



Universidad de Valladolid

VISTO BUENO DEL TUTOR/ES PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Según lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y como profesor tutor del trabajo de fin de estudios en el título de

Grado en Administración y Dirección de Empresas

de la (VA) Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

de la Universidad de Valladolid, D.^a M.^a Elisa Álvarez López

y D./D.^a nombre del segundo tutor/a

DECLARA/N que el/la estudiante D. Joseph Huapaya García

ha realizado bajo su tutela el trabajo titulado:

Evolución reciente del comercio exterior español

Breve informe del tutor/es

M.^a Elisa Álvarez López ratifica, en su calidad de tutora, que el Trabajo Fin de Grado presentado por Joseph Huapaya García, con el título “”, conforme a los criterios establecidos en el Reglamento de la Universidad de Valladolid que regula la elaboración y evaluación de los Trabajos Fin de Grado, establece con claridad sus objetivos y su estructura y la metodología en las que se basa son las adecuadas para el

Considera/n que el TFG anteriormente mencionado cumple los requisitos establecidos y AUTORIZA/N su presentación para la defensa ante la Comisión evaluadora correspondiente.

En Valladolid , a fecha de firma electrónica

Fdo.: El tutor/es

Universidad de Valladolid

SEDE ELECTRÓNICA

Código Seguro De Verificación	GCmmE+Q9DwsetUP/KJoAXA==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Maria Elisa Alvarez Lopez	Firmado	11/07/2024 16:31:02
Observaciones		Página	1/1
Url De Verificación	https://portal.sede.uva.es/validador-documentos?code=GCmmE%2BQ9DwsetUP%2FKJoAXA%3D%3D		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		





Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales**

Trabajo Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

***Evolución reciente del comercio
exterior español***

Presentado por:

Joseph Huapaya García

Valladolid, de julio de 2024

RESUMEN

El comercio exterior desempeña un papel destacado dentro de la economía española, impulsando el crecimiento del PIB y el empleo, a la vez que permite satisfacer la demanda de los consumidores y aprovechar las ventajas competitivas que tienen otros países.

El objetivo general del presente Trabajo Fin de Grado es estudiar las características y determinantes de la evolución del comercio exterior español desde el año 2010, identificando los sectores que han desempeñado un papel más relevante, los principales socios comerciales de España, el impacto de la pandemia y el papel de la digitalización.

Palabras clave: comercio de bienes y servicios, socios comerciales, digitalización, pandemia

ABSTRACT

The general objective of this Bachelor's Degree Final Project is to study the characteristics and determinants of the evolution of Spanish foreign trade since 2010, identifying the sectors that have played the most relevant role, Spain's main trading partners, the impact of the COVID-19 crisis and the role of digitalization.

Keywords: trade in goods and services, main trading partners, digitalization, COVID-19 crisis.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. CONTEXTO ECONÓMICO INTERNACIONAL EN 2010	4
3. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL, 2010-2022	5
3.1. Evolución de las exportaciones de bienes y servicios.	5
3.2 Evolución de las importaciones de bienes y servicios.	7
3.3. Evolución del saldo comercial.	10
4. PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ESPAÑA	13
5. LOS SECTORES CON MAYOR CONTRIBUCIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL.....	14
6. IMPACTO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES EN EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL	16
7. INNOVACIONES Y DIGITALIZACIÓN	18
7.1 Influencia de la digitalización en el comercio exterior español	18
7.2. Desafíos y oportunidades	20
8. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES	21
8.1. Desafíos enfrentados por el comercio exterior español a lo largo de las dos últimas décadas.....	21
8.2. Oportunidades aprovechadas	22
9. CONCLUSIONES	23
10. BIBLIOGRAFÍA	25

1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo de Fin de Grado trata de explicar la trayectoria del comercio exterior español entre 2010 y 2022, un periodo en el que la economía ha pasado por diversas fases, marcadas por dos profundas crisis económicas, la financiera y la provocada por la COVID-19, y los posteriores periodos de recuperación.

El objetivo principal del trabajo es describir la evolución de las importaciones y exportaciones españolas, explicando los factores que han incidido en ella e identificando los principales socios comerciales de España y los sectores con mayor aportación al crecimiento del comercio exterior. La información estadística utilizada en el trabajo proviene del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

La estructura del trabajo es la siguiente: en primer lugar, se examina el contexto económico internacional en el año 2010 y su incidencia en el comercio exterior global y de España. Seguidamente, se analiza la evolución de las exportaciones y las importaciones de bienes y servicios, los sectores con mayor contribución a su crecimiento y los principales socios comerciales de España. A continuación, se presta atención a la influencia en el comercio de los acuerdos comerciales y la digitalización. Finalmente, se explican los desafíos y oportunidades que ha encontrado el comercio exterior a lo largo del periodo estudiado. El trabajo se cierra con las principales conclusiones alcanzadas a lo largo del mismo.

2. CONTEXTO ECONÓMICO INTERNACIONAL EN 2010

En el año 2010, la economía mundial se encontraba en un periodo de profunda crisis, iniciada en 2008. La crisis provocó altas tasas de desempleo y una enorme incertidumbre. En el ámbito del comercio exterior, tras su colapso en 2009, comenzó a recuperarse, impulsado por las economías emergentes de Asia y también de América Latina. Estos países experimentaron un rápido crecimiento, asentado en una demanda interna sólida, una expansión de sus exportaciones y un aumento de las inversiones extranjeras.

La fuerte expansión de estas economías, con China a la cabeza, impulsaron la demanda de bienes y servicios, generando nuevas oportunidades comerciales a empresas de todo

el mundo. En Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, economías más avanzadas, la recuperación fue más lenta, porque el impacto de la crisis en estas regiones fue mayor, con un alto nivel de desempleo, una deuda pública elevada o la implantación de políticas fiscales más restrictivas, que limitaron el crecimiento económico y, en consecuencia, el comercio exterior.

Además, los intercambios internacionales se vieron negativamente afectados por el incremento de las disputas comerciales y las medidas proteccionistas. Estas medidas aumentaron los costes de los intercambios y generaron incertidumbre en los mercados globales.

España sufrió con particular intensidad los efectos de la crisis financiera internacional. La economía atravesó por una profunda y prolongada recesión, acusando sus problemas estructurales de débil crecimiento de la productividad y la competitividad.

3. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL, 2010-2022

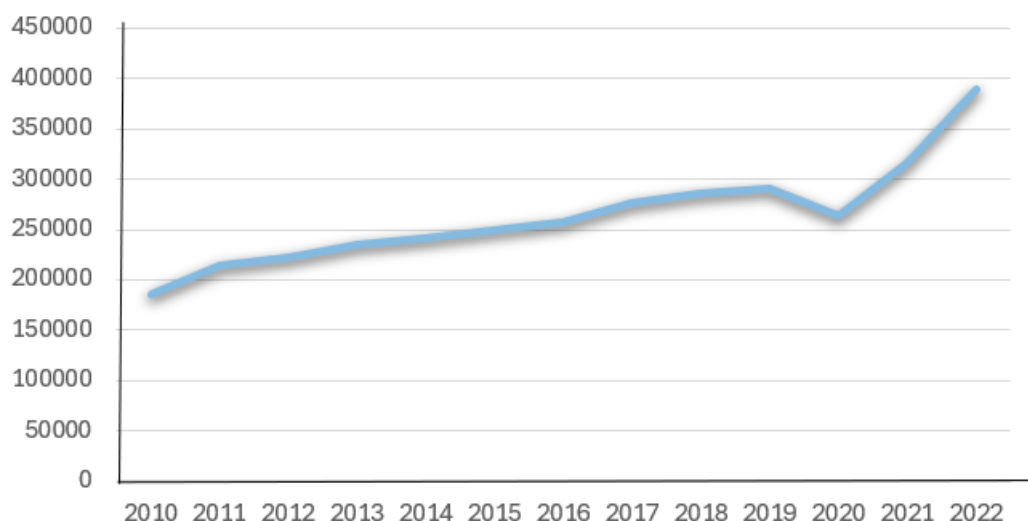
3.1. Evolución de las exportaciones de bienes y servicios.

Durante el periodo comprendido entre 2010 y 2019, las exportaciones españolas de bienes experimentaron un notable crecimiento, alcanzando cifras récord en 2019 (Gráfico 1). Las exportaciones pasaron de 185.799 a 290.892 millones de euros, un aumento del 56%. El principal destino de las exportaciones fue la Unión Europea, donde se concentraron más del 60% de las exportaciones.

Los sectores que mostraron mayor dinamismo fueron los de bienes de equipo, automóvil, alimentación y productos químicos, representando más de la mitad del total exportado. En el caso del sector automovilístico, el de mayor peso en el conjunto de la oferta exterior española, su cuota alcanzó un máximo en 2016 (12,8%).

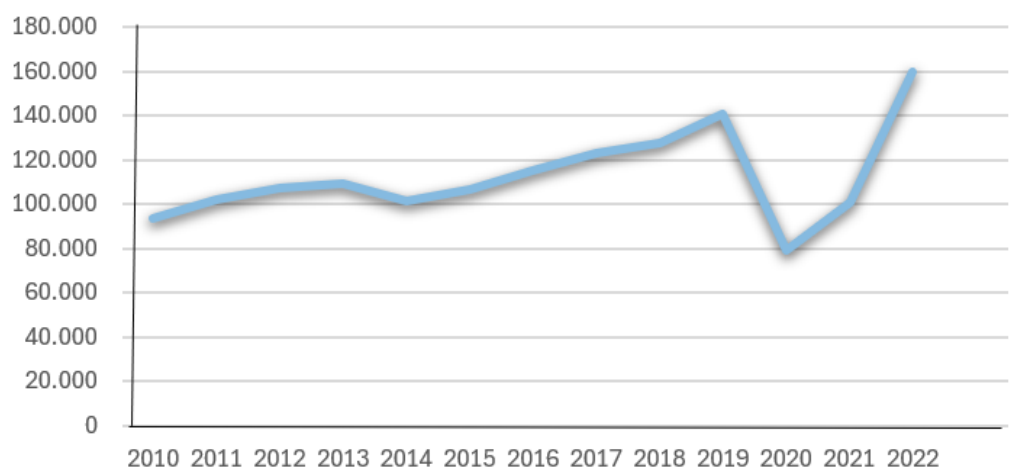
En relación con los servicios, las exportaciones también registraron un crecimiento significativo (Gráfico 2), manteniéndose el tradicional superávit comercial. Crecieron tanto las exportaciones turísticas, sector clave de la exportación española, como las de servicios no turísticos, dentro de los que sobresalen los servicios a otras empresas.

Gráfico 1. Evolución de las exportaciones de bienes, 2010-2022 (millones de euros)



Fuente: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

Gráfico 2. Evolución de las exportaciones de servicios, 2010-2022 (millones de euros)



Fuente: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

En 2020, cayeron las exportaciones de bienes por efecto de la pandemia del coronavirus. El sector de alimentación, sin embargo, contribuyó positivamente a las exportaciones; al contrario, el sector textil fue uno de los que más redujo sus ventas (-18,7%). La Unión Europea ganó importancia como destino de las exportaciones españolas.

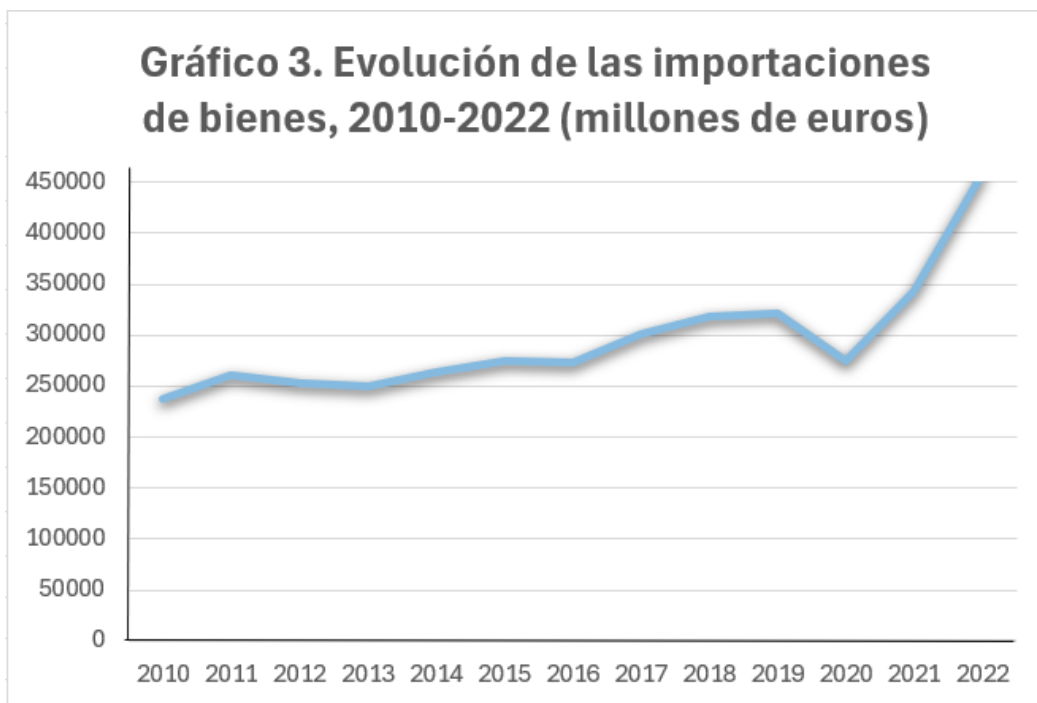
En cuanto a los servicios, fueron los más negativamente afectados por las restricciones a la movilidad y la interacción social, especialmente el turismo, la hostelería, el transporte o la restauración. A pesar de que se mantuvo el superávit en los intercambios de servicios, su aportación al PIB se redujo significativamente (del 3,7% a solo el 0,8%), fruto del desplome del turismo. Al contrario, los servicios no turísticos tomaron impulso, especialmente el comercio de servicios empresariales, impulsado por la creciente digitalización de la economía.

Tras dejar atrás lo peor de la pandemia, las exportaciones de bienes tuvieron un crecimiento pronunciado en 2021 y 2022, destacaron los productos químicos y los medicamentos. En cambio, la recuperación de las exportaciones de servicios fue más lenta, acelerándose en 2022, con el levantamiento de prácticamente todas las restricciones a la movilidad, especialmente en lo que se refiere al turismo. Las exportaciones de servicios no turísticos se vieron favorecidas por la digitalización.

3.2 Evolución de las importaciones de bienes y servicios.

Las importaciones también contribuyen al crecimiento del país, brindando la posibilidad de acceder a nuevos productos o servicios y dando la posibilidad a las empresas de mejorar su capacidad productiva.

Entre 2010 y 2022, las importaciones de España han registrado un crecimiento del 35,3% (Gráfico 3). La mayoría de las importaciones procedieron de Europa, siendo Alemania y Francia los proveedores más destacados. Fuera de Europa, los principales proveedores son China y Estados Unidos.



Fuente: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

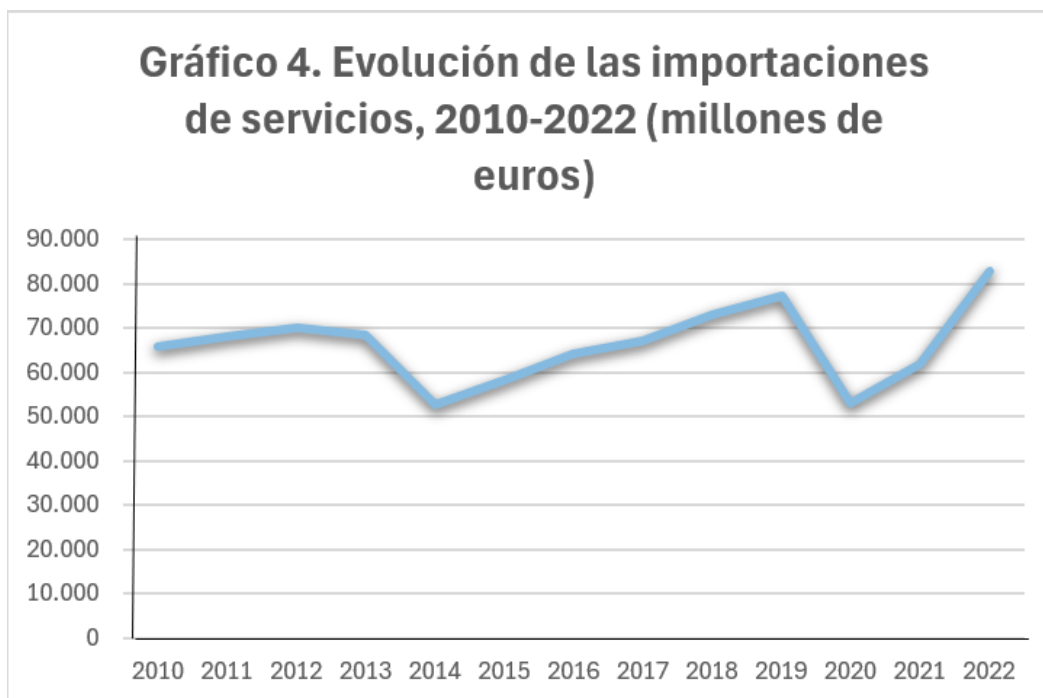
En 2012 y en 2013, se registraron tasas de crecimiento negativas. En 2012, la reducción vino por el lado de las importaciones no energéticas, particularmente de automóviles. También descendieron las compras de bienes de equipo, sobre todo de material oficina, telecomunicaciones y material de transporte. Por el contrario, en 2013 las importaciones no energéticas se incrementaron, siendo el caso más destacado el sector del automóvil, con un aumento del 10,6%. Las importaciones energéticas cayeron como consecuencia de la disminución del precio del petróleo. En sentido opuesto, cabe destacar el año 2017, cuando las importaciones crecieron un 10%. Los productos que tuvieron más peso fueron los perteneciente a los sectores de bienes de equipo, productos químicos, energéticos y el automóvil, representando más del 60% del total importado.

En 2020 las importaciones cayeron un 15%; la compra de productos energéticos descendió un 39,1%, en consonancia con la importante caída de los precios del petróleo. Las importaciones no energéticas se redujeron en menor medida, concretamente un 10,8%, anotando las mayores disminuciones el sector del automóvil, los bienes de equipo, las manufacturas de consumo y las semimanufacturas no químicas. El sector del automóvil fue el que más contribuyó de forma negativa a las importaciones ya que las compras de vehículos disminuyeron un 32,4% y las de componentes del automóvil se

redujeron un 17%. Dentro del sector de bienes de equipo, destacan los descensos de material de transporte y maquinaria para la industria.

En 2021, las importaciones crecieron un 25%; aumentaron en todos sectores, pero de forma más marcada en productos del petróleo y derivados, seguidos de medicamentos, gas, hierro y acero. Gracias a las vacunas y el material sanitario necesario para hacer frente a la pandemia, el sector químico fue uno de los sectores que registró el mayor avance dentro de las importaciones españolas, colocándose segundo en la contribución solo por detrás de los productos energéticos. Tampoco en 2022 hubo ningún sector que contribuyera negativamente al crecimiento de las compras exteriores. Las mayores aportaciones positivas procedieron de los productos energéticos, los bienes de equipo, la alimentación y los productos químicos. El encarecimiento de los precios de la energía situó al sector energético como el principal sector importador en 2022, superando a los bienes de equipo. A pesar de ello, las importaciones de bienes de equipo se incrementaron registrando la mayor contribución positiva dentro de las importaciones no energéticas.

En el caso de los servicios, las importaciones se incrementaron un 17,3% entre 2020 y 2022 (Gráfico 4), siendo los servicios no turísticos los que tuvieron mayor crecimiento, sobre todo los empresariales y de transporte. Los países con más representación en las importaciones fueron Alemania y Francia y, fuera de la Unión Europea, Reino Unido, China y Estados Unidos.



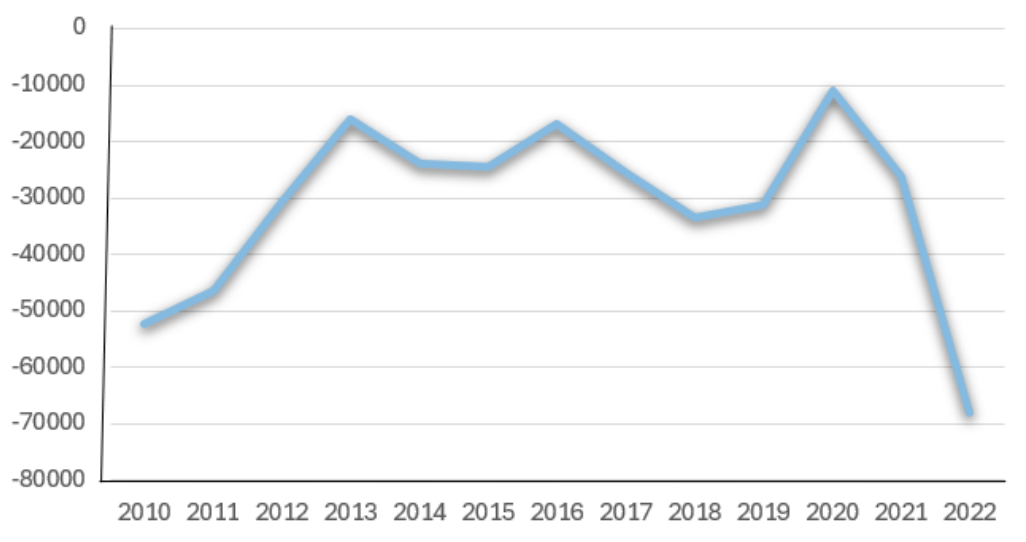
Fuente: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

En el año de la pandemia las importaciones de servicios no turísticos representaron el 85,5% de las compras totales. Destacan los servicios empresariales y los servicios de transporte. Por el contrario, los pagos por servicios de telecomunicaciones, informáticos y de información aumentaron por las necesidades del teletrabajo impuestas por el confinamiento y las restricciones a la movilidad.

3.3. Evolución del saldo comercial.

Durante el periodo considerado, el saldo del comercio de bienes siempre ha sido negativo (Gráfico 5). En 2010, la tasa de cobertura fue del 78%, superando el déficit los 52.000 millones de euros. Aunque las exportaciones se beneficiaron de la diversificación de los destinos, consiguiendo reducir la dependencia de los mercados tradicionales, la alta dependencia energética de España explica que el valor de las importaciones fuese aún mayor.

**Gráfico 5. Saldo de la Cuenta de bienes,
2010-2022 (millones de euros)**



Fuente: Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.

Entre 2011 y 2013, el déficit en el comercio de bienes se redujo, como resultado del aumento de las exportaciones, impulsadas por su paulatina diversificación hacia mercados emergentes en rápida expansión, y la disminución de las importaciones. Volvió a empeorar entre 2014 y 2018, los años de recuperación de la crisis financiera, que trajeron consigo un incremento de la demanda de bienes de inversión y de consumo, así como de productos energéticos. Tras la pandemia, el déficit comercial ha registrado un sensible aumento, fruto sobre todo de la escalada de los precios de la energía.

3.4. Impacto de la pandemia en el comercio exterior español.

La pandemia del COVID-19 tuvo un gran impacto en las economías de todo el mundo. España fue una de las naciones más afectadas por el virus. La pandemia interrumpió las cadenas de suministro; las restricciones a la movilidad provocaron retrasos en los transportes y limitaciones al acceso de las rutas comerciales; se produjo el cierre de numerosas fábricas y aumentaron los costes de los intercambios; esta acumulación de perturbaciones afectó muy negativamente a los flujos comerciales.

El sector del turismo, clave para la economía española, fue duramente castigado. Las restricciones a la movilidad paralizaron la llegada de turistas, con el consiguiente

impacto negativo en las actividades de transporte y viajes, alquileres, restauración, ocio...

El sector agroalimentario, pese a la crisis sanitaria, mantuvo su actividad, asegurando la cadena de abastecimiento de alimentos. En contraste, disminuyeron las exportaciones de vehículos y componentes debido a la caída de la demanda global y las interrupciones en las cadenas de suministro. También cayeron las exportaciones de productos textiles, de resultas de la disminución del consumo de ropa y accesorios durante el confinamiento; algunas empresas pertenecientes este sector se dedicaron a producir mascarillas y otros productos de protección personal, a fin de mantener su actividad. El sector químico cambió su orientación hacia líneas de productos relacionados con la farmacia y los equipamientos sanitarios, así como otros productos sanitarios de primera necesidad, permitiendo que el sector pudiese mantener su actividad y aumentar su importancia en el comercio. Y, por el último, el sector energético se vio negativamente afectado por el parón de la actividad empresarial y la reducción del consumo de petróleo, cuyos precios sufrieron una acusada caída.

Muchas empresas españolas se adaptaron rápidamente al comercio electrónico para mantener y expandir sus ventas internacionales; el sector más beneficiado fue el textil, por un aumento de sus ventas online, compensando la caída de las exportaciones tradicionales. Este crecimiento del comercio electrónico hizo que las empresas invirtiesen en tecnología digitales para mejorar sus capacidades en el comercio electrónico, logística y atención al cliente. Creció el uso de plataformas de comercio electrónico o *marketplace* facilitando el acceso a mercados extranjeros.

Se implementaron varios paquetes de estímulos económicos para ayudar a las empresas, incluyendo ayudas directas, subvenciones y préstamos garantizados. Una reducción de los impuestos, como una medida temporal para reducir las cargas fiscales, aliviando la presión financiera sobre las empresas exportadoras. Asimismo, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) trató de promover el comercio exterior a través de la organización de ferias virtuales y de misiones comerciales, así como de fomentar la formación de las empresas en competencias digitales.

Gracias a los programas de apoyo puestos en práctica, muchas empresas consiguieron adaptarse rápidamente, respondiendo a la demanda sobre todo de productos

esenciales, como equipos de protección personal o productos sanitarios. Con la diversificación de proveedores, se consiguió que las empresas pudieran reestructurar las cadenas de suministro e ir solucionando los problemas de suministro de materiales.

El desarrollo del comercio electrónico facilitó el acceso a mercados globales y se espera que siga favoreciendo los flujos de comercio internacional.

Se continuó con la búsqueda de nuevos mercados y nuevas oportunidades en economías emergentes; también se buscaron nuevos acuerdos comerciales y la participación en negocios internacionales para asegurar la entrada en otros territorios.

4. PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ESPAÑA

Los países de la Unión Europea han sido siempre los principales socios comerciales de España, por proximidad geográfica, integración económica y la eliminación de barreras comerciales facilitando el flujo comercial.

Dentro de la Unión Europea, destacan los intercambios con Francia y Alemania. Francia es el principal cliente de España. Los principales productos enviados al mercado francés son los agrícolas, automóviles, ropa y productos químicos; por su parte, los principales productos importados por España son vehículos, maquinaria y alimentos. España ha exportado una amplia gama de productos a Alemania, su segundo cliente en importancia, incluyendo automóviles, maquinaria, productos químicos y alimentos. En cuanto a las importaciones, destacan los vehículos, maquinaria y componentes de producción y bienes de consumo. Italia es el tercer cliente comercial de España, a este país se exportan sobre todo automóviles, productos alimenticios y en él se adquieren maquinaria, productos químicos y sobre todo los productos textiles.

Fuera de la Unión Europea, en América del Norte destacan las exportaciones españolas de productos farmacéuticos, maquinaria, vehículos, y alimentos (especialmente vino y aceite de oliva). Se importaron de Estados Unidos maquinaria y productos tecnológicos y de México productos agrícolas, petróleo y productos manufacturados para satisfacer su demanda interna.

En la zona de Asia, China y Japón son los principales socios comerciales de España; en ambos casos se exportaron automóviles y productos agrícolas. El crecimiento

económico de estos países y la demanda de productos de alta calidad pertenecientes a España impulsaron las exportaciones; en cuanto a las importaciones, se centraron en productos electrónicos, en el caso de China, debido a su producción masiva y a sus bajos costes.

Dentro de América latina, destacan las relaciones comerciales con Brasil y Argentina. Hacia estos dos mercados se exportaron sobre todo productos farmacéuticos, automóviles, alimentos y productos agrícolas; de Brasil se importaron productos agrícolas y minerales, y de Argentina productos agrícolas e industriales.

En África, sobresalen Argelia y Marruecos, países a los que se les exportó maquinaria y productos industriales. La relación con Marruecos ha ido ganando importancia; las importaciones principalmente fueron productos agrícolas, consiguiendo reducir los costes de transporte por la cercanía entre los países y por el lado de Argelia, los productos importados fueron principalmente energéticos, como el gas natural o el petróleo.

5. LOS SECTORES CON MAYOR CONTRIBUCIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL

Entre 2010 y 2022, los sectores con una mayor contribución a los flujos de comercio exterior de la economía española han sido:

1. Sector de automoción.

El sector automovilístico es el sector con mayor peso en la oferta exterior española de bienes. España se posiciona como uno de los mayores fabricantes de automóviles de Europa. Dentro de él, los productos más relevantes son los vehículos terminados, los componentes y las piezas automotrices. No solo es un gran exportador, sino también un importante importador; los productos más importados fueron los componentes y piezas de vehículos, así también como vehículos terminados, debido al aumento de demanda interna de vehículos de alta gama y la búsqueda de modelos específicos no fabricados en España. Algunos de los factores que impulsaron este sector fueron la alta competitividad de este sector, la calidad de los vehículos fabricados en España y las inversiones extranjeras, porque España cuenta con varias plantas de producción de grandes fabricantes internacionales como SEAT, Volkswagen, Renault y Ford. Gracias a la presencia de estos grandes fabricantes de automóviles, se obtuvo una gran inversión

en I+D para mejorar la eficiencia y tecnología de los vehículos. Los principales socios comerciales fueron Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos y China.

2. Sector químico y farmacéutico.

Un sector que ha mostrado un crecimiento constante, impulsado por una demanda creciente de productos más especializados y de alta tecnología. Los productos más relevantes en el comercio exterior fueron los farmacéuticos (medicamentos y vacunas), seguido de productos químicos más básicos y especializados como fertilizantes, plásticos y productos de limpieza. El impulso de este sector provino de la innovación, por una inversión en tecnología más avanzada y procesos de producción, siguiendo el cumplimiento de las estrictas normativas de calidad y seguridad.

3. Sector agroalimentario.

Otro pilar del comercio español, destacando por la calidad y diversidad de sus productos, muy apreciados en los mercados internacionales. Los productos más relevantes son el aceite de oliva, las frutas y hortalizas, seguidos de productos cárnicos como el jamón y los embutidos y productos pesqueros como el marisco y el pescado. El sector agroalimentario ha aumentado notablemente su presencia en los mercados asiáticos y americanos, además de mantener su presencia en los mercados europeos, A ello han contribuido, además de su calidad y diversidad, otros factores como las promociones internacionales, la creación de campañas de *marketing* y las ferias internacionales para promover los productos españoles. A pesar de que España goza de buenos productos alimenticios, la necesidad de complementar la producción nacional y satisfacer la demanda interna, hicieron que este sector también cobrará importancia por el lado de las importaciones.

4. Maquinaria y equipo.

En los intercambios comerciales de este sector destacan la maquinaria agrícola, de construcción y manufacturera. Los productos que más se comercializaron fueron maquinaria agrícola, equipos de construcción, maquinaria industrial, equipos eléctricos y electrónicos. Los factores que impulsaron este sector fueron la necesidad de modernizar la industria y el aumento de la demanda de productos electrónicos, por el avance de la digitalización.

5. Sector textil.

Tradicionalmente el sector textil ha sido un sector significativo, pero debido a la fuerte competencia global, se ha convertido en sector que ha sufrido constantes transformaciones, centrándose más en los segmentos de moda de calidad. Los productos más relevantes fueron la ropa, el calzado y accesorios de moda, así como también productos textiles especializados para otros tipos de sectores como el industrial o el agrícola. El crecimiento de este sector ha ido de la mano de marcas muy conocidas a escala mundial, entre las que sobresale Inditex.

6. Sector energético.

La gran dependencia energética de España explica el elevado peso de este sector en sus importaciones; los productos más relevantes fueron el petróleo y sus derivados, gas natural y carbón. Se intentó diversificar a los proveedores, para no depender solo de uno. Argelia siendo el principal proveedor, pero también aumentaron las importaciones a Rusia, Estados Unidos y México.

7. Sector turístico.

El sector del turismo es la principal fuente de ingresos en el comercio de servicios. Su actividad tiene una alta influencia en determinados servicios que estén ligados a la actividad turística, como los servicios de transporte, actividades culturales o deportiva y alquileres. España destaca a escala mundial por su elevada competitividad en los servicios relacionados con el turismo.

6. IMPACTO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES EN EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL

Los acuerdos comerciales internacionales han desarrollado un papel importante en la expansión y diversificación del comercio exterior español, permitiendo a las empresas acceder a nuevos mercados y mejorar su competitividad global.

1. La Unión Europea y su política comercial común.

España, como miembro de la Unión Europea, se beneficia de los acuerdos comerciales negociados por la Comisión Europea con países que no pertenecen al área integrada. La política comercial común busca facilitar el acceso a mercados globales, reducir barreras

arancelarias y no arancelarias, a un tiempo que promover normas comerciales justas y sostenibles.

2. Principales acuerdos comerciales bilaterales y regionales de la Unión Europea.

a) Acuerdos de asociación económica con Japón.

Con este acuerdo se eliminaron la mayoría de los aranceles sobre las exportaciones de la Unión Europea hacia Japón, generando un impacto positivo sobre las exportaciones en España, sobre todo en sectores clave como la automoción, el químico o el agroalimentario.

b) Acuerdo de libre comercio Unión Europea-Canadá (CETA).

Gracias a este acuerdo se eliminaron gran parte de los aranceles entre la Unión Europea y Canadá, facilitando el acceso de productos españoles a los mercados canadienses; tuvo un impacto significativo en sectores como la maquinaria, el agrícola o el químico.

c) Acuerdo con MERCOSUR.

Tras 20 años de negociaciones, en 2019 se alcanzó un principio de acuerdo con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), un acuerdo que propició un ahorro en conceptos de aranceles, donde se abrieron oportunidades para las exportaciones españolas de maquinaria, productos farmacéuticos, automóviles, productos agrícolas, hacia países de América del Sur como Brasil y Argentina.

d) Acuerdo comercial con Singapur.

En 2019 también se llegó a un acuerdo comercial con Singapur. Siendo el primer acuerdo bilateral entre la Unión Europea y un estado de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN). Debido a que Singapur es considerado un importante *hub* comercial en Asia, facilita el acceso a productos y servicios europeos, incluido los procedentes de España hacia el mercado asiático. Sectores como el tecnológico, químico o agroalimentarios fueron los más beneficiados.

e) Acuerdo comercial con Estados Unidos.

En 2020 se anunció un acuerdo con Estados Unidos para reducir las barreras arancelarias, aumentando los intercambios comerciales entre la Unión Europea y

Estados Unidos, siendo España uno de los países más beneficiados, en concreto en sus exportaciones agroalimentarias.

Los principales efectos de estos acuerdos en el comercio de exterior de España han sido:

1. Expansión de mercados y diversificación.

Gracias a estos acuerdos se consiguió el acceso a nuevos mercados de Asia, América del Norte y América Latina, reduciéndose así la dependencia de los destinos comunitarios.

2. Impacto en los sectores españoles.

a) En el sector agroalimentario se abrieron nuevos mercados, como el japonés, el canadiense o el americano, fueron los mercados que mostraron una mayor demanda de productos agroalimentarios españoles, en particular de aceite de oliva, vino y frutas y hortalizas.

b) En el sector automovilístico se eliminaron aranceles en los mercados clave; los fabricantes de automóviles españoles pudieron competir en igualdad de condiciones con otros países y aumentar su presencia en mercados como Japón o Estados Unidos.

c) El sector químico y farmacéutico consiguió un mayor acceso a productos y materias primas, permitiendo disponer de una producción más competitiva y de la entrada en nuevos mercados.

7. INNOVACIONES Y DIGITALIZACIÓN

7.1 Influencia de la digitalización en el comercio exterior español

El comercio internacional ha sufrido una gran transformación por la digitalización y la incorporación de las nuevas tecnologías, permitiendo mejoras en la eficiencia logística y el crecimiento del comercio electrónico. Estos cambios han permitido a las empresas españolas mejorar su competitividad exterior.

Las plataformas del comercio electrónico han permitido a las empresas llegar a clientes de todo el mundo sin necesidad de tener presencia física en los mercados. Las plataformas como Amazon, eBay y Alibaba han jugado un papel esencial en la expansión del comercio electrónico, ya que, al vender a través de esas plataformas, las empresas han podido diversificar sus riesgos, reduciendo la dependencia de mercados locales o regionales.

Ha mejorado la experiencia del cliente, creándose servicios personalizados y mejorando la experiencia de compra, a través de recomendaciones personalizadas y mejoras en la atención al cliente en múltiples idiomas y varios canales de comunicación. La automatización de los pedidos y la logística han aumentado la rapidez y eficiencia de las transacciones, generando un aumento de la satisfacción del cliente que fomenta la lealtad hacia la empresa.

También se mejoraron los sistemas de gestión en las cadenas de suministros, permitiendo a las empresas gestionar de manera más adecuada sus inventarios, rastrear los envíos y optimizar las rutas de distribución en tiempo real, lo que ha traído consigo una reducción de costes y tiempos de entrega, aumentando la competitividad de las exportaciones españolas.

Se introdujo la tecnología *blockchain* para la mejora de cadenas de suministro, dando lugar a una mayor transparencia; por otro lado, gracias a la incorporación del internet de las cosas (IoT) se han podido monitorear los productos en tránsito, proporcionando datos sobre las condiciones de transporte, ubicación o estados de los envíos. Con la automatización de los almacenes y centros de distribución, ha aumentado la eficiencia y precisión en la gestión de inventarios y el cumplimiento de pedidos.

El desarrollo tecnológico ha facilitado la investigación y desarrollo de nuevos productos, mejor adaptados a las necesidades de mercados específicos. En el ámbito de los servicios, han adquirido un importante desarrollo los de consultoría, soporte técnico y servicios de posventa, aumentando la satisfacción del cliente y generando otras fuentes de ingreso. A través de las plataformas digitales también se favoreció a la comunicación en línea, facilitando la interacción y cooperación con socios comerciales, distribuidores y clientes internacionales, dando lugar a una mayor eficiencia y menores costes de comunicación.

En el caso del sector agroalimentario, gracias al *blockchain* y el *IoT*, ha mejorado la trazabilidad y calidad de sus productos, pudiendo ver el origen, y sus diferentes etapas del proceso de producción y distribución, asegurando que los productos españoles cumplan con los estándares internacionales, lo que ha impulsado su competitividad en el mercado global. Se ha creado la certificación digital de calidad y origen, gracias a la que ha aumentado la confianza de los consumidores internacionales en los productos

agroalimentarios españoles. La agricultura de precisión ha optimizado sus procesos de producción; un tipo de agricultura que mide las cualidades de los cultivos, del suelo y los factores climáticos, para aplicar el mejor tratamiento en el lugar y en el momento justo, lo que ha originado reducciones en los costes y mejoras en la sostenibilidad de las explotaciones agrícolas. La automatización y la robótica han mejorado el procesamiento y empaquetado de alimentos, aumentando la eficiencia y reduciendo los tiempos de comercialización.

En el sector del automóvil, la digitalización del diseño y la simulación, ha permitido a las empresas automotrices españolas desarrollar nuevos modelos de vehículos de forma más eficiente y rápida, mejorando su competitividad internacional. Gracias a una producción más automatizada, se ha logrado una mayor eficiencia en la fabricación de componentes y vehículos, reduciendo costes y mejorando la calidad de los productos. El comercio electrónico ha facilitado la expansión hacia nuevos mercados y clientes, creando nuevas oportunidades de exportación.

En textil y moda, se han adoptado tecnologías de producción sostenible y se han automatizado los procesos de producción, mejorando la eficiencia y reduciendo el impacto ambiental. La digitalización del *marketing* ha permitido el acceso de las marcas españolas a una audiencia global, aumentando sus ventas y la visibilidad de la marca, con nuevas formas de personalización y experiencia del cliente. Gracias a la impresión 3D las empresas han podido fabricar prendas más personalizables ofreciendo a los clientes más opciones de exclusividad. Ha mejorado la experiencia de compra digital, a través de la realidad virtual, permitiendo a los clientes ver y probar productos de manera virtual antes de comprar.

7.2. Desafíos y oportunidades

La creciente dependencia de la tecnología digital ha incrementado también los riesgos de ciberataques, acarreando inversiones significativas en ciberseguridad para proteger la información sensible y las operaciones comerciales. También se han establecido nuevas normas internacionales de protección de datos, como el Reglamento general de protección de datos (GDRPP) en la Unión Europea, presentando desafíos para las empresas que operan en múltiples jurisdicciones. Por otra parte, la desigualdad en el acceso a las nuevas tecnologías ha limitado la capacidad de algunas empresas,

especialmente pymes que no han podido beneficiarse plenamente de la digitalización, al no poder hacer frente a los elevados gastos de formación del personal.

8. DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

8.1. Desafíos enfrentados por el comercio exterior español a lo largo de las dos últimas décadas

Desde 2010, el comercio ha tenido que hacer frente a numerosos desafíos, derivados de la crisis financiera internacional, la crisis de deuda soberana en la zona euro, las fluctuaciones en los precios de los productos básicos, la pandemia de la COVID-19 y las crecientes tensiones geopolíticas.

La crisis financiera iniciada en 2008 debilitó la demanda global, afectando negativamente las exportaciones españolas; además, las dificultades de acceso a la financiación limitaron la actividad de las empresas exportadoras.

La crisis de la deuda soberana afectó a varios países de la zona euro, incluida España, generando una incertidumbre económica y una volatilidad en los mercados financieros que incidió negativamente en el comercio exterior.

Las fluctuaciones en los precios de productos como el petróleo tuvieron un impacto significativo en los costes de transporte y producción; el alza del precio del petróleo incrementó los costes de producción de las empresas, deteriorando su competitividad.

La salida del Reino Unido de la Unión Europea provocó una incertidumbre comercial, aumentando las barreras comerciales que afectaron tanto a exportaciones como a las importaciones. Al *Brexit* se han sumado los conflictos comerciales entre Estados Unidos y China; las medidas proteccionistas adoptadas por estos dos países han debilitado los intercambios comerciales internacionales. Las sanciones económicas impuestas a Rusia y las barreras comerciales implementadas también han incidido negativamente en los flujos comerciales.

La irrupción y veloz expansión de la COVID-19 provocó interrupciones en las cadenas de suministro globales, afectando a la producción y el transporte de bienes; a ello se sumaron las restricciones a la movilidad y los cierres de fronteras, que dificultaron el

flujo de mercancías, provocando una escasez de insumos y materiales esenciales para la producción de las industrias españolas.

8.2. Oportunidades aprovechadas

El comercio exterior español no solo experimentó numerosos desafíos, sino que también se benefició de diversas oportunidades que contribuyeron a su crecimiento:

1. Diversificación de mercados

España ha ampliado su presencia en mercados emergentes de América Latina y Asia, las relaciones culturales con América Latina facilitaron su expansión, mientras que el crecimiento económico en Asia favoreció sus oportunidades de exportación. La región de África también emergió como nuevo destino para las exportaciones e importaciones españolas, especialmente en el ámbito de las infraestructuras energéticas y tecnológicas.

2. Acuerdos comerciales internacionales

Los tratados de libre comercio eliminaron o redujeron las barreras arancelarias, facilitando el acceso a mercados dinámicos y con gran capacidad de compra, como los asiáticos o el estadounidense.

3. Innovación y digitalización

La transformación digital fomentó el aumento del comercio electrónico facilitando el acceso de las empresas españolas a mercados globales, permitiendo a las pymes participar en el comercio internacional sin la necesidad de tener una presencia física. También se adoptaron nuevas tecnologías, mejorando la eficiencia y la competitividad de las empresas españolas, permitiendo una mejor gestión de la cadena de suministro y una respuesta más rápida a los requerimientos del mercado.

La mejora de las infraestructuras logísticas, como puertos y centros de distribución, junto a la adopción de tecnologías de automatización, mejoraron la capacidad de España para gestionar el comercio exterior de manera más eficiente.

9. CONCLUSIONES

1. Resistencia ante las crisis económicas.

El comercio exterior español ha demostrado una notable capacidad de recuperación y tras las dos profundas crisis vividas en lo que va del presente siglo, la financiera y la pandémica. El sector exportador ha jugado un papel clave en la recuperación de ambas crisis.

2. La diversificación de mercados como una estrategia fundamental.

Una de las estrategias más exitosas de España ha sido la diversificación de sus mercados de exportación, buscando mercados emergentes en América, Asia y África, permitiendo reducir la dependencia de la Unión Europea, generando mayor estabilidad ante posibles cambios económicos en Europa.

3. Impacto positivo de los acuerdos comerciales internacionales.

Los acuerdos comerciales internacionales, tanto bilaterales como multilaterales, han tenido un impacto positivo en el comercio exterior español, facilitando el acceso a nuevos mercados, reduciendo barreras arancelarias y no arancelarias y creando un entorno más favorable para los intercambios.

4. Innovación y digitalización como motores de la competitividad.

La innovación y la digitalización ha mejorado la eficiencia y competitividad de las empresas españolas; gracias al comercio electrónico, las pymes han accedido a mercados globales sin tener que soportar altos costes.

5. Adaptación y respuesta rápida a la crisis sanitaria.

La pandemia ha representado uno de los mayores desafíos para el comercio exterior; sin embargo, las empresas españolas han demostrado una capacidad notable para adaptarse a las nuevas condiciones, reorientando, en algunos casos, su producción hacia bienes más esenciales, adaptándose a las nuevas tecnologías y fortaleciendo sus cadenas de suministro.

6. Mejora de la infraestructura logística y reducción de costes.

Las mejoras en puertos, centros de distribución y sistemas de transporte terrestre y ferroviario, han permitido reducir los costes y tiempos de entrega, mejorando la competitividad de las exportaciones españolas.

7. Apoyo institucional y políticas públicas.

Iniciativas gubernamentales como los planes de internacionalización han proporcionado el soporte necesario para que las empresas pudieran competir en el mercado global; algo a lo que también han contribuido las promociones comerciales en ferias internacionales.

10. BIBLIOGRAFÍA

BBVA (2023). ¿Qué es la agricultura de precisión? La gestión digital del campo. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-agricultura-de-precision-la-gestion-digital-del-campo/>

Blog Banco Sabadell (2020). Principales relaciones comerciales de España: ¿quién lidera las importaciones y exportaciones? [El Blog de Banco Sabadell \(bancosabadell.com\)](https://www.bancosabadell.com/es/actualidad/comercio-internacional/principales-relaciones-comerciales-de-espana)

Comisión Europea (2020). Declaración conjunta de los Estados Unidos y la Unión Europea sobre un acuerdo arancelario. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_20_1512

DBK INFORMA (2020). Covid-19: Impacto en los principales sectores de la economía española.

https://cdn.informa.es/sites/5c1a2fd74c7cb3612da076ea/content_entry5c5021510fa1c000c25b51f0/5e9953e42c76cd3251580c4e/files/Covid-19-Impacto_en_los_principales_sectores_de_la_econom_a_espa_ola-Principales_Conclusiones.pdf?1587106788

Dirección Territorial de Comercio en Toledo (ICEX) (2024). Evolución en la relación comercial entre Argelia y España. <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-territorial-de-comercio/castilla-la-mancha/noticias/detalle.relacion-comercial-argelia.news120202403>

García Legaz, J. (2016). “La caída de las importaciones anticipa un menor crecimiento”.

Gracia, A. y Albisu, L. M. (s.f.) Centro de investigación y tecnología Agroalimentario de Aragón. Evolución de la industria agroalimentaria española en las dos últimas décadas. <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/355/1PAG%20197-210.pdf>

IBM (s.f.) Soluciones de *blockchain* para la cadena de suministro. <https://www.ibm.com/es-es/blockchain-supply-chain>

ICEX España exportación e inversiones. (2017) Acuerdo Económico y Comercial Global entre la Unión Europea y Canadá (CETA). Una Oportunidad para la empresa española. https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/AcuerdosComerciales/Documents/171101-FICHAS_CETA.PDF

ILUNION. (2023) El turismo en España a toda máquina. <https://www.ilunion.com/es/blog-puntoilunion/el-turismo-espana-toda-maquina>

Justo, M. (2010). BBC News Mundo. Los grandes temas de la economía mundial en 2010. [Los cinco grandes temas de la economía mundial en 2010 - BBC News Mundo](#)

Laborda, A. (2016). El País. El comercio exterior en 2015. [El comercio exterior en 2015 | Economía | EL PAÍS \(elpais.com\)](#)

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. (2019). Política comercial. Mercosur <https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/AcuerdosComerciales/Paginas/Mercosur.aspx>

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. (s.f.) Plan de choque frente a la COVID 19 en apoyo a la internacionalización. https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/paginas/plan-choque-frente-covid-19-apoyo-internacionalizacion.aspx

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. (s.f.) Política comercial. Organización Mundial del Comercio. <https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/OMCOrganismosInternacionales/Paginas/omc.aspx#:~:text=Espa%C3%B1a%20fue%20miembro%20del%20GATT,a%20trav%C3%A9s%20de%20fondos%20fiduciarios.>

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa. Sector exterior (2010-2022) [Archivos | El sector exterior \(revistasice.com\)](#)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2018). Acuerdos de comercio e inversión UE-Singapur. <https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/AcuerdosComerciales/acuerdoscomerciales/singapur/ficha-singapur.pdf>

Montoriol Garriga, J. (2020). La fortaleza del sector agroalimentario durante la crisis del coronavirus. [https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/fortaleza-del-sector-agroalimentario-durante-crisis-del)

[sectorial/agroalimentario/fortaleza-del-sector-agroalimentario-durante-crisis-del](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/fortaleza-del-sector-agroalimentario-durante-crisis-del)

Montoriol Garriga, J. (2021). La Caixa. Favorable evolución del sector agroalimentario en la recuperación. [https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/favorable-evolucion-del-sector-agroalimentario-recuperacion#:~:text=Espa%C3%B1a%20es%20una%20gran%20potencia,la%20s%C3%A9ptima%20a%20nivel%20mundial.&text=Durante%20la%20pandemia%2C%20las%20exportaciones,interanual%20en%20el%2015%202021.)

[sectorial/agroalimentario/favorable-evolucion-del-sector-agroalimentario-recuperacion#:~:text=Espa%C3%B1a%20es%20una%20gran%20potencia,la%20s%C3%A9ptima%20a%20nivel%20mundial.&text=Durante%20la%20pandemia%2C%20las%20exportaciones,interanual%20en%20el%2015%202021.](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/agroalimentario/favorable-evolucion-del-sector-agroalimentario-recuperacion#:~:text=Espa%C3%B1a%20es%20una%20gran%20potencia,la%20s%C3%A9ptima%20a%20nivel%20mundial.&text=Durante%20la%20pandemia%2C%20las%20exportaciones,interanual%20en%20el%2015%202021.)

Montoriol Garriga, J. y Díaz, S. (2020). El sector del automóvil en España, estratégico y en transformación. La Caixa. [https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/industria/sector-del-automovil-espana-estrategico-y-transformacion)

[sectorial/industria/sector-del-automovil-espana-estrategico-y-transformacion](https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/industria/sector-del-automovil-espana-estrategico-y-transformacion)
Novocargo (2022). 5 ejemplos de la cadena de suministro global. [5 ejemplos de la cadena de suministro global | Novocargo](#)

Oftex Internacionalización SI (2023). La situación del comercio exterior en España. [La situación del comercio exterior en España \(oftex.es\)](#)

Pánico, C. (2010). Redalyc. Las causas de la crisis de deuda en Europa y el papel de la integración regional. <https://www.redalyc.org/pdf/601/60115471002.pdf>

Pérez Prada, F.; Velázquez Romera, G.; Fernández Añez, V. y Dorao Sánchez, J. Mintur.gob. (s.f.) Movilidad Inteligente. <https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/FIAMMA%20PEREZ%20y%20OTROS.pdf>

Portilla, J. (2021). El sector de los componentes de automoción en 2021. [El sector de los componentes de automoción en 2021 | SERNAUTO](#)

Puga Fegarra, E. (2018). Un análisis de la evolución del comercio exterior español desde principios de siglo. Trabajo de fin de grado. Universidad del País Vasco. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/33146/TFG_Puga_Legarra.pdf?sequence

≡2

Statista Research Department (2024). Impacto del coronavirus en el turismo en España.
<https://es.statista.com/temas/6510/impacto-del-coronavirus-en-el-sector-turistico-en-espana>