

El precio de lo gratuito

¿Quién no ha consultado alguna vez internet para conocer la valoración de los usuarios antes de reservar una habitación de hotel o encontrar un buen restaurante? ¿Quién no se aprovecha de las redes sociales para mantener el contacto con sus antiguos compañeros de trabajo o de la escuela? ¿Quién no utiliza diariamente aplicaciones en sus *smartphones*? Todas estas acciones, por cotidianas que parezcan, nos reportan un beneficio que, de forma agregada, aumenta el bienestar de la sociedad sin que se tenga que incurrir en ningún coste directo, dado que muchos de los servicios que usamos para lograrlo son gratuitos. A pesar de estar acostumbrados a no pagar por ellos, ¿estaríamos dispuestos a hacerlo para seguir disfrutando de sus comodidades? Probablemente sí, pero ¿cuál es la actividad económica que aportan los servicios prestados por estas aplicaciones? ¿Forma parte de las estadísticas nacionales? A continuación arrojaremos un poco de luz sobre los problemas de medición de los bienes y servicios gratuitos en la contabilidad nacional.

La métrica por excelencia de la contabilidad nacional, el PIB, intenta medir el valor de bienes y servicios de la economía (véase el artículo «Sobre la medición y el uso del PIB» en este mismo Dossier). Esta tarea es relativamente sencilla de llevar a cabo en la industria tradicional, pero el reto es mucho mayor para los sectores más ligados a las nuevas tecnologías de la información. Los temores a que el error de medición sea mayúsculo y creciente surgen, por ejemplo, cuando se observa que, según las cuentas nacionales de EE. UU., el peso del sector de la información respecto al PIB se ha mantenido constante entre el 4% y el 5% desde 1990. Nótese que el volumen de información en la red en 2013 era de 4,4 zettabytes (4 billones de gigabytes) según International Data Corporation, lo que representa un incremento del 50% respecto al año anterior. Cuesta creer que durante los años que se ha registrado el mayor avance de las tecnologías de la información, el valor añadido del sector se haya mantenido estable en términos relativos.

EE. UU.: composición del PIB por sectores

(% respecto al total del PIB)

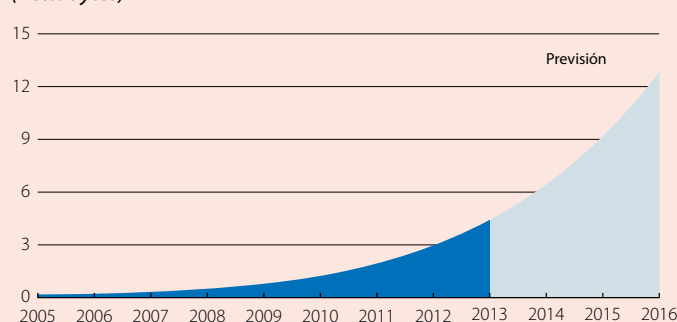
	1990	2000	2010	2013
Servicios	40,4	43,3	45,3	45,6
Comercio y manufacturas	40,4	38,4	34,3	34,9
Industria de la información *	3,9	4,6	4,8	4,8
Agricultura y pesca	1,7	1,0	1,1	1,6
Sector público	13,9	12,9	14,3	13,0

Nota: * Incluye empresas editoriales, audiovisuales, de telecomunicaciones, radiodifusión, procesamiento de datos, publicación en internet y otros servicios de información.

Fuente: "la Caixa" Research, a partir de datos del Bureau of Economic Analysis.

Volumen de información en internet

(Zettabytes)



Fuente: "la Caixa" Research, a partir de datos de International Data Corporation.

Una de las principales limitaciones del PIB es que intenta capturar la producción de bienes y servicios mediante el pago monetario que se realiza cuando estos se comercializan. Por tanto, un primer grupo de bienes ajeno al PIB son las actividades de auto-producción o autoconsumo, que engloban toda la riqueza producida y consumida dentro de los hogares. El ejemplo más conocido son las labores domésticas, que sí se contabilizarían en el PIB si las realizara un tercero que cobrase por ello. Un estudio del Bureau of Economic Analysis estimó que, en 2010, la incorporación del valor de la producción de no mercado de los hogares hubiese elevado el PIB nominal en un 26%.¹ Otro grupo de productos no incluido en el PIB son todos aquellos bienes y servicios que se intercambian sin mediar transacción financiera alguna, es decir, los gratuitos.

Si bien todas estas imprecisiones de medición ya hace tiempo que existen, y que se conocen, en los últimos años la incorporación de las nuevas tecnologías en el día a día de la sociedad las ha acentuado. En particular, han aparecido nuevas formas de autoproducción y el precio de muchos bienes y servicios se ha reducido drásticamente hasta el punto que muchos de ellos son ahora gratuitos. Frente a este cambio en el modelo productivo, el PIB, no refleja el aumento en la producción de estos bienes y servicios. Los casos de la industria de la música y de la prensa son buenos ejemplos de ello. Para el caso concreto de la industria de la música, el paso del formato analógico al digital redujo drásticamente el coste marginal de este bien, dado que el coste del proceso de digitalización es muy bajo y permite su transmisión de forma instantánea y global a un coste marginal

1. Bridgman, Dugan, Lal, Osborne y Villones, *Accounting for household production in the National Accounts*, Bureau of Economic Analysis Article series, 2012.

cercano a cero. A las descargas digitales se añadió la posibilidad de escuchar canciones en tiempo real (*streaming*) y de forma gratuita vía plataformas como YouTube o Spotify. Este proceso de innovación ha reducido drásticamente los ingresos del sector y, por tanto, en las cuentas nacionales aparece como si la producción hubiera caído cuando probablemente lo que está sucediendo es que la producción de esta industria se ha disparado y ha aumentado enormemente el consumo y el bienestar de muchos usuarios.

La omisión de la contabilización de la autoproducción en el PIB también se ha intensificado con el nacimiento de la *sharing economy*. El consumo colaborativo sería lo más parecido a lo que en un mundo sin internet llamábamos autoproducción y trueque (o intercambio informal), pero a nivel global en lugar de local, en el que se comparten e intercambian bienes, servicios y contenidos a través de las plataformas digitales. Ejemplos de ello son Facebook, Tripadvisor o Wikipedia. Asimismo, junto a esta actividad en la que no se produce intercambio monetario alguno, surge una nueva actividad económica en la que los usuarios intercambian bienes y servicios a cambio de dinero en la red. Esta nueva actividad genera una mayor competencia al negocio tradicional y abarca a un amplio grupo de sectores, desde el hotelero hasta el del transporte.

Dado que se espera que el número de bienes y servicios que se obtienen de forma gratuita crezca aún más en los próximos años, de no remediarse, el error de medición del PIB irá en aumento y evaluará peor el bienestar económico de los países. Respecto a este segundo punto, Erik Brynjolfsson y Joo Hee Oh utilizan una original y sofisticada metodología² para medir el valor de estos servicios para el caso de EE. UU. Concretamente, computan cuánto dinero debería recibir un consumidor para que su nivel de bienestar sin el uso de estos servicios digitales gratuitos equivaliese al bienestar que obtienen con su uso. De su análisis se desprende que el aumento del bienestar gracias a la utilización de los servicios digitales gratuitos entre 2007 y 2011 fue de 106.000 millones de dólares anuales en promedio, lo que correspondería a un incremento de 0,74 p. p. del PIB. Estas cifras no son nada desdeñables y evidencian las discrepancias entre el valor de la actividad productiva de un país y su bienestar. Ello reafirma la importancia de desarrollar otras medidas alternativas para medir el bienestar económico de la sociedad (véase el artículo «¿Refleja el PIB el bienestar de los países?» en este mismo Dossier).

En definitiva, el auge de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está teniendo un impacto de primer orden en el valor de los bienes y servicios producidos y en el bienestar de la gente que no está siendo capturado adecuadamente por las métricas tradicionales. Además, todo apunta a que el error de medición, lejos de corregirse, aumentará en los próximos años si no se toman medidas para evitarlo. Si la economía cambia, también deben hacerlo sus sistemas de medición. El reto, sin embargo, no es sencillo.

Ariadna Vidal Martínez

Departamento de Macroeconomía, Área de Planificación estratégica y Estudios, CaixaBank

2. Erik Brynjolfsson y Joo Hee Oh, *The Attention Economy: Measuring the value of free digital services on the internet*, Thirty Third International Conference on Information Systems, Orlando 2012.