

*Pedro Sánchez Pérez-Castejón\**

*Juan Padilla Fernández-Vega\*\**

## LA DIPLOMACIA ECONÓMICA DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO

En el presente trabajo se analizan los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) como una de las principales innovaciones que, en materia de diplomacia económica, han impulsado las autoridades españolas en la última década. Los PIDM nacieron con el objetivo de diversificar las relaciones comerciales y de inversión española en las economías emergentes. Entre las conclusiones obtenidas en la presente investigación, destaca la eficacia de los PIDM en la consecución de los objetivos fijados. Para ello, el estudio investiga el PIDM hacia China demostrando la relación positiva que esta novedosa herramienta de la diplomacia económica tiene en el impulso y consolidación de las relaciones comerciales y de inversión entre España y el gigante asiático.

**Palabras clave:** internacionalización, fomento de exportaciones e inversión, correlación, China.  
**Clasificación JEL:** F13, F42, F59.

### 1. La diplomacia económica: elemento central de la nueva diplomacia

Uno de los principales efectos que la globalización ha tenido en la actividad diplomática de los Estados es la centralidad adquirida por la promoción de sus intereses económicos. Si tras la Segunda Guerra Mundial las relaciones económicas entre Estados se subordinaron a intereses de índole geoestratégicos (Azuelos, 2010), en la actualidad, la economía se erige como uno de los elementos centrales de la nueva diplomacia de los Estados (Saner, 2008) situándose, cuando no desplazando, al mismo nivel de importancia que objetivos que tradicionalmente

han caracterizado la diplomacia: la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz (Morillas, 2000).

Son múltiples las definiciones dadas por la literatura a un concepto como el de la diplomacia económica, dependiendo, cada una de ellas, del énfasis otorgado a cada uno de los siguientes aspectos:

*Los actores implicados.* Según esta aproximación, la diplomacia económica es aquella desempeñada por los funcionarios de los ministerios encargados de las relaciones con los organismos multilaterales de economía y comercio, y la de los funcionarios que realizan el seguimiento de las políticas económicas y comerciales del país<sup>1</sup> (Saner, 2001).

*Los intereses que promueve.* Para Morillas (2000) es su «finalidad económica» lo que define a la diplomacia económica. Para el autor, esta actividad ▷

\* Profesor de Economía Internacional y Española. Departamento de Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas. Universidad Camilo José Cela.

\*\* Profesor de Estadística. Departamento de Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas. Universidad Camilo José Cela.

Versión de julio de 2012.

<sup>1</sup> GARCÍA REBOLLAR, A. (2010): «Notas sobre Diplomacia Económica». *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 3000, pp. 24.

diplomática implica «la utilización de la capacidad de influencia política de los Estados en favor de sus intereses económicos en los mercados internacionales».

*Las materias de las que se ocupa.* Coherente con el anterior apartado, Rana (2000) describe cuatro pilares sobre los que se asienta la diplomacia económica: (i) la promoción del comercio, otorgando una especial atención a las exportaciones sobre las importaciones; (ii) la promoción de la inversión, sobre todo, la atracción de inversión extranjera al país; (iii) la atracción de tecnología; y (iv) la Ayuda al Desarrollo.

*La investigación de los procesos de negociación y de toma de decisión.* Woolcock y Baine (2011) a partir de los estudios realizados por Putman (1988) y Odell (2000) añaden un nuevo rasgo al estudio de la diplomacia económica. La globalización, señalan los autores, ha pulverizado la frontera entre los asuntos domésticos y aquellos otros de índole internacional. Todo ello explica, en buena medida, el creciente activismo de los entes territoriales en las relaciones internacionales (Chavagneux, 1999), y la mayor complejidad en los procesos de negociación y toma de decisión por parte de los actores implicados.

Una vez enumeradas las diferentes aproximaciones que la literatura hace sobre la diplomacia económica, propondremos a continuación la definición sobre esta novedosa actividad, en base a la cual realizaremos la presente investigación. Así, entenderemos la diplomacia económica como «el conjunto de acciones impulsadas por el total de actores que forman parte del Estado, cuyo objetivo es promover sus intereses económicos en los mercados mundiales. Las tres áreas sobre las que trabaja la diplomacia económica son: (i) la promoción del comercio, (ii) la promoción y atracción de inversión, (iii) la captación de tecnología y de conocimiento. Con el objeto de mejorar la eficacia de las acciones emprendidas para el logro de los intereses que persigue, la diplomacia económica investigará los procesos de negociación y toma de decisión de los actores implicados».

## 2. Nuevos instrumentos de la diplomacia económica. El caso de los planes integrales de desarrollo

Una de las principales innovaciones desarrolladas en materia de diplomacia económica española son los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados<sup>2</sup> (en adelante, PIDM). Creados en 2005, los PIDM surgen en el marco de la nueva estrategia de internacionalización, entre cuyos principales retos se incluía la necesidad de elevar la contribución de la demanda externa al crecimiento económico español, diversificando geográficamente sus relaciones comerciales y de inversión, y estrechando los lazos entre España y las economías emergentes.

Para la diplomacia económica, el estudio de los PIDM resulta de extremado interés dado que son:

1. Instrumentos de naturaleza multidisciplinar: engloban acciones diversas como la promoción de las relaciones comerciales y de inversión; el apoyo financiero a las empresas inmersas en procesos de internacionalización; el fomento a la presencia de responsables institucionales en foros en el país objetivo; la creación de delegaciones empresariales; y el impulso de rondas de negociación político/económicas en las que rebajar las barreras que impiden profundizar las relaciones económicas entre España y el país objetivo.

2. Fomentan la colaboración público-privada: todos y cada uno de los Planes se elaboraron conjuntamente entre la Secretaría de Estado de Comercio y las empresas interesadas a través de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (en adelante, CEOE); a partir del Convenio suscrito entre el MINECO y la CEOE el 21 de diciembre de 2004.

3. Incorporan como elemento estratégico la promoción y la atracción de la inversión junto al impulso de las exportaciones, convirtiéndose en un elemento diferenciador de los PIDM respecto a herramientas similares de diplomacia económica diseñadas por países de nuestro entorno. ▷

<sup>2</sup> PÉREZ RAPOSO, B. y CERNO, L. (2011): «Las relaciones comerciales de España con los países objeto de los planes integrales de desarrollo de mercados (PIDM) 1999-2010», *Revista de Economía ICE*.

4. El horizonte de ejecución es plurianual, lo que crea un marco estable de actuación que favorece la profundización de las relaciones económicas y comerciales con los países objetivo.

5. Se establecen mecanismos de evaluación sobre el grado de consecución de los objetivos finales. La evaluación de los PIDM es recogida en los Programas Nacionales de Reforma (en adelante, PNR) que el Gobierno de España presenta ante las instituciones comunitarias, en el marco de la cooperación reforzada de las políticas económicas de los Estados miembros. Con todo, a la vista de las escasas referencias que en los PNR se hacen de los PIDM, la evaluación de los mismos se mantiene como una asignatura pendiente de mejora.

Los países objetivo de PIDM escogidos por el Gobierno de España son doce<sup>3</sup>: Argelia y Marruecos en África; en Latinoamérica: Brasil y México; en Asia oriental: China, India, Japón y Corea del Sur; en los países del Golfo: Arabia Saudí, Kuwait, Bahrein, Qatar, Omán, Emiratos Árabes Unidos y Omán; en Europa: Turquía y Rusia y en Norteamérica, Estados Unidos.

### 3. El plan integral de desarrollo de mercado: China

Para el estudio de la eficacia de los PIDM, investigaremos el plan desarrollado hacia la economía emergente más pujante, China. En 2005, año de inicio del PIDM hacia el gigante asiático, la imagen de España en China era débil, por escasamente conocida, y existía un abultado déficit comercial: en 2004, las exportaciones españolas hacia China se situaron en 1.155 millones de euros mientras que las importaciones chinas ascendieron a los 8.491 millones de euros. La tasa de cobertura de nuestras exportaciones se fijó en el 13,6 por 100, mientras que los flujos de inversión no superaron los 62 millones de euros. En ese mismo año, el

número de empresas españolas con presencia que operaban de forma regular en China no superaba las 200 (Plan Integral Desarrollo de Mercado China, 2005). Con todo, el espectacular desarrollo del gigante asiático abría un amplio abanico de oportunidades de negocio –para el comercio y la inversión– que las empresas españolas no podían dejar pasar.

#### 3.1. Estrategia PIDM: China

Entre 2005 y 2010 se pusieron en marcha dos PIDM hacia el gigante asiático: PIDM 2005-2007 y PIDM China +: 2008-2010. El presupuesto destinado a los PIDM China representó cerca del 20 por 100 del total presupuestado al conjunto de los PIDM. Los objetivos de los PIDM a China consistieron en: reforzar la presencia de empresas españolas en el país, impulsar los sectores considerados prioritarios, especialmente el sector servicios, y potenciar el turismo chino hacia España. El Plan China + incluyó dos nuevos objetivos a los anteriores: reforzar las relaciones institucionales entre ambos países y promover la cooperación en terceros países de la zona.

La estrategia hacia China de los PIDM repite el mismo esquema de actuación desarrollado en el resto de países objetivo: diseño y desarrollo de acciones en apoyo al comercio; la inversión; respaldo institucional; información y formación.

#### 3.2. Análisis de correlación entre inversiones, exportaciones e importaciones: España con China

El estudio de la correlación lineal existente entre las exportaciones, las importaciones, la inversión emitida y la recibida se incluye en la Tabla 1.

En dicha Tabla se puede observar que existe correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta también para la inversión emitida con las exportaciones. Ello implica que cuanto más se importa de China y cuanto más grande sea la inversión espa- ▷

<sup>3</sup> Subdirección General de Análisis y Estrategia del MITYC (2005): «Metodología de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio para la selección de mercados prioritarios», *BICE*, nº 2.836.

TABLA 1  
CORRELACIONES

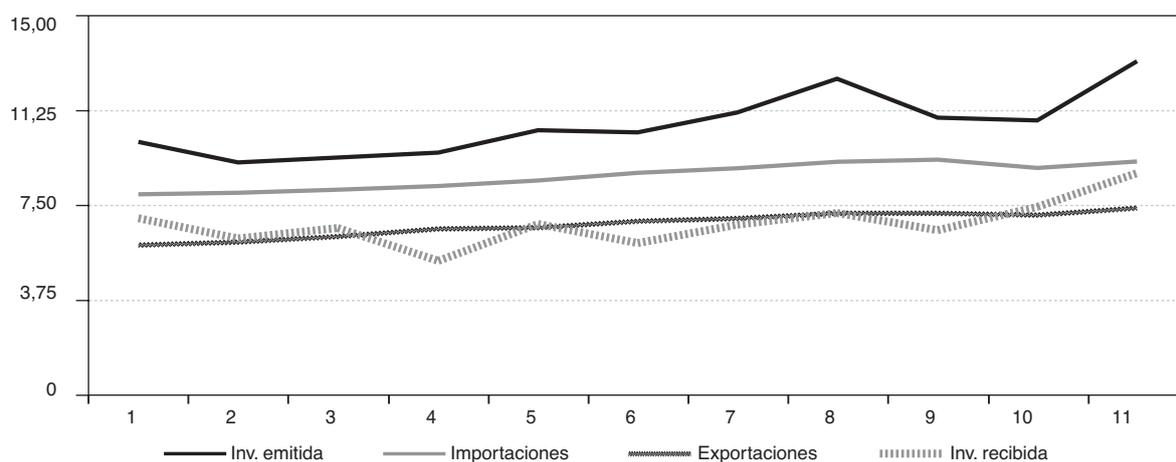
		Exp	Imp	Inv_RC	Inv_EM
Exp	Correlación de Pearson	1	,962(**)	,617(*)	,721(*)
	Sig. (bilateral)		,000	,043	,012
	N	11	11	11	11
Imp	Correlación de Pearson	,962(**)	1	,465	,614(*)
	Sig. (bilateral)	,000		,149	,044
	N	11	11	11	11
Inv_RC	Correlación de Pearson	,617(*)	,465	1	,923(**)
	Sig. (bilateral)	,043	,149		,000
	N	11	11	11	11
Inv_EM	Correlación de Pearson	,721(*)	,614(*)	,923(**)	1
	Sig. (bilateral)	,012	,044	,000	
	N	11	11	11	11

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO.

GRÁFICO 1  
GRÁFICOS DE SECUENCIA PERIODO 2000-2010



Fuente: elaboración propia a partir datos MINECO.

ñola en China, aumentarán las exportaciones hacia China. Para la inversión recibida se encuentra una fuerte correlación positiva también con la inversión emitida, sin embargo, ahora no se ve reflejado que al aumentar las importaciones aumente la inversión recibida.

La afirmación realizada se puede corroborar en el Gráfico 1 de secuencia de las series utilizadas anteriormente.

#### Modelo de regresión para las exportaciones

El modelo de regresión que se va a estimar es un modelo de regresión lineal múltiple, que estu-

diará la relación lineal entre la variable respuesta exportaciones (Y) y las variables regresoras importaciones ( $X_1$ ) e inversión emitida ( $X_2$ ) a partir de una muestra  $\{Y, X_1, X_2\}$ , que sigue el siguiente modelo:

$$y_{ij} = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \varepsilon_{ij}, \forall i, j = 1, 2, \dots, n$$

Se van a tomar logaritmos de las variables, para simplificar la explicación del modelo. Es decir, el modelo que vamos a estimar es el siguiente:

$$\text{Ln}(\text{Exp}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Ln}(\text{Imp}) + \beta_2 \text{Ln}(\text{Inv\_Em}) \triangleright$$

Al tratarse de series temporales lo normal es encontrarse el problema de correlación serial, por lo que se van a estimar los parámetros mediante el método de Cochrane-Orcutt.

TABLA 2 COEFICIENTES DE REGRESIÓN					
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error típico	Beta		
Importaciones	,497	,191	,636	2,607	,040
Emitida	,051	,037	,335	1,376	,218
(Constante)	2,203	1,582		1,392	,213

Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt.  
Fuente: elaboración propia.

Los contrastes individuales muestran que la inversión emitida no es significativa. Si estimamos de nuevo el modelo eliminando la variable inversión emitida elaboramos las Tablas 3 y 4.

TABLA 3 COEFICIENTES DE REGRESIÓN					
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error típico	Beta		
Importaciones	,788	,121	,926	6,513	,000
(Constante)	-0,26	1,1444	-	-0,23	,983

Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt.  
Fuente: elaboración propia.

TABLA 4 RESUMEN DE AJUSTE DEL MODELO			
R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típico de la estimación
,926	,858	,818	,107

Se ha utilizado el método de estimación de Cochrane-Orcutt.  
Fuente: elaboración propia.

El estadístico Durbin Watson no es el más adecuado para estudiar la independencia de los residuos; se utiliza el contraste de rachas para comprobar la aleatoriedad de estos (Tabla 5) el *p-valor* es lo suficientemente grande, así pues, se acepta la hipótesis de aleatoriedad.

Finalmente, se puede concluir que se acepta el modelo que explica las exportaciones a través de las importaciones.

TABLA 5 PRUEBA DE RACHAS	
	Error para exportaciones de AREG, MOD_7
Valor de prueba(a)	-,02488
Casos < Valor de prueba	5
Casos >= Valor de prueba	6
Casos en total	11
Número de rachas	8
Z	,671
Sig. asintót. (bilateral)	,502

Fuente: elaboración propia.

#### 4. Conclusiones

En la actualidad, la promoción de los intereses económicos en las relaciones internacionales se sitúa en el centro de la acción diplomática de los Estados, desplazando o compartiendo equivalente importancia con los objetivos que han caracterizado tradicionalmente la diplomacia. Así, la investigación de la diplomacia económica se erige en un elemento determinante para comprender las estrategias diplomáticas de los actores que operan en las relaciones internacionales.

Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) son estrategias innovadoras de la diplomacia económica española. Los PIDM ejemplifican el liderazgo de otros departamentos ministeriales en el terreno de las relaciones internacionales, articulando estrategias de naturaleza multidisciplinar que permiten avanzar en la promoción comercial y de inversiones del país, así como fortalecer relaciones institucionales de España con los países objetivo de los PIDM.

Los resultados arrojados por los modelos elaborados en la presente investigación, prueban que los PIDM realizados hacia China han permitido mejorar las relaciones comerciales y las inversiones españolas hacia el gigante asiático y viceversa, de China hacia España.

Existe correlación positiva muy fuerte entre las exportaciones y las importaciones; así como una correlación alta también para la inversión emitida, es decir, que cuanto más se importa de China y cuanto más grande sea la inversión española en China, ▷

aumentarán las exportaciones hacia China. El modelo que explica las exportaciones a través de las importaciones es muy bueno; es verdad que existe una fuerte dependencia con la inversión emitida, pero la aportación al modelo de la inversión emitida ya se ve reflejada en las importaciones.

Estas conclusiones prueban que los PIDM realizados en China han profundizado las relaciones económicas entre España y China, convirtiéndose en una herramienta eficaz de diplomacia económica al promover la diversificación de las relaciones económicas españolas hacia economías emergentes que lideran hoy el crecimiento económico mundial; y dentro de ellos, muy especialmente, China.

## Bibliografía

- [1] AZUELOS, M (2010): «Les evolutions de la diplomatie économique américaine». París, *Geoeconomie*. Hiver 2010-2011.
- [2] BAYNE, N. y WOOLCOCK. S: «The New Economic Diplomacy». *Global Financial Services*. Edit: Ashgate.
- [3] CHAVAGNEUX, C. (1999): «La diplomatie économique: plus seulement une affaire d'États», *Pouvoirs*, nº 88.
- [4] GARCÍA, A. (2010): «Notas sobre diplomacia económica». *Boletín Económico de Información Comercial Española, BICE*, nº 3000.
- [5] ICEX. Plan Integral Desarrollo de Mercado China 2005.
- [6] MORILLAS, J. (2000): »La diplomacia económica». *Boletín Económico de Información Comercial Española, BICE*, nº 2664.
- [7] ODELL, J. (2000): «Negotiating the World Economy». *Cornell University Press*.
- [8] PÉREZ B. y CERNO, L. (2011): «Las relaciones comerciales de España con los países objeto de los PIDM (1999-2010)». *Boletín Económico de Información Comercial Española, BICE*. marzo-abril, nº 859.
- [9] PUTMAN, R.D. (1988). «Diplomacy and Domestic Politics: the Logic of Two Level Games». *International Organization*, vol. 42.
- [10] SANER, R. y YIU, L. (2001): «International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times». *Discussion Paper in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations «Clingendael».
- [11] SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ANÁLISIS Y ESTRATEGIA DEL MITYC (2005): «Metodología de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio para la selección de mercados prioritarios», *Boletín Económico de Información Comercial Española, BICE*, nº 2836.