



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Ciencias Económicas y  
Empresariales**

**Grado en Administración y Dirección de  
Empresas**

**Dinámica y geografía de las  
exportaciones españolas en el siglo  
XXI**

Presentado por:

***Alejandro Pereiro Vázquez***

**Resumen.** La recuperación económica de España depende, entre otros factores, de la favorable trayectoria que tomen las exportaciones. En el presente trabajo podemos comprobar como España no solo mantiene el peso de su cuota exportadora durante los 3 últimos lustros, si no que mantiene una evolución mucho más favorable que la gran mayoría de sus socios desarrollados. Lo hace gracias a la adecuación de la cesta de productos exterior a la demanda mundial, la penetración en los mercados más dinámicos y a la productividad que consiguen las grandes empresas exportadoras. Concluimos el trabajo señalando que España posee un fuerte tejido productivo y que gracias a la implantación de determinados planes de desarrollo de mercados se está consiguiendo llevar a las empresas hacia destinos atractivos, que hagan aumentar la cuota exportadora del país.

**Palabras clave.** Exportaciones, diversificación de la cesta exportadora, peso de las exportaciones y diversificación espacial.

**Clasificación JEL.** F10, F14

**Abstrac.** The economic recovery in Spain depends, among other factors, on the positive trajectory exports might take. In this project, we can check that Spain not only maintains its export quota during the last 15 years, but also it has had a much favorable numbers than it developed countries partners. This is possible thanks to the adequacy of the exterior basket of products to the worlds demand, the penetration in the most dynamic markets, and the productivity acquired by the large export enterprises. We conclude our project pointing out that Spain has a strong productive sector and thanks to the implementation of some specific market development plans it's been achieved taking different enterprises towards attractive destinations with will make the export quota grow.

**Key words.** Exports, diversification of the export basket, exports weight, spatial diversification.

**JEL classification.** F10, F14

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. METODOLOGÍA.....	6
3. DINÁMICA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN EL SIGLO XXI.....	7
3.1 Exportaciones y PIB .....	7
3.2 Comparación Internacional .....	10
4. LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS. FACTORES DETERMINANTES.....	12
4.1 Las empresas exportadoras .....	12
4.2 La cesta exportadoras española y la demanda mundial.....	14
4.3 Diferenciación y calidad de los productos exportados .....	17
4.4 Costes y productividad de las empresas exportadoras.....	17
4.5 Mercados de destino.....	19
5. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS PRODUCTOS DE LA CESTA EXPORTADORA ESPAÑOLA.....	20
5.1 Las ventas al mercado comunitario .....	21
5.2 Exportaciones al resto del mundo en el siglo XXI.....	23
6. CONCLUSIONES.....	27
BIBLIOGRAFÍA .....	29

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tasa de crecimiento interanual de las X españolas, 2000-2015.....	7
Gráfico 2 Aportación de las X españolas al crecimiento del PIB .....	8
Gráfico 3 Evolución de las X españolas de bienes y servicios, 2000-2015.....	9
Gráfico 4 Evolución de la cuota exportadora de países desarrollados.....	10
Gráfico 5 Evolución de las X españolas por contenido tecnológico .....	14
Gráfico 6 Evolución de las X mundiales por contenido tecnológico .....	15
Gráfico 7 Evolución del CLU español, 1999-2016.....	18
Gráfico 8 Distribución espacial de las X españolas.....	21
Gráfico 9 Distribución espacial de las X españolas en la UE-28.....	21
Gráfico 10 Países fuera de la UE-28 con mayor peso en la cuota exportadora.....	22
Gráfico 11 Cuota de las X españolas a países con PIDM.....	24
Gráfico 12 Peso de las importaciones españolas en sus principales clientes europeos y en países con PIDM .....	25

## 1. INTRODUCCIÓN

Las exportaciones son uno de los componentes de la demanda agregada (en adelante, PIB) y, por tanto, uno de los pilares de cualquier economía. Su importancia, en el caso español, se agranda sobre todo en los periodos de recesión, cuando la demanda interna cae arrastrada por el consumo privado.

El período analizado en este trabajo es el transcurrido desde el año 2000 hasta la actualidad, una etapa que permite analizar el comportamiento de las exportaciones en dos fases bien distintas del ciclo económico: una primera, que cubre la segunda parte del periodo expansivo iniciado a mediados de los noventa y una segunda, de intensa recesión, enmarcada en una crisis financiera global, de la que solo recientemente se ha logrado salir. Resulta, pues, de gran interés, analizar cómo se han comportado las exportaciones en ambas etapas y cuál ha sido su contribución a la salida de la crisis.

El análisis se realizará desde dos perspectivas distintas: una interna, en la que su dinámica se pondrá en relación con la del PIB, para comprobar en qué medida las exportaciones contribuyeron a dinamizar la demanda agregada en la etapa expansiva, y han sido, después, una vía para sustentar la producción ante la fuerte caída de la demanda nacional ; y otra externa, en la que se comparará su evolución con la de las ventas al exterior de nuestro principales socios europeos y otras economías desarrolladas.

La favorable trayectoria de mantenida en todo el periodo por nuestras ventas al exterior no es ajena a los avances logrados en el grado de penetración de nuestras exportaciones en algunos de los mercados más dinámicos del mundo y otros de gran tamaño y elevada capacidad de compra. De examinar esos cambios en los destinos se ocupa el último y más importante apartado del trabajo, haciendo previamente, en el punto anterior, un repaso por los distintos factores determinantes de la competitividad de las exportaciones, entre otros, la diferenciación y calidad de los productos de exportación, los cambios en la estructura sectorial de nuestra cesta exportadora , las características de las empresas exportadoras españolas, la evolución de los costes laborales unitarios y la productividad de las empresas en comparación con la de

nuestros competidores y de la adecuación de nuestra cesta de productos a la demanda mundial.

## 2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente trabajo se ha recurrido a diversas fuentes estadísticas:

Instituto Nacional de Estadística (INE). Se han utilizado los datos proporcionados por este organismo para calcular la serie de exportaciones a precios constantes de 2010 y su tasa de crecimiento interanual para el periodo 2000-2015. Igualmente, se ha recurrido a los datos de la Contabilidad Nacional del INE para determinar la aportación de las exportaciones españolas al Producto Interior Bruto durante el mismo período y obtener la serie desagregada de exportaciones de bienes y de servicios.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). A través de su base de datos, *UnctadStat*, se ha calculado la cuota exportadora española y de los principales países desarrollados a fin de comparar su evolución en el periodo analizado. Las estadísticas de comercio de la Unctad han servido también de base para calcular el peso de los productos españoles en las importaciones de nuestros principales clientes y de los países PIDM.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). Con el objeto de comprobar si nuestra cesta exportadora se adecua bien a la demanda mundial, a partir de la base de datos, *STAN Bilateral Trade Database*, que publica la OCDE, se ha calculado el peso de los distintos productos agrupados por contenidos tecnológicos en el total de las exportaciones españolas y el que ostentan en el comercio mundial

Banco de España. Se ha recurrido a la base de datos del Banco de España para comparar la evolución del coste laboral unitario español durante el siglo XXI con el del conjunto de países desarrollados.

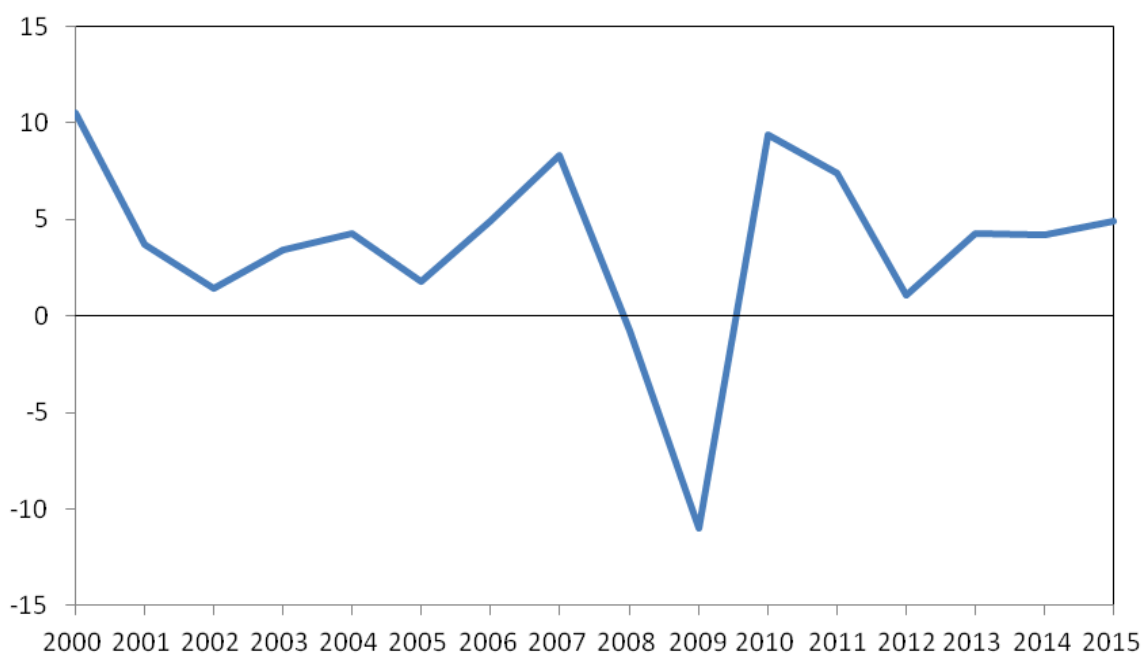
### **3. DINÁMICA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN EL SIGLO XXI**

Como ya se ha adelantado en la introducción, el presente apartado se dedicará a analizar la dinámica de las exportaciones españolas desde el año 2000 hasta la actualidad. Ha sido una época que se ha caracterizado sobre todo por dos fases muy marcadas. Una anterior al año 2008 de gran crecimiento de la economía, nunca por debajo del 3% interanual en términos del PIB, y otra posterior al en la que se ha vivido una profunda crisis, de la que sólo en los dos últimos años se ha logrado salir. Las exportaciones han sido, tanto en una etapa, como en la otra, una de las piedras angulares de nuestra economía, contribuyendo, primero al crecimiento del PIB y después a contrarrestar, en gran medida, la caída de la demanda interna

#### **3.1 Exportaciones y PIB**

Como se puede observar en el gráfico 1, con la excepción del año 2009, en que se produce un importante colapso en el comercio mundial, durante todo el resto del periodo las exportaciones crecen a tasas positivas y, en general, elevadas. Superado el impacto de la caída del comercio mundial, durante los años siguientes las exportaciones se convierten en el verdadero soporte de la economía española, con cifras de crecimiento muy por encima del PIB, que elevan la media anual de todo el periodo.

**Gráfico 1. Tasa de crecimiento interanual de las exportaciones españolas, 2000-2015**  
(porcentajes, precios 2010)



Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España

El peso de las exportaciones en el PIB pasa de ocupar un 23,3 por 100 en 2009 al 32,7 % en 2016, cifra que, dentro del ámbito de la UE-15 únicamente es inferior a la de Alemania (Álvarez y Vega, 2017)

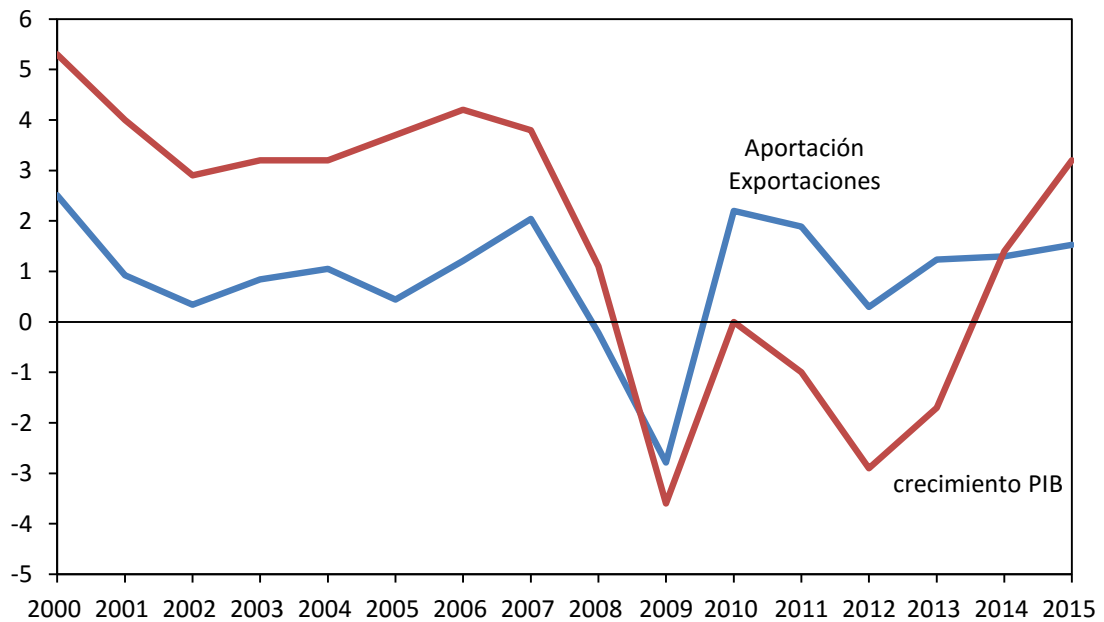
Estos valores hablan de la fuerza del tejido productivo español y de su capacidad para competir en los mercados internacionales.

Las exportaciones españolas durante todo el período que estamos analizando y con la excepción de los años 2008 y 2009 han aportado siempre crecimiento al PIB. Si analizamos por separado los dos tramos que separamos anteriormente, la contribución de las exportación al PIB hasta el año 2007 era positiva pero inferior al valor de las importaciones y por lo tanto estábamos ante un déficit del saldo de la cuenta exterior. Con la crisis, y a partir de 2010 sobre todo, las exportaciones se convierten en el motor de la economía española. La caída de la demanda interna junto con la orientación de las empresas españolas hacia los mercados internacionales hacen que las exportaciones pasen a tener esa aportación positiva al



PIB frenando lo que hubiera sido una mayor recesión de nuestra economía en este período de crisis.

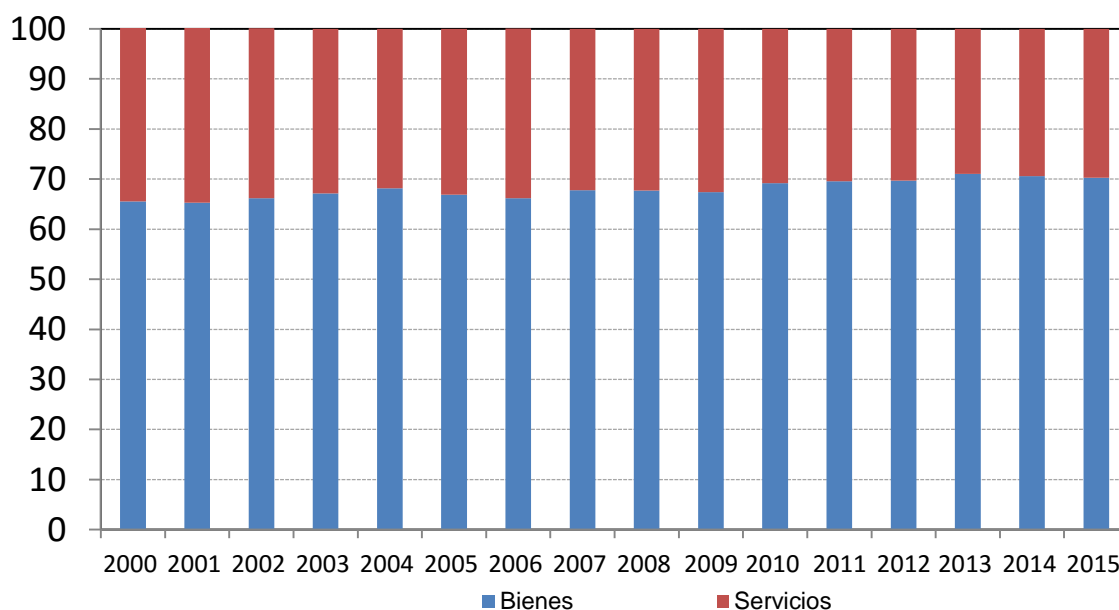
**Gráfico 2. Aportación de las exportaciones españolas al crecimiento del PIB (porcentajes)**



Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

Como se puede observar en el gráfico 3, los bienes han sido los principales impulsores de las exportaciones españolas en lo que va de siglo XXI llegando a ocupar un 70% del total y con notables ascensos. A un ritmo más pausado que los bienes, los servicios también han crecido, con la excepción de los servicios informáticos, en especial los servicios no turísticos hasta el punto de superar al turismo en el total del volumen de ésta partida (Myro, 2013), (Álvarez y Vega, 2017).

**Gráfico 3. Evolución de las exportaciones españolas de bienes y servicios, 2000-2015 (porcentajes a precios de 2010)**



Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España.

### 3.2 Comparación internacional

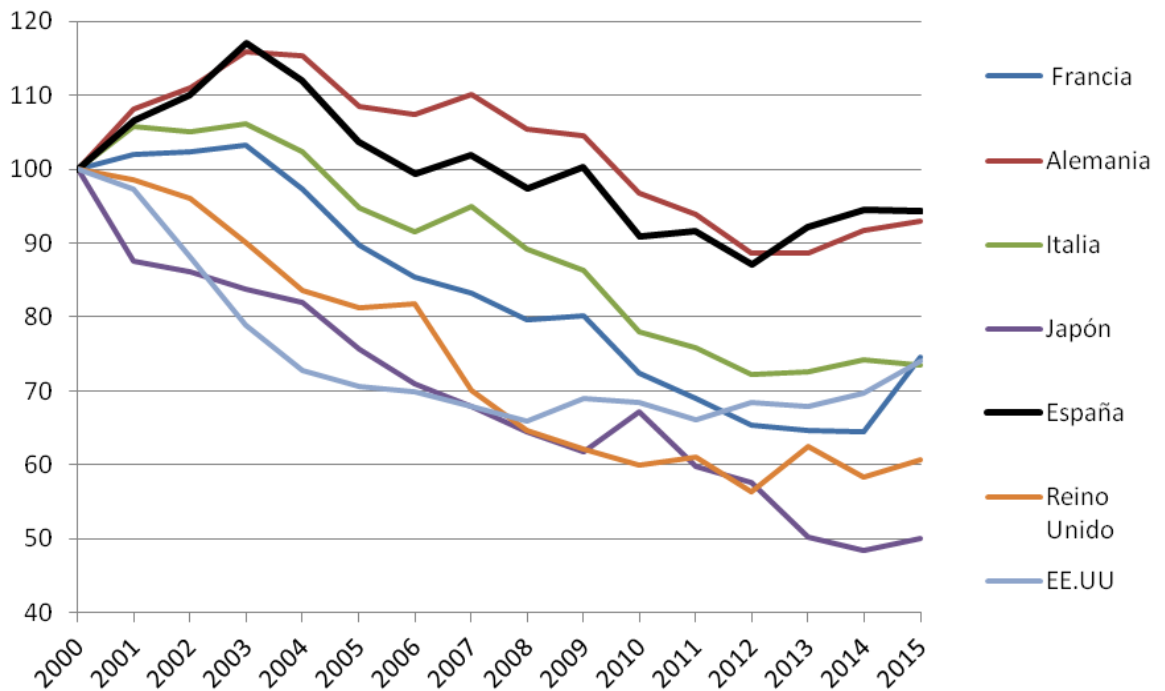
Una prueba aún más evidente de la favorable trayectoria mantenida por nuestras ventas exteriores es la que se obtiene al calcular la cuota que las exportaciones españolas representan en el comercio mundial (cuota exportadora) y comparar su evolución con la de otras economías de similar nivel de desarrollo.

Como se puede observar el gráfico 4, España es, entre las grandes economías mundiales, la que mejor ha soportado la competencia de las economías emergentes, con un descenso en la cuota similar al de Alemania y muy inferior al de Japón, Reino Unido, Estados Unidos e Italia.

Ha iniciado el período con una cuota del 1,8% del peso mundial y lo ha terminado con una del 1,7%.

España, al igual que otras economías desarrolladas, incrementó su peso en el comercio mundial durante los primeros años de la década de 2000, hasta la irrupción en los mercados internacionales de las nuevas economías en desarrollo que han conseguido producir de forma más competitiva a través del binomio precio-calidad.

**Gráfico 4. Evolución de la cuota exportadora de países desarrollados**  
(Índice, 2000=100)



Fuente: Unctad, UnctadStat

A partir del año 2004 todas las economías desarrolladas han ido perdiendo peso en el total de la cuota mundial de exportaciones con la excepción de las ya mencionadas España y Alemania, que han conseguido defenderse con éxito de la irrupción de las nuevas economías emergentes, demostrando, de esta forma, la solidez de su tejido productivo. Significativo es el caso de grandes economías como EEUU, Reino Unido o Japón que han visto reducida a casi la mitad su cuota exportadora en el presente siglo.

España ha conseguido mantener la competitividad de sus exportaciones a pesar del deterioro de los costes relativos en la etapa expansiva. Las razones del por qué esa pérdida de competitividad en costes no ha frenado el avance de las exportaciones son diversas: por un lado, España ha sabido adaptarse a la demanda mundial, orientando su cesta exportadora a los productos bienes de intensidad tecnológica media; por otro, a la vez seguía apostando por mercados maduros, con gran capacidad de compra, como la Unión Europea (donde enviamos alrededor del 70% de

nuestras exportaciones) y Estados Unidos, y además ha ido orientando las ventas hacia los nuevos mercados emergentes cuya demanda ha sido mucho más dinámica (Myro, 2012) (Vega y Álvarez, 2012).

Por lo tanto uno de los determinantes clave, que ha favorecido el avance de nuestras exportaciones es el llamado margen extensivo, esto es, la diversificación de productos y de destinos (Gordo y Tello, 2012), pero también lo hemos hecho en el margen intensivo, es decir, el aumento de la cantidad enviada al exterior por las principales empresas exportadoras ya posicionadas en los mercados internacionales.

#### **4. LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS. FACTORES DETERMINANTES**

Que España haya conseguido mantener su cuota exportadora se puede explicar a través de diferentes factores que han sido clave para poder competir, ya no únicamente con las economías desarrolladas, sino también para resistir a la fuerte y creciente competencia que proviene de las economías en desarrollo, las cuales, como se ha visto, han restado rápidamente cuota a casi todas las tradicionales potencias comerciales.

##### **4.1 Las empresas exportadoras.**

La diferencia entre las empresas que exportan y aquellas que no lo hacen radica en que las exportadoras, además de ser pocas en número, ponen mayor empeño en dar una cualificación más elevada a la mano de obra, realizan un mayor esfuerzo en invertir en innovación, invierten en calidad de gestión, tienen mayor intensidad en la inversión en capital fijo, fabrican productos diferenciados y de mayor calidad y por lo tanto son más competitivas y eficientes.

El gran problema de España no es la falta de competitividad y eficiencia de nuestras empresas, es la escasa existencia de grandes empresas. Esto puede explicar el porqué de la baja cuota exportadora española y a su vez la favorable evolución de ésta.

Las empresas españolas de más de 50 trabajadores son tanto o más productivas que las empresas de igual tamaño alemanas o británicas y esto todavía es más favorable en empresas con más de 250 trabajadores (Antràs, 2011) (Antràs, 2010).

Es decir, España aporta a los mercados internacionales un reducido número de grandes empresas, denominadas “*superstar*”<sup>1</sup>, (Freund y Pierola, 2016) que son igual o más eficientes y productivas que las empresas de los socios comunitarios y que explican la favorable trayectoria de nuestra cuota exportadora, pero a su vez, al ser un reducido número es lógico que nuestra cuota sea más baja que la de otros socios que aportan mayor número de empresas competitivas (Gordo y Tello, 2012). Un gran porcentaje de estas empresas suelen ser “multiproducto” y “multidestino”.

En España la gran mayoría de empresas son PYMES, que carecen de los recursos económicos necesarios para hacer frente a los costes fijos que requiere penetrar en los mercados internacionales (hacer un estudio del mercado en el que se quiere penetrar, adaptar tu producto a tal mercado, conseguir establecer una buena red de comunicación con proveedores y además ser capaz de dar publicidad al producto), sobre todo si se trata de países lejanos como es el caso de los nuevos grandes importadores, localizados en su mayoría en Asia. Además de las “*superstar*”, en España existe otro importante grupo de empresas que también están detrás del avance de nuestras exportaciones. Hablamos de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras que están situadas en nuestro territorio y que operan en casi todos los sectores clave de nuestras exportaciones. Estas filiales tienen un peso aproximado del 33% sobre el montante total de las ventas en el exterior de manufacturas y por lo tanto suponen una pieza fundamental en el tejido productivo español. A modo de ejemplo cabe citar a empresas como “*Renault*”, “*PSA Peugeot-Citroën*”, “*Michelin*”, “*Airbus*”, etc.

---

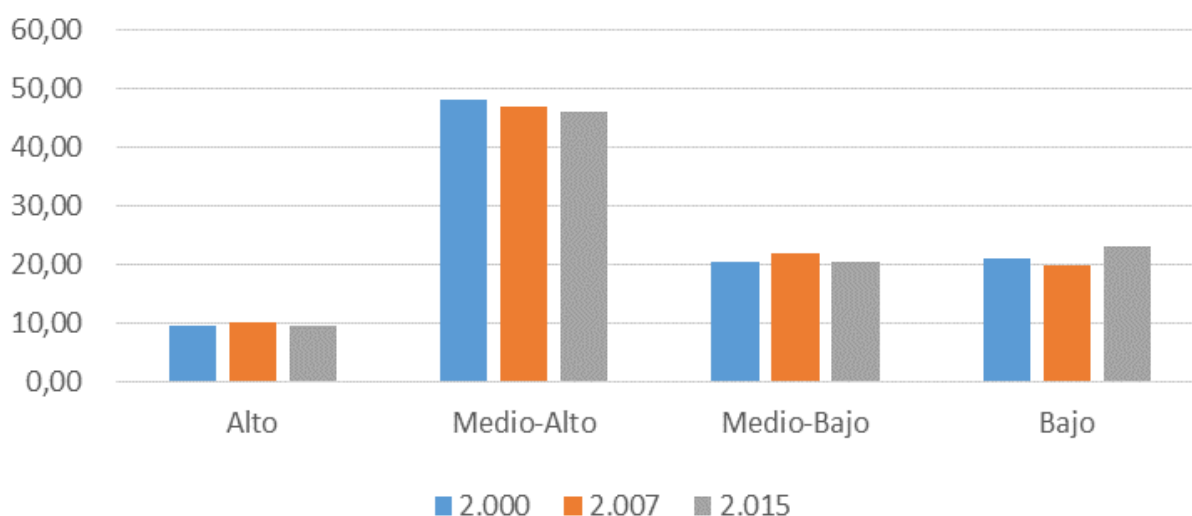
<sup>1</sup> Según los trabajos realizados por Caroline Freund y Martha Denisse Pierola (...)tan solo el 1% de las firmas más exportadoras, las llamadas *superstar*, acumulan el 53% del total de exportaciones.

## 4.2 La cesta exportadora española y la demanda mundial.

España ha sabido alinear su cesta de productos para la exportación a la demanda mundial (a excepción de las “TIC<sup>2</sup>”), centrándose en las de demanda y contenido tecnológico medio-alto, que encabezan la demanda a escala internacional. Pero, como se puede apreciar en el gráfico 5, a diferencia de lo que sucede con el comercio mundial, son las manufacturas menos intensivas en I+D las que han visto crecer en mayor medida sus ventas al exterior, gracias, sobre todo, al avance en el grado de internacionalización del sector alimentario, pero también otras como tabaco, bebidas, textil o confección (Myro, 2013 y 2015)

. Las de mayor contenido tecnológico, en cambio, han sido menos dinámicas, a pesar de que han ganado mucho peso actividades como la industria farmacéutica o el sector químico, con grandes avances en los mercados exteriores.

**Gráfico 5. Evolución de las X españolas por contenido tecnológico (porcentajes)**



Fuente: OCDE, Stan Database

Como resultado, España sigue teniendo una importante desventaja en cuanto al peso de los productos de mayor contenido tecnológico, donde se incluyen las TIC,

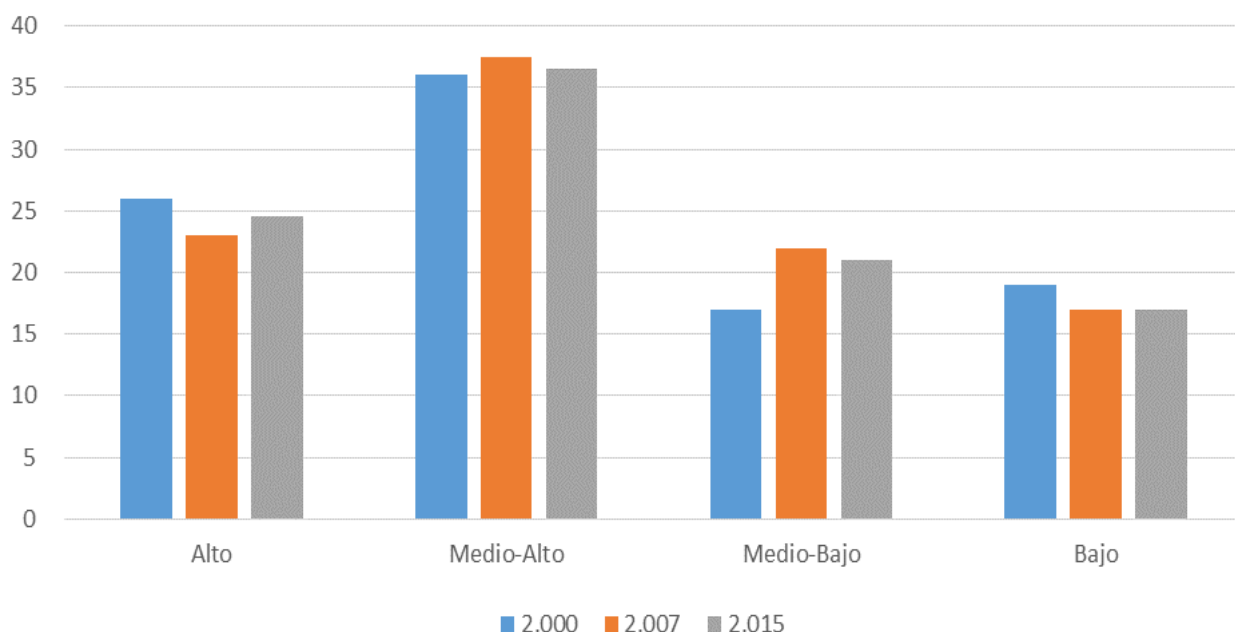
<sup>2</sup> Tecnologías de la información y comunicación (TIC), son el conjunto de tecnologías que facilitan el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información que puede ser presentada en diversos tipos de códigos como la imagen o el texto. Su elemento más representativo es el ordenador y si hablamos más concretamente internet.

que no llega ni al 10% del total de nuestras exportaciones. Es un dato preocupante porque como se puede ver en el gráfico 6, éste es el segundo sector con más movimiento en el comercio mundial.

En cuanto a los productos de media-alta y media-baja tecnología España se sitúa actualmente en valores similares a los obtenidos al principio del período, con retrocesos en algunos sectores como el del automóvil, cuero o calzado, y avances en otros como maquinaria agrícola e industrial, metálicas o maquinaria eléctrica.

Si nos fijamos en el gráfico 6, donde aparece el desagregado de las exportaciones mundiales por contenido tecnológico, las actividades de media-alta tecnología son las que tiene un mayor peso en los mercados internacionales por lo que, en este sentido, España se adecúa bien a la demanda mundial. Las actividades de medio-bajo contenido tecnológico son las que a escala internacional se han mostrado más dinámicas en los últimos tres lustros. Su cuota en las exportaciones españolas es similar a la que ostentan en la demanda mundial, lo que también favorece el avance de nuestras ventas exteriores.

**Gráfico 6. Evolución de las X mundiales por contenido tecnológico (porcentajes)**



*Fuente: OCDE, Stan Database*

Si se realiza un análisis de los sectores vinculado al grado de competitividad que poseemos en los mercados internacionales podríamos construir una clasificación

donde encontraríamos por una parte los sectores clave de las exportaciones españolas, también aquellos sectores que, sin ser clave todavía, estamos consiguiendo grandes avances en competitividad y por último aquellos en los que ni somos competitivos ni estamos cerca de serlo aún (Myro, 2015)

- Sectores que son pieza fundamental de nuestras exportaciones y en los que tenemos claras ventajas competitivas: alimentación, bebidas, tabaco, automóviles y sus accesorios, maquinaria agrícola-industrial, metálicas básicas, química, maquinaria electrónica, textil, confección y medicamentos.
- Sectores que van ganando peso en nuestra cesta exportadora debido a la penetración en nuevos mercados y al aumento de la sofisticación de los productos y por lo tanto en los que estamos realizando grandes avances en cuanto a su capacidad competitiva: papel, madera, farmacéutica o equipo de transporte.
- Por último aquellos sectores en los que actualmente nos encontramos en clara desventaja competitiva con otros socios, ya que no tienen un alto grado de sofisticación dentro de nuestra cesta ni conseguimos introducirlos en mercados más dinámicos: minerales no metálicos, calzado, cuero, equipos de telecomunicaciones, instrumental científico y óptico, muebles, maquinaria de oficina y las TIC.

En cuanto a los servicios, las exportaciones de servicios no turísticos no han dejado de crecer en todo el siglo y, salvo los informáticos, han conseguido ganar peso en el comercio mundial, en especial, los servicios dirigidos a las empresas.

Cabe concluir, por tanto, que en términos generales la estructura de nuestra cesta exportadora de bienes se adecúa relativamente bien a la demanda mundial. Además nuestro tejido productivo se ha diversificado y no ha dejado de crecer en exportaciones de servicios.

Además, diversos estudios de investigación realizados por (Hidalgo y Hausmann, 2009) y (Gordo y Tello, 2011), corroboran que España tiene una de las carteras de productos más diversificada entre las economías más desarrolladas de la UE.



### **4.3 Diferenciación y calidad de los productos exportados**

Muchos son los autores que se apresuran a medir el nivel de calidad de un producto a través del precio del mismo, es decir, a mayor precio mayor calidad de producto, y no todos destacan la calidad de las exportaciones españolas según este método. (Gordo y Tello, 2011) afirman que durante los últimos diez años la calidad de las exportaciones españolas ha mejorado poco y las sitúan dentro de los segmentos de baja calidad.

Sin embargo, un estudio de Goldman Sachs (2013) sobre la competitividad en la eurozona, medida a través de elasticidad precio de la demanda exterior del producto, sitúa a España como el país de la eurozona con los valores más bajos, lo que apunta a una clara mejora en la calidad de los productos ofertados en nuestra cesta.

Además, una encuesta realizada por la *European Firms in a Global Economy* (EFIGE<sup>3</sup>) a diversas empresas de países como Alemania, España, Italia, Hungría, Reino Unido o Austria, que muestra el porcentaje de empresas, independientemente de su tamaño, con certificado de calidad y grado de calidad media de los productos, sitúa a las empresas españolas por encima de la media de la Unión Europea y destaca que diferencian los precios en función del mercado atendido.

Por otro lado, como ya se ha explicado en el apartado anterior, el 50% de la oferta española se compone de productos de alta y media-alta sofisticación (Myro, 2013), destacando por encima de todos el sector de la automoción en lo que a media-alta sofisticación se refiere, pero contando con una pequeña pero importante aportación de otros sectores como la maquinaria tanto eléctrica como mecánica, productos farmacéuticos, medicamentos o la química.

### **4.4 Costes y productividad de las empresas exportadoras.**

La evolución comparativa de los costes y los precios de los distintos productos es un factor clave que determina la competitividad de los mismos y, por tanto, condiciona

---

<sup>3</sup> EFIGE es un proyecto que se ha realizado para señalar las distintas políticas necesarias para mejorar la competitividad exterior de Europa. Ha sido financiado por la Comunidad Europea (FP/2007-2013).

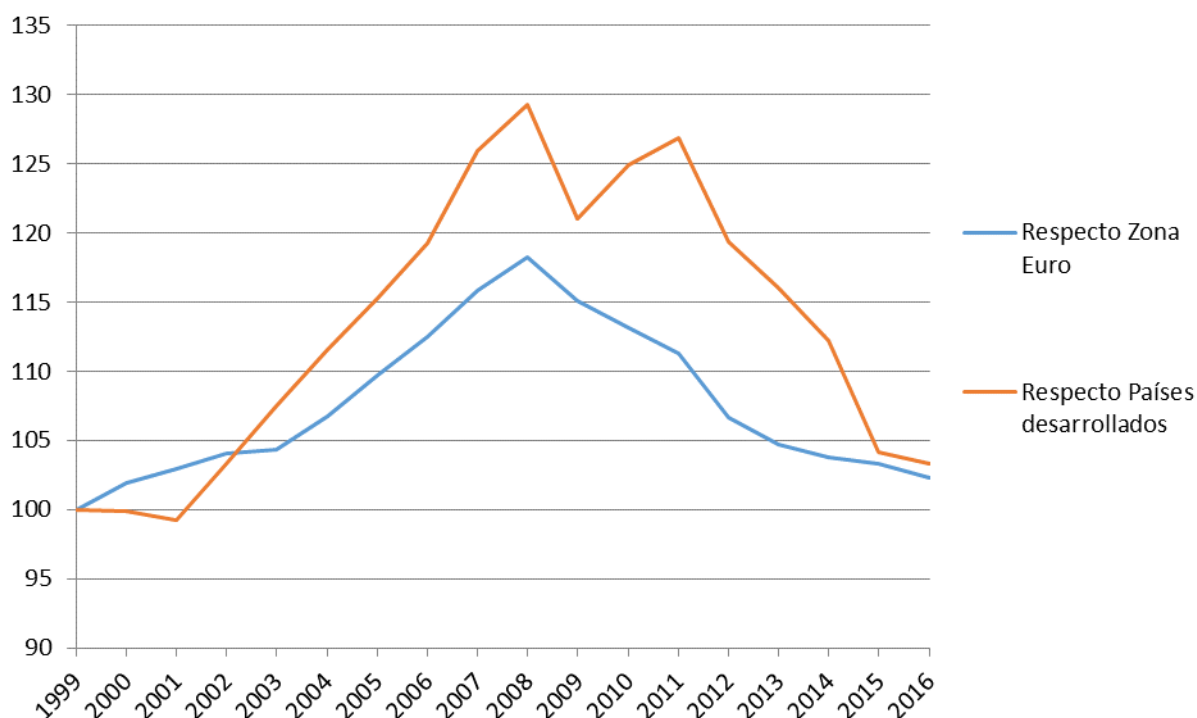
sus exportaciones. Uno de los indicadores que mejor recogen esa evolución es el coste laboral unitario (CLU), que relaciona la remuneración que percibe cada trabajador con su productividad y, por tanto, mide el coste laboral por unidad producida. En una época en la que prima en todos los aspectos el progreso, la vía para reducir los costes laborales será la de aumentar la productividad, a través de un mayor esfuerzo en innovación y una superior cualificación de la mano de obra, y no la de frenar los salarios.

En el caso de España se produce una paradoja sobre todo en la etapa expansiva ya que tanto los costes como las exportaciones crecen, es más, los costes crecen por encima de la media de la UE. Este fenómeno se apoya en un ritmo de avance de la productividad muy pausado y se puede deber a la creciente llegada de inmigrantes.

Como se puede observar en el gráfico 7, todo el periodo expansivo anterior a la crisis es una etapa de pérdida de competitividad para España vía costes laborales unitarios frente a la zona euro y también frente al grupo de países desarrollados. Los CLU en España crecen a una media del 2,2% anual mientras que otros como los de Francia lo hacen al 0,2% y en el caso de Alemania decrecen un 1,6% (Vega y Álvarez, 2012).

Los motivos están claros: el aumento de los salarios durante esta fase del ciclo económico y una productividad estancada que hasta el 2008 no empieza a converger con otras como las de Alemania o Italia.

**Gráfico 7. Evolución del coste laboral unitario español, 1999-2016**  
(Índices, 1999=100)



Fuente: Banco de España

La moderación en los salarios, sumada al relativamente buen comportamiento de la productividad, permite que España recupere durante la crisis parte de la competitividad perdida en los años anteriores. Pese a todo y, como ya se ha visto, con la excepción de 2009 las exportaciones españolas no han dejado de crecer en todo el periodo, y lo han hecho a un ritmo mucho mayor que el de la mayoría de grandes potencias comerciales.

Sin duda uno de los principales motivos que explican que, con unos costes laborales unitarios al alza, las exportaciones no frenaran su ritmo de crecimiento tiene que ver con las características de las empresas exportadoras, pues, como se ha dicho, se trata en su mayoría de firmas de gran tamaño y altos niveles de productividad capaces de absorber el aumento de los costes laborales.

#### 4.5 Mercados de destino

Otro importante factor explicativo de la buena marcha de las ventas exteriores españolas en estas dos primeras décadas del siglo son los cambios habidos en los

mercados de destino España, a diferencia de otras economías desarrolladas, ha conseguido resistir al empuje de las economías en desarrollo que han irrumpido en los mercados internacionales con mucha fuerza, y lo ha hecho en parte gracias a los cambios en la distribución espacial de sus ventas.

El principal mercado de los productos españoles sigue siendo la Unión Europea, a donde se dirigen el 70% de los nuestros envíos que, a su vez, se concentran, en los destinos más próximos, como Francia, Alemania, Italia, Portugal o Reino Unido. Sin embargo en el periodo que se analiza se ha producido una importante diversificación de los destinos hacia economías con una demanda de importaciones mucho más viva, cambio que, sin duda, ha contribuido a dinamizar las exportaciones españolas y lo seguirá haciendo en el futuro siempre que las empresas logren un mayor grado de penetración en los mismos.

En este sentido es fundamental el apoyo del gobierno con una serie de políticas encaminadas a facilitar la internacionalización de las empresas que todavía actúan únicamente en el mercado nacional.

## **5. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS PRODUCTOS DE LA CESTA EXPORTADORA ESPAÑOLA**

En este apartado se tratará de explicar, por una parte, qué mercados han sido los principales clientes de nuestras exportaciones durante el presente siglo, cuáles han ido ganando peso y qué medidas se han tomado para conseguir que las empresas españolas penetren cada vez con mayor intensidad en los mercados internacionales.

Como ya se ha anticipado en el apartado anterior, la distribución espacial de las exportaciones españolas es uno de los factores determinantes del resultado conseguido por éstas. España sigue teniendo en la Unión Europea, uno de los mercados de mayor tamaño y con superior capacidad de compra, a su principal cliente, pero, a la vez, ha ido diversificando los destinos hacia nuevos mercados, con mayor capacidad de crecimiento y sobre los que se tienen puestas todas las miradas para el futuro. Siguiendo esta línea, se han creado una serie de planes estratégicos

para asegurar una presencia cada vez mayor de empresas exportadoras españolas en mercados que son y serán el futuro del circuito internacional de bienes y servicios.

### **5.1 Las ventas al mercado comunitario**

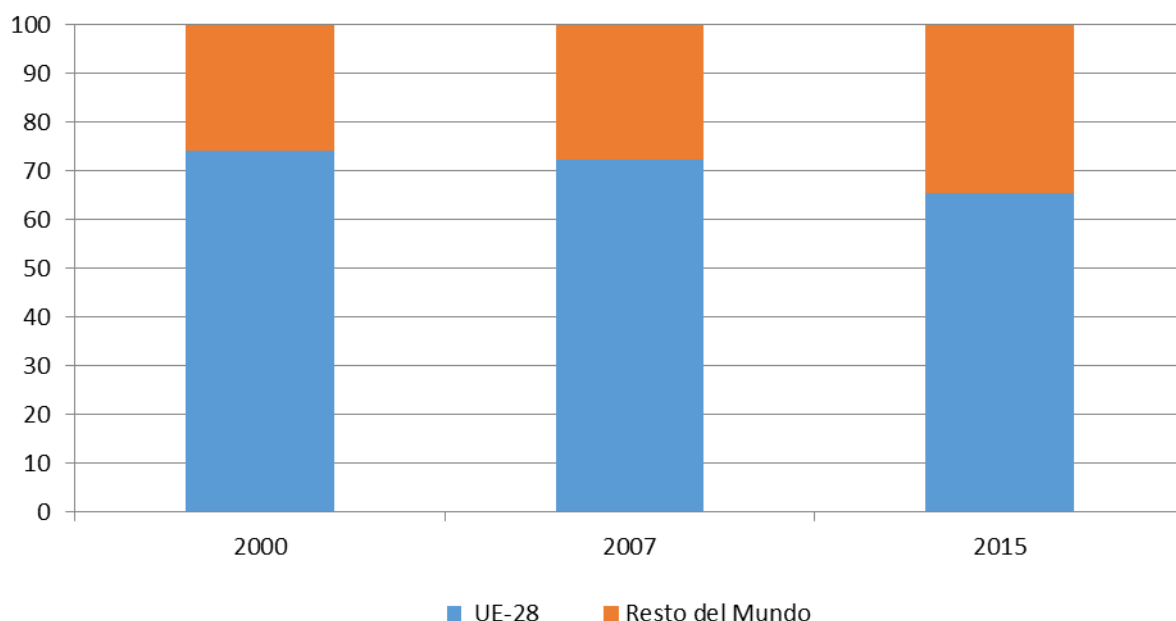
La UE-28 es el principal cliente de los productos enviados al exterior por las empresas españolas. Como se puede apreciar en el gráfico 8, casi las dos terceras partes de las ventas españolas se dirigen en 2015 al mercado comunitario. Algunos de los factores que explican esta concentración son la proximidad geográfica, que reduce costes de transporte, y la ausencia de barreras comerciales.

Su peso, sin embargo, se ha reducido de manera notable durante los tres últimos lustros (8%) en favor de otras economías menos desarrolladas, pero cuya demanda ha crecido a un ritmo mucho mayor en este periodo. Un avance al que, sin duda, han de haber contribuido los llamados Planes de Desarrollo Integral de Mercado (PIDM)<sup>4</sup>, cuyo propósito es, precisamente, lograr un mayor grado de penetración de las ventas españolas en mercados que han sido en estos últimos años, y se espera que sigan siendo en el futuro, muy dinámicos.

---

<sup>4</sup>Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado (PIDM) son unas estrategias puestas en marcha por la Secretaría de Estado y Comercio en colaboración con el CEOE con la intención de facilitar una guía para la internacionalización de las empresas españolas hacia mercados dinámicos con clara importancia estratégica ante la evidencia de que la mayoría de las empresas españolas remitían sus productos a un mercado como la UE, maduro y sin mucha capacidad de crecimiento.

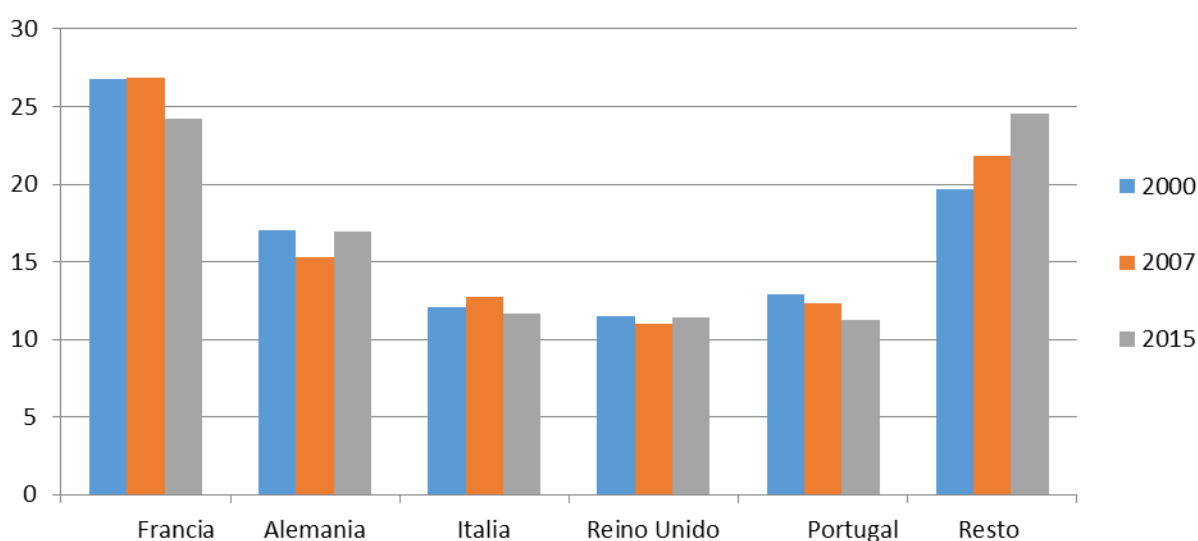
**Gráfico 8. Distribución espacial de las exportaciones españolas (porcentajes)**



Fuente: UNCTAD, UnctadStat

Dentro del mercado comunitario, cabe señalar que son solo unos pocos países los que aglutinan el grueso de las exportaciones españolas. Como se puede observar en el gráfico 9, entre Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal acogen durante todo el período más del 75% del total de envíos a la Unión Europea-28.

**Gráfico 9. Distribución espacial de las exportaciones españolas en la UE-28 (porcentajes)**



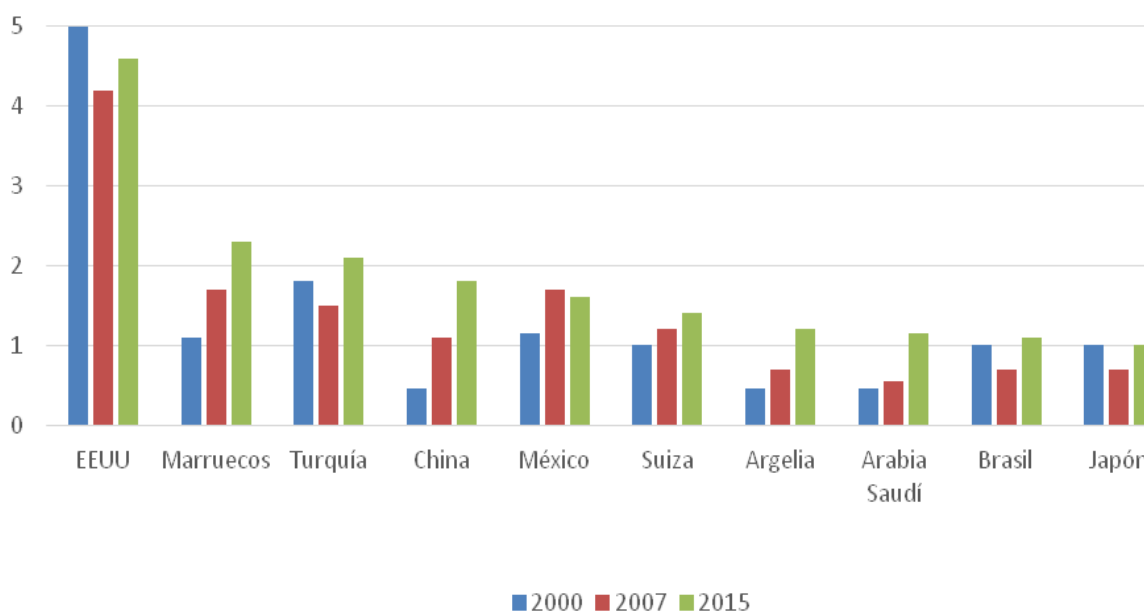
Fuente: UNCTAD, UnctadStat

Destaca, en primer lugar Francia, con alrededor de una cuarta parte del total, seguida de Alemania, que, a diferencia de los otros cuatro, ha elevado su peso entre 2000 y 2015. Así pues, también dentro del ámbito de la Unión Europea se aprecia una clara diversificación de las ventas en estos últimos años, de manera que pierden peso cuatro de los tradicionales grandes mercados europeos de los productos españoles en favor de otros socios como Bélgica, Bulgaria, República Checa, Hungría, Letonia, Malta, Países Bajos, Polonia o Rumania.

## 5.2 Exportaciones al resto del mundo.

Como se ha visto en el apartado anterior, España envía aproximadamente el 30% de sus exportaciones a países que se sitúan fuera de la UE-28. El gráfico 10 recoge los 10 países no comunitarios que reciben mayor porcentaje del total de las exportaciones españolas.

Gráfico 10. Países fuera de la UE-28 con mayor peso en la cuota exportadora (porcentajes)



Fuente: UNCTAD, Unctadstat

Como se puede apreciar, más allá de las fronteras comunitarias, el destino preferido para las exportaciones españolas es EE.UU, con una cuota próxima al 5% del total, algo más baja que la de hace quince años. Se trata, como en el caso europeo, de un mercado exigente que por su elevada capacidad de compra, se hace

imprescindible conservar. Le siguen en importancia Marruecos, Turquía y China, destinos en los que España ha ampliado notablemente el grado de penetración de sus productos, igual que en Suiza, Arabia Saudí y Argelia. China es, de entre los países que se consideran, el que más ha elevado su cuota, desde sólo un 0,46% en el año 2000 a casi un 2% en el momento actual.

De los 10 países del gráfico Brasil, México, Turquía y China son considerados por el BBVA como países *EAGLE*<sup>5</sup>, es decir, aquellos mercados que se espera que sean más dinámicos y en los que se pueden encontrar grandes oportunidades de aumentar la cuota exportadora. Menor presencia tienen las exportaciones españolas en los países *NETS*, aquellos que aspiran a ser *EAGLE*, ya que solamente Argelia y Arabia Saudí se cuelan dentro de los 10 principales destinos no comunitarios

Precisamente, con el propósito de ayudar a las empresas a superar las barreras que encuentran para expandir sus mercados hacia esos nuevos destinos con gran potencial de crecimiento futuro la *Secretaría de Estado y Comercio* y algunos organismos de promoción de las exportaciones como el *ICEX* han desarrollado los Planes de Desarrollo Integral de Mercados (PIDM), Se trata de intentar aumentar la posición exterior de nuestras empresas en mercados que son estratégicamente importantes, y donde se cree que éstas pueden tener ventajas competitivas.

Actualmente España está desarrollando un total de 16 *PIDMs*<sup>6</sup> con actuaciones como estudios de mercado, campañas de promoción o la construcción de redes entre empresas establecidas en dicho país.

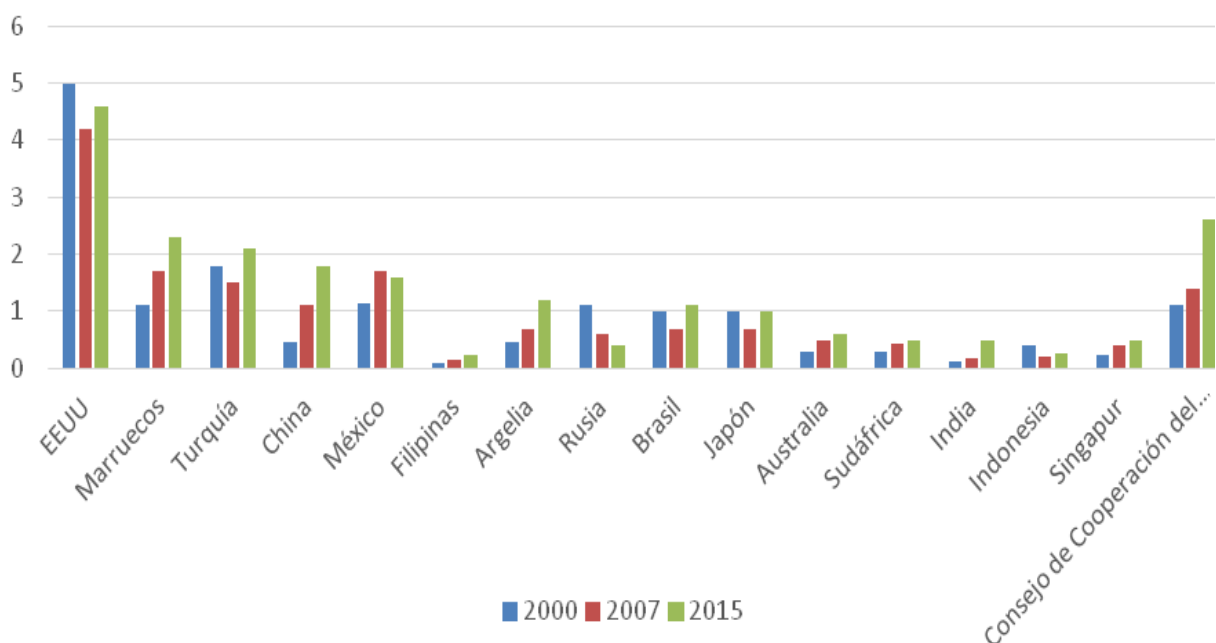
---

<sup>5</sup> Los Emerging and Growth Leading Economies (EAGLE) es un acrónimo creado por el BBVA para distinguir a aquellos países que en los próximos 10 años se espera que crezcan por encima del promedio de las economías del G7, excluido EE.UU. Es una lista que se va actualizando y que en la actualidad está formada por China, India, Indonesia, Bangladés, Malasia, Pakistán, Vietnam, México, Brasil, Nigeria, Egipto, Rusia, Irán y Turquía.

<sup>6</sup> La lista de países PIDM 2015 está compuesta por: Argelia, Australia, Brasil, China, Consejo de Cooperación del Golfo (Omán, Kuwait, Qatar, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Bahrein), EEUU, Filipinas, India, Indonesia, Japón, Marruecos, México, Rusia, Singapur, Sudáfrica y Turquía. La elección de estos países viene encuadrada dentro de un Plan Estratégico de Internacionalización en función de las prioridades geográficas españolas.



Gráfico 11. Cuota de las X españolas a países con PIDM (porcentajes)



Fuente: UNCTAD, UnctadStat

Como muestra el gráfico 11 prácticamente la totalidad de países en los que el gobierno español, junto con las agencias de promoción de las exportaciones, ha desarrollado un *PIDM* han visto incrementada su cuota a lo largo del presente siglo.

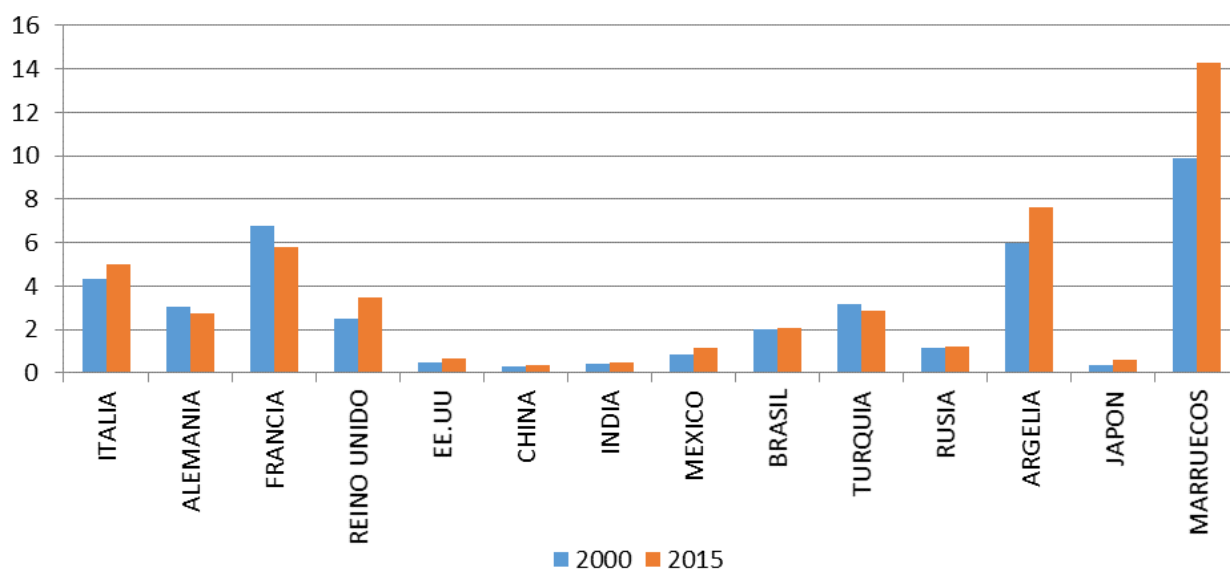
La mayor preocupación en este sentido se encuentra en EE.UU, país de gran poderío económico, donde España podría encontrar grandes oportunidades de aumentar su cuota exportadora y, sin embargo, desde 2000 la ha visto reducida; una tendencia que, además, no parece que vaya a revertirse en un futuro reciente.

En el lado opuesto se sitúan los países del Golfo, Marruecos, China o Argelia donde, con el apoyo de los respectivos Planes de Desarrollo de Mercados, hemos conseguido aumentar nuestra presencia notablemente. Una vez más la situación geográfica juega un papel relevante, como sucede en los casos de Marruecos y Argelia.

España cuenta también con Planes de Desarrollo de Mercados en 7 países del grupo de los EAGLE, lo que demuestra que la diversificación especial hacia los destinos más dinámicos, con mayores expectativas de crecimiento a corto plazo, es una de las prioridades para conseguir impulsar nuestra economía.

Esta indudable diversificación de los destinos no impide que más allá de los grandes mercados comunitarios y los más cercanos del norte de África los productos españoles sigan representando una parte insignificante de las compras de la mayoría de nuestros principales clientes, en los que por tanto, hay todavía mucho margen para reforzar nuestra presencia.

**Gráfico 12. Peso de las importaciones españolas en sus principales clientes europeos y en países con PIDM (porcentajes)**



Fuente: UNCTAD, UnctadStat

A tenor de la información recogida en el gráfico 12, entre nuestros clientes no comunitarios, sólo Marruecos y Argelia reservan un espacio importante a los productos españoles en su cesta importadora. Por el contrario, en las importaciones de otras grandes potencias emergentes, como China o India, España apenas tiene presencia. Más en concreto, mientras que dentro del ámbito comunitario, España ha perdido, a lo largo de los últimos años, cuota en algunos mercados como Francia y Alemania, para ganarla en otros como Reino Unido e Italia, en el caso de las economías en las que se han puesto en marcha *PIDM*, la parte de los productos españoles en sus compras exteriores se ha elevado en la práctica totalidad lo cual habla de forma muy positiva de las medidas que se han tomado en este sentido. Sin embargo en ninguno de los grandes gigantes comerciales para los que existen planes de desarrollo de mercado (Estados Unidos, China e India) el peso de los productos enviados desde España supera el 1 % del total, lo que es indicativo de que se están

desaprovechando importantes oportunidades de posicionamiento en esos destinos y, por lo tanto, de crecimiento para nuestra economía.

España debe seguir, por tanto, trabajando en su actividad exterior y lo debe hacer con vistas a esos grandes mercados cuya renta se espera que crezca por encima del promedio mundial.

## **6. CONCLUSIONES**

Durante el período 2000-2015 las exportaciones españolas han tenido un comportamiento muy positivo, con la excepción de los años 2008 y 2009 que coinciden con una caída de los flujos comerciales a escala internacional. Su contribución al crecimiento del PIB ha sido positiva durante prácticamente todo el periodo, pero es a partir de la crisis cuando se convierten en el verdadero soporte del crecimiento, contrarrestando, en parte, la fuerte caída de la demanda nacional.

Si desagregamos las exportaciones en bienes y servicios, los primeros han sido los claros protagonistas del proceso aportado durante todo el período valores en torno al 70% del total exportado. Dentro del ámbito de los servicios los no turísticos, concretamente los servicios a empresas, son los que en esta etapa se han mostrado más dinámicos. A diferencia de otras grandes potencias comerciales como Estados Unidos, Japón, Italia, Francia o Reino Unido, España ha logrado mantener a lo largo del siglo la cuota de sus exportaciones en el comercio mundial, soportando relativamente bien la competencia de las grandes economías emergentes que, desde principios de siglo han irrumpido con fuerza en el comercio mundial.

Ese crecimiento de las ventas al exterior, que supera incluso al logrado por Alemania, se ha producido a pesar del importante deterioro en la competitividad vía precios habido en la fase expansiva anterior a la crisis y que en la etapa recesiva se ha recuperado solo parcialmente. Ha de haber por tanto, otros factores que expliquen esa favorable trayectoria de las ventas al exterior. Uno de ellos es el tipo de empresas que están detrás de esos envíos al exterior. Si por algo se caracterizan las empresas que exportan el grueso de productos de la cesta ofertada por nuestro país es que son compañías de gran tamaño, capaces de soportar tanto los costes fijos como los variables que conlleva la internacionalización por ser altamente productivas y

eficientes. Es cierto que cada vez más empresas orientan sus estrategias hacia el exterior en un mundo cada vez más globalizado pero un gran porcentaje de éstas, en su mayoría PYMES, tienen una tasa de permanencia muy baja. También es un factor clave de nuestra competitividad la adecuación que dichas empresas han llevado a cabo de sus productos hacia la demanda mundial. España ha ido orientando su cesta hacia sectores que se encuentran entre los más demandados en los mercados internacionales como son los de contenido tecnológico medio-alto, aunque seguimos arrastrando el lastre de no ser capaces de reorientar la producción hacia las TIC, cuya demanda está siendo mucho más dinámica.

Otro de los factores que ha sido importante en la competitividad de nuestras exportaciones es la diferenciación y calidad de nuestros productos, como demuestran diversos autores.

A todo lo anterior se debe sumar el importante papel jugado por la distribución espacial de nuestras ventas y la diversificación de los destinos que ha tenido lugar en la etapa que se analiza.

España ha iniciado el presente siglo concentrando en la UE-28 algo más del 70% de sus envíos, una cifra que progresivamente se ha ido reduciendo hasta situarse cinco puntos por debajo en el año 2015. Dos han sido los motivos: el primero la crisis económica que derivó en un notable descenso del consumo y, por tanto, de la demanda de importaciones por parte de las principales economías europeas; y, segundo, y más importante, la nueva estrategia de orientación de las ventas hacia mercados más dinámicos. El gobierno, junto con determinadas entidades, ha desarrollado diversos programas (PIDM) para fomentar la apertura al exterior de nuestras empresas que han tenido como resultado un mayor grado de penetración de sus productos en esos mercados considerados prioritarios.

Pese a todo, el grueso de nuestros envíos sigue dirigiéndose a los grandes mercados de la UE-28. Fuera de ese ámbito sólo Estados Unidos, que ha perdido terreno en el reparto de las exportaciones españolas, y las economías más cercanas del norte de África concentran cifras importantes. Las grandes economías asiáticas y otros grandes mercados como Rusia o Brasil han ganado peso, pero su cuota en las ventas exteriores españolas sigue siendo muy reducida y aún lo es más el cupo de nuestros productos en su cesta importadora.

Para garantizar el crecimiento futuro de nuestras exportaciones es muy importante, por tanto, continuar con esa estrategia de diversificación de los destinos hacia las

economías que a corto y medio plazo van a protagonizar el crecimiento de la demanda mundial, tratando, al mismo tiempo, de no descuidar las posiciones ya alcanzadas en las plazas más desarrolladas.

## BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, M. E. y Vega, J. (2017). <<La fortaleza competitiva de la economía española>> *Estudios de economía aplicada*, núm. 7-34.

Antràs, P. (2010). <<El comportamiento de las exportaciones españolas>>. *Blog Nada es gratis*. <http://nadaesgratis.es/pol-antras/el-comportamiento-de-las-exportaciones-espanolas-algunos-resultados-mas>.

Antràs, P. (2011). El Comportamiento de las exportaciones españolas. *FEDEA* . [http://www.fedea.net/apuntesfedea/apuntes/competitividad/apunte\\_comp02\\_exportaciones.pdf](http://www.fedea.net/apuntesfedea/apuntes/competitividad/apunte_comp02_exportaciones.pdf)

Freund, C., y Pierola, M. (2016). Los orígenes y la dinámica de las superestrellas de la exportación. *Banco Interamericano de Desarrollo, Sector de Integración y Comercio*. <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7947/The-Origins-and-Dynamics-of-Export-Superstars.pdf?sequence=1>.

Gordo, E. y Tello, P. (2011). <<Diversificación, precios y calidad de las exportaciones españolas: una comparación a nivel europeo>> *Cuadernos Económicos de ICE*, núm. 31-61.

Gordo, E. y Tello, P. (2012). <<Competitividad de la economía española en la UEM>>. *Economistas*, núm.130.

Hidalgo, C. y Hausmann, R. (2009). <<The building blocks of economic complexity>>. *PNA*, vol.106, núm 26, pp. 10570-10575.

Myro, R. (2012). <<La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes>>. *Economistas*, núm. 130.

Myro, R. (2013). *Fortalezas Competitivas y Sectores Clave en la Exportación Española*. Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

Myro, R. (2015). *España en la economía global: Claves del éxito de las exportaciones españolas*. RBA Libros, Barcelona

Vega, J. y Álvarez, M. E. (2012). <<El patrón exportador de la industria española: dificultades y logros recientes>>. *Economistas*, núm. 130.