

Fernando Alonso Guinea*
José Luis Cendejas Bueno**
Carlos Ruiz Fonseca***

MERCADOS CON FUTURO EXPORTADOR PARA LAS PYMES

En este artículo analizamos los mercados de exportación potenciales para las pymes españolas en base a la evolución comercial seguida por los mercados internacionales en el período 2000–2012 por regiones y sectores, con el fin de identificar los principales rasgos de la demanda y poder establecer comparaciones con la evolución de las exportaciones de las empresas. A partir de este análisis, identificamos cuáles pudieran ser los sectores y áreas geográficas de mayor potencial exportador para la pyme española. Para ello, hemos diseñado cuatro escenarios, dependientes del tipo de crecimiento importador de los mercados objetivo en los próximos años y que recogen, para cada uno de los mismos, los 20 mayores valores región-sector como destinos potenciales de las exportaciones para las pequeñas y medianas empresas.

Palabras clave: mercados emergentes, BRICs, exportaciones españolas, internacionalización, localización.
Clasificación JEL: F14, F23.

1. Introducción

Durante el período de crisis económica, las ventas en el exterior han salvado a la economía española de caer en un agujero aún más profundo, habiendo supuesto un hilo de esperanza para iniciar la recupera-

ción, a la espera de un repunte de la demanda interna (Giménez, 2010). Así lo dicen las estadísticas que en los años comprendidos entre 2008 y 2014 han detectado un cambio significativo en el número de empresas que exportan, cifra que aumentó un 35 por 100 desde el inicio de la crisis hasta superar las 137.000 empresas en 2012 y alcanzar la cifra de 150.992 en 2013. En términos globales, las empresas españolas que exportan han crecido un 50 por 100 desde comienzos de la crisis (de Lucio y Mínguez, 2006). El grueso del crecimiento lo han experimentado las pymes. Sin embargo, la clave fue la evolución seguida por lo que ICEX considera «empresas regulares», es decir, aquellas

* Investigador del Instituto Complutense de Estudios Internacionales (ICEI) y profesor de Economía Aplicada (UCM).

** Investigador del ICEI y del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales Francisco de Vitoria.

*** Director del Departamento de Economía e Innovación. Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME).

empresas que no realizan operaciones puntuales de exportación, sino que están plenamente insertadas en el proceso exportador y exportan de forma continua por un período de al menos cuatro años consecutivos. Su patrón de comportamiento ha sido similar al de la anterior crisis y su número ha permanecido casi inalterado, alrededor de las 40.000 empresas, de las que poco más de la mitad son pymes, y en las que la concentración sectorial y geográfica se agudiza. «Los datos del Departamento de Aduanas nos permiten calcular el número de años que las empresas han declarado operaciones de exportación durante un período de una década. Los resultados indican que un 61 por 100 de los operadores que han vendido sus productos en el mercado exterior lo han realizado solamente durante uno de los diez años, y otro 12 por 100 adicional únicamente han estado presentes en el mercado exterior en dos años del decenio considerado» (Lucio y Camisón, 2010), es decir, un 61 por 100 de las empresas exportadoras abandonan la actividad exportadora un año después de haberla iniciado y casi tres cuartas partes lo hacen en el segundo año.

En este sentido, la contracción de la demanda interna durante el reciente período de recesión y las perspectivas de moderado crecimiento durante los próximos años están generando una mayor y «urgente» necesidad de crecimiento en los mercados exteriores, planteamiento que choca frontalmente con el condicionamiento gradual y paulatino que forma parte intrínseca de la gestión con éxito del proceso de internacionalización de cualquier empresa. Esta contradicción ha dado como resultado, en numerosas ocasiones, el fracaso de un elevado número de intentos de posicionar la actividad de las pymes españolas en los mercados internacionales, y explicaría en cierta medida los anteriores porcentajes.

La gran pregunta que cabe hacerse es si las más de 100.000 empresas que han demostrado su potencial exportador recientemente y que se han lanzado a la aventura exterior lo han hecho de forma puntual como salida temporal a la debilidad de la demanda interna, o realmente forma parte de una estrategia de internacionaliza-

ción de las pymes españolas a medio y largo plazo. Si el caso es el primero, en el momento en que se recupere la demanda interna, volveremos a ver desajustes importantes en las cuentas exteriores y habremos asistido a un espejismo de lo que pudo haber sido y no fue. Si el caso es el segundo, adquiere vital importancia establecer estrategias geoestratégicas a la hora de elegir mercados con alto potencial de crecimiento en los que colocar los productos sea más sencillo y en los que, más allá de efectos coyunturales, ganar cuota de exportación y volumen sea factible en el medio y largo plazo. Al estudio de este último asunto dedicamos el presente trabajo.

2. Mercados emergentes con potencial para las pymes exportadoras

La potencialidad de los mercados exteriores es distinta en función de las tasas de crecimiento registradas por las economías, del peso en ellas de su sector exterior y del dinamismo experimentado por sus importaciones. También hay que observar la concordancia sectorial entre las industrias y servicios en las que España mantiene ventajas competitivas reveladas, y aquellos países en los que, por su modelo de desarrollo reciente, acaparan en estos sectores gran parte de sus compras en el exterior. Asimismo, la relevancia sectorial de las pymes en los diferentes sectores no es la misma, por lo que debemos discriminar sectorialmente en función de su presencia.

Los estudios realizados sobre el destino de las exportaciones de las pymes españolas se fundamentan en el uso de bases de datos micro sobre empresas exportadoras del ICEX, España Exportación e Inversiones (Llopis, 2012) y otras elaboradas por instituciones como el Banco de España (Martín *et al.*, 2009)¹ o la

¹ Una descripción detallada de esta base de datos, que combina la información proveniente de tres bases de datos —la Balanza de Pagos (BP), la Central de Balances (CB) y las cuentas anuales depositadas en los Registros Mercantiles—, se encuentra en MARTÍN y RODRÍGUEZ (2009)

Encuesta sobre Estrategias Empresariales elaborada por la SEPI (Sociedad Española de Participaciones Industriales). Algunos estudios pioneros (Alonso y Donoso, 2000 y Sequeiros, 2000) establecen las bases para la determinación de los principales intereses de las empresas españolas para insertarse en el mercado mundial. Otros (de Lema y Guijarro, 2004) analizan la influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la pyme española. Los estudios de caso también están presentes en la literatura sobre las estrategias de las pymes españolas (Criado *et al.*, 2005) y sus propensiones a la elección de mercados internacionales. Otros estudios más recientes (Esteve *et al.*, 2009, Avella y García, 2010 y Clifton y Díaz, 2011) ponen de manifiesto la existencia de factores específicos que afectan a la salida de las empresas, más allá de su competitividad exterior o las barreras de acceso en función de los mercados (Berumen, 2011). Desde el punto de vista estratégico (García *et al.*, 2012, Giménez, 2010 y Sánchez y Martí, 2012) se analizan las principales motivaciones de las empresas españolas en su proceso reciente de internacionalización, así como los factores internos que contribuyen a iniciar su aventura exterior. En una gran parte de estos trabajos se utiliza la base de datos ESEE elaborada por SEPI (SEPI, varios años).

Al tratarse en nuestro caso de estudiar los *drivers* en la búsqueda de nuevos mercados de exportación para las pymes españolas, tenemos que conjugar la información proporcionada sobre internacionalización de pymes (ICEX, ESEE) con la información que proporciona la UNCTAD sobre comercio exterior². Así, hemos calculado el crecimiento de las importaciones en el período 2000 a 2012 para los mismos sectores considerados por la ESEE y para diversas economías y agrupaciones. En el Anexo se recogen en sendos Cuadros las rúbricas de productos conforme al estándar

International Trade Classification (SITC, Rev. 4) a dos dígitos con que hemos identificado los sectores ESEE³, así como las agrupaciones geográficas del Cuadro 1.

En el período 2000 a 2012, por áreas geográficas (véase el Cuadro 1 y el Gráfico 1), las importaciones crecieron un 636,2 por 100 en China, un 584,4 por 100 en India, en Rusia un 558,8 por 100, las economías en desarrollo de África importaron un 363 por 100 más, la Unión del Magreb Árabe un 306,2 por 100. Por encima del crecimiento medio (154,8 por 100) estuvieron también Brasil (284,7 por 100), economías emergentes industrializadas y otras en desarrollo de Asia y América. Los menores crecimientos importadores correspondieron a las economías desarrolladas, Europa y EE UU principalmente. Sin embargo, cuando se tiene en cuenta el peso en el conjunto de las importaciones mundiales, los importantes incrementos mencionados no tuvieron una repercusión considerable. Así, tras haber tenido lugar estos crecimientos, en 2012, China suponía el 10 por 100 de las importaciones mundiales, habiendo repercutido en su crecimiento mundial en un 14,2 por 100. India suponía en 2012 un escaso 2 por 100 de las importaciones mundiales con una repercusión del 2,8 por 100. La mayores cuotas y repercusiones correspondieron a las economías en desarrollo de Asia (que incluyen China e India) que suponían en 2012 un 31,8 por 100 de las importaciones mundiales, habiendo causado un 38,7 por 100 de su crecimiento total. Le siguió la Unión Europea con unas cifras respectivas de participación y contribución al crecimiento del 31,7 por 100 y 27,9 por 100. Estados Unidos contando con una cuota importadora superior a la de China, del 12,6 por 100, debido a su reducido crecimiento importador (un 69,9 por 100 en los 13 años considerados),

² UNCTAD (UNCTADstat): <http://unctadstat.unctad.org/> (último acceso 10 de marzo de 2014).

³ Incluimos todas las rúbricas SITC a dos dígitos salvo las del grupo 3 (carbón, petróleo, gas, electricidad). Cuando nos refiramos posteriormente a las importaciones totales, estas quedan por tanto excluidas. De los 20 sectores ESSE no se ha considerado el correspondiente a Artes Gráficas no contemplado en la SITC a dos dígitos. La información proporcionada por la UNCTAD está denominada en dólares corrientes.

CUADRO 1

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES (1), PORCENTAJE SOBRE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES EN 2012 (2), Y REPERCUSIÓN (EN PORCENTAJE) EN EL CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES DEL PERÍODO 2000 A 2012* (3)

	Mundo			UE27			Zona euro			EE UU		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Industria cárnica	187,8	0,9	0,9	184,4	42,0	41,8	159,4	28,9	27,2	59,5	4,8	2,8
Productos alimenticios y tabaco	210,6	8,1	9,1	174,3	36,2	33,9	166,1	27,4	25,2	141,2	8,2	7,1
Bebidas	173,6	0,6	0,7	135,5	39,1	35,4	135,7	25,9	23,5	117,8	19,4	16,5
Textiles y confección	72,0	2,1	1,5	25,4	24,5	11,9	21,9	16,9	7,3	64,6	8,6	8,1
Cuero y calzado	99,8	4,2	3,4	117,5	38,8	41,9	116,1	29,0	31,2	40,1	20,0	11,5
Industria de la madera	64,4	0,8	0,5	58,3	34,8	32,7	52,3	24,8	21,7	-15,7	11,2	-5,3
Industria del papel	77,8	1,5	1,1	63,2	40,9	36,2	58,1	29,8	25,1	3,5	8,8	0,7
Industria química y productos farmacéuticos	229,1	13,9	15,9	196,3	37,8	36,0	194,2	29,3	27,8	161,7	9,7	8,6
Productos de caucho y plástico	259,2	1,4	1,7	195,4	33,1	30,3	183,1	24,3	21,8	180,1	13,1	11,7
Productos minerales no metálicos	130,3	2,0	1,9	64,3	26,6	18,4	68,5	19,3	13,9	43,5	12,7	6,8
Metales férricos y no férricos	273,6	8,4	10,2	184,1	29,3	25,9	168,9	21,9	18,8	107,5	7,4	5,3
Productos metálicos	175,9	2,8	3,0	147,3	36,5	34,1	140,2	26,0	23,8	96,3	13,2	10,1
Máquinas agrícolas e industriales	162,8	10,6	10,8	110,3	28,9	24,4	100,3	20,2	16,3	101,1	12,8	10,4
Productos informáticos, electrónicos y ópticos	112,6	12,7	11,0	61,8	26,5	19,1	61,4	18,7	13,4	60,8	17,2	12,3
Maquinaria y material eléctrico	121,9	9,8	8,8	71,4	20,7	15,7	73,7	14,8	11,5	33,4	10,0	4,6
Vehículos de motor	124,1	8,3	7,6	82,8	34,1	27,9	74,2	24,7	19,0	45,6	19,1	10,8
Otro material de transporte	161,4	2,0	2,1	132,0	34,4	31,7	137,8	30,8	28,9	31,0	9,2	3,5
Industria del mueble	132,4	1,0	0,9	117,8	36,9	35,0	110,5	26,8	24,7	87,5	25,9	21,2
Otras industrias manufactureras	162,6	8,7	8,9	101,9	34,3	27,9	64,9	21,2	13,5	64,4	14,1	8,9
Total	154,8	100	100	114,4	31,7	27,9	107,8	23,0	19,7	69,9	12,6	8,6
	Ec. indust. emerg.			Ec. em: América			Ec. em.: Asia			Rusia		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Industria cárnica	326,0	13,9	16,3	146,2	4,0	3,7	181,7	4,3	4,2	340,5	6,1	7,2
Productos alimenticios y tabaco	310,3	15,7	17,5	197,3	3,3	3,2	232,2	5,7	5,9	322,1	2,6	2,9
Bebidas	324,9	7,6	9,1	325,3	2,0	2,4	278,7	5,0	5,8	510,4	2,8	3,6
Textiles y confección	99,7	20,9	24,9	59,9	4,8	4,3	40,0	5,0	3,4	247,8	2,3	3,9
Cuero y calzado	231,3	9,6	13,4	116,3	2,4	2,6	161,9	3,5	4,3	468,1	3,0	4,9
Industria de la madera	203,1	11,4	19,4	96,2	1,8	2,3	54,0	4,6	4,1	517,6	1,3	2,7
Industria del papel	143,0	17,8	24,0	74,3	4,8	4,7	72,2	5,5	5,3	292,9	2,0	3,5
Industria química y productos farmacéuticos	305,2	17,8	19,2	234,0	5,4	5,4	201,4	7,4	7,1	570,5	1,8	2,2
Productos de caucho y plástico	370,8	19,8	21,6	241,8	6,7	6,6	327,5	6,5	6,9	683,3	2,1	2,5
Productos minerales no metálicos	234,1	17,3	21,4	154,4	2,2	2,4	195,6	5,9	6,9	462,3	1,5	2,2
Metales férricos y no férricos	445,4	17,0	19,0	271,0	3,2	3,2	281,0	11,0	11,1	276,2	1,2	1,2
Productos metálicos	241,7	17,8	19,8	104,7	5,3	4,3	232,2	6,6	7,3	842,9	2,8	3,9
Máquinas agrícolas e industriales	276,3	20,5	24,3	187,7	6,5	6,8	138,0	9,1	8,5	735,9	3,1	4,3
Productos informáticos, electrónicos y ópticos	238,5	13,3	17,6	186,8	5,0	6,2	62,7	7,8	5,7	625,0	1,5	2,4
Maquinaria y material eléctrico	135,2	12,3	12,8	53,9	4,5	2,8	65,2	16,3	11,7	747,8	1,2	2,0
Vehículos de motor	256,8	15,9	20,6	206,7	6,2	7,6	271,1	3,2	4,2	1.520,0	3,4	5,8
Otro material de transporte	321,1	18,3	22,6	292,4	3,2	3,8	304,0	8,9	10,8	1.042,0	2,8	4,2
Industria del mueble	291,4	9,3	12,1	163,8	2,7	2,9	257,1	2,7	3,5	385,5	2,2	3,1
Otras industrias manufactureras	354,3	18,3	23,1	49,4	2,5	1,3	184,3	4,8	5,0	422,7	1,0	1,3
Total	263,4	16,1	19,2	154,7	4,5	4,5	131,9	7,7	7,2	558,8	2,1	2,9

CUADRO 1 (continuación)

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES (1), PORCENTAJE SOBRE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES EN 2012 (2), Y REPERCUSIÓN (EN PORCENTAJE) EN EL CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES DEL PERÍODO 2000 A 2012* (3)

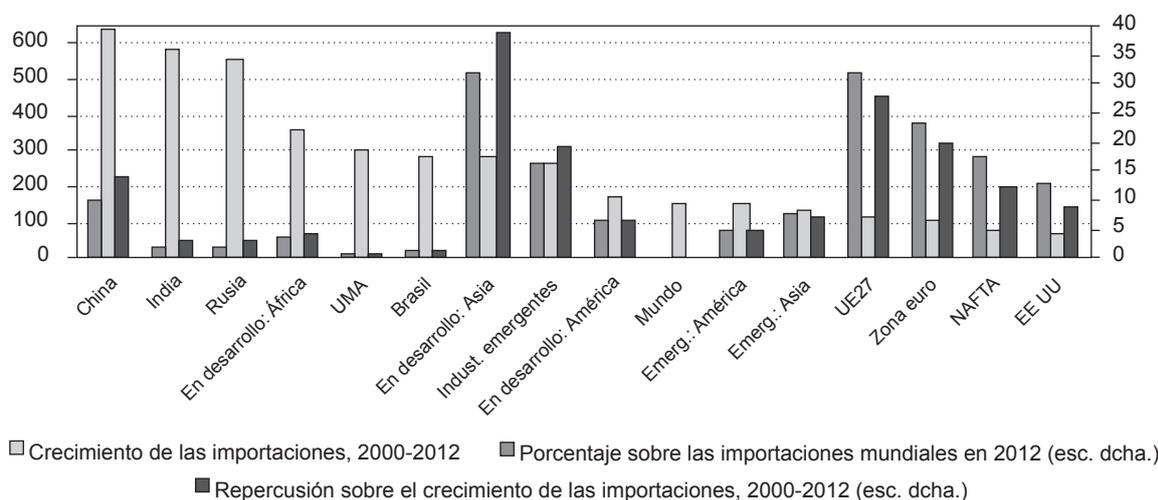
	Brasil			China			India			Ec. en desarrollo: África		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Industria cárnica	174,9	0,3	0,3	531,7	3,1	4,0	113,9	0,0	0,0	638,6	4,2	5,6
Productos alimenticios y tabaco	186,2	0,8	0,8	888,5	6,9	9,2	480,9	1,5	1,9	372,5	6,8	7,9
Bebidas	336,5	0,6	0,8	1.832,0	3,2	4,8	1518	0,3	0,5	417,6	3,4	4,3
Textiles y confección	202,5	1,4	2,3	138,9	11,8	16,4	202,6	1,8	2,8	188,2	6,3	9,8
Cuero y calzado	733,5	0,6	1,1	240,3	2,5	3,6	474,6	0,3	0,5	278,7	2,0	2,9
Industria de la madera	134,5	0,1	0,2	301,4	12,0	22,9	326,3	2,0	3,9	246,8	4,0	7,2
Industria del papel	109,7	0,9	1,0	240,4	9,6	15,4	315,3	1,5	2,6	261,6	3,7	6,1
Industria química y productos farmacéuticos	321,9	2,1	2,3	499,6	8,9	10,7	654,4	2,4	2,9	358,1	3,2	3,5
Productos de caucho y plástico	401,9	2,0	2,3	982,7	9,7	12,2	987,6	1,8	2,2	462,9	3,9	4,4
Productos minerales no metálicos	448,1	0,7	1,0	547,7	5,1	7,6	289,0	8,5	11,1	436,2	5,0	7,1
Metales féreos y no féreos	399,2	0,8	0,9	962,9	18,6	23,1	839,1	2,5	3,1	534,4	2,9	3,3
Productos metálicos	465,1	1,1	1,5	544,2	3,6	4,7	797,0	1,2	1,7	474,3	4,6	6,0
Máquinas agrícolas e industriales	307,8	1,9	2,4	377,4	8,0	10,2	578,1	2,1	2,9	347,7	4,2	5,2
Productos informáticos, electrónicos y ópticos	201,6	1,1	1,4	660,0	12,2	20,1	520,9	1,5	2,4	229,0	1,8	2,3
Maquinaria y material eléctrico	153,0	1,0	1,1	765,2	21,0	33,8	561,1	1,0	1,6	343,7	1,7	2,4
Vehículos de motor	467,6	1,7	2,5	1.860,0	5,6	9,6	761,3	0,5	0,7	496,0	3,9	5,8
Otro material de transporte	218,2	1,3	1,4	646,0	6,8	9,5	456,1	2,3	3,1	203,5	3,7	4,0
Industria del mueble	405,9	0,5	0,7	1.199,0	1,5	2,4	1.710,0	0,6	1,1	597,9	2,7	4,1
Otras industrias manufactureras	344,1	0,3	0,4	1.581,0	6,7	10,2	987,5	4,5	6,6	477,0	3,4	4,6
Total	284,7	1,2	1,5	636,2	10,0	14,2	584,4	2,0	2,8	363,0	3,4	4,4
	Ec. en desarr. América			Ec. en desarr. Asia			Magreb			NAFTA		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Industria cárnica	214,5	6,7	7,0	317,1	19,2	22,4	911,1	0,4	0,6	99,8	10,0	7,7
Productos alimenticios y tabaco	218,3	6,2	6,3	349,8	27,2	31,2	285,1	1,8	2,0	148,6	12,0	10,6
Bebidas	221,8	4,2	4,6	402,6	15,9	20,1	550,7	0,2	0,3	138,4	24,6	22,5
Textiles y confección	98,7	8,1	9,7	98,1	41,2	48,7	106,7	2,0	2,5	41,3	12,4	8,6
Cuero y calzado	105,1	4,1	4,2	115,8	17,1	18,4	151,8	0,5	0,6	44,0	23,0	14,1
Industria de la madera	86,6	2,9	3,4	184,4	26,4	43,7	219,8	1,4	2,5	-5,3	14,8	-2,1
Industria del papel	92,9	7,6	8,4	145,4	25,6	34,6	270,8	1,0	1,6	15,9	14,0	4,4
Industria química y productos farmacéuticos	250,7	7,9	8,1	316,1	27,5	30,0	366,2	0,8	0,9	158,0	14,1	12,4
Productos de caucho y plástico	250,2	9,0	8,9	485,4	27,1	31,1	356,2	0,7	0,8	160,1	19,5	16,6
Productos minerales no metálicos	155,9	3,6	3,8	342,6	38,3	52,5	521,5	0,9	1,3	48,5	15,5	8,9
Metales féreos y no féreos	282,4	4,4	4,5	521,9	43,5	49,8	518,1	0,8	1,0	122,2	11,1	8,3
Productos metálicos	126,6	7,3	6,4	299,0	21,1	24,8	491,2	1,1	1,4	83,5	19,9	14,2
Máquinas agrícolas e industriales	200,4	8,5	9,2	243,4	30,5	34,9	272,9	0,9	1,1	96,7	19,5	15,5
Productos informáticos, electrónicos y ópticos	196,9	6,4	8,0	231,7	35,4	46,7	176,8	0,3	0,4	68,8	22,5	17,3
Maquinaria y material eléctrico	69,9	5,4	4,1	212,5	52,4	64,8	351,2	0,6	0,8	29,5	14,6	6,1
Vehículos de motor	213,2	8,0	9,8	434,4	17,6	25,9	646,6	1,2	1,8	53,0	27,2	17,0
Otro material de transporte	243,2	7,4	8,5	396,5	30,2	39,0	130,5	0,6	0,6	34,1	12,2	5,0
Industria del mueble	179,4	4,0	4,5	303,4	11,2	14,8	725,3	0,6	1,0	91,9	31,9	26,8
Otras industrias manufactureras	65,1	3,4	2,2	490,5	32,9	44,1	191,5	0,2	0,2	67,7	18,7	12,2
Total	172,1	6,3	6,6	283,3	31,8	38,7	306,2	0,8	1,0	74,3	17,6	12,4

NOTA: * Véase la elaboración del cuadro en el Anexo.

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos UNCTAD.

GRÁFICO 1

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES, PORCENTAJE SOBRE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES Y REPERCUSIÓN EN SU CRECIMIENTO (POR ECONOMÍAS)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la UNCTAD.

provocó solo un 8,6 por 100 del crecimiento importador global del período.

Pasando a los grupos de productos (Cuadro 1 y Gráfico 2), los mayores incrementos de importaciones fueron de metales férreos y no férreos (273,6 por 100), productos de caucho y plástico (259,2 por 100), productos de la industria química y productos farmacéuticos (229,1 por 100), industria cárnica (187,8 por 100), productos metálicos (175,9 por 100), bebidas (173,6 por 100) y maquinaria agrícola e industrial (162,8 por 100). Por el contrario, los productos con menor crecimiento importador fueron cuero y calzado, industria del papel, textil y confección y madera (excluye la industria del mueble). De modo coherente con un mayor porcentaje sobre el total, las mayores repercusiones se debieron a la industria química y productos farmacéuticos (cuota del 13,9 por 100 en 2012 y repercusión del 15,9 por 100), productos informáticos, electrónicos y ópticos (12,7 por 100 y 11 por 100, respectivamente),

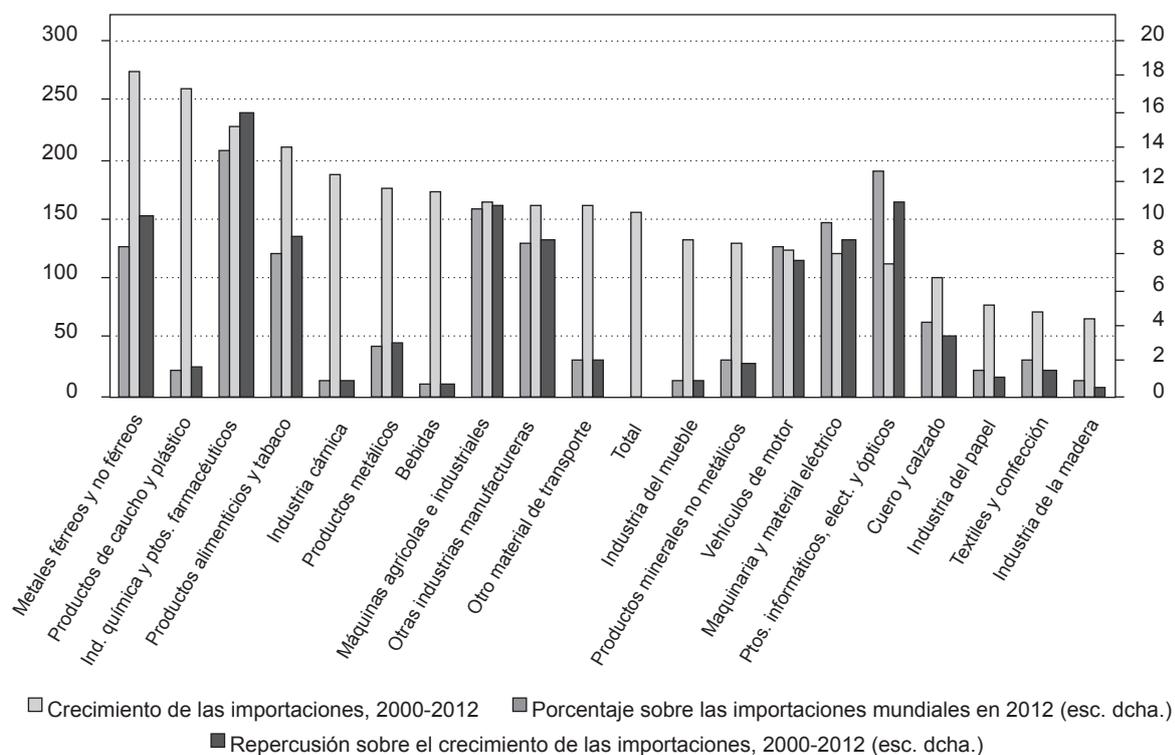
máquinas agrícolas e industriales (10,6 por 100 y 10,8 por 100), y con valores parejos en el intervalo 8-10 por 100, metales férreos y no férreos, productos alimenticios y tabaco, otras industrias manufactureras, vehículos de motor y maquinaria y material eléctrico. A pesar del gran crecimiento importador, tuvieron una escasa repercusión, productos de caucho y plástico, industria cárnica, productos metálicos, bebidas, otro material de transporte y la industria del mueble.

3. Caracterización de las pymes exportadoras y destino exportador

La distribución del comercio español sigue estando volcada hacia la Unión Europea. No obstante, cabe preguntarse si un mercado objetivo en el que las tasas de crecimiento económico futuras estarán significativamente por debajo de las expectativas de crecimiento de otras economías más dinámicas son los mercados

GRÁFICO 2

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES, PORCENTAJE SOBRE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES Y REPERCUSIÓN EN SU CRECIMIENTO (POR PRODUCTOS)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la UNCTAD.

en los que se debe poner la atención con la idea de mantener o incluso aumentar nuestros intercambios comerciales intrazona. Ya no exportan solo las grandes empresas, ahora son las pymes el motor fundamental, las que han comprendido que esta vía es la clave para su desarrollo. Las empresas de reducida dimensión presentan dificultades y ventajas específicas a la hora de acometer cualquier actividad de índole internacional. Sin ánimo de ser exhaustivos, las pymes adolecen de falta de experiencia en la gestión de este tipo de procesos, presentan mayores dificultades de acceso a los recursos económicos y financieros necesarios, y un menor conocimiento de las fuentes de información pre-

cisas para detectar oportunidades de expansión en los mercados exteriores. Además, el impacto de los costes de transacción sobre su estructura de gasto y la distinta tipología de barreras arancelarias y no arancelarias (aspectos jurídicos mercantiles, comerciales, laborales, fiscales e incluso culturales), entre otros, requieren conocimiento, tiempo y recursos, factores que son inversamente proporcionales al tamaño empresarial.

Ahora bien, todos los obstáculos son salvables en mayor o menor medida por cualquier empresa, independientemente de su tamaño, si ésta posee una cartera de activos competitivos, así como una estrategia marcada por la diferenciación.

En particular, los cambios que se han producido tras la crisis en los mercados internacionales, así como las ventajas de una mayor capacidad de especialización en la producción de un bien o servicio diferenciado, permiten a las empresas de menor dimensión afrontar con mayor probabilidad de éxito sus operaciones de expansión fuera del ámbito local-nacional. Los rápidos cambios que exigen las demandas singulares en los mercados internacionales, así como la extensa compartimentación de la cadena de valor, requieren flexibilidad empresarial y un ritmo alto de incorporación de productos o procesos innovadores, características que son intrínsecas en las pequeñas y medianas empresas. En las estrategias de crecimiento de las exportaciones de las pymes españolas una cuestión relevante es la asignación geográfica de las ventas comerciales de las pymes, pero otra fundamental es cómo conseguir que más empresas exporten o que las que lo hacen intensifiquen su actividad exterior. Las tasas de crecimiento de las exportaciones de nuestras pymes deben venir, no solo por el incremento de las exportaciones de las empresas que ya están posicionadas en la carrera exterior, sino sobre todo por la ampliación de la base de empresas, sectores, productos y sobre todo mercados (Martín, 2011). La tendencia del comercio internacional se encuadra dentro de una especialización hacia el comercio intrazona a costa del comercio bilateral (Suárez, 2012). Esto conduce irremisiblemente a una «regionalización del comercio». Dicho proceso es aún más acusado en el caso de las pymes, que, por proximidad cultural y facilidad en la gestión de operaciones, ponen su objetivo en países pertenecientes a sus procesos de integración económicos (Carrere, 2006). En el año 2013, más del 50 por 100 del comercio mundial es ya comercio «intra-zona» desde un 38 por 100 computado una década antes (UNCTAD, 2013). Las empresas españolas entran claramente en conflicto con la tendencia «regionalista» del comercio a nivel mundial. El mercado europeo sigue siendo líder entre las pymes, pero su relevancia se reduce drásticamente en los últimos años. Desde que comenzara la crisis, las exportaciones a la UE han

pasado a representar el 63 por 100 desde niveles del 80 por 100 cifrados en el año 2007. Por destinos dentro de la UE, siguen siendo líderes para exportaciones de las pymes Francia, Alemania, Italia, Portugal y Reino Unido (Myro, 2012). Cabe preguntarse si la crisis económica, lejos de haber supuesto un *hándicap* para las pymes exportadoras, no ha supuesto una reordenación en la dirección correcta de nuestro vector comercial, girándolo hacia una mayor diversificación geográfica y consiguiendo una reordenación con un mayor potencial de crecimiento en el medio y largo plazo, rompiendo con los condicionantes del maduro mercado europeo.

Otros mercados han ido copando las posiciones no cubiertas en el continente. Al mismo tiempo que algunos de los destinos tradicionales de las pymes españolas pierden fuerza, otros con mayor potencial de crecimiento en el largo plazo ganan peso específico. Es el caso de países como Australia, donde las ventas de las pymes crecieron un 37 por 100, África, donde se incrementaron más del 30 por 100 en países del Magreb como Argelia y Marruecos, mercados tradicionales por distancia cultural como México y Venezuela, con tasas cercanas al 15 por 100 y economías asiáticas emergentes como China y Turquía, a donde fueron exportadas mercancías que crecieron a tasas de dos dígitos respecto al período anterior (11,9 por 100) (UNCTAD database).

Teniendo en cuenta los datos mostrados en el Cuadro 1, las áreas de potencial crecimiento en su PIB e importaciones son economías emergentes y en desarrollo vinculadas a los BRICs, Sudeste asiático, Magreb, Turquía, Sudáfrica, Oriente Medio... La ventaja de diversificar sectorial y geográficamente las importaciones es reducir la exposición ante los *shocks* externos. Esto quedó patente en la reciente crisis económica, donde la concentración en los mercados de la UE y en un puñado de sectores afectó negativamente a las exportaciones, especialmente en los comienzos de la crisis.

Si queremos describir el perfil de la pyme exportadora española: es una mediana empresa; que enfoca sus operaciones exteriores hacia la Unión Europea y especialmente hacia Francia, Alemania, Italia y Portugal; que

está vinculada a los sectores de automoción, alimentación, química, juguetes, muebles y calzado; que exporta a un número de países muy limitado, normalmente menos de cuatro; que en caso de ir a mercados extracomunitarios explora los mercados americanos; las mayores tasas de crecimiento de pymes españolas en el exterior se han alcanzado en los últimos años en países como Colombia, Brasil, Chile, Panamá o Perú.

Aunque algo más del 68 por 100 de las ventas de las pymes se siguen dirigiendo a países europeos, siendo el vínculo entre la economía española y la europea absolutamente crucial, también es verdad que las empresas de España están esforzándose por penetrar en mercados ajenos a su actividad tradicional. Por ejemplo, las exportaciones a Brasil crecieron un 28,9 por 100 respecto a 2012; a los países de Oriente Próximo, un 24,9 por 100; a Sudáfrica, un 33,4 por 100; y a Oceanía, un 12,8 por 100 (Máñez *et al.*, 2008).

En los últimos cuatro años, las pymes españolas han sido las más activas en comenzar sus operaciones dentro de la UE15. Más del 30 por 100 de las pymes españolas han comenzado a exportar en los últimos cuatro años frente al 12 por 100 en Italia, el 16 por 100 de Francia o el 25 por 100 de Alemania. Solo Bulgaria y Rumanía con el 39 por 100 superaron a España en la UE⁴.

Como podemos ver en el Cuadro 2, la distribución geográfica de las operaciones compensadas por las pymes es adecuada y correcta. Fuerte presencia en la UE, pero posicionamiento en mercados dinámicos, no solo de Latinoamérica, sino del norte de África, BRICs, o Sudeste asiático.

El Cuadro 3 nos da información acerca del posicionamiento en otros mercados dependiendo del tamaño de las pymes españolas. Como era de esperar, las de menor tamaño tienen presencia en un número menor de mercados y una clara tendencia por aquellos con mayor proximidad geográfica, cultural y regional.

Por sectores, según la ESEE⁵, el porcentaje de empresas que realizó exportaciones en 2011, dentro del grupo de empresas encuestadas con menos de 200 trabajadores (pymes), es relativamente elevado en todos ellos. El Gráfico 3 ordena los sectores conforme a esta variable. Los mayores porcentajes corresponden al sector de máquinas agrícolas e industriales (88,6 por 100), bebidas (85,2 por 100), productos informáticos, electrónicos y ópticos (84,2 por 100) y la industria química (83,1 por 100). Las empresas de más de 200 trabajadores cuentan con un porcentaje exportador mayor, salvo en el sector de bebidas. Respecto a la variación en el período 2000 a 2011 (Cuadro 4), casi todos los sectores han incrementado este porcentaje, mejorando el comportamiento que se aprecia en las empresas de más de 200 trabajadores. A pesar de estas buenas cifras, los porcentajes de empresas cuyo mercado principal es de ámbito internacional es relativamente bajo. Los porcentajes más altos, siempre por debajo del 20 por 100, corresponden a máquinas agrícolas e industriales, metales férreos y no férreos, otro material de transporte y productos informáticos, electrónicos y ópticos. De nuevo, las empresas con más de 200 trabajadores cuentan con porcentajes mayores. Considerando solo las empresas exportadoras, la propensión exportadora mide la importancia que las exportaciones tienen sobre el total de ventas. Las cifras son relativamente destacadas y homogéneas, ya que para la mitad de los sectores suponen un porcentaje en el intervalo del 30 por 100 al 40 por 100 para empresas con menos de 200 trabajadores (véase Cuadro 4). En todos los sectores este porcentaje ha crecido respecto al año 2000, o bien ha disminuido ligeramente. La propensión exportadora de las empresas de más de 200 trabajadores es mayor o equiparable (salvo alimentos y bebidas) y en estas también se ha producido un incremento del peso de la exportación sobre las ventas totales. Para la mayor parte de las empresas exportadoras, el principal

⁴ Survey 2009, Internationalization of European SMEs EIM/GDCC (N=9480). Processing: EIM 5/22/2009. Esta base de datos se realiza cada cinco años por la Dirección General de Industria y Empresa de la UE a partir de los datos de 21.000.000 de pequeñas y medianas empresas de la UE.

⁵ Encuesta sobre estrategias empresariales (ESEE): <http://www.fundacionsepi.es/esee/sp/spresentacion.asp> (último acceso 10 de marzo de 2014)

CUADRO 2
EXPORTACIÓN DE LAS PYMES DE LA UE POR REGIONES EN 2009
(En %)

País	Vecinos	India	Otros Asia	Norte América	Brasil	Latinoamérica	Australia Nueva Zelanda	Otros UE	Rusia	Otros países europeos	Oriente Medio	Norte de África	Otros África	Japón	China	Total
Italia	43	14	10	29	9	11	10	83	14	34	16	29	13	10	12	100
Alemania	59	8	6	22	5	7	12	75	12	46	14	4	6	6	6	100
España	38	8	9	18	12	32	8	74	14	20	16	18	13	8	12	100
Francia	55	2	8	12	15	5	5	60	6	37	17	34	18	5	19	100
Reino Unido	27	11	12	32	3	9	16	86	6	15	24	10	15	7	12	100
Polonia	39	0	2	3	2	5	0	80	5	16	2	0	0	2	4	100
Países Nórdicos	70	5	12	16	4	4	9	83	13	21	6	2	7	5	10	100
Benelux	73	6	8	16	4	6	7	78	9	27	14	14	14	11	9	100
Europa Central	57	0	2	1	1	0	0	91	3	25	1	0	0	0	2	100
Rumanía y Bulgaria	23	0	0	10	1	1	1	73	4	17	14	3	1	1	2	100
Resto de países	40	6	8	14	8	9	8	63	11	26	20	10	17	8	7	100
Total	47	7	8	17	7	10	8	76	10	27	14	14	11	7	9	100

FUENTE: Survey 2009, Internationalization of European SMEs EIM/GDCC (N=9480). Processing: EIM 5/22/2009.

CUADRO 3
EXPORTACIÓN DE LAS PYMES ESPAÑOLAS POR REGIONES Y TAMAÑO DE EMPRESAS EN 2009
(En %)

Tamaño Clase	Vecinos	India	Otros Asia	Norte América	Brasil	Latinoamérica	Australia/ Nueva Zelanda	Otros UE	Rusia	Otros Europa	Oriente Medio	Norte África	Otros África	Japón	China	Total
Micro	45	6	7	16	7	9	7	75	9	27	13	14	11	6	9	100
Pequeñas	60	10	12	22	10	11	11	81	17	31	17	14	12	12	13	100
Medianas	62	17	18	30	17	21	19	90	27	41	28	21	23	18	18	100
Total	47	7	8	17	7	10	8	76	10	27	14	14	11	7	9	100

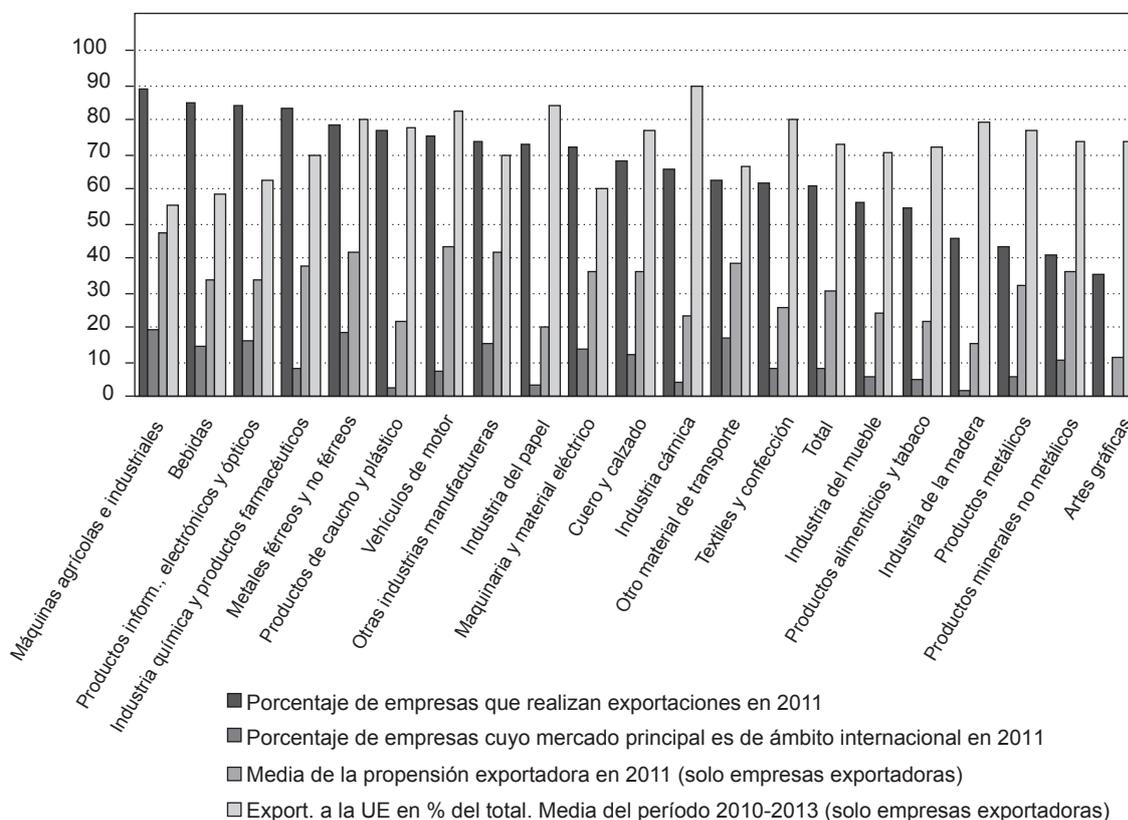
NOTA: Resultados ponderados.

FUENTE: Survey 2009, Internationalization of European SMEs EIM/GDCC (N=9480). Processing: EIM 5/22/2009.

destino exportador es la UE (Cuadro 5) que está entre el 60 y el 80 por 100 en la mayoría de los sectores. Estas cifras son equiparables en las empresas con más

de 200 trabajadores. Respecto a la evolución temporal de este porcentaje, se aprecian algunos descensos, lo que indica una mayor diversificación en los destinos.

GRÁFICO 3
CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EXPORTADORAS (ESEE)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la ESEE.

Son importantes en bebidas (-27 por 100), maquinaria y material eléctrico (-13 por 100) o máquinas agrícolas e industriales (-6,2 por 100). La importancia de este destino en empresas con más de 200 trabajadores, por el contrario, ha experimentado variaciones poco relevantes o bien aumentos. El Cuadro 5 también informa de la principal vía de acceso a la exportación. La mayor parte de las empresas, con independencia del número de trabajadores, utilizan medios propios. En los sectores cárnico, alimentos y bebidas hay un porcentaje importante que también utilizan un intermediario especializado.

4. Mercados con futuro exportador para las pymes

Para identificar en sus grandes rasgos cuáles pudieran ser los sectores y áreas geográficas de mayor potencial exportador para la pyme española, hemos diseñado cuatro escenarios que tienen en cuenta lo sucedido en el período 2000 a 2012 utilizando la información sobre importaciones proporcionada por la UNCTAD (Cuadro 6). Las cifras presentadas recogen, bajo el escenario señalado, los 20 mayores valores de las repercusiones sobre el crecimiento de las impor-

CUADRO 4

PORCENTAJE DE PYMES EN MERCADOS INTERNACIONALES, EMPRESAS QUE REALIZAN EXPORTACIONES E INTENSIDAD EXPORTADORA

	Variaciones en el porcentaje de empresas cuyo mercado principal es de ámbito internacional en el período 2000-2011		Porcentaje de empresas cuyo mercado principal es de ámbito internacional en 2011		Variaciones en el porcentaje de empresas que realizan exportaciones en el período 2000-2011		Porcentaje de empresas que realizan exportaciones en 2011		Variaciones en la media de la propensión exportadora en el período 2000-2011 (solo empresas exportadoras)		Media de la propensión exportadora en 2011 (solo empresas exportadoras)	
	<=200	>200	(1440) <=200	(375) >200	<=200	>200	(1440) <=200	(375) >200	<=200	>200	(878) <=200	(346) >200
Industria cármica	0,7	0,0	3,8	0,0	12,3	-9,5	65,4	84,6	10,4	-1,3	23,2	13,0
Productos alimenticios y tabaco	-1,3	-2,8	4,7	6,0	19,1	-10,7	54,1	84,0	-5,6	-3,4	21,5	19,2
Bebidas	14,8	-5,0	14,8	8,3	28,9	-8,4	85,2	58,3	14,0	-4,3	33,7	16,4
Textiles y confección	4,1	-8,3	8,3	0,0	15,5	-6,9	62,0	87,5	5,2	-6,5	25,9	27,2
Cuero y calzado	-2,0	nd	12,0	nd	6,0	nd	68,0	nd	2,1	nd	36,4	nd
Industria de la madera	1,5	0,0	1,5	0,0	12,9	18,7	45,6	100,0	-5,8	-2,1	15,0	15,3
Industria del papel	-2,3	-0,4	3,4	11,1	15,8	-3,4	72,9	88,9	3,2	11,1	19,7	44,1
Artes gráficas	-1,4	0,0	0,0	0,0	1,2	30,0	35,4	100,0	-0,5	-6,5	11,4	14,9
Industria química y productos farmacéuticos	-0,7	14,2	8,4	20,9	10,4	1,7	83,1	100,0	5,9	15,9	37,4	43,7
Productos de caucho y plástico	2,4	-9,4	2,4	6,7	20,2	-3,5	76,8	93,3	4,5	10,1	21,9	47,0
Productos minerales no metálicos	1,9	2,6	10,5	11,5	11,4	-6,5	41,0	84,6	-1,9	-8,0	35,7	32,6
Metales féreos y no féreos	0,9	2,0	18,8	17,2	6,7	3,0	78,1	100,0	9,6	19,8	41,6	57,9
Productos metálicos	3,3	2,3	5,4	23,1	-1,5	-5,8	42,9	92,3	10,1	13,8	32,1	55,8
Máquinas agrícolas e industriales	13,0	26,3	19,0	36,0	21,1	-4,0	88,6	96,0	19,0	15,7	47,2	63,3
Productos inform., electrónicos y ópticos	8,9	18,0	15,8	50,0	15,2	-12,5	84,2	87,5	4,2	22,2	33,3	68,3
Maquinaria y material eléctrico	7,3	21,5	14,0	35,0	21,9	0,0	71,9	100,0	12,2	5,8	35,7	47,7
Vehículos de motor	0,8	1,6	7,5	18,8	6,1	0,0	75,0	100,0	14,6	6,7	43,2	55,4
Otro material de transporte	8,1	-24,8	17,2	14,3	-6,1	1,6	62,1	92,9	5,5	-11,7	38,4	40,0
Industria del mueble	1,8	22,2	5,6	22,2	4,9	0,0	56,2	100,0	6,3	9,2	24,0	28,6
Otras industrias manufactureras	3,1	-19,4	15,6	25,0	-4,8	0,0	73,3	100,0	9,7	-22,3	41,7	33,5
Total	2,5	3,8	7,9	17,1	10,3	-1,8	61,1	92,5	6,1	6,6	30,7	42,8

FUENTE: ESEE (SEPI) y elaboración propia.

CUADRO 5

EXPORTACIONES A LA UE. MEDIOS DE ACCESO A LA EXPORTACIÓN

	Variaciones del porcentaje de las exportaciones a la UE en porcentaje del total. Media 2010-2013		Exportaciones a la UE en porcentaje del total. Media del período 2010-2013 (solo empresas exportadoras)		Porcentaje de empresas exportadoras que acceden a la exportación por acción colectiva. Media del período 2010-2013		Porcentaje de empresas exportadoras que acceden a la exportación mediante agente especializado. Media del período 2010-2013		Porcentaje de empresas exportadoras que acceden a la exportación por medios propios. Media del período 2010-2013	
	<=200	>200	(936) <=200	(379) >200	(937) <=200	(380) >200	(937) <=200	(380) >200	(937) <=200	(380) >200
Industria cármica	8,5	20,1	89,4	88,7	10,8	23,1	43,2	61,5	40,5	53,8
Productos alimenticios y tabaco	6,8	5,5	72,2	79,2	18,3	20,0	34,1	22,2	51,2	80,0
Bebidas	-27,6	13,1	58,2	85,5	19,2	25,0	34,6	37,5	53,8	62,5
Textiles y confección	15,9	2,9	80,0	72,8	10,1	12,5	13,0	12,5	71,0	100,0
Cuero y calzado	1,1	nd	77,2	nd	18,2	nd	36,4	nd	69,7	nd
Industria de la madera	-0,8	-2,8	79,4	61,0	8,3	0,0	22,2	40,0	58,3	60,0
Industria del papel	1,0	4,3	84,3	76,3	5,3	5,6	18,4	5,6	65,8	83,3
Artes gráficas	13,6	17,3	73,6	88,0	3,2	0,0	29,0	50,0	29,0	100,0
Industria química y productos farmacéuticos	0,2	-9,5	69,4	61,5	2,9	6,4	14,3	12,8	67,1	72,3
Productos de caucho y plástico	-2,4	3,8	77,3	84,9	2,9	9,5	15,9	4,8	47,8	71,4
Productos minerales no metálicos	7,4	-1,7	73,6	64,5	2,1	13,6	14,9	27,3	68,1	77,3
Metales férreos y no férreos	-2,7	2,7	79,7	75,3	9,7	6,5	9,7	12,9	67,7	83,9
Productos metálicos	-2,7	7,8	77,0	75,4	7,9	14,3	14,6	3,6	51,7	82,1
Máquinas agrícolas e industriales	-6,2	-1,3	55,5	65,7	19,7	19,2	15,5	15,4	59,2	88,5
Productos inform., electrónicos y ópticos	7,5	-0,3	62,6	57,9	12,5	37,5	6,3	12,5	62,5	87,5
Maquinaria y material eléctrico	-13,0	-5,9	60,1	63,1	14,9	4,8	8,5	9,5	66,0	81,0
Vehículos de motor	0,4	-1,4	82,8	86,8	11,1	4,2	13,9	4,2	63,9	62,5
Otro material de transporte	-4,2	22,5	66,4	70,9	20,0	0,0	20,0	7,1	40,0	64,3
Industria del mueble	-4,6	10,7	70,4	85,7	16,1	11,1	25,0	22,2	58,9	88,9
Otras industrias manufactureras	-4,3	14,8	69,5	75,0	10,5	0,0	18,4	0,0	44,7	100,0
Total	1,1	3,6	73,1	74,4	10,8	11,1	20,0	15,0	57,5	76,6

FUENTE: ESEE (SEPI) y elaboración propia.

taciones totales de las diversas combinaciones área geográfica-sector. En los cuatro casos se interpretan como la participación del área y sector en el incremento importador mundial bajo el escenario propuesto.

Así, en el primero (escenario promedio) se supone que las importaciones crecen a una misma tasa en todas las áreas geográficas y sectores. Se trata de un escenario de crecimiento homogéneo mundial y sectorialmente (como supuesto extremo) que presupone un reparto de cuotas de importación similar al vigente en 2012. Las cifras presentadas responden a la expresión

$$\omega_{ijt} = \frac{m_{ijt}}{m_t}$$

con m_{ijt} las importaciones que realiza el área geográfica i de productos del sector j en $t=2012$, y m_t las importaciones totales mundiales en 2012. Por ejemplo, la primera cifra relativa a las importaciones de la UE27 de productos de la industria química y productos farmacéuticos, indica que dicha área y sector participaría en un 5,2 por 100 del incremento importador mundial fuera este cual fuera. Sería el más atractivo de acuerdo al volumen importador potencial. El escenario promedio señala principalmente como más atractivas áreas geográficas y sectores con cuotas de importación elevadas: UE27, economías en desarrollo de Asia y economías industriales emergentes, combinados con sectores como el químico, maquinaria de todo tipo, productos informáticos, metales, otras industrias manufactureras y productos alimenticios.

El escenario continuista supone un crecimiento de cada área y sector igual al habido efectivamente en el período 2000 a 2012, pero con las cuotas de importación del año 2012. Esto es, que se repita el mismo patrón de crecimiento importador de los últimos años. Las cifras responden a la expresión

$$\frac{\omega_{ijt} g_{ijt}}{g_t}$$

con g_{ijt} el crecimiento de las importaciones del área i de productos del sector j en el período 2000 a 2012,

y g_t la tasa de crecimiento mundial de las importaciones en ese período. Bajo este escenario predominan las economías en desarrollo de Asia, China principalmente, y las economías industriales emergentes combinadas con los sectores de metales, maquinaria, químico, otras industrias manufactureras, productos informáticos, vehículos de motor y alimentos. La UE27 está presente en los sectores químico y de productos alimenticios.

El tercer escenario denominado «efecto área» supone un crecimiento importador semejante para los distintos sectores de una misma área geográfica. Dicha tasa se ha supuesto igual a la vigente en el período 2000 a 2012. Esto es, supone un crecimiento geográficamente heterogéneo similar al registrado en los últimos años, pero homogéneo entre sectores importadores. Las cifras presentadas siguen la expresión

$$\frac{\omega_{ijt} g_{it}}{g_t}$$

con g_{it} la tasa de crecimiento de las importaciones del área i (las representadas en el Gráfico 1).

Como cabía esperar, las áreas más atractivas vuelven a ser las economías en desarrollo de Asia, China principalmente, y las industriales emergentes. Los sectores con mayores participaciones serían maquinaria, productos informáticos, química, otras industrias manufactureras y productos alimenticios. La UE27 figura en dos sectores: químico y productos informáticos.

El cuarto escenario «efecto sector» supone un crecimiento importador semejante para los productos de los distintos sectores con independencia del área geográfica, es decir, heterogeneidad por sectores y homogeneidad por áreas. Su cálculo responde a

$$\frac{\omega_{ijt} g_{jt}}{g_t}$$

con g_{jt} el crecimiento de las importaciones mundiales de productos del sector j en el período 2000 a 2012 (las representadas en el Gráfico 2). Las áreas geográficas con mayor potencial importador pasan a ser la UE27,

CUADRO 6

 REPERCUSIONES SOBRE EL CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES
DE DISTINTOS ESCENARIOS

Escenario promedio		Escenario continuista	
1 UE27, industria química y prod. farmacéuticos	5,2	1 Econ. en des. (Asia), metales férreos y no férreos	12,4
2 Econ. en des. (Asia), maquinaria y material eléctrico	5,1	2 China, maquinaria y material eléctrico	10,1
3 Econ. en des. (Asia), prod. informáticos, electrónicos y ópticos	4,5	3 China, metales férreos y no férreos	9,8
4 Econ. en des. (Asia), industria química y prod. farmacéuticos	3,8	4 Econ. en des. (Asia), otras industrias manufactureras	9,1
5 Econ. en des. (Asia), metales férreos y no férreos	3,7	5 Econ. en des. (Asia), industria química y prod. farmacéuticos	7,8
6 UE27, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	3,4	6 Econ. en des. (Asia), maquinaria y material eléctrico	7,0
7 Econ. en des. (Asia), máquinas agrícolas e industriales	3,2	7 Econ. en des. (Asia), prod. informáticos, electrónicos y ópticos	6,7
8 UE27, máquinas agrícolas e industriales	3,1	8 UE27, industria química y productos farmacéuticos	6,6
9 UE27, otras industrias manufactureras	3,0	9 China, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	6,6
10 UE27, productos alimenticios y tabaco	2,9	10 China, otras industrias manufactureras	6,0
11 Econ. en des. (Asia), otras industrias manufactureras	2,9	11 China, vehículos de motor	5,6
12 UE27, vehículos de motor	2,8	12 Econ. en des. (Asia), máquinas agrícolas e industriales	5,1
13 UE27, metales férreos y no férreos	2,5	13 Econ. en des. (Asia), prod. alimenticios y tabaco	5,0
14 Econ. indust. emerg., industria química y prod. farmacéuticos	2,5	14 Econ. indust. emerg., industria química y prod. farmacéuticos	4,9
15 Econ. en des. (Asia), prod. alimenticios y tabaco	2,2	15 Econ. indust. emerg., metales férreos y no férreos	4,1
16 Econ. indust. emerg., máquinas agrícolas e industriales	2,2	16 Econ. en des. (Asia), vehículos de motor	4,1
17 EE UU, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	2,2	17 China, industria química y prod. farmacéuticos	4,0
18 China, maquinaria y material eléctrico	2,1	18 Econ. indust. emerg., máquinas agrícolas e industriales	3,9
19 UE27, maquinaria y material eléctrico	2,0	19 Econ. indust. emerg., otras industrias manufactureras	3,6
20 NAFTA, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	1,7	20 UE27, productos alimenticios y tabaco	3,3
Escenario «efecto área»		Escenario «efecto sector»	
1 Econ. en des. (Asia), maquinaria y material eléctrico	9,4	1 UE27, industria química y prod. farmacéuticos	7,8
2 China, maquinaria y material eléctrico	8,4	2 Econ. en des. (Asia), metales férreos y no férreos	6,5
3 Econ. en des. (Asia), prod. informáticos, electrónicos y ópticos	8,2	3 Econ. en des. (Asia), industria química y prod. farmacéuticos	5,6
4 Econ. en des. (Asia), industria química y prod. farmacéuticos	7,0	4 UE27, metales férreos y no férreos	4,4
5 Econ. en des. (Asia), metales férreos y no férreos	6,7	5 Econ. en des. (Asia), maquinaria y material eléctrico	4,0
6 China, metales férreos y no férreos	6,5	6 UE27, productos alimenticios y tabaco	4,0
7 China, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	6,4	7 Econ. indust. emerg., industria química y prod. farmacéuticos	3,6
8 Econ. en des. (Asia), máquinas agrícolas e industriales	5,9	8 Econ. en des. (Asia), máquinas agrícolas e industriales	3,4
9 Econ. en des. (Asia), otras industrias manufactureras	5,2	9 Econ. en des. (Asia), prod. informáticos, electrónicos y ópticos	3,3
10 China, industria química y prod. farmacéuticos	5,1	10 UE27, máquinas agrícolas e industriales	3,2
11 Econ. indust. emerg., industria química y prod. farmacéuticos	4,2	11 UE27, otras industrias manufactureras	3,1
12 Econ. en des. (Asia), prod. alimenticios y tabaco	4,1	12 Econ. en des. (Asia), prod. alimenticios y tabaco	3,0
13 UE27, industria química y productos farmacéuticos	3,9	13 Econ. en des. (Asia), otras industrias manufactureras	3,0
14 Econ. indust. emerg., máquinas agrícolas e industriales	3,7	14 China, metales férreos y no férreos	2,8
15 China, máquinas agrícolas e industriales	3,5	15 Econ. indust. emerg., metales férreos y no férreos	2,5
16 Econ. indust. emerg., prod. informáticos, electrónicos y ópticos	2,9	16 UE27, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	2,4
17 Econ. indust. emerg., otras industrias manufactureras	2,7	17 Econ. indust. emerg., máquinas agrícolas e industriales	2,3
18 Econ. en des. (Asia), vehículos de motor	2,7	18 UE27, vehículos de motor	2,3
19 UE27, prod. informáticos, electrónicos y ópticos	2,5	19 EE UU, industria química y prod. farmacéuticos	2,0
20 Econ. indust. emerg., metales férreos y no férreos	2,4	20 China, industria química y prod. farmacéuticos	1,8

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la UNCTAD.

economías en desarrollo de Asia y economías industriales emergentes. Los sectores con mayor potencial son el químico, metales, maquinaria, alimentos, productos informáticos y otras industrias manufactureras. EE UU aparece entre las 20 mayores repercusiones en el sector químico.

De la comparación de los distintos escenarios, cabe deducir la importancia importadora de Asia y las economías industriales emergentes, aunque la UE, a pesar de las menores tasas de crecimiento importador, mantiene una tercera posición bajo los cuatro escenarios debido a la importante cuota que supone en el conjunto de las importaciones mundiales. Destaca la ausencia en estos primeros puestos de EE UU, debido principalmente a su débil crecimiento importador. Por sectores, destaca la repetición en los cuatro escenarios de los sectores químico y farmacéutico, metales féreos y no féreos, maquinaria y material eléctrico, maquinaria agrícola e industrial, productos informáticos, electrónicos y ópticos, vehículos a motor, y dentro de las manufacturas de consumo, alimentos y otras industrias manufactureras.

En consecuencia, si en el crecimiento importador de los próximos años sigue siendo predominante, como a lo largo del período 2000 a 2012, un patrón de heterogeneidad por áreas geográficas, el comportamiento final se parecerá más al escenario continuista y al que hemos denominado «efecto área». Si por el contrario, el crecimiento importador mundial resulta más homogéneo geográficamente debido a la progresiva madurez de las economías en desarrollo asiáticas y emergentes, y la heterogeneidad predominante pasa a ser la sectorial, los escenarios «promedio» y «efecto sector» serían más verosímiles. En este segundo caso, no obstante, cabría esperar un menor peso relativo de los grupos de manufacturas de bienes de equipo cuya importancia ha sido considerable, ligada precisamente al importante desarrollo de las economías asiáticas y emergentes, y un mayor peso de las manufacturas de consumo y bienes intermedios.

5. Conclusiones

El crecimiento experimentado en las exportaciones españolas desde el comienzo de la crisis responde a un patrón en el que el número de empresas lanzadas a la aventura exterior, muchas de ellas pymes, y la diversificación de los mercados más allá de la UE han sido determinantes. Por ello adquiere mayor relevancia centrarse en mercados con importaciones dinámicas. Según los datos analizados, mercados maduros como el europeo o el estadounidense ofrecen menores progresiones de crecimiento. Las economías en desarrollo de Asia, Oriente Medio y el Magreb tendrán altas tasas de crecimiento en sus importaciones en los próximos años. Por productos, los metales, plásticos, químicos y alimentos, tienen gran potencial en aquellos mercados. A estos datos España y sus pymes enfrentan una especialización relativa en equipos de transporte, bienes de equipo y alimentación. Habrá que aprovechar las oportunidades que ofrecen sectores como la alimentación o diseño y moda, donde las empresas y productos españoles ofrecen artículos que gozan de una excelente imagen en mercados como China, Japón o Rusia. También tenemos ventajas en energías renovables, muebles y decoración, gestión de hoteles, turismo, infraestructuras... Negocios que se están demandando en la mayoría de estos nuevos mercados, en pleno *boom* de desarrollo de sus infraestructuras e industrias.

Existen algunos condicionantes en la práctica para el posicionamiento de las pymes españolas en mercados dinámicos: el primero, el *training* comercial necesario para iniciar las actividades exportadoras, en el que las empresas buscan mercados estables para iniciar su aventura exterior; el segundo, la distancia cultural, más relevante cuanto menor es el tamaño de la pyme exportadora. En la dinámica exportadora de las empresas existe como factor fundamental al comienzo de la actividad exterior los llamados «costes hundidos», según los cuales los costes de empezar a exportar son mayores que los costes de alterar la cartera de destinos de exportación, una vez la empresa ya ha

exportado antes. El resultado de ello es que existe una especie de «jerarquía de países de exportación». Respondiendo a este *ranking*, no serían los mercados con mayor potencial aquellos elegidos por las empresas en sus primeras operaciones en el exterior, sino otros como Francia y Portugal, donde los trámites de exportación son sencillos y la distancia cultural, casi inexistente. Así, el país que ocupa la primera posición en el *ranking* de mercados («el más popular») es Portugal (46,9 por 100), seguido de Francia (46,3 por 100).

Si tomamos en consideración la distancia cultural, donde se ponen de manifiesto otros factores culturales a la hora de hacer negocios, Francia, Portugal, Italia, Bélgica y Hungría están muy próximos, seguidos de los países bálticos, algunos latinoamericanos como Brasil y México, algunos árabes como Arabia Saudí, resto de la UE y EE UU, estando los países asiáticos solo por delante del grupo de países subdesarrollados.

Por este motivo, y una vez detectados los mercados y sectores con mayor potencial para que nuestras pymes exporten, resulta de vital interés la puesta en marcha de planes de acción públicos que ofrezcan el soporte necesario a las pymes para poder situarse en aquellos, dados los patrones —jerarquía de países— que en la práctica usan las empresas para posicionarse en los mercados y la gran distancia cultural existente con algunos de los que tienen alto potencial, que se hace patente a la hora de hacer negocios.

Referencias bibliográficas

- [1] ALONSO, J. A. y DONOSO, V. (2000): Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española. *Información Comercial Española, Revista de Economía*, nº 788, pp. 35-58.
- [2] AVELLA, L. y GARCÍA, F. (2010): «La actividad exportadora: ¿Causa o efecto de la competitividad de las pymes manufactureras españolas?» *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, vol 4, nº 1, pp. 80-89.
- [3] BERUMEN, S. A. (2011): «Determinantes de la competitividad. Cooperar para competir: la cooperación entre empresas como estrategia para el fomento de la competitividad» *Papeles de Europa*, 22, pp. 76-96.
- [4] CAMISÓN, C. y DE LUCIO, J. J. (2010): «La competitividad de las pymes españolas ante el reto de la globalización». *Economía industrial*, nº 375, pp. 19-40.
- [5] CARRERE, C. (2006): «Revisiting the Effects of Regional Trade Agreements on Trade Flows with Proper Specification of the Gravity Model». *European Economic Review*, 50, pp. 223-247.
- [6] CLIFTON, J. y DÍAZ, D. (2011): «La nueva política económica de la OCDE ante el cambio en la Economía Mundial». *Revista de Economía Mundial*, nº 28, pp. 113-142.
- [7] CRIADO, A. R.; CARAZO, P. C. M. y CRIADO, J. R. (2005): «El desarrollo exportador de las pymes industriales españolas participantes en un consorcio de exportación: un estudio de caso The Export Development Process of the Spanish Manufacturing SMEs Participating in an Export». *Cuadernos de Gestión*, 5, pp. 95-116.
- [8] DE LUCIO, J. J. y MÍNGUEZ, R. (2006): «Demografía de la empresa española exportadora e importadora». *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2.885, pp. 9-20.
- [9] ESTEVE, S.; PALLARDÓ, V. J. y REQUENA, F. (2009): «La dinámica de entrada y salida en mercados más competitivos. Su impacto en el período 1997-2005». *Economía industrial*, nº 373, pp. 59-72.
- [10] GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D. y GUIJARRO, A. M. (2004): «Influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la pyme industrial española». *Información Comercial Española, Revista de Economía*, nº 817 pp. 35-49.
- [11] GARCÍA, E.; GUILLÉN, M. F. y VALDÉS, A. (2012): «La internacionalización de la empresa española. Perspectivas empíricas». *Papeles de economía española*, nº 132, pp. 64-81.
- [12] GIMÉNEZ, A. O. (2010): «La internacionalización de la empresa española y la decisión de exportar como solución a la crisis». *Revista de Sociales y Jurídicas*, pp. 88-111.
- [13] LLOPIS, C. G. (2012): «Metodología de estudios de mercado usando los datos disponibles en el ICEX». *3C Empresa*, 1.
- [14] MÁÑEZ, J.; ROCHINA, M. y SANCHIS, J. (2008): «Sunk Costs Hysteresis in Spanish Manufacturing Exports». *World Economic Review*, 144, pp. 272-294.
- [15] MARTÍN, C. (2011): «Un análisis del destino geográfico de las exportaciones españolas de bienes a través de una ecuación de gravedad». *Boletín Económico. Banco de España*, julio-agosto, pp. 97-105.
- [16] MARTÍN, C.; RODRÍGUEZ, A. y TELLO, P. (2009): «Determinantes principales de la decisión de exportar de las empresas españolas». *Boletín Económico. Banco de España*, nº 12, pp. 29-42.

[17] MYRO, R. (2012): «La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes». *Economistas*, 30, pp. 39-47.

[18] SÁNCHEZ, R. M. y MARTÍ, F. P. (2012): *La Pyme en la exportación de la industria española. Pequeña y mediana empresa: impacto y retos de la crisis en su financiación*. Fundación de Estudios Financieros, pp 307-325.

[19] SEPI (FUNDACIÓN) (varios años): Encuesta sobre estrategias empresariales. Madrid.

[20] SEQUEIROS, J. G. (2000): «Integración económica y comercio internacional». *Revista de Economía Mundial*, nº 2, pp. 151-177.

[21] SUÁREZ, P. M. (2012): «Regionalismos en el marco de la Relaciones Internacionales del Siglo XXI». *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 34, pp. 387-401.

[22] UNCTAD (2013): World Development Report, 2013. *United Nations Publication*. New York and Geneva.

ANEXO

**CORRESPONDENCIA ENTRE LOS GRUPOS SITC (UNCTAD), LOS SECTORES
CONSIDERADOS (CLASIFICACIÓN ESEE) Y LA CNAE 2009**

Standard International Trade Classification (SITC, Rev. 4) a dos dígitos	Sector ESEE (SEPI)	CNAE 2009
01	Industria cárnica	101
00, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 12, 22, 29, 4	Productos alimenticios y tabaco	102 a 109, 120
11	Bebidas	110
26, 65	Textiles y confección	131 a 133, 139, 141 a 143
21, 61, 83, 84, 85	Cuero y calzado	151 + 152
24, 63	Industria de la madera	161 + 162
25, 64	Industria del papel	171 + 172
	Artes gráficas (no considerado)	181 + 182
5, 27	Industria química y productos farmacéuticos	201 a 206, 211 + 212
23, 62	Productos de caucho y plástico	221 + 222
66	Productos minerales no metálicos	231 a 237, 239
67, 68	Metales féreos y no féreos	241 a 245
69, 81	Productos metálicos	251 a 257, 259
71, 72, 73, 74	Máquinas agrícolas e industriales	281 a 284, 289
75, 76, 87, 88	Productos informáticos, electrónicos y ópticos	261 a 268
77	Maquinaria y material eléctrico	271 a 275, 279
78	Vehículos de motor	291 a 293
79	Otro material de transporte	301 a 304, 309
82	Industria del mueble	310
89, 9	Otras industrias manufactureras	321 a 325, 329

FUENTE: Elaboración propia.

ANEXO (continuación)

ÁREAS GEOGRÁFICAS UNCTAD UTILIZADAS EN EL CUADRO 1

Economías industriales emergentes	Arabia Saudí, Argentina, Bielorrusia, Brasil, Brunei, Bulgaria, Chile, Chipre, Colombia, Costa Rica, Croacia, Grecia, India, Indonesia, Kazajistán, Letonia, Macedonia, Mauricio, Méjico, Omán, Polonia, Rumanía, Serbia, Sudáfrica, Surinam, Tailandia, Túnez, Turquía, Ucrania, Uruguay, Venezuela
Economías emergentes, América	Argentina, Brasil, Chile, México, Perú
Economías emergentes, Asia	Corea, Malasia, Singapur, Tailandia, Taiwán
Economías en desarrollo, África	Angola, Argelia, Benín, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camerún, Costa de Marfil, Egipto, Rep. Centroafricana, Chad, Comoras, Congo, Rep. Dem. Congo, Eritrea, Etiopía, Gabón, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Guinea Ecuatorial, Kenia, Lesoto, Liberia, Libia, Madagascar, Malawi, Mali, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Níger, Nigeria, Ruanda, Santo Tomé y Príncipe, Sáhara Occ., Santa Elena, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Somalia, Sudán, Sudán del Sur, Suazilandia, Sudáfrica, Uganda, Tanzania, Togo, Túnez, Yibuti, Zambia, Zimbabue
Economías en desarrollo, América	Anguila, Antigua y Barbados, Antillas Neerlandesas, Argentina, Aruba, Bahamas, Belice, Bolivia, Bonaire, Brasil, Islas Vírgenes Británicas, Turcos y Caicos, Islas Caimán, Chile, Colombia, Costa Rica, San Cristóbal y Nieves, Cuba, Curazao, Dominica, Rep. Dominicana, Ecuador, San Eustaquio y Saba, Granada, San Vicente y las Granadinas, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Santa Lucía, San Martín, Islas Malvinas, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, El Salvador, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela
Economías en desarrollo, Asia	Afganistán, Arabia Saudí, Bahreín, Bangladesh, Brunei, Bután, Camboya, China, Corea, Rep. Pop. Corea, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, Hong Kong, India, Indonesia, Irán, Iraq, Jordania, Kuwait, Laos, Líbano, Macao, Malasia, Maldivas, Mongolia, Myanmar, Nepal, Omán, Pakistán, Palestina, Catar, Singapur, Siria, Sri Lanka, Tailandia, Taiwán, Timor-Leste, Turquía, Vietnam, Yemen
UMA (Unión del Magreb Árabe)	Argelia, Libia, Marruecos, Mauritania, Túnez
NAFTA (North American Free Trade Agreement)	Canadá, Estados Unidos, México

FUENTE: Elaboración propia.

ANEXO (continuación)

ELABORACIÓN DEL CUADRO 1

	Mundo			Economía i-ésima		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Producto j-ésimo	$g_{jt} = \frac{m_{jt} - m_{j0}}{m_{j0}}$	$\alpha_{jt} = \frac{m_{jt}}{m_t}$	$\frac{\alpha_{j0} g_{jt}}{g_t}$	$g_{ijt} = \frac{m_{ijt} - m_{ij0}}{m_{ij0}}$	$\alpha_{ijt} = \frac{m_{ijt}}{m_{jt}}$	$\frac{\alpha_{ij0} g_{ijt}}{g_{jt}}$
Total	$g_t = \frac{m_t - m_0}{m_0}$	$\sum_j \alpha_{jt} = 1$	$\sum_j \frac{\alpha_{j0} g_{jt}}{g_t} = 1$	$g_{it} = \frac{m_{it} - m_{i0}}{m_{i0}}$	$\alpha_{it} = \frac{m_{it}}{m_t}$	$\frac{\alpha_{i0} g_{it}}{g_t}$

Con m_{jt} las importaciones del producto j -ésimo por parte de la economía i -ésima en el año t . Se tiene que $m_{it} = \sum_j m_{ijt}$, $m_{jt} = \sum_i m_{ijt}$ y $m_t = \sum_i \sum_j m_{ijt}$. Respecto a las tasas de crecimiento se cumple que $g_{it} = \sum_j \alpha_{ij0} g_{ijt}$, $g_{jt} = \sum_i \alpha_{ij0} g_{ijt}$ y $g_t = \sum_i \alpha_{i0} g_{it} = \sum_j \alpha_{j0} g_{jt} = \sum_i \sum_j \alpha_{ij0} g_{ijt}$

FUENTE: Elaboración propia.

En el próximo número de
Información Comercial Española. Revista de Economía

Relaciones UE-Norte de África (euromediterráneo)

	Presentación
<i>Ana González, Francisco José Blanco y M^a Teresa Fernández</i>	El servicio exterior como integrador del área de libre comercio en el Mediterráneo
<i>Ferrán Brunet</i>	Regulación e integración de los servicios en el área euro-mediterránea: análisis del impacto en la calidad del gobierno, la competitividad y el progreso
<i>Rosario Asián, Mikel Zurbano y José Luis Navarro</i>	Los servicios sanitarios como hecho inclusivo en el área mediterránea
<i>José Manuel Domínguez y Rafael Lopez del Paso</i>	Servicios financieros y desarrollo económico: análisis empírico para el caso de la Unión Europea y los países MENA
<i>Farida Nemiri y Benhamed Kafja</i>	Crecimiento y actividad aseguradora : controversias teóricas y realidades en los países del Maghreb
<i>María Teresa Fernández, Mohsine Edfouf y Francisco José Blanco</i>	Servicios tractores de inversión directa extranjera en países socios mediterráneos
<i>Miguel Ángel Díaz Mier</i>	Evolución reciente de los intercambios entre la Unión Europea y los países del área euromediterránea
<i>M^a Dolores Genaro y Miguel González</i>	El reto del empleo en el área euromediterránea. El papel impulsor del sector servicios
<i>María Teresa Fernández, M^a Jesús Such y Maite de la Torre</i>	Turismo e integración euromediterránea
<i>M^a Jesús Delgado</i>	Oportunidades para la integración de las redes de transporte en el área euromediterránea
<i>Serhat Ascı, Ali Koç y Sukru Erdem</i>	El impacto de las medidas no arancelarias en las exportaciones agroalimentarias entre los países MENA y la UE

Últimos números publicados:

Financiación de la internacionalización de la empresa española. Conmemorativo de los 25 años de Cofides, 1988-2013

La agenda comercial bilateral de la UE

50 Aniversario de la primera Ley de Competencia en España

Números en preparación:

Financiación empresarial y a pymes

