

*Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación**

LA EMPRESA EXPORTADORA ESPAÑOLA

Características y su papel en el crecimiento de las exportaciones en el periodo 2000-2007

En los últimos años estamos asistiendo a cambios estructurales en la base exportadora española que se manifiestan en un mayor número de empresas que exportan regularmente, es decir, de aquellas que se consolidan en nuevos mercados de exportación, al tiempo que se ha producido una concentración de la exportación en un menor número de empresas, derivado de un redimensionamiento de la empresa exportadora. La concentración es más patente en aquellos sectores que más se han sometido a la competencia exterior. El aumento de la base exportadora es más significativo en mercados no comunitarios, explicando el crecimiento de las exportaciones en los mismos, lo que se ha traducido en una patente diversificación de las exportaciones españolas en los últimos cinco años.

Palabras clave: empresa exportadora, base exportadora, concentración de exportaciones, diversificación geográfica, margen extensivo, margen intensivo, política comercial.

Clasificación JEL: F13, F30.

1. Introducción

Una de las características estructurales de la economía española desde el periodo de apertura ha sido el permanente déficit de la balanza comercial, que sólo ha podido ser compensado en cortas fases por el superávit de servicios, básicamente turismo. De esta forma desde 1980 la economía española únicamente ha presentado dos años de superávit de la cuenta corriente, años precedidos de devaluaciones competitivas de la peseta.

Tras la entrada de España en la Unión Económica y Monetaria (UEM) el desequilibrio exte-

rior, medido por el saldo de la balanza por cuenta corriente, no sólo se mantiene sino que alcanza unas cifras desconocidas hasta el momento, llegando en 2008 a representar el 9,5 por 100 del producto interior bruto (PIB). De los componentes del saldo de la balanza por cuenta corriente, la balanza comercial es la que tradicionalmente más ha aportado al déficit, equivaliendo en 2008 al 8 por 100 del PIB.

La permanencia y crecimiento del déficit comercial en los últimos años, pone de manifiesto la necesidad de reflexionar sobre su posible corrección en el corto y medio plazo.

A corto plazo, es previsible un ajuste automático resultado de la contracción de la demanda interna, siempre que se mantenga la moderación del precio del barril del petróleo y otras materias primas.

A medio y largo plazo el ajuste requiere la puesta en práctica de todo un conjunto de actuaciones ▷

* Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Este artículo ha sido elaborado por Matilde Madrid Juan. Técnico Comercial y Economista del Estado. Subdirectora General de Análisis, Estrategia y Evaluación.

La autora agradece la colaboración de Alberto Martín del Campo y de Pedro Hinojo González en los estudios previos que han sido base de este artículo.

que contribuyan a la corrección de aquellas características estructurales de la economía española que están en la base del desequilibrio exterior, entre ellas la dependencia energética, las características del patrón geográfico y sectorial exportador y el diferencial de inflación. Junto a estas actuaciones de largo plazo, y dada la imposibilidad de instrumentar políticas monetaria y cambiaria, se requerirán actuaciones de promoción comercial activas. La política de promoción comercial tiene como objetivo final aumentar los volúmenes de exportación mediante el aumento de la exportación por empresa, del número de empresas exportadoras, y de la diversificación de la actividad exportadora tanto sectorial como por mercados.

La mayor parte de los estudios relativos a los condicionantes de las exportaciones se han centrado en variables macroeconómicas y en otro tipo de factores explicativos como la distancia, afinidades culturales o acuerdos de liberalización¹. No obstante, existen menos investigaciones cuando se trata de analizar la contribución de los distintos tipos de empresas al crecimiento de las exportaciones.

Sin embargo, tanto para el diseño de las actuaciones de promoción comercial como para su posterior evaluación es pieza clave el análisis microeconómico de la empresa exportadora española, así como de las causas del crecimiento reciente de las exportaciones atendiendo al aumento del número de empresas y de la exportación media por empresa.

El objetivo de este trabajo es aportar un mayor conocimiento sobre la exportación española desde un análisis microeconómico. Para ello se abordarán los siguientes aspectos:

En primer lugar, se realiza una descripción de las características principales de la base exportadora española, y su evolución reciente en el periodo 2000-2007, y se define y analiza la evolución de las empresas regulares.

A continuación, se descompone el crecimiento de las exportaciones españolas en los últimos siete años, atendiendo al margen intensivo (mayores ex-

portaciones de las empresa ya existentes) y extensivo (exportaciones de nuevas empresas). Este análisis se extiende por países, llegando a distintas conclusiones según se trate de mercados maduros o emergentes.

Finalmente, se concluye con unas implicaciones para la política de promoción comercial.

2. Caracterización de la base de empresas exportadoras españolas

2.1. Evolución reciente

La fuente de datos para el análisis de la empresa exportadora se realiza a partir de los registros de exportación facilitados por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, y más concretamente por el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, fuente oficial sobre las operaciones de comercio exterior realizadas por los agentes económicos españoles.

A efectos del presente análisis se considera exportaciones tanto las «expediciones a la Unión Europea» como las exportaciones a países no miembros. El análisis inicial incluye todos aquellos operadores que han declarado operaciones de exportación, los cuales incluyen también agentes obligados a declarar que no son empresas exportadoras. Si bien, como se verá mas adelante, estas operaciones representan un porcentaje casi despreciable en el valor total de la exportación.

El Cuadro 1 ofrece los resultados en cuanto a la evolución de los operadores de exportación en el periodo 2000-2007², por tramos y volumen de exportaciones.

El análisis de los datos sugiere que la exportación española está enormemente polarizada; el mayor número de operadores, equivalente al 63,7 por 100 del total, exportan anualmente menos de 50.000 euros, y en conjunto durante 2007 representaron tan sólo el 0,3 por 100 del total de la exportación española. ▷

¹ Estas variables recogen los modelos de gravedad de comercio bilateral. Anderson (1979).

² Se toma el periodo 2000-2007 por ser el único para el que existen datos a nivel de empresas disponibles.

CUADRO 1
OPERADORES DE EXPORTACIÓN POR TRAMOS (2000-2007)

	Número de empresas exportadoras								tvam* porcentaje 2007/2000
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
TOTAL	66.278	69.307	90.082	93.279	96.401	99.232	100.177	98.513	5,8
Menos de 50.000 €	33.861	35.524	55.367	58.489	61.766	64.302	64.636	62.719	9,2
Entre 50.000 € y 500.000 €	17.369	17.952	18.540	18.593	18.233	18.475	18.479	18.174	0,6
Entre 500.000 € y 2,5 Mill €	9.307	9.703	9.827	9.916	10.026	10.021	10.257	10.504	1,7
Entre 2,5 Mill € y 10 Mill €	3.971	4.192	4.370	4.297	4.320	4.277	4.499	4.677	2,4
Entre 10 Mill € y 50 Mill €	1.487	1.629	1.650	1.634	1.685	1.782	1.887	1.963	4,0
Más de 50 Mill €	283	307	328	350	371	375	419	476	7,7

*tvam: tasa de variación anualizada media.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio, a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria.

CUADRO 2
OPERADORES DE EXPORTACIÓN POR TRAMOS (2007)

	Número de empresas		Volumen de exportación	
	TOTAL	Porcentaje del total de empresas	Millones euros	Porcentaje del total de exportación
TOTAL	98.513	100,0	181.479	100,0
Menos de 50.000 €	62.719	63,7	486	0,3
Entre 50.000 € y 500.000 €	18.174	18,4	3.593	2,0
Entre 500.000 € y 2,5 Mill €	10.504	10,7	12.253	6,8
Entre 2,5 Mill € y 10 Mill €	4.677	4,7	23.209	12,8
Entre 10 Mill € y 50 Mill €	1.963	2,0	40.285	22,2
Más de 50 Mill €	476	0,5	101.652	56,0

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio, a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria.

Por el contrario, las mayores empresas, que realizan anualmente operaciones de exportación por valor superior a 50 millones de euros, representan tan sólo el 0,5 por 100 del total de empresas exportadoras, pero suponen el 56 por 100 del total exportado.

No obstante, dada la legislación vigente relativa a la obligatoriedad de declarar, aquellos operadores que declaran operaciones que en conjunto no suman más de 50.000 euros anualmente, pueden no ser empresas cuya parte de producción se destina a la exportación, sino ser simplemente particulares o empresas que puntualmente realizan alguna operación al exterior.

Por ello, podría considerarse como empresa exportadora aquellos operadores con un flujo anual de exportación superior a los 50.000 euros. En este caso, los resultados anteriores se mantienen en cuanto a la caracterización anterior de base exportadora. Otro aspecto a destacar, y obviando los agentes con operaciones por debajo de los 50.000 euros, es el redimensionamiento del tamaño de la empresa exportadora española, al corresponder el mayor incremento en el número de empresas a aquellas que se sitúan en el mayor volumen de exportación (Cuadro 2). Esto supone un dato positivo al estar progresivamente transformándose la base exportadora de microempresas a empresas de mayor tamaño, con volúmenes elevados de exportación y mayor capacidad de salvar barreras de entrada en mercados exteriores.

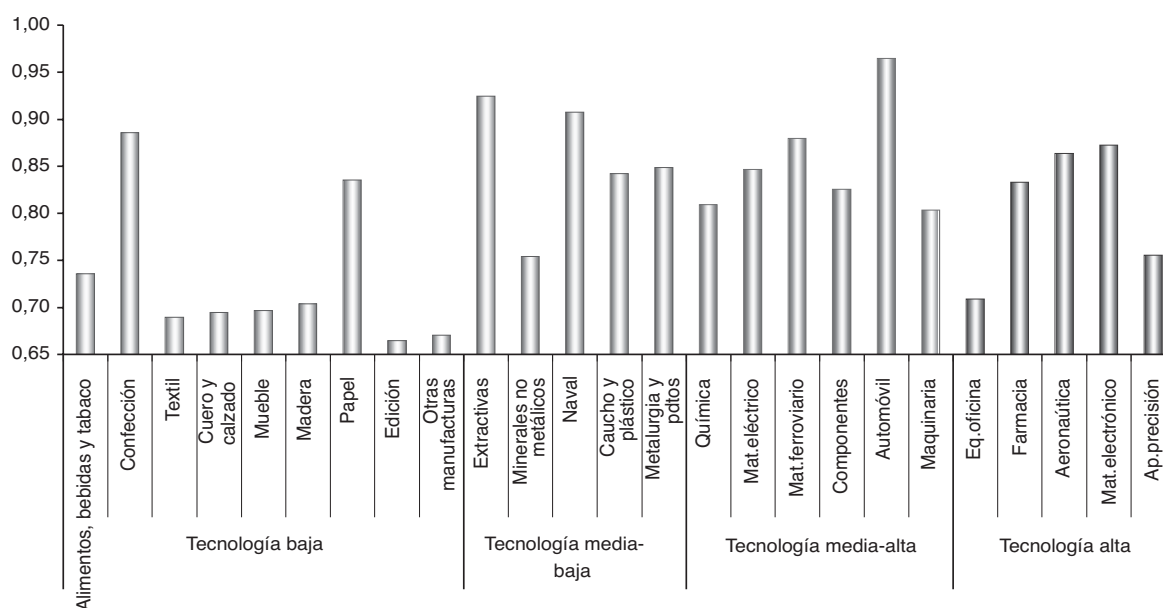
tadora española, al corresponder el mayor incremento en el número de empresas a aquellas que se sitúan en el mayor volumen de exportación (Cuadro 2). Esto supone un dato positivo al estar progresivamente transformándose la base exportadora de microempresas a empresas de mayor tamaño, con volúmenes elevados de exportación y mayor capacidad de salvar barreras de entrada en mercados exteriores.

2.2. Análisis sectorial

Desde un punto de vista sectorial el análisis de la concentración de la base exportadora se ha realizado calculando índices de Gini para distintos sectores económicos a partir de los datos oficiales de empresas exportadoras proporcionados por la Agencia Estatal de Administración Tributaria³. ▷

³ Se han calculado los índices de Gini para empresas que exportan más de 200.000 euros. Estas empresas representan el 98 por 100 del total de exportaciones.

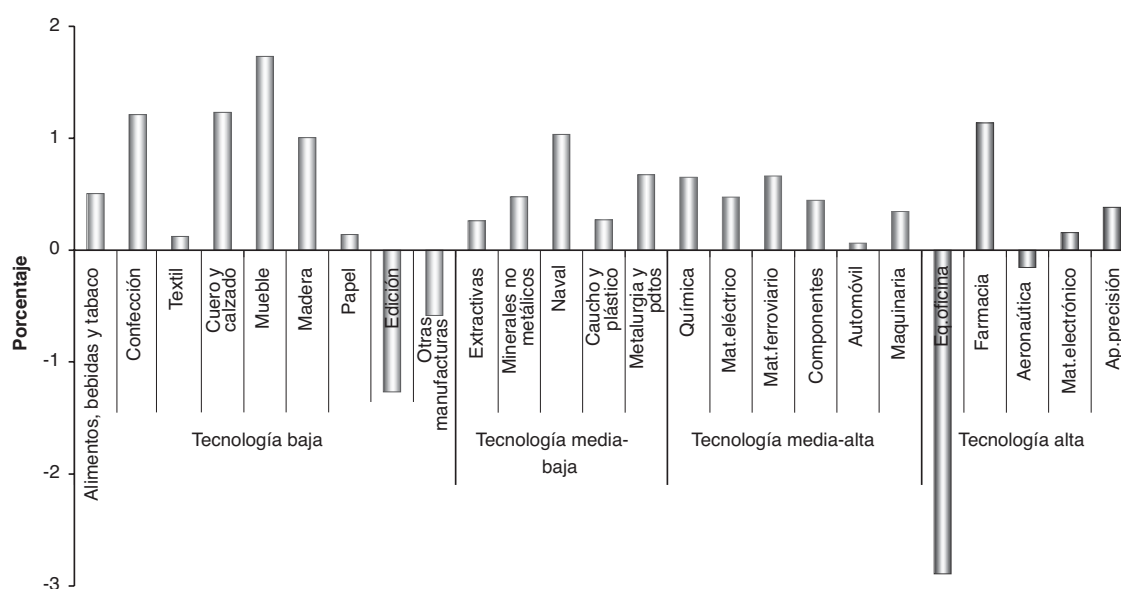
GRÁFICO 1
ÍNDICES DE GINI POR SECTOR DE ACTIVIDAD (2007)



Nota: se toma sólo a las empresas que exportan más de 200.000 euros anuales en este sector. El índice de Gini es una medida en concentración de la exportación que tomaría el valor 1 si todas las exportaciones las realizara una única empresa y tomaría el valor 0 si las exportaciones se repartieran por igual entre todas las empresas.

Fuente: Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación con datos de Aduanas.

GRÁFICO 2
TASA DE VARIACIÓN ANUAL MEDIA DEL ÍNDICE DE GINI (2007-2000)



Nota: se toma sólo a las empresas que exportan más de 200.000 euros anuales en ese sector.

Fuente: Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación con datos de Aduanas.

Los datos sugieren que los sectores de tecnología baja, tienen un menor índice de Gini, es decir una distribución más igualitaria de la exportación entre las empresas (Gráfico 1). Podría, sin embargo, se-

ñalarse dos sectores que parecen apartarse de esta conducta como son el sector del papel, sector relativamente intensivo en capital, y el sector de confección que ha experimentado un proceso de transfor- ▷

CUADRO 3
EMPRESAS EXPORTADORAS REGULARES*

	2003	2004	2005	2006	2007	tvam (**) porcentaje 2007-2003
Número total de operadores de exportación.....	93.279	96.401	99.232	100.177	98.513	1,4
Empresas exportadoras regulares	33.289	34.903	38.020	38.750	39.214	4,2
Porcentaje de empresas exportadoras regulares	35,7	36,2	38,3	38,7	39,8	—

* Una empresa exportadora regular es aquella que exporta en el año en cuestión y en los tres anteriores.

** tvam: tasa de variación anualizada media.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio, a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria

mación en el que las grandes cadenas de distribución absorben cada vez mayores cuotas de exportación.

Los sectores con mayor índice de Gini son los asociados a la industria del automóvil y al de los materiales de transporte (material ferroviario, naval, aeronáutica) y de ciertos *inputs* intermedios (metalurgia, material eléctrico y electrónico).

En cuanto a la evolución de la concentración en el periodo 2000-2007 en general, los sectores de tecnología baja presentan un mayor aumento de la misma; mueble y calzado tienen los más elevados crecimientos del índice de Gini pues se ha producido un proceso de caída del número de empresas y un aumento de la exportación media de las principales empresas exportadoras (Gráfico 2). Algo similar está sucediendo en la industria del calzado. Este resultado es coherente con el proceso de mayor competencia internacional en estos sectores, sobre todo desde la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio (OMC), y la finalización del Acuerdo Multifibras que ha dado como resultado un aumento de la cuota de China en el comercio mundial de los sectores de manufacturas de consumo.

En el caso del calzado la mayor concentración viene asimismo explicada por el protagonismo reciente en la producción y exportación de este producto de las multinacionales textiles españolas.

En conjunto, lo que sí puede afirmarse, es que en casi todos los sectores se ha producido aumento del índice de Gini, lo que indica que la exportación española está cada vez más concentrada en un menor número de empresas, siendo el proceso de concentración mayor en aquellos sectores de tecnologías bajas y medias bajas.

2.3. La empresa exportadora regular

Una vez realizada la caracterización de la base exportadora, y su evolución, cabe preguntarse por la permanencia de las empresas exportadoras en su actividad de venta al exterior y su capacidad de competir en los mercados exteriores.

Para ello, adoptamos el concepto de *empresa regular*, definiéndola como aquella que ha exportado cada año a lo largo de cuatro años consecutivos.

De acuerdo con este criterio en 2007 se registraron 39.214 empresas regulares, cifra que supone un 40 por 100 del total de los agentes de exportación (Cuadro 3). Considerando el periodo 2003-2007, se ha producido un aumento del 4,2 por 100 en el número de empresas regulares, lo que equivale a aproximadamente 6.000 empresas más que en 2003. Este dato es positivo, en el sentido que muestra que la base exportadora «permanente» ha crecido en los últimos cinco años y permite predecir por lo tanto el mantenimiento en el crecimiento de las exportaciones nominales, al menos, al mismo ritmo que lo viene haciendo desde principios de la década actual.

Geográficamente, la mitad de empresas exportadoras regulares se concentra en los países de la Unión Europea (UE); este resultado apoya las variables de los modelos de gravedad como la distancia, afinidades culturales, y eliminación de barreras comerciales, como los principales argumentos de las empresas a la hora de elegir los destinos de exportación y determinar el comercio bilateral entre países (Cuadro 4). ▷

CUADRO 4
EMPRESAS EXPORTADORAS REGULARES POR ÁREA DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007*	Variación media 2007/2003	Exportación anual media (miles euros) 2007
TOTAL MUNDIAL	33.289	34.903	38.020	38.750	39.214	4,2	4.627,90
Unión Europea.....	18.812	19.210	19.233	19.360	18.848	0,1	6.671,05
Zona euro	17.986	18.321	18.607	18.714	18.408	0,6	5.543,40
Resto UE	8.001	8.302	8.264	8.397	8.315	1,0	2.849,42
Turquía.....	1.323	1.393	1.632	1.738	1.836	8,6	1.613,01
Rusia.....	1.192	1.369	1.556	1.689	1.777	10,6	1.173,86
Marruecos.....	2.505	2.845	3.244	3.549	3.889	11,6	817,16
Argelia.....	991	1.069	1.139	1.150	1.176	4,4	585,35
México	2.903	3.171	3.483	3.550	3.541	5,2	368,54
Brasil.....	1.339	1.386	1.468	1.518	1.484	2,6	1.391,93
India.....	522	622	795	859	943	16,2	786,96
China	632	794	1.054	1.208	1.317	20,5	2.462,17
Corea del Sur	742	779	891	888	899	5,1	1.488,20

* Datos provisionales.

Fuente: *Elaboración propia con datos de Aduanas.*

No obstante el mayor incremento de empresas regulares, compatible con el resultado anterior, se ha producido fuera de la Unión Europea, y fundamentalmente en mercados emergentes, más concretamente en China, India, Rusia, Marruecos o Turquía.

Este resultado puede deberse, en parte, a un efecto base, pues el número de empresas exportadoras regulares al inicio del periodo en estos mercados es menor.

Si bien, como se verá en el siguiente apartado, existen otras variables como el tamaño de estos mercados tanto en PIB como en población, que explican esta evolución.

3. Causas del crecimiento de las exportaciones. Periodo 2000-2007

Una vez analizada la base exportadora, cabe preguntarse a continuación por su aportación al crecimiento de las exportaciones atendiendo a la distinta naturaleza de las empresas.

Las exportaciones españolas crecieron en el periodo 2000-2007 a una tasa acumulada del 46 por 100; y a una tasa media anualizada nominal del 5,6 por 100, crecimiento dos puntos inferior al del PIB nominal.

El aumento de las exportaciones para dicho periodo puede deberse a la entrada de nuevas empresas exportadoras o al aumento del tamaño medio de la exportación de las empresas ya existentes. En el caso

de que la exportación en el periodo analizado estuviera determinada básicamente por el aumento de la exportación de las empresas ya existentes, ésta podría deberse a factores asociados al aumento de la productividad o a la reducción de márgenes de exportación de las mismas, o también a factores asociados al tipo de cambio, que puede haber incidido en una mejora de la competitividad.

Para analizar la importancia de ambos determinantes, se descompone el crecimiento de las exportaciones en el periodo considerado en dos componentes, en el margen intensivo y margen extensivo, clasificando las empresas en tres grupos:

- Empresas existentes: aquellas que permanecen exportando al inicio y al final del periodo.
- Empresas que dejan de exportar al final del periodo.
- Empresas nuevas: aquellas que exportan al final de periodo pero no lo hacían al principio.

Una vez clasificadas se calcula las aportaciones en el crecimiento de la exportación total de dos componentes:

a) La aportación de las empresas ya existentes al inicio del periodo (2000) que aumentan el valor medio de su exportación. A este componente lo denominaremos «margen extensivo».

b) La aportación del efecto neto de la diferencia entre las exportaciones de empresas nuevas que se contabilizan al final del periodo (2007) y aquellas que se contabilizaban al inicio del periodo pero que ya no existen al final de periodo. A este ▷

CUADRO 5
EMPRESAS NUEVAS Y DESAPARECIDAS SEGÚN VOLUMEN DE MOVIMIENTOS POR PAÍS

Países	Año 2000				Año 2007			
	Empresas comunes	Mill. euros comunes	Empresas desaparecidas	Mill. euros desaparecidas	Empresas comunes	Mill. euros comunes	Empresas nuevas	Mill. euros nuevas
Francia	7.662	19.856	5.432	4.123	7.662	26.340	6.711	7.350
Alemania	5.468	12.343	4.253	2.932	5.468	15.203	5.121	4.316
Portugal	7.155	8.256	5.648	3.357	7.155	10.275	6.639	5.214
Italia	4.993	7.797	4.211	3.001	4.993	10.268	5.764	5.067
UK	4.651	7.523	4.005	2.643	4.651	10.141	4.493	3.517
EEUU	3.091	4.421	2.966	1.536	3.091	5.435	3.519	2.030
Países Bajos	3.363	3.070	3.076	1.480	3.363	3.974	3.895	1.895
Bélgica	3.469	2.297	3.180	1.066	3.469	3.679	3.861	1.462
México	2.017	1.060	1.773	408	2.017	2.147	2.896	977
Marruecos	1.712	889	1.849	413	1.712	1.801	3.380	1.296
Turquía	1.263	1.616	1.353	488	1.263	1.872	2.381	1.070
Polonia	1.411	647	1.554	353	1.411	1.374	3.328	1.028
Suiza	2.247	923	2.118	256	2.247	1.823	3.252	552
Grecia	2.123	931	1.872	379	2.123	1.449	2.740	716
Rusia	856	341	1.068	218	856	915	2.386	1.145
China	664	325	756	222	664	772	2.976	1.269
Suecia	1.655	1.007	1.738	241	1.655	1.248	2.053	451
Austria	1.617	896	1.805	265	1.617	1.003	2.203	404
Rep. Checa	1.080	429	1.256	201	1.080	772	2.564	595
Dinamarca	1.614	675	1.705	207	1.614	770	2.169	594
Japón	1.164	819	1.310	375	1.164	934	1.657	379
Argelia	650	301	944	219	650	478	1.611	827
Brasil	1.115	567	1.397	675	1.115	789	1.628	499
India	499	132	581	77	499	365	1.760	367
Corea del Sur	617	174	863	95	617	260	1.373	263
TOTAL MUNDIAL	12.306	89.405	19.869	33.277	12.306	119.931	23.284	59.912

Fuente: Elaboración propia con datos de Aduanas.

componente lo denominaremos margen intensivo. De esta forma:

$$\frac{x_{2007} - x_{2000}}{x_{2000}} = \frac{x_{\text{existente } 2007} - x_{\text{existente } 2000}}{x_{2000}} + \frac{x_{\text{nuevas}} - x_{\text{desaparecidas}}}{x_{2000}}$$

$$\text{Incremento exportaciones} = \text{efecto intensivo} + \text{efecto extensivo}$$

En los trabajos realizados hasta el momento sobre margen intensivo y extensivo para el caso de España⁴, el efecto intensivo se encuentra condicionado por el número de empresa al inicio y final del periodo.

Sin embargo, por lo menos hasta lo que nuestro conocimiento abarca, no existen trabajos para el caso de España⁵ que contabilicen exactamente el número de empresas existentes al inicio del periodo (*stock* inicial de empresa) y el número de las desaparecidas y de nueva creación (flujo neto de

empresas). Ello nos permite conocer exactamente el aumento en el tamaño medio de exportación de las empresas ya existentes en un periodo de tiempo determinado sin estar éste condicionado por el número final de empresas.

Pues bien, tomando el anexo de datos de empresas exportadoras de la AEAT para el periodo 2000-2007⁶, se obtiene que del aumento acumulado del 46,6 por 100 de las exportaciones en dicho periodo, un 25 por 100 corresponde al aumento en las exportaciones de las empresas ya existentes, mientras que un 21 por 100 es la contribución neta de la diferencia.

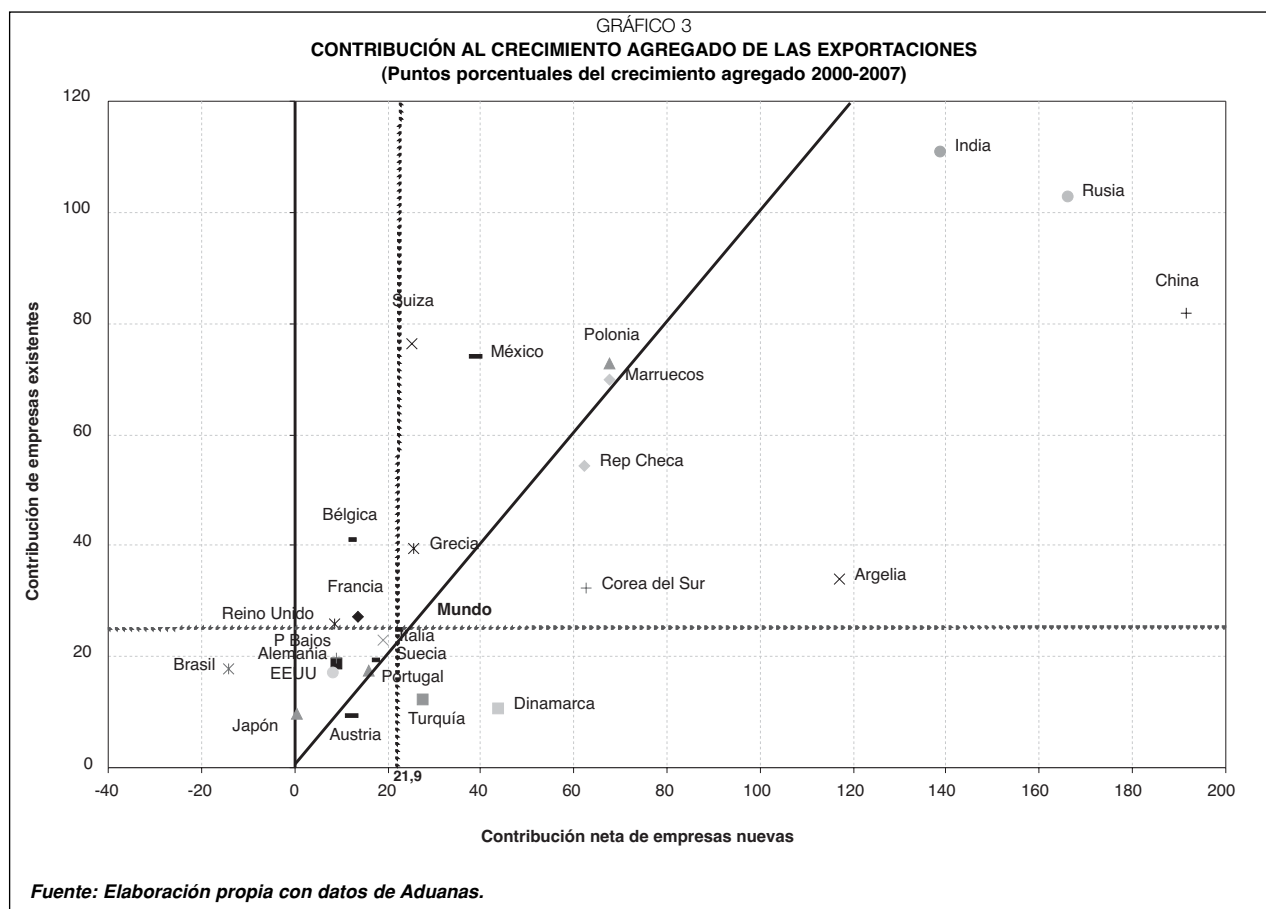
Estos resultados varían cuando se realiza el mismo análisis a nivel de país, como muestra el Gráfico 3, construido a partir de los datos del Cuadro 5.

En el citado gráfico, la diagonal representa los puntos en los que la contribución de los márgenes intensivo y extensivo son iguales y la línea discontinua la descomposición de ambas contribuciones al crecimiento total de las exportaciones. ▷

⁴ De Lucio, J.J. y Mínguez, R. (2008).

⁵ En Wagner (2007) sí que se puede encontrar este tipo de análisis para el caso del Estado de Baja-Sajonia en Alemania.

⁶ Se tienen en cuenta únicamente aquellas empresas exportadoras con exportaciones anuales superiores a 200.000 euros.



Los puntos de los diferentes países indican su contribución a ambos crecimientos, pudiéndose distinguir claras diferencias para los países de la UE y de la OCDE y para las economías emergentes.

Las economías emergentes como India, Rusia, China, Marruecos o Argelia presentan un mayor crecimiento de las exportaciones que los países de la UE, Estados Unidos o Japón.

El incremento de las exportaciones para las economías emergentes se explica sobre todo por la entrada de nuevos exportadores, mientras que el aumento de las exportaciones a los países de la OCDE vendría explicado fundamentalmente por el aumento de las exportaciones de las empresas existentes. Este resultado está en línea con el mayor crecimiento en el número de empresas regulares que se dirigen a los países emergentes.

Cabe preguntarse qué factores explican estas diferencias:

- En primer lugar, existirían factores asociados

con el tamaño económico, medido por el PIB, sus previsiones de crecimiento futuro, que han incentivado la entrada de nuevas empresas en estos mercados a pesar de la existencia de costes hundidos y barreras de entrada.

- Medidas de liberación comercial, que han reducido los obstáculos al comercio entre España y estos países, entre ellas el acceso de China a la OMC en el año 2001, el Acuerdo de Asociación de la UE con Argelia⁷, y con Marruecos⁸.

- Las actuaciones de promoción comercial de la Administración española que en los últimos cinco años han invertido una mayor cantidad de recursos en determinados países prioritarios, entre los que se encuentran los anteriormente citados⁹. ▷

⁷ Firmado en el año 2002 y en vigor desde el año 2005.

⁸ Firmado en el año 1996 y en vigor desde marzo de 2000.

⁹ La metodología para la elección de los países llamados prioritarios, así como los planes de actuación para cada uno de ellos puede consultarse en www.comercio.es

4. Conclusiones: implicaciones para la política comercial

La base exportadora española se encuentra en un proceso de lento cambio estructural observándose un crecimiento del número de empresas con mayor volumen de exportaciones, lo que indica un redimensionamiento de la base exportadora y una mayor capacidad de competir en el futuro.

Asimismo, la evolución geográfica de las empresas regulares nos permite intuir que asistimos a una ligera transformación del patrón geográfico, tradicionalmente centrado en la UE, y que empieza a mostrar una mayor participación de los destinos no europeos.

A nivel agregado el crecimiento de las exportaciones, para el periodo 2000-2007, viene explicado en porcentajes casi iguales por el incremento del margen intensivo y por el crecimiento del margen extensivo. No obstante, estos resultados varían cuando se desciende a un análisis por países; en efecto, para los mercados maduros (fundamentalmente países de la OCDE), el incremento de las exportaciones vendría explicado mayoritariamente por el aumento de la exportación media de las empresas ya existentes, mientras que para los mercados emergentes se debería en mayor medida al aumento del flujo neto de nuevas empresas. De aquí se concluye que la empresa española ha elegido inicialmente aquellos mercados de exportación que presentaban ventajas en cuanto a tamaño de mercado, crecimiento esperado, ventajas derivadas de la distancia, afinidades culturales y no existencia o progresiva reducción de barreras comerciales. En esta primera fase, el crecimiento de las exportaciones estaría determinado por el aumento del flujo neto de empresas. Ahora bien, una vez que estas economías presentan menores expectativas de crecimiento, y el grueso de base exportadora está presente en estos mercados de forma regular, los aumentos adicionales de las exportaciones vienen determinados mayoritariamente por el aumento del volumen medio exportado por el *stock* de empresas existentes.

Paralelamente, si se abren oportunidades en nuevos mercados, tanto por crecimientos esperados del PIB, como por un proceso liberalizador, las empresas exportadoras empiezan a acceder a los mismos, explicándose en este caso, el crecimiento de las exportaciones, fundamentalmente por el flujo neto de nuevas empresas.

Estos resultados harían plantear distintas actuaciones en función de si se trata de mercados maduros o si se trata de mercados emergentes.

En el caso de mercados emergentes, la primera actuación pertinente de la política comercial sería la de favorecer aquellos acuerdos internacionales que eliminen las barreras comerciales.

En el ámbito de la promoción comercial, aquellas medidas dirigidas a reducir los fallos de mercado, entendidos éstos como aquellas situaciones en las que existen importantes beneficios potenciales que el sector privado sería incapaz de obtener sin la ayuda del Estado. Estos fallos de mercado se presumen mayores en mercados emergentes que en mercados maduros y vienen asociados a los costes de entrada e incertidumbre sobre los beneficios esperados. Las actuaciones en este ámbito irán destinadas a proveer información sobre los mismos con carácter de bien público, al establecimiento de redes sociales o a reducir determinadas debilidades en las habilidades de internacionalización.

Por otra parte, la actividad exportadora se caracteriza por presentar importantes costes hundidos, como el *marketing* inicial, o la adaptación de sus productos al mercado, de forma que sólo aquellas empresas que esperan obtener unos beneficios elevados que les permitan compensar dichos costes hundidos estarían dispuestas a exportar y tienden a disminuir a medida que aumenta el tamaño de la empresa y su productividad. Estos costes parecen ser mayores en mercados emergentes, por lo que el apoyo de la política comercial en este ámbito puede ser pertinente.

Finalmente, cabe destacar el papel de las oficinas comerciales en el exterior en el establecimiento de redes sociales, tanto más necesario si el país ▷

presenta diferencias culturales, sociales e idiomáticas con el país exportador. En este ámbito existen diversos estudios que apoyan la efectividad de la oficina comercial en el aumento del comercio exterior bilateral, si bien análisis posteriores indican que su efectividad se observa sólo en el aumento de las exportaciones por incrementos de margen intensivo¹⁰.

Bibliografía

- [1] ANDERSON, J. (1979). A Theroretical Foundation for the Gravity Equation. *American Economic Review*, vol. 69, pp. 106-116.
- [2] BERNARD A., B. y SENSEN, B. (2004). Entry, Expansion and Intensity in the US Export Boom, 1987-1992. *Review of Internacional Economics*, vol. 12 (4), pp. 662-675.
- [3] BESEDES, T. y PRUSA, T.J. (2007): «The Role of Extensive and Intensive Margins and Export Growth», *NBER Working Paper* 13268, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- [4] DBAERE, P. y MOSTASHARI, S. (2005). «Do Tariffs Matter for the Extensive Margin of International Trade? An Empirical Analysis»; *Centre for Economic Research* CEPR, DP5260, septiembre.
- [5] DE LUCIO, J.J. y MÍNGUEZ, R. (2008). ¿Cuáles son las fuentes del crecimiento del comercio exterior? *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2946, del 16 al 31 de agosto.
- [6] ESTEVE-PÉREZ, S., MAÑEZ, J.A., ROCHINA, M.E. y SANCHÍS, J.A. (2007): «A survival análisis of manufacturing firms in export markets», en ARAUZO-CAROD, J.M. y MANJÓN-ANTOLÍN, M.C. (eds.) *Entrepereneurship, Industrial Location and Economic Growth*, Edward Elgar, Cheltenham.
- [7] FELBERMAYR, G.J. y KOHLER, W. (2002): «Exploring the Intensive and Extensive Margins of World Trade», *Review of World Economics*, 142, 4, pp. 642-674.
- [8] IBBAT, E. (1989): *The Management of International Trade Promotion*. Routledge.
- [9] MINONDO, A. y REQUENA, F. (2009): «¿Qué explica las diferencias en el crecimiento de las exportaciones entre los países de renta media?» Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
- [10] ROSE, A. (2005): *The Foreing Service and Foreing Trade: Embassies as Export Promotion*, NBER Working Paper 11111. <http://www.nber.org/papers/w11111>
- [11] SEGURA-CAYUELA, R. Y VILARRUBIA, J. M (2008): The effect of foreing service on trade volumen and trade partners.
- [12] UK DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY (2006): «International Trade and Investment - the Economic Rationales for government Support», *Economic Paper*, nº 18, julio.
- [13] WAGNER, J. (2003): On the micro-structure of the german export boom: evidence from establishment panel data, 1995-2002. HWWA discussion paper 249.

¹⁰ Segura-Cayuela y Vilarrubia (2008); Rose (2005).