



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Economía

Título del Trabajo Fin de Grado:

**Dinámica reciente de las
exportaciones españolas.
Distribución espacial y sectorial**

Presentado por:

Esther Junquera Antón

Tutelado por:

Josefa Vega Crespo

Valladolid, 9 de julio de 2021

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN EL SIGLO XXI.....	4
2.1. Crecimiento y aportación al PIB.....	4
2.2. La cuota española en las exportaciones mundiales: evolución comparativa.....	6
2.3. Diversificación geográfica y competitividad.....	9
2.4. Sectores exportadores y características de la empresa.....	13
2.5. Fortalezas y debilidades.....	18
3. MEDIDAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES.....	20
4. RETOS PENDIENTES.....	23
5. CONCLUSIONES.....	24
 BIBLIOGRAFÍA.....	 26

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, después de la adhesión a la Unión Europea, la economía española ha registrado un rápido proceso de apertura al exterior con un importante ascenso de sus exportaciones. En la etapa expansiva que precedió a la Gran Recesión las exportaciones crecieron a una media anual del 4.7, claramente por encima del PIB. Posteriormente, durante los dos primeros años de la crisis, las empresas exportadoras sufrieron, como todas, el impacto de la caída de la actividad económica, pero desde 2010 las exportaciones volvieron a acelerar su ritmo de avance, evitando un mayor retroceso de la actividad productiva, y se convirtieron en un pilar fundamental de la recuperación a partir de 2014. De hecho, la oferta exterior ha contribuido de media un 1,5 por 100 al crecimiento del PIB desde 2010.

Durante la crisis financiera, la debilidad de la demanda interna hizo que numerosas empresas se vieran obligadas a orientar su producción al exterior y ganar cuota de mercado en otros territorios. Así, gracias a la ampliación de la cartera de destinos, España ha sido capaz de aprovechar las ventajas proporcionadas por los mercados más dinámicos, acumular experiencia y diferenciar sus productos, siguiendo estrategias diversas en función del mercado al que estos fueran dirigidos.

En la etapa más reciente la combinación de los mercados a los que España exporta sus productos y la mejora en la competitividad exterior explican el avance de su cuota en la demanda global, resultado que cabe destacar ya que se consigue en un contexto de débil crecimiento del comercio internacional.

Al comparar la evolución de las exportaciones con las de los países más desarrollados observamos que las españolas se han defendido mejor de la intensa competencia proveniente de las economías emergentes, lo que no puede ser sino el reflejo de determinadas fortalezas competitivas.

Por otra parte, la expansión del comercio mundial ha propiciado un aumento de la fragmentación internacional de los procesos de producción. Las empresas distribuyen las diferentes etapas de producción entre un amplio número de países, lo que ha dado lugar a las denominadas “cadenas globales de valor” (CGV), que engloban desde las fases iniciales de producción hasta los servicios de postventa. Debemos tener en cuenta que la capacidad de una

economía para participar en las CGV condiciona en mayor o menor medida su integración económica a escala global y la composición sectorial de su cesta exportadora; factor que, a su vez, es clave para explicar la evolución de la oferta exterior española. En este sentido, aunque España presenta una participación todavía baja en estas cadenas de valor, ciertos sectores, cuya demanda está aumentando tienen un importante peso en nuestros envíos al exterior.

El epígrafe que sigue se dedica a analizar la evolución comparativa de las exportaciones españolas en lo que va de siglo y los diversos factores que han condicionado esa evolución. A continuación, en los dos siguientes apartados, se examinan las distintas estrategias que España ha puesto en marcha para impulsar su competitividad exterior y los retos que aún quedan pendientes.

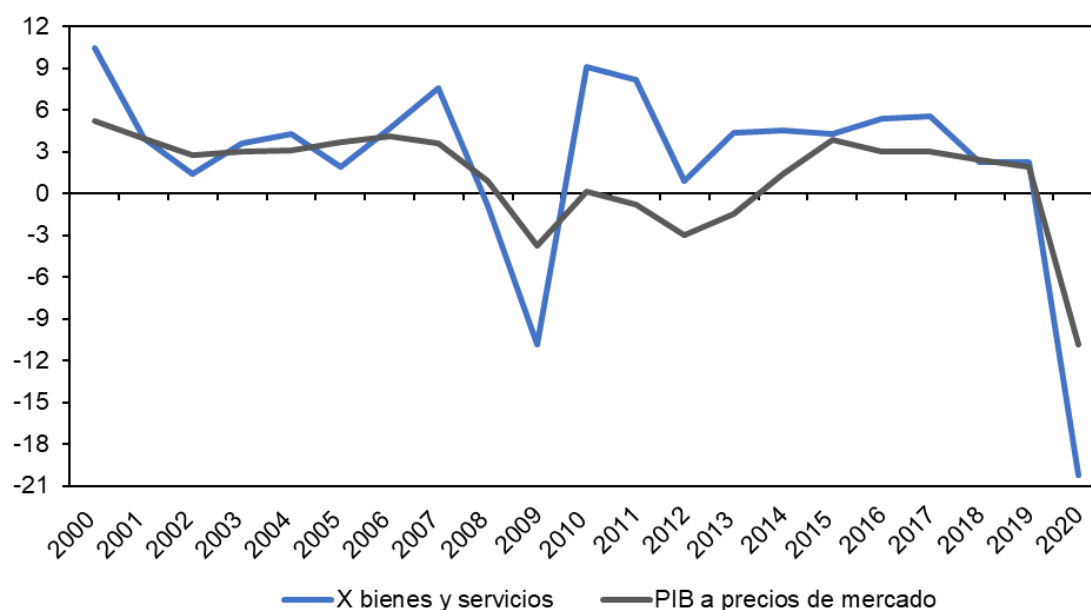
2. LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN EL SIGLO XXI

2.1. Crecimiento y aportación al PIB

Como ya se ha anticipado en el apartado introductorio, las exportaciones españolas han mostrado un elevado dinamismo durante el presente siglo, impulsadas por la integración de España en la Unión Económica y Monetaria Europea y las estrategias de internacionalización de un nutrido grupo de empresas que no han dejado de ampliar sus mercados más allá de nuestras fronteras. De este modo, las ventas al exterior han actuado como amortiguador de la caída de la demanda interna provocada por la crisis de 2008, y como motor de recuperación de la economía española en la última etapa expansiva.

Como se observa en el gráfico 1, durante estas dos últimas décadas las exportaciones han crecido en términos medios claramente por encima del PIB, lo que se ha traducido en un notable aumento de la propensión a exportar, que ha pasado de un 26,4 a un 30,3 entre 2000 y 2020. De esta última cifra, un 21,9 corresponde al comercio de bienes, claramente mayoritario, y un 7,2 a las ventas en el exterior de servicios, que han elevado también de manera significativa su peso en la producción.

GRÁFICO 1
Evolución de las exportaciones de bienes y servicios de España, 2000-2020
 (tasas interanuales de variación a precios de 2015)

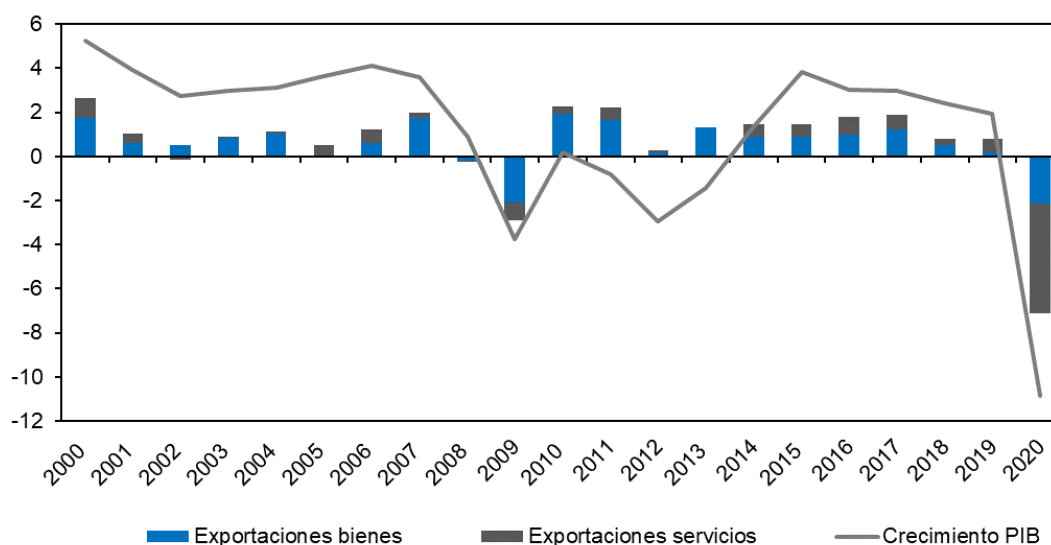


Fuente: Elaboración propia con datos del INE, *Contabilidad Nacional de España*.

Como consecuencia, la contribución de las exportaciones al crecimiento del PIB se ha mantenido durante la mayor parte de los ejercicios (excepto en el bienio 2008-2009 y, sobre todo, en 2020) en cifras positivas, y especialmente elevadas en esta última década, en que, si se exceptúa el año de la pandemia, de media han contribuido con un 1,5 por 100, destacando los valores de 2010 y 2011 y los de los primeros años de la recuperación, en que su aportación se mueve en el entorno del 2 por 100 (gráfico 2).

Durante el primer semestre del año 2020 las restricciones provocaron una fuerte contracción de las exportaciones, sobre todo de servicios, que cerraron en cifras muy negativas su aportación al crecimiento del PIB. Sin embargo, en la última parte del año las ventas al exterior se recuperaron progresivamente, hasta alcanzar al finalizar el mismo un 86% del valor exportado en 2019 (90% en el caso de los bienes), resultados que, según la Secretaria de Estado de Comercio, confirman que *nuestro sector exportador ha demostrado ser resiliente y muy competitivo en un año marcado por una crisis sanitaria sin precedentes que impactó en los flujos comerciales a nivel mundial*, y apuntan a que, en los próximos años, *el comercio exterior volverá a ser motor de la recuperación de la economía española* (Méndez, 2021; citado en Liñán, 2021).

GRÁFICO 2
Aportación de las exportaciones al crecimiento del PIB de España, 2000-2020
 (porcentajes)



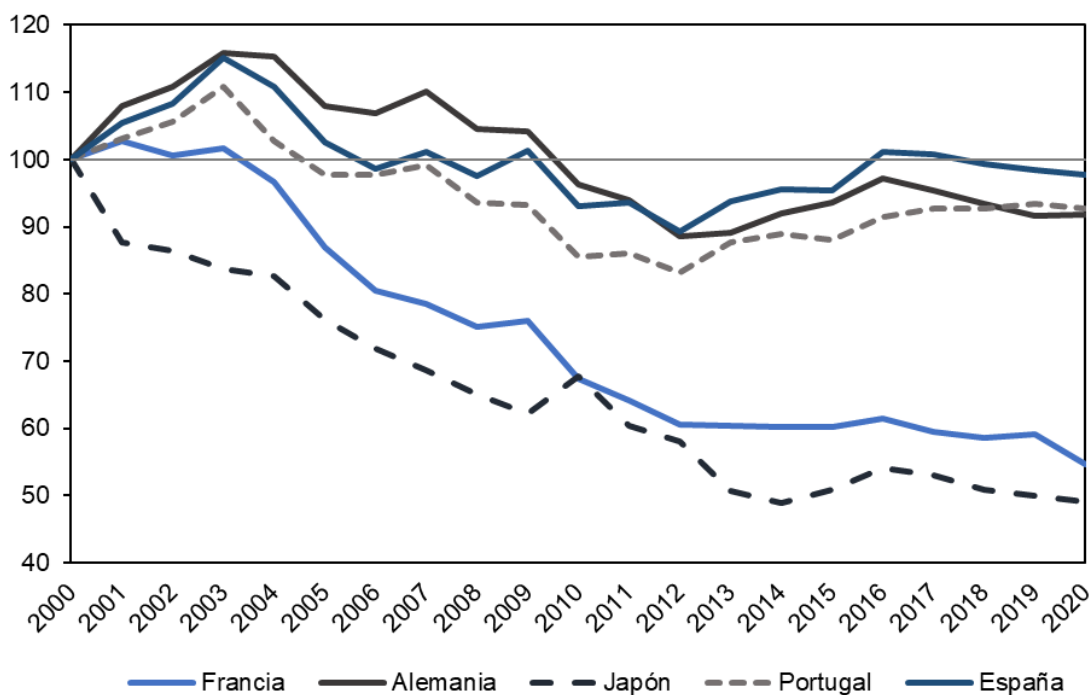
Fuente: Elaboración propia con datos del INE, *Contabilidad Nacional de España*.

2.2. La cuota española en las exportaciones mundiales: evolución comparativa

La comparación con otras economías desarrolladas realza aún más la expansión de la oferta exterior española. La forma más sencilla de evaluar el resultado exportador de un país es contrastar la evolución de su cuota en el comercio mundial con la de las economías competidoras. Como se puede apreciar en el gráfico 3, durante el presente siglo, los países desarrollados han visto disminuir de manera generalizada su parcela en el comercio mundial, desplazados por los nuevos gigantes comerciales, cuyo proceso de integración en los circuitos del comercio internacional ha avanzado a un ritmo muy rápido desde la década de 1990. En ese nuevo contexto de creciente competencia en los mercados, algunas grandes potencias económicas y comerciales como Estados Unidos, Japón, Francia o Italia han visto crecer sus ventas al exterior muy por debajo del promedio. Por el contrario, y pese al descenso registrado entre 2002 y 2012, la cuota de España en las exportaciones mundiales es en el año 2020 prácticamente la misma que al comienzo del siglo, lo que demuestra que las empresas exportadoras españolas han resistido mejor que las de otras

tradicionales potencias comerciales la competencia de las economías emergentes, mostrando un desempeño exportador incluso mejor que el de las alemanas para el conjunto del periodo.

GRÁFICO 3
Cuota de las exportaciones de bienes en el comercio mundial, 2000-2020
(índices, 2000=100)



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMC.

Son diversos los factores que pueden estar detrás de esa comparativamente favorable evolución de la oferta exterior española. Entre ellos, la mejora en la competitividad de nuestros productos (costes, precios, tipo de cambio, imagen de marca...), la diversificación de los destinos, la estructura sectorial de las ventas, el tamaño de la empresa exportadora o la calidad del producto.

Una manera de determinar la influencia que tiene cada uno de estos factores en el avance de las exportaciones es aplicar la metodología de la cuota de mercado constante, que refleja el peso de nuestro país en el comercio internacional. Esta cuota puede incrementarse o reducirse por tres motivos principalmente, según expone Martín (2019); en primer lugar, por la *estructura sectorial de las exportaciones*, si España se especializa en la exportación de aquellos bienes cuya demanda mundial está en auge, podrá incrementar su

cuota. En segundo lugar, la cuota varía según la *estructura geográfica*, si las exportaciones van dirigidas hacia mercados dinámicos también se conseguirá un aumento de la cuota y, por último, ésta se ve también afectada por *factores de competitividad* (costes, precios, calidad de productos, ...).

De acuerdo con todo ello, este procedimiento propone la descomposición de la variación de la cuota exportadora entre dos años en dos partes: el efecto competitividad, que determina en qué medida la cuota ha cambiado a causa de variaciones en el nivel competitivo, y el efecto mercado, que refleja la influencia de la distribución por destinos de las exportaciones en el cambio anteriormente mencionado (es la ganancia o pérdida derivada de dirigir las ventas hacia áreas cuya demanda ha sido más o menos dinámica). Ambos efectos dependen, por un lado, del crecimiento de las exportaciones globales de cada región y mercancía y, por otro, de la especialización geográfica o sectorial del propio país frente al conjunto mundial.

Durante el periodo 2001-2012, el crecimiento de las exportaciones de mercancías españolas fue inferior al crecimiento de las exportaciones mundiales debido al impacto negativo de su estructura geográfica en el año de partida, que no pudo ser compensado por la contribución positiva del efecto competitividad. De hecho, esta pérdida de participación de mercado se concentró en la etapa anterior a la crisis, cuando la especialización espacial desfavorable que se produjo en 2003 tuvo un impacto negativo en el crecimiento relativo de nuestras exportaciones. Durante estos años el importante descenso de la cuota de mercado español se debió en parte al aumento de las exportaciones provenientes de las nuevas economías emergentes, las denominadas *EAGLEs*. Después su impacto negativo ha disminuido gradualmente, hasta ser prácticamente insignificante en los últimos años, debido a la desaceleración del crecimiento de las exportaciones chinas.

Frente a lo sucedido en la etapa anterior a la crisis, durante la última década las ganancias aportadas por el efecto competitividad han permitido a España recuperar su cuota en la oferta mundial. Además, entre 2014 y 2016, el efecto mercado jugó también un destacado papel en el avance de las ventas españolas al exterior, que sumado al efecto competitivo explican el aumento de su participación en la demanda global. Este resultado es particularmente

importante puesto que el crecimiento de las exportaciones españolas se produce en un contexto de lento crecimiento de los flujos comerciales internacionales, tal y como explican Álvarez y Myro (2018).

2.3. Diversificación geográfica y competitividad

Para completar lo avanzado en el apartado anterior sobre la contribución del efecto mercado al buen comportamiento de la cuota exportadora, a continuación, se analizarán los cambios que durante el presente siglo se han producido en el patrón geográfico de las exportaciones españolas.

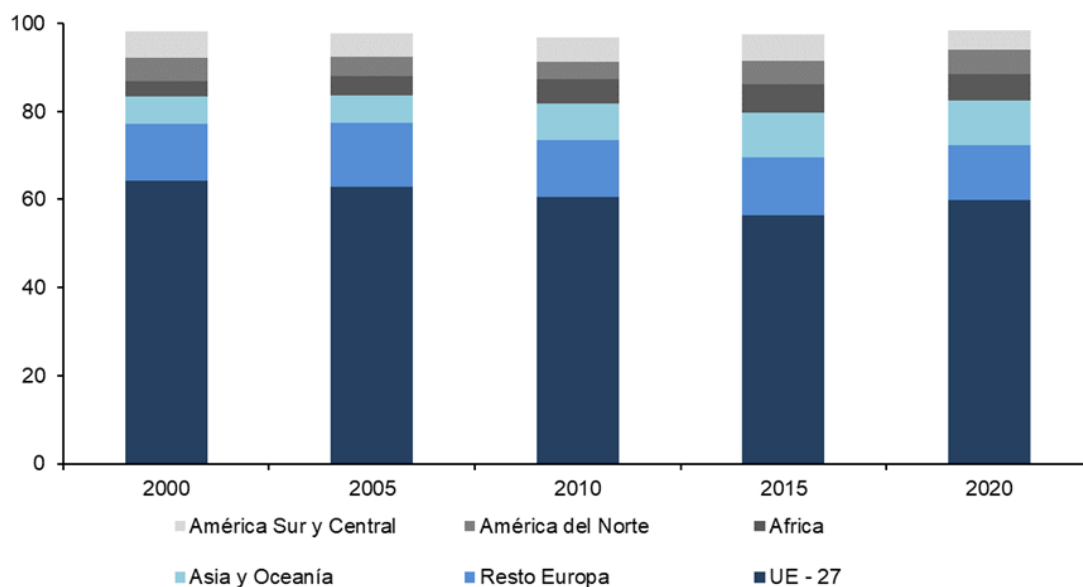
Según los análisis realizados por Martín (2019), una de las claves del éxito de las exportaciones españolas radica en los cambios en su patrón geográfico. En este sentido, y pese a que el grueso de nuestros envíos sigue concentrándose en la UE-27, en las últimas dos décadas se ha producido un significativo proceso de diversificación de los destinos hacia algunas de las economías emergentes con una demanda más dinámica y mejores expectativas de crecimiento, así como hacia otros mercados más maduros y con mayor capacidad de compra.

La ampliación de la cartera de destinos permite aprovechar las oportunidades de los mercados más dinámicos y compensar los ciclos recesivos de unos países con los expansivos en otros; además de que ofrece más posibilidades de diferenciación del producto en función del mercado y contribuye a que las empresas acumulen distintas experiencias que ayudan a mejorar su capacidad competitiva. Analistas como Álvarez y Myro (2018), afirman que existe abundante evidencia de la relación directa entre la diversificación espacial de las ventas y su ritmo de avance.

Como se puede observar en el gráfico 4, al comenzar el siglo, la mayor parte de la oferta exterior española se dirigía a los países que formaban la UE-27. Detrás de la alta concentración de las ventas en estos países, que ayudó en gran medida al avance de las exportaciones españolas en los años anteriores, se encuentra su cercanía cultural y, sobre todo, la mayor accesibilidad al mercado debido a la proximidad geográfica y la ausencia de barreras al comercio. Sin embargo, esta dependencia de los mercados comunitarios habría supuesto la supuesta pérdida de oportunidades de crecimiento derivada del

mayor dinamismo de la demanda de terceros países, en especial de las economías emergentes.

GRÁFICO 4
Distribución de las exportaciones españolas por áreas geográficas
(porcentajes)



Fuente:Elaboración propia con datos de *Datacomex*.

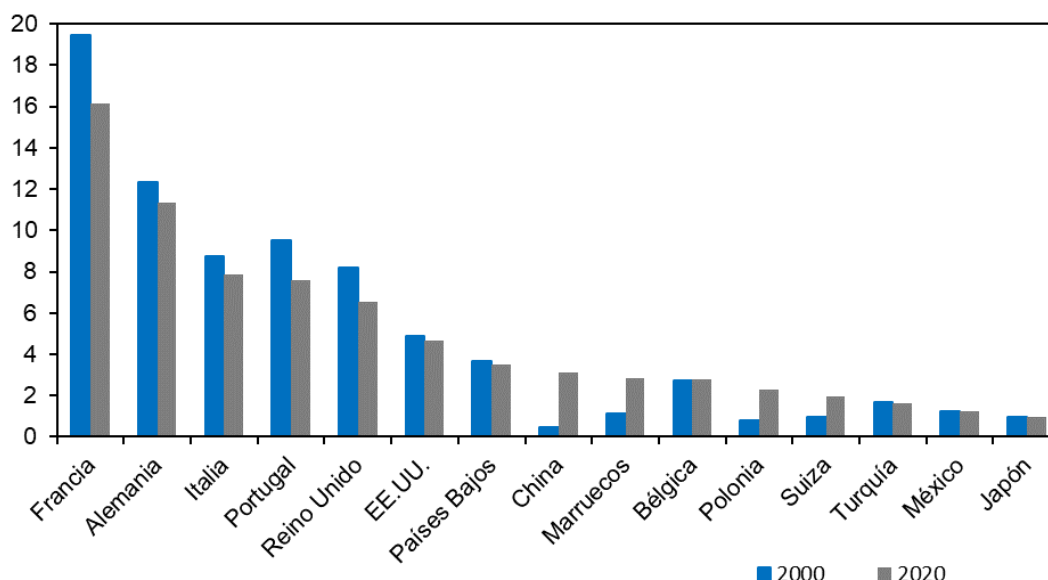
Con el inicio de la crisis financiera internacional, desde 2008 se produce una desaceleración de la demanda de importaciones por parte de la UE-27 y otras potencias económicas como Estados Unidos y Japón, mientras que continúa el ascenso de las compras por parte de algunas grandes economías emergentes, con China a la cabeza. Esta alteración en la orientación de la demanda mundial incitó a las empresas españolas a diversificar sus exportaciones, orientando sus ventas hacia los mercados que prometían una mayor expansión. Ese cambio en la estrategia fue el que les permitió sacar provecho de la mayor demanda procedente de los países emergentes al comienzo de la crisis y explica parte del éxito exportador de la economía española a lo largo de la última década.

Como muestra el gráfico 4, durante estos últimos lustros las ventas españolas han conquistado una importante parcela en mercados de Asia y el Norte de África cuya demanda ha crecido muy por encima del promedio mundial. Asimismo, han ganado peso otros como los de América del Norte, con muy alta capacidad de compra y cuyas importaciones también crecieron en los

años de la Gran Recesión a un ritmo más elevado que las de nuestros socios comunitarios.

Por países, aunque los principales mercados para los productos españoles siguen siendo los mismos que en el año 2000, con Francia, Alemania, Portugal, Italia y Reino Unido concentrado en torno al 50% de nuestras ventas, todos ellos han perdido peso en favor de otros como China, que ya ocupa el octavo puesto en el *ranking* de clientes de las ventas españolas, Marruecos, Polonia o Suiza, cuyas importaciones han crecido en estos años claramente por encima del promedio mundial (gráfico 5).

GRÁFICO 5
Principales países destino de las exportaciones españolas
(porcentaje sobre el total)



Fuente: Elaboración propia con datos de *Datacomex*.

Por tanto, se puede afirmar que el sesgo de nuestras ventas hacia algunos de los países con mayor capacidad de compra del mundo (Alemania, Francia o Estados Unidos) y la diversificación de los destinos hacia aquellos mercados con una demanda más dinámica es, sin duda, uno de los factores explicativos de la evolución seguida por la cuota de España en las exportaciones mundiales durante el presente siglo y, en especial, durante la última década.

Cabe destacar también el papel que en esa conquista de nuevos mercados pueden haber jugado los *Planes Integrales de Desarrollo de Mercados* puestos

en marcha por la Secretaría de Estado de Comercio, principal responsable de la promoción exterior en España.

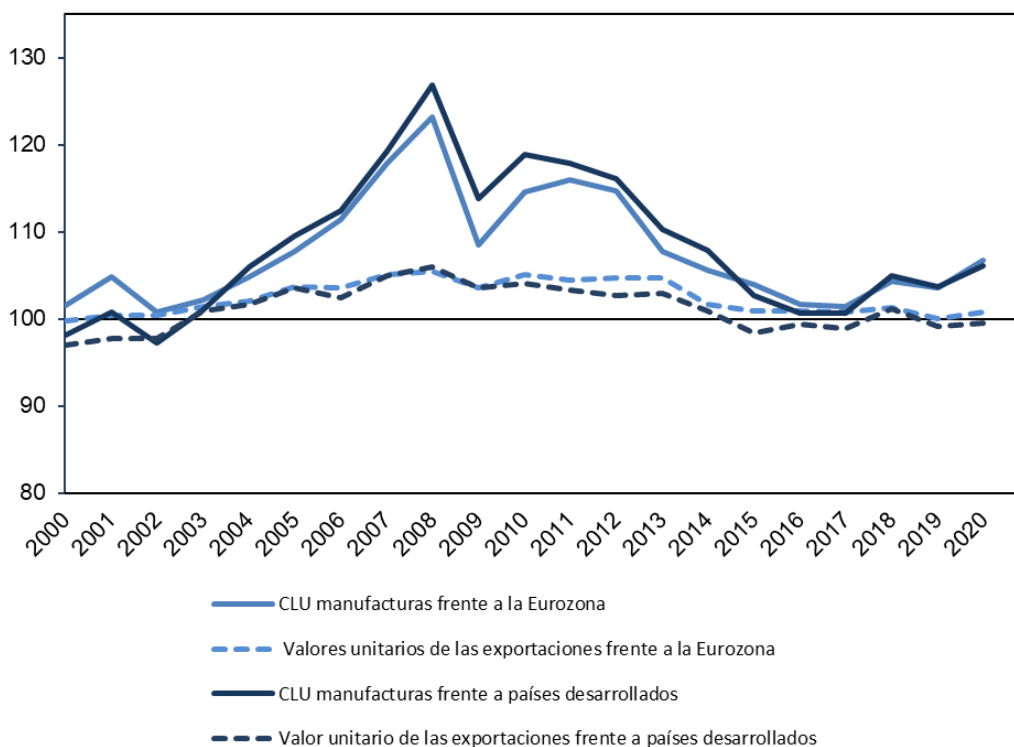
Pero, a pesar del avance, el grado de penetración de nuestras ventas en algunas de esas nuevas potencias comerciales sigue siendo muy reducido, por lo que las empresas españolas tienen todavía un margen bastante amplio para poder profundizar en la diversificación geográfica de su patrón exportador. Además, no podemos descuidar las posiciones conseguidas en mercados de sólida implantación, ya que los efectos positivos del acceso a nuevos destinos se ven amplificadas cuando se compaginan ambas estrategias.

En cuanto a la competitividad, su papel como determinante del avance de la demanda externa y el crecimiento económico se ha reforzado tras la crisis financiera y económica iniciada en 2008, sobre todo en los países de la Unión Europea y la Eurozona. En el caso concreto de España, a pesar de la devaluación interna de los últimos años de la Gran Recesión, durante el presente siglo la competitividad, referida a precios y costes, se ha deteriorado, mientras que, por el contrario, la competitividad externa (crecimiento relativo de las exportaciones) respecto a las economías desarrolladas, ha mejorado. A este fenómeno se le conoce como *“paradoja española”*, y es probablemente la manifestación de una economía dual donde coexisten un amplio número de empresas muy competitivas y orientadas a los mercados internacionales, junto con una base formada por pequeñas empresas centradas en la economía nacional y con problemas a la hora de exportar, afirma Xifré (2017a).

En el gráfico 6, se muestran la evolución, desde el año 2000 hasta la actualidad, de algunos índices de competitividad de España respecto a la Eurozona y el conjunto de economías desarrolladas. Como se puede apreciar, tanto en lo que se refiere al coste laboral unitario de las manufacturas como, en menor medida, al valor unitario de las exportaciones, en lo que va de siglo España ha perdido competitividad respecto a sus socios de la Unión Monetaria y, en el primer caso, también en relación con el conjunto de países desarrollados. Bien es cierto que la pérdida se concentra en los años previos a la crisis y que con posterioridad se ha recuperado parte de la competitividad perdida, aunque los valores vuelven a repuntar en los últimos tres años.

GRÁFICO 6

Índices de competitividad de España, 2000-2020
(índices, 1999=100)



Fuente: Elaboración propia con datos de BE, *Boletín Estadístico*.

2.4. Sectores exportadores y características de la empresa.

Otro de los factores que condicionan la evolución de la cuota de mercado de un país es la composición sectorial de sus exportaciones. Si en la cesta exportadora tienen mucho peso aquellas producciones cuya demanda mundial crece a mayor ritmo, es evidente que su cuota de mercado se verá impulsada por esa especialización sectorial.

Como se puede observar en el gráfico 7, la cesta exportadora española se compone fundamentalmente de productos de medio-baja y, sobre todo, medio-alta intensidad tecnológica, entre los que destacan vehículos de motor y la industria química, la segunda mucho más dinámica que la primera durante el presente siglo (gráfico 8). Esta especialización sectorial se adapta bastante bien a los requerimientos de la demanda mundial, donde ambos grupos de productos son también los que predominan, máxime teniendo en cuenta que las producciones con más importancia en las ventas españolas (las de medio-alta intensidad tecnológica) son las que más han visto crecer su demanda

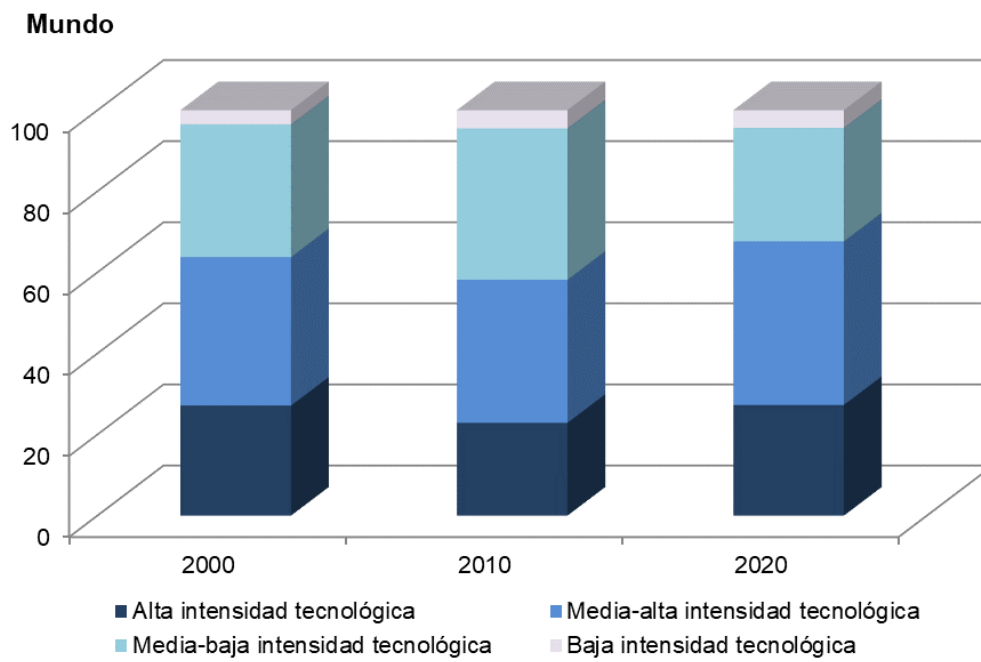
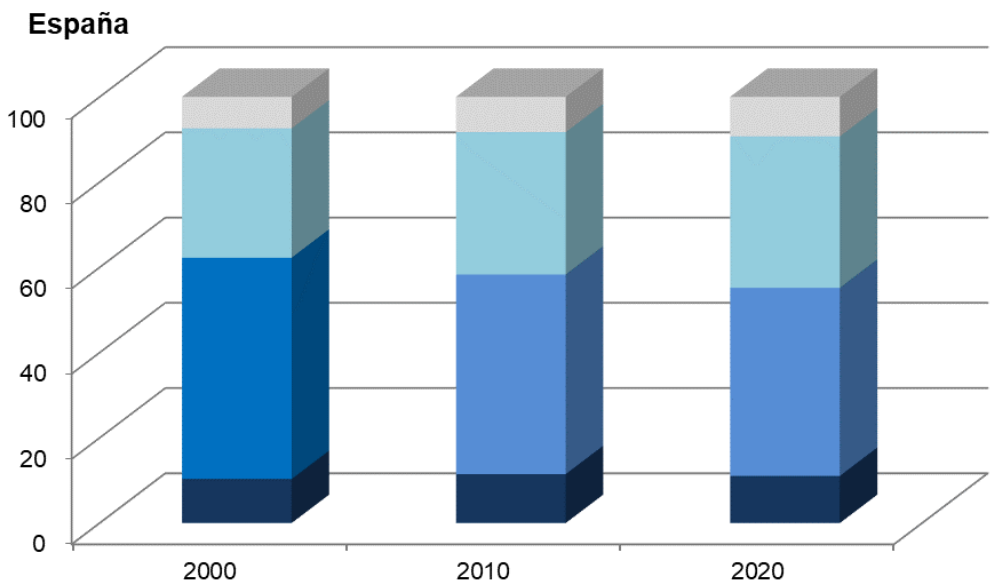
durante la última década. Como nota negativa cabe destacar la escasa importancia que, a pesar del gran dinamismo de la industria farmacéutica, aún tienen las manufacturas más avanzadas tecnológicamente, muy inferior a la que atesoran en el conjunto de las exportaciones mundiales, lo que juega claramente en contra de un mayor crecimiento de nuestras ventas, dado el mayor dinamismo de la demanda de este tipo de bienes. Por lo que se refiere a las manufacturas de baja intensidad tecnológica, su avance durante estas dos décadas se explica en gran medida por el gran dinamismo que ha registrado la oferta exterior de productos alimentarios (gráfico 8).

En cuanto a las características de los productos exportados, según la encuesta *European Firms in a Global Economy* elaborada por Altamonte, Barba, Bugamelli, Horgos, Maggioni y Schivardi en 2011, las empresas españolas superan la media europea en varios indicadores, como el grado de calidad medio de sus productos y el porcentaje de empresas que discriminan precios en los mercados en función de la calidad de los bienes. Si nos fijamos también en los cálculos de la elasticidad precio de la demanda exterior de distintos bienes observamos que España tiene un valor muy bajo, es decir, por mucho que varíe el precio del producto, la cantidad demandada lo hará en muy pequeña cantidad, señal de que el producto es de buena calidad.

Otro buen ejemplo de la capacidad de diversificación del patrón productivo español es la trayectoria de las exportaciones de servicios, de manera que, desde comienzos del actual siglo, las partidas de servicios no turísticos han ganado peso en el comercio mundial, especialmente aquellos servicios destinados a empresas como publicidad, asistencia jurídica o arquitectura.

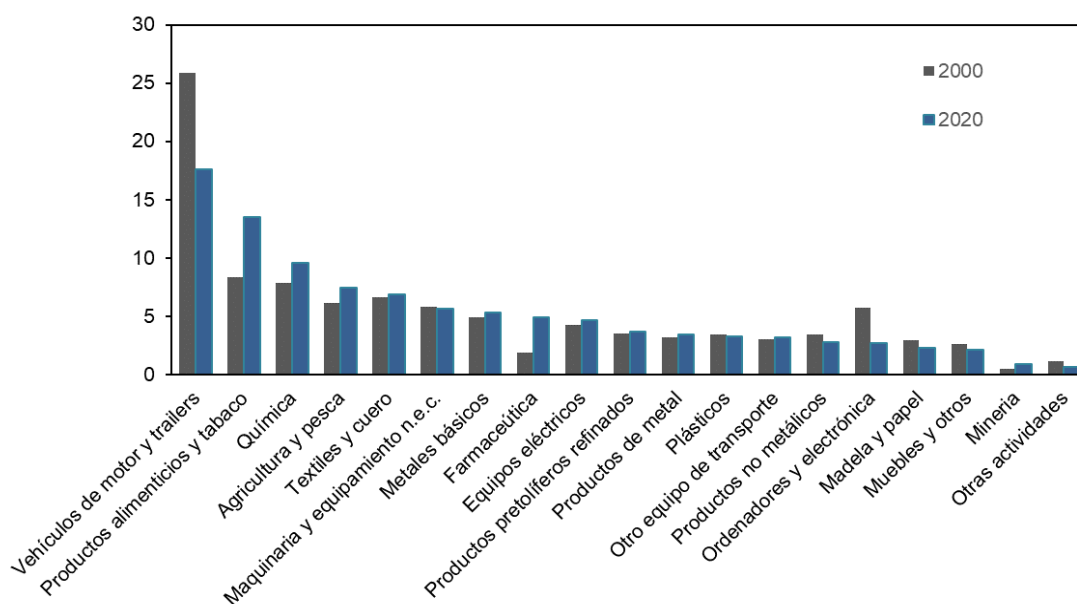
Otro de los factores claves a la hora de entender el avance de las exportaciones españolas es la evolución de la base exportadora y sus características.

GRÁFICO 7
Distribución por nivel tecnológico de las exportaciones
 (porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos de la OECD, Bilateral Trade Database.

GRÁFICO 8
Distribución de las exportaciones españolas por sectores
 (porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE, *Bilateral Trade Database*.

La importancia de las empresas españolas en los mercados exteriores ha aumentado en los últimos años y, aunque el inicio de esta expansión fue en los años de la Gran Recesión, debido a una demanda interna muy pobre (Gutiérrez-Chacón y Martín-Machuca, 2019), este no fue un hecho puntual ya que en la posterior recuperación no se revirtió, y muchas de esas firmas acabaron convirtiéndose en exportadoras regulares (que envían productos al exterior durante cuatro años consecutivos). Este crecimiento fue especialmente notable en los años 2012 y 2013, en un contexto de moderación de los costes laborales y financieros, que ayudó a reforzar la posición competitiva de las empresas exportadoras españolas.

Las principales responsables de esa ampliación de la base exportadora han sido las pymes. Sin embargo, son las grandes empresas las que, por su mayor tamaño y eficiencia, siguen concentrando el grueso de las exportaciones. Lideran este grupo de empresas exportadoras las *superstars*, que concentran más de la mitad de la variación total de las exportaciones, tanto en el margen intensivo (referido al valor de las ventas) como en el extensivo (referido a número de productos, empresas y destinos). Dentro de este conjunto de

empresas, también se incluyen las exportadoras *multiproducto* y *multidestino*, que simultanean su presencia en economías desarrolladas, donde ganan habilidades, y en desarrollo, donde las explotan (Álvarez y Vega, 2017). Entre estas grandes exportadoras se encuentran las filiales de las multinacionales extranjeras instaladas en España, a las cuales se les atribuye la tercera parte de las exportaciones manufactureras, una cuota muy superior a la que ostentan en la producción, lo cual refleja su alta intensidad exportadora, relacionada con su mayor tamaño.

Por su parte, las pymes siguen enfrentándose a obstáculos que impiden su penetración y consolidación en el comercio internacional, como son la menor productividad y los mayores costes. Su supervivencia en la actividad exportadora, correlacionada positivamente con el tamaño y la eficiencia de la empresa, es, por tanto, menor que la de las grandes compañías.

Como hemos visto anteriormente, la internacionalización de la economía española ha estado ligada a la diversificación geográfica hacia mercados extracomunitarios y emergentes. Según los datos del Banco de España, la ampliación de la base exportadora hacia países fuera de la Unión Europea fue mucho mayor que la de las empresas dirigidas al mercado comunitario. Destacó en particular el crecimiento dirigido a EE. UU., América Latina y Asia.

En cualquier caso, la penetración española en destinos extracomunitarios sigue siendo muy pequeña, dados los mayores costes de transacción (mayor distancia y menor valor medio exportado) y una relación comercial más consolidada con los países pertenecientes a la UE-27. Solo las grandes empresas tienen un patrón exportador diversificado espacialmente, debido a que su experiencia rebaja los costes de información, entre otros. Por ello es muy importante que el número de países con presencia de empresas españolas se acreciente porque una mayor diversificación reduce la vulnerabilidad ante adversidades en los mercados a los que se exporta, es decir, se tiene mayor probabilidad de mantener la actividad exportadora.

Añadido a lo anterior, se debe tener también en cuenta que en nuestro tejido productivo destacan las manufacturas de contenido tecnológico medio (véase de nuevo gráfico 7) lo que, en parte, dificulta la expansión y consolidación de

las empresas exportadoras españolas en el exterior ya que el crecimiento de la demanda de manufacturas de alto contenido es cada vez mayor.

Según el análisis realizado por Gutiérrez *et al.* (2019), se demuestra que las empresas exportadoras centran su estrategia competitiva en mejorar la calidad de sus productos basándose en una producción descentralizada, a través de Cadenas Globales de Valor (CGV), que motiva a los trabajadores a generar nuevas ideas y permite una reducción de los costes. Sin embargo, en España el conjunto del tejido empresarial se caracteriza por tener una baja calidad de gestión, con objetivos que no están bien definidos, su cumplimiento no está controlado y los esfuerzos tecnológicos no son suficientes. Todo ello, sumado al reducido tamaño medio, condiciona negativamente la capacidad de nuestras empresas a la hora de competir en los mercados exteriores (Álvarez y Vega, 2017).

Por último, como un factor explicativo añadido de la favorable evolución de nuestras ventas al exterior (sobre todo en los últimos años de la Gran Recesión), hay estudios que prueban la existencia de un vínculo negativo entre el comportamiento de la demanda interna y el de las exportaciones para diferentes países de la Eurozona, entre ellos, España. Así, tal y como señalan Álvarez y Myro (2018), la caída de la demanda doméstica a lo largo de la crisis de 2008 habría contribuido de forma positiva al crecimiento de las exportaciones, sobre todo la sufrida por el consumo privado.

2.5. Fortalezas y debilidades

Sintetizando todo lo visto en apartados anteriores, entre las principales fortalezas del desempeño exportador español cabe destacar las siguientes:

- Mantenimiento de la cuota de nuestras ventas exteriores en el total de las exportaciones mundiales y de la competitividad, a pesar del retroceso de los años previos a la crisis.
- Adecuación de la estructura sectorial de la oferta exterior española a los requerimientos de la demanda mundial. El grupo de producciones con más peso en las exportaciones españolas es el que ha registrado un mayor avance de las ventas a escala mundial durante las últimas dos décadas.

- Destacado nivel de calidad de los bienes exportados. España muestra unos resultados superiores a la media en lo referido a la calidad y el grado de innovación de sus productos; también muestra una elasticidad precio de la demanda bastante baja, corroborando la excelente calidad de estos.
- Cartera de destinos formada tanto por mercados maduros como emergentes. Las exportaciones españolas muestran un claro sesgo hacia los países europeos, lo que, hasta los primeros años del presente siglo, imprimió un importante impulso a la de España en la oferta mundial. Más reciente la progresiva orientación hacia países como China, Marruecos o Turquía ha supuesto la ampliación de nuestra base exportadora.
- Creciente participación de las empresas españolas en cadenas globales de producción, sobre todo en las europeas, lo que ha contribuido a una mayor estabilidad de sus ventas exteriores.

En el lado opuesto, deben mencionarse también algunas debilidades:

- Insuficiente formación en internacionalización en todos los niveles de personal de las empresas, particularmente pymes, incluido el dominio de idiomas.
- A pesar de la diversificación, un elevado porcentaje de las exportaciones españolas continúa concentrándose en los países de la UE-27, hecho que puede frenar el avance de nuestras ventas tan pronto como se debilite el crecimiento de la zona. Por ello, España debe lograr mayor presencia en otras áreas geográficas y tener así una cartera de destinos mucho más diversificada.
- Las manufacturas de mayor contenido tecnológico siguen teniendo muy poco peso en la oferta exterior española, y es precisamente la demanda de estos bienes la que crece a mayor ritmo a nivel mundial.
- Reducido tamaño medio de las empresas exportadoras, pese a que son las grandes las que realizan el grueso de las ventas al exterior. El menor tamaño está asociado a una menor productividad, lo que limita el potencial exportador.
- Insuficiente número de empresas exportadoras. Aunque es cierto que la base exportadora ha crecido en los últimos años, y que muchas de ellas se han consolidado en el comercio mundial, el porcentaje sobre el total de empresas sigue siendo muy pequeño.
- En España predominan las empresas con baja calidad de gestión. En ellas los objetivos no están bien definidos, su cumplimiento no está controlado y los

esfuerzos tecnológicos no son suficientes. Esto, sumado al reducido tamaño medio, condiciona de manera negativa la productividad y, por tanto, la aptitud de nuestras empresas para competir en los mercados exteriores.

3. MEDIDAS DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Para lograr que la contribución del sector exterior al crecimiento perdurara en el tiempo, una vez superados los efectos de la crisis de 2008, el Gobierno aprobó un plan estratégico de internacionalización de la economía española que cubría el periodo 2014-2015. Finalizada la vigencia de este primer plan, triunfó la idea de que se necesitaba un marco estratégico que permitiera una planificación más a largo plazo. Desde entonces la actuación del Gobierno en materia de fomento de la internacionalización se articula a través de la *Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027*, aprobada con el propósito de mejorar la competitividad, maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y crear empleo.

La Estrategia se ha ido desarrollando a través de planes bienales, el último de los cuales es el *Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-22*, con el que se pretende conseguir que el sector exterior se configure de nuevo como pilar de la reactivación económica y del crecimiento generador de empleo de carácter estructural, a través de la mejora en la competitividad y de la mayor presencia de nuestras empresas en el exterior.

El Plan contempla seis objetivos principales y veintisiete intermedios. De entre los primeros cabe destacar los siguientes:

1. Aumento de la base exportadora
2. Implantación de empresas en sectores estratégicos
3. Incrementar el valor añadido y la inserción en las CGV
4. Atracción de inversión extranjera directa

Las medidas contempladas en el plan se articulan en torno a seis ejes:

Eje 1: *Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas, particularmente con el foco en mejorar el acceso de las PYMES a los mercados exteriores.*

Eje 2: *Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.*

Eje 3: *Desarrollo de talento para la internacionalización.*

Eje 4: *Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la apertura de los mercados por la política comercial común y de la financiación de las instituciones financieras internacionales, la Unión Europea y otros organismos internacionales.*

Eje 5: *Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido.*

Eje 6: *Reforzar la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización.*

Para la consecución de los objetivos generales mencionados anteriormente, se definen una serie de objetivos intermedios (MINCOTUR, 2021):

Objetivos relacionados con el eje 1:

- Prestar más atención a las pymes ya que estas pueden encontrar mayores dificultades a la hora de sobreponerse a situaciones de adversidad. Para lograrlo es fundamental reforzar el apoyo personalizado a través de la Red Exterior de Oficinas Económicas y Comerciales de la Secretaría de Estado de Comercio, así como concienciar a las de este grupo de empresas sobre la importancia estratégica de la internacionalización como vía de salida a la crisis. Para ello se les facilitará el acceso a la información que necesitan para la toma de decisiones.
- Continuar con la adaptación de los instrumentos de apoyo financiero oficial a las empresas para su internacionalización (ICO, FIEM, CESCE...).
- Fomentar e incentivar la participación de mujeres en los programas gubernamentales establecidos para apoyar la internacionalización.
- Consolidar la sostenibilidad como herramienta de internacionalización.

Objetivos relacionados con el eje 2:

- Incorporar la innovación tecnológica.

- Fomentar la creación y consolidación de las marcas sectoriales e individuales de las empresas y mejorar la imagen del país como marca colectiva.
- Dar apoyo a las empresas internacionalizadas en la transición hacia el uso masivo de las tecnologías y la digitalización.

Objetivos relacionados con eje 3:

- Potenciar la formación en internacionalización mediante el uso de las nuevas tecnologías.
- Consolidar la internacionalización de las universidades españolas, para ello se pretende poner en marcha programas de estudiantes en prácticas en el ámbito de la internacionalización.
- Facilitar la atracción de talento a través de la eliminación de trabas burocráticas y administrativas.

Objetivos relacionados con el eje 4:

- Ofrecer mejores oportunidades de negocio a las empresas mediante un mercado más abierto, regulado y estable.
- Hacer lo posible para que el comercio contribuya a un desarrollo más sostenible y lograr una mayor participación de las mujeres en las negociaciones comerciales.
- Conseguir que los canales de relación entre empresas sean más fuertes para poder sacarle mayor partido a los acuerdos comerciales firmados por la UE con otros países.
- Intentar mejorar la posición de España en las instituciones comunitarias y organismos internacionales para tener mayor influencia y contar con profesionales españoles de alta cualificación en ellas.
- Reforzar nuestras herramientas de inteligencia económica y empresarial para poder aumentar nuestra participación en las licitaciones internacionales y poder optar con mayor facilidad a la financiación de carácter multilateral.

Objetivos relacionados con el eje 5:

- Impulsar a España como plataforma de negocios e inversiones.

- Facilitar la inversión extranjera de países y sectores estratégicos, ofreciendo una política y planes sectoriales adecuados.
- Ofrecer apoyo a la inversión ya establecida e intentar mejorar el ambiente de negocio.
- Dar visibilidad a las inversiones tecnológicas y al emprendimiento en sectores o actividades innovadoras.
- Fomentar la inversión por parte de América Latina, Oriente Medio y de ciertos mercados estratégicos de Asia como Japón o Corea del Sur.

Objetivos relacionados con el eje 6:

- Conseguir que tanto la relación entre los diferentes niveles de la Administración, como de esta con otras instituciones públicas o privadas, sea más relevante.
- Encontrar el vínculo entre las políticas de internacionalización y otras como, por ejemplo, las medioambientales, las de igualdad de género, migración, trabajo...
- Coordinar la red exterior de Oficinas Económicas y Comerciales con los Servicios Centrales y las Direcciones Territoriales y Oficiales Españolas en el exterior.
- Mejorar la colaboración entre el sector público y privado.

4. RETOS PENDIENTES

Teniendo en cuenta las debilidades de nuestro sector exportador, a las que anteriormente se ha hecho referencia, y el notable retroceso en el comercio provocado por las restricciones y la crisis económica derivada de la pandemia, son varios los retos que se plantean de cara a los próximos ejercicios.

1. Lograr un aumento en el número de empresas exportadoras. La *Estrategia de Internacionalización* lo cifra en sesenta mil para 2027.
2. Aumentar la calidad y cantidad de la formación en materia de internacionalización, sobre todo en el ámbito de las pymes.
3. Mejorar la calidad de gestión de las empresas exportadoras y potenciar la innovación, como vías para elevar la productividad y, por tanto, la competitividad en los mercados exteriores.

4. Lograr una mayor diversificación en los mercados, ya que el grueso de nuestros envíos al exterior sigue teniendo como destino los países de la UE-27.
5. Potenciar la producción manufacturera de alto contenido tecnológico ya que su demanda es la más dinámica a escala mundial y su peso en las ventas exteriores españolas sigue siendo muy reducido.
6. Conseguir que el sector exterior se convierta en un pilar de crecimiento y empleo fomentando la salida al exterior de las empresas.

En definitiva, hacen falta más iniciativas para reforzar el dinamismo empresarial español en el mercado extranjero y *una política de Estado en materia de internacionalización para revitalizar el sector exterior como motor de crecimiento de la economía española* (Bonet, 2021; citado en Liñán, 2021).

5. CONCLUSIONES

- Durante las últimas dos décadas las exportaciones españolas han crecido a mayor ritmo que las de las grandes economías de la Eurozona y las de otros países industrializados, actuando como amortiguador de la crisis y, posteriormente, como motor de recuperación.
- Ese comparativamente buen comportamiento de la cuota exportadora española se sustenta en una serie de factores entre los que cabe destacar, el aumento de la base exportadora, la diversificación de destinos, una estructura sectorial que se adecua bien a los requerimientos de la demanda mundial y, en la etapa más reciente, la mejora de la competitividad.
- Movidas por la necesidad de salvar los problemas derivados de la caída de la demanda interna, durante la crisis de 2008 un gran número de pymes se animaron a buscar nuevos mercados más allá de nuestras fronteras, manteniéndose, después, muchas de ellas, como exportadoras regulares, lo que se ha traducido en un notable aumento de la base exportadora.
- La creciente penetración de las exportaciones españolas en mercados emergentes, con una demanda más dinámica y mayores expectativas de crecimiento que los tradicionales, y su consolidación en algunos de los destinos con mayor capacidad de compra, han sido también claves para explicar la

favorable trayectoria de las ventas exteriores españolas durante el presente siglo.

- El patrón sectorial de las exportaciones españolas, centrado en actividades de media-baja y, sobre todo, media alta intensidad tecnológica, se adapta bastante bien a las exigencias de la demanda mundial, donde este último grupo de producciones son también las de mayor peso y las que, junto a las de menor contenido tecnológico, han registrado un superior crecimiento en estos veinte años.
- A todo lo anterior se suma que durante la última década España ha recuperado la competitividad que había perdido en la etapa expansiva que precedió a la Gran Recesión.
- Los retos para los próximos años son lograr la ampliación de la base exportadora y una mayor diversificación de las ventas, además de potenciar las producciones de alto contenido tecnológico, lo que sin duda contribuirá a que el sector exterior se consolide como uno de los pilares del crecimiento económico futuro.

BIBLIOGRAFÍA

ALTAMONTE, C.; BARBA, G.; BUGAMELLI, M.; HORGOS, D.; MAGGIONI, D. Y SCHIVARDI, F. (2011). "The global operations of Europeans firms. The second EFIGE policy report". *Bruegel Blueprint Series*. Volumen XII. Bruselas.

ÁLVAREZ-LÓPEZ, M^a. E. Y MYRO, R. (2018). "Diversificación de mercados y crecimiento de la exportación", *Papeles de la economía española*, N^o. 2018, pp. 94-98.

ÁLVAREZ-LÓPEZ, M^a. E. Y VEGA-CRESPO, J. (2017). "La fortaleza competitiva de la economía española", *Estudios de la Economía Aplicada*, pp. 18-26.

BANCO DE ESPAÑA (2021). *Boletín Estadístico*.

GUTIERREZ-CHACÓN. E. Y MARTÍN-MACHUCA, C. (2019). "Exporting spanish firms. Stylized facts and trends", Banco de España, *Documentos Ocasionales*, N^o 1903, pp. 8, 10-19.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Contabilidad Nacional de España*.

LIÑÁN, I. (2021). "La exportación española recobra el pulso tras un año marcado por los descensos", *El Mercantil*. Madrid.

<<https://elmercantil.com/2021/02/19/la-exportacion-espanola-recobra-el-pulso-tras-un-ano-marcado-por-los-descensos/>> [Consulta: 2 de junio 2021]

MARTÍN-CARO, E. (2019). "Competitividad y diversificación geográfica de las exportaciones españolas", *Boletín Económico de ICE* 3118, diciembre, pp. 70, 73-74.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (MINCOTUR). *Datacomex. Estadísticas del comercio exterior español*.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (MINCOTUR) (2017). *Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027*.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (MINCOTUR) (2021). *Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022*.

OECD. *OECD.Stat*

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. *WTO database*.

PRADES, E Y VILLANUEVA, P. (2017). “España en las cadenas globales de valor”, *Banco de España, Boletín Económico* 3/2017, Artículos Analíticos.

XIFRÉ, R. (2017a). “Competitividad y comportamiento de las exportaciones: España en el contexto de la eurozona”, *Cuadernos de Información Económica*, 260, septiembre/octubre, pp. 28.

XIFRÉ, R. (2017b). “El papel de la competitividad coste en las exportaciones de la eurozona: el caso de España en una perspectiva sectorial comparada”, *Cuadernos de Información Económica*, 267, noviembre/diciembre, pp. 27, 36-37.