

Trabajo Final de Carrera

Análisis de las exportaciones europeas

Realizado por: Sara Serra Ruiz

Dirigido por: Rosa María Puertas Medina y María Luisa Martí Selva

Sara Serra Ruiz
Universidad Politécnica de Valencia

Índice

Capítulo 1: Introducción	5
1. Resumen.....	6
2. Objeto del TFC y justificación de las asignaturas relacionadas	7
3. Objetivos	9
Capítulo 2: Revisión bibliográfica.....	11
1. Introducción.....	12
2. Evolución mundial de las exportaciones	13
3. Evolución Europea de las exportaciones	18
3.1. Fluctuaciones de las exportaciones dentro de la Unión Europea	18
3.2. Socios comerciales de la Unión Europea.....	21
3.2.1. La Unión Europea y Estados Unidos.....	23
3.2.2. La Unión Europea y China	25
4. Evolución española de las exportaciones	27
4.1. Destinos de las exportaciones españolas.....	29
4.2. Tipos de productos exportados.....	31
4.2.1. Bienes.....	31
4.2.2. Servicios	33
5. Impacto de la crisis económica en las exportaciones	35
Capítulo 3: Conceptos.....	38
1. Introducción y concepto de exportación	39
2. Tipología de las exportaciones.....	41
3. Factores determinantes de las exportaciones	44
4. Leyes y normas que rigen la exportación y documentación necesaria para exportar.....	48

5. Creación de la Unión Europea.....	51
6. Convenios comerciales	55
Capítulo 4: Análisis de los determinantes del comercio europeo: Modelo de gravedad	61
1. Introducción.....	62
2. <i>Enabling Trade Index</i>	64
3. Metodología y muestra	69
4. Datos	70
5. Resultados	72
Capítulo 5. Conclusiones.....	76
Bibliografía.....	79

Índice de tablas

Tabla 1.1. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 1.	7
Tabla 1.2. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 2.	7
Tabla 1.3. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 3.	8
Tabla 1.4. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 4.	8
Tabla 1.5. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 5.	9
Tabla 2.1. Ranking ordenado según el importe de las exportaciones. (Millones Euros).	15
Tabla 2.2. Ranking exportaciones países UE. Primer cuatrimestre 2013.....	20
Tabla 2.3. Exportaciones mundiales 2012 (Millones de euros).	22
Tabla 2.4. Principales destinos de las exportaciones europeas 2011 (Porcentaje).	22
Tabla 2.5. Estructura sectorial del comercio exterior entre UE y EEUU.	24
Tabla 3.1. Los veintiocho Estados miembro y su fecha de incorporación a la Unión Europea.....	54
Tabla 4.1. The Enabling Trade Index 2014 ranking (15 primeros y 15 últimos).....	68
Tabla 4.2. The ETI 2014 ranking de los Países UE.....	70
Tabla 4.3. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014).	72
Tabla 4.4. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014) – Bloque 1.	74
Tabla 4.5. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014) – Bloque 2.	75

Índice de figuras

Figura 2.1. Crecimiento en volumen de las exportaciones de mercancías y del PIB mundiales 2005-2015.	17
Figura 2.2. Evolución de las exportaciones de la Unión Europea (miles de millones \$). ..	19
Figura 2.3. Porcentaje de las exportaciones intracomunitarias (Miles de Millones €).. ..	19
Figura 2.4. Exportaciones de bienes de la Unión Europea a China (Billones de euros). ..	26
Figura 2.5. Evolución Exportaciones Españolas (Miles de Euros).	28
Figura 2.6. Distribución de las exportaciones españolas por áreas económicas (Miles de euros).....	30
Figura 2.7. Importaciones y Exportaciones Trimestre a Trimestre.	36

Capítulo 1: Introducción

1. Resumen

Actualmente, la crisis económica se aferra especialmente a la Unión Europea (UE), es por eso que el comercio mundial se ha visto frenado notablemente. A pesar de todo, la UE es el mercado único más grande del mundo. Como primer exportador mundial de bienes y servicios, la UE ocupa una posición dominante en el mercado internacional.

En el presente proyecto se pretende realizar un estudio sobre la evolución de las exportaciones europeas durante estos últimos años y sus repercusiones en los países afectados. Con el objetivo de tener igualdad de condiciones en un mercado global es necesario conocer cómo se realizan las exportaciones, y dónde se encuentran las diferentes oportunidades internacionales, para ello se requiere de una cuidadosa exploración tomando conciencia de los acontecimientos internacionales, comprender su significado y el desarrollo de capacidades para adaptarse al cambio.

También se van a analizar, a nivel general, las leyes y normas que rigen la exportación, los convenios comerciales existentes, la documentación necesaria para la realización de la exportación, de tal manera que se pueda obtener y determinar cuál o cuáles son las mejores opciones de mercado existentes. Poder llegar a determinar cuál es el mejor mercado existente, el de mejores perspectivas, a través del análisis de toda la información existente, actual y de fácil acceso permite al pequeño o mediano productor tener una mejor opción de crecimiento económico y de poder proyectarse a nivel internacional.

Con todo esto, y analizando unas variables determinadas publicadas por el Banco Mundial que reflejan las percepciones de la logística de un país y sus empresas, realizaremos un modelo empírico para revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales de las exportaciones de los diferentes países de la UE. Igualmente se utilizarán variables macroeconómicas y demográficas que definan las características propias de los países objeto de estudio.

2. Objeto del TFC y justificación de las asignaturas relacionadas

Tabla 1.1. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 1.

Capítulo del TFC	CAPÍTULO1: INTRODUCCIÓN
Asignaturas relacionadas	Economía de la Empresa 2 Econometría
Breve Justificación	Este capítulo trata de introducir brevemente la situación de las exportaciones europeas. Por consiguiente, se definirá la estructura seguida en el trabajo y se comentarán, en general, las variables explicativas más significativas que afectarán a nuestro modelo econométrico.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1.2. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 2.

Capítulo del TFC	CAPÍTULO2: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA
Asignaturas relacionadas	Economía de la Empresa 2 Economía Española y Mundial
Breve Justificación	El presente capítulo explica en detalle cómo han evolucionado las exportaciones a nivel mundial, centrándose en las exportaciones de la Unión Europea y destacando el caso español. Estudiaremos como ha afectado la crisis económica y la adhesión a la Unión. En este sentido, y para explicar el impacto de las exportaciones en el mercado de la UE, nos apoyaremos en los conceptos explicados en Economía Mundial.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1.3. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 3.

Capítulo del TFC	CAPÍTULO3: CONCEPTOS
Asignaturas relacionadas	<p>Gestión del Comercio Exterior</p> <p>Economía Española Regional</p> <p>Macroeconomía</p> <p>Introducción a los Sectores Empresariales</p>
Breve Justificación	<p>Se definirá el concepto de Exportación, para ello utilizaremos algunas de las unidades vistas en Gestión del comercio exterior y macroeconomía.</p> <p>Para entender mejor qué factores son determinantes en un país, nos apoyaremos en los factores de crecimiento explicados en Economía Regional.</p> <p>Además, se detallara la tipología de las exportaciones basándonos en los diferentes sectores de las empresas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1.4. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 4.

Capítulo del TFC	CAPÍTULO4: VARIABLES DEL MODELO
Asignaturas relacionadas	<p>Macroeconomía</p> <p>Econometría</p> <p>Introducción a la Estadística</p> <p>Métodos Estadísticos en Economía</p>
Breve Justificación	<p>Las variables escogidas partirán de las diferentes teorías expuestas en capítulos anteriores y se apoyarán en instituciones como el Banco Mundial.</p> <p>Se realizará un análisis descriptivo de los datos y posteriormente, se hará un análisis econométrico de los modelos propuestos. Serán de gran relevancia el temario de Introducción a la estadística, Métodos estadísticos en Economía y Econometría.</p> <p>También se analizaran los resultados obtenidos comparándolos con las relaciones empíricas comentadas en otras investigaciones, así como las razones que pueden dar cierta lógica a la relación existente en las exportaciones de los diferentes países objeto de análisis.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1.5. Justificación de las asignaturas relacionadas. Capítulo 5.

Capítulo del TFC	CAPÍTULO5: CONCLUSIONES
Asignaturas relacionadas	Gestión del Comercio Exterior Econometría Macroeconomía
Breve Justificación	Será una síntesis de todo lo que se ha expuesto en los anteriores capítulos, destacando y relacionando los resultados del análisis de regresión con las teorías expuestas. Se señalará cuál ha sido nuestra contribución y las propuestas de cara a futuras investigaciones.

Fuente: Elaboración propia.

3. Objetivos

El objetivo de este proyecto es analizar detalladamente las exportaciones de la UE, siendo ésta el primer exportador e inversor mundial, además del principal socio comercial operando con más de 100 países gracias a la multitud de convenios que tiene con otros mercados o países, por ejemplo, el acuerdo de libre comercio entre la UE y México o el acuerdo de libre comercio entre la UE y Canadá, entre otros. La UE es un mercado abierto que fomenta la creación de empleo y un alto nivel de inserción en la economía mundial. Por tanto, para situar el objeto de estudio, se realiza una revisión bibliográfica referente a la evolución de las exportaciones, empezando de un modo global en las exportaciones mundiales, seguido de la evolución de las europeas y concretando en las españolas. Asimismo, se pretende analizar cuál es el papel de las exportaciones en la crisis financiera emprendida en 2008.

Una vez revisada la evolución de las exportaciones, se presentarán las principales características de las exportaciones, así como su tipología y los factores determinantes de las mismas, destacando el margen intensivo y extensivo. Además, para saber los

requisitos para una buena exportación se resumen cuáles son las leyes y normas que se rigen incluyendo la documentación necesaria.

Seguidamente se realizará un análisis de los determinantes de las exportaciones europeas a través del modelo de gravedad. Las variables utilizadas para definir el volumen de exportación son de origen económico, geográfico y demográfico, partiendo de la base que estas variables son significativas en el comercio. De acuerdo con el objetivo del trabajo, se incluyen en el modelo los valores del *Enabling Trade Index* (ETI), datos extraídos del *World Economic Forum* (WEF). Este índice permite saber en qué situación se encuentra dicho país y que facilidades o áreas de mejora tiene para poder mantener buenas relaciones comerciales con otros países. Concluyendo, se trata de un estudio que indica cuales son las mejores relaciones comerciales entre países de la UE y el resto del mundo.

Capítulo 2: Revisión bibliográfica

1. Introducción

A lo largo de este capítulo se hará una revisión bibliográfica acerca de la evolución de las exportaciones durante la crisis económica, comprendiendo el periodo 2008-2014. Se entrará en detalle tres escenarios diferentes; exportaciones mundiales, exportaciones europeas, haciendo especial mención a la UE y exportaciones españolas.

Lo que en un principio parecía una perturbación del mercado inmobiliario de los Estados Unidos de América, terminó por transformarse en la mayor crisis de la economía mundial desde la década de 1930, según Laffaye (2009). Pero la crisis de las hipotecas no fueron los únicos causantes de la mala situación económica de 2008.

Tal y como explica Keating (2008), los precios del petróleo estaban en su record máximo, provocado por la gran demanda energética de las economías emergentes de China e India. El aumento del precio del petróleo provocó una gran subida de la gasolina y la calefacción. Este incremento de los costes hizo que los precios de la comida aumentaran también.

La caída de la demanda agregada global tuvo una gran repercusión en el nivel de actividad, de empleo y en el comercio internacional. A todo ello se unió la crisis del sistema financiero, cuyo principal icono fue la quiebra de uno de los mayores bancos de inversión del mundo, Lehman Brothers, debido a los créditos subprime. Estos créditos se caracterizaban por tener un nivel de riesgo de impago superior a los demás. Con toda esta situación de desconfianza en el sistema financiero se paralizó la concesión de créditos, lo que contribuyó a complicar la situación y a hacer más difícil la salida de la crisis.

El centro de la crisis fue EEUU, desde donde se expandió gradualmente a Europa, Japón y mercados emergentes. La caída de la demanda de los EEUU y sus efectos en las exportaciones europeas, chinas y japonesas iniciaron la trasmisión del impacto de la crisis a la economía del resto del mundo. (Laffaye, 2009)

En Europa, el Banco Central Europeo, no fue capaz de prever la crisis y las primeras medidas se tomaron con retraso. La crisis se expandió rápidamente por varios países europeos, y algunos tuvieron graves efectos, entre ellos España.

Una de las condiciones necesarias para la recuperación y la salida de la crisis es el aumento de la demanda externa, las exportaciones, que van a ser el objeto de este trabajo.

El capítulo se estructura en tres grandes bloques, donde su principal objetivo es analizar la evolución de las exportaciones desde diferentes perspectivas. Se empieza con la evolución a nivel mundial, seguida de la evolución europea, entrando en detalle en las fluctuaciones dentro de la UE y cuáles son los socios comerciales más potentes, EEUU y China en este caso. Y por último, una evolución de las exportaciones españolas, siendo el destino de las mismas y el tipo de producto exportado, los principales motivos de estudio. Para concluir el capítulo se explica cuál ha sido el impacto que ha tenido la crisis económica en las exportaciones.

2. Evolución mundial de las exportaciones

Una de las principales características de la crisis fue la paralización del comercio internacional. Según el quinto informe de la Secretaría general de Aladi (2012), el comercio internacional experimentó una gran caída entre agosto de 2008 y marzo de 2009, y comienza un periodo de recuperación que se divide en cuatro etapas: expansión entre marzo y diciembre de 2009; estancamiento en el primer semestre de 2010; nueva expansión en el segundo semestre y estancamiento en 2011.

Se da comienzo a este apartado realizando un rápido repaso de las cifras y datos más significativos de la evolución de las exportaciones a nivel mundial desde el comienzo de la crisis económica en 2008. Los efectos de la crisis mundial se evidenciaron en el volumen de las exportaciones e importaciones mundiales.

En 2008, el crecimiento del comercio mundial de mercancías alcanzó su punto máximo en julio, descendió bruscamente en agosto y experimentó una débil recuperación en septiembre, antes de que el colapso de Lehman Brothers señalara el comienzo de la

recesión económica. Después, el comercio mundial entró en una fase de contracción hasta que en febrero de 2009 comenzó a recuperarse. Pese a todo, en 2009 el comercio mundial de mercancías disminuyó un 23% respecto a 2008, el mayor descenso registrado en 50 años según Vega (2011).

En cambio, siguiendo a la Organización Mundial del Comercio (OMC), en 2010 y 2011 se registró un fuerte crecimiento, de 22% y 20%, respectivamente, pero se estancó en 2012 donde solo creció un 2%. Este ha sido el incremento anual más bajo registrado desde 1981. Las exportaciones de los países desarrollados crecieron a un ritmo más lento que el promedio mundial (1%), mientras que las exportaciones de las economías en desarrollo aumentaron con más rapidez (3,3%).

Las exportaciones de África, tras sufrir una contracción del 8,5% en 2011 a raíz de la guerra civil en Libia, se recuperaron en 2012, con un crecimiento más rápido que cualquier otra región (6,1%). América del Norte ocupó el segundo lugar, con un aumento de las exportaciones del 4,5%, gracias al incremento de 4,1% registrado en los EEUU. Asia solo logró que sus exportaciones aumentaran un 2,8% en 2012, a pesar de que las exportaciones de China crecieron un 6,2%. India y Japón contribuyeron al lento crecimiento registrado en Asia, ya que sus exportaciones se redujeron un 0,5% y un 1%, respectivamente. En otras regiones que exportan grandes cantidades de recursos naturales, el volumen de las exportaciones aumentó ligeramente, la Comunidad de Estados Independientes (1,6%), América del Sur y Central (1,4%) y Oriente Medio (1,2%). La región donde menos crecieron las exportaciones fue Europa (0,6%), sin embargo, la UE registró un crecimiento del 0,3%.

En 2013, las exportaciones en EEUU cayeron un 1,19% respecto al año anterior. Las ventas al exterior representaban el 9,40% de su Producto Interior Bruto (PIB), una proporción baja que le sitúa en el puesto 161 de 180 países, del ranking de exportaciones respecto al PIB, con una cifra de 1.188.895,2 millones de euros. Si se ordena el ranking en función del importe de las exportaciones, EEUU ocupa el segundo lugar.

Las exportaciones en EEUU sufrieron una caída respecto a 2012, aunque subieron con respecto a 2003 cuando fueron 640.709,90 millones de euros, lo que suponía un 6,30% de su PIB.

En Japón también cayeron las exportaciones durante 2013, un 15,44% con respecto al año anterior (538.436,3 millones de euros). Sin embargo, en China, en 2013 crecieron sus exportaciones un 4,16% respecto a 2012, con una cifra de 1.663.749,7 millones de euros. China ocupa el primer lugar de la lista en función del importe de las exportaciones.

Tabla 2.1. Ranking ordenado según el importe de las exportaciones. (Millones Euros).

	Países	Exportaciones	Exportaciones % PIB	Variación
1	China	1.663.749,7 M.€	24,91%	-1,01
2	EEUU	1.188.895,2 M.€	9,40%	-0,12
3	Alemania	1.093.788,0 M.€	39,95%	-1,07
4	Japón	538.436,3 M.€	14,59%	1,14
5	Holanda	505.836,0 M.€	83,93%	-0,99
6	Francia	436.418,0 M.€	21,19%	-0,59
7	Corea del Sur	421.377,9 M.€	48,53%	-1,27
8	Reino Unido	408.124,0 M.€	21,38%	2,34
9	Hong Kong	403.242,2 M.€	195,71%	7,93
10	Rusia	394.041,9 M.€	24,71%	-1,71
11	Italia	389.835,0 M.€	24,99%	0,09
12	Bélgica	353.452,0 M.€	92,67%	0,33
13	Canadá	344.957,9 M.€	25,10%	0,12
14	Singapur	308.899,8 M.€	138,72%	-5,02
15	Mexico	286.265,0 M.€	30,21%	-1,14
16	Arabia Saudita	283.111,2 M.€	50,45%	-2,5
17	Emiratos Arabes Unidos	274.828,7 M.€	91,25%	4,65
18	España	237.422,0 M.€	23,21%	0,88
19	India	235.227,8 M.€	16,70%	0,86
20	Taiwan	229.983,6 M.€	62,44%	-0,96
21	Australia	190.292,6 M.€	16,79%	0,28
22	Brasil	182.349,7 M.€	10,80%	0
23	Suiza	172.517,9 M.€	35,21%	-0,6
24	Tailandia	172.072,7 M.€	59,03%	-3,72
25	Malasia	171.881,5 M.€	73,07%	-1,6

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FMI.

Cabe destacar, que la UE, supera la cifra de exportaciones de China según la base de datos de la OMC. El primer exportador es China seguido por EEUU, Alemania y Japón.

Este ranking ha cambiado desde 2008, donde Alemania ocupaba el primer lugar como país exportador, seguido de China, EEUU y Japón.

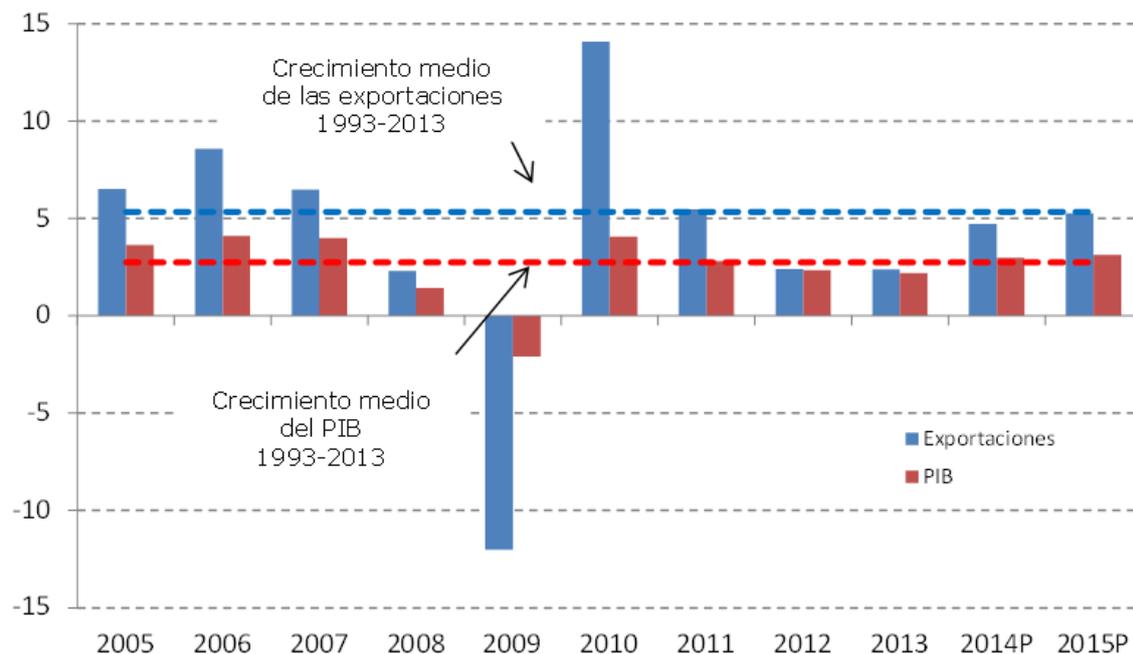
Hay que subrayar que en el ranking de países exportadores, dentro de los cuarenta primeros puestos, se encuentran países pertenecientes al Golfo Pérsico. Es destacable porque centran sus exportaciones en el petróleo y productos derivados del mismo. Así, en el puesto catorce se sitúa Arabia Saudí, con 290.325 millones de euros. También se pueden encontrar otros países que tienen un alto nivel de exportaciones en comparación con su expansión territorial, como Emiratos Árabes Unidos (220.500 millones de euros) en el decimoctavo puesto o Qatar (97.775 millones de euros) y Kuwait (88.935 millones de euros) situados en los puestos trigésimo segundo y trigésimo cuarto.

Estos países son exportadores de petróleo, productos refinados y otros productos derivados del petróleo o gas natural, es decir, recursos no renovables que son la principal fuente de energía en los países desarrollados, países como EEUU, China, Japón o Corea del Sur que son los principales destinatarios de dichas exportaciones.

Actualmente, son varios los factores que han contribuido a la debilidad del comercio internacional. A pesar de ello, se prevé un crecimiento moderado en 2014 y 2015.

En 2013 se registró un aumento de 2,1%, mientras que el primer trimestre del 2014 la cifra supera el 4,5%. Sin embargo, sigue estando por debajo del 5,3% registrado como promedio en 20 años. Asimismo, para 2015 las predicciones indican que se alcanzará el 5,3%.

Figura 2.1. Crecimiento en volumen de las exportaciones de mercancías y del PIB mundiales 2005-2015.



Las cifras correspondientes a 2014 y 2015 son proyecciones.

Fuente: Secretaría de la OMC.

La estimación preliminar del mercado mundial representa el promedio de las exportaciones e importaciones de mercancía en términos de volumen, y está ajustada para tener en cuenta las diferentes tasas de inflación y los tipos de cambio de los distintos países. La falta de crecimiento del comercio internacional en 2013 se debió, entre otros factores, a las exportaciones. Tanto las economías desarrolladas como las economías en desarrollo lograron pequeños incrementos (1,5% y 3,3%, respectivamente). La predicción de 2013 (2,1%) fue inferior a la que se dio el año anterior en la OMC (2,5%), debido a que las economías desarrolladas tuvieron un crecimiento inferior al previsto en el segundo semestre del año y a que los precios de las exportaciones disminuyeron ligeramente de un año para otro.

Recientes encuestas entre empresarios y datos de producción industrial apuntan una mayor consolidación y recuperación de los EEUU y Europa. La UE también tiene perspectivas de mejora, aunque su crecimiento seguirá siendo desigual, ya que los países periféricos continúan presentando resultados inferiores a los países centrales. En cuanto a Japón, se espera que su crecimiento sea menor este año debido a medidas

de consolidación fiscal. Asimismo, y a pesar de los recientes signos de desaceleración, las economías en desarrollo, incluida China, superarán a las economías desarrolladas en términos de crecimiento del PIB y del comercio durante el próximo año.

3. Evolución Europea de las exportaciones

La UE es una asociación económica y política singular de 28 países europeos que abarcan juntos gran parte del continente europeo. No obstante, hay que tener en cuenta que esta comunidad no ocupa todo el continente europeo, existen países de Europa que no son integrantes de la UE, como Suiza o Noruega.

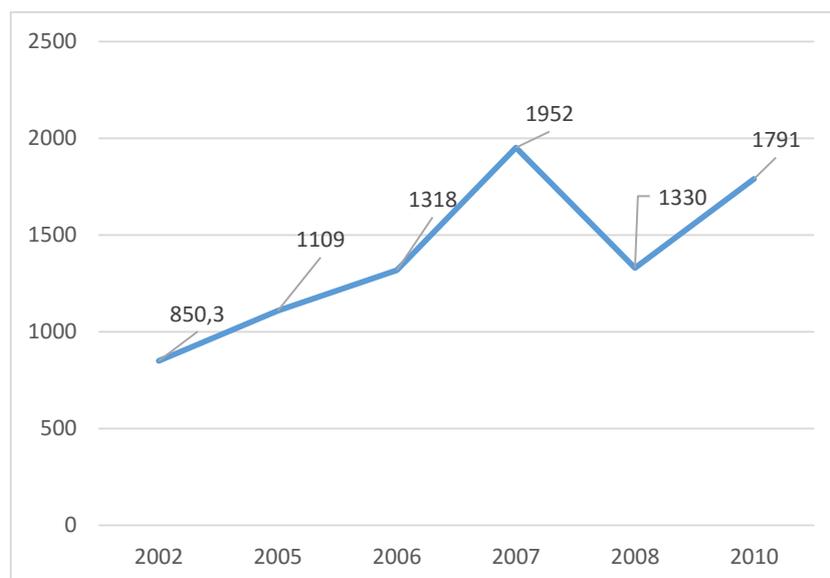
La UE elimina trabas a la libre circulación de mercancías a través de sus fronteras, dando origen al mercado único. La creación del mercado único y el correspondiente crecimiento del comercio y la actividad económica general han convertido a la UE en una potencia comercial de primer orden.

La UE es un mercado abierto con un nivel alto de inserción en la economía mundial, donde más del 10% de sus trabajadores dependen del comercio exterior. La mejora de competitividad europea, gracias al crecimiento del comercio exterior, ha contribuido a que Europa sea más atractivo para las empresas e inversores extranjeros.

3.1. Fluctuaciones de las exportaciones dentro de la Unión Europea

La evolución de las exportaciones de la UE sufrió una caída del 32% con el comienzo de la crisis en 2008. A partir de entonces, y como papel protagonista para salir de la crisis, las exportaciones vuelven a crecer, pero sin llegar a conseguir los resultados anteriores.

Figura 2.2. Evolución de las exportaciones de la Unión Europea (miles de millones \$).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos The World Factbook .

Asimismo, se muestra la evolución de las exportaciones intracomunitarias y extracomunitarias del periodo de dicho estudio.

Figura 2.3. Porcentaje de las exportaciones intracomunitarias (Miles de Millones €).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos Export HelpDesk.

El peso de las exportaciones de mercancías en la UE es mayor en países comunitarios, y desde el 2009 tiene un crecimiento progresivo y además necesario para salir de la crisis.

Asimismo, la UE fue el primer exportador mundial en 2011, seguida de EEUU y China. Además fue el principal socio comercial de más de 100 países en todo el mundo. Aun así se mantiene el déficit comercial en 2011, aunque en comparación con el año anterior, se reduce gracias a la ralentización de la economía y a la débil demanda interna. Siguiendo la evolución de la balanza comercial, continúa reduciendo el déficit hasta enero de 2013 donde los países del euro registran un superávit de 900 millones de euros. En diciembre de 2013 se eleva el superávit a 13.800 millones de euros, frente el cierre 2012 con déficit de 9.700 millones de euros. (Bendini, 2013 / Eurostat, 2013)

Las exportaciones en enero de 2014 crecieron un 0,6% y las importaciones un 2,2% (exportaciones corregidas según las variaciones estacionales). Los principales aumentos en las exportaciones fueron dirigidas a Suiza (27%), Corea del Sur (6%), China (3%) y Turquía (3%), mientras que las principales caídas fueron las exportaciones con destino a India (-7%), Rusia (-3%) y Japón (-3%).

Profundizando en los Estados miembros de la UE, encontramos a Alemania como líder exportador, doblando al segundo del ranking (Holanda) en volumen.

Tabla 2.2. Ranking exportaciones países UE. Primer cuatrimestre 2013.

	Estado Miembro	Miles de millones €
1	Alemania	366
2	Holanda	167
3	Francia	148
4	Reino Unido	133
5	Italia	127
6	Bélgica	119
7	España	79
8	Polinia	49
9	Austria	43
10	Suecia	43
11	Republica Checa	40
12	Irlanda	29
13	Dinamarca	27
14	Hungria	27
15	Eslovaquia	21
16	Finlandia	19
17	Portugal	16
18	Rumanía	16
19	Grecia	9
20	Eslovenia	9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

Las exportaciones de los 27 países miembros de la UE ascendieron a 1,5 billones de euros en el primer cuatrimestre del 2013, un 1,6% más que el año pasado. Alemania concentra el 24% del total de las exportaciones, casi una cuarta parte, y junto con las cuotas de Holanda, Francia y Reino Unido (11%, 9,8% y 8,7%, respectivamente) representan más de la mitad de las cifras globales del conjunto de los países de la UE.

El primer superávit comercial de un semestre desde 1999 se registra en Junio 2013, donde los países miembros alcanzan un saldo positivo de 35.000 millones de euros. Italia y España retrasaron la salida de la recesión de la zona euro en el último trimestre, pero gracias a ellos la UE pasará de un déficit a un superávit comercial entre enero y junio 2013. A pesar de que Alemania y Reino Unido son los países con mayor saldo comercial, es el buen dato de las exportaciones de España e Italia quienes impulsan el superávit europeo. España ha contribuido a mejorar el balance exterior con la UE, siendo el país que más ha reducido su déficit comercial, donde cinco ejercicios atrás, era superior al 10% del PIB (Jiménez - Gálvez, 2013).

Con todo ello, Alemania es el país con mayor saldo comercial y registra un record en el mes de Octubre 2013, donde las exportaciones, en un solo mes, alcanzan la cifra de casi los 100.000 millones de euros. Este aumento se debe a una demanda de los países europeos no pertenecientes a la eurozona, sin embargo, las exportaciones a países de la zona euro disminuyeron un 0,1% (DESTATIS, 2013).

El principal destino de las exportaciones europeas es EEUU, con una adquisición de mercancías de 95.800 millones de euros, seguida de Suiza, China y Rusia (58.000, 47.000 y 40.000 millones de euros, respectivamente), además de exportar también a Turquía, Japón, Noruega, Brasil, Corea del Sur e India (con cifras comprendidas entre los 30.000 y 10.000 millones de euros).

3.2. Socios comerciales de la Unión Europea

La UE es el primer exportador mundial de bienes y servicios y la principal fuente de inversión extranjera directa de todo el mundo, por lo que ocupa una posición dominante en el mercado internacional.

Tabla 2.3. Exportaciones mundiales 2012 (Millones de euros).

Pais	Exportaciones
EU-27	1.554
China	1.364
EEUU	1.063
Japón	581
Corea del Sur	352
Rusia	343
Canadá	324
Singapur	294
México	251
Suiza	169
India	166
Brasil	149
Noruega	124

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

Las exportaciones de la UE son fuertes en los países industrializados, como EEUU y Suiza, pero todavía son poco competitivas en mercados de rápido crecimiento, en especial Asia. Existe un riesgo real de que el deficiente crecimiento de la UE en alguno de los mercados más dinámicos del mundo, pueda influir a largo plazo la posición de la Unión en el comercio internacional (Bendini, 2014). A pesar de todo esto, los principales destinos de las exportaciones globales, de bienes y servicios, son EEUU y China.

Entre 2010 y 2011, aumentaron las exportaciones de bienes de la UE, aunque no llegaron a alcanzar los niveles previos a la crisis. Mencionado anteriormente, EEUU es el principal destino de los bienes exportados por la UE en 2011.

Tabla 2.4. Principales destinos de las exportaciones europeas 2011 (Porcentaje).

Destino exportaciones UE	%Exportaciones UE
Estados Unidos	17%
Suiza	9%
China (excluido Hong-Kong)	9%
Rusia	7%
Turquía	5%
Japón	3%
Noruega	3%
Resto del mundo	47%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

3.2.1. La Unión Europea y Estados Unidos.

Las economías combinadas de la UE y EEUU representan cerca del 50% del PIB mundial y un tercio del comercio mundial. Los flujos comerciales diarios alcanzan los 2.000 millones de euros y se calcula que de la relación comercial dependen 14 millones de puestos de trabajo, repartidos, más o menos, de manera equitativa. Por todo ello se está negociando una zona de libre comercio entre ellos, para fortalecer sus lazos comerciales.

Desde el punto de vista de la UE, los EEUU fueron el principal destino de las exportaciones de bienes en 2012, absorbiendo el 17,3% de las exportaciones totales de la Unión, en comparación con el segundo de la lista, China, con un 8,5%. Las exportaciones de servicios a los EEUU representaron el 24% del total de las exportaciones de servicios de la UE en 2012. Ese mismo año, las importaciones de servicios que adquirió la UE representaron el 29% del total de las importaciones de servicios de la Unión. En 2011, la UE registró un superávit de comercio de servicios de 5.300 millones de euros con los EEUU.

Haciendo una comparativa de las exportaciones en general, se observa un descenso de las mismas dentro de la UE (intra-UE) cayendo 2 puntos porcentuales desde 2009 a 2011, mientras que las exportaciones comunitarias con destino EEUU crecieron una media anual del 0,51%, periodo comprendido entre 2007 y 2011. Destacando los destinos de la UE, el principal es EEUU, seguida de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), que sumados sus países y gracias a un incremento del 2% en el último quinquenio, superan al conjunto americano, y sin olvidar a cuatro economías que pisan fuerte y representan más del 1% siendo Suiza, Turquía, Japón y Noruega destinos importantes de las exportaciones de la UE.

Desde la vertiente estadounidense, sus principales destinos, ordenados según volumen son; un tercio se destina a los países NAFTA, seguida de Asia (27,8% en 2011) y algo más de la quinta parte se dirige a Europa. Así pues, para la UE, EEUU es el principal destino de las exportaciones, frente al tercer puesto que ocupa la UE en los destinos de EEUU.

En el ámbito de la UE los intercambios comerciales que se realizan con EEUU no se distribuyen por igual entre todos los socios comunitarios, sino que se concentran por grupos de países. Como bien se sabe, Alemania es líder gracias a sus ventas al mercado americano con una cuota del 28%. Reino Unido, aun siendo más bajo su volumen, representa el 18% de las exportaciones. Un grupo de países, Francia, Italia, Holanda, Irlanda y Bélgica agrupan el 38%, España y Suecia representan un 3% cada uno, y el restante 10% se reparte entre los 18 países comunitarios que quedan. Destacan cuatro países con saldo comercial negativo permanente: Bélgica, Holanda, Chipre y Letonia ya que aúnan sus esfuerzos en conseguir productos de EEUU. El superávit se encuentra en países como Alemania, Italia, Austria, Dinamarca, Irlanda, Estonia y Eslovaquia. Son muchos más países los que tiene un saldo comercial positivo.

Tabla 2.5. Estructura sectorial del comercio exterior entre UE y EEUU.

	Exportaciones de UE a EEUU			Exportaciones de EEUU a UE		
	2007	2009	2011	2007	2009	2011
Productos agropecuarios	4,99%	5,37%	5,20%	4,10%	4,02%	4,51%
Productos animales	0,21%	0,19%	0,18%	0,14%	0,15%	0,14%
Productos lácteos	0,26%	0,29%	0,27%	0,03%	0,00%	0,02%
Frutas, legumbre, plantas	0,46%	0,52%	0,44%	0,98%	1,15%	1,11%
Café	0,30%	0,38%	0,47%	0,03%	0,04%	0,04%
Cereales y sus preparaciones	0,39%	0,51%	0,50%	0,83%	0,54%	0,70%
Semillas oleaginosas, grasas y aceites	0,26%	0,30%	0,29%	0,69%	0,78%	0,89%
Azúcares y artículos de confitería	0,05%	0,07%	0,07%	0,03%	0,03%	0,03%
Bebeidas y tabaco	2,81%	2,80%	2,70%	0,72%	0,78%	0,85%
Algodón	0,00%	0,00%	0,00%	0,03%	0,01%	0,04%
Otros productos agropecuarios	0,25%	0,32%	0,30%	0,62%	0,55%	0,70%
Productos no agropecuarios	94,98%	94,59%	94,77%	95,86%	95,93%	95,44%
Pescado y sus productos	0,09%	0,14%	0,18%	0,51%	0,49%	0,51%
Minerales y metales	9,64%	7,17%	9,11%	10,10%	8,59%	11,59%
Petróleo	7,17%	6,65%	7,13%	0,87%	3,18%	5,56%
Productos químicos	21,24%	27,63%	23,85%	21,46%	23,84%	22,61%
Madera, papel, etc	2,66%	2,18%	1,97%	2,96%	2,75%	2,71%
Textiles	1,20%	1,00%	1,03%	0,84%	0,80%	0,80%
Prendas de vestir	0,79%	0,68%	0,71%	0,21%	0,24%	0,20%
Cueros, calzado, etc	1,60%	1,37%	1,69%	1,18%	0,95%	1,16%
Máquinas no eléctricas	18,07%	17,35%	18,30%	20,45%	20,36%	19,67%
Máquinas eléctricas	6,92%	6,91%	6,93%	11,06%	8,08%	7,32%
Material de transporte	16,25%	13,99%	14,71%	13,62%	13,07%	11,16%
Manufacturas no especificadas	8,64%	9,51%	9,14%	12,60%	13,58%	12,14%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Comtrade.

Entrando a detallar cuáles son los productos/servicios que más se exportan entre UE-EEUU, existe una alta concentración de los productos no agropecuarios (tales como pescado, minerales, petróleo, productos químicos, textiles...) tanto en exportaciones como importaciones. El intercambio de estos productos (tales como productos animales, lácteos y vegetales, cereales, azúcares...) representa un 5% frente al 95% de productos manufacturados. La venta de productos primarios hacia EEUU se concentra en los sectores de bebidas y tabacos, y entre las manufacturas de las exportaciones comunitarias, sobresale el sector de productos químicos que recibe un 25% de los ingresos, así pues también son importantes los productos de maquinaria, eléctrica y no eléctrica, equipos de transporte y minerales y metales. La estructura sectorial refleja que, durante los años 2007-2011, no ha sufrido grandes cambios, siendo ésta prácticamente invariable. Y en cuanto a los productos que exporta EEUU a UE, cabe destacar el cambio de estructura que se ha percibido de 2007-2011, disminuyendo los productos asociados a la maquinaria eléctrica y aumentando el subsector del petróleo. En el caso de las manufacturas, no se aprecian cambios significativos en la estructura.

3.2.2. La Unión Europea y China

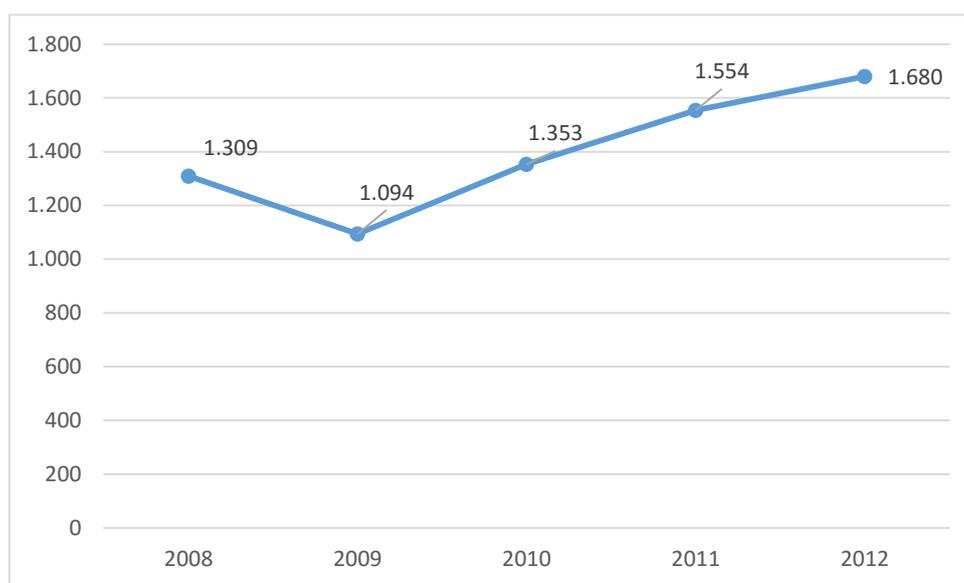
Durante la última década, el comercio internacional de la UE con China se caracteriza por un fuerte aumento de la participación de China en el comercio total de la Unión en bienes y un continuo déficit. La participación de las exportaciones a China aumentó de un 4% en 2002 a un 8,6% en 2012, mientras que las importaciones que adquiría la UE de China significaban 5 puntos más de lo exportado (9,6%), además creció hasta 18,5% en 2010. Sin embargo, se aprecia una caída en 2012 con valores del 16,2%. Esto significa un déficit comercial por parte de Europa que registró 55 mil millones de euros en 2002, un máximo de 171 mil millones de euros en 2010 y, posteriormente, valores inferiores en 2012 con 147 mil millones de euros.

Los datos correspondientes a los primeros meses de 2013 muestran un descenso de las exportaciones e importaciones de la UE a China, aunque es más significativa la caída de las importaciones. Comparando el mismo intervalo 2012- 2013, en los seis primeros meses las exportaciones a China se redujeron de 73 mil millones de euros a 71 mil millones de euros. Las importaciones sufrieron una caída superior, pasando de 141 mil

millones a 134 mil millones de euros. Gracias a esta reducción en las importaciones, el déficit en estos seis primeros meses de 2013 se redujo en 4 mil millones de euros.

En cuanto a los estados miembros que exportan a China, Alemania representa el 45% con 32,4 mil millones de euros (en los seis primeros meses de 2013), siendo el mayor exportador de los estados miembros, seguido de Francia (10%) y Reino Unido (9%). Sin embargo, estos países no solo exportan, sino también importan de China y muchos de ellos presentan déficits comerciales. Alemania y Finlandia son los únicos que registran superávits, 4,7 y 0,5 mil millones de euros, respectivamente. Los mayores déficits se observan en los Países Bajos (20,9 mil millones de euros), Reino Unido (12,2 mil millones de euros), Italia (6,7 mil millones de euros), Francia y España (ambos con 4,7 mil millones de euros).

Figura 2.4. Exportaciones de bienes de la Unión Europea a China (Billones de euros).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

Como se puede observar las exportaciones de bienes de UE a China presentan una evolución positiva, a excepción del año 2009 que presenta una caída de casi el 17%, a partir de entonces se va recuperando con crecimientos del 24% en 2010, 15% en 2011 y 8% en 2012. Los bienes que más se exportan son vehículos y maquinaria, pero también son los productos que más importa la UE de China, así pues hace que se presente un déficit en la balanza comercial de productos con China, ya que se importa más que se exporta. En cuanto a los servicios, la UE exporta 30 mil millones de euros,

importa 20 mil millones de euros, por lo que presenta superávit en materia de servicios. En 2012 presenta superávit de 9,9 mil millones de euros, en 2011 el superávit fue de 7,9 mil millones de euros y en 2010 el superávit ascendió a 6,6 mil millones de euros, por lo que se presencia un aumento de las exportaciones frente a las importaciones de servicios a China. Los principales servicios exportados son servicios de negocios, derechos de licencia, viajes, servicios de informática e información. Aun así, China solo representa el 4% del total de servicios exportados de la UE (Eurostat, 2013).

4. Evolución española de las exportaciones

La crisis económica española iniciada en 2008 hizo patente las deficiencias del modelo productivo español. En la salida de la crisis, el sector exterior juega un papel fundamental para la recuperación de la actividad. Las deudas acumuladas por las familias y las altas tasas de desempleo llevan a una lenta recuperación del consumo privado. Además, el compromiso de reducción del déficit público hecho por el Gobierno, dejan poco margen de maniobra para la política fiscal. Y las escasas previsiones de crecimiento ofrecen pocos incentivos para impulsar la inversión privada. Todo ello hace que el sector exterior juegue un papel muy importante en la reactivación económica de España, tal y como ha señalado Minondo (2011).

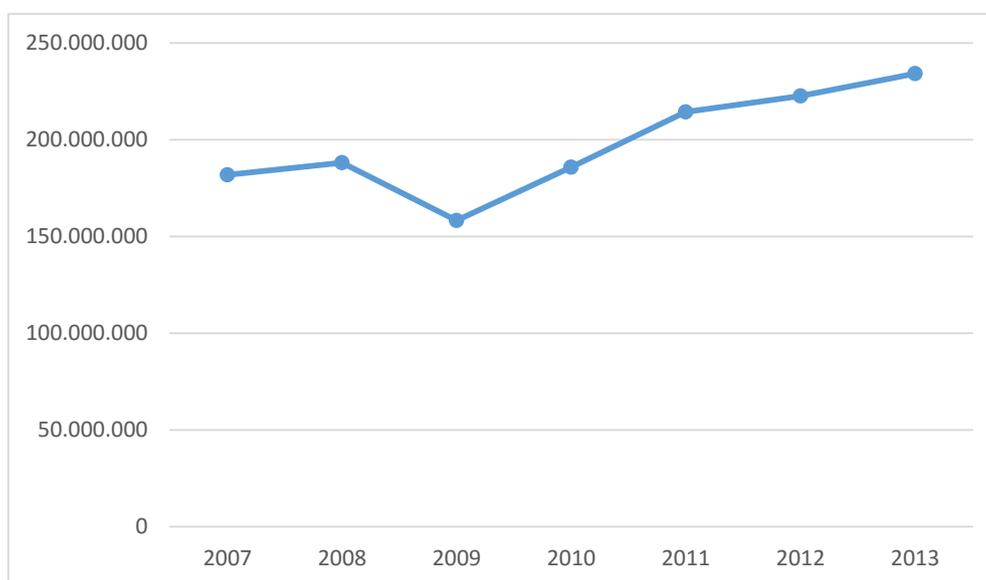
Según algunos analistas, las citadas deficiencias del modelo productivo español se hicieron patentes en dos de los desequilibrios que acompañaron a la expansión económica de 2002 a 2007, el déficit exterior y el reducido incremento de la productividad. Otros analistas, como refleja Myro (2011), insisten en que el buen comportamiento relativo de la producción, las exportaciones, las inversiones en el exterior y la rentabilidad de las empresas en los años del boom muestran la solidez de ese modelo productivo.

En la economía mundial existen modelos de crecimiento distintos. Algunos países, como EEUU, Reino Unido y España crecen gracias a una demanda interna fuerte apoyada por políticas económicas que incentivan el crédito, la inversión y el consumo. Otros modelos como Japón, China y Alemania se apoyan sobre el sector exterior. No podemos decir que un modelo sea mejor que otro, pero en momentos de crisis

económica como la que atraviesa España y la mayoría de economías avanzadas, es necesario contar con un sector exterior dinámico (Arahetes y Steinberg, 2013).

La economía española realizó un proceso de intensa integración en la economía internacional a partir de su pertenencia a la zona euro. En la última década, la tasa de apertura (exportaciones más importaciones sobre PIB), situada a comienzos de los años 2000 en torno al 40%, ha superado el 60% en 2012. A pesar de ello, todavía se encuentra por debajo del nivel alcanzado por Italia (72%), Francia y Reino Unido (75%), pero por encima de EEUU (30%) y Japón (40%), a tenor de lo señalado por Arahetes y Steinberg (2013).

Figura 2.5. Evolución Exportaciones Españolas (Miles de Euros).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Agencia Tributaria Española.

Las exportaciones españolas han tenido una evolución positiva, a pesar de la crisis. Venían creciendo una media de 3% años anteriores a la misma, hasta que ésta se desató. En 2009, se percibe una caída de 15,9%, pero es absorbida en los dos años siguientes, gracias a crecimientos superiores a 17% en ambos años. De esta manera consiguen estabilizarse las exportaciones y tener crecimientos de 3-5% anuales.

A finales de 2012, España tenía una cuota de exportaciones en el mundo de 1,73%, según los datos ofrecidos por Naciones Unidas en la base Comtrade. En los primeros años de la década de los 2000, la cuota española ascendió, para luego descender al

nivel inicial en 2009. Este comportamiento descendente es atribuido al aumento de los salarios españoles o al de los precios industriales pero, según Myro (2012), es más lógico atribuirlo a la presión competitiva de los países emergentes desde el comienzo del nuevo siglo y, particularmente China, que aumentó su cuota en las exportaciones mundiales en cinco puntos. El empujón de las exportaciones chinas hizo retroceder las cuotas de todos los países, incluyendo Alemania. El comportamiento de las exportaciones en 2010 y 2011 ratifican la solidez de las exportaciones españolas (Rodríguez, 2011).

En la última década, la competitividad de la producción de bienes en España ha sido mejor que la de los socios competidores debido, en parte, a que las exportaciones españolas se han adecuado en su composición a la demanda mundial.

Las empresas españolas son perfectamente capaces de competir en los mercados internacionales. De hecho, España cuenta con empresas multinacionales de primer nivel en múltiples sectores y las exportaciones españolas son las que más han crecido en la zona euro desde el comienzo de la crisis. La cuota de mercado de las empresas en los mercados mundiales se ha mantenido estable cuando la mayoría de los países avanzados ha caído por el aumento de la competencia de los países emergentes (Arahetes y Steinberg, 2013).

4.1. Destinos de las exportaciones españolas

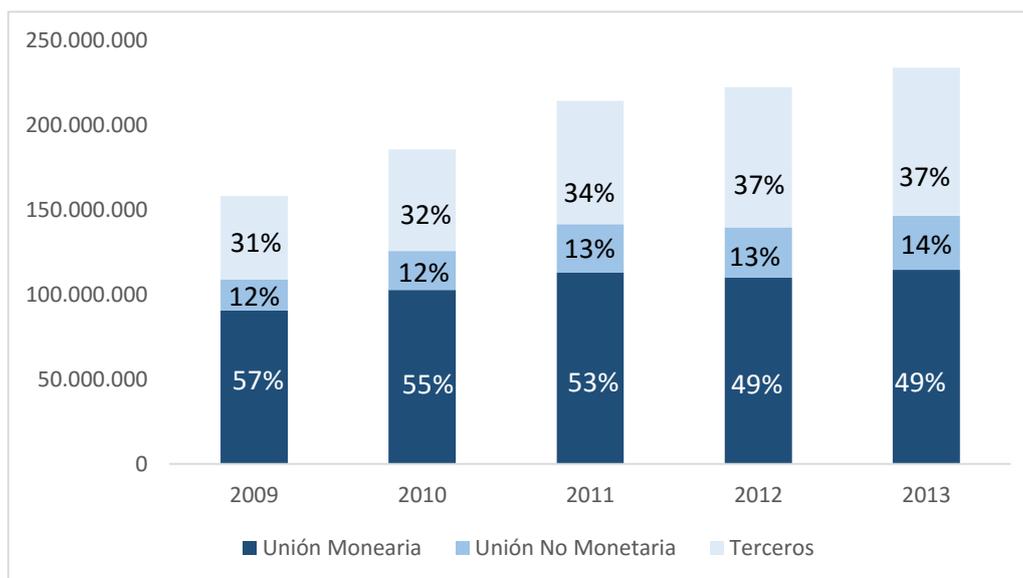
El aumento de las exportaciones ha estado impulsado tanto por el incremento de las ventas en el exterior de las empresas exportadoras (margen intensivo) como por el crecimiento del número de empresas que se lanzaron a la exportación a nuevos destinos y a mercados tradicionales (margen extensivo). Todo esto se verá con mayor detenimiento en el siguiente capítulo.

Los principales mercados de exportación de bienes son: la UE, países de la cuenca Asia Pacífico, resto de Europa, América Latina, África y EEUU y Canadá.

En 2008 y 2009, las exportaciones dirigidas a la UE suponían un 68,9% del total, mientras que el 31,1% correspondía a las ventas a países no pertenecientes a la UE. En 2009, con la crisis en todo su apogeo, las exportaciones se redujeron en un 15,9%.

Como consecuencia de esta disminución, a partir de 2010 se produjo una cierta reorientación de las mismas, deslizándose el peso de las dirigidas a la UE a favor del resto del mundo. En concreto, la participación de las exportaciones a la UE sobre el total ha pasado del 68,9% en 2008 al 62,6% en 2013.

Figura 2.6. Distribución de las exportaciones españolas por áreas económicas (Miles de euros).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Agencia Tributaria Española.

Dentro de la UE, las exportaciones destinadas a la zona euro sobre el total han disminuido de un 57% en 2009 a un 49% en 2013, contribuyendo a la reorientación de las exportaciones de la Unión. Los destinos primordiales dentro de la UE son Francia y Alemania, siendo Francia el principal cliente de productos españoles.

En cambio, las exportaciones extracomunitarias, después de la caída del 16% en 2009, han evolucionado al alza, siendo las realizadas a África las más importantes, con Argelia como destino con una mayor contribución positiva, principalmente por las mayores ventas de gasolina para motores y de aparatos eléctricos y Sudáfrica, por las ventas de automóviles y motos, y de aparatos eléctricos. Le siguen las exportaciones a América Latina, con un gran dinamismo de las de Brasil, principalmente por las mayores ventas de gasolina para motores y gas y de Argentina, por los componentes del automóvil y aparatos eléctricos. En tercer lugar, el destino de las exportaciones españolas es al resto de Europa no comunitaria, seguidos de Asia, excluido Oriente

Medio, donde sobresale la contribución de China y Japón, debido a las mayores ventas de medicamentos, menas y minerales y plásticos en el caso de China, y por las mayores ventas de gasolina para motores en el caso de Japón. Las exportaciones a América del Norte y a Oriente Medio, destacadas por el aumento de las exportaciones a Arabia Saudí y a los Emiratos Árabes Unidos, crecen sobre todo por la exportación de aeronaves.

Los mercados a los que preferentemente se dirigen los productos españoles, la UE en especial, han tenido un alto dinamismo. Además, España ha aprovechado algo la expansión de los mercados emergentes pero todavía queda mucho por hacer (Vega y Álvarez, 2011).

4.2. Tipos de productos exportados

Un determinante de la competitividad de las exportaciones españolas es la diferenciación de producto. España aparece como uno de los países que se caracterizan por tener una oferta de productos más diversificada y una singularidad mayor en ellos (con menos rivales en otros países) (Hidalgo y Hausmann, 2009).

Así, España se sitúa junto con EEUU, Canadá, Austria, Holanda e Italia entre los países con productos más singulares y con una cesta de productos más amplia. (Myro, 2012). Los productos que España exporta no compiten necesariamente en precio, sino en calidad, haciéndolo más resistentes a la competencia de países emergentes de salarios bajos.

4.2.1. Bienes

Los productos que más ha exportado España han sido vehículos automóviles, reactores nucleares, combustibles y aparatos de materiales eléctricos. En 2013, los 20 productos que más se exportaron representan el 72% de las exportaciones españolas.

Tabla 2.6. Distribución de los productos que más se exportan en España (Porcentaje y Miles de Euros).

Los 20 capítulos de mayor Volumen del Comercio (2013)	
Vehículos Automóviles, Tractores, Ciclos	15,57%
Reactores nucleares, calderas, máquinas	8,31%
Combustibles minerales, aceites	6,91%
Máquinas, aparatos y material eléctrico	5,29%
Envíos formados por un conjunto	4,21%
Productos farmacéuticos	4,19%
Materias plásticas y manufacturas	3,69%
Frutos comestibles, cortezas de agrios	2,98%
Fundición, hierro y acero	2,84%
Manufacturas de fundición, de hierro	2,57%
Navegación aérea o espacial	2,22%
Prendas de vestir y complementos	2,12%
Legumbres, hortalizas, plantas, raíces	2,05%
Productos químicos orgánicos	1,59%
Caucho y su manufactura	1,51%
Prendas y complementos (punto)	1,43%
Papel, cartón, manufacturas pasta	1,40%
Productos diversos de industria química	1,13%
Pescado, crustáceos, moluscos y otros	0,93%
Instrumentos y aparatos de óptica y fotog.	0,89%
Total Productos más exportados	168.266.643
Total Comercio Exterior	234.239.799

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Agencia Tributaria Española.

Según los informes mensuales de la Agencia Tributaria de España, los principales sectores exportadores españoles son los bienes de equipo y el automóvil. Durante 2009, y como consecuencia de la crisis, los bienes de equipo descendieron un 16%, mientras que las del automóvil descendieron un 15,1%. Los sectores en los que más descendieron las ventas al exterior fueron los productos energéticos (41,0%) y los bienes de consumo duraderos, 34,8%. Durante los años 2010 y 2011, se observaron avances en las exportaciones de todos los sectores respecto a los valores de 2009. Los productos que mayores avances registraron durante este periodo fueron las exportaciones de productos energéticos y de bienes de consumo duradero. En 2012, todos los sectores exportadores experimentaron un comportamiento positivo a excepción del automóvil, las semimanufacturas no químicas y los bienes de consumo

duradero. Durante 2013, las exportaciones del sector de productos energéticos retrocedieron, lo que se debió principalmente a las menores ventas del sector de petróleo y derivados, en particular por la caída de exportaciones a Italia y a los EEUU. Mientras, las exportaciones del sector del automóvil crecieron, asociado principalmente tanto al incremento en las ventas de automóviles y motos especialmente a los EEUU, Francia y Reino Unido como de componentes del automóvil, sobre todo en Portugal.

Las exportaciones españolas han crecido más rápidamente en bienes de intensidad tecnológica media, en los que España posee un tejido productivo amplio. Aun así, entre estos bienes, hay algunos en los que existía una tradición exportadora menor, como maquinaria, química y otro material de transporte, en los que no se ha alcanzado la cuota media.

Además, España ha aumentado sus cuotas de comercio virtualmente en todos los productos (Vega y Álvarez, 2011), si se exceptúan los de maquinaria eléctrica y electrónica, donde el tejido industrial español es pobre y ha sufrido el efecto de la deslocalización de empresas multinacionales hacia los países del Centro y el Este de Europa, y en menor medida, hacia Asia (Myro y Fernández-Otheo, 2008). Las cuotas españolas no sólo han aumentado en los bienes de media y baja intensidad tecnológica sino también en algunos de alta intensidad tecnológica como farmacia, y de forma muy destacada.

4.2.2. Servicios

La balanza de servicios es una de las fortalezas tradicionales de la economía española debido, principalmente, al turismo. Las exportaciones de servicios registran una elevada tasa de crecimiento, y en este proceso han desempeñado un papel cada vez más importante los servicios no turísticos. (Arahuetes y Steinberg, 2013). Este dinamismo ha hecho posible que España aumentara su participación en el comercio mundial de servicios no turísticos antes del comienzo de la crisis de 2009. (González y Caloca, 2010).

Igual que sucede con las exportaciones de bienes, existe una alta concentración en las empresas exportadoras de servicios no turísticos. El 1% de éstas representaba el 61% del total de las ventas al exterior, y si el grupo se amplía al 10% de sus ventas ascendían al 89% de las ventas de servicios totales. El perfil de estas empresas revela un tamaño muy superior al que presentan empresas similares no exportadoras, y además cuentan con una elevada intensidad de capital fijo, alta productividad, capacidad innovadora y mano de obra con un grado de cualificación mayor que el que tienen las compañías que no venden sus servicios en el exterior (González y Caloca, 2010). Los principales mercados de estos servicios son los países desarrollados, sobre todo los de mayor proximidad geográfica, por lo que existe un amplio abanico de posibilidades en la demanda creciente de países emergentes (Arahuetes y Steinberg, 2013). Esta especialización geográfica determina que el dinamismo de las exportaciones de servicios no turísticos haya descansado en el margen intensivo, pero existen grandes posibilidades de crecimiento a partir del margen intensivo y extensivo a nuevos mercados.

Por sectores, las cuotas de exportaciones aumentaron en todos, exceptuando el de servicios informáticos. Es especialmente llamativo, el ascenso en las exportaciones de servicios dirigidos a empresas. España está apoyando la externalización de estos servicios por parte de multinacionales ubicadas en el centro de Europa (Myro, 2012).

Concluyendo la evolución de las exportaciones españolas, se puede observar como la cuota de las exportaciones en el mercado mundial pone de manifiesto que algunas empresas españolas han sido capaces de utilizar la mejora de la productividad como factor de competitividad (Minondo, 2011). En los años anteriores a la crisis, a pesar de que los costes crecieron muy rápido en España, la cuota de las exportaciones españolas se mantuvo constante. Pero, para convertir al sector exterior en motor de crecimiento de la economía española, las empresas españolas no solo han mantenido su cuota de exportaciones sino que la han aumentado.

En 2009, cuando se produjo la brusca contracción del comercio internacional a consecuencia de los efectos de la quiebra de Lehman Brothers de 2008, las empresas españolas registraron un escaso abandono de los mercados en los que estaban instaladas, lo que fue clave para la recuperación de las exportaciones en 2010 y 2011.

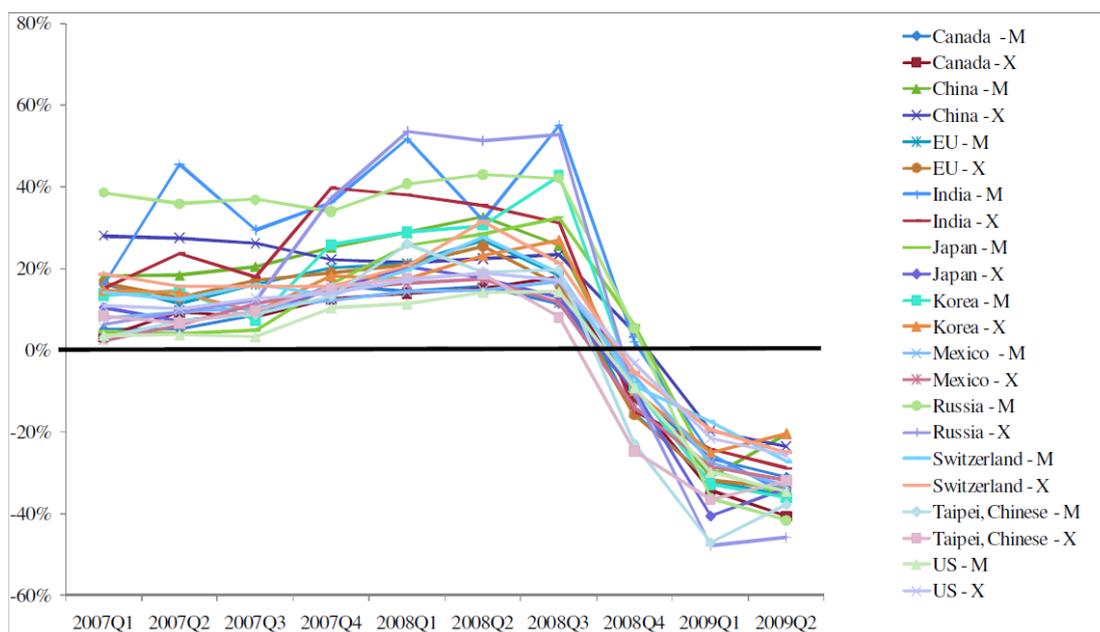
Según señala González et al (2012), la rápida recuperación de las exportaciones de bienes se ha debido, sobre todo, al aumento del margen intensivo, que explicó alrededor del 83% del aumento de las exportaciones totales, en tanto que las nuevas relaciones fueron responsables del 17% restante. Cabe destacar que las empresas exportadoras que mejor se adaptaron al nuevo contexto externo fueron las empresas con menores niveles de endeudamiento.

El crecimiento de las exportaciones a los países de la OCDE se explica por el aumento del margen intensivo, mientras que en los países emergentes como China, India, Rusia, Marruecos y Argelia al margen extensivo. El aumento de las exportaciones desde la perspectiva combinada de mercados y sectores de actividad, alrededor del 95% de las exportaciones se caracterizan por ser “viejos productos a viejos destinos” y sólo el 5% restante estaba compuesto por “nuevos productos a viejos destinos” (Bonet, 2012).

5. Impacto de la crisis económica en las exportaciones

Cuando empieza a desatarse la crisis en 2008, el comercio mundial de mercancías experimenta caídas con valores superiores al 30% en el periodo transcurrido entre el segundo trimestre de 2008 y el segundo trimestre de 2009. Este porcentaje del 30% representa el mayor retroceso del comercio internacional desde la Segunda Guerra Mundial y el más rápido desde que se dispone de registros comerciales (Baldwin, 2009). Las 104 naciones de las que tiene registro la OMC presentaron caídas tanto de las exportaciones como las importaciones, que se derrumbaron por el desplome de la UE y otras 10 naciones como son EEUU, China y Canadá.

Figura 2.7. Importaciones y Exportaciones Trimestre a Trimestre.



Fuente: Eichengreen and O'Rourke (2009).

Cuando en 2008 se presentó la caída repentina del comercio internacional, se esperaba de igual manera una rápida recuperación. Si el factor miedo fue el conductor del gran colapso, la confianza podría conducir rápidamente a un buen crecimiento. En definitiva, esto es lo que ha pasado con el comercio exterior, se observaron grandes caídas en las exportaciones de 2008 – 2009 con una recuperación de las mismas a partir de 2010 y con crecimientos constantes, asimismo, a partir de este momento, se han superado los valores anteriores al periodo de la crisis.

Asimismo, las exportaciones son consideradas como clave importante para salir de la crisis y compensar el endeudamiento de la demanda doméstica. Sin embargo, no todos los autores concluyen en lo mismo. Poniendo el ejemplo de España, para que las exportaciones neutralicen el endeudamiento de la demanda doméstica significa que si la demanda de los hogares se reduce un punto porcentual, debe ser compensada por el crecimiento de las exportaciones en más de 2 puntos porcentuales. Esto sucede porque las exportaciones españolas suponen la mitad del gasto alcanzado por los hogares. Así pues, resulta difícil de creer, que las exportaciones puedan convertirse en la reactivación económica y además sean capaces de compensar la caída de la actividad económica derivada del retroceso de la demanda doméstica (Flores, 2012).

No obstante, las exportaciones contribuyen a reactivar la económica y son una pequeña clave para salir de la crisis económica.

Capítulo 3: Conceptos

1. Introducción y concepto de exportación

A lo largo de este capítulo se explicará el concepto de exportación, su tipología y la relación existente con las importaciones. Además, se definirán brevemente, los factores determinantes, siendo éstos la diferenciación, los márgenes extensivos, intensivos y cualitativos y la estrategia exportadora. También se analizará toda la documentación, leyes y normas para poder exportar, además de los convenios comerciales existentes. Por último, se prestará especial atención a la UE, debido a su relación directa con el proyecto.

Las exportaciones son parte del comercio internacional, siendo economías abiertas aquellas que participan en el intercambio de productos, bienes o servicios. El proceso de apertura externa se inició fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, pero con un crecimiento espectacular en la década de los 90 gracias a la incorporación de grandes economías. Sin embargo, existen acontecimientos que indican movimiento de mercancías entre núcleos de población alejadas entre si desde antes de 1650.

La expansión de las exportaciones permite mejorar la acumulación de divisas, el nivel de empleo, incrementar la productividad nacional y el crecimiento económico. Asimismo, contribuye a mejorar la utilización de la capacidad productiva de la empresa, a desarrollar capacidades de gestión superiores, a mejorar la capacidad de innovación de productos y procesos y a fortalecer sus resultados.

Económicamente, existen varias definiciones de exportación;

- Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional (Ecodata, 2015).
- Es el tráfico legítimo de bienes/servicios desde un territorio aduanero a otro territorio aduanero (Daniels y Radebaugh, 2000).
- Pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o un bloque económico.
- Son géneros vendidos a otros países (RAE, 2014).
- Actividad comercial a través de la cual un producto o servicio se venden al exterior, es decir, otro país.

Asimismo, los objetivos de exportar podrían resumirse de la siguiente manera:

- Aprovechar las oportunidades de mercados ampliados.
- Alianzas estratégicas.
- Aprovechar la capacidad productiva de la empresa.
- Asegurar la supervivencia de la empresa.
- Reducción de la hiperdependencia local.
- Aumento de la competitividad.

Los pasos a seguir antes de realizar una exportación son:

1. Elaboración de un análisis de la empresa, el producto y el mercado donde se quiere introducir.
 - Tener en cuenta la infraestructura, los recursos tecnológicos, el personal adecuado, el estado financiero y la capacidad de producción.
2. Ajustarse a las exigencias del mercado, evaluando los procesos de producción con el fin de cumplir con la normativa internacional en todo tipo de materias como pueden ser la sanitaria o el embalaje y etiquetado.
3. Realizar un exhaustivo estudio de mercado que permita conocer los beneficios arancelarios, la situación económica del país, los canales de distribución, las tendencias del mercado, los precios internacionales, los hábitos de compra...
4. Por otro lado, también es importante manejar el proceso de exportación, los trámites asociados, las funciones de los agentes aduaneros, los beneficios de ser exportador...

Por todo ello y para tener éxito exportando, recalcar la importancia de conocer el mercado al que se va a introducir, y hacer un análisis en profundidad y detallado, conociendo cultura, economía, política, etc.

El capítulo se estructura de la siguiente forma. En la sección 2 se presentan las distintas tipologías de las exportaciones. En la sección 3 se explica la relación entre las importaciones y las exportaciones. La sección 4 está destinada para los factores determinantes. La sección 5 muestra las distintas leyes y normas que rigen la exportación y la documentación necesaria para exportar. El capítulo termina con la sección 6 donde se hace una breve introducción a la UE.

2. Tipología de las exportaciones

Se encuentran tres formas básicas de entrada en mercados exteriores cuando la comercialización se realiza mediante exportaciones: exportación directa, exportación indirecta y exportación concertada (Acosta 2012).

Exportación directa: El exportador vende directamente desde el mercado de origen o desde una sucursal o filial de ventas propias de un importador/ agente/ distribuidor/ cliente final localizado en el mercado exterior. Las transacciones se llevan a cabo directamente por un departamento específico de la empresa exportadora o una organización de marketing y ventas localizada en el mercado exterior. Las ventajas son las siguientes: mayor volumen de ventas, elevadas utilidades, más control del proceso exportador, información directa del mercado y, por tanto, mejor conocimiento del mercado y el cliente, y adquisición de experiencia con el marketing internacional (Jarillo y Echezagarra, 1991). Figuras propias de la exportación directa:

- **Venta directa:** La empresa vende directamente a sus clientes finales en mercados exteriores a través de representantes de ventas, que se desplazan regularmente a los mercados de exportación donde llevan a cabo su labor comercial. Por tanto, en esta figura, se requiere dar servicio pre y post venta al cliente lo que implica tener sucursales o filiales comerciales y mayor conocimiento, no solo del mercado, hábitos, formas de compra, idioma... sino también de las características y necesidades de los clientes.
- **Agentes y distribuidores:** El agente es un miembro de la empresa exportadora, mientras que el distribuidor es un cliente para la empresa. Sus funciones son comprar y revender el producto del exportador ganando una comisión respecto al volumen de ventas realizadas. Es importante saber algunos de los requisitos del agente o distribuidor: conocer el mercado, su cuota de representación y el área geográfica que cubre el mismo, sus clientes, experiencia, solvencia financiera, relaciones con el gobierno local y capacidad para ofrecer servicio post venta.
- **Filial o sucursal comercial:** Entidad controlada, se realiza cuando el mercado representa una oportunidad de alto volumen de ventas ya que su coste es muy

elevado. Sus funciones son canalizar los pedidos de compra y vender directamente, fijando precios sin intermediarios por lo que los productos son más competitivos. Entre las ventajas cabría citar, mejor distribución, plazos de entrega más cortos, buena relación con los gobiernos locales, menores costes de envío con pedidos más voluminosos, facilidad de almacenamiento y servicio post venta.

Exportación indirecta: es una venta doméstica, las tareas de comercialización se llevan a cabo con otra empresa (intermediarios). Estos intermediarios están situados en el mismo mercado del exportador, encargándose de la venta en nombre de la empresa y comprando y revendiendo en mercados exteriores por cuenta propia. Por tanto, no producen, pero seleccionan los canales de distribución en los mercados exteriores y promocionan y reparten el producto (Osorio et al, 2013). Para realizar estas actividades el intermediario cuenta con una organización que incluye sucursales, almacenes, medios de transporte, etc. A pesar de perder el control del que se dispone en la exportación directa, supone un ahorro en costes y no es necesario tener una gran estructura en la organización.

- Compañías de *trading*: Son especialistas en mercados exteriores que operan conociendo la capacidad de compra de clientes y consumidores. Sus funciones: localizar compradores que requieran productos, identificar posibles suministradores y acordar comisiones sobre ventas. Pueden ser agencias de compra en vez de representantes de ventas, las compañías más pequeñas actúan como departamentos de comercio exterior.

Exportación concertada: Son colaboraciones entre fabricantes que quieren aumentar sus ventas en mercados exteriores. Incluye distintas formas de entrada muy distintas entre sí.

- *Piggyback*: El fabricante utiliza sus canales o filiales de distribución en mercados para vender los productos de otros fabricantes conjuntamente con los suyos. Se usa cuando son productos similares, complementarios o no implica aumento en el gasto de la infraestructura.
- Consorcio de exportación: Permite a empresas domésticas competidoras o con líneas de productos complementarios llevar a cabo una exportación común,

para obtener economías de escala. Sus actividades son: exportar en nombre de un consorcio, fijar precios de la exportación, distribución física, selección de agentes/distribuidores en mercados exteriores y obtención de informes de solvencia y cobro de deudas.

- *Joint Venture*: Son empresas creadas por dos o más compañías procedentes de distintos países para el desarrollo conjunto de una actividad. Consiste en un ingreso rápido gracias al socio local que conoce el mercado, asimismo, en muchas ocasiones, es la única vía de entrada en algunos mercados. Existen dos tipos de *Joint Venture*: contrato de fabricación y licencias. Las ventajas de esta forma de entrada son: gran beneficio a largo plazo, mayor control en la producción y el marketing, elevado conocimiento del mercado y experiencia con el marketing internacional. Sin embargo, también presenta inconvenientes: excesiva inversión en capital y recursos de gestión, riesgo alto y posibilidad de discrepancia con el socio en cuanto a las prioridades y la estrategia a seguir.
- Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE): Entidad constituida por dos o más empresas comunitarias de diferentes países, que se comprometen a realizar conjuntamente una actividad. Sus actividades son: fabricación, comercialización, I+D, prestación de servicios, etc. Los requisitos para poder constituir la son: dos personas físicas o jurídicas de dos países diferentes, nombre de la entidad más AEIE, domiciliación en la Comunidad Europea, realización de un contrato de asociación formalizado en escritura pública y registrarse en el país domicilio de la sociedad (Vallejo, 2011).
- Franquicias: Cesión del producto o línea del producto, nombre, marca, *know how* sobre los procedimientos de gestión y comercialización de un negocio a una empresa extranjera. La función principal es trasplantar negocios en otros mercados. El franquiciado debe pagar una cantidad inicial y una comisión por ventas. Se efectúa por cesión o constitución de sociedad mixta, sin embargo, tiene limitaciones, restricciones legales y dificultad de encontrar franquiciadores adecuados.
- Alianzas estratégicas: Son asociaciones de dos o más personas físicas o jurídicas con el objetivo de crear proyectos para acceder a nuevos mercados o alcanzar un mejor posicionamiento en los mismos (Krell, 2013). Deben ser empresas

competidoras, con dimensiones parecidas y aportaciones similares, con acuerdo de cooperación entre socios, buscando beneficiarse de las economías de escala y superar las barreras de entrada de los países proteccionistas. Las ventajas que presentan estas alianzas son: aumento de la competitividad, economías de escala, desarrollo tecnológico, reducción del riesgo, superación de las barreras de entrada e incremento de las oportunidades en los mercados. Además de este tipo de exportaciones, existe otra manera de entrar al mercado exterior mediante contrato de fabricación, siendo el producto elaborado en el mercado exterior por otro productor bajo el contrato de la empresa o mediante licencia de fabricación, donde se autoriza la fabricación de un producto a una empresa extranjera cediendo patentes, *copyright*, marcas y *know how* sobre el producto o proceso de fabricación a cambio de una compensación económica o *royalty*.

3. Factores determinantes de las exportaciones

La diferenciación en los productos parece ser uno de los determinantes fundamentales en las relaciones comerciales (Mora y Casas, 2011). Las empresas producen bienes con características específicas que lo distinguen del resto de productos existentes en el mercado, provocando así una diferenciación de productos. La diferenciación de un producto se da, principalmente, por el valor que se le otorga a las necesidades que son satisfechas, no solo por las características o atributos que tiene el producto en sí. Sin embargo, presenta cierto grado de subjetividad que hace que se elija un determinado bien por sus características, de manera que el consumidor puede tener preferencias por la variedad como se explica en la diferenciación horizontal o por la calidad como se explica en la vertical.

La diferenciación horizontal de productos consiste en la localización de un bien en un determinado espacio, en el cual se encuentran distribuidos los consumidores. Dicho espacio puede ser geográfico o estar definido por atributos. En principio, implica que el consumidor prefiere la variedad del producto que se encuentra más cerca de su localidad y valorará menos aquella que se encuentre más lejana. Sin embargo, esta preferencia se revierte si aquella más lejana tiene un precio más competitivo. Así pues, dos productos están diferenciados horizontalmente cuando son ofrecidos al mismo

precio y no existe un acuerdo entre los consumidores sobre cuál es el producto preferido. Su característica distintiva es que los consumidores tienen distintos puntos de vista sobre cuál es la variedad de producto a elegir.

La diferenciación vertical, es diferente a la horizontal, siendo los consumidores conscientes del producto que quieren, y saben cuál elegir, considerando que el mejor es el de más alta calidad. No obstante, los consumidores difieren en su disposición a pagar por la calidad, puede ser porque tienen diferentes ingresos o distintas actitudes a la hora de apreciar la calidad. Si se ofrece un buen producto la mayoría de los consumidores compran el mejor. Así pues, dos productos están diferenciados verticalmente si, cuando son ofrecidos al mismo precio, existe acuerdo entre los consumidores sobre cuál es el producto preferido.

La existencia de diferencias significativas en los niveles de precios de un mismo producto solo es posible en los modelos de comercio que admiten la diferenciación vertical de la producción (Grossman y Helpman, 1993). De acuerdo con estos modelos, los países más desarrollados, con mayor capacidad tecnológica y una mejor dotación de capital humano exportarán variedades de mayor calidad, por la que los consumidores están dispuestos a pagar un precio superior e introducirán nuevas variedades cualitativamente superiores para hacer frente a la competencia que puedan ejercer aquellos países menos desarrollados.

Los márgenes en las exportaciones también son uno de los factores determinantes de las mismas, se distinguen dos: margen extensivo e intensivo. El extensivo de exportación refleja el cambio en el valor de las exportaciones como resultado de la creación de nuevas relaciones comerciales, mientras que el intensivo se refiere al cambio en el valor de las exportaciones de las relaciones comerciales que sobreviven o perduran.

Concretando, la relación comercial es cada una de las transacciones que realiza un país con otro de un producto concreto durante un periodo de tiempo medido en años. Toda relación comercial nace en algún momento, sobrevive durante un periodo de tiempo y quizá acabe interrumpiéndose. La relación comercial tiene cuatro dimensiones: el origen del exportador, el origen del importador, el producto y el número de años que existe.

El margen extensivo se define como el número de nuevas relaciones comerciales que tiene un país (entrada) y su valor (valor extensivo). El del exportador aumenta cuando se vende un determinado producto a un nuevo país, o un nuevo producto a un país que ya se exportaba o un nuevo producto a un nuevo país. Asimismo el valor del margen extensivo es el volumen monetario de las exportaciones asociadas a un cambio en el margen extensivo provocado por la aparición de nuevas relaciones comerciales. Por tanto, los componentes son la entrada de nuevas relaciones comerciales y el valor asociado a estas.

El margen intensivo se define a través de sus dos componentes, la supervivencia de las relaciones comerciales existentes, es decir, cuánto tiempo dura una relación comercial, y la profundización del valor de comercio de las que sobreviven. La supervivencia es tan importante como la profundización a la hora de explicar la evolución de las exportaciones en el largo plazo. Además, adquiere un papel protagonista, explicando así el escaso peso del margen extensivo como determinante de crecimiento de las exportaciones a corto plazo, debido a las altas tasas de mortalidad entre las nuevas relaciones comerciales frente a las que ya están consolidadas. Por tanto, los componentes del margen intensivo son la supervivencia y el cambio en el valor asociado a las relaciones comerciales que sobreviven (Besedes y Prusa, 2011).

Si se compara el valor de las exportaciones de distintos países las causas de las diferencias entre ellos se deben, por una parte, a que los mayores exportadores venden más valores de cada producto (margen intensivo) o, por otro lado, a que es posible que estos países exporten un mayor número de producto (margen extensivo). Frecuentemente se da una combinación de ambos (Mora y Casas, 2011). El intensivo se puede dar en dos situaciones, que el mayor valor de las exportaciones pueda deberse al hecho de que se exportan más cantidades físicas del bien o al hecho de que el precio de los bienes exportados es más alto. El margen cualitativo hace referencia al precio y la calidad, siendo en el contexto de comercio internacional que los precios altos corresponden, normalmente, a bienes de mayor calidad (Cuadras – Morató y Gabao, 2008).

La distancia entre países reduce tanto el extensivo como el intensivo, aunque aumenta el precio, a países más distantes se venden productos de mayor calidad, por lo que el

margen cualitativo tiene un gran peso. Esta relación positiva entre distancia y precio, puede explicar porque solo las empresas más productivas, con productos de mayor calidad, pueden cubrir los elevados costes de entrada que conlleva la implantación en los mercados más alejados tanto geográficamente como culturalmente. También se puede explicar las diferencias de precio porque dentro de una misma empresa la estrategia de diferenciación de precios dependerá de las características del mercado de destino (Baldwin y Harrigan, 2007).

Ambos márgenes son igual de importantes para explicar el crecimiento de las exportaciones a largo plazo, en periodos mayores a 10 años, pero cuando se acorta el plazo de análisis el margen extensivo pierde importancia, dándosele toda al intensivo (Mañez et al, 2011). Por último, destacar la estrategia exportadora que se define a través de tres dimensiones: la expansión, las estrategias competitivas y el grado de adaptación o estandarización de las actividades de marketing en los mercados exteriores (Aulakh et al, 2000).

La estrategia de expansión se refiere al número de mercados exteriores a los que se dirige la empresa exportadora, constituye una decisión estratégica que puede tener implicaciones importantes en los resultados globales de la actividad exportadora. Se diferencian dos: concentración y diversificación de mercados (Peris y Mestre, 2010). La primera se centra en un número reducido de mercados para así obtener mayores cuotas, mientras que la diversificación amplía el número de mercado al que dirigirse para favorecerse de las economías de escala, tener mayor cobertura de mercado, reducir riesgos y sobretodo mayor conocimiento acumulado sobre distintos escenarios.

Las estrategias competitivas determinan la forma en que la empresa fundamenta su idoneidad en los mercados exteriores, buscando encontrar la ventaja competitiva (Sarmiento del Valle, 2014). Se centra en liderazgo en costes y diferenciación. El liderazgo en costes enfatiza la creación de ventajas competitivas a través de la generación y mantenimiento de una posición de bajo coste en relación a sus competidores. Requiere que la empresa oferte productos o servicios que sean considerados como únicos en el sector.

La estandarización de las políticas de marketing se define como el grado en el que una empresa exportadora utiliza las mismas acciones y programas de marketing en diferentes mercados extranjeros. Existen dos alternativas, estrategia de estandarización y adaptación. La de estandarización mantiene la estrategia de marketing idéntica para todos los mercados exteriores a los que se dirigen, mientras que la de adaptación desarrolla una estrategia específica para cada mercado que se va a exportar (Pérez et al, 2007).

4. Leyes y normas que rigen la exportación y documentación necesaria para exportar

La Unión Aduanera de la UE es un ejemplo único de aplicación en varios países de un sistema uniforme para la manipulación de mercancías (importación, exportación y en tránsito) existiendo un conjunto común de reglas. (Código Aduanero de la Unión, 2013).

Esta normativa es gestionada por veintiocho servicios aduaneros nacionales que actúan como si fueran uno solo. La Comisión Europea propone la legislación aduanera de la UE y supervisa su aplicación. No hay derechos de aduana en las fronteras interiores y todos los productos circulan libremente dentro de la UE.

Los exportadores e importadores europeos son responsables del 22% del comercio mundial, por lo que se hace imprescindible la facilitación del comercio, definida como la simplificación y armonización de los procedimientos comerciales internacionales, incluyendo los procedimientos de importación y exportación.

El 10 de octubre de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea, el Reglamento (UE) nº 952/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de octubre de 2013, por el que se establece el Código Aduanero de la Unión. Dicho reglamento se adopta teniendo en cuenta varias consideraciones. Una de ellas es que la UE se basa en una Unión Aduanera. En interés de los operadores económicos y de las autoridades aduaneras de la Unión, se hacía aconsejable reunir la legislación aduanera en un código. Partiendo del concepto de un mercado interior, dicho código debe contener las disposiciones y procedimientos generales necesarios para garantizar la aplicación de

las medidas arancelarias y de las demás políticas comunes que se establezcan a nivel de la Unión para regular el comercio de mercancías.

Otra de las consideraciones a tener en cuenta es que la facilitación del comercio legítimo y la lucha contra el fraude exigen adoptar unos regímenes aduaneros y unos procedimientos simples, rápidos y uniformes. Con este fin se aprobó este reglamento que contiene 288 artículos y que en su artículo primero dispone *“1. El presente Reglamento establece el Código Aduanero de la Unión, que contiene las disposiciones y procedimientos generales aplicables a las mercancías introducidas en el territorio aduanero de la Unión o que salgan del mismo.”*

El Instituto Español del Comercio Exterior (ICEX), entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas, publica cada año la Guía de trámites y documentos de exportación. Es un instituto dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España y en ella se pueden consultar los principales documentos utilizados para las exportaciones y que son, principalmente:

1. Documentos comerciales

- Factura pro forma: Es un documento provisional emitido por el exportador con la finalidad de que el comprador disponga de información completa sobre los elementos que componen la operación.
- Factura comercial: Es el documento comercial más importante en el flujo de documentos de una operación de exportación. Lo emite el exportador.
- Lista de contenido: Es un documento de control que emite el exportador para detallar los bultos que componen una expedición.
- Factura aduanera: Documento emitido por el vendedor con fines estadísticos o informativos.
- Factura consular: Documento especial emitido por el exportador y visado por un consulado del país importador en la nación exportadora.
- Certificado de origen: Destinados a probar el origen de las mercancías.
- Cuadernos ATA y CPD: Es un documento de Admisión Temporal de mercancías.

2. Documentos de transporte

- Conocimiento de embarque marítimo: Se trata de un documento emitido por la empresa naviera donde consta que se ha recibido la mercancía para ser transportada al puerto de referencia en la nave que se indica.
- Conocimiento de embarque aéreo: Documento justificativo del contrato de transporte aéreo, por el que se reconoce haber recibido la mercancía y se obliga a transportarla al aeropuerto de destino.
- Carta de porte por carretera: Es un documento emitido por las empresas de transporte donde consta la recepción de la mercancía para su traslado al punto convenido.
- Cuaderno TIR: permite el tránsito de las mercancías a través de los países adheridos a este régimen, sin controles aduaneros.
- Carta de porte ferroviario: Regula el transporte internacional ferroviario entre dos países comunicados por líneas de ferrocarril.
- Conocimiento de Embarque Multimodal: El transporte multimodal es aquel que consiste en el traslado de la mercancía utilizando sucesivamente vehículos de la misma o distinta naturaleza pero bajo un único documento de transporte.

3. Documento de seguro

- Seguro de transporte: Con este documento se acredita la cobertura de riesgos derivados del transporte de la mercancía desde el lugar de expedición hasta el lugar de destino.

Además de esta documentación, en algunos casos, se requieren documentos y certificados específicos dependiendo de la mercancía que se desea exportar.

5. Creación de la Unión Europea

Originariamente la finalidad de la Comunidad Europea era promover un desarrollo armonioso de las actividades económicas en el conjunto de la Comunidad, una expansión continua y equilibrada, una estabilidad creciente, una elevación acelerada del nivel de vida y relaciones más estrechas entre los Estados que la integran, previendo como instrumentos para conseguir estas finalidades la instauración de un mercado común y el progresivo acercamiento de las políticas económicas de los Estados miembros, según Olesti (2000).

Con la entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea, se dotó de una mayor precisión, añadiendo la Unión Económica y Monetaria como instrumento necesario para la realización de estos objetivos.

La Unión Económica y Monetaria constituye una etapa avanzada del proceso de integración económica, en el que se distinguen varias etapas:

1. **Zona de comercio preferencial:** hay una reducción de aranceles aduaneros entre determinados países.
2. **Zona de libre comercio:** es la supresión de aranceles sobre algunos o todos los bienes entre los países participantes, lo que viene a ser una libre circulación de mercancías. Se entiende la eliminación de obstáculos arancelarios y no arancelarios a las exportaciones e importaciones comerciales de los productos originarios de los Estados miembros de la zona, manteniendo cada uno de los Estados su propia política arancelaria con respecto a los terceros Estados. (Olesti(2000)). Mercosur (Sudamérica) y NAFTA (USA, Canadá y México) son ejemplos de Zona de Libre Comercio.

3. **Unión Aduanera:** Se produce cuando un grupo de países se asocian para mantener los mismos aranceles sobre las importaciones procedentes del resto del mundo y se comprometen a no aplicar derechos a los intercambios que realizan entre sí. Las uniones aduaneras difieren de los acuerdos de libre comercio en que éstos solo eliminan los derechos de aduana entre los países firmantes, sin que exista concertación alguna en cuanto a los derechos sobre las mercancías procedentes de otros países. En la Unión Aduanera se establece un arancel exterior único respecto a las importaciones y exportaciones de terceros Estados. Se establece un arancel exterior común que satisfacen los productos provenientes de terceros Estados, independientemente del Estado de la unión por el que se introduce la mercancía.
4. **Mercado Común:** Este tipo de integración económica supone la existencia de una Unión Aduanera, pero con una liberalización de todos los factores de producción, es decir, libertad de circulación de bienes, servicios, capital y trabajo. Todo esto conlleva que no existan barreras en la entrada y salida de cada Estado miembro que se desplacen con una finalidad económica, mercancías, capitales y servicios.
5. **Unión Económica:** además de un mercado común, dispone de una Unión Aduanera. Los países integrantes de la Unión tienen políticas comunes en materia de reglamentación de productos, libertad de circulación de bienes, servicios y factores de producción (capital y trabajo), así como aduanas comunes. El mayor ejemplo de este tipo de Unión es la UE.
6. **Unión Monetaria:** está compuesta por dos o más países con una moneda única controlada por un Banco Central único. Para llegar a una Unión Monetaria es necesario que previamente haya Unión Económica y un elevado compromiso de permanencia y cooperación entre los Estados miembros. Ejemplo de Unión Monetaria es la Zona Euro, dentro de la UE.

La UE es una unión de 28 estados establecida bajo éste nombre siguiendo el Tratado de Maastricht en 1992. Durante este tratado, el Consejo Europeo tomó la decisión de formar una Unión Económica y Monetaria, dando un paso más en el proceso de integración económica, que se inició en 1957 con su fundación.

En 1957, Alemania Federal, Italia, Bélgica, Países Bajos, Luxemburgo y Francia firmaron el Tratado de Roma y constituyeron la Comunidad Económica Europea (CEE), creando un mercado común donde los productos podían circular libremente entre estos seis países. Este fue el principio de la UE.

Se denomina Estado miembro de la UE a cada uno de los países soberanos que forman parte de la UE confiriéndole competencias. Desde los seis Estados fundadores hasta su composición actual, la UE ha experimentado sucesivas ampliaciones hasta llegar a los veintiocho Estados miembros, por lo que sus fronteras se han extendido hasta abarcar en la actualidad la mayor parte del territorio continental bajo el gobierno común de la UE.

Tabla 3.1. Los veintiocho Estados miembro y su fecha de incorporación a la Unión Europea.

Pais	Fecha de incorporación
Alemania	25 de marzo de 1957
Bélgica	25 de marzo de 1957
Francia	25 de marzo de 1957
Italia	25 de marzo de 1957
Luxemburgo	25 de marzo de 1957
Países Bajos	25 de marzo de 1957
Dinamarca	1 de enero de 1973
Irlanda	1 de enero de 1973
Reino Unido	1 de enero de 1973
Grecia	1 de enero de 1981
España	1 de enero de 1986
Portugal	1 de enero de 1986
Austria	1 de enero de 1995
Finlandia	1 de enero de 1995
Suecia	1 de enero de 1995
Chipre	1 de mayo de 2004
Eslovaquia	1 de mayo de 2004
Eslovenia	1 de mayo de 2004
Estonia	1 de mayo de 2004
Hungría	1 de mayo de 2004
Letonia	1 de mayo de 2004
Lituania	1 de mayo de 2004
Malta	1 de mayo de 2004
Polonia	1 de mayo de 2004
República Checa	1 de mayo de 2004
Bulgaria	1 de enero de 2007
Rumania	1 de enero de 2007
Croacia	1 de julio de 2013

Fuente: Elaboración propia.

Los Estados miembros tienen distinto modelo político y territorial de gobierno pero comparten un compromiso político, económico y jurídico común asumido por todos en el marco de los Tratados de la UE. Todos ellos deben cumplir unos requisitos que establecen la obligatoriedad de poseer un gobierno democrático y libre mercado, asimismo reconoce los derechos y libertades de los ciudadanos.

Un elemento esencial en el funcionamiento de este mercado único es la Unión Aduanera. Solo puede funcionar cuando hay una aplicación uniforme de normas comunes en sus fronteras exteriores, lo que implica que las 28 administraciones aduaneras de la UE deben actuar como si fuera una (González, 2010).

Estas normas van más allá de la Unión Aduanera y se extienden a todos los aspectos de la política comercial, como el comercio preferencial, salud y controles ambientales, las políticas agrícolas y de pesca común, la protección de los intereses económicos y las medidas de política exterior.

6. Convenios comerciales

Los acuerdos son parte importante en la estrategia de la UE con respecto a terceros países en materia de cooperación aduanera. En ellos se especifica que ambas partes se esforzarán para la simplificación y armonización de los procedimientos aduaneros, teniendo en cuenta el trabajo realizado por las organizaciones internacionales, como la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y la Organización Mundial del Comercio (OMC).

- **Acuerdos de cooperación aduanera con la UE:**

ASEAN: En mayo de 1997 el Consejo autorizó a la Comisión a negociar acuerdos de cooperación aduanera en nombre de la UE con respecto a los países de la ASEAN (Brunei, Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam), teniendo en cuenta la comunicación de la Comisión de 1996 que alienta el refuerzo de la cooperación en áreas clave del desarrollo comercial y económico en el ámbito aduanero.

Canadá: La cooperación aduanera entre la UE y Canadá se basa en un acuerdo de 1998, que se está ampliando en el marco de un Acuerdo de Seguridad de la cadena de suministro firmado el 4 de marzo de 2013.

China: El acuerdo entre la UE y el gobierno de la República Popular China sobre cooperación y asistencia administrativa mutua en materia aduanera se firmó en La Haya en 2004.

Hong Kong: El volumen de comercio entre Hong Kong y la UE hace imprescindible la cooperación entre sus autoridades aduaneras. El 13 de mayo de 1999, la UE y Hong Kong firmaron un acuerdo de cooperación y asistencia administrativa en asuntos aduaneros.

India: el 28 de abril de 2004 se firmó en Bruselas un acuerdo con India sobre cooperación aduanera y asistencia administrativa.

Japón: Dada la importancia del comercio entre la UE y Japón, era vital firmar un acuerdo de cooperación y asistencia administrativa en materia aduanera para facilitar los flujos comerciales legítimos y aumentar la eficiencia de los controles. Dicho acuerdo se firmó el 30 de enero de 2008.

Corea: Fue el primer país de Asia en firmar un acuerdo de cooperación aduanera con la UE el 10 de abril de 1997.

Estados Unidos: La cooperación aduanera entre la UE y EEUU se basa en un acuerdo de 1997, ampliado a través de un acuerdo de 2004, una declaración conjunta sobre la cadena de suministro de seguridad de 2011 y una decisión sobre el reconocimiento mutuo de los programas de asociación comercial de 2012.

Turquía: En diciembre de 1995, entró en vigor el Acuerdo de Unión Aduanera entre la UE y Turquía, en el que se enmarcan las relaciones comerciales bilaterales. Además de la aplicación de un Arancel Externo Común, la Unión Aduanera prevé la alineación de la legislación turca con la normativa comunitaria en materia de regulación del mercado interior. Este acuerdo no cubre temas como la agricultura, comercio de servicios o contratación pública. Se limita a productos de exportación industriales y productos agroalimentarios transformados.

- **Acuerdos de Libre comercio suscritos por la UE:**

La UE mantiene numerosos acuerdos de libre comercio con países en todo el mundo. En estos acuerdos, además de proporcionar un tratamiento arancelario preferencial, se incluyen también cláusulas sobre facilitación del comercio y reglamentación comercial en diversos ámbitos.

- **Acuerdos de asociación Euromediterráneos (EUROMED):**

La zona de libre comercio euromediterránea se consigue a través de los acuerdos de libre comercio exterior con los terceros países mediterráneos. 2010 fue el plazo para instaurar progresivamente la zona de libre comercio euromediterránea, que debe incluir la parte esencial del comercio exterior, respetando las obligaciones derivadas de la OMC. Mediante este acuerdo se eliminan los obstáculos arancelarios y no arancelarios al comercio exterior y se prevé la liberalización progresiva del comercio exterior de productos agroalimentarios y de servicios. Estos acuerdos son:

- Acuerdo de Asociación entre la UE y Siria (2004)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE y Líbano (2002)
 - Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Jordania (2002)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE y Argelia (2002)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE y Egipto (2001)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE y Marruecos (2000)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE e Israel (2000)
 - Acuerdo de Asociación entre la UE y Túnez (1998)
-
- **Acuerdo de Cotonú, entre la UE y África, Caribe y el Pacífico (Estados ACP) (suscrito en 2000 y revisado en 2005)**

El principal objetivo de este acuerdo es promover y acelerar el desarrollo económico, social y cultural de los países de ACP, África, Caribe y Pacífico, contribuir a la paz y la seguridad y fomentar un entorno político estable y democrático.

Un elemento importante es el nuevo marco de interacción económica entre los países de ACP y la UE. El Acuerdo se ajusta a las normas de la OMC y permite a los Estados ACP participar plenamente en el comercio exterior.

- **Acuerdo de asociación económica entre la UE y CARIFORUM (2008)**

El Foro del Caribe (CARIFORUM) es un subgrupo de los Estados ACP, y sirve como base para el diálogo económico con la UE. Sus miembros son 15 Estados de la Comunidad del Caribe, junto con la República Dominicana. En él se refuerza las relaciones comerciales y económicas, apoyando una nueva dinámica comercial, mediante una

liberalización progresiva del comercio y reforzando, ampliando y profundizando la cooperación en todos los ámbitos relacionados con el comercio. El acuerdo de Cotonú y el presente acuerdo se aplican de forma que se complementan y refuerzan mutuamente.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y ASEAN (Asociación de Naciones del Asia Sudoriental) (en proceso desde 2009)**

Con el fin de promover los flujos de comercio internacional entre ambas regiones, ASEAN y la UE firmaron la Iniciativa Comercial Transregional UE-ASEAN, un mecanismo de diálogo sobre economía, negocios y comercio bilateral.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y el Consejo de Cooperación de los Estados del Golfo (suscrito en 1998 y en revisión desde 2002)**

El Consejo de Cooperación de los Estados del Golfo incluye los Estados de Arabia Saudita, Bahrein, Kuwait, Omán, Qatar y los Emiratos Árabes Unidos.

El principal objetivo es contribuir a reforzar la estabilidad en una región de importancia estratégica para la UE así como facilitar las relaciones políticas y económicas.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú) (2008)**

Este acuerdo busca lograr una progresiva y mutua liberalización de las áreas de intercambio comercial, que beneficie a ambas partes.

En 2008, la Comunidad Andina y la UE llegaron a un acuerdo marco flexible, en el que cada uno de los países de la Comunidad Andina podía elegir si entrar o no a cada uno de los aspectos del referido acuerdo. En este sentido, el acuerdo comercial entre Perú, Colombia y la UE fue suscrito en 2012. En 2014, Ecuador se unió al Acuerdo Comercial suscrito por Colombia y Perú con la UE.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y los países de América Central (Costa Rica, el Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) (2011)**

En este caso se garantiza el acceso preferencial al mercado europeo a todos los países centroamericanos que lo suscriben a la vez que incentiva el desarrollo sostenible. El acuerdo alcanzado abarca todos los aspectos de las relaciones entre las partes (diálogo político, cooperación y zona de libre comercio).

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Venezuela y Bolivia) (en negociaciones desde 2010)**

Tras una suspensión de seis años, la UE y MERCOSUR retomaron las negociaciones en 2010 para cerrar un acuerdo de libre comercio entre ambos bloques. Sin embargo, las medidas proteccionistas del gobierno argentino para defender su industria local y frenar las importaciones (denunciadas por EEUU y la UE ante la OMC) se convirtieron en un obstáculo.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y Corea del Sur (2010)**

Fue el primer acuerdo de comercio exterior de la UE con un país asiático. Abre nuevos caminos a la lucha contra importantes barreras no arancelarias en todos los sectores del comercio internacional: electrónica, automoción, farmacéutico y productos de exportación de consumo.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y Canadá (2013)**

En 2013, la UE y Canadá concluyeron con éxito las negociaciones del Acuerdo Económico y Comercial Global tras cuatro años de negociaciones. En él eliminan más del 99% de los aranceles, aumenta el acceso a mercados de bienes y servicios y proporciona nuevas oportunidades de inversión. Cubre prácticamente todos los sectores y aspectos del comercio entre Canadá y la UE. Debe ser ratificado por los países miembros de la UE y las provincias canadienses, y su entrada en vigor se estima para 2015.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y Chile (2003)**

La parte de este acuerdo dedicada a las relaciones comerciales abarca todos los ámbitos de las relaciones comerciales UE-Chile, e incluye el libre comercio de mercancías, de vinos y bebidas espirituosas, acuerdo sobre medidas sanitarias y fitosanitarias, libre comercio de servicios y contratación pública.

- **Acuerdo de libre comercio entre la UE y México (2000)**

Desde julio de 2000, está en vigor un tratado de libre comercio entre la UE y México que forma parte del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México-UE, busca fomentar el diálogo político e intensificar la cooperación entre ambas partes. Este tratado es amplio e integral y abarca el comercio exterior de productos y servicios.

- **Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y la UE**

La AELC es una organización intergubernamental creada para la promoción del libre comercio y la integración económica regional en beneficio de sus cuatro Estados miembros: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

Noruega, Islandia y Lichtenstein son también parte del Espacio Económico Europeo (EEE) con la UE, mientras que Suiza ha firmado una serie de acuerdos bilaterales de comercio exterior con la UE.

El EEE une a los 28 países de la UE y 3 países de la AELC en un mercado interior regido por las mismas reglas básicas. Estas normas tienen por objeto permitir a los productos, servicios, capitales y personas circular libremente por el EEE.

Concluyendo, los acuerdos de la UE con otros bloques económicos son importantes siendo una fuente de crecimiento económico, abriendo nuevos mercados y creando empleo.

Capítulo 4: Análisis de los determinantes del comercio europeo: Modelo de gravedad

1. Introducción

La intensificación de la competitividad ha hecho que el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés) realice un estudio de la facilitación del comercio, cuyo objetivo es medir el grado en el que los países analizados poseen los atributos necesarios para facilitar la libre circulación de bienes entre fronteras y su llegada a destino (WEF, 2008).

Como se ha dicho anteriormente, de acuerdo con la definición de la OMC, la facilitación del comercio es la simplificación y armonización de los procedimientos (actividades, práctica y formalidades) del comercio internacional, involucrado en el proceso de mover mercaderías a través de las fronteras. Por lo tanto, la facilitación del comercio se centra en la simplificación y racionalización de los procedimientos aduaneros y administrativos que se interponen en el comercio.

La facilitación de comercio reduce las posibilidades de tráfico ilegal, corrupción y fraude ya que los procedimientos ineficientes actúan como una barrera al comercio. También es un paradigma de buen gobierno en términos de transparencia, mejor regulación y trabajo conjunto del sector público y privado.

El WEF desarrolló en 2008 el primer Índice de Facilitación de Comercio (ETI, en sus siglas en inglés), que cubría 118 economías alrededor del mundo, buscando proveer una herramienta estratégica para medir una variedad de temas vinculados a las políticas gubernamentales que obstaculizaban el comercio con la pretensión de realizar revisiones anuales (Doherty et al, 2008).

El Informe de 2014 sobre la facilitación del comercio evalúa la calidad de las instituciones, las políticas y los servicios que facilitan el libre flujo de bienes a través de fronteras y de sus destinos. Incluye los puntos de referencia del desempeño de 138 economías en cuatro áreas fundamentales: acceso a mercados, la administración de las fronteras, infraestructura de transporte y comunicaciones, y normativa y entorno empresarial. El informe ayuda, a modo de referencia, a las economías a que se integren a las cadenas de valor mundiales y a las empresas en sus decisiones de inversión. Contextualiza políticas y proporciona una herramienta para monitorear el progreso en ciertos aspectos del comercio mundial.

Este estudio sirve para que los países con más dificultades en la exportación habiliten una serie de medidas con las que ampliar sus ganancias en materia de comercio internacional. El Centro de Investigación de Política Económica (CEPR, 2013) estima que los posibles beneficios económicos, siguiendo las indicaciones dadas por la Asociación Transatlántica de Comercio e Inversión (TTIP, Transatlantic Trade and Investment Partnership), supondrían un aumento del PIB anual de 313 millones de dólares a nivel mundial. Las propuestas de TTIP son, en su versión más ambiciosa del estudio: la eliminación total de los aranceles, una disminución del 25% de las barreras no arancelarias (BNA) en bienes y servicios y una reducción del 50% de los obstáculos no arancelarios en la contratación. La disminución de las barreras no arancelarias explicaría el 80% de los beneficios económicos.

De la misma manera, se estima que el PIB mundial anual podría aumentar hasta 104 mil millones de dólares si se aplica el Acuerdo de Asociación Transpacífica (TPPA) (Petri et al., 2011).

Asimismo, existen otros factores que ayudan a obtener mayores beneficios;

- Como ya se ha mencionado, la competitividad de las exportaciones, con una reducción de los costes, permite que las empresas locales sean más competitivas en mercados internacionales, aumentando su probabilidad de mantenerse o mejorar sus resultados.
- El desarrollo del sector privado e inversión directa en el extranjero. Reduciendo costes comerciales y barreras de entrada se atrae a inversores directos, para poder crear más puestos de trabajo y mejores prestaciones en los productos locales.
- La facilitación del comercio representa una oportunidad para estimular el crecimiento económico y el empleo a través de inversiones en el transporte y la infraestructura relacionada con el comercio.
- Por último, como otros muchos factores, la reducción del número de documentos requeridos para el comercio de mercancías es probable que reduzca tiempo, contribuya a exportar más, limite la corrupción y, por tanto, ayude a mejorar el rendimiento.

Siguiendo este contexto, el objetivo de este capítulo es analizar los componentes de las exportaciones europeas, siendo la variable más importante, en la que se va a centrar el modelo de gravedad, “*Enabling Trade Index*” (ETI).

El capítulo se estructura de la siguiente forma. En la sección 2 se describe el ETI y sus componentes. En la sección 3 se analizarán los datos y la muestra. En la sección 4 se detalla la metodología aplicada sobre las ecuaciones de gravedad. Y por último, en la sección 5 se analizarán los resultados obtenidos de las estimaciones y se resumirán las principales conclusiones de la investigación.

2. *Enabling Trade Index*

Las barreras al comercio obstaculizan la recuperación económica mundial porque muchos gobiernos no aplican reformas sencillas que podrían influir en gran medida sobre el crecimiento y el progreso social. El ETI proporciona una herramienta para supervisar la aplicación de estas medidas en el comercio internacional. Las medidas que incluyen son: mejoras en el acceso a los mercados, una eficiente administración fronteriza, mejores infraestructuras y telecomunicaciones y avance en regímenes regulatorios. Así pues, este indicador mide los factores y políticas que facilitan el flujo de bienes desde el momento que se introducen al territorio nacional de cada economía hasta su destino final, sirviendo de referencia para muchos países en sus esfuerzos por aumentar el comercio y para las empresas en la toma de decisiones de inversión.

Este informe se publica por primera vez en 2008 por el WEF, en principio sobre una base anual y actualizada cada dos años. En 2008 se crea la edición piloto que ha ido evolucionando y mejorando en los años posteriores. La metodología se mantuvo sin cambios durante las dos ediciones siguientes (2010 y 2012). Sin embargo, para la última edición publicada, 2014, se introdujeron algunas innovaciones para mejorar la solidez del marco y aumentar su relevancia. Como consecuencia de estos cambios, los resultados no son estrictamente comparables en el tiempo.

El ETI, como un indicador compuesto, es una recopilación de indicadores individuales en un solo índice. Ha evolucionado desde sus inicios, impulsado por la disponibilidad

de nuevos indicadores, la retroalimentación de datos de los últimos años y la evidencia de la teoría y literatura empírica. Este índice se divide en cuatro áreas o subíndices:

1. Acceso a los mercados. Mide el grado y la complejidad del régimen arancelario de un país. Resume en qué medida las políticas y el contexto cultural contribuyen a un sesgo hacia bienes internos. Incluye las barreras arancelarias y no arancelarias y la propensión al comercio, medida a través de la apertura a las reglas multilaterales del intercambio y las importaciones libres de impuestos.
2. Administración fronteriza. Evalúa la calidad, la transparencia y la eficiencia de la administración aduanera de un país.
3. Infraestructura. Una vez los bienes han ingresado en el país, se valora la disponibilidad y calidad de la infraestructura de transporte de un país, los servicios asociados y la comunicación necesaria para facilitar el movimiento de los bienes de la frontera hasta su lugar de destino. Existe una evidencia significativa de que el comercio depende de la distancia entre mercados y de los costes del transporte, por lo que se considera un aspecto fundamental en la facilitación del comercio.
4. Entorno operativo. Se evalúa el ambiente de negocios, considerando las regulaciones como las leyes laborales para contratar personal extranjero y legislación sobre la inversión directa extranjera, y la seguridad como la protección de los negocios contra el crimen, la incidencia del crimen, la violencia y la amenaza del terrorismo.

El informe afirma que alguna de estas áreas no puede ser tratada como acción independiente en el ámbito nacional, sino que requiere la cooperación y coordinación internacional, como pueden ser los sistemas de infraestructuras y comunicaciones que deben ser compatibles, así como el reconocimiento mutuo y la cooperación con respecto a estándares, especificaciones técnicas y evaluaciones de conformidad.

Estas cuatro áreas son, a su vez, subdivididas en pilares, obteniendo aspectos más específicos dentro de sus amplias temáticas:

- Área: Acceso al mercado:

- Pilar 1: Acceso al mercado nacional (6 indicadores). Incluye la tasa arancelaria, complejidad del índice de tarifas, la dispersión arancelaria, las crestas arancelarias, los aranceles específicos, número de aranceles diferenciados y la participación de las libres importaciones.
- Pilar 2: Acceso al mercado extranjero (2 indicadores). Evalúa las barreras arancelarias y el índice de margen de preferencia en los mercados de destino.
- Área: Administración fronteriza:
 - Pilar 3: Eficacia y transparencia de la administración fronteriza (11 indicadores). Se analiza en índice de servicios de aduanas, la eficiencia del proceso del despacho, número de días, número de documentos y coste para importar/exportar, pagos irregulares en las importaciones/exportaciones, tiempo de previsión de los procedimientos de las importaciones y el índice de transparencia de las aduanas.
- Área: Infraestructura:
 - Pilar 4: Disponibilidad y la calidad del transporte de infraestructuras (7 indicadores). Analiza la calidad de las infraestructuras viales (camino pavimentados), aéreas (disponibilidad de asientos internacionales), ferroviarias y portuarias (índice de conectividad de envío).
 - Pilar 5: Disponibilidad y calidad del transporte de servicios (6 indicadores). Complemento al Pilar 4, evaluando la presencia y la competencia de las compañías de transporte y logística del país, la facilidad, el coste y la puntualidad del envío.
 - Pilar 6: Disponibilidad y uso de las tecnologías y comunicación (TIC) (7 indicadores). Analiza el uso de la telefonía, internet y móvil por la población en general, las empresas y el gobierno. También tiene en cuenta la calidad de la conexión a internet y el acceso de banda ancha.
- Área: Entorno operativo:
 - Pilar 7: Funcionamiento (17 indicadores). Tiene en cuenta el nivel de protección de la propiedad, la calidad y la imparcialidad de sus instituciones, la disponibilidad de financiación, la apertura a la

participación en inversión extranjera y el nivel de seguridad ante la delincuencia y el terrorismo.

Con estos pilares se analizan 56 indicadores, en los que se basa el ETI. Se obtienen de varias organizaciones que proporcionan orientación y apoyo en el diseño, creación de nuevos indicadores e información y acceso a bases de datos. La lista de organizaciones que colabora en este informe son: el Centro de Comercio Internacional, el Global Express Association, el Banco Mundial, la OMC y United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), entre otros. Veintitrés de los cincuenta y seis indicadores se obtienen a través de una encuesta que realiza el WEF, Encuesta de Opinión Ejecutiva (EOS), y representa el 36% de la puntuación del ETI. La EOS se realiza anualmente y los resultados se utilizan, aparte de para calcular el ETI, para otros índices tales como el Índice de Competitividad Global, el Networked Readniss Index o el Índice de Competitividad Turística.

El cálculo del ETI se crea a través de la media aritmética de los indicadores individuales que componen cada pilar, transformándolos en una escala común que va del 1 al 7, siendo 7 el mejor resultado posible. Asimismo, una vez calculada la media de los indicadores de los pilares, se halla la media aritmética de las áreas, llegando finalmente a la puntuación del índice ETI.

En el último informe publicado, 2014, la cobertura aumentó de 132 a 138 economías, representando el 98,8% del PIB mundial. Ahora bien, no todas las economías disponen de datos para los 56 indicadores, el 62% tienen información de todos indicadores, el 29% les falta uno o dos, y al resto, son economías a las que les faltan más de cuatro indicadores. Las economías avanzadas aportan todos indicadores. Se caracterizan por ser facilitadores del comercio internacional, ya que sus aranceles son bajos, tienen administraciones, infraestructuras y telecomunicaciones desarrolladas, así como una buena regulación. Sin embargo, los países en desarrollo asumen un papel más destacado en la economía mundial y se están convirtiendo en los conductores del comercio. Un mayor nivel de ingreso, normalmente se asocia con una mayor puntuación ETI. A pesar de la fuerza de la relación entre ingreso y ejecución del ETI, hay excepciones donde las economías más abiertas, medidas por la suma de las importaciones y exportaciones y divididas por el PIB, se desempeñan mejor. Por

último, la brecha digital sigue siendo una clara diferencia entre economías avanzadas y el resto del mundo (WEF, 2013).

Tabla 4.1. The Enabling Trade Index 2014 ranking (15 primeros y 15 últimos).

Pais	Ranking	Score (1-7)	Pais	Ranking	Score (1-7)
Singapore	1	5.9	Chad	138	2.5
Hong Kong	2	5.5	Venezuela	137	2.8
Netherlands	3	5.3	Angola	136	2.8
New Zealand	4	5.2	Guinea	135	2.9
Finland	5	5.2	Zimbabwe	134	2.9
United Kingdom	6	5.2	Burkina Faso	133	2.9
Switzerland	7	5.2	Burundi	132	3.0
Chile	8	5.1	Iran	131	3.0
Sweden	9	5.1	Mongolia	130	3.0
Germany	10	5.1	Mauritania	129	3.0
Luxembourg	11	5.1	Yemen	128	3.0
Norway	12	5.1	Benin	127	3.1
Japan	13	5.1	Liberia	126	3.1
Canada	14	5.0	Haiti	125	3.1
United States	15	5.0	Nigeria	124	3.1

Fuente: Elaboración propia a partir del Global Enabling Trade Report 2014.

En la tabla 4.1. se compara el resultado de los países con mayor facilitación del comercio frente a las últimas posiciones del mismo. Se observa, como los países que encabezan la lista, están considerados países desarrollados o en crecimiento. Asimismo, el 40% de estos primeros puestos son estados Miembro de la UE. Por otro lado, los países que se encuentran en las peores posiciones, son países subdesarrollados en su mayoría, o bien, como es el caso de Venezuela o Irán, países orientados a la exportación ya que pertenecen a la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), sin embargo, a la hora de importar tienen infinidad de trabas para poder llevarse a cabo.

En definitiva, este índice crea un nuevo impulso para mejorar el comercio entre países y la eliminación de muchas barreras comerciales, como procedimientos fronterizos, costumbres de las instituciones o la falta de transparencia. De esta manera, el ETI proporciona una herramienta para identificar las fortalezas y debilidades de cada economía, así como el seguimiento para avanzar. Hay tres tipos de barreras comerciales que se evalúan en el ETI. Las medidas para reformar la administración

fronteriza y la mejora de los servicios de calidad y eficiencia de la logística, reciben una especial atención ya que, con poca inversión, se obtienen grandes beneficios. En cambio, el régimen de tarifas todavía presenta un importante obstáculo para el comercio internacional. Un gran número de barreras existentes pueden ser eliminadas de forma relativamente rápida a un bajo coste y usando un capital político limitado, estimulando, de esta manera, el intercambio.

3. Metodología y muestra

Los puestos más altos del ranking deberían ser ocupados por los países más desarrollados, sin embargo, en este índice no se corrobora esta afirmación. Los países que ocupan los primeros puestos son aquellos que tienen unas barreras de entrada más flexibles y favorecen el comercio internacional. Esto significa que los ingresos no son los determinantes para estar las mejores posiciones del índice.

La mejora del ranking dependerá de los gobiernos y su gestión para facilitar los cambios. Esos cambios deben abarcar: modernización de las aduanas, coordinación de las fronteras, mejora de las telecomunicaciones, invertir en tecnología y aumentar la infraestructura física, entre otros (Arvis et al., 2012). Así pues, los países mejor posicionados han apostado por el desarrollo de políticas que mejoran su acceso al mercado, infraestructuras, comunicaciones y entorno operativo y, de esta forma, tener mayores oportunidades de crecimiento, competitividad y diversificación en las exportaciones.

En términos generales los países europeos se encuentran bastante bien situados en el ranking ETI, entre los veinte primeros países hay nueve europeos (Países Bajos, Finlandia, Reino Unido, Suecia, Alemania, Dinamarca, Austria y Bélgica), siendo los peor situados Bulgaria y Rumania en los puestos 70 y 75, respectivamente. Destacar la posición de Países Bajos, situado en el tercer puesto, debido a que tiene la mejor infraestructura portuaria, así como otros mercados de transportes y TIC son de primera categoría. Igualmente, la transparencia y eficiencia en su administración fronteriza son excelentes (Tabla 4.2)

Tabla 4.2. The ETI 2014 ranking de los Países UE.

Pais	Ranking	Score (1-7)	Pais	Ranking	Score (1-7)
Países Bajos	3	5.3	Portugal	35	4.5
Finlandia	5	5.2	Chipre	37	4.4
Reino Unido	6	5.2	Eslovenia	38	4.4
Suecia	9	5.1	Rep. Checa	39	4.4
Alemania	10	5.1	Letonia	41	4.4
Luxemburgo	11	5.1	Lituania	44	4.4
Dinamarca	17	5.0	Polonia	45	4.3
Austria	18	5.0	Italia	47	4.3
Belgica	20	4.9	Hungria	50	4.3
Francia	21	4.9	Eslovaquia	55	4.3
Irlanda	26	4.8	Grecia	67	4.0
España	27	4.8	Bulgaria	70	4.0
Estonia	28	4.8	Rumania	75	3.9

Fuente: Elaboración propia a partir del Global Enabling Trade Report 2014.

4. Datos

Se va a utilizar el modelo de gravedad para hacer un análisis de los determinantes de las exportaciones europeas. Dicho modelo es considerado uno de los referentes más consolidados sobre estudios de comercio bilateral (Anderson, 1979; Bergstrand, 1985, 1989; Helpman y Krugman, 1985; Deardoff, 1995; Evenett y Keller, 1998; Anderson y van Wincoop, 2003; Martinez et al, 2012, entre otros). Los modelos de gravedad incluyen como variables explicativas las rentas de los países de origen y de destino, la población entre ambos y la distancia geográfica entre ellos. Asimismo, en esta ecuación se incluye la variable ETI y otras variables socioculturales, que pueden ser determinantes para explicar las relaciones comerciales (compartir idioma, frontera o tener vínculos coloniales). Se utiliza el modelo de gravedad con una ecuación logarítmica, ya que es la más utilizada en los estudios de comercio bilateral. Su expresión es la siguiente:

$$\text{Log}(X_{ij}) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}(D_{ij}) + \beta_2 \text{Log}(Y_i) + \beta_3 \text{Log}(Y_j) + \beta_4 \text{Log}(P_i) + \beta_5 \text{Log}(P_j) + \beta_6 \text{Log}(\text{ETI}_{ij}) + \beta_7 \text{Log}(\text{ETI}_j) + \beta_8 F_{ij} + \beta_9 I_{ij} + \beta_{10} C_{ij} + u_{ij} \quad (1)$$

Donde:

X_{ij} : Cantidad exportada del país i al país j

D_{ij} : Distancia entre el país i y j

Y_i : PIB del país i

Y_j : PIB del país j

P_i : Población del país i

P_j : Población del país j

ETI_i : Enabling Trade Index para el país i

ETI_j : Enabling Trade Index para el país j

F_{ij} : Toma el valor 1 cuando existe frontera entre el país i y j, siendo 0 en caso contrario

I_{ij} : Toma el valor 1 cuando comparten idioma el país i y j, siendo 0 en caso contrario

C_{ij} : Toma el valor 1 cuando existe relación colonial entre el país i y j, siendo 0 en caso contrario

Según muestra la ecuación (1) el volumen de exportación está definido con variables económicas, geográficas y demográficas. Se parte de la base de que todas las variables utilizadas tienen un impacto significativo para la relación comercial entre países y que los signos son coherentes según los principios de la teoría económica (Tinbergen, 1962 y Pöyhönen, 1963 a, b). Teóricamente y según los determinantes del comercio, la probabilidad de que la estimación de la variable distancia (β_1) entre países tenga signo negativo es muy elevada, por lo que se supone que a una mayor distancia menor será el volumen comercial. De tal manera que cuánto más cerca, se generen mejores relaciones comerciales entre ambos países. Los coeficientes del PIB deberían ser positivos tanto para el exportador como el importador (β_2 y β_3), ya que un mayor volumen de ingresos supone una mayor solidez de importaciones y exportaciones. En cuanto al coeficiente de la población, haciendo referencia a ambos, exportador e importador (β_4 y β_5), pueden generar un signo ambiguo, positivo o negativo, ya que un país puede estar muy poblado pero no estar lo suficientemente desarrollado como para poder exportar con facilidad, o por el contrario, ser un país poco poblado pero tener un buen desarrollo económico y de esta manera exportar elevadas cantidades. Siguiendo el objetivo del proyecto, se incluye al modelo de gravedad el ETI, del exportador e importador, siendo sus coeficientes (β_6 y β_7) y esperando signos positivos en ambos casos. Por último, se representan las similitudes sociales y culturales que puedan existir entre los países analizados gracias a las variables ficticias.

Para la muestra se utilizan 26 países exportadores pertenecientes a la UE y 97 países importadores sobre los que el WEF publica el ETI. La información referente a las exportaciones, valorada en dólares, esta extraída de una de las bases de datos más completas y detalladas del comercio internacional con datos desde 1962 (Puertas et al., 2014). Esta base de datos se llama *Comtrade* (Naciones Unidas). Los kilómetros que marcan la distancia entre un país y otro se ha calculado como la longitud de una línea recta entre capitales. Los datos del PIB, expresado en dólares, se obtienen de la base de datos de Naciones Unidas, mientras que los datos de la población se obtienen del Banco Mundial. Finalmente, el conjunto de las variables ficticias, frontera, idioma y colonia, han sido adquiridas del CEPII (*Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationals*).

5. Resultados

A continuación se muestran los resultados de la ecuación (1). Estos se recogen en la Tabla 4.3. Añadir que las variables explicativas han sido estandarizadas para unificarlas en una única unidad de medida y de esta manera poder compararlas entre sí.

Tabla 4.3. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014).

Coeficientes estimados	
Distancia	-0,261***
PIB export	0,372***
PIB import	0,635***
Población export	0,158***
Población import	-0,034**
ETI export	0,136***
ETI import	0,074***
Frontera	0,027***
Lengua	0,045***
Colonia	0,006
R²	79,58%

Nota: *p-value <0,1 , ** p-value <0,05 , ***p-value <0,01

Fuente: Elaboración propia.

La variable PIB del importador es la que más peso tiene en la determinación de las exportaciones, siendo lógico porque la riqueza del comprador es un factor clave en las demandas del mismo. La variable colonia en este modelo resulta no significativa, por lo que el hecho de que dos países sean colonias, según estos datos, no explica nada. En cambio, tanto la variable lengua como la variable frontera sí indican una relación estrecha con la exportación, si dos países comparten frontera o lengua su relación comercial será mayor. En cuanto a la variable distancia, corrobora la afirmación, a mayor distancia entre países menor comercio. Por esta razón, el signo es negativo debido a la relación inversa que existe entre ambas. Es importante destacar, el signo negativo de la variable población del importador, lo que significa que a mayor población del país importador menor comercio. En el periodo analizado, el ETI resulta significativo y positivo. Asimismo, tiene más impacto en la relación comercial el ETI del exportador que el del importador. Concluyendo, si el país exportador tiene una elevada población y ETI, se prevé un mayor volumen en las exportaciones. Por último, el modelo llega a explicar el 79,5% de la variabilidad del comercio entre países y está en línea con los resultados obtenidos en otros trabajos de la literatura.

A continuación, y para concretar, se ha hecho una división en bloques de los 26 países europeos analizados, basados en su ETI, se ha calculado la media y creado dos bloques a partir de ella. Por un lado, se obtendrán los resultados de la ecuación (1) del Bloque 1: Países Bajos, Finlandia, Reino Unido, Suecia, Alemania, Luxemburgo, Dinamarca, Austria, Bélgica, Francia, Irlanda, España y Estonia, todos ellos por encima de la media. Destacar su riqueza y alto índice de exportación, asimismo, son países asentados en la UE, ya que, en su mayoría, fueron los creadores de la Comunidad Europea.

Tabla 4.4. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014) – Bloque 1.

Coeficientes estimados	
Distancia	-0,180***
PIB export	0,394***
PIB import	0,683***
Población export	0,157***
Población import	-0,028
ETI export	0,034**
ETI import	0,068***
Frontera	0,006
Lengua	0,065***
Colonia	0,015
R²	81,13%

Nota: *p-value <0,1 , ** p-value <0,05 , ***p-value <0,01

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos con este bloque son similarmente significativos, el modelo llega a explicar el 81,1% de la variabilidad del comercio entre países. Asimismo, hay tres variables que no resultan significativas: la población del importador, la frontera y la colonia. Estos países son competitivos independientemente de las fronteras, colonias y el número de habitantes del país al que van a exportar. La variable lengua tiene una estrecha relación con el comercio, así pues, existirá mayor trato con aquellos países que compartan lengua. Las variables ETI son significativas y positivas, sin embargo, tiene más impacto el ETI del importador que el del exportador, por lo que el país importador tiene mayor facilidad del comercio. Estas facilidades pueden estar relacionadas con la simplicidad de acceso al mercado, una buena administración de las aduanas, calidad en las infraestructuras o un buen funcionamiento del entorno operativo.

Por otro lado, se muestran los resultados obtenidos de la ecuación (1) para el bloque 2: Portugal, Chipre, Eslovenia, Republica Checa, Letonia, Lituania, Polonia, Italia, Hungría, Eslovaquia, Grecia, Bulgaria y Rumania, todos ellos por debajo de la media. Son países que se incorporaron a la UE en 2004 y 2007, por lo que son países de nueva incorporación.

Tabla 4.5. Coeficientes estimados del modelo de gravedad (2014) – Bloque 2.

Coeficientes estimados	
Distancia	-0,354***
PIB export	0,238***
PIB import	0,657***
Población export	0,245***
Población import	-0,049**
ETI export	0,103***
ETI import	0,081***
Frontera	0,037**
Lengua	-0,013
Colonia	0,004

R ²	75,82%
----------------	--------

Nota: *p-value <0,1 , ** p-value <0,05 , ***p-value <0,01

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados manifiestan un alto grado de significatividad en la mayoría de los coeficientes, del mismo modo, tienen más peso las variables del exportador. Tanto la variable lengua como colonia no son significativas. El PIB del importador tiene una elevada influencia positiva en las exportaciones, de la misma manera, la distancia afecta negativamente a las mismas, por lo que, a mayor distancia, menor relación comercial. En este caso, es más importante la facilitación del comercio del exportador que del importador, como determinantes del volumen de comercio. La variable población importador, muestra signo negativo, lo que tiene una relación inversa, a mayor población menor relación comercial.

Capítulo 5. Conclusiones

Este proyecto se ha realizado para saber cuán de importante son las exportaciones en la UE y cuál es el papel del comercio exterior en la actual crisis económica. Durante esta etapa de recesión mundial el PIB ha caído por debajo de los índices de crecimiento, lo que ha obligado a los países a tomar medidas drásticas, ocasionando graves prejuicios sociales. La UE ha apostado por el comercio exterior como una vía para remontar esta situación.

La UE se encuentra en una posición internacional privilegiada. Por un lado, el ser un mercado único le facilita enormemente las relaciones con el exterior. Se trata de un gran ente capaz de negociar en las mismas o mejores condiciones que el resto de mercados desarrollados, como EEUU, Japón o China. Asimismo, tiene acuerdos con otros países y asociaciones que le permiten abrir su comercio exterior. La UE sigue trabajando para ampliar esta red de acuerdos y estandarizar los procesos con esos mercados, disponiendo de una legislación aduanera común para todos sus miembros que le proporciona una situación aventajada frente al resto de potencias.

Por otro lado, a nivel interno, las relaciones intracomunitarias carecen de trabas comerciales, derechos aduanas, o cualquier otra cuestión que podría dificultar y encarecer las transacciones. Las mercancías circulan libremente entre los Estados miembros facilitando las compras y ventas entre los países.

Con objeto de poder aportar datos cuantitativos de la situación que atraviesa el comercio de la UE, se ha estimado un modelo de gravedad agrupando los países de la Unión en dos bloques según su nivel de facilitación del comercio, utilizando como referente el índice *Enabling Trade Index* (ETI), publicado bianualmente por el Banco Mundial. Los resultados obtenidos en la estimación revelan que el bloque 1, formado por países de primera incorporación en la UE, tienen productos de fácil colocación en el mercado mundial. Mientras que el bloque 2, integrado por los países de nueva incorporación, precisan de mayores esfuerzos para mejorar sus exportaciones y subir posiciones en el ETI. A pesar de estos resultados, la estimación del bloque 1 revela que los productos de la UE están bien posicionados a nivel internacional, suponiendo una herramienta de gran ayuda para superar la recesión económica que atraviesa.

Sin embargo, sólo la mitad de los países analizados están en las primeras 30 posiciones del ranking ETI, es necesario que las políticas comunitarias sigan trabajando en esta

línea con el objetivo de avanzar posiciones. Los responsables de cada gobierno deberían actualizar las agendas de facilitación del comercio, centrándose en eliminar los obstáculos que ralentizan las relaciones exteriores, y de esta manera poder aumentar su comercio exterior, y así lograr un mayor crecimiento económico.

Bibliografía

ACOSTA, G. (2012). "Formas de entrada a mercado extranjero. Exportaciones" en *SlideShare*, 4 de Septiembre. <<http://es.slideshare.net/gianellaacostac/formas-de-entradas-a-mercado-extranjero-exportaciones>> [Consulta: 7 de Enero de 2015]

ALADI-ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA y DE INTEGRACIÓN DE COLOMBIA. (2012). Que los Gobiernos. Secretaría General. *Funcionamiento del Sistema de Compensación Multilateral*. Montevideo: Aladi, 2012.

ANDERSON, J., y VAN WINCOOP, E. (2003). "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle", *American Economic Review*, 93(1), 170-192.

ANDERSON, J.F. (1979). "A Theoretical Foundation to the Gravity Equation", en *American Economic Review*, 69(1), 106-116.

ARAHUETES, A. y STEINBERG, F. (2013). La internacionalización como palanca para salir de la crisis. *Documento de trabajo*, 2013, no 5.

ARVIS, J.F., MUSTRA, M., OJALA, L., SHEPHERD, B. y SASLAVSKY, D. (2012). Connecting to Compete: *Trade logistics in the global economy*. Word Bank: Washington.

AULAKH, P.S., ROTATE, M. y TEEGEN, H. (2000). Export strategies and performance of firms from emerging economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of management Journal*, 2000, vol. 43, no 3, pp. 342-361.

BALDWIN, R. (2009). *The Great Trade Collapse: Causes, Consequences and Prospects*. London: Centre for Economic Policy Research.

BALDWIN, R. y HARRIGAN, J. (2007). *Zeros, quality and space: Trade theory and trade evidence*. National Bureau of Economic Research, 2007.

BENDINI, R. (2013). “Las relaciones exteriores de la UE” en *Fichas técnicas sobre la Unión Europea*, 34, pp. 534 - 596.

BENDINI, R. (2014). “Las relaciones comerciales exteriores” en *Fichas técnicas sobre la Unión Europea*, 35, pp. 531 - 651.

BERGSTRAND, J.H. (1985). “The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence” en *Review of Economics and Statistics*, 71, pp. 143 – 153.

BERGSTRAND, J.H. (1989). “The Generalized Gravity Equation, Monopolistic Competition, and de Factor – Proportions Theory in International Trade” en *The Review of Economics and Statistics*, 67, pp. 474 – 481.

BESEDEŠ, T. y PRUSA, T. J. (2011). “The role of extensive and intensive margins and export growth” en *Journal of Development Economics*, 2011, vol. 96, no 2, pp. 371-379.

BONET, A. (2012) “Luces y sombras del sector exterior: la competitividad de las exportaciones españolas” en *Presentation at the Elcano Royal Institute*, 2012, vol. 25, pp. 205 – 211.

CAMARASA, V. (2013). “Balanza comercial y Balanza de pagos” en *Geobiombo*, 12 de Marzo. < <https://vicentecamarasa.wordpress.com/2013/03/12/balanza-comercial-y-balanza-de-pagos/> > [Consulta: 17 de Febrero de 2015]

CARDENETE, M.A. (2012). “Entorno Económico” en *Wikilibro EOI*. < http://www.eoi.es/wiki/index.php/Entorno_econ%C3%B3mico > [Consulta: 17 de Febrero de 2015]

CEPR. (2013). *Centro de Investigación de Política Económica*. <http://cepr.org/> [Consulta: 25 de Mayo de 2015]

Código Aduanero de la Unión. (2013). Reglamento (UE) nº 952/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de octubre de 2013, por el que se establece el código aduanero de la Unión. (DOUE, 10-octubre-2013)

CUADRAS-MORATÓ, X. y GABAU, J. “La variedad y la calidad de las exportaciones españolas” en *Cuadernos económicos de ICE*, 2008, no 76, pp. 147-166.

DANIELS, J D. y RADEBAUGH, L H. (2000). “*Negocios internacionales*”. Addison-Wesley.

DEARDOFF, A.V. (1995). “*Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassic World?*” en National Bureau of Economic Research Working Paper 6529.

DESTATIS. (2014). *Oficina Federal Estadística de Alemania*. <https://www.destatis.de/EN/Homepage.html> [Consulta: 23 de Julio de 2014]

DOERTHY, S., QIN, H., LAWRENCE, R., BLANKE, J., DRZENIEK, M. y MOAVENZADEH, J. (2008). “The Global Enabling Trade Report 2008” en *World Economic Forum*, Suiza.

DORNBUSCH, R. y EDWARDS, S. (1990). “Macroeconomic populism” en *Journal of Development Economics*, 1990, vol. 32, no 2, pp. 247-277.

ECODATA. (2015). EL ECONOMISTA. *Exportaciones por países (PIB)*. <http://ecodata.eleconomista.es/paises/> [Consulta: 4 de Marzo de 2015]

EICHENGREEN, B. y O’ROURKE, K. (2009). K. A tale of two depressions. VoxEU. org, 2009, vol. 6.

EUROSTAT. (2013). *Oficina Estadística de la Comisión Europea*. < <http://ec.europa.eu/eurostat> > [Consulta: 23 de Julio de 2014]

EVENETT, S. y KELLER, W. (1998). “On Theories Explaining the Success of the Gravity Equation” en National Bureau of Economic Research, Working Paper 6529.

FLORES, G. (2012). “¿Pueden las exportaciones sacarnos de la crisis?” en *Nueva Tribuna*, 23 de Septiembre.

<<http://www.nuevatribuna.es/opinion/gabriel-flores/-pueden-las-exportaciones-sacarnos-de-la-crisis/20120923195737081458.html>> [Consulta: 13 de Junio de 2014]

GONZÁLEZ, M. J., RODRÍGUEZ, A. y TELLO, P. (2012). “La respuesta de las empresas exportadoras españolas a los cambios del comercio mundial (2008-10)” en *Boletín Económico del Banco de España*.

GONZÁLEZ, L. M. (2010). “Las libertades comunitarias como límites a la capacidad normativa de los Estados miembros en materia de impuestos directos: la doctrina del Tribunal de Justicia” en *Instituto de Estudios Fiscales*, vol. 10.

GONZÁLEZ, M. J. y CALOCA, A. (2010). “Las características de las empresas españolas exportadoras de servicios no turísticos” en *Economic Newsletter*.

GROSSMAN, G. M. y HELPMAN, E. (1993) “*Innovation and growth in the global economy*” en The MIT press, Cambridge, MA/London.

HELPMAN, E. y KRUGMAN, P. (1985). “*Market Structure and Foreign Trade. Increasing Returns, Imperfect Competition and the International Economy*” en. The MIT Press, Cambridge, MA/London.

HIDALGO, C A. y HAUSMANN, R. (2009). “The building blocks of economic complexity” en *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 106, no 26, pp. 10570-10575.

JARILLO, J. C., ECHEZÁRRAGA, J. y MARTÍNEZ, I. (1991).” *Estrategia internacional*” en McGraw Hill, pp. 167 - 171.

JIMÉNEZ-GÁLVEZ, J. (2013). “La UE logra el primer superávit comercial en un semestre desde 1999” en *El País* (2-IX-2013) 25

KEATING, D. (2008). “La crisis de 2008 explicada” en *CafeBabel*, 7 de Octubre.

<<http://www.cafebabel.es/politica/articulo/la-crisis-economica-de-2008-explicada.html>> [Consulta: 10 de Junio de 2014]

KRELL, H. (2013). “Alianza estratégica” en *Negocios Internacionales*, 19 de Junio.

<<http://negociosycontratosinternacionales.blogspot.com.es/2013/06/que-es-una-alianza-estrategica-por.html>> [Consulta: 26 de Enero de 2015]

KRUGMAN, P. R., OBSTFELD, M, y MORENO, Y. (1999). “Economía internacional: teoría y política” en McGraw-Hill, pp. 89-96.

LAFFAYE, S. (2009). “Evolución reciente de la economía internacional” en *Centro de Economía Internacional. Revista del CEI*, no 14.

MÁÑEZ, J.A., SILVENTE, F. R., BARRACHINA, M. E. R. y LLOPIS, J. A. S. (2011) “El papel de los márgenes extensivo e intensivo en el crecimiento de las exportaciones manufactureras españolas por sectores tecnológicos” en *Cuadernos económicos de ICE*, no 82, pp. 63-83.

MARTINEZ, V., BENGOA, M. y SANCHEZ – ROBLES, B. (2012). “Unión Europea e integración comercial: ¿Resulta relevante el efecto frontera?” en *Revista de Economía Mundial*, 32, pp. 175 – 188.

MINONDO, A. (2011). “Las exportaciones y la recuperación económica” en *Economistas*, vol. 29, no 126, pp. 61-68.

MYRO, R. y FERNÁNDEZ – OTHEO, C. (2008). “Globalización y deslocalización. Importancia y efectos para la industria española” en *Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid*, vol. 19.

MYRO, R. S. (2008) “Deslocalización de empresas e inversión extranjera directa en la industria española” en *Papeles de economía española*, no 116, pp. 184-202.

MYRO, R. S. (2011). “Crisis económica y modelo productivo” en *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, no 863, pp. 79-96.

MYRO, R. S. (2012). “La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes” en *Economistas*, vol. 30, no 130, pp. 39-47.

MORA, E. y CASAS, P. (2011). “Diversificación, precios y calidad de las exportaciones españolas: una comparación a nivel europeo” en *Cuadernos económicos de ICE*, no 82, pp. 31-61.

OLESTI RAYO, A.(coord.), ABELLÁN, H y VILÀ, B.(dir.). (2000) *Lecciones de Derecho Comunitario Europeo*.

Organización Mundial del Comercio. <https://www.wto.org/indexsp.htm> [Consulta: 3 de Enero de 2015]

OSORIO – BENITO, Diana; PERIS-ORTIZ, Marta; RUEDA-ARMENGOT, Carlos. *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados exteriores*. 2013.

PÉREZ, F.L., SANMARTÍN, E. R., FERNÁNDEZ, X. M. B., y GARCÍA, A. N. (2007). “Influencia de la estrategia de expansión internacional y de las características empresariales sobre el resultado exportador de la empresa” en *Información Comercial Española, ICE: Revista De Economía*, no 837, pp. 255-272.

PERIS, M. L. y MESTRE, M. J. (2010). “La estrategia exportadora de la empresa y su relación con el resultado internacional” en *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 16, no 1, pp. 15-29.

PETRI, P.A., PLUMMER, M.G. y ZHAI, F. (2011). “*The trans Pacific Partnership and Asia Pacific Integration: A Quantitative Assessment*” en Working Paper 119. Honolulu: East West Center.

PÖYHÖNEN, P. (1963a). “A Tentative Model for the Volume of Trade Between Countries” en *WeltwirtschaftlichesArchiv*, pp. 93-99.

PÖYHÖNEN, P. (1963b). “Toward a General Theory of International Trade” en *EkonomiskaSamfundetsTidskrift*, 16, pp.69 – 78.

PUERTAS, R.M., MARTÍ, M.L. y GARCÍA, L. (2014). “Índice de desempeño logístico: Exportaciones Europeas” en *Revista de Economía Mundial*, 38, 2014.

RAE. (2014). REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. *Exportación*.< <http://www.rae.es/> > [Consulta: 4 de Marzo de 2015]

RODRÍGUEZ, C. J. y BENITO, L. E. (2011). “La financiación de las relaciones salariales: una perspectiva internacional”.

SARMIENTO DEL VALLE, S. (2014) “Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes”.

TINBERGEN, J. (1962). “*Shaping the World Economic: Suggestions for International Economic Policy*” en New York: The Twentieth Century, Inc.

VALLEJO, E. (2011). “Formas de entradas en mercados exteriores. Mercado Internacional” en *SlideShare*, 23 de septiembre.

<<http://es.slideshare.net/esvara/formas-de-entrada-en-mercados-exteriores-mercadeo-internacional> > [Consulta: 7 de Enero de 2015]

VEGA CRESPO, J. y ÁLVAREZ LÓPEZ, M. (2011). “Estrategias de competitividad exterior de la economía española” en *Principios: Estudios de Economía Política*, no 18, pp. 27-30.

VEGA, Y. M. (2011). “La crisis económica mundial y su impacto en el comercio internacional” en *Contribuciones a la Economía*, no 2011-07.

WEF. (2008). *World Economic Forum*. <http://www.weforum.org/> [Consulta: 05 de Mayo de 2015]

WEF. (2013). *World Economic Forum*. <http://www.weforum.org/> [Consulta: 05 de Mayo de 2015]