



OBSERVATORIO  
NEBRIJA DEL  
ESPAÑOL

# El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

**Campus de Madrid-Princesa**  
Miércoles, 22 de junio de 2022



ANTONIO DE NEBRIJA  
500 AÑOS



FUNDACIÓN  
NEBRIJA

# El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050\*

**Juan Carlos Jiménez**  
Universidad de Alcalá

**Aránzazu Narbona**  
Esade

---

(Documento para la discusión, se ruega  
no citar y una difusión restringida)

---

\* Una lengua común, un mercado común, pág. 1. 2. Cartografía económica del español: la capacidad de compra del mundo hispánico, pág. 3. 2.1. *Poder de compra 2019-2020*, pág. 3. 2.2. *Proyecciones 2030-2050*, pág. 6. 2.3. *El poder de compra de los hispanos en Estados Unidos*, pág. 11. 3. *El español en el comercio mundial: análisis a través de un modelo de gravedad*, pág. 15. 3.1. *Ecuación básica, variables y muestra de países*, pág. 16. 3.2. *Resultados preliminares del panel 1996-2019*, pág. 17. 3.3. *Propuesta de hipótesis para una proyección a 2050*, pág. 21. 4. Apunte final, pág. 22. Anexo, pág. 24.

## Índice

---

<b>1. Una lengua común, un mercado común .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Cartografía económica del español: la capacidad de compra del mundo hispánico .....</b>	<b>5</b>
<b>3. El español en el comercio mundial: análisis a través de un modelo de gravedad .....</b>	<b>16</b>
<b>4. Apunte final .....</b>	<b>22</b>

## Resumen

El “poder de compra” de la lengua española asciende a cerca del 11% del PIB mundial. En este estudio se nos ofrece una detallada cartografía económica de este dato desde el 2019 y con una hipótesis de proyección a 2050. Esta aproximación cuantitativa la consiguen aplicando un modelo de gravedad que permite ofrecer una aproximación de la capacidad multiplicativa de una lengua compartida sobre el comercio de los países.

**Palabras clave:** Lengua común, mercado común, cartografía económica, español, comercio internacional, buying power.

## 1. Una lengua común, un mercado común

Adam Smith (1776) fue un temprano ideólogo de la importancia de la lengua en el intercambio: la lengua, como afirmó en su *Riqueza de las naciones*, es lo que permite al ser humano cooperar, *comerciar* (cursivas nuestras) y especializarse. No ha sido, sin embargo, hasta fechas recientes que la lengua se ha incorporado a los análisis y los modelos de la Economía como una variable capaz de explicar hechos y tendencias, a través de un campo de estudio, la Economía de la lengua, aún muy incipiente en algunos de sus desarrollos.

Conviene recordar aquí<sup>1</sup> que la lengua cumple tres funciones económicas básicas, que se asemejan mucho a las que desempeña una moneda común en cualquier economía moderna : a) como gran herramienta de comunicación social: de hecho, la más antigua y poderosa tecnología “incorporada” que tenemos los seres humanos para relacionarnos (también desde el punto de vista económico); b) como materia prima del conocimiento: en ella se expresan pensamientos y sentimientos, conceptos e innovaciones que se materializan en bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, y c) como depósito de valor (identitario y cultural): las lenguas son bienes patrimoniales, signos de identidad de los pueblos y depósitos de riqueza que hay que cuidar y conservar. De ahí igualmente el valor del plurilingüismo.

Estas funciones se apoyan en cinco rasgos esenciales que conforman la naturaleza económica de la lengua. Esta, en efecto, es un bien (llamado en Economía “de club”) que: a) no se agota con el uso, ni su consumo es “rival” (es decir, el consumo de una persona no limita –al contrario– el consumo de otros, como sucede con la mayor parte de los otros bienes); b) vale más cuanto más se consume y más personas lo consuman (esto es, lo usen); c) no puede apropiarse (y, por tanto, no es excluible en su consumo fijando un precio; d) no tiene coste de producción, y d) tiene un coste único de acceso (el de aprender su uso cuando no se adquiere como lengua materna).

De aquí se siguen tres cualidades de la lengua que ayudan a potenciar los intercambios económicos: a) la lengua como *bien de club* que difunde *externalidades de red* (o beneficios que se extienden en función –proporcionalmente creciente– del número de usuarios); b) la lengua como reduc-

---

<sup>1</sup> Vid. García Delgado, Alonso y Jiménez (2008).

tora de los *costes de transacción* (es decir, de ponerse de acuerdo con la otra parte), y c) la lengua como amortiguadora de la *distancia psicológica* entre los mercados, acercando lo que separan la geografía física (distancia, mares, cordilleras...) y política (fronteras, aduanas, aranceles...).

Estas tres cualidades apuntan en una misma dirección: sirven para ampliar el mercado, reducir los costes y acercar a los agentes económicos. En definitiva, para un mayor y más fácil intercambio y movilidad de los recursos y factores productivos: la clave, volviendo a Adam Smith, de la riqueza de las naciones. Es en esta capacidad de servir al tiempo de puente y de cauce donde se basa el valor económico de la lengua.

Pues bien, el valor de una lengua –cualquier lengua– como factor que reduce los costes de transacción y la distancia psicológica (y económica) entre los mercados donde esta se habla adquiere un efecto multiplicativo gracias a esa cualidad recién señalada de “bien de club”, generador de “externalidades de red”: al articularse a través de una red, los beneficios de compartir una lengua aumentan –y más que proporcionalmente– con el número de sus hablantes. Beneficios que se traducen en un mayor volumen de intercambios de todo tipo. En este sentido, el español, junto a los restantes elementos de afinidad cultural ligados a nuestra lengua común, ha sido –es, y será– un gran factor facilitador de la internacionalización dentro del condominio hispánico. Lo ha sido para las empresas españolas, para las que ha servido como gran puente económico sobre el Atlántico, favoreciendo su estrategia competitiva y su funcionamiento organizativo, de igual modo que de modo creciente lo es hoy para no pocas empresas con origen en distintos países iberoamericanos –las llamadas *translatinas* o *multilatinas*–. La internacionalización de las empresas que *hablan en español* ha seguido, a uno y otro lado del Atlántico, una senda general donde la cercanía lingüística y cultural ha desempeñado un papel clave, tanto a la hora de exportar como de establecerse en el exterior, particularmente en su primer destino o en las fases iniciales del proceso<sup>2</sup>.

Por todo ello, y para conocer la potencia económica de un idioma –y del español, en este caso– debe hacerse, antes de nada, un recuento de sus hablantes, calibrando a continuación su capacidad global de compra. Porque lo que dota de profundidad y de auténtica magnitud a un mercado, más allá del número de los que concurren en él, es la cantidad y el volumen de las transacciones que se realizan; y esto depende, esencialmente, de la renta de los concurrentes (y de cómo se distribuya entre ellos).

## 2. Cartografía económica del español: la capacidad de compra del mundo hispánico

### 2.1. Poder de compra 2019-2020

De igual modo que puede trazarse ya una muy precisa cartografía demográfica del español (cuántos somos y dónde vivimos), puede avanzarse, más tentativamente, una *cartografía económica* del poder de compra de los hispanohablantes en el mundo. La demografía es el punto de partida para medir el poder económico de una lengua, por cuanto determina el número de nodos que pueden potencialmente interrelacionarse. Pero su verdadera fuerza lo determina, desde el punto de vista económico, la capacidad de compra de cada uno de esos nodos.

<sup>2</sup> Como ha reconocido la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, las *translatinas* han aprovechado “la proximidad física, cultural y de estructura de mercado” a la hora de expandirse y buscar nuevos mercados. Cfr. CEPAL (2014).

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

---

Sobre la base de partida demográfica, puede realizarse el ejercicio hipotético de calcular (hoy y en escenarios futuros) la capacidad de compra de los hablantes de español en el mundo asignando a cada uno de ellos la renta per cápita de su país. Por supuesto, atribuir a cada hispanohablante (ya sean los estimados por Naciones Unidas, ya lo sean por el Instituto Cervantes) la renta per cápita de su país, con el fin de obtener, por agregación, una medida de la capacidad de compra de los hablantes de español en el mundo, es un supuesto simple, pero realista, a tenor de la muy mayoritaria cobertura del español en los países donde es lengua oficial o vehicular, que son, a su vez, los que concentran la parte fundamental del total hispanohablante (el “grupo de dominio nativo” o GDN). En todo caso, las estadísticas de Ethnologue (*Languages of the World*), ofrecen de modo solvente las proporciones de hablantes de cada lengua en cada país, lo que permite asignar cifras en los países en donde los hablantes de español son minoría, pero puede suponerse que su renta per cápita media es aproximadamente la del país. Y, en el único caso en que los supuestos anteriores aparecen más forzados, como son los hispanos de Estados Unidos, se cuenta, por un lado, con los datos sobre población hispana que ofrece la Oficina del Censo (US Census) de Estados Unidos, y, por otro, con la cifra de “capacidad de compra” de la comunidad hispana regularmente calculada por el Selig Center for Economic Growth de la Universidad de Georgia.

Comenzaremos, a partir de estos criterios, por una evaluación del poder de compra actual del español en el mundo sobre la base del número de hablantes estimado por Naciones Unidas/Ethnologue para cada país (complementadas, en su caso, por las del Instituto Cervantes) y las cifras de renta per cápita por países del Banco Mundial (BM), introduciendo, a partir de ahí, distintos supuestos alternativos para valorar mejor la aportación al conjunto del importante colectivo hispano de Estados Unidos.

El cuadro 1 resume una primera medida –pronto veremos que nada definitiva– del peso demográfico y económico (dentro del PIB) mundial del español, cifrada en 2019-2020.

Desde este punto de vista, el español cuenta con un muy sólido punto de partida económico: es una lengua hablada por casi 600 millones de personas en todo el mundo (Grupo de Dominio Nativo más Grupo de Competencia Limitada, esto es, potenciales hablantes de español, el 7,6% de la población mundial), y cuyo “poder de compra” (atribuyéndoles, ya se ha dicho, la renta media de sus respectivos países) puede cifrarse en torno del 11% del PIB mundial (adviértase ya que una importante fracción debida a los hablantes de español en Estados Unidos). Una parte de ese diferencial entre peso demográfico y económico se debe al bilingüismo: tanto en Europa como, sobre todo, en Estados Unidos, el gran contingente de hablantes de español en países de renta alta (hablantes bilingües) eleva significativamente las cifras del “PIB en español”. Por lo demás, el resto de hispanohablantes (comenzando por los iberoamericanos) se sitúan en una “clase media” mundial, por lo que su contribución a la población y al PIB es paralela.

El cuadro revela también otro aspecto interesante: la pandemia (2020) ha tenido un efecto económico mayor entre los hablantes de español que en el promedio internacional: ha supuesto, en un solo año, la caída en cerca de medio punto porcentual en el peso del español en el PIB mundial. Es por eso, porque la cifra de 2019 es coherente con la evolución de este concepto observada desde el decenio de 2000, y porque el dato de 2020, fruto de la excepcionalidad de ese año, retornará previsiblemente en corto plazo a sus valores “históricos”, por lo que, a efectos también de las proyecciones futuras, será mejor utilizar como porcentaje más representativo de comparación el de 2019.

**Cuadro 1.**  
**Capacidad de compra de los hablantes de español en el mundo, 2019-2020**

Países	Población: GDWGCL (miles) Hisp 2019-2020	Renta per cápita: PIB per cápita, PPA (\$ a precios internacionales)		PIB hisp 2019	PIB hisp 2020
		rpc 2019	rpc 2020		
Alemania	3.351,27	55.652,89	54.844,55	1,83799E+11	1,83799E+11
Andorra (1)	77,27	40.897,33	47.978,78	3159932270	3707080132
Antillas Neerlandesas (2)	150,68	25.530,21	21.423,08	3846789450	3227944635
Argelia	223,00	12.009,25	11.324,24	2678062350	2525304586
Argentina	45.195,78	22.999,28	20.770,73	1,03947E+12	9,38749E+11
Aruba	90,75	39.601,45	40.099,38	3593875545	3639063007
Australia	492,07	51.748,40	53.316,89	25463782118	26245586498
Austria	360,14	58.076,35	55.685,97	20915488237	20054622590
Bélgica	579,38	54.269,51	53.088,97	31442864578	30758876070
Belice	222,67	7.558,57	6.457,64	1683049387	1437907467
Bolivia	11.673,03	9.093,43	8.275,49	1,06148E+11	96600052230
Brazíl	28.695,52	15.388,23	14.835,41	4,41573E+11	4,2571E+11
Bulgaria	138,92	24.497,63	24.564,26	3403106437	3412363285
Canadá	732,11	49.299,21	46.572,14	36092445930	34095927536
Chile	19.116,21	25.395,50	25.110,16	4,85466E+11	4,80011E+11
China	5,00	16.653,34	17.210,76	83266694,22	86053824,45
Chipre	24,13	42.339,02	39.373,41	1021750389	950182541,7
Colombia	50.882,88	15.688,63	14.931,05	7,98283E+11	7,59735E+11
Costa Rica	5.094,11	22.511,30	22.132,47	1,14675E+11	1,12745E+11
Cuba (3)	11.326,62	9.125,88	9.477,85	1,03365E+11	1,07352E+11
Dinamarca	231,63	58.700,97	60.729,91	13596740373	13950884436
Ecuador	17.643,06	11.851,47	10.895,77	2,09096E+11	1,92235E+11
El Salvador	6.486,20	9.147,26	8.420,49	59330973875	54616966044
Eslvenia	62,26	40.670,88	39.725,26	2532187217	2473312571
España	46.754,78	41.695,15	37.756,35	1,94945E+12	1,76529E+12
Estados Unidos	59.580,48	65.279,53	63.706,52	3,88939E+12	3,76587E+12
Estonia	13,19	37.851,30	37.645,22	499085894,8	496368648
Federación de Rusia	3,00	29.967,13	29.812,21	89901386,56	89436630,76
Filipinas	2.191,62	9.291,73	8.389,85	20363950338	18387374238
Finlandia	166,22	50.321,54	50.517,03	8364523823	8397018084
Francia	9.138,30	49.072,36	46.991,18	4,48438E+11	4,29419E+11
Gibraltar (4)	33,69	90.606,25	90.606,25	3052615169	3052615169
Grecia	104,19	30.356,27	27.948,65	3162776800	2911930598
Guatemala	17.915,57	9.019,26	8.853,67	1,61585E+11	1,58619E+11
Guinea Ecuatorial	1.402,99	19.285,04	17.940,52	27056616580	25170281561
Honduras	9.904,61	5.978,76	5.420,23	59217317697	53685295352
Hungría	96,60	33.514,94	33.075,92	3237427211	3195019654
India	1,00	6.997,86	6.503,95	6997863,988	6503948,054
Indonesia	197,40	87.379,69	93.350,09	17248723525	18472777509
Israel	233,70	40.004,03	39.489,28	9348976209	9228629398
Italia	6.650,74	44.334,20	41.902,08	2,94855E+11	2,7868E+11
Jamaica	8,00	10.190,47	9.241,58	81523797,21	73932604,83
Japón	108,00	42.616,57	42.390,38	4602589683	4578161023
Letonia	18,76	31.883,26	31.482,68	598142731,3	590627701
Litania	27,13	38.540,78	38.880,55	1045595672	1054813326
Luxemburgo	37,41	117.341,92	117.846,14	4390140745	4409005300
Malta	4,34	45.888,69	42.461,25	199354293,5	184464485,2
Marruecos	1.697,89	7.865,91	7.369,49	1335409953	1251255917
México	128.932,75	19.863,03	18.444,07	2,56099E+12	2,37805E+12
Nicaragua	6.624,55	5.682,22	5.569,72	37642146583	36896921186
Noruega	37,00	66.799,16	62.644,85	2471560994	2317859292
Nueva Zelanda	22,00	45.437,89	44.491,32	999633557,7	978809147,9
Países Bajos	856,62	59.004,32	59.266,91	50544397914	50769332792
Panamá	4.314,77	32.769,87	26.782,48	1,41394E+11	1,1556E+11
Paraguay	7.132,53	13.149,04	13.069,18	93785912074	93216290717
Perú	32.971,85	13.397,27	11.878,52	4,41733E+11	3,91657E+11
Polonia	378,42	33.797,77	34.286,99	1789847393	12974978558
Portugal	1.019,56	36.172,07	34.177,09	36879494662	34845491606
Puerto Rico	2.860,84	36.276,84	34.336,55	1,03782E+11	98231369138
Reino Unido	4.073,06	49.041,46	46.482,86	1,99749E+11	1,89327E+11
República Checa	107,06	42.847,00	41.608,03	4587256114	4454609368
República Dominicana	10.847,90	19.191,58	17.935,66	2,08188E+11	1,94564E+11
República Eslovaca	54,60	31.966,55	31.356,46	1745298132	1711988306
Rumania	961,85	31.867,39	32.099,41	30651559397	30874723485
Sáhara Occidental (4)	597,33	7.865,91	7.369,49	4698541944	4402019033
Suecia	605,86	54.598,78	55.037,72	33079373801	33345313399
Suiza	124,00	72.033,93	71.745,30	8932207251	8896417125
Trinidad y Tobago	70,40	26.920,14	25.023,70	1895205109	1761693169
Turquía	16,00	26.867,47	27.235,43	429879574,9	435766813,3
Uruguay	3.473,73	24.006,79	22.793,69	83393073973	79179049367
Venezuela (5)	28.435,94	19.225,29	19.565,71	5,46689E+11	5,56369E+11
MUNDO	7.794.798,73	17.547,82	17.131,01	1,36782E+14	1,33533E+14
HISPANOHABLANTES	593.662,90			1,52174E+13	1,43833E+13
POBLACIÓN MUNDIAL	7.794.798,73				
% Población hispanohablante	7,62				
PIB mundial, en PPA (\$ a precios internacionales actuales)				1,34828E+14	1,32997E+14
% PIB mundial hispanohablantes				11,29	10,81

(1) PIB per cápita (US\$ a precios actuales).  
(2) Se aplica la renta per cápita de Curaçao.  
(3) Se toma la renta per cápita de 2018 (68.125 Libras), aplicando el tipo de cambio medio Dólar/Libra de 2018 (1,33).  
(4) A falta de otra estimación, se ha aplicado la renta per cápita de Marruecos.  
(5) Siendo el último dato de PIBpc en PPA de 2011, se ha estimado el de 2020 por extrapolación lineal de la serie 1990-2011.  
En los países que se han añadido (comparando los censos de hablantes de español (EHWG2) con cada uno de ellos según los censos del I. Censores (2011). Para el resto, aunque haya discrepancias con los datos del Censores, se han dejado las estimaciones de hispanohablantes de NUBH/Instituto.

Fuentes: ver texto.

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

---

### 2.2. Proyecciones 2030-2050

A partir de aquí, va a procederse en un doble sentido: primero, tratando de refinar los porcentajes anteriores con distintas alternativas acerca del PIB hispano en Estados Unidos; segundo, proyectando a 2025, 2030 y 2050 las cifras globales de la capacidad de compra del español en el mundo, arrojando los PIB y las rentas per cápita de todos los países según una extrapolación lineal de sus tendencias en los últimos 25 años.

Primero, pues, se afinará la estimación del PIB hispano en Estados Unidos. Las razones para ello son cuatro al menos. Dos tienen que ver con la demografía: a) las cifras de hablantes hispanos de Estados Unidos obtenidas a partir de UN/Ethnologue hay que ver si casan con las que de modo muy preciso recopila (y proyecta al futuro) el US Census sobre el colectivo hispano, teniendo en cuenta, obviamente, que no todos los hispanos conservan el español, y b) las cifras de hablantes hispanos en Estados Unidos en un horizonte temporal más o menos largo (2030/2050) no pueden ser sin más una proyección media de la población futura de este país, por cuanto la demografía hispana ha sido y sigue siendo mucho más dinámica que la del conjunto. Otras dos razones tienen que ver con la renta: c) el Selig Center proporciona anualmente (y proyecta) lo que llama la capacidad de compra (*buying power*) de los hispanos dentro del mercado norteamericano, pero este concepto no es coincidente con el de renta per cápita que se ha usado para estimar el peso conjunto de los hablantes de español en el mundo, y d) la renta per cápita norteamericana (al modo en que se ha tomado en el cuadro 1) no es una buena estimación de los ingresos medios del colectivo hispano, como distintos estudios ponen de manifiesto.

Para lidiar con ello se ha trabajado con distintas alternativas al PIB del español en Estados Unidos, de las que, por simplicidad, se seleccionan aquí las dos que se revelan como más ajustadas y homogéneas con los criterios seguidos en el resto de los países:

- 1) Tomando la renta per cápita de Estados Unidos como representativa de los hispanos, con dos criterios de ajuste: a) “desinflando” las proyecciones demográficas de los hispanos del US Census al 71,6% que en 2019 hablaban español en el hogar (y luego manteniendo este porcentaje en las proyecciones: supuesto optimista), y b) ponderando la renta per cápita de los hispanos, respecto de la media nacional, en una proporción del 81,93% (estimación del US Census de la media de los ingresos familiares hispanos respecto de la media del país, que luego se mantendrá en las proyecciones: supuesto conservador, por cuanto cabe esperar que ese ingreso medio se vaya igualando).
- 2) Aplicando al PIB de EE.UU. de cada año (en 2019, 21,43 billones de dólares en PPA según el BM) el mismo porcentaje que representan los hispanos en el poder de compra norteamericano según el Selig Center (10,7% en 2019, y luego creciente), pero rebajándolo al 71,6% de los hispanos que hablan español en el hogar.

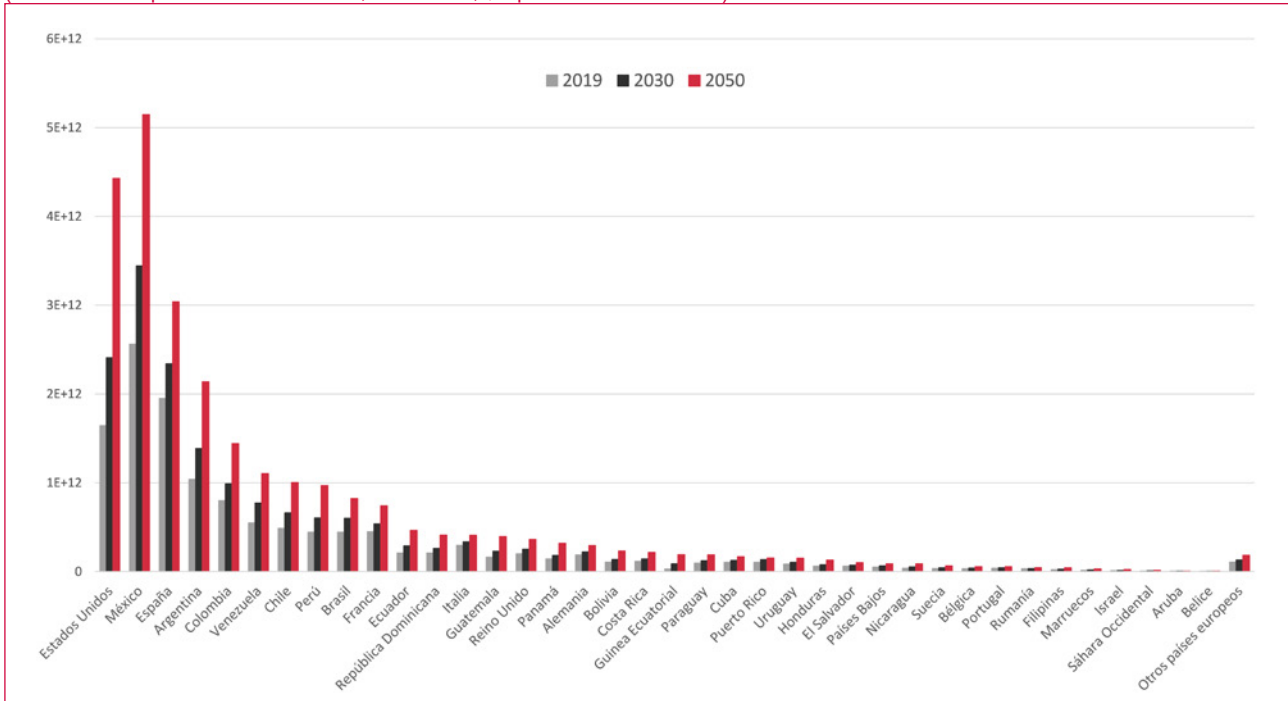
Ambas alternativas nos ofrecen un arco realista de posibilidades donde puede moverse (ahora y en el futuro) este poder de compra hispano. Básicamente, la diferencia entre las alternativas (1) y (2) es que en la primera se multiplican las cifras actuales y las proyecciones demográficas del US Census, rebajadas en la medida en que no todos los hispanos son hispanohablantes, por una







**Gráfico 2**  
**Capacidad de compra de los hablantes de español en el mundo, 2019-2050**  
 (alternativa 2 hispanos norteamericanos; PIB en PPA, \$ a precios internacionales)



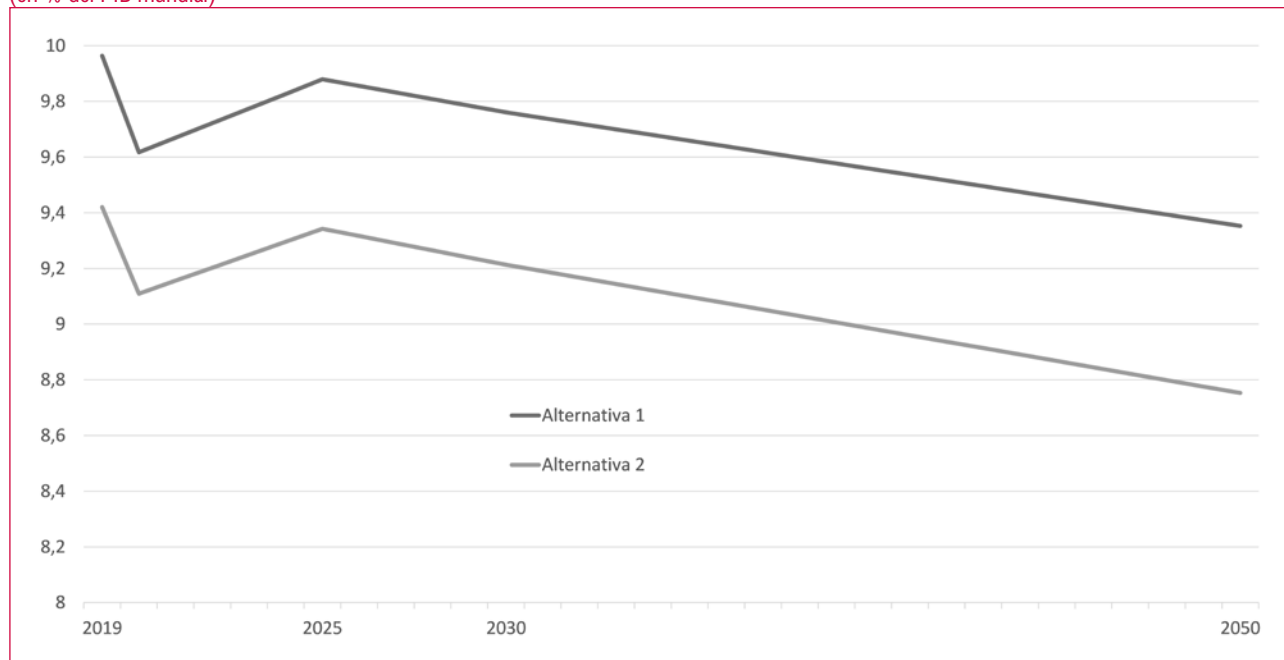
Fuente: cuadro 3.

En suma, dependiendo de la estimación alternativa respecto de los hispanos norteamericanos, el PIB de los hablantes de español en el mundo se mueve en 2019 entre un 9,4% y un 10% (redondeando los decimales, y dejando a un lado el bajón de 2020); y evoluciona hasta 2050 situándose entre un 8,8%, en la primera estimación, y un 9,4% en la segunda (gráfico 3). Es decir, cayendo en todo caso en unas 6 décimas. Es importante advertir la considerable aportación de los hispanos norteamericanos en esos porcentajes y, sobre todo, que esa aportación, en vez de ser decreciente, como la del conjunto hispanohablante, es –en una u otra alternativa– claramente creciente, revelando así cómo contribuirán, siempre que no pierdan su uso, a amortiguar el declive del PIB del español en el mundo en el horizonte 2050.

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

**Gráfico 3**

**Capacidad de compra de los hablantes de español en el mundo, 2019-2050**  
(en % del PIB mundial)



Fuente: cuadros 2 y 3.

Se advierte también cómo el poder de compra hispanohablante está muy concentrado geográficamente (y lo seguirá estando): el 36% en Norteamérica (incluido México), el 38% en el resto del continente americano (incluyendo, obviamente, a Brasil), y el 25% en Europa (destacadamente España, 14%, pero también a lo largo del continente, sobre todo en los países de mayor tamaño). Por países concretos, la concentración es también muy alta: solo México, Estados Unidos y España suponen en torno a la mitad de todo el poder de compra hispano (tanto en la alternativa 1 como en la 2, y tanto en 2019 como en las proyecciones a 2050). Lo que sí cambia es el orden de los países: en función de la alternativa que se tome respecto a los hispanos norteamericanos, estos alcanzarán la primacía absoluta en 2050, seguidos de México y España (alternativa 1), o bien será México quien la mantenga, seguido de Estados Unidos y España (alternativa 2), quedando esta, en todo caso, crecientemente distanciada de los otros dos países, cuya preponderancia en el condominio hispánico se hará cada vez más intensa.

¿Qué referencias previas pueden tomarse para situar en cierta perspectiva el PIB del español en 2019-2020 y poder apreciar así si se quiebra o no su tendencia? Al poner en relación el PIB global “en manos” de los hablantes de español en el mundo a la altura de 2006 con la cifra de PIB mundial ofrecida por el Banco mundial para el mismo año de referencia (48,5 billones de dólares), obteníamos dos estimaciones<sup>3</sup>: una, más prudente (partiendo de los cálculos del Selig Center del “poder de compra” hispano en Estados Unidos, 798.000 millones de dólares, convirtiéndose desde ese año en la primera minoría étnica, por delante de la afroamericana), lo situaba en torno del 8,7 % del PIB mundial; otra, con un factor de elevación que reflejaba la diferencia entre PIB de

<sup>3</sup> Vid. Jiménez y Narbona (2011).

EE.UU. y ese “poder de compra”, lo llevaba hasta el 9,2 %. Diríamos, por tanto, que en cualquiera de esas dos estimaciones previas, este PIB “hispanohablante” ha crecido suavemente desde 2006 hasta 2019, reflejando, por un lado, una demografía aún dinámica en términos comparativos internacionales, y, por otro, la pujanza creciente de las comunidades hispanas en Estados Unidos. Tendencia que se quiebra, ya se ha dicho, en cualquiera de los escenarios examinados tomando como perspectiva 2030 y, más aún, 2050.

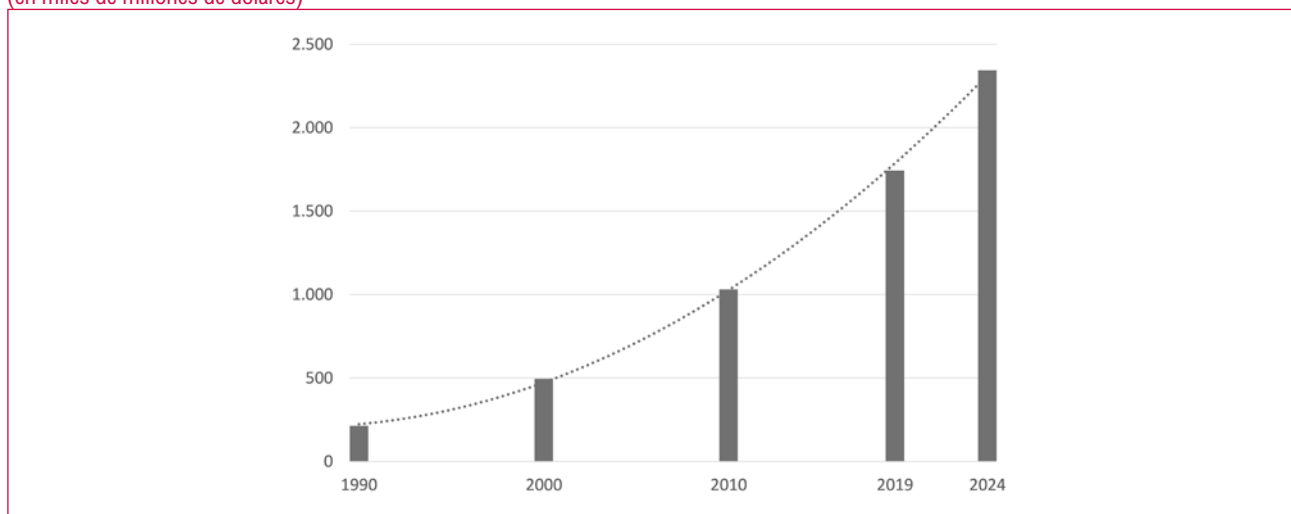
### 2.3. El poder de compra de los hispanos en Estados Unidos

Todo lo anterior nos lleva a una cuestión central (y muy difícil de prever, por más que nuestras estimaciones hayan tratado de equilibrar supuestos optimistas con otros más conservadores) acerca del futuro del español entre los hispanos norteamericanos. La vigorosa realidad demográfica –hasta ahora– y el creciente progreso económico, igualmente perceptible, de los hispanos norteamericanos ha hecho concebir grandes esperanzas acerca del futuro del español en Estados Unidos y de su aprovechamiento como activo económico en distintos órdenes. A la altura de 2019-2020, algo más de 62 millones de personas según los datos del US Census (sin contabilizar los no menos de 7 millones de inmigrantes indocumentados procedentes de México y Centroamérica), que representan cerca del 20% de la población de Estados Unidos (ambas magnitudes en creciente ascenso: 100 millones en 2050, el 26% de la población total) y constituyen la minoría más numerosa en 21 Estados de la Unión; 1,743 billones (billones españoles: millones de millones) de dólares de capacidad de compra, también en constante ascenso (gráfico 4); más de cuatro millones de negocios –aumentando igualmente a un ritmo muy superior a la media del país– propiedad de hispanos, con creciente protagonismo, entre los nuevos empresarios, de los jóvenes y las mujeres... Todo ello, en fin, constituye un gran reclamo comercial y un poderoso argumento de interrelación económica, al propiciar la lengua común un espacio más fácil para intercambios y relaciones de todo tipo, no solo dentro de Estados Unidos, sino con el resto del continente, comenzando, claro está, por México.

#### Gráfico 4

#### Poder de compra hispano en Estados Unidos, 1990-2024

(en miles de millones de dólares)



Fuente: Elaborado con los datos del Selig Center for Economic Growth, *The multicultural economy 2019*.

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

---

Sin duda, el ascenso, lento y silencioso, pero inexorable, de algunas comunidades de hispanos a la “clase media” de la primera economía del mundo, constituye un hecho de decisiva importancia para el futuro del español. Y, aunque todo ello no se traduzca directamente –sino solo en una parte limitada– en la adquisición de bienes y servicios vinculados a la lengua, sí abre una suerte de “mercado común” en el que *se habla en español* y se promueven los movimientos de personas, bienes, servicios, capitales y empresas. Ciertos patrones de consumo de los hispanos están determinando ya el éxito o el fracaso de muchos productos y servicios en Estados Unidos, en particular los orientados a los jóvenes (conocidos ya como *hispannials*), que son, además, particularmente activos en el uso de Internet y las redes sociales, también con fines comerciales. Por no hablar de la presencia de tiendas de productos hispanos, más de dos millones a lo largo de todo el país. O de la influencia que tiene el español en otras actividades, como las basadas en la confianza y en la relación directa con el cliente o las relacionadas con los medios audiovisuales y de comunicación. En definitiva, los dos billones de dólares (que no es osado estimar para 2022) en manos de los consumidores hispanos de Estados Unidos, más allá de su destino concreto, constituyen ya hoy un verdadero señuelo para quienes saben –comenzando por las empresas de publicidad– que es un gasto que *se expresa*, en gran medida, *en español*.

Si bien es cierto que la demografía ha jugado hasta ahora a favor, no es el único factor, ni podrá ser en el futuro el más decisivo, para la pervivencia del español en Estados Unidos. Puede ser una condición necesaria, pero nunca suficiente por sí misma. La pervivencia del español en Estados Unidos –y su consolidación como un activo económico valioso en los mercados– depende, esencialmente y en última instancia, de lo que suceda con nuestra lengua dentro de las comunidades hispanas en este país. Es ahí donde está el desafío. Y es ahí donde están las luces y las sombras.

Ante todo, y aunque las cifras sigan siendo impresionantes, debe aplicarse un factor de “reducción” –como se ha hecho en nuestros cálculos y proyecciones previas– al pasar del concepto de población hispana al de hispanohablante. También al extrapolar las previsiones de crecimiento de la población hispana a los progresos del español en Estados Unidos, máxime una vez que desde 2000 el impulso principal del incremento de nuevos hispanos se ha desplazado de la inmigración a los nacidos en el país. Con la preocupante constancia de que, pese a ser los hispanos el grupo que menos ha tendido históricamente a perder su lengua en sucesivas generaciones, el porcentaje de estos que dominan el español o son bilingües desciende a un tercio, y apenas la mitad de ellos declara hablar español con soltura.

La demografía aporta, pues, luces y sombras, al escenario futuro del español. Al lado de la demografía en alza, juegan favorablemente tanto la movilidad ascendente de amplios segmentos de la población hispana y su creciente peso y proyección política, como el atractivo de muchas de sus expresiones culturales, comenzando por la música o el mundo audiovisual. En sentido inverso actúan, junto a la progresiva pérdida del dominio lingüístico del español a partir, sobre todo, de la tercera generación, tanto el rodillo homogeneizador de las actuales pautas de consumo como algunos sesgos en la política –y la política educativa– en Estados Unidos, con algo más que renovados guiños al *English-only*. Un equilibrio incierto de factores, cuya balanza se inclinará en uno u otro sentido dependiendo, con toda probabilidad, del valor que la sociedad y el mercado norteamericanos otorguen al dominio del español<sup>4</sup>. El papel del mercado laboral y del sistema educativo será sin duda crucial en la valorización del español.

---

4 Cfr. Alonso, Durand y Gutiérrez (dirs.) (2014).

El futuro del español en Estados Unidos depende, en definitiva, de que no se pierda entre la población hispana; y esto requiere, a su vez, que sea percibido como un idioma útil y valorado en el mercado de trabajo, superando la desconcertante paradoja que durante largo tiempo han reflejado abundantes estudios (Chiswick y Miller, 2002; Shin y Alba, 2009; Cortina *et al.*, 2010): ¿Cómo es posible –se pregunta Gándara (2017)– que hablar solo inglés valga lo mismo (o incluso más) que hablar inglés y español? Paradoja aún mayor si se tiene en cuenta que el español es la lengua no inglesa más estudiada en Estados Unidos en todos los niveles educativos, y con creciente demanda por parte de los nativos anglosajones.

Desde luego, desafía al sentido común que sea mejor para los hispanos (en términos de salarios y de acceso al empleo) ser monolingües en inglés que bilingües en inglés y español. ¿Es el bilingüismo en español un marcador de estatus tan negativo como para imponer su estigma y determinar salarios más bajos en el mercado de trabajo, incluso después de controlar en los modelos econométricos todas las variables esenciales (nivel educativo, estatus socioeconómico, lugar de residencia, sexo...)? ¿O es que no se ha estado midiendo bien el fenómeno hasta ahora?

A partir de nuevas bases de datos, algunos trabajos han venido a darle la vuelta a esa extraña paradoja del bilingüismo en español dentro de Estados Unidos (Agirdag, 2014; Rumbaut, 2014; Santibáñez y Zárate, 2014). De ellos se deduce que hoy, en Estados Unidos: a) los bilingües equilibrados en español e inglés ganan significativamente más que los monolingües (o que los bilingües limitados) con los que comparten “raíces inmigrantes”; b) el bilingüismo equilibrado reporta una ventaja significativa, mayor cuanto más alto es el nivel de competencia bilingüe, y tanto en términos de menor abandono escolar como de salarios más altos y ocupaciones de más prestigio, y c) los bilingües en español tienen más probabilidades de ir a la Universidad.

En definitiva, el bilingüismo efectivo y equilibrado inglés-español ofrece ya ventajas perceptibles, también para los migrantes hispanos en Estados Unidos. Este hecho constituye, sin duda, un aval decisivo para el futuro del español.

Retornando ahora al conjunto del PIB de los hispanohablantes en el mundo, la principal conclusión de todo el repertorio numérico anterior parece clara, y puede resumirse en dos grandes prescripciones:

- a)** El futuro del español, desde este punto de vista (como desde otros), ya no puede basarse en la *cantidad*, esto es, en la demografía; ha de hacerlo, necesariamente, en la *calidad*. No en ser más, sino en ampliar nuestra capacidad de compra, lo que depende, a su vez, decisivamente, de la evolución de la renta per cápita de los hispanohablantes. Renta per cápita que solo podrá crecer si lo hace el PIB de las economías donde se asienta la mayor parte de estos: lo que exige (crecer más) hacer las cosas bien desde el punto de vista económico, con particular mención de un factor clave, la calidad institucional, a la que tan sensible es el progreso de las naciones y que tan deficientes registros presenta –más adelante se volverá sobre esto– en el común de los países de habla hispana.
- b)** La comunidad hispana de Estados Unidos –creciente en número y poder de compra, pero con la incógnita de si seguirá siendo hispanohablante en una proporción parecida a la actual– se erige en el elemento más decisivo que puede frenar la pérdida de vigor económico que va a acompañar (en mayor o menor medida dependiendo del punto anterior) al declive demográfico, en términos mundiales, del mundo hispánico.

Detrás de estas dos enseñanzas de futuro hay un denominador común: el bilingüismo. Estamos confiando en el futuro del español a partir del contingente de hablantes maternos (L1 o GDN), pero el crecimiento del otro componente, los que lo tienen como lengua aprendida (L2 o GCL), depende crucialmente de la *utilidad* del español (como sucede con palmaria evidencia con el inglés). Si los países de habla hispana ganan peso económico internacional, eso estimulará la enseñanza de nuestra lengua en todo el mundo. Y si el español se consolida como lengua valorada (con premio salarial o laboral) en Estados Unidos, su pervivencia en generaciones futuras será mucho más probable. De modo que el español crecerá, si lo hace –o amortiguará el descenso en su peso–, no en pugna con otras lenguas, sino favoreciendo su aprendizaje en países o comunidades donde no es lengua oficial o vehicular: en nuestros vecinos europeos, en el siempre vislumbrado caladero brasileño, en las pujantes economías asiáticas, en los países africanos de vigorosa demografía... y en Norteamérica, donde el español ha de terminar de consolidarse no solo como lengua de comunidades hispanas, sino como segunda lengua principal, a partir de un mayor número de ciudadanos (de todas las etnias y orígenes) que lo aprendan en su enseñanza reglada y lo manejen después en su vida profesional o de relación social.

En suma: para sostener el peso mundial del español en una perspectiva de medio-largo plazo, lo esencial es tratar de ser más (en los países de L2), y, si cabe con mayor énfasis –porque incidirá también favorablemente en lo anterior–, ser mejores en lo económico (en los países de L1).

### 3. El español en el comercio mundial: análisis a través de un modelo de gravedad

Ya se ha señalado cómo el poder de compra de los hispanohablantes solo se traduce en una fracción limitada de bienes o servicios que incorporan a la lengua como objeto de transacción (sería el caso de buena parte de los bienes culturales). Pero, junto a esta evidencia, lo es también que la comunidad de lengua –reduciendo los costes de transacción de las operaciones comerciales y aproximando psicológicamente a empresarios y consumidores a los mercados respectivos– favorece los intercambios de todo tipo entre los países que la comparten. Y que este efecto es tanto mayor cuanto más numeroso (y rico) es el *club* de sus hablantes.

Los modelos de gravedad –con no pocas limitaciones metodológicas, pero también con un alto poder explicativo basado en la evidencia– proporcionan un marco teórico que permite aproximar cuantitativamente la capacidad multiplicativa de compartir una lengua sobre el comercio de los países. No se trata aquí de detallar los fundamentos de estos modelos de gravedad y la introducción en ellos, entre otras muchas, de la variable lengua como explicativa de los flujos comerciales entre los países<sup>5</sup>, sino de actualizar análisis hechos previamente, ahora con datos hasta 2020; y, a partir de las series 1996-2020 (o, mejor, hasta 2019, para evitar el efecto de un año dislocado como 2020), ver cómo podrían proyectarse a 2050 bajo distintas hipótesis (y tal vez con nuevas variables), con el fin de entrever los escenarios futuros de nuestra lengua en el plano comercial.

Con todo, algunas ideas de estos modelos deben ser explicitadas y resumidas aquí para entender los primeros resultados que ahora se presentan –en esta fase aún muy inicial del análisis–, y los que surjan más adelante, conforme se afinen los cálculos y se concreten las hipótesis que deben orientar la proyección de futuro.

---

<sup>5</sup> Vid. con detalle en Jiménez y Narbona (2011).



La idea esencial que subyace en los modelos de gravedad es que la atracción comercial entre cada dos países, esto es, el volumen de sus intercambios recíprocos, depende básicamente, al igual que la fuerza gravitatoria entre los cuerpos celestes, del tamaño de estos (directamente) y de la distancia que los separa (inversamente); y que a esta relación se pueden incorporar –en el caso del comercio, y con permiso de Newton– otras variables explicativas (la lengua común entre ellas, precisamente como reductora de la distancia) de los intercambios bilaterales.

### 3.1. Ecuación básica, variables y muestra de países

Sobre la premisa anterior, la ecuación de nuestro modelo, de manera simplificada, puede expresarse así, partiendo de las dos variables básicas de gravedad (tamaño y distancia) y agregándole unas u otras variables, intentando mejorar el poder explicativo de la ecuación:

$$\log X_{ij} = \alpha_{ij} + \beta_1 \cdot \log Y_{ij} + \beta_2 \cdot \log Dist_{ij} + \beta_3 \cdot AIR_{ij} + \beta_4 \cdot Lang_{ij} + \beta_5 \cdot DC_{ij} + \beta_6 \cdot DI_{ij} + \beta_7 \cdot Q_i + \beta_8 \cdot Q_j + u_{ij}$$

La forma multiplicativa de esta “ecuación de gravedad” requiere la aplicación de logaritmos a ambos lados de la expresión, a fin de obtener una relación lineal que permita interpretar los coeficientes de la especificación como elasticidades de los flujos bilaterales de comercio con respecto a cada una de las variables explicativas consideradas.

Estas variables básicas son:

- $X_{ij}$ : comercio bilateral entre cada dos países  $i$  (cuando ejerce como exportador) y  $j$  (importador). Es la variable a explicar del modelo, a partir de las variables explicativas:
- $Y_{ij}$ : suma de los PIB respectivos de cada dos países  $i$  y  $j$  (también pueden incorporarse otras variables como la población,  $Pob_{ij}$ , o las rentas per cápita respectivas,  $Ypc_i$ ,  $Ypc_j$ , mejor en forma de diferencia de ambas entre un país y otro,  $DifYpc_{ij}$ , con el fin de evitar la colinealidad entre variables).
- $Dist_{ij}$ : distancia física que los separa (aquí puede incorporarse también la variable  $Adj_{ij}$ , expresiva de si hay o no frontera común entre los dos países).
- $AIR_{ij}$ : existencia de un acuerdo de integración regional entre los países  $i$  y  $j$ .
- $Lang_{ij}$ : lengua común entre los países  $i$  y  $j$ .
- $DC_{ij}$ : distancia cultural entre cada dos países, variable construida a partir de los indicadores de Hofstede (pueden incorporarse también otras variables habituales de familiaridad cultural como la religión común,  $Rel_{ij}$ , y haber mantenido o no una relación colonial,  $Col_{ij}$ , siempre que la matriz de correlación no lo desaconseje).
- $DI_{ij}$ : distancia institucional entre cada dos países, a partir de las seis dimensiones descritas por Kaufmann *et al.*
- $Q_i$ ,  $Q_j$ : calidad institucional de cada dos países (individualizando las dimensiones de Kaufmann *et al.*, o bien incorporando otras como el nivel de corrupción).

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

Se toma una muestra de 51 países (11 de ellos de habla hispana), para los que es posible disponer de toda la información de estas variables entre 1996 y 2020 (aunque se tome finalmente 2019 como último año). Entre estos países –cuyo listado se muestra en un anexo al final– están todos los principales, y suponen en torno del 85% del comercio mundial. Son, por tanto, altamente representativos del conjunto, y son los que han de servir luego de base a las proyecciones a 2030-2050.

Como resultado de la interacción con las variables descritas, el modelo genera un panel con un total de 143.055 observaciones, en el escenario completo 1996-2050, procesadas a través del programa *Stata 14*.

### 3.2. Resultados preliminares del panel 1996-2019

En primer lugar, se expondrán los resultados del modelo con el panel de datos hasta 2019. Una larga serie de datos que abarca el periodo –en general– de expansión (muy particularmente en Iberoamérica y España) que llega hasta la Gran Recesión, y el siguiente, 2008-2019, marcado por los efectos de esta sobre la actividad económica y el comercio mundiales y su recuperación posterior, justo hasta la pandemia de 2020.

El modelo admite múltiples especificaciones. A efectos muy preliminares, el cuadro 4 presenta una de las que mejor parecen ajustarse por el momento. Siempre sobre la base de que la variable lengua (*Lang*, y no digamos cuando se concreta en *Esp*) suele estar absorbiendo gran parte del efecto de otras variables de familiaridad cultural y de vinculación histórica que, para evitar la colinealidad, son parte de la ecuación básica, pero no de la especificación finalmente elegida. No obstante, ese conjunto de variables históricas y culturales omitidas remiten, en última instancia, a la posibilidad misma de comunicarse –y de haberlo hecho durante generaciones– en una misma lengua.

**Cuadro 4**

#### Especificaciones preliminares de la ecuación de gravedad 1996-2019, datos de panel

Variables	Especificación básica del modelo	Especificación básica con idioma común	Especificación completa con idioma común	Especificación completa con español-inglés
Log $Y_{ij}$	0,4239531 (0,0062241)	0,4260534 (0,0062224)	0,4518405 (0,0061046)	0,4518472 (0,0061144)
Log Dif $Y_{pc}_{ij}$	0,1313514 (0,0081749)	0,1323396 (0,0081737)	0,1663388 (0,0082114)	0,166172 (0,0082131)
Log Dist $_{ij}$	-1,20786 ( 0,0388667)	-1,198227 (0,0384968)	-0,9095886 (0,0330035)	-0,9343168 (0,0329434)
Adj $_{ij}$	0,5273262 (0,1746177)	0,350635 (0,1747914)	0,6611994 (0,1408984)	0,722908 (0,1395445)
Lang $_{ij}$		0,6943728 (0,1028678)	0,6837217 (0,0880077)	
Esp $_{ij}$				0,5923234 (0,141524)
Eng $_{ij}$				1,159815 (0,1435956)
DI $_{ij}$			-0,0198874 (0,0105599)	-0,0158601 (0,0105314)
DC $_{ij}$			0,0553807 (0,0200812)	0,0480586 (0,0198596)
IQ $_i$			0,1199076 (0,0269182)	0,1112146 (0,0271121)

IQ <sub>ij</sub>			0,9742524 (0,0298645)	0,9609237 (0,0301543)
Rel <sub>ij</sub>			-0,233216 (0,0606617)	-0,2193007 (0,0629657)
Col <sub>ij</sub>			0,949479 (0,150653)	1,006642 (0,1474358)
AIR <sub>ij</sub>			0,4622711 (0,059988)	0,4462497 (0,0598955)
N. obs.	29.292	29.292	29.292	29.292
R <sup>2</sup>	0,4944	0,4998	0,5988	0,5982

Todas las variables del modelo, en esta especificación, tienen el signo esperado y presentan en todos los casos niveles de confianza iguales o superiores al 95%. El coeficiente de determinación ( $R^2$ ) tiene un valor cercano a 0,6. Se observa, al examinar las variables, cómo el coeficiente de la lengua común (*Lang*), 0,68, implica un efecto multiplicador del 98%, esto es, próximo a la duplicación<sup>6</sup>. En el caso del español común (*Esp*), el coeficiente se rebaja algo, al 0,59, lo que indica un efecto multiplicador del 81% sobre los intercambios bilaterales de los países que la comparten.

Deben subrayarse en este punto, para servir de base a la discusión que se espera de este documento, al menos dos debilidades metodológicas del modelo, en particular cuando se trata de aplicar al efecto de la lengua común sobre el comercio. Una tiene que ver con la *consideración binaria de esta variable*, es decir, con que el modelo nos obligue a adscribir a cada país una sola lengua (ya sea esta el inglés, el español o cualquier otra), de modo que la variable tomará el valor 1 cuando dos países la compartan, y 0 en caso contrario, negando de este modo la realidad de bilingüismo (o plurilingüismo) característica de muchos países. Esto, en principio, no supone forzar en exceso la realidad de los países hispanohablantes, en los que, en general, una proporción altísima de la población lo tiene por lengua materna y, en todo caso, vehicular. Pero sí supone un supuesto demasiado heroico en un caso concreto y singularísimo, el de Estados Unidos, particularmente en su relación con México. Es decir, en el modelo, México y Estados Unidos figuran como países separados comercialmente por dos lenguas sin base común. Sin embargo, como ya se ha dicho, en Estados Unidos viven hoy cerca de 60 millones de hispanos, en su gran mayoría de origen mexicano, y con una alta prevalencia aún entre ellos de la lengua española. La presencia de tiendas hispanas por todo el país y de consumidores que expresan en español sus preferencias hacen que el supuesto general se vuelva aquí en contra, y tanto más en una proyección de futuro.

Este inconveniente no es en absoluto baladí y afecta al modelo de un modo en principio insoslayable. Piénsese que afecta a los dos países que ya hoy, y más aún en 2030 y, previsiblemente en 2050, como se ha indicado en el epígrafe anterior, constituyen los dos grandes mercados mundiales “en español” (¡el 36% de todo el poder de compra hispanohablante mundial!). Y piénsese, además, que ambos países han venido multiplicando sus interconexiones económicas a lo largo de las tres últimas décadas (las de nuestro modelo), merced a los dos Tratados de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá vigentes a lo largo de estos años (TLCAN, desde 1994; T-MEC, desde 2020), que le han permitido a México virar su comercio hacia su vecino del norte de un modo abrumador: no es solo que Estados Unidos sea el destino de cerca del 80% de todo lo que exporta México; es que México, igualmente, se ha convertido en uno de los primeros so-

<sup>6</sup> El impacto porcentual de las variables ficticias sobre los flujos comerciales se calcula como  $(e^{y_i} - 1) * 100$ , donde  $y_i$  es el coeficiente estimado, en este caso 0,68. El impacto porcentual es, por tanto, del 97%.

## El español en los flujos de comercio internacional: horizonte 2030-2050

---

cios comerciales de Estados Unidos a escala mundial (en 2019, el primero), con un volumen de intercambios bilaterales que en 2021 alcanzó más de 660 mil millones de dólares, ¡casi la mitad de todo el PIB de España! ¿Y qué atribuye nuestro modelo de gravedad, en la explicación de los flujos bilaterales de comercio entre Estados Unidos y México ( $X_{ij}$ ), a la potencia económica de ambos países ( $Y_i, Y_j$ ), a su contigüidad geográfica ( $Dist_{ij}$  y  $Adj_{ij}$ ) y a la existencia de un Acuerdo de Integración Regional ( $AIR_{ij}$ )? Todo ¿Y a la lengua común? Nada, obviamente. Y como estamos considerando además que son dos países de lenguas dispares, el modelo procesa que la lengua común (y en particular el español) no tiene papel alguno, o incluso que este pueda llegar a ser negativo. Algo parecido podría decirse del español y el portugués: que Portugal y Brasil procesen en el modelo como países de lengua dispar a los hispanos contradice la proximidad lingüística entre ambos idiomas y el acercamiento comercial que ello propicia. Todo lo anterior obliga a tomar con infinitas cautelas no solo los resultados de la variable *Lang* (lengua común), sino particularmente los de la variable *Esp* (español común) en nuestro modelo.

La otra debilidad del modelo que aquí interesa subrayar –igualmente grande y difícilmente soslayable– tiene que ver con la *pérdida de significación estadística* ( $R^2$ ) que se observa en los resultados de las sucesivas especificaciones (menor en el período 2008-2019 que en el 1996-2007), de tal modo que parece ir perdiendo capacidad explicativa a lo largo del tiempo. ¿Qué significa esto? Que las variables de la ecuación básica de gravedad arriba definidas no captan adecuadamente (o lo van haciendo de forma cada vez más débil) los nuevos determinantes del comercio internacional. Un comercio, en efecto, que a lo largo del período considerado se ha visto convulsionado no solo por episodios de crisis, sino, en un plano más general, por el efecto de las nuevas tecnologías y la revolución digital, que han modificado la forma de hacer negocios y los cauces a través de los cuales estos se desenvuelven. Una parte del comercio físico se ha hecho virtual y, sobre todo, se ha hecho virtual la forma de realizar las transacciones. Si en este tránsito están perdiendo peso, como parece, las variables de gravedad (tamaño y distancia), también estará perdiendo valor explicativo el modelo que se basa en ellas.

La pregunta obvia es si esto tiene alguna solución metodológica. La respuesta exige identificar primero qué nuevas variables son las que están determinando los intercambios comerciales a escala mundial, y si estas variables son incorporables a un modelo de regresión como, en definitiva, son los modelos de gravedad. Necesitaríamos datos (en realidad, series de datos) homogéneos –y para todos los países– de esas nuevas variables. Baste señalar, para dar una medida de esas dificultades, la inexistencia de datos transfronterizos de comercio electrónico a escala internacional, tal vez la más evidente de las variables que deberían hoy tenerse en cuenta.

Muy relacionado con este, otro factor que sin duda está mermando el poder explicativo de los modelos de gravedad es la creciente y ya consolidada organización del comercio internacional a lo largo de las últimas décadas en torno de las cadenas globales de valor: en ellas, los factores de proximidad diríamos psicológica (los de proximidad física aún conservan parte de su importancia, como demuestra la permeable frontera comercial entre México y Estados Unidos) pierden toda función como explicativos de los intercambios de bienes, en favor de otros relacionados estrictamente con los costes, la tecnología y, más aún, la capacidad de los países de situarse en posiciones estratégicas de algunas de estas cadenas, con absoluta indiferencia, entre otros, del factor lingüístico. De modo que bien pudiera suceder que los tradicionales modelos de gravedad,

útiles para explicar el comercio en el pasado, y muy limitadamente en el presente, no sirvan ya como instrumento prospectivo, sobre todo en lo que hace a ciertas variables. Con la salvedad, si acaso, de los bienes (y servicios) culturales, en los que la lengua común conserva su condición de materia prima del intercambio (u otros servicios basados en la confianza y la cercanía psicológica, como los financieros), y para los que estos modelos podrían seguir proporcionando un marco analítico adecuado. Con el inconveniente, eso sí, de que estos productos culturales (al igual que los servicios financieros) están particularmente inmersos en su comercialización en formato electrónico y, en todo caso, a través de plataformas digitales, con lo que la falta de datos que acaba de señalarse se convierte en un escollo a salvar.

En suma, la lengua común, como variable de una amplísima base de datos procesada a través de un modelo de gravedad, presenta –para el período 1996-2019– un efecto multiplicador de los intercambios bilaterales entre los países de la muestra cercano al 100% (equivalente a la duplicación) en la especificación preliminar que aquí se presenta a efectos de discusión. En el caso concreto del español, ese efecto multiplicador se mueve en órdenes parecidos, por encima del 80%, mostrando una evidente moderación respecto de los valores observados hasta 2007. Por supuesto, el período 1996-2007 fue, en lo económico, radicalmente distinto del más reciente 2008-2019, marcado por la Gran Recesión y sus secuelas, sobre todo en el plano comercial. También lo ha sido, si cabe, para los países de habla hispana, a uno y otro lado del Atlántico. Además, conforme acaba de señalarse, que el “efecto lengua común” deje a un lado –es más, premie la disparidad de lenguas– la vigorosa y creciente interrelación entre las dos principales economías del condominio hispánico, México y Estados Unidos, lastra los resultados del modelo en este punto. Por último, la evidencia de que nuevas variables determinantes del comercio actual (y futuro) no están siendo captadas en el modelo obliga a ser extremadamente cautos y no sacralizar, más allá de los grandes órdenes de magnitud, las cifras concretas que nos pueda dar por ahora el modelo.

### 3.3. Propuesta de hipótesis para una proyección a 2050

El análisis previo nos proporciona, en todo caso, una primera batería de datos preliminares, a falta aún por examinar en profundidad las múltiples especificaciones que admite el modelo, con el fin de seleccionar las de mayor poder explicativo en relación con la lengua común y, dentro de lo posible, con el español. También a falta de determinar si nuevas variables cuantificables pueden ser incorporadas a él con el fin de mejorar la especificación y evitar el declive advertido en la significatividad de sus resultados, lógicamente tanto mayor cuanto más se intenten estos proyectar al futuro. Sobre esa base, y a efectos de extender el modelo hasta 2030 (y de manera más ambiciosa hasta 2050), se proponen dos escenarios:

- El escenario tendencial (por no usar el anglicismo *Business As Usual*), en el que las variables se proyectan a 2030-2050 siguiendo sus tendencias previas.
- Un escenario “optimista”, basado en dos principios que se aplican a los países hispanos, manteniéndose el resto en su escenario tendencial:
  - Que en los países de habla hispana el comercio (en sus intercambios bilaterales con todos los países) crezca medio punto porcentual por encima del considerado para el resto. En definitiva, suponer un mayor dinamismo comercial.

- Que la calidad institucional de los países hispanohablantes mejore de aquí a 2030 hasta situarse al nivel medio de los países de habla inglesa, y que en el escenario 2050 haya alcanzado el nivel de los mejores entre estos. En este caso, se supone un avance sustancial de la calidad institucional, uno de los déficits principales de los países de habla hispana y variable clave en los intercambios internacionales.

No habiendo previsiones de las principales variables a tan largo plazo, cómo proyectar a 2030-2050, a partir de los valores previos (¿desde 1996?, ¿desde 2008?), tanto los intercambios bilaterales entre los países como las variables de renta y de renta per cápita (las variables ficticias, en principio, se mantienen), es otra cuestión importante que se mantiene abierta: esto es, si hacerlo según su tendencia lineal –como de momento hemos hecho en nuestro panel de datos, no sin problemas de inconsistencia en algunas proyecciones– o utilizando algún otro criterio.

### 4. Apunte final

No es el propósito de estas líneas finales ofrecer un epígrafe cerrado de conclusiones, sino más bien todo lo contrario: explicitar las complicaciones que ofrece concretar el valor económico de una lengua común en el comercio internacional y abrir la discusión a las opciones planteadas y, si cabe, a las que pueden desprenderse de la lectura de este documento por expertos.

El español presenta una potencia económica –medida por la capacidad de compra de sus hablantes– cercana al 10% del PIB mundial, por más que decreciente en el tiempo en la perspectiva 2030-2050, en función principalmente de en qué medida los hispanos norteamericanos mantengan el dominio y el uso de nuestra lengua. Ese es un activo incuestionable y que tiene su reflejo, al menos parcial, en el comercio entre nuestros países.

La especificación preliminar del modelo de gravedad 1996-2019, ideado para cuantificar el impacto de distintas variables sobre el comercio bilateral de los países, nos ofrece resultados coherentes, pero no del todo satisfactorios. La lengua común es una variable que, dentro de las holguras del modelo, podemos decir que duplica los intercambios entre los países que comparten alguna de ellas, efecto tan solo ligeramente inferior en el caso del español (aunque sí claramente menor del que se obtenía para nuestra lengua hasta 2007). El problema –o uno de ellos– es que la variable lengua (y más en concreto la del español) ofrece solo una posibilidad binaria cero-uno, o se comparte o no se comparte, lo que choca con un mundo donde el bilingüismo es en muchos casos la norma, más que la excepción. Dándose la circunstancia, en el caso del español, de que los dos países que concentran el 36% de todo su poder de compra, con cerca de 200 millones de personas hispanohablantes a ambos lados de la frontera y con unos inmensos flujos bilaterales de comercio, México y Estados Unidos, aparecen en el modelo como países con distinta lengua.

A esto hay que sumarle un mundo que ha cambiado en las últimas décadas, y en el que el comercio se rige cada vez menos por los viejos factores gravitatorios (el peso económico de los países y la distancia que los separa), y cada vez más por otros, desde los que impone la revolución digital hasta los que propician las cadenas globales de valor. No es que estos factores dejen a la lengua sin espacio como variable de los intercambios, sino que más bien la sitúan en un nuevo espacio (el virtual) donde hay que acomodar también los instrumentos analíticos para su estudio.

**Anexo**
**Países e idiomas de la muestra del panel 1997-2019**

Países	Lengua oficial o mayoritaria <sup>(a)</sup>	Países	Lengua oficial o mayoritaria <sup>(a)</sup>
Alemania	Alemán	Australia	Inglés
Austria	Alemán	Canadá	Inglés
Suiza	Alemán	Estados Unidos	Inglés
Argelia	Árabe	Hong Kong	Inglés
Egipto	Árabe	India	Inglés
Marruecos	Árabe	Irlanda	Inglés
Túnez	Árabe	Filipinas	Inglés
China	Chino	Nigeria	Inglés
Taiwán	Chino	Reino Unido	Inglés
República Checa	Checo	Singapur	Inglés
Dinamarca	Danés	Francia	Francés
Eslovaquia	Eslovaco	Grecia	Griego
Argentina	Español	Israel	Hebreo
Bolivia	Español	Hungría	Húngaro
Chile	Español	Italia	Italiano
Colombia	Español	Japón	Japonés
Ecuador	Español	Bélgica	Neerlandés
España	Español	Países Bajos	Neerlandés
México	Español	Polonia	Polaco
Perú	Español	Brasil	Portugués
Paraguay	Español	Portugal	Portugués
Uruguay	Español	Federación Rusa	Ruso
Venezuela	Español	Finlandia	Sueco
		Suecia	Sueco
		Turquía	Turco
		Ucrania	Ucraniano
		Pakistán	Urdu
		Vietnam	Vietnamita

Nota: (a) La adscripción de país/idioma sigue el criterio de la base de datos Chelem del CEPII.



OBSERVATORIO  
NEBRIJA DEL  
ESPAÑOL

[www.nebrija.com](http://www.nebrija.com)  
[www.fundacionnebrija.org](http://www.fundacionnebrija.org)  
[www.nebrija500.es](http://www.nebrija500.es)



FUNDACIÓN  
NEBRIJA



ANTONIO DE NEBRIJA  
500 AÑOS



MINISTERIO  
DE ASUNTOS EXTERIORES, UNION EUROPEA  
Y COOPERACION