

DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS Y CRECIMIENTO DE LA EXPORTACIÓN

M.^a Elisa ÁLVAREZ-LÓPEZ

Universidad de Valladolid

Rafael MYRO

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

En el presente trabajo se determina la influencia que ha ejercido la estructura geográfica de las exportaciones españolas sobre la evolución de la cuota porcentual que estas representan en el comercio mundial de bienes. Se utiliza para ello la metodología que se conoce habitualmente como de la cuota de mercado constante. Se concluye que la excesiva concentración de las ventas españolas en los destinos comunitarios resulta clave para explicar el descenso de la cuota de España en el mercado mundial en los años expansivos inmediatamente anteriores a 2008, de la misma forma que la estrategia de diversificación de mercados emprendida desde entonces por las empresas españolas ha sido clave en el apreciable ascenso de la citada cuota desde 2010, un aspecto que ha causado sorpresa general. El que esto haya ocurrido también en los tres últimos años que se analizan, 2014-2016, posee una especial relevancia por cuanto estos son años marcados por una notable desaceleración de los flujos de comercio internacional.

Palabras clave: exportaciones, cuota exportadora, diversificación de mercados, competitividad, España.

Abstract

The aim of this paper is to determine the influence that the geographical structure of Spanish exports has had on the evolution of the percentage quota of world trade in goods. The 'constant market share' methodology is used for this purpose. It is concluded that the excessive concentration on EU destinations is key to explaining Spain's declining world market share in the expansive run-up to 2008. Similarly, the strategy of market diversification Spanish companies since then is crucial to explaining rise in the quota since 2010; something which has caused general surprise. The same happened 2014 to 2016, which is particularly noteworthy as these years were characterised by a considerable slowdown in international trade flows.

Key words: exports, export share, market diversification, competitiveness, Spain.

JEL classification: F10, F14.

I. INTRODUCCIÓN

PESE al asombro general que ha suscitado entre analistas y responsables políticos, el destacado ascenso de las exportaciones españolas desde 2010 no constituye un fenómeno nuevo, sino que es la continuación de una sólida y dilatada trayectoria expansiva, que se vio espoleada con la adhesión de España al proyecto comunitario y cosechó sus ritmos de crecimiento más elevados en el decenio de 1990 (Myro, 2015).

Por otra parte, la excelente marcha de la exportación española, solo comparable a la de Alemania entre las principales economías desarrolladas (Álvarez-López y Vega-Crespo, 2017), ha renovado el interés por identificar sus razones explicativas, que van más allá de los tradicionales determinantes (demanda externa y precios relativos expresados en una moneda común) incluidos en las funciones de demanda de exportación.

En este sentido, una de las claves del éxito de la exportación española reside en su patrón geográfico que, aun cuando sigue dependiendo de nuestros socios comunitarios de mayor dimensión, a lo largo de las tres últimas décadas, y con especial intensidad desde los primeros años 2000, se ha ido diversificando hacia las economías emergentes con una demanda más vigorosa y mejores expectativas de crecimiento, así como hacia otras más maduras y con extensa capacidad de compra.

La ampliación de la cartera de destinos permite ante todo aprovechar las oportunidades que depa- ran los mercados más dinámicos, pero tiene también otras repercusiones positivas, como la compensación de los ciclos recesivos en unos mercados con los expansivos en otros (que da estabilidad a la exportación), la acumulación de experiencias dispares en las empresas (lo cual mejora su capacidad competitiva), o la posibilidad de diferenciación de los productos en función de los mercados, en calidades y características, una estrategia con frecuencia seguida por las grandes empresas y que

parece alentar la exportación. En apoyo de estas razones, existe abundante evidencia de la relación directa entre la diversificación espacial de las ventas exteriores y el ritmo de avance de estas (BCE, 2005; Easterly, Reshef y Schwenkenberg, 2009; Hidalgo y Hausmann, 2009, e FMI, 2013).

Precisamente, en este artículo se busca profundizar en tal evidencia, tratando de determinar la influencia que, en la evolución de las exportaciones españolas, y en particular, en la de su cuota en el comercio mundial de bienes, ha tenido la combinación de mercados a los que se han dirigido las empresas españolas a lo largo del presente siglo, en la que paulatinamente han ido ganando peso las economías emergentes de rápido crecimiento, así como otros países avanzados extracomunitarios.

Con este fin, se hará uso de la denominada metodología de la cuota de mercado constante aplicada al agregado de las exportaciones de bienes. Como se puntualizará más adelante, este método permite determinar qué parte de la variación del peso de un país en la oferta global a lo largo de un período de tiempo corresponde a la composición geográfica de sus ventas exteriores. La especialización de un país en los mercados más dinámicos favorece el aumento de su cuota en la exportación mundial, al margen de que se modifique su ventaja relativa en costes o en la calidad de los productos. En realidad, la relevancia de estos últimos factores, junto a la de otros expresivos de las características de la oferta, queda patente cuando se descuenta este efecto de mercado.

Para acercarse de forma gradual a este objetivo central, en las páginas que siguen se describe primero la evolución de las exportaciones españolas, prestando especial atención a los cambios que se han producido en la cuota porcentual que representan en los intercambios mundiales de bienes. Asimismo, se discute el papel de algunas variables que pueden explicar estos cambios, mostrando los datos claves que apuntan al papel destacado de la diversificación de los mercados de destino que ha tenido lugar, partiendo de una elevada concentración en los mercados comunitarios al inicio de la década de 2000. A continuación, se aplica a la trayectoria de las ventas exteriores españolas durante el período 2001-2016 el análisis basado en la cuota de mercado constante. A través de él, la evolución de la cuota de mercado de España en las exportaciones mundiales de bienes se descompone en un *efecto de mercado* y un *efecto competitividad*, aproximándose la contribución de cada una

de las áreas geográficas consideradas al efecto de mercado. El artículo se cierra con una breve sección de conclusiones.

II. LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS. CAMBIOS DE LA CUOTA EN EL COMERCIO MUNDIAL Y EN LA COMBINACIÓN DE MERCADOS DE DESTINO

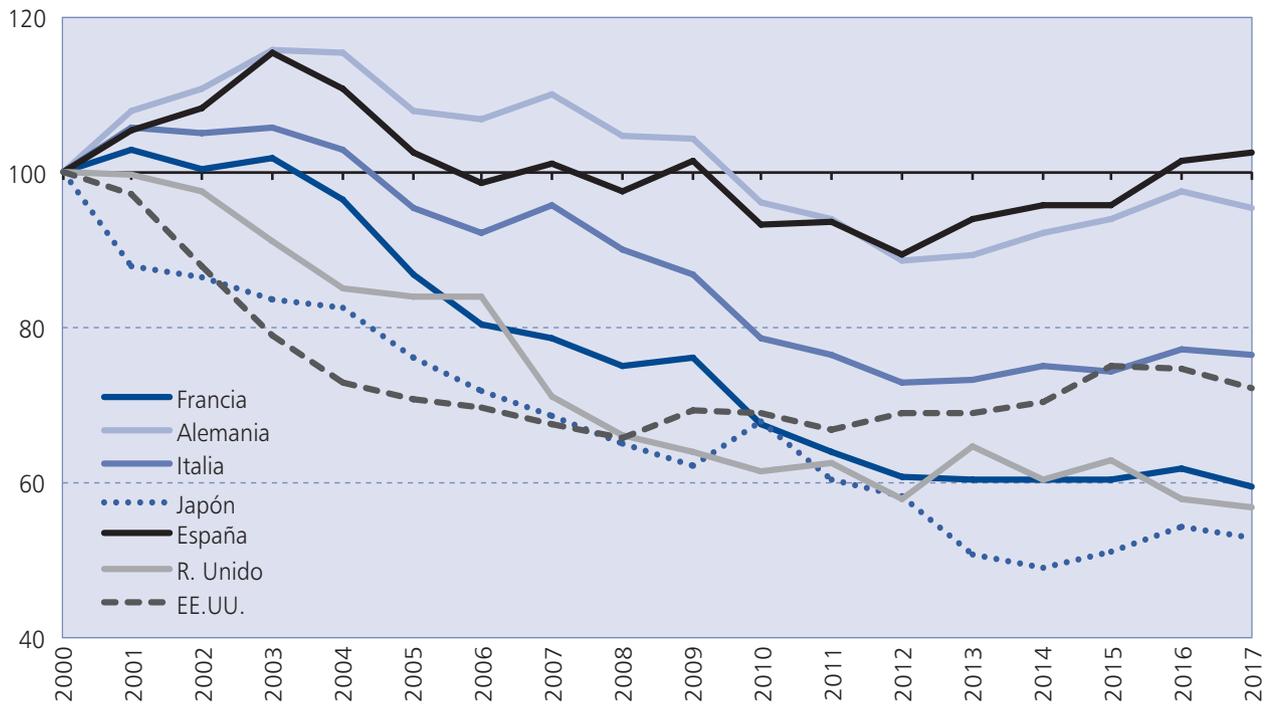
En los años de expansión anteriores a la crisis iniciada en 2008, las exportaciones españolas moderaron su ritmo de avance con respecto al mantenido en la década de 1990. Pero tras el derrumbe general de la actividad económica en 2009, aceleraron su crecimiento, evitando con ello un mayor retroceso de la actividad productiva en España durante los años críticos, y convirtiéndose en un pilar fundamental de la recuperación iniciada en la segunda mitad de 2013. En concreto, desde 2010, las ventas exteriores de bienes y servicios han aumentado a una tasa media del 4,4 por 100 en términos reales, por encima de la lograda en los años previos al estallido de la crisis, que ya fue elevada (3,9 por 100 entre 2000 y 2007). De ese modo, su peso en el producto interior bruto (PIB) ha alcanzado registros históricos, pasando del entorno del 25 por 100 en los primeros años del presente siglo al 33,7 por 100 en 2017; un porcentaje que, respecto a nuestros socios europeos comparables en tamaño, solo es inferior al de Alemania.

Aun cuando esta ampliación del grado de apertura ha sido impulsada por las exportaciones de bienes, que suponen en torno al 70 por 100 del total, las ventas de servicios no turísticos han crecido a un ritmo más vivo (en especial las actividades empresariales e informáticas) hasta 2015, aventajando en volumen a las de turismo que, no obstante, se han acelerado en los dos últimos años (9 por 100 de media anual). Por lo demás, el ascenso de la oferta exterior se ha traducido en una importante contribución al crecimiento del PIB, cifrada en 1,5 puntos porcentuales como media desde 2010.

La comparación con los países comunitarios más desarrollados realza aún más la expansión de la oferta exterior española, pues no en vano supera ligeramente el incremento medio anotado por la de Alemania (4,3 por 100), tercera potencia exportadora global, y sobrepasa en tres décimas el logrado por el conjunto de la UE-15, nuestro destino de exportación preferente. En consecuencia, la participación española en las ventas exteriores de la UE-15 ha vuelto a aumentar, recobrando parte del

GRÁFICO 1
EVOLUCIÓN DE LAS CUOTAS DE EXPORTACIÓN DE BIENES, 2000-2017

(Índices, 2000=100)



Fuente: OMC.

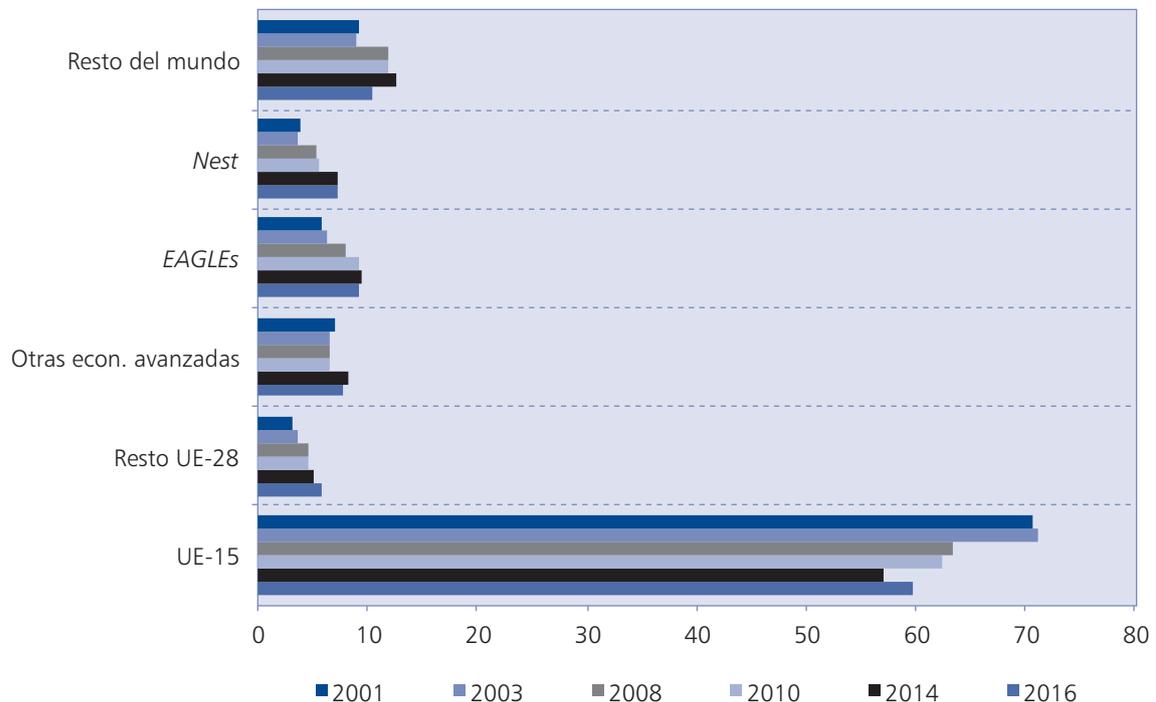
terreno cedido en los años de bonanza económica inmediatamente anteriores a la crisis.

Asimismo, desde 2012, y en un escenario de ralentización del comercio internacional (1), España, después de haberse defendido mejor que el resto de las economías desarrolladas de mayor dimensión —excepción hecha de Alemania— de la intensa competencia ejercida por las economías emergentes desde comienzos de siglo (2), ha recuperado posiciones en la oferta mundial bienes, situando su participación en ella en el 1,8 por 100. Es este un porcentaje ya más cercano al alcanzado en 2003, cuando, después del notable y prolongado aumento logrado desde la adhesión al proyecto comunitario, la cuota española muestra su valor más alto; y cuatro décimas por encima del peso que posee nuestro país en el PIB mundial de acuerdo con los datos del Fondo Monetario Internacional (FMI). Además, las ganancias de cuota cosechadas por España en el último lustro han superado las obtenidas por sus principales rivales comerciales del mundo desarrollado, incluida Alemania (gráfico 1) (3).

Precisamente, esta cambiante evolución de la cuota desde 2003, primero descendente y posteriormente ascendente, a partir de 2012, constituye el centro del análisis que se realiza en las páginas que siguen. Con los valores estimados de las elasticidades de la demanda de exportaciones situados siempre en torno a la unidad, estas alteraciones en la cuota deben descansar en los otros factores relevantes que guían su evolución; a saber, los precios relativos, expresados en una moneda común, la naturaleza y calidad de los productos y su adecuación a la demanda mundial, el número de empresas exportadoras, el grado de dinamismo de la demanda interna o las características de los mercados de destino y las peculiaridades de su ciclo económico (Myro, 2015). De entre estos diversos factores, aquí se quiere investigar exclusivamente el último, es decir, la naturaleza de los mercados de destino de las exportaciones españolas y los cambios en su dinamismo a lo largo del período contemplado.

Con ello, se pretende contrastar la hipótesis de que es precisamente este factor el que principal-

GRÁFICO 2
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE BIENES
 (Porcentajes)



Fuente: Trade Map, International Trade Centre.

Nota: Otras economías avanzadas: Estados Unidos, Canadá, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Australia y Nueva Zelanda; EAGLEs: China, India, Indonesia, México, Nigeria, Filipinas, Irán, Rusia, Turquía, Egipto, Brasil, Bangladesh, Malasia y Vietnam; Nest: Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Chile, Colombia, Etiopía, Kazajistán, Marruecos, Mozambique, Perú, Sri Lanka, Sudáfrica, Tailandia y Uzbekistán.

mente explica la evolución seguida por la cuota de España en las exportaciones mundiales, muy por encima de otros dos elementos a los que se ha tendido a prestar un interés preferente, los precios relativos medidos en moneda común y el dinamismo de la demanda interna.

En este mismo orden de cosas, conviene destacar que son varios ya los trabajos que relativizan el papel de la «devaluación interna» (4) o de la atonía de la demanda interna en el reciente ascenso de las exportaciones españolas. Varios de ellos también relativizan el papel restrictivo desempeñado por ambos factores en la evolución de las ventas exteriores durante los años anteriores a la crisis, en contraste con la relevancia que entonces se les otorgaba desde el Banco de España, y en concordancia con el hecho de que España aumentara entonces sus exportaciones a mayor ritmo que Francia, Italia o Reino Unido (Myro, 2015). No cabe duda, en todo caso, de que este crecimiento de las

exportaciones a tasas comparativamente elevadas en un marco de alza de costes laborales planteaba la existencia de una paradoja o un puzle de los costes (o la productividad) y la competitividad exterior (Myro, 2009)

Los trabajos a que se ha hecho referencia muestran una baja correlación entre los indicadores de competitividad agregados basados en precios y costes relativos y la evolución de las exportaciones (Allard *et al.*, 2005; Crespo Rodríguez, Pérez-Quirós y Segura-Cayuela, 2011; Crespo y García Rodríguez, 2016; Giordano y Zollino, 2016), de la cuota exportadora (Correa-López y Doménech, 2012; Xifré, 2017) o del saldo comercial (Storm y Naastepad, 2014; Bajo-Rubio, Berke y Esteve, 2016). Por su parte, aunque distintos estudios prueban la existencia de un vínculo negativo entre el comportamiento de la demanda interna y el de las exportaciones para distintos países de la zona del euro, entre ellos España (Belke, Oeking y Setzer, 2014 y 2015;

Esteves y Prades, 2016), de acuerdo con las estimaciones efectuadas por Prades y García (2015) la caída de la demanda doméstica a lo largo de la crisis, y más en concreto la sufrida por el consumo privado, ha contribuido de forma positiva, pero moderada, al crecimiento de las exportaciones españolas de bienes entre 2009 y 2013.

Por consiguiente, atendiendo a la gran importancia que parecen poseer otros factores diferentes a los precios en la explicación de la evolución de la cuota de mercado de España en el comercio global, aquí se examina la que posee la estructura geográfica de las ventas exteriores y su progresiva orientación hacia territorios fuera de la UE-15, en particular las economías emergentes y de rápido crecimiento —*EAGLES (Emerging and Growth-Leading Economies)* y *Nest* (5)—, que adquiere ímpetu en los primeros años del presente siglo (gráfico 2)

Al final de la década de 1990, tras un crecimiento muy intenso, el grueso de la oferta exterior española se dirigía a los países de la UE-15, que en 2001 absorbían el 71 por 100 de las ventas de bienes, con Francia y Alemania como clientes predominantes, seguidos por Portugal, Italia y Reino Unido. Sin duda, detrás de la creciente concentración en estos países, que favoreció el avance de las exportaciones españolas, se encuentra su cercanía geográfica y cultural, y sobre todo la mayor accesibilidad del mercado comunitario para las empresas españolas al reducirse las barreras al comercio, fruto de la integración de España en la Europa Unida (Myro, 2015). Sin embargo, en el nuevo siglo, esta elevada dependencia de los mercados comunitarios habría supuesto la pérdida de oportunidades de crecimiento derivada del mayor dinamismo de terceros mercados, en especial los de las economías emergentes. Como se apunta en Myro (2015, 2018), este sería el motivo principal (y no el deterioro de la competitividad en precios) del claro descenso observado en la cuota española entre 2003 y 2008 (gráfico 1). Apoya esta idea el que desde 2003 tenga lugar un cambio en el crecimiento del tráfico comercial según áreas, como consecuencia de la desaceleración de la demanda de importaciones con origen en la UE-15 y el simultáneo ascenso de la procedente de los países emergentes con China al frente (de crecer a una tasa media del 7 por 100 entre 1995 y 2002, pasa a hacerlo a un 12 por 100). Las empresas españolas no habrían podido aprovechar el elevado potencial expansivo de estos nuevos mercados, algo que sí consiguieron las alemanas, mejor posicionadas en ellos (6).

En realidad, la pérdida de pulso de las compras comunitarias no solo se produce respecto a las

economías emergentes, sino también en relación al resto de países desarrollados (Estados Unidos, Canadá, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Australia y Nueva Zelanda), como se pone de manifiesto en el gráfico 3.

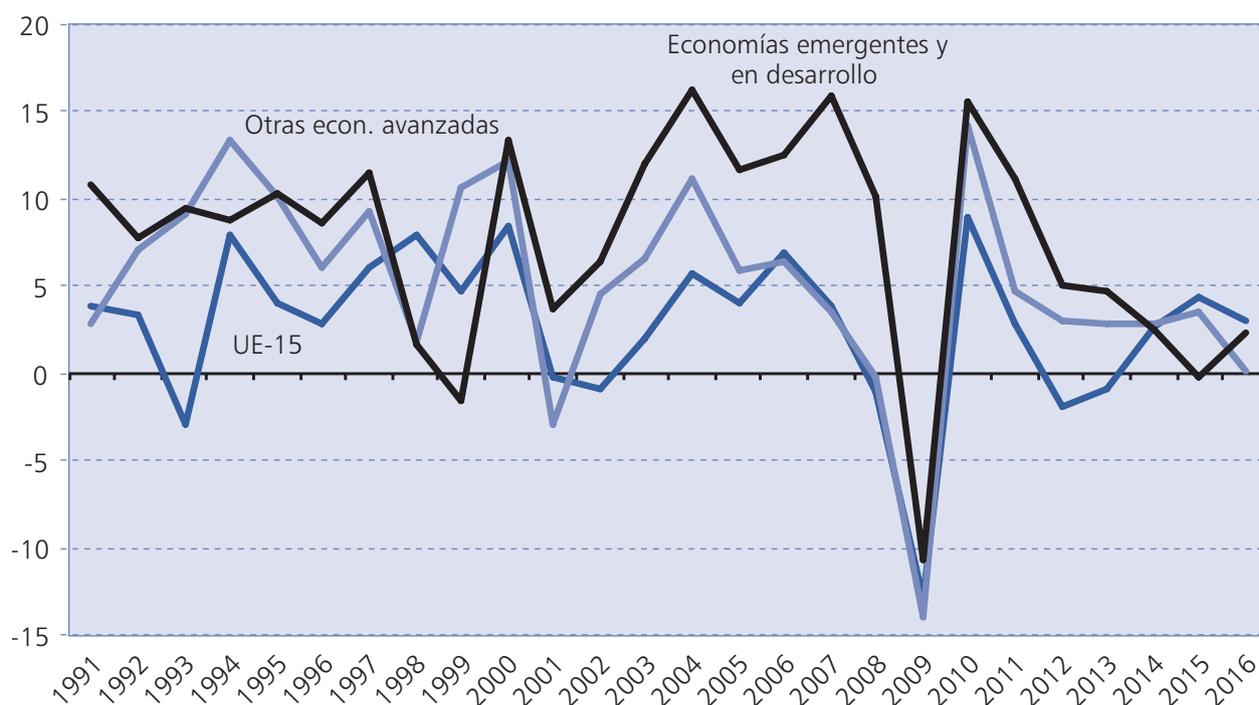
Como era de esperar, esta alteración en la orientación de la demanda mundial condujo a las empresas españolas a diversificar sus exportaciones, encaminando sus ventas hacia los mercados que ofrecían mayores promesas de expansión; un hecho que supuso la gradual disminución del grado de concentración de la oferta exterior en la UE-15 (del 71,1 al 57,1 por 100 en 2014, gráfico 2) (7). Este cambio en su estrategia de exportación fue el que les permitió, ahora sí, sacar provecho de la mayor demanda procedente de los países emergentes cuando comenzó la crisis, y explica, como ya se ha señalado, buena parte del éxito exportador de la economía española a lo largo de la actual década.

Así, frente a la pérdida generalizada de peso observada hasta el desplome del comercio mundial, desde 2010 los productos españoles han elevado su participación en las adquisiciones totales de un amplio número de los llamados *EAGLES* y *Nest*. De entre estas ganancias de cuota sobresalen las obtenidas en Malasia, China e Indonesia, por lo que atañe a los *EAGLES*, y, dentro de los *Nest*, en Sri Lanka, Chile, Colombia, Arabia Saudí y Marruecos.

Al mismo tiempo, España ha mejorado su posición como proveedor internacional de bienes en varios mercados más maduros y exigentes, en los que se puede adquirir gran experiencia y fortaleza, y cuya demanda también ha crecido a un ritmo más vivo que la del conjunto de la UE-15 hasta 2014. Específicamente se trata de Corea del Sur, Japón, Nueva Zelanda, Canadá, Estados Unidos y, en menor medida, Australia.

Con todo, y como ya se ha dicho, la presencia española en estos destinos fuera del escenario de la UE-15 sigue siendo limitada. A efectos ilustrativos, en ninguno de los países desarrollados recién citados consigue España superar la cuota de penetración que posee en el comercio global, en tanto que, en el caso de las economías emergentes, lo hace en una corta lista, encabezada por dos clientes habituales, Marruecos y Argelia, a los que a distancia siguen Turquía, Egipto, Chile, Colombia, Arabia Saudí, Perú y Brasil. Por tanto, las empresas españolas disponen de un amplio margen para profundizar en la diversificación geográfica de su patrón exportador, una estrategia que les ha depa-

GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE BIENES, 1991-2016
 (Tasas anuales de variación, en porcentaje)



Fuente: OMC

rado provechosos resultados a lo largo de las dos últimas décadas.

Al respecto, y de acuerdo con las estimaciones efectuadas por BBVA Research (2014) (8), la contribución del acceso a nuevos mercados al crecimiento anual de las exportaciones españolas puede cuantificarse en dos puntos porcentuales entre 1996 y 2016; una aportación que se eleva a los siete puntos entre 2010 y 2012, lo que se traduce en un 44 por 100 del aumento registrado en el valor de las ventas exteriores durante esos tres años.

En la misma línea, pero desde un enfoque diferente, los resultados presentados en los recientes trabajos de De Lucio *et al.* (2017) y Esteve-Pérez *et al.* (2017) (9) asignan al proceso de diversificación geográfica una apreciable contribución, si bien de menor relieve (en torno al 15 por 100), al incremento del valor de las exportaciones en el período 1997-2015. Además, desde 2010, la parte explicada por la venta de productos a nuevos

destinos prácticamente iguala la correspondiente a la ampliación de la base exportadora (el protagonismo de las relaciones comerciales iniciadas por nuevas empresas, a las que se les atribuye más del 40 por 100 del valor total de las exportaciones entre 1997 y 2015, se reduce considerablemente ya en el quinquenio que precede al estallido de la crisis financiera internacional).

Pues bien, con la intención de aportar nueva evidencia en torno al positivo impacto que en la fortaleza competitiva revelada por la exportación española ha tenido el proceso de inserción en mercados extracomunitarios con elevado dinamismo importador y/o extensa capacidad de compra, que cobra impulso desde los primeros años del presente siglo, en la siguiente sección se pone el acento en averiguar, a través del análisis de la cuota de mercado constante, en qué medida la trayectoria dibujada por la cuota de mercado de España ha estado determinada por la estructura geográfica de su cesta exportadora.

III. EFECTOS DE LA DIVERSIFICACIÓN DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN

Una de las vías que, tal como se ha indicado, permite captar la influencia de la composición espacial de las exportaciones en la evolución del peso de cada país en la oferta mundial es la denominada metodología de la cuota de mercado constante, inicialmente propuesta por Richardson (1971). Este método descompone la variación entre dos años de la cuota de mercado de un país (medida como la diferencia entre la tasa de crecimiento porcentual de sus exportaciones y las del mundo) en dos elementos, un *efecto competitividad*, que determina en qué medida el cambio en la cuota ha obedecido a modificaciones en el nivel competitivo —precio y no precio— de los envíos exteriores (10), y otro llamado *efecto de mercado*, que captura la influencia en dicho cambio de la composición por destinos de las exportaciones, dado que los mercados avanzan a diferentes ritmos, o dicho de otro modo, la ganancia o pérdida de cuota derivada de encaminar las ventas hacia las áreas cuya demanda ha sido más o menos dinámica. La formulación de esta descomposición es la siguiente:

$$gX_i^c - gX_i^* = \underbrace{\sum_j (\alpha_{ij}^c - \alpha_{ij}^*) gX_{ij}^*}_{\text{Efecto de mercado}} + \underbrace{\sum_j \alpha_{ij}^c (gX_{ij}^c - gX_{ij}^*)}_{\text{Efecto competitividad}} \quad [1]$$

donde gX representa la tasa de crecimiento de las exportaciones y α el peso de las exportaciones de un determinado destino sobre la oferta exterior total del país o del mundo en el año inicial; el superíndice c denota el país que exporta y el asterisco $*$ al mundo; los subíndices i y j indican, respectivamente, el sector de actividad y la región a la que se dirigen las exportaciones.

Con arreglo a su definición, ambos efectos dependen, por un lado, del crecimiento de las exportaciones globales de cada región/mercancía y, por otro, de la especialización geográfica/sectorial del país frente al conjunto mundial.

La información sobre los flujos de exportación necesaria para llevar a cabo este ejercicio procede de la base de datos *Trade Map*, suministrada por el International Trade Centre y que se nutre fundamentalmente de la base *Comtrade* de Naciones Unidas. Además, a fin de evitar las distorsiones ocasionadas por las variaciones en el tipo de cambio, las tasas de crecimiento de las exportaciones se han calculado en términos reales, utilizando para

ello los índices de volumen que proporcionan las series de comercio de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Las estadísticas recopiladas abarcan el período comprendido entre 2001 y 2016 y una muestra de 160 países, que representan, en el lapso de tiempo estudiado, en torno al 94 y 93 por 100 de las ventas mundiales y españolas, respectivamente. A su vez, con vistas a diferenciar nuestros tradicionales socios comerciales de los mercados de más reciente implantación, estos países se han reunido en seis grupos: UE-15; resto de la UE-28; otras economías avanzadas (Estados Unidos, Canadá, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Australia y Nueva Zelanda); *EAGLEs* (China, India, Indonesia, México, Nigeria, Filipinas, Irán, Rusia, Turquía, Egipto, Brasil, Bangladesh, Malasia y Vietnam); *Nest* (Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Chile, Colombia, Etiopía, Kazajistán, Marruecos, Mozambique, Perú, Sri Lanka, Sudáfrica, Tailandia y Uzbekistán) y resto del mundo.

Los resultados obtenidos para España al aplicar el análisis de la cuota de mercado constante en el período 2001-2016 se resumen en el cuadro 1 y el gráfico 4, distinguiendo el quinquenio previo al colapso del comercio mundial (2003-2008) —marcado por el afianzamiento de la demanda externa de las economías emergentes y la paralela lentificación de la proveniente de la UE-15, y en el que la cuota española sufre un palmario descenso—, de la década posterior (2010-2016) y, dentro de esta, los años de recuperación de las economías europeas y ralentización de las emergentes (2014-2016). El propósito de tal diferenciación no es otro que aportar evidencia favorable a la hipótesis mantenida en estas páginas, esto es, que la composición espacial de la oferta exterior española ha condicionado de manera decisiva su evolución, pasando de limitar su expansión en la primera década del actual siglo a favorecerla en los años más recientes, fruto de la estrategia de diversificación de mercados de destino iniciada en los primeros años 2000.

Como puede comprobarse, en el conjunto de los años considerados 2001-2016, el menor crecimiento de exportaciones españolas de bienes respecto a las mundiales (-0,9 por 100 de media anual) obedeció al negativo impacto de su estructura geográfica en 2001, que no pudo ser neutralizado por la positiva contribución del efecto competitividad. Ahora bien, esta pérdida de cuota se concentró en la etapa precrisis, cuando a la adversa especialización espacial existente en 2003 se sumó una aportación

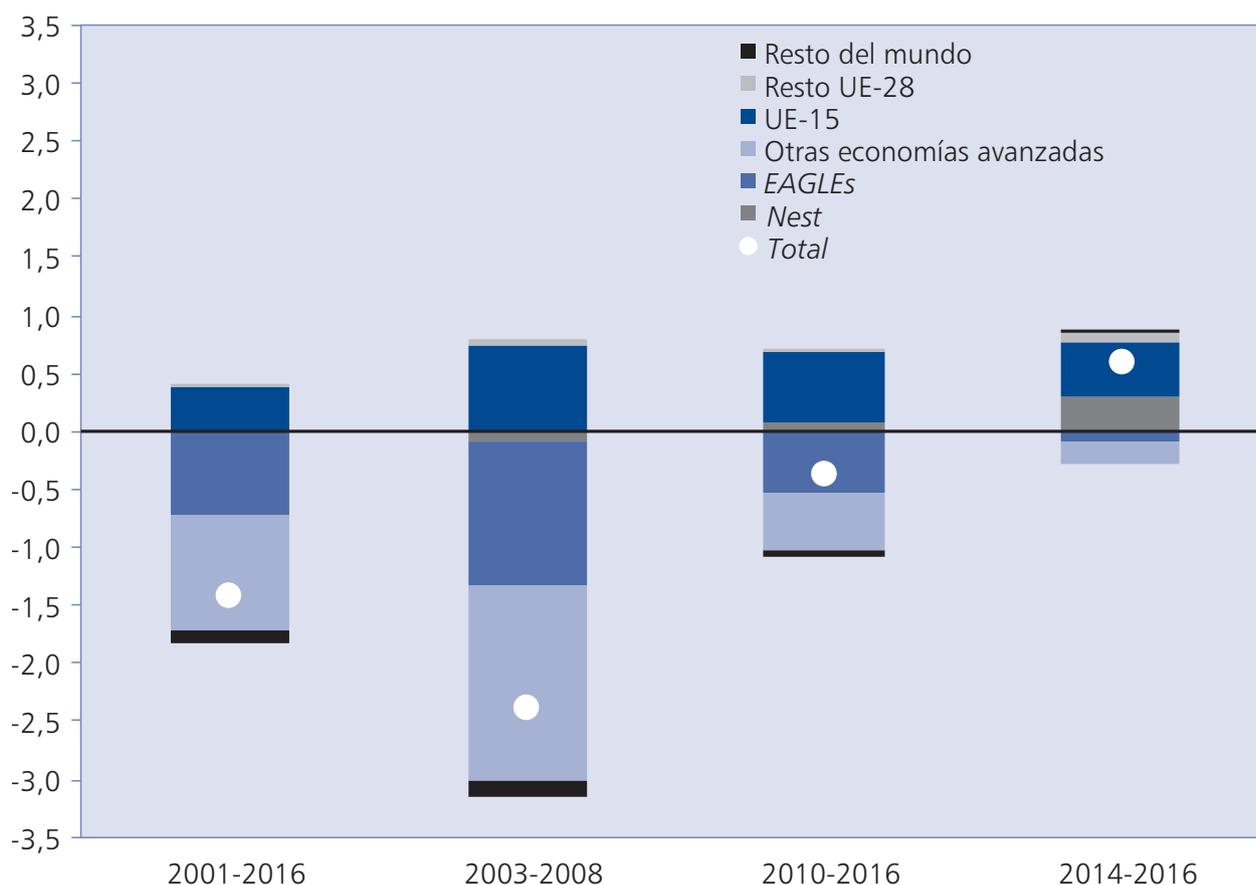
CUADRO N.º 1

RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LA CUOTA DE MERCADO CONSTANTE PARA ESPAÑA

	EFECTO COMPETITIVIDAD	EFECTO DE MERCADO	CONTRIBUCIÓN DE CADA DESTINO AL EFECTO DE MERCADO (PUNTOS PORCENTUALES)					
			UE-15	RESTO UE-28	OTRAS ECONOMÍAS AVANZADAS	EAGLE	NEST	RESTO DEL MUNDO
2001-2016	0,53	-1,42	0,37	0,04	-1,01	-0,70	-0,02	-0,11
2003-2008	-1,40	-2,37	0,74	0,05	-1,69	-1,25	-0,08	-0,14
2010-2016	1,83	-0,37	0,62	0,04	-0,50	-0,53	0,07	-0,07
2014-2016	1,21	0,60	0,48	0,07	-0,21	-0,08	0,30	0,03

Fuente: Trade Map, International Trade Centre y OMC.

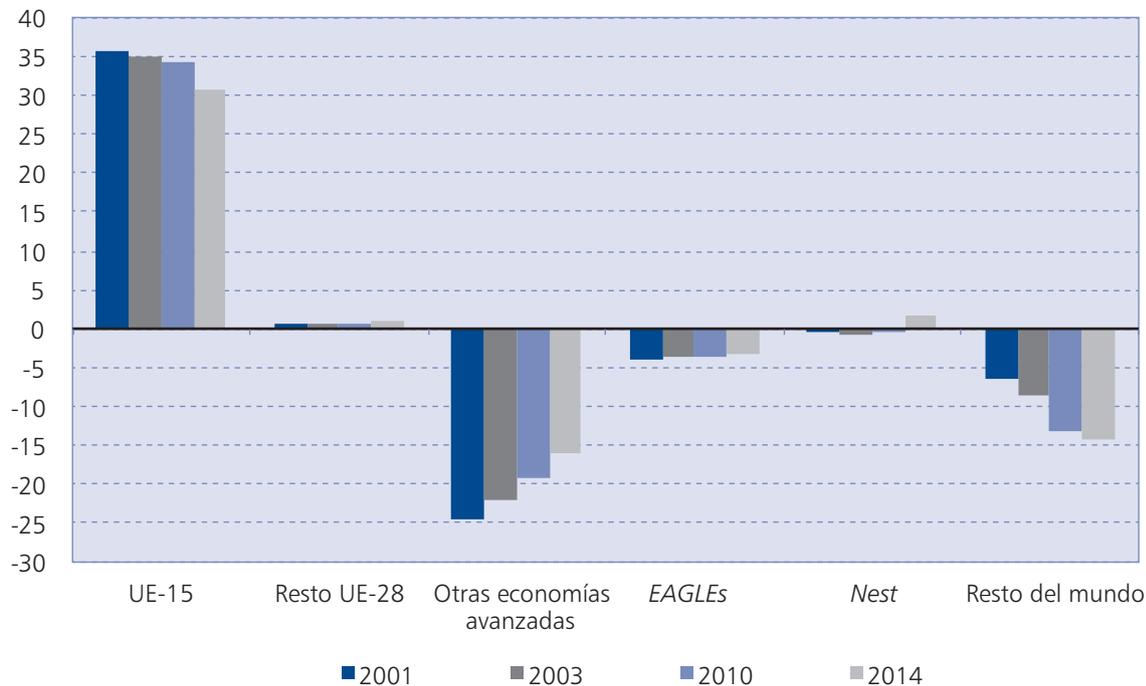
GRÁFICO 4
CONTRIBUCIÓN DE CADA DESTINO AL EFECTO DE MERCADO
(Puntos porcentuales)



Fuente: Trade Map, International Trade Centre y OMC.

Nota: Otras economías avanzadas: Estados Unidos, Canadá, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Australia y Nueva Zelanda; EAGLEs: China, India, Indonesia, México, Nigeria, Filipinas, Irán, Rusia, Turquía, Egipto, Brasil, Bangladesh, Malasia y Vietnam; Nest: Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Chile, Colombia, Etiopía, Kazajistán, Marruecos, Mozambique, Perú, Sri Lanka, Sudáfrica, Tailandia y Uzbekistán.

GRÁFICO 5
DIFERENCIA ENTRE LA ESTRUCTURA GEOGRÁFICA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS Y LAS MUNDIALES
 (Porcentajes)



Fuente: Trade Map, International Trade Centre.

Nota: Otras economías avanzadas: Estados Unidos, Canadá, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Australia y Nueva Zelanda; EAGLEs: China, India, Indonesia, México, Nigeria, Filipinas, Irán, Rusia, Turquía, Egipto, Brasil, Bangladesh, Malasia y Vietnam; Nest: Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Chile, Colombia, Etiopía, Kazajistán, Marruecos, Mozambique, Perú, Sri Lanka, Sudáfrica, Tailandia y Uzbekistán.

negativa —si bien de inferior magnitud— del efecto competitividad.

En cambio, durante la actual década, España recupera posiciones en la oferta mundial, merced a las ganancias procedentes del efecto competitividad que compensan sobradamente la negativa repercusión de la composición de la cartera de destinos existente en 2010, mucho más reducida que la advertida en el lustro anterior. Es más, en los tres últimos años (2014-2016), la combinación de mercados a los que España dirige sus productos ha actuado de forma expansiva, uniéndose al efecto competitividad para explicar el adelanto de su cuota en la demanda global (a un ritmo medio anual del 1,8 por 100). Un resultado que reviste particular importancia, habida cuenta que se consigue en un contexto de débil crecimiento de las corrientes de comercio internacional.

De este modo, la clara disminución registrada en la cuota de mercado de España entre 2003 y

2008 (véase de nuevo el gráfico 1) no responde solo, ni fundamentalmente, a un deterioro del nivel competitivo (11), sino al fuerte sesgo de las ventas exteriores hacia los países de la UE-15, cuyo positivo efecto distó de contrarrestar la pérdidas ocasionadas por la exigua presencia en los mercados que, dejando al margen los nuevos socios comunitarios del centro y este de Europa, en esos años acreditan un mayor dinamismo comercial: las economías emergentes encuadradas en los EAGLEs (consideradas en conjunto, sus exportaciones crecen, en volumen, a un ritmo del 12 por 100 anual (12), cerca del doble del promedio mundial), seguidas por el grupo de países avanzados extraUE (tasa media del 8 por 100); en estos últimos, la diferencia entre el peso relativo en las exportaciones españolas y las mundiales es mucho más acusada (gráfico 5), lo que explica la mayor intensidad de su desfavorable aportación.

Por lo demás, aún cuando el signo negativo del efecto de mercado es generalizado en las dos agru-

paciones de países mencionadas (tan solo se observa una influencia positiva en Turquía y prácticamente nula en Egipto), su magnitud es consecuencia, esencialmente, de la retrasada posición española en los países que disponen de mayor entidad en la oferta global. De manera específica, China es responsable del 80 por 100 de la perjudicial contribución de los *EAGLEs*, en tanto que en Japón y Estados Unidos se concentra algo más de la mitad de la correspondiente al agregado de economías desarrolladas.

La mayor atención prestada desde 2003 a estos destinos con una demanda más dinámica ha permitido ir recortando la desventaja que para el progreso de la cuota de España en los intercambios internacionales implica la marcada dependencia de los socios de la UE-15, a tal punto que la distribución geográfica de las ventas españolas ha pasado de suponer un freno a convertirse en uno de los factores impulsores de su expansión en los últimos años, como lo prueba el positivo signo arrojado por el efecto de mercado cuando se calcula para el trienio 2014-2016. Una parte importante de este favorable impacto continúa procediendo de la orientación a los mercados de la UE-15, que además recuperan vigor comercial; pero también son apreciables las ganancias cosechadas en los *Nest*, a pesar de que durante la última década el crecimiento de su demanda ha sido el más lento de entre los grupos de países considerados. No obstante, este resultado de nuevo ha de ser matizado, dado que obedece, casi en exclusiva, al fortalecimiento de la especialización respecto a los flujos mundiales en Marruecos —un mercado que ha mantenido un ritmo de ascenso muy por encima del agregado de los *Nest*— y, en mucha menor medida, Argelia. La aportación del resto de los *Nest*, si bien positiva en la mayoría de los casos (justo al revés de lo ocurrido en el decenio anterior), puede calificarse prácticamente de irrelevante.

A lo anterior ha de añadirse el adelanto de la posición relativa de España en todos los países desarrollados fuera del ámbito comunitario (salvo Hong Kong), que se traduce en una sustancial merma de su desfavorable contribución —de la que únicamente no son partícipes Canadá y Australia— y, en el caso de Estados Unidos, se convierte en positiva. Asimismo, disminuye el impacto negativo de los *EAGLEs*, hasta casi carecer de importancia en los años más recientes; con todo, la razón básica de este resultado radica en el retroceso de la pujanza comercial de China, máxime desde 2014, y no en la mejora de la especialización española respecto

al comercio mundial en este mercado, que, como en el resto de destinos más lejanos y competitivos, continúa siendo una tarea en gran medida pendiente.

IV. CONCLUSIONES

En este trabajo, se ha estimado la medida en la que la evolución de la cuota de mercado de España en el comercio global de bienes desde comienzos de la década de 2000 se ha visto afectada por la estructura geográfica de sus exportaciones y el gradual giro de esta hacia destinos extracomunitarios con gran dinamismo importador y/o elevada capacidad de compra. Con ello, se ha buscado obtener evidencia favorable a la idea, apuntada en trabajos previos (Myro, 2015, 2018), de que las características de los mercados a los que se han dirigido los productos españoles y las alteraciones registradas en su crecimiento han tenido una influencia decisiva en la cambiante trayectoria seguida por la cuota de España en las exportaciones mundiales, por encima de la ejercida por otros factores a los que se ha tendido a otorgar mayor atención, como los precios relativos expresados en moneda común y el comportamiento de la demanda interna.

Como cabía esperar, los resultados obtenidos confirman que la fuerte concentración de la oferta exterior de España en los países de la UE-15 a principios del siglo actual constituye el principal factor explicativo del apreciable descenso de su cuota en los flujos mundiales entre 2003 y 2008. Y ello porque la débil implantación de las empresas de nuestro país en los mercados no comunitarios —tanto de las economías emergentes como de otros países desarrollados— que, al contrario de lo sucedido en el área integrada, aceleraron el ritmo de aumento de sus compras exteriores durante estos años, restó oportunidades de crecimiento a la exportación española, al no poder aprovechar el potencial expansivo de estos nuevos mercados.

Asimismo, el análisis aquí efectuado pone de manifiesto que la estrategia de diversificación emprendida por las firmas españolas desde el inicio del nuevo siglo, en respuesta a ese cambio de orientación que tuvo lugar en la demanda mundial, les ha permitido atender la mayor demanda procedente de los territorios extracomunitarios desde el comienzo de la última crisis y, con ello, recortar considerablemente la desventaja que para el adelanto de la posición de España como proveedor internacional de bienes supone su especialización en los mer-

cados de la UE-15. Es más, en los tres últimos años examinados (2014-2016), la distribución geográfica de las ventas españolas, menos alejada de la que presentan las exportaciones globales, ha contribuido al avance de su cuota en el comercio mundial, constituyendo una de las razones fundamentales de la continuidad de un proceso de internacionalización que, en la vertiente de la exportación, cuenta ya con una larga y sólida trayectoria expansiva.

NOTAS

(1) Tras su fuerte rebote en 2010-2011, el volumen del comercio mundial de bienes y servicios ha aumentado a una tasa media inferior al 3 por 100 (2,6 por 100 en 2016, el peor registro), menos de la mitad que en los dos decenios precedentes, manteniendo su relación con el PIB prácticamente en la paridad. Este cambio de tendencia en el comportamiento de los flujos de comercio internacional se ha atribuido a un cierto agotamiento de los elementos de carácter estructural que los catalizaron en las décadas previas —en particular de las CGV (cadenas globales de valor)—, pero más frecuentemente a factores cíclicos relacionados con la crisis y las modificaciones en la composición de la demanda hacia los servicios, menos intensivos en importaciones. En este último sentido, el notable repunte de los intercambios en 2017 (incremento del 4,7 por 100), en sintonía con el impulso generalizado que parece estar cobrando la actividad económica global, y las previsiones en torno a la continuidad de este escenario en los próximos años, apuntan a una reactivación de las corrientes de comercio internacional.

(2) En concreto, entre 2003 y 2012, la cuota exportadora de España cayó un 22,5 por 100, prácticamente igual que la de Alemania, mientras que el resto de las principales economías industrializadas sufrieron mermas en su cuota de entre un 30 y un 40 por 100.

(3) La trayectoria ha sido todavía más positiva en la esfera de los servicios, donde el peso relativo de España ha venido casi duplicando al que posee en el tráfico mundial de productos. Así, la cuota española aumentó ligeramente hasta 2007, sin verse afectada por el espectacular progreso de los flujos procedentes de países como India, Rusia y China, al revés de lo que ocurrió en Estados Unidos, Japón y la mayoría de socios europeos (MYRO y ÁLVAREZ-LÓPEZ, 2010). No obstante, desde 2008, y al igual que sucede en el resto de grandes potencias europeas, la cuota cae, aunque se mantiene notablemente por encima de la correspondiente a los bienes.

(4) España ha conseguido revertir la práctica totalidad de la pérdida de competitividad en costes laborales unitarios acumulada frente a los países desarrollados entre 1999 y 2007 (cifrada en un 20 por 100 respecto a un conjunto de 36 países industrializados, CORREA-LÓPEZ y DOMÉNECH, 2012); por su parte, el elevado diferencial acumulado frente a la zona del euro en términos de IPC solo se ha corregido parcialmente (GÓMEZ LOSCOS y MARTÍN MACHUCA, 2014; XIFRÉ, 2017).

(5) En 2010 BBVA Research creó un grupo de economías emergentes llamadas *EAGLES* (acrónimo en inglés de economías emergentes y líderes del crecimiento), cuya contribución individual al aumento estimado del PIB mundial en los siguientes diez años se espera que sea superior al de la media de las grandes economías desarrolladas (excluida la estadounidense por razones de tamaño). Este catálogo de economías clave se ha ido revisando cada año en función de la actualización de las previsiones de crecimiento, de modo que, en 2016, se compone de quince países, encabezados por China e India que explicarán, respectivamente, el 29 y 17 por 100 del crecimiento global entre 2015 y 2025. A ellos se une otra lista, la de los denominados países *Nest*, que podrían convertirse en los *EAGLES* si consiguen mejorar su comportamiento respecto a las previsiones actuales (BBVA, 2016).

(6) A la altura de 2008, la proporción de empresas alemanas que exportan a China e India aventaja en 17 puntos porcentuales la correspondiente a las españolas; esta distancia se reduce a 10 y 6 puntos porcentuales en los casos de Italia y Francia, respectivamente (BARBA-NAVARETTI *et al.*, 2011).

(7) No obstante, desde 2014, con la reactivación del crecimiento en las economías europeas, y la simultánea desaceleración registrada en las emergentes, nuevamente ha aumentado la concentración de las ventas en la UE-15 (59,7 por 100 en 2016).

(8) En este estudio, la importancia del proceso de diversificación por destinos se aproxima a través de una función de crecimiento de las exportaciones de bienes para las distintas regiones españolas, en la que las variables dependientes relevantes son los índices (HERFINDHAL-HIRSCHMAN) de diversificación normalizados, calculados por destinos (257 países) y productos (59).

(9) Siguiendo la metodología propuesta por BERNARD *et al.* (2009), en estos trabajos se descompone el valor de las exportaciones en los márgenes del comercio, intensivo y extensivo; el primero recoge la parte generada por el mantenimiento e intensificación de las relaciones comerciales ya existentes, mientras que el segundo es producto de las nuevas relaciones comerciales, clasificadas de forma exhaustiva: nuevas empresas, nuevos productos, nuevos destinos, nuevos pares producto-destino y nuevas combinaciones. Por lo demás, la base de datos utilizada (a partir de los datos del Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria) incluye una copiosísima información (386.679 empresas, 7.610 productos y 198 países).

(10) En otras palabras, recoge la parte del adelanto o la merma en la cuota que tendría lugar si la estructura de las exportaciones por países no hubiese experimentado modificación alguna. Una mejora en la competitividad requiere que las ganancias de cuota en algunos mercados no sean compensadas por rebajas en otros. La importancia de cada destino en las exportaciones de un país es clave, como también el aumento de cuota que en él se produzca. En cambio, no lo es que un mercado crezca más que otro, porque ello se recoge en el efecto de mercado.

(11) Por lo demás, este retroceso competitivo parece tener poco que ver con los precios. Piénsese que todas las economías registran una pérdida de competitividad derivada simplemente del incremento de la presencia de China en las ventas globales. Baste decir al respecto que Alemania, la mejor implantada en los mercados asiáticos, ve reducirse su cuota de mercado en casi un punto porcentual (una disminución del 10 por 100 frente al 15 por 100 experimentado por la de España)

(12) China, India y Bangladesh anotan tasas notablemente superiores, 19,7, 16,2 y 15,5 por 100 respectivamente.

BIBLIOGRAFÍA

- ALLARD, C.; CATALAN, M.; EVERAERT, L., y S. SGHERRI (2005), «France, Germany, Italy, and Spain: Explaining Differences in External Sector Performance Among Large Euro Area Countries», *IMF Country Report 05/401*, International Monetary Fund.
- ÁLVAREZ-LÓPEZ, M.^a E., y J. VEGA-CRESPO (2017): «La fortaleza competitiva de la economía española», *Estudios de Economía Aplicada*, 35(1): 7-34.
- Banco Central Europeo (2005), «Competitiveness and the export performance of the Euro Area», *Occasional Paper Series*, 30.
- BARBA-NAVARETTI, G.; BUGAMELLI, M.; SCHIVARDI, F.; ALTOMONTE, C.; HORGOS, D., y D. MAGGIONI (2011), «The global operations of European firms. The second Efige policy report», *Blueprint Series*, vol. XII, Bruegel, Bruselas.

<p>BAJO-RUBIO, Ó.; BERKE, B., y V. ESTEVE (2016), «The effects of competitiveness on trade balance: The case of Southern Europe», <i>Economics Discussion Paper 2016-30</i>, Kiel Institute for the World Economy.</p> <p>BBVA Research (2014): <i>Situación España. Primer trimestre 2014</i>.</p> <p>— (2016), <i>Situación EAGLEs. Informe Anual 2016</i>.</p> <p>BELKE, A.; OEKING, A., y R. SETZER (2014), «Exports and capacity constraints-A smooth transition regression model for six euro area countries», <i>Working Paper Series</i>, 1740, European Central Bank.</p> <p>— (2015), «Domestic demand, capacity constraints and export dynamics: Empirical evidence for vulnerable euro area countries», <i>Economic Modelling</i>, 48: 315-325.</p> <p>BERNARD, A. B.; JENSEN, J. B.; REDDING, S. J., y P. K. SCHOTT (2009), «The margins of US trade», <i>American Economic Review: Papers & Proceedings</i>, 99(2): 487-493.</p> <p>CORREA-LÓPEZ, M., y R. DOMÉNECH (2012), «La Internacionalización de las Empresas Españolas», <i>Documentos de Trabajo</i>, 12/29, BBVA Research.</p> <p>CRESPO, A., y A. GARCÍA RODRÍGUEZ (2016), «¿Ha mejorado la competitividad exterior gracias a la devaluación interna?», <i>Papeles de Economía Española</i>, 150: 114-126.</p> <p>CRESPO RODRÍGUEZ, A.; PÉREZ-QUIRÓS, G., y R. SEGURA-CAYUELA (2011), «Indicadores de competitividad: la importancia de la asignación eficiente de recursos», <i>Boletín Económico</i>, Banco de España, diciembre: 31-39.</p> <p>DE LUCIO, J.; MÍNGUEZ, R.; MINONDO, A., y F. REQUENA (2017), «Los márgenes del crecimiento de las exportaciones españolas antes y después de la Gran Recesión», <i>Estudios de Economía Aplicada</i>, 35(1): 43-62.</p> <p>EASTERLY, W.; RESHEF, A., y J. SCHWENKENBERG (2009), «The power of exports», <i>Policy Research Working Paper</i>, 5081, The World Bank.</p> <p>ESTEVE-PÉREZ, S.; DE LUCIO, J.; MINONDO, A.; MÍNGUEZ, R., y F. REQUENA (2017), «La supervivencia exportadora. Un análisis a nivel de empresa, producto y destino», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, 258: 15-33.</p> <p>ESTEVES, P. S., y E. PRADES (2016), «On domestic demand and export performance in the euro area countries: does export concentration matter?», <i>Working Paper Series</i>, 1909, European Central Bank.</p>	<p>Fondo Monetario Internacional (2013), <i>IMF Country Report</i>, 13/232, Washington.</p> <p>GIORDANO, C., y F. ZOLLINO (2016), «Shedding light on price- and non-price-competitiveness determinants of foreign trade in the four largest euro-area countries», <i>Review of International Economics</i>, 24(3): 604-634.</p> <p>GÓMEZ LOSCOS, A., y C. MARTÍN MACHUCA (2014), «Una comparación de la respuesta del sector exterior en las dos últimas recesiones», <i>Boletín Económico</i>, Banco de España, mayo: 43-52.</p> <p>HIDALGO, C. A., y R. HAUSMANN (2009), «The building blocks of economic complexity», <i>PNAS</i>, 106(26): 10570-10575.</p> <p>MYRO, R. (2009), «El puzzle de la productividad y la competitividad», <i>El País</i>, 5 de julio.</p> <p>— (2015), <i>España en la economía global. Claves del éxito de las exportaciones españolas</i>, RBA, Barcelona.</p> <p>— (2018), «Crecimiento económico con equilibrio exterior. Un nuevo escenario para la economía española», <i>Policy Brief</i>, 13, EuropeG, http://www.europeg.com/</p> <p>MYRO, R., y M.ª E. ÁLVAREZ-LÓPEZ (2010), «El imperativo de la competitividad para la economía española», <i>Claves de la Economía Mundial</i>, ICEX-ICEI: 155-162.</p> <p>MYRO, R. (dir.); ÁLVAREZ-LÓPEZ, M.ª E.; FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M.; RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, D., y J. VEGA-CRESPO (2013), <i>Fortalezas competitivas y sectores clave en la exportación española</i>, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.</p> <p>PRADES, E., y C. GARCÍA (2015), «Actualización de la función de las exportaciones españolas de bienes», <i>Boletín Económico</i>, Banco de España, abril: 31-39.</p> <p>RICHARDSON, J. D. (1971), «Constant-market-shares analysis of export growth», <i>Journal of International Economics</i>, 1(2): 227-239.</p> <p>STORM, S., y C. W. M. NAASTEPAD (2014), «Europe's hunger games: Income distribution, cost competitiveness and crisis», <i>Cambridge Journal of Economics</i>, 39(3): 959-986.</p> <p>XIFRÉ, R. (2017), «Competitividad y comportamiento de las exportaciones: España en el contexto de la eurozona», <i>Cuadernos de Información Económica</i>, 260, septiembre/octubre: 27-37.</p>
---	--