.663,10	1.282,90	-380,20
2011	1.605,50	1.470,50	-135,00
2012	1.395,50	1.542,40	146,90
2013	1.292,80	1.427,10	134,30
2014	1.575,30	1.285,60	-289,70
2015	1.502,00	1.324,20	-177,80
2016	1.764,10	1.525,10	-239,00
2017	2.324,40	1.919,00	-405,40
2018	2.113,40	2.031,40	-82,00
2019	2.142,00	2.065,30	-76,70
2020	1.921,50	2.116,40	194,90

Tabla 10. Importaciones por tipo de bien cultural en España (2010-2020). Fuente: Elaboración propia.

Año	Libros y prensa	Artes plásticas	Artes escénicas	Audiovisuales	Otros
2010	406,9	72,4	108,5	677,4	397,9
2011	409,6	111,0	100,1	606,8	378,0
2012	405,9	73,3	96,3	447,2	372,7
2013	331,5	60,3	83,2	467,1	350,7
2014	497,9	71,4	98,6	518,2	389,1
2015	361,4	95,2	107,6	507,9	429,9
2016	343,4	116,9	118,4	743,0	442,3
2017	362,2	119,9	119,4	1.247,7	475,2
2018	379,9	112,4	127,9	1.031,5	461,7
2019	457,5	131,6	142,8	894,8	515,3
2020	381,3	100,6	139,0	952,9	347,7

Tabla 11. Exportaciones por tipo de bien cultural en España (2010-2020). Fuente: Elaboración propia.

Año	Libros y prensa	Artes plásticas	Artes escénicas	Audiovisuales	Otros
2010	559,3	75,3	33,5	153,0	461,9
2011	561,7	83,5	29,5	144,6	651,3
2012	564,5	120,8	27,2	95,9	734,0
2013	553,0	130,7	28,0	110,4	605,0
2014	559,6	99,9	30,5	129,4	466,2
2015	568,0	118,4	32,3	111,8	493,6
2016	597,0	115,7	31,7	297,5	483,2
2017	598,2	109,6	35,3	670,1	505,8
2018	613,1	123,7	36,0	725,7	532,9
2019	598,2	129,9	41,9	773,8	521,6
2020	463,7	374,4	53,0	825,8	399,5

Tabla 12. Saldo de la balanza comercial por tipo de bien cultural (2010-2020). Fuente: Elaboración propia.

Año.	Libros y Prensa.	Audiovisuales	Otros.	Artes plásticas	Artes escénicas
2010	152,4	-524,4	64	2,9	-75
2011	152,1	-462,2	273,3	-27,5	-70,6
2012	158,6	-351,3	361,3	47,5	-69,1
2013	221,5	-356,7	254,3	70,4	-55,2
2014	61,7	-388,8	77,1	28,5	-68,1
2015	206,6	-396,1	63,7	23,2	-75,3
2016	253,6	-445,5	40,9	-1,2	-86,7
2017	236	-577,6	30,6	-10,3	-84,1
2018	233,2	-305,8	71,2	11,3	-91,9
2019	140,7	-121	6,3	-1,7	-100,9
2020	82,4	-127,1	51,8	273,8	-86

Tabla 13. Importaciones y exportaciones de España según las áreas geográficas (2010-2020)

Fuente: Elaboración propia.

Año	Importación	Exportación	Importación	Exportación
	Unión Europea		Estados Unidos	
2010	1.206,20	653,2	62,3	96,8
2011	1.132,50	700,9	91,7	113,9
2012	960,9	688,3	47,5	140,5
2013	876,9	655,4	40,7	129,7
2014	973,7	717	48,8	107,4
2015	855,8	707,7	68,8	116,5
2016	999,4	916,2	67,6	135,3
2017	1.181,80	1.257,60	53,4	139,1
2018	965,4	1.335,10	58,4	164,7
2019	934,8	1.422,20	71,6	139,3
2020	760,9	1.289,40	51,4	112,2
Año	Iberoamérica		Resto del Mundo	
2010	11,1	219,2	383,4	313,7
2011	18,1	234,9	363,2	420,8
2012	9,3	231,5	377,8	482,2
2013	7,6	231,3	367,5	410,7
2014	7,2	219,9	545,7	241,3
2015	8,9	228,6	568,5	271,3
2016	9,9	228,4	687,1	245,2
2017	10,8	270,3	1078,5	252,1
2018	12,8	295,5	1076,8	236,1
2019	11,5	267,4	1124	236,5
2020	9,5	158,3	1099,8	556,5

Tabla 14. Exportaciones e importaciones de España a China (2010-2020). Fuente: Elaboración propia.

China		
Año.	Exp.	Imp.
2010	219,4	12,4
2011	191,6	14,8
2012	212,3	18,9
2013	225,2	19,5
2014	377,2	22,6
2015	375,8	25
2016	487	28,9
2017	884,4	44
2018	886,5	33,7

2019	860	35,6
2020	715,4	32,8

Tabla 14. Importaciones y exportaciones de España por tipo de bien cultural a las distintas áreas geográficas. *Fuente:* Elaboración propia.

	Total		Artes escénicas		Audiovisuales		otros	
	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación	Importación	Exportación
Unión Europea								
2010	1.206,2	653,2	54,5	22,1	610,6	127,6	231,4	167,4
2011	1.132,5	700,9	56,6	19,2	569,6	126,4	212,3	210,0
2012	960,9	688,3	55,8	16,7	388,2	80,6	210,3	218,5
2013	876,9	655,4	48,8	15,3	375,0	90,0	200,3	191,7

2014	973,7	717,0	50,8	19,2	296,1	117,8	214,0	194,2
2015	855,8	707,7	55,3	21,3	293,6	95,8	238,2	192,4
2016	999,4	916,2	63,5	19,2	422,2	276,4	245,8	202,4
2017	1.181,8	1.257,6	67,2	21,6	541,3	647,8	287,1	209,4
2018	965,4	1.335,1	71,0	23,0	320,2	706,3	265,8	227,5
2019	934,8	1.422,2	79,0	28,7	248,2	755,3	235,8	226,0
2020	760,9	1.289,4	69,9	32,7	292,9	773,0	162,5	181,8
Estados Unidos								
2010	62,3	96,8	8,3	2,2	11,1	0,9	6,1	63,8
2011	91,7	113,9	7,8	1,8	11,2	1,8	6,2	70,2
2012	47,5	140,5	6,7	2,0	8,8	2,1	7,1	78,6
2013	40,7	129,7	5,8	1,9	9,1	0,8	6,8	73,3
2014	48,8	107,4	8,0	1,5	8,8	1,1	6,9	67,4
2015	68,8	116,5	9,4	2,2	10,5	1,2	10,0	73,0
2016	67,6	135,3	10,2	2,0	9,9	1,7	6,8	76,1
2017	53,4	139,1	9,2	2,1	5,2	2,7	7,5	79,2
2018	58,4	164,7	8,9	2,7	7,2	2,6	8,5	87,2
2019	71,6	139,3	9,9	3,3	4,2	2,8	14,9	82,0
2020	51,4	112,2	7,6	4,6	4,7	2,3	11,0	61,2
Iberoamérica								
2010	11,1	219,2	0,4	0,6	0,5	1,7	2,0	24,4
2011	18,1	234,9	0,3	0,8	1,0	3,9	1,6	29,5
2012	9,3	231,5	0,2	0,9	0,4	3,9	1,1	32,1
2013	7,6	231,3	0,1	1,4	0,3	2,7	0,6	36,1
2014	7,2	219,9	0,2	1,9	0,2	1,4	0,9	40,0
2015	8,9	228,6	0,3	0,7	0,1	1,9	0,7	36,5
2016	9,9	228,4	0,4	1,3	0,1	5,3	0,7	37,7
2017	10,8	270,3	0,3	1,1	0,1	5,6	0,4	43,6

2018	12,8	295,5	0,3	1,2	0,1	3,7	0,9	55,2
2019	11,5	267,4	0,3	1,1	0,1	4,3	0,8	50,0
2020	9,5	158,3	0,3	0,5	0,1	2,6	0,8	31,7

Tabla 15. Aportación al PIB de los distintos sectores culturales (2015-2019). *Fuente:* Elaboración propia.

Aportación al PIB					
	2019	2018	2017	2016	2015
TOTAL	30171	29681	28368	27186	26443
Patrimonio, archivos y bibliotecas	2457	2476	2540	2557	2579
Libros y prensa	7518	7243	7269	7334	7389
Artes plásticas	6208	6127	5453	5136	4914
Artes escénicas	3087	3148	3087	2668	2578
Audiovisual y multimedia	8608	8245	7866	7456	6989
Interdisciplinar	2293	2443	2152	2034	1994

Tabla 16. Empleo Cultural (2016-2019). *Fuente:* elaboración propia. *Fuente:* Elaboración propia.

Empleo				
	2019	2018	2017	2016
Patrimonio, archivos y bibliotecas	292,3	281,5	277,6	255,1
Libros y prensa	40,3	44,2	37,5	34,8
Artes plásticas	96,2	83,4	78,1	75
Artes escénicas	75,6	68,5	72,8	62,4
Audiovisual y multimedia	41,2	44,6	41,8	43,9
Interdisciplinar	39	40,8	47,4	39

Tabla 17. Productividad de los sectores culturales (2016-2019). *Fuente:* Elaboración propia.

Productividad.				
	2019	2018	2017	2016
TOTAL	103,219295	105,438721	102,190202	106,569973
Patrimonio, archivos y bibliotecas	60,9677419	56,0180995	67,7333333	73,4770115
Libros y prensa	78,1496881	86,8465228	93,0729834	97,7866667
Artes plásticas	82,1164021	89,4452555	74,9038462	82,3076923
Artes escénicas	74,9271845	70,5829596	73,8516746	60,7744875
Audiovisual y multimedia	220,717949	202,083333	165,949367	191,179487
Interdisciplinar				

Tabla 18. Saldo de la balanza de pagos de los distintos sectores. Fuente: elaboración propia.

Saldo Balanza Pagos				
	2019	2018	2017	2016
Patrimonio, archivos y bibliotecas				
Libros y prensa	46,2	233,2	236	253,6
Artes plásticas	-1,7	11,3	-10,3	-1,2
Artes escénicas	-100,9	-91,9	-84,1	-86,7
Audiovisual y multimedia	-121	-305,8	-577,6	-445,5
Interdisciplinar				

