



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

La diversificación geográfica del patrón exportador español

Presentado por:

Belén Nieto Cuesta

Valladolid, 27 de Julio de 2015

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	METODOLOGÍA.....	3
3.	PERSPECTIVA AGREGADA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS.....	4
4.	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS.....	9
4.1	LOS DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD EXTERIOR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.....	10
4.2	ESTRUCTURA SECTORIAL Y ESPACIAL.....	12
5.	ESTRUCTURA ESPACIAL DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS.....	16
5.1	EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A LA UNIÓN EUROPEA.....	16
5.2	EXPORTACIONES ESPAÑOLAS AL RESTO DEL MUNDO....	19
6.	CONCLUSIONES.....	23
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	25

1. INTRODUCCIÓN

Después de un largo período de crecimiento, la economía española ha permanecido más de siete años inmersa en una crisis, que ahora empieza ya a superarse, al menos, en términos macroeconómicos. Uno de los problemas a los que se tiene que hacer frente, a corto plazo, es el de la demanda interna. Las empresas no son capaces de vender toda su oferta, debido a la tasa de desempleo, la elevada presión fiscal, los recortes de las Administraciones Públicas, y a que los agentes económicos y financieros se encuentran muy endeudados. Todo ello viene motivado por los desequilibrios en el modelo de crecimiento de los primeros años del siglo XXI, etapa en que había grandes oportunidades para el crédito, las cuales animaron a familias y empresas a emprender riesgos y contraer cuantiosas deudas.

Además, el desfase presupuestario ha actuado, durante toda la etapa de crisis, como un elemento de contención al desafío de la demanda interna, obligando a la economía española a sustentar su crecimiento en la demanda externa.

Las ventas al exterior, se dirigen, fundamentalmente, a la Unión Europea; pero mantener y ampliar ese mercado es, cada vez, más laborioso por la rápida irrupción en el mismo de las nuevas economías emergentes, las cuales cuentan con grandes ventajas por la reducción de costes en la cadena de producción, sobre todo, en las actividades más intensivas en mano de obra. Pero, a pesar de que son una amenaza a corto plazo, las economías emergentes constituyen también una oportunidad de cara al futuro. Precisamente, la orientación de nuestras ventas transfronterizas a estos países menos desarrollados puede ser una de las vías para lograr la definitiva recuperación económica.

El objetivo de este estudio es, por lo tanto, constatar la situación actual del sector exterior español y la tendencia seguida hasta el momento. Con ello, se pretende descifrar las causas del buen comportamiento experimentado por las exportaciones españolas, antes y durante la crisis, y profundizar, sobre todo, en la diversificación geográfica de nuestro patrón exportador.

Para ello y, en primer lugar, se realiza un análisis de la evolución de las exportaciones a lo largo del siglo XXI, tanto de manera aislada, como en términos comparativos, tomando como referencia otros países de características similares.

Posteriormente, se describe cuáles han sido los principales factores, que han motivado la tendencia seguida por nuestras exportaciones en los últimos años, entre los cuales se encuentra la evolución de costes y precios, la heterogeneidad empresarial, la calidad de los productos, o el patrón sectorial y espacial de nuestras ventas.

Por último, se analizan los cambios de destino experimentados por nuestras exportaciones, y el grado de penetración de las mismas en las nuevas economías emergentes con mercados más dinámicos.

2. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo, resulta imprescindible el uso de series de datos fiables y actualizados sobre la evolución del comercio exterior. En España y el resto de países con los que se compara, concretamente se han manejado las siguientes bases de datos.

- *Banco Mundial (BM)*: Se ha utilizado para conocer la propensión a exportar, en porcentaje del PIB, de las principales economías.
- *Eurostat*: Organismo del que se han extraído los datos referidos a los costes laborales unitarios de los distintos países analizados.
- *El Instituto Nacional de Estadística (INE)*: Origen de las cifras sobre la evolución de las exportaciones españolas de bienes y servicios y las necesarias para calcular la contribución de las exportaciones al crecimiento del PIB en términos reales.
- *La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD)*: Su base de datos, *STAN Bilateral Trade Database*, ofrece la información estadística necesaria para analizar la composición sectorial (según el contenido tecnológico de los productos), tanto de las exportaciones españolas como de las mundiales.

- *La Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio (UNCTAD):* La base de datos *UNCTADstat*, elaborada por este organismo, ha sido el origen de la información necesaria para el cálculo de las cuotas de exportación de los países de la Unión Europea y los PIMD, así como el peso de los productos españoles en las importaciones de las economías analizadas.

3. PERSPECTIVA AGREGADA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

El comercio exterior puede ser definido como “el conjunto de relaciones comerciales que entabla un país con otros, con la finalidad de intercambiar bienes y servicios”. El principal objetivo del comercio con otros países radica en obtener, disponer e introducir un adecuado y amplio conjunto de bienes y servicios, y, además, aprovechar mercados más amplios para aquello en lo que tenemos ventajas comparativas, o en lo que somos más competitivos.

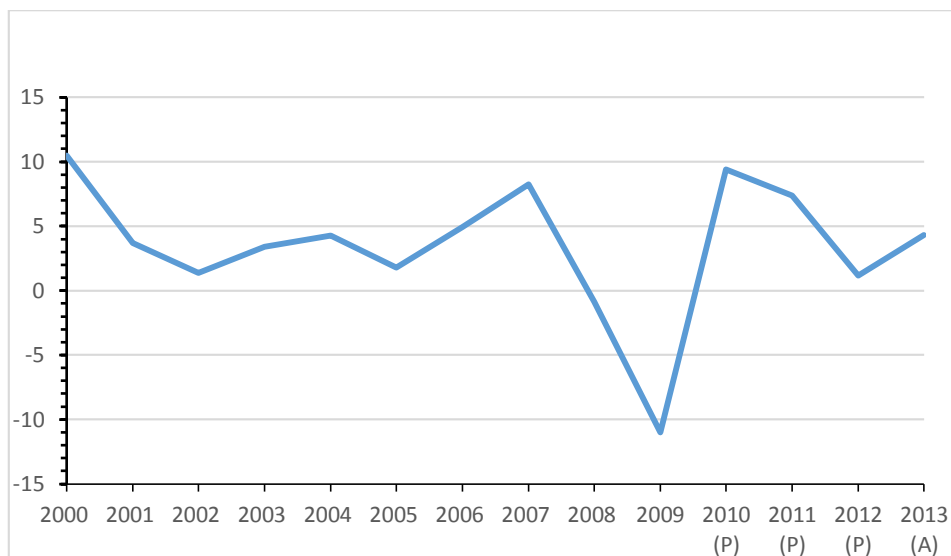
Por su parte, la competitividad exterior comprende todos aquellos factores que hacen que los bienes y servicios intercambiados resulten atractivos para los demás países.

En este apartado, se analiza la evolución, que han experimentado las exportaciones españolas entre los años 2000 y 2013, así como, el porcentaje que supone el sector exterior en el PIB de nuestra economía y los principales tipos de productos que se comercializan fuera de nuestras fronteras.

Evolución de las exportaciones españolas en el siglo XXI:

Desde el año 2000 hasta el inicio de la crisis, las exportaciones españolas crecieron a un ritmo más o menos constante, a una tasa media anual del 2,6%. Esta trayectoria comenzó a cambiar a partir de 2007, produciéndose una gran caída entre los años 2008 y 2009, cuando la crisis afectó de forma más agresiva a nuestro país, y las ventas al exterior experimentaron un retroceso del 11% (Gráfico 1). A partir de ese momento han vuelto a crecer a un ritmo más elevado que en los años anteriores, doblando en el último ejercicio la cifra del año 2000.

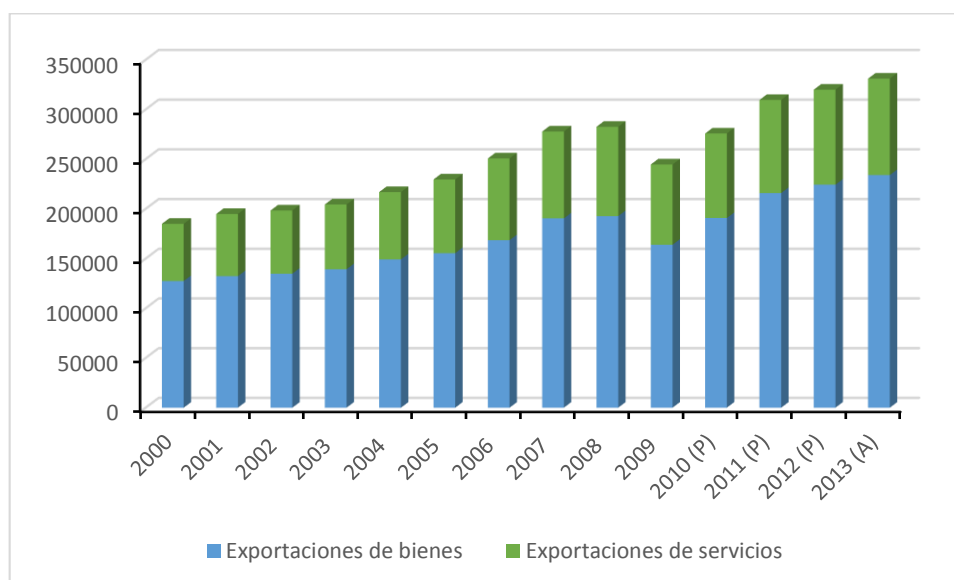
Gráfico 1. Tasa de crecimiento de las exportaciones españolas en términos reales 2000-2013 (porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Los bienes representan, dentro del total de envíos, el grupo más importante, habiéndose mostrado en los últimos años más dinámicos que los servicios a los que, como consecuencia, han ido restando cuota, hasta elevar la suya a más del 70% del total en el último ejercicio (Gráfico 2).

Gráfico 2. Evolución de las exportaciones españolas en términos nominales



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

En cuanto a la composición de las exportaciones de bienes, como se observa en el Cuadro 1, entre los años 2000 y 2014, las manufacturas han representado, de media, más del 90% del total. Seguidas de la agricultura, que sólo supone un escaso 6% y la minería menos del 1. Todo esto merece especial atención, por lo que se profundizará en su estudio más adelante.

Cuadro 1. Composición sectorial de las exportaciones de bienes

Industria	Porcentaje
TOTAL	100
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	5,9
Minería	0,9
Manufacturas	90,3
Otros	2,9

Fuente: Elaboración propia con datos de la *OECD.Stat*

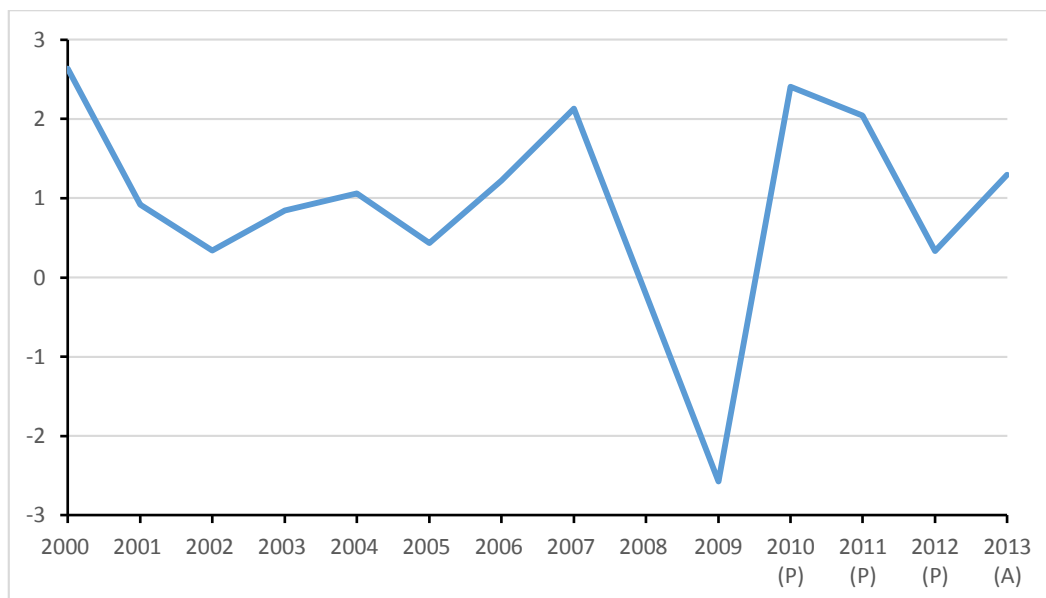
En resumen, las exportaciones españolas han experimentado una evolución muy positiva, tanto antes como, sobre todo, durante la crisis, contribuyendo así a contrarrestar la fuerte caída registrada en estos últimos años por la demanda interna.

Como se puede apreciar en el Gráfico 3, exceptuando el año 2009 (uno de los peores de la crisis), la aportación de las exportaciones al crecimiento del PIB se ha mantenido desde comienzos de siglo siempre positiva, situándose, como media, por encima de los 0,7 puntos porcentuales.

La comparación con otros países de similar nivel de desarrollo, evidencia aún más el buen comportamiento de las exportaciones españolas estos tres primeros lustros del siglo XXI.

La proporción que las exportaciones representan en el PIB es una clara muestra de la favorable evolución mantenida por nuestro sector exterior, durante los últimos años y, especialmente, en la etapa de crisis.

Gráfico 3. Contribución de las exportaciones españolas al crecimiento del PIB (puntos porcentuales)



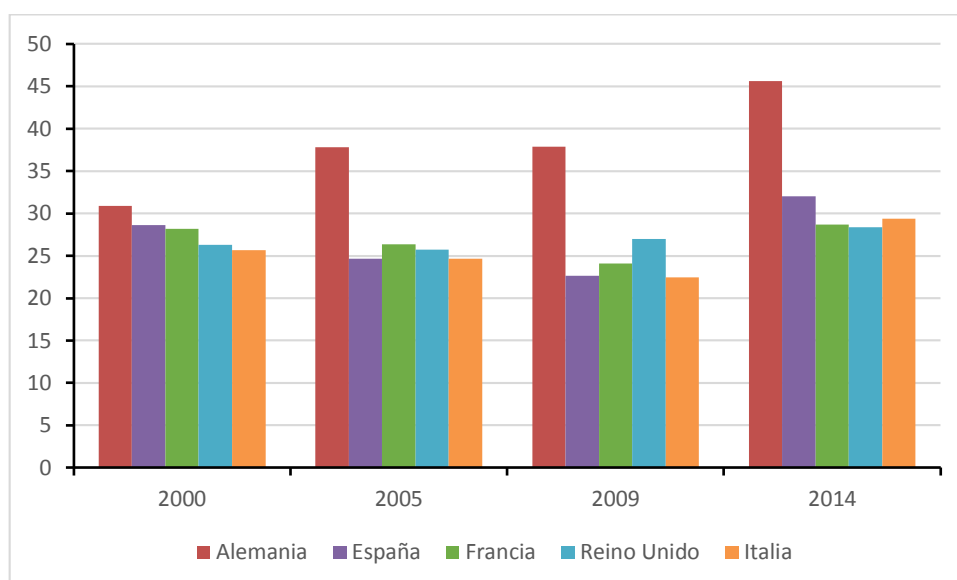
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

A la altura del año 2000 las ventas al exterior representaban en torno al 28% de la producción total española, cifra muy similar a la de Francia y, claramente, por encima de la de Reino Unido e Italia (Gráfico 4).

Durante la etapa siguiente, primero el tirón de la demanda interna y después el colapso a escala mundial del comercio exterior, provocaron un notable recorte en la parte de la producción dedicada a los mercados exteriores, como también ocurrió en la mayoría de nuestros vecinos europeos, con la excepción de Alemania.

Pero, como se puede apreciar, desde 2009 la propensión a exportar española ha crecido a un ritmo mayor que el de la mayoría de grandes economías europeas, situándose en 2014 el porcentaje de ventas al exterior por encima del 32%, cifra claramente más elevada que la del año 2000 y superior a la de Francia, Reino Unido o Italia, que al iniciarse la crisis destinaban a los mercados exteriores mayor proporción de la producción que España.

Gráfico 4. Propensión a exportar 2000-2014 (porcentaje del PIB)



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial

En definitiva, si comparamos España con las grandes economías europeas, observamos que, mientras Reino Unido, Francia e Italia nos superaban años atrás, en la actualidad, esto ha cambiado, de tal forma que somos el segundo país con mayor disposición a exportar por detrás de Alemania.

En todo caso, la enorme distancia que nos separa de Alemania, sugiere que todavía queda mucho margen para elevar la proporción de nuestros productos que se vende en los mercados exteriores, y así contribuir al avance de la producción interior, siguiendo los pasos de la locomotora europea.

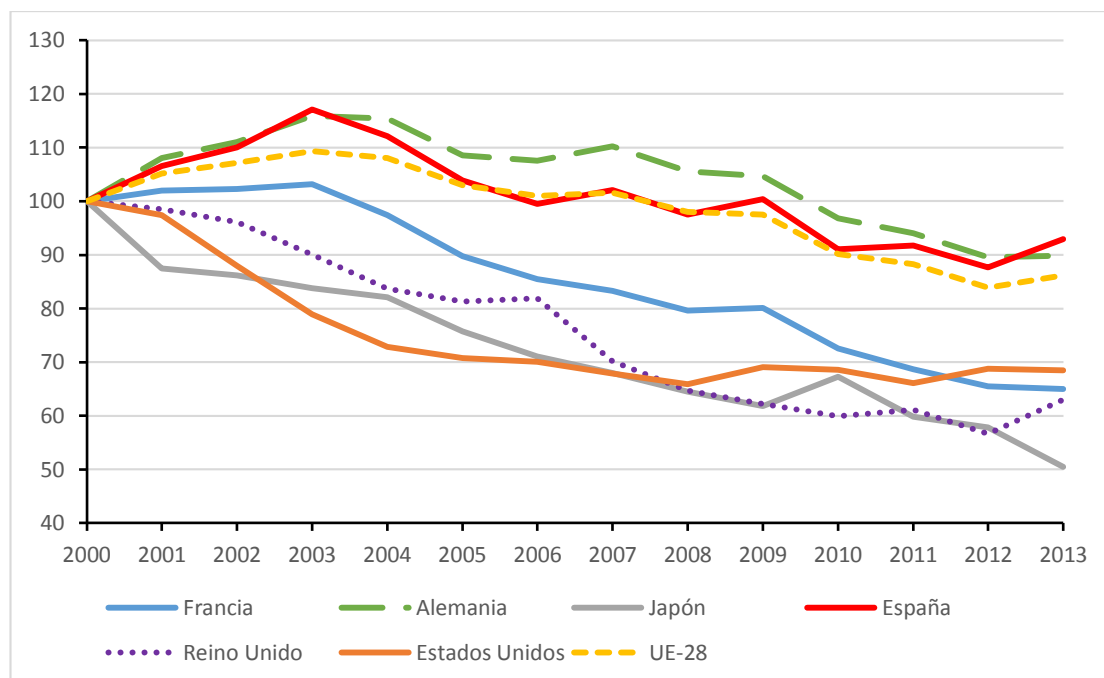
Por otro lado, en el Gráfico 5 se muestra la evolución de las cuotas de exportación de productos de España, Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos y la UE-28. Como se puede observar, no todos han sabido hacer frente, por igual, al auge de las economías emergentes.

Cabe destacar, en primer lugar, el gran desplome de las cuotas de exportación de Japón, Francia, Reino Unido y Estados Unidos, que han visto reducida su parcela en el comercio mundial casi un 40%, siendo la economía nipona la que se ha llevado la peor parte.

En la otra cara de la moneda se encuentran España y Alemania, países que, aún habiendo perdido cuota, han sabido mantenerse, ya que ese retroceso apenas ha superado el 10%. Esto puede deberse a que las empresas de ambos

países se han mostrado más competitivos que el resto, sabiendo orientar sus ventas hacia mercados más ventajosos, y menos explorados.

Gráfico 5. Evolución de las cuotas de exportación de productos, 2000-2013
(Índices, 2000=100)



Fuente: Elaboración propia con datos de la UNCTADstat

Por todo ello, es manifiesto el relativamente buen comportamiento de las exportaciones españolas, que, durante todo el período, han logrado mantener su cuota en el comercio mundial en cifras no muy alejadas de las del año 2000, a pesar de la fuerte irrupción en los mercados de las economías emergentes.

4. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

El hecho de que nuestras exportaciones hayan mantenido una tendencia positiva, sobre todo a raíz del inicio de la crisis, puede explicarse en virtud de diversos factores a los que se hará referencia a continuación. Entre ellos cabe destacar la competitividad, la estructura sectorial y la distribución espacial de nuestras ventas.

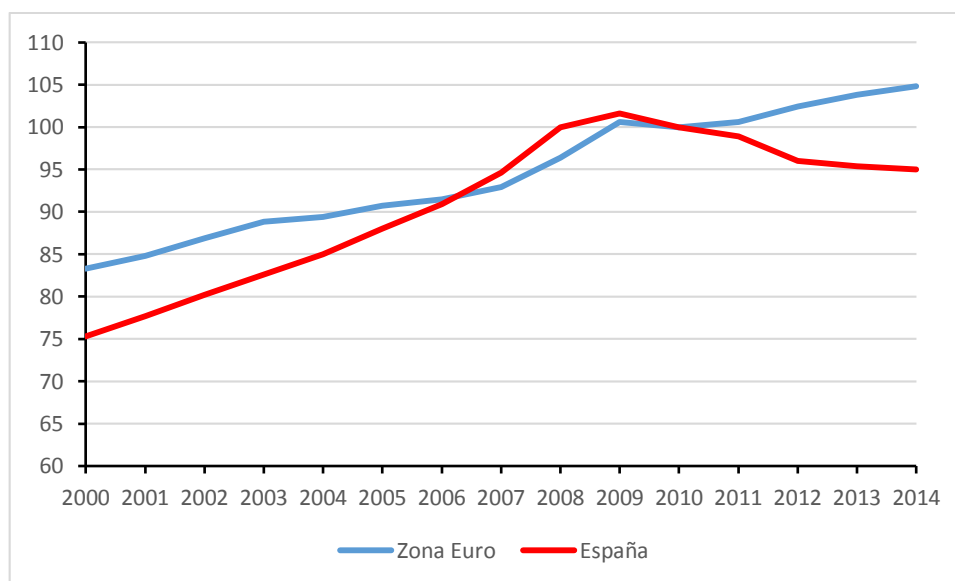
4.1 LOS DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD EXTERIOR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

Una de las formas de medir la competitividad de una economía es a través del coste laboral que supone producir una unidad de *output*, indicador que se conoce como coste laboral unitario (CLU), definido como el cociente entre la remuneración de cada trabajador y su productividad. Un aumento del CLU puede ser interpretado como un incremento de los costes de producción de esa economía y, por consiguiente, una pérdida de competitividad.

Como se ha mencionado anteriormente, las exportaciones españolas han experimentado un gran crecimiento durante el siglo XXI, y lo han hecho en un marco en que los costes laborales unitarios han crecido más que la media europea, aupados por un muy lento avance del rendimiento por trabajador que, hasta los últimos años de la crisis, ha hecho perder competitividad en precios a la economía española.

En el Gráfico 6, observamos la trayectoria seguida durante todos estos años por el coste laboral unitario, tanto en España como en el conjunto de países que forman la Zona Euro.

Gráfico 6. Evolución del Coste Laboral Unitario (2000-2014)
(Índices, 2010=100)



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurostat

Pese a que, hasta el año 2009 ambos experimentan una tendencia creciente, el CLU español avanza a un ritmo mucho mayor que el de la Zona Euro. Sólo a partir de entonces, la mejora en la productividad y la moderación salarial han conseguido invertir esa tendencia, permitiendo a la economía española recuperar parte de la competitividad perdida en los años anteriores.

Ese deterioro de la competitividad vía costes y precios ha tenido que ser contrarrestado por otros factores que expliquen el relativamente buen comportamiento de las exportaciones españolas. Uno de ellos sin duda tiene que ver con el tipo de empresas que venden en el exterior.

Aunque la mayoría son pymes, el grueso de nuestras exportaciones corresponde a unas pocas grandes empresas exportadoras altamente competitivas, capaces de exportar productos muy heterogéneos a un elevado número de destinos altamente productivos, cumpliendo así con los requisitos necesarios para tener éxito en los mercados exteriores.

Como señalan Altomonte, *et al.* (2011), para alcanzar este rol de empresa exportadora se requiere disponer de una mano de obra cualificada, tener una baja dependencia de financiación bancaria, ser innovadora y que los salarios estén vinculados a la productividad (citado en Gordo y Tello, 2012, p. 26).

Además, según Navaretti, *et al.* (2010), el problema de las exportaciones españolas radica en que sólo un 3% de ellas es capaz de alcanzar los niveles de competitividad de las economías de nuestro entorno (citado en Gordo y Tello, 2012, p. 27).

A pesar de lo anterior, aparecen pymes, que apuestan por las ventas al exterior, y, que, poco a poco, se van abriendo camino en el mercado mundial, lo que repercutirá muy positivamente, en el incremento de nuestras exportaciones.

Tanto a las grandes empresas como a las pymes, hoy se les presentan varios retos, que deben perseguir con decisión y visión de futuro inmediato. Por todo ello, no sólo se debe potenciar el aumento del número de empresas exportadoras, sino que, esto, lo hagan de forma regular, ya que según datos del ICEX, sólo una de cada cuatro lleva a cabo esta actividad reiteradamente.

Por último, la evolución favorable de las exportaciones españolas viene explicada también por la calidad. Tradicionalmente, la calidad de un producto venía determinada por el cálculo del valor unitario por producto exportado. En

este sentido, cuanto mayor es el valor unitario del mismo, mayor es su calidad. No es fácil cuantificar la calidad de los productos, pero la “Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE)”, realiza una aproximación, teniendo en cuenta el grado de innovación y de estandarización de los productos. Podría decirse que cuanto menor sea el grado de estandarización, mayor será su calidad; pero, según este estudio, las empresas exportadoras tienden a introducir innovaciones en los productos, fomentan la publicidad y venden bienes más estandarizados, que las no exportadoras, aunque el último factor es el menos relevante (citado en Muñoz y Rodríguez, pp. 80-81).

El resto de indicadores competitividad-coste que calcula el Banco de España muestra una evolución similar que obliga a pensar que son otros los factores que han hecho posible el avance de nuestro sector exterior; entre ellos los cambios en la composición sectorial y la estructura espacial de las exportaciones.

4.2 ESTRUCTURA SECTORIAL Y ESPACIAL

Después de analizar la tendencia de las exportaciones españolas durante el siglo XXI y, vistos algunos de los factores que afectan a dicho comportamiento, como son los costes laborales unitarios, el tamaño de las empresas exportadoras y la calidad de los productos, otra de las posibles explicaciones a esa favorable evolución de nuestro comercio exterior, es la especialización sectorial.

Como ya se ha comentado en el apartado 3 del trabajo y, aparece reflejado en el Cuadro 1, lo que principalmente exporta nuestro país son bienes, dentro de los cuales, más del 90% son productos de la industria manufacturera, en los que, por tanto, se va a centrar el análisis.

Para profundizar en la composición sectorial de ese comercio, se va a trabajar con la clasificación de la OCDE, que en virtud del contenido tecnológico de los diferentes sectores, distingue entre: manufacturas de alto contenido tecnológico, de contenido tecnológico medio-alto, medio-bajo y, por último, bajo.

Cada sector concreto se asignará a una u otra categoría dependiendo del esfuerzo tecnológico que se destina a obtener dichos productos. A continuación se presenta la lista de ramas que, siguiendo la clasificación internacional ISIS-Rev.4, se incluyen en cada una de las cuatro agrupaciones señaladas:

- *Productos de alto contenido tecnológico:* son todos aquellos productos que otorgan un mayor valor añadido. Se incluyen los productos farmacéuticos, medicamentos, equipos de telecomunicaciones, maquinaria de oficina y ordenadores e instrumentos científicos y ópticos.
- *Productos de contenido tecnológico medio-alto:* se refiere a la maquinaria agrícola e industrial; vehículos de carretera; partes, piezas y accesorios de automóviles, así como otros equipos de transporte; química y otra maquinaria eléctrica.
- *Productos de contenido tecnológico medio-bajo:* hace referencia a productos minerales no metálicos; metálicas básicas; productos metálicos y caucho, y plásticos.
- *Productos de bajo contenido tecnológico:* engloba los productos agroalimentarios; los textiles y confección; el cuero y el calzado; el papel y edición; la madera y el corcho; muebles y demás productos manufacturados.

Uno de los principales factores, que influyen en la fijación de la cuota exportadora de un país, son las ventajas comparativas que tenga sobre los demás. La ventaja comparativa indica que cada país se especializa en aquellos bienes que es capaz de producir a unos costes más bajos que los de sus competidores.

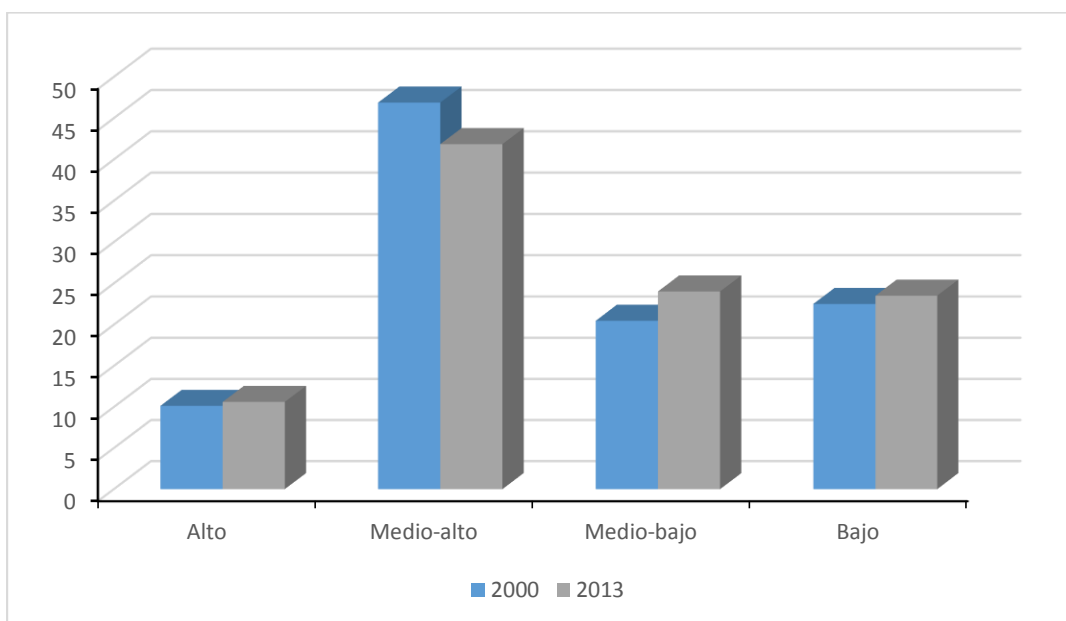
Por otro lado, es importante que aquellos bienes en que se especializa cada país, se ajusten, correctamente, a los solicitados mundialmente, y cuya demanda, a escala mundial, crezca en mayor medida.

Como se puede apreciar en el Gráfico 7, España sigue centrando su comercio exterior en los bienes de medio-alto contenido tecnológico, que en 2013 representaban el 40% del total de nuestras ventas al exterior de productos manufacturados, destacando, por su importancia, vehículos de motor e industria química.

Sin embargo, su importancia relativa ha seguido una tendencia descendente durante el presente siglo, cediendo cuota a los otros tres grupos, especialmente a los de contenido tecnológico medio-bajo, que son los que han registrado un crecimiento mayor.

Esto no es sino el reflejo del elevado dinamismo que, en los últimos años, han mostrado las exportaciones de productos farmacéuticos y la construcción aeronáutica y espacial (contenido tecnológico alto); los metales y plásticos (medio-bajo) y la industria alimentaria (bajo).

Gráfico 7. Composición de las exportaciones españolas por contenido tecnológico, 2000-2013 (porcentaje)

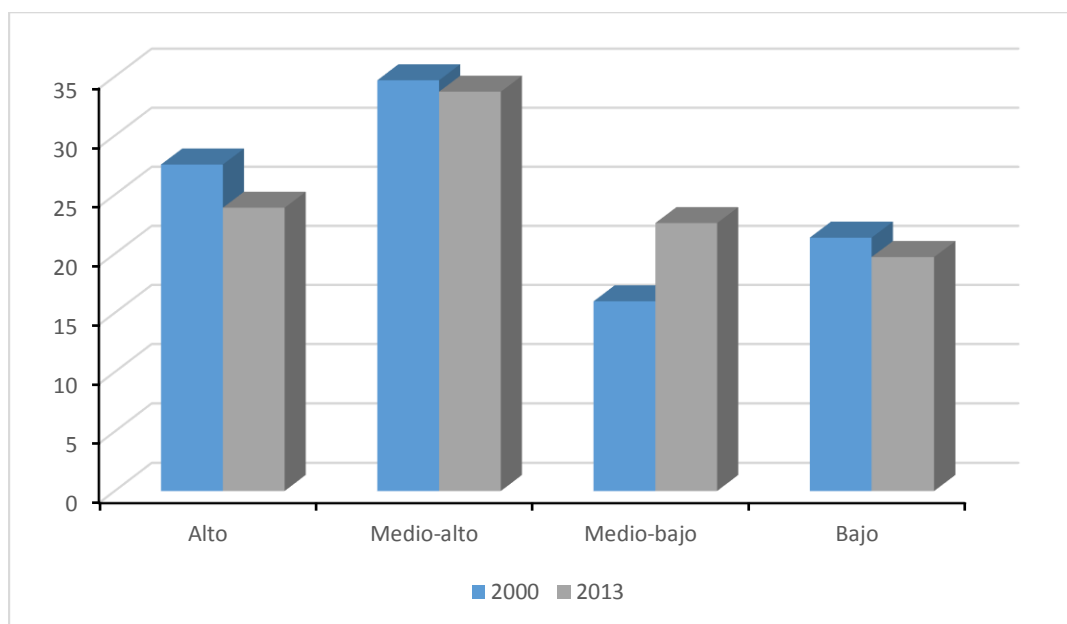


Fuente: Elaboración propia con datos de la *OECD.Stat*

Igual que sucede en España, a escala mundial, los bienes de media-alta intensidad tecnológica son también, con diferencia, los más demandados (Gráfico 8). Sin embargo, éstos han ido perdiendo fuerza en ambos espacios y de manera más acentuada en España.

Por otro lado y, mientras que a nivel mundial, han reducido su peso los bienes de contenido tecnológico alto y los menos intensivos en I+D, en este último año la cuota española ha crecido de tal forma que, partiendo en 2000 de cifras muy similares, ahora se encuentra ligeramente por encima del promedio mundial.

Gráfico 8. Composición de las exportaciones mundiales por contenido tecnológico, 2000-2013 (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la *OECD.Stat*

Así pues, los cambios en la estructura sectorial de las exportaciones, han contribuido a la ganancia de peso de los productos españoles de contenido tecnológico alto, dato favorable ya que estos son los que implican un mayor valor añadido.

Más importante es subrayar que aquellos productos en los que las ventas españolas han experimentado un mayor crecimiento, son los de contenido tecnológico medio-bajo, precisamente el grupo en el que el comercio mundial está siendo más dinámico.

Se puede concluir, por tanto, que nuestras ventas han sabido adecuarse a los cambios en la demanda del resto de países.

5. ESTRUCTURA ESPACIAL DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

5.1 EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A LA UNIÓN EUROPEA

Durante la última década, las exportaciones españolas han experimentado un comportamiento mucho más favorable que el de las grandes economías europeas, con la excepción de Alemania, soportando mejor que la mayoría la competencia de las nuevas economías emergentes.

Como he mencionado anteriormente, el contexto en el que se encontraba nuestra economía, era el de un encarecimiento de los costes laborales unitarios, provocado por los bajos índices de productividad del trabajo y, además, una baja propensión a exportar, si la comparamos con algunos de los países más grandes de la Unión Europea. El panorama ha cambiado radicalmente desde 2010, momento en que los avances en la productividad y la moderación salarial han imprimido un importante impulso en la competitividad exterior, elevando la propensión a exportar a niveles más elevados que la de Francia, Reino Unido o Italia.

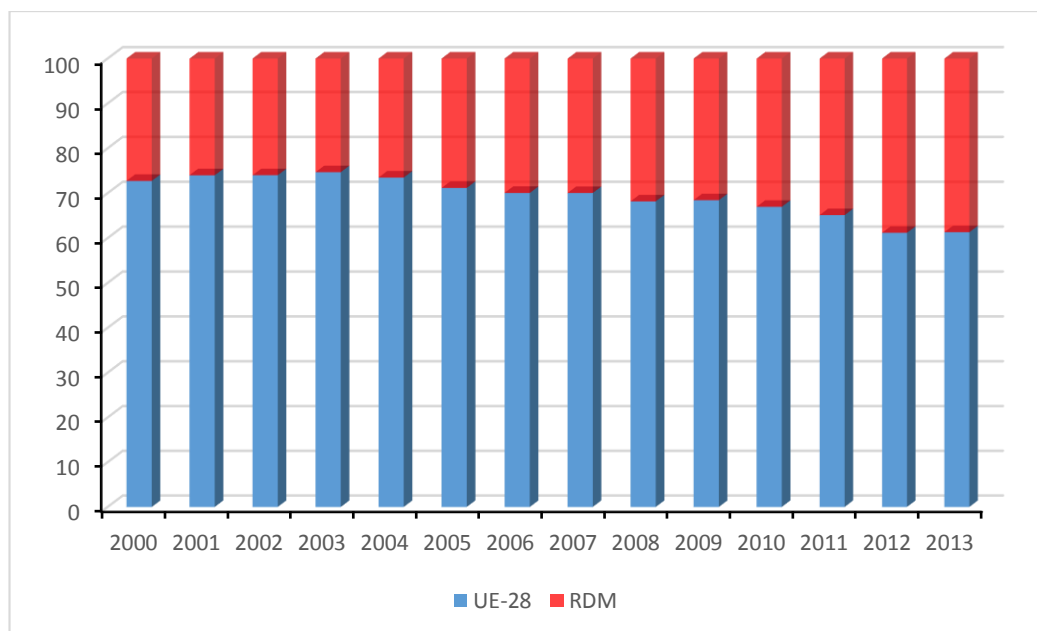
Pero, como ya se ha referido anteriormente, tanto en estos últimos años, como en el anterior contexto de costes laborales más elevados, las exportaciones españolas han mostrado un dinamismo que sólo puede explicarse en virtud de factores distintos a la competitividad vía costes y precios. Uno de ellos son los cambios en la composición sectorial de las ventas hacia producciones con una demanda mundial más dinámica. Todavía más importante, es el papel jugado por la diversificación geográfica de nuestros envíos al exterior, tema al que se dedica el presente apartado.

Los datos sobre la distribución espacial de las exportaciones españolas, muestran que su principal destino, siguen siendo los países pertenecientes a la Unión Europea, los cuales absorben en 2013, el 63,1% de las mismas (Gráfico 9); una alta concentración que cabe relacionar con la ausencia de barreras arancelarias y la cercanía geográfica.

Durante los primeros años de la década de 2000, el conjunto de socios de la UE absorbían más del 70% de las exportaciones españolas, llegando en 2003 a acaparar casi las tres cuartas partes del total. Con el paso de los años, este

porcentaje ha ido reduciéndose, hasta situarse en 2013 en sólo un 61,3%, lo que es indicativo de un importante desvío de los flujos hacia el resto del mundo.

Gráfico 9. La UE-28 como destino de las exportaciones españolas, 2000-2013.
(Porcentaje sobre el total de exportaciones)



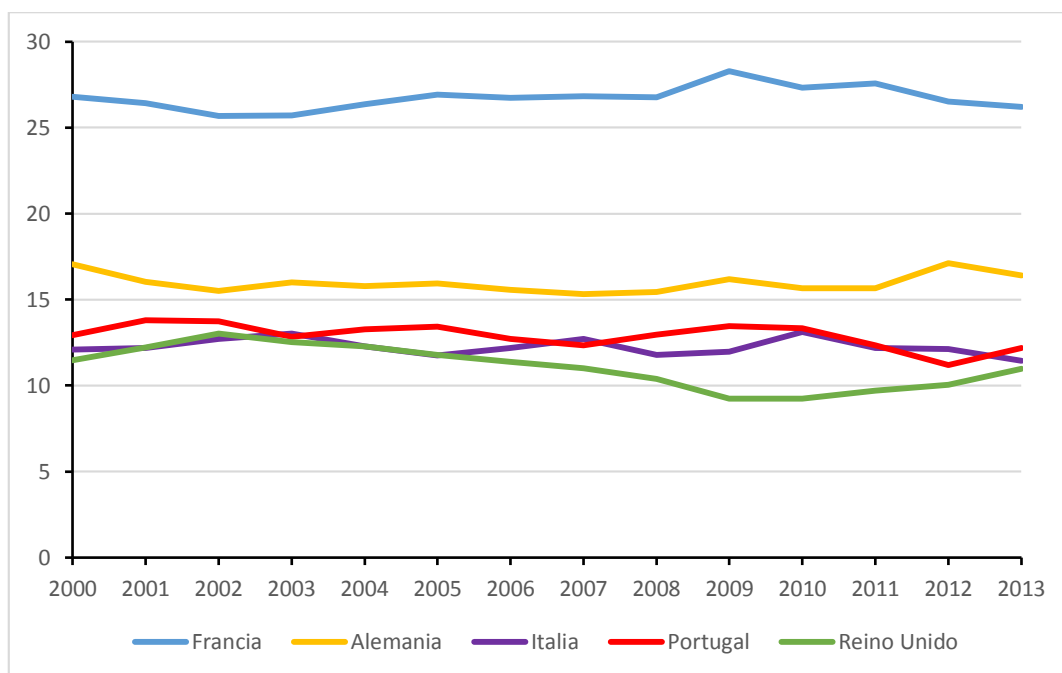
Fuente: Elaboración propia con datos de la UNCTADstat

Una vez comprobado que la mayoría de nuestros envíos van dirigidos a países pertenecientes a la Unión Europea, a continuación se analiza cuáles son los destinos concretos y el porcentaje que representa cada uno de ellos, dentro del total de la UE-28 (Gráfico 10).

Como se puede observar, el principal destino de nuestras exportaciones ha sido durante todo el período Francia, que en la actualidad concentra más del 26% de las mismas. Le siguen Alemania, Portugal, Italia y Reino Unido, todos con una cuota que supera el 10% de nuestras ventas al exterior.

A pesar de que todos ellos han perdido peso en el comercio español, los cinco ratifican en 2013 sus posiciones iniciales.

Gráfico 10. Principales destinos de las exportaciones españolas a la UE-28
(porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la UNCTADstat

Como se ha visto, Francia es nuestro principal socio comercial, ya que se trata de un país que tiene implantado en España un elevado número de empresas, cuyas producciones se destinan en un alto porcentaje al mercado francés. Así sucede, por ejemplo, con las industrias relacionadas con el automóvil.

El caso de Alemania es muy similar, durante los últimos años crecieron las ventas a ese destino, aunque en 2013 se experimentó un ligero retroceso. Vuelven a ser los más exportados todos aquellos productos relacionados con la maquinaria y el transporte.

Italia, Portugal y Reino Unido reclaman de España productos muy heterogéneos, sin que destaque ninguno en especial. Entre los más demandados cabe señalar los pertenecientes a la industria química, seguidos de animales vivos, hortalizas, vegetales y demás alimentos.

5.2 EXPORTACIONES ESPAÑOLAS AL RESTO DEL MUNDO

En décadas anteriores han sido los países desarrollados quienes impulsaban la economía mundial, y durante muchos años se ha estado especulando sobre si las economías emergentes iban a lograr crecer tanto como para converger con los países más desarrollados. En la actualidad, esto ya ha ocurrido y no son sólo algunos países pequeños, sino verdaderos gigantes, que han provocado grandes cambios en el comercio internacional. Asia ha crecido mucho más que el conjunto de países desarrollados de Europa o América del Norte y se ha convertido en uno de los mercados con más expectativas. Este es uno de los motivos por los que las exportaciones españolas se han reorientado, y progresivamente las ventas a esos países más dinámicos han ido ganando terreno a las dirigidas a nuestros tradicionales socios comerciales.

Como se ha explicado anteriormente, el 61,3% de nuestras exportaciones van destinadas a países de la Unión Europea, pero merece la pena destacar cuáles son los principales destinos que constituyen el porcentaje restante. La lista, según el orden de importancia, queda conformada como sigue: Estados Unidos, Marruecos, Turquía, China, Argelia, México, Australia, Corea, India, Indonesia, Japón, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Brasil y los CCEAG (Bahréin, Kuwait, Omán, Catar, Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos).

Todos ellos forman parte del grupo de países que cuentan con un Plan Integral de Desarrollo de Mercado (PIDM, en adelante). Estos planes se establecieron con la finalidad de potenciar la presencia, tanto de productos, como de empresas españolas, en mercados de gran importancia estratégica para nuestro país.

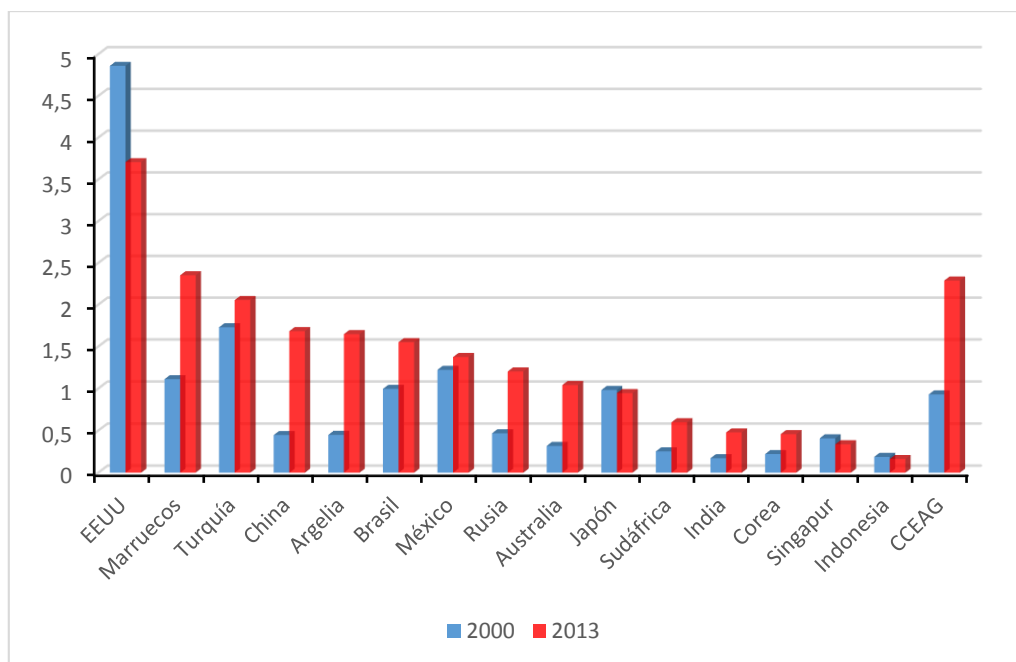
Como muestra el Gráfico 11, las exportaciones españolas han experimentado un fuerte crecimiento en todos los países que cuentan con un PIDM, con la excepción de Estados Unidos, Sudáfrica e Indonesia, aunque en estos dos últimos casos el retroceso es mucho menor.

Destacan, por la magnitud del avance, China, Argelia, Rusia, Brasil, Marruecos o los CCEAG, precisamente algunas de las economías más dinámicas y con un mercado más amplio a escala mundial.

En ese proceso de diversificación de las ventas, la cercanía geográfica sigue jugando un papel importante, como lo demuestra el hecho de que Argelia

y Marruecos se sitúan entre los países que han restado más cuota a los tradicionales grandes mercados en el total de nuestras ventas.

Gráfico 11. Evolución de las exportaciones españolas a los países con PIDM (porcentajes)



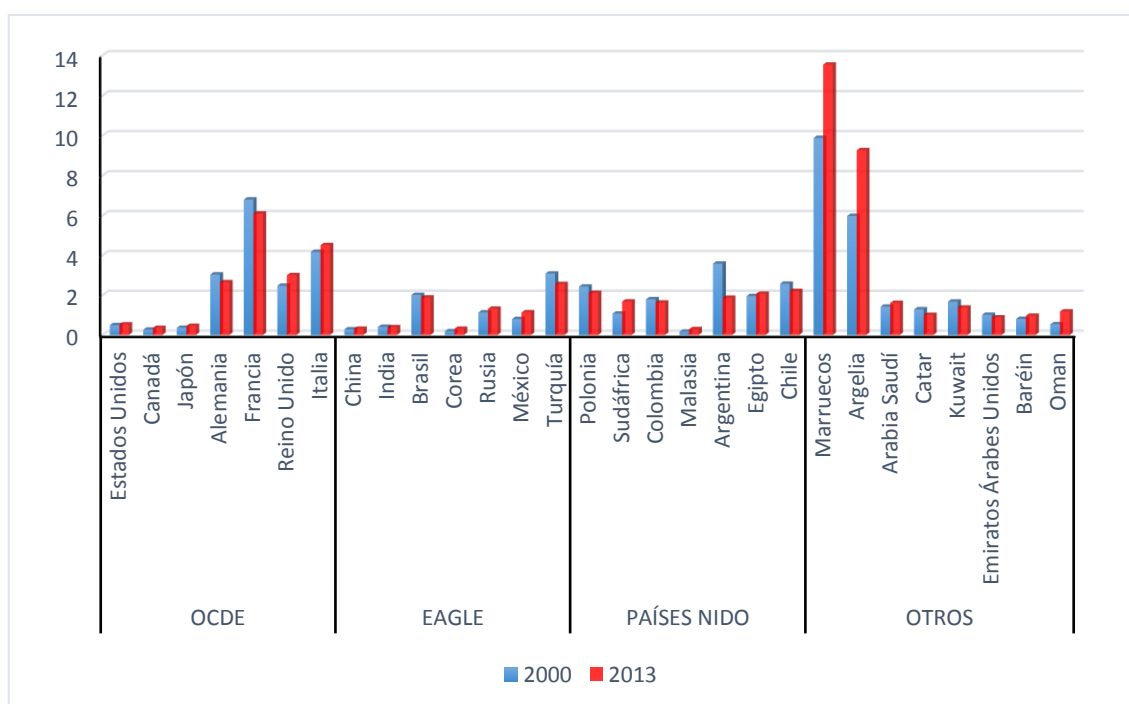
Fuente: Elaboración propia con datos de la UNCTADstat

En la actualidad y, en los próximos diez años, se espera que casi un 80% del crecimiento venga de la mano de las economías emergentes (BBVA Research). Se cree que China e India serán quienes lideren el crecimiento

mundial, y que otros países como Rusia, México, Nigeria, Arabia Saudí, Brasil y Turquía, crezcan también por encima del promedio.¹

Elevar el grado de penetración de nuestros productos en dichos mercados es fundamental para el avance de las exportaciones y, por ende, para el crecimiento de la economía española, máxime si, como muestra el Gráfico 12, la cuota de los productos españoles en el total de las compras de la mayoría de esos países sigue siendo aún muy reducida.

Gráfico 12. Cuota que representan las importaciones de productos españoles en cada país (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la UNCTADstat.

¹ Atendiendo a su aportación al crecimiento del PIB en los próximos años, el BBVA agrupa las economías emergentes en dos categorías: en primer lugar los EAGLEs, grupo constituido actualmente por catorce países, cuya aportación al crecimiento del PIB, en la próxima década, se espera que supere el 60%. Ordenados de mayor a menor aportación, son China, India, Indonesia, Rusia, México, Nigeria, Arabia Saudí, Brasil, Turquía, Filipinas, Pakistán, Irak, Bangladesh y Tailandia. La otra categoría la forman los países Nido. Se trata, en este caso, de dieciséis países, los cuales, se estima, que contribuirán a un crecimiento del PIB cercano al 10%. Son, concretamente, Malasia, Egipto, Colombia, Vietnam, Polonia, Emiratos Árabes Unidos, Irán, Myanmar, Kazajistán, Catar, Argelia, Perú, Argentina, Sudáfrica, Chile y Sri Lanka (BBVA, 2015, pp. 9-15).

Como se puede apreciar, sólo Marruecos y Argelia reservan a los productos españoles una parcela significativa en el total de sus importaciones.

Por el contrario, en las grandes potencias emergentes (China, India o Rusia), los productos españoles siguen representando una cifra insignificante de su cartera de compras. Probablemente sea en estos destinos donde más nos interesa progresar, ya que Asia ha sido el principal protagonista del avance de las importaciones mundiales.

Queda, por lo tanto, mucho margen para seguir profundizando en las relaciones comerciales con esos países. Es imprescindible continuar avanzando en el grado de penetración en dichos mercados, para aprovechar el gran impulso que registra y, previsiblemente, registrará en el futuro, su demanda.

No debemos valorar, negativamente, el descenso de las exportaciones españolas en el mercado europeo. El motivo de este receso está, en que España ha optado por orientar sus exportaciones hacia mercados mucho más dinámicos y que ofrecen mayores oportunidades de futuro, como son todas las economías emergentes.

El problema es que están aún en una etapa de promoción, sin que se haya logrado la consolidación suficiente, como para que la cantidad de bienes que reciben de España tenga la importancia deseada en nuestra Balanza Comercial.

Por tanto, el principal objetivo de España, de cara al futuro, es elevar el grado de penetración de nuestros productos en estos países, pues su demanda está siendo, y se espera, sea, la más dinámica, un 6,2% de media frente al 1,9% de las economías desarrolladas. Especial importancia adquiere la posibilidad de ganar cuota en el denominado grupo de los BRIC (Brasil, Rusia, India y China), para los cuales se espera un fuerte crecimiento de sus compras en los próximos años. Es, por ello, por lo que tenemos que apostar por potenciar el comercio con estos países, ya que son un destino muy atractivo para futuras inversiones.

6. CONCLUSIONES

Durante el período analizado en el presente estudio (2000-2013), las exportaciones españolas han sabido mantener una tasa de crecimiento, muy positiva, en comparación con nuestros principales socios comunitarios y el resto de grandes potencias económicas.

Esa ampliación de las ventas fuera del mercado español, ha permitido que la aportación de las exportaciones al crecimiento del PIB se haya mantenido durante los últimos tres lustros casi siempre positiva. Sin embargo, el peso del sector exportador es aún insuficiente para que ese avance sea capaz de contrarrestar la caída de la demanda interna en etapas recesivas como la que ahora empezamos a superar.

Efectuando una comparación de la propensión a exportar de nuestro país con la de otros de características similares, se observa que ésta ha mejorado en los últimos tiempos, superando la de Francia, Italia y Reino Unido, pero la proporción que las ventas en el exterior representan sobre el total de la producción, sigue siendo muy inferior a la de Alemania, cuyos pasos deberíamos seguir para mejorar.

Durante los años centrales de la última década, hemos visto que, aunque se ha perdido competitividad vía precios, la economía española ha sido capaz de recuperarla a partir del año 2010, gracias a la mejora de la productividad y la moderación salarial.

En el apartado 4, también se ha analizado la influencia de la diversidad empresarial en las exportaciones españolas. Como se ha visto, la favorable trayectoria mantenida por las ventas al exterior se debe a la aportación de unas pocas grandes empresas altamente productivas y que emplean mano de obra cualificada. Por el contrario, la mayoría de las pymes aún no disponen del necesario potencial técnico ni inversor, para poder acometer su salida al mercado exterior. Aunque ya hay algunas, que se han lanzado a probar fortuna, su incidencia en el total de envíos al exterior es poco significativa, y sus rendimientos no repercuten en el desarrollo de la economía.

La calidad de los productos es otro factor importante para la competitividad del país, y ésta viene dada por la heterogeneidad, el nivel de publicidad y el grado de innovación, elementos potenciadores del bien a exportar.

Los cambios en la composición sectorial de las ventas también han jugado su papel en el avance de nuestras exportaciones. Pese a que el 40% de las mismas siguen siendo de productos de intensidad tecnológica media-alta, durante los últimos años estos han cedido cuota al resto, especialmente los de contenido tecnológico medio-bajo, que también han sido los más dinámicos a escala mundial.

España ha sabido, por tanto, aprovechar el tirón de la demanda internacional en ese segmento de productos y, a la vez, ganar posiciones en los que por su superior esfuerzo en I+D, generan mayor valor añadido.

Por último y centrándome en el tema principal del trabajo, el patrón geográfico de los envíos españoles al exterior, ha sufrido cambios en la última década. Mientras que, a principios de siglo, más del 70% de las exportaciones tenían como destino países europeos, esta tendencia ha cambiado en los últimos años, de tal forma, que esa cifra se ha visto mermada por el incremento de las ventas a mercados de fuera de la Unión Europea. Esto es un dato favorable para el país, ya que esos destinos a los que se están redirigiendo nuestros productos (economías emergentes) se caracterizan por ser mercados muy amplios, mucho más dinámicos y con más oportunidades de futuro que los de los países más desarrollados.

Ellos son los que previsiblemente, liderarán el comercio mundial en los próximos años, por lo que no podemos desaprovechar esta oportunidad, y debemos centrar todos nuestros esfuerzos en lograr una posición favorable en estos nuevos destinos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, F. y Pérez, F. (2012): *Comercio internacional y exportaciones*, Informe Fundación BBVA-Ivie.
- Álvarez, M.E. y Vega, J. (2012): “El patrón exportador de la industria española, dificultades y logros recientes”, *Economistas*, núm. 130, pp. 48-62.
- Álvarez, M.E. y Vega, J. (2011): “Estrategias de competitividad exterior de la economía española”, *Principios: estudios de economía política*, núm. 18, pp. 31-46.
- BBVA (2015): *Situación EAGLEs, análisis transversal economías emergentes*, BBVA Research.
- BBVA-Ivie (2013): *Crecimiento y competitividad. Los retos de la recuperación*, Informe Fundación BBVA.
- Canals, C. y Fernández, E. (2008): “Luces y sombras de la competitividad exterior de España”, *Documentos de economía*, núm. 10, Servicio de Estudios de la Caixa.
- García, C. y Tello P. (2011): “La evolución de la cuota de exportación de los productos españoles en la última década: el papel de la especialización comercial y de la competitividad”, *Boletín Económico*, mayo, Banco de España, pp.49-60.
- Gordo, E y Tello P. (2012): “La competitividad de la economía española en la UEM”, *Economistas*, núm. 130, pp. 17-30.
- Información Comercial Española (ICE) (2014): “El comercio exterior de España en 2013”, *Boletín económico ICE*, núm. 3053.

- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) (2014): *Plan Estratégico 2014-2015*. Madrid, 13 de febrero de 2014.
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) (2014): *Planes integrales de desarrollo de mercados 2014*. Disponible en: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/programas-y-servicios-de-apoyo/pidm/index.html>, [consulta: 06/05/2015]
- Muñoz, J.A. y Rodríguez, D. (2012): “El comportamiento exportador de las empresas industriales y el papel de la calidad”, *Economistas*, núm. 130, pp. 76-82.
- Myro, R.; Álvarez López, M^a E.; Rodríguez Rodríguez, D.; Fernández-Otheo, C. M. y Vega Crespo, J. (2013): *Fortalezas competitivas y sectores clave en la exportación española*, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- Myro, R. (2012) “La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes”, *Economistas*, núm. 130, pp. 39-47.
- OECD (2007): *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2007*.
- Orgaz, L., Molina, L. y Carrasco, C. (2011): El creciente peso de las economías emergentes en la economía y gobernanza mundiales. Los países BRIC. *Documentos ocasionales*, Banco de España, núm. 1101.