

LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS AL MERCADO MARROQUÍ: IMPLICACIONES DE LA ZONA DE LIBRE COMERCIO

M^a. del Mar Holgado Molina
Juliette Milgram Baleix
M^a. del Sol Ostos Rey (*)

1. INTRODUCCIÓN

Las relaciones diplomáticas entre España y Marruecos han atravesado numerosas dificultades en el último año y medio; todo ello, a pesar de la importancia de los intereses económicos y comerciales, así como sociales, existentes entre ambos países. Ahora que la situación política bilateral parece irse normalizando, resulta oportuno revisar los fundamentos económicos de las relaciones hispano-marroquíes.

La instauración de una zona de libre comercio (ZLC) entre la UE y Marruecos abre una nueva fase en las relaciones. La progresiva liberalización unilateral del mercado marroquí frente a las manufacturas comunitarias puede generar un impacto comercial sobre los países de la UE, entre ellos España, a través de la previsible creación o desviación de comercio. Así, ante dicho proceso de integración surgen nuevas oportunidades para el empresario español, que debe hacer un esfuerzo por mejorar su cuota de mercado, como corresponde a su situación geográfica y a sus lazos históricos con el país alauita. El objetivo de este trabajo es evaluar el impacto que puede generar la ZLC euromarroquí sobre las exportaciones españolas, precisando en qué sectores es susceptible que incrementen su cuota de mercado. Para ello realizamos un análisis de la competitividad de los productos españoles frente a los del resto de países de la UE.

Según dictan las teorías de la integración económica internacional, la eliminación de las barreras comerciales estimula un ajuste en los flujos de comercio (también de factores productivos) dentro y fuera del área integrada, que normalmente implica un aumento del peso relativo de las relaciones con los países miembros en detrimento del resto

del mundo. La desviación de los flujos hacia el área integrada es una consecuencia lógica del abaratamiento de los precios de importación de los productos de los socios (derivado de la desaparición de obstáculos al comercio), respecto a las importaciones de terceros países. Del mismo modo, la integración puede generar creación de comercio derivada de la mayor competencia que suponen los países miembros para los productores nacionales.

La previsible creación o desviación de comercio que generará la integración euromarroquí se podría traducir en un aumento de las exportaciones comunitarias a Marruecos (no así de sus importaciones, liberalizadas desde hace décadas). La posibilidad de que esta reorientación de las compras de Marruecos beneficie especialmente a España dependerá del nivel de competitividad de sus productos frente a los competidores europeos.

Para poder discernir el grado de competitividad de las exportaciones españolas y prever el impacto comercial sobre España del proceso de integración es preciso analizar la estructura de sus ventajas comparativas, así como analizar su tipología comercial (comercio interindustrial e intraindustrial) y su posicionamiento en los distintos segmentos calidad/precio, en comparación con la estructura que presentan los principales competidores de España en la búsqueda de una mayor cuota de mercado en el país magrebí. No debemos olvidar que las teorías del comercio internacional defienden que los resultados de la integración están estrechamente ligados a las estructuras de mercado.

Este trabajo se estructura del siguiente modo:
1) Presentamos un análisis del calendario de dismantelamiento arancelario marroquí, que nos permitirá precisar qué sectores podrán generar mayo-

CUADRO 1
DESMANTELAMIENTO ARANCELARIO MARROQUÍ POR SECTORES
 Porcentajes

	ARANCELES PROGRAMADOS				PESO DE LA UE EN LAS M MARROQUÍES (1)		PESO DE LAS M LIBERALIZADAS			ARANCELES PONDERADOS INICIALES		
	Inicial	2000	2005	2012	UE	RM (2)	2000	2005	2012	UE	RM (2)	Total
	Agricultura	44,1	43,9	43,4	43,4	38,9	61,1	0,0	0,0	0,0	38,6	35,3
Ind. extractivas.....	23,8	15,0	1,5	0,0	3,6	96,5	0,5	3,4	3,6	20,0	17,5	17,6
Energía.....	23,8	17,6	1,7	0,0	51,4	48,6	0,0	3,0	51,4	22,7	19,2	21,0
Agroalimentario.....	68,2	66,5	62,0	56,9	33,2	66,8	1,0	2,7	9,1	70,3	69,1	69,5
Textil, confecc., cuero.....	44,0	43,3	28,9	0,0	71,9	28,1	0,0	16,3	71,9	38,4	27,4	35,3
Otras manufacturas.....	38,1	32,7	15,7	0,1	71,0	29,0	1,2	16,9	71,0	37,3	31,4	35,6
Metal, eléctrico.....	20,4	13,7	5,3	0,0	74,0	26,0	29,8	44,8	74,0	19,7	18,1	19,3
Química.....	26,8	21,3	7,5	0,0	71,1	28,9	1,3	32,3	71,1	26,9	20,9	25,1
Total.....	33,7	29,2	18,2	7,2	56,5	43,5	11,0	23,5	50,4	28,7	28,5	28,6

(1) Calculado a partir de la media 1993-1996.

(2) Resto del mundo.

Fuente: Milgram (2001). Los aranceles utilizados son los de 1996.

res efectos comerciales. 2) Se realiza un análisis comparativo de los puntos fuertes y débiles de las exportaciones españolas a Marruecos frente a sus principales competidores. Esto nos permitirá conocer el grado y tipo de competencia existente y, por tanto, prever el impacto de la ZLC. 3) Para obtener una evidencia adicional sobre el grado de competitividad relativa en el mercado marroquí, se estudia la entidad y naturaleza del comercio intraindustrial (con diferenciación horizontal y vertical). 4) Se clasifican las exportaciones en segmentos de calidad/precio: productos de gama baja, alta o media, y 5) Destacamos las principales conclusiones.

2. CALENDARIO DE DESMANTELAMIENTO ARANCELARIO DE MARRUECOS

La progresiva instauración de la ZLC, entre 2000 y 2012, abarcará básicamente los flujos de productos industriales, ya que sólo prevé la liberalización gradual del sector agrícola mediante un régimen de acceso preferente recíproco. No obstante, la negociación del capítulo agrícola sigue aplazada, debido a las fuertes implicaciones que puede tener para la producción de determinadas regiones de la UE, entre ellas las españolas.

Marruecos eliminará progresivamente las barreras arancelarias que venía aplicando a los productos industriales comunitarios. Se trata de una liberalización unilateral pues, ya desde 1976, las manufacturas marroquíes han gozado de un acceso libre a la UE, exceptuando los textiles. Por el contrario, hasta la puesta en marcha de la ZLC,

los productos comunitarios, y por tanto españoles, sólo gozaban en el mercado marroquí de la cláusula de nación más favorecida. En definitiva, la gran novedad de la asociación es que las relaciones dejan de ser preferenciales a tener cierta reciprocidad.

Marruecos reducirá su arancel medio sobre las importaciones de la UE desde un 33,7 por 100 inicial hasta un 7,2 por 100 (cuadro 1). Además, debido a que sus importaciones industriales proceden mayoritariamente de la UE, al final del período transitorio previsto el 50 por 100 de las importaciones totales marroquíes estarán completamente liberalizadas y la casi totalidad de las compras procedentes de la UE (debido al escaso peso de la agricultura).

Respecto a las manufacturas, la estructura arancelaria impuesta por Marruecos difiere enormemente según los sectores y productos, y es considerablemente elevada. Los gravámenes iniciales van del 2,5 al 60 por 100 al considerar los productos, y del 20 al 44 por 100 según los sectores. En concreto, los bienes de consumo son los más gravados y serán liberalizados muy lentamente, retrasando hasta el final el impacto sobre la producción nacional. Sin embargo, algunos productos eléctricos y el material de transporte, para los cuales la demanda interior es fuerte pero la producción local débil, se verán liberalizados casi inmediatamente, por lo que pronto podrían producirse importantes desequilibrios comerciales en estos sectores. Casi la mitad de las importaciones de productos energéticos serán liberalizadas, lo que podría aliviar

los costes de las empresas. Del mismo modo, la desprotección de otros bienes intermedios, y sobre todo de los bienes de equipo, será muy rápida, lo que incentivará la inversión, especialmente en los sectores aún protegidos.

Las materias textiles (como bienes intermedios) están en su mayoría exentas de gravamen, de ahí que España no pueda esperar una gran creación de comercio en el sector, ya que sus exportaciones se componen de materias textiles básicamente. Contrariamente, sí se pueden esperar cambios notables para productos metálicos, maquinaria y productos químicos.

3. ESPECIFICIDADES DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS FRENTE A SUS COMPETIDORES EUROPEOS

La competencia que desarrolle la economía española respecto al resto de países que luchan legítimamente por conseguir una mayor cuota de mercado en el país magrebí constituye uno de los factores determinantes de las oportunidades que ofrece para España la liberalización marroquí. Por tanto, para evaluar el impacto comercial que generará la ZLC, debemos analizar la estructura de ventajas comparativas de España en sus intercambios con Marruecos, es decir, sus puntos fuertes y débiles frente a sus competidores europeos.

La UE es el máximo proveedor marroquí, ya que abastece más del 64,9 por 100 de sus compras exteriores entre 1996 y 2000, de las que el 9,1 por 100 son originarias de España (cuadro 2). Las exportaciones comunitarias han experimentado una progresión muy positiva durante todo el período analizado. No obstante, el crecimiento medio de las ventas españolas ha sido notablemente superior en la segunda mitad de los noventa (17,7 y 9,3 por 100 de media anual respectivamente). Otro dato significativo es que las importaciones totales marro-

quíes han progresado a menor escala que las ventas españolas (10,7 por 100), lo que ha supuesto una mejora de su cuota de mercado. A pesar de ello, la significación relativa de Marruecos como cliente español sigue siendo reducida e incluso ha descendido levemente, suponiendo las ventas a dicho mercado sólo el 0,9 por 100 de las exportaciones totales españolas en 1996-2000 (0,3 por 100 de la UE), debido a la mayor progresión experimentada por el volumen global del comercio exterior de España que, como en el resto de países de la UE, se trata mayoritariamente de un comercio intracomunitario.

Siguiendo las prescripciones de los modelos teóricos de integración, parece que desde la firma del Acuerdo de Asociación UE-Marruecos en 1995 se han impulsado en mayor medida las exportaciones españolas, contrariamente a lo sucedido con las comunitarias. No obstante, debido a que los datos comerciales utilizados no han sido afectados aún por el desmantelamiento arancelario marroquí, estos resultados son más bien derivados de la progresiva integración comercial entre la UE y los Países de Europa Central y Oriental (PECO), pues ciertos países comunitarios, y entre ellos los de mayor peso económico (Alemania y Francia), han reorientado sus intercambios de proximidad hacia estos países europeos. Por tanto, y tomando en consideración la variable geográfica, cabe prever que España continúe siendo el socio de la UE que aumente en mayor medida su comercio con Marruecos, que será incentivado aún más por la liberalización de su mercado. No debemos olvidar que el factor geográfico es una de las variables que influye en la intensidad del comercio. De conformidad con las proposiciones de los recientes modelos sobre comercio internacional que se agrupan bajo la denominación de "geography and trade models" (Martín *et al.*, 2002), los datos comerciales indican que la proximidad geográfica favorece los intercambios, y aquí España cuenta con la mayor ventaja.

CUADRO 2
EXPORTACIONES A MARRUECOS DE ESPAÑA Y LA UE

	ESPAÑA		UE	
	1991-1995	1996-2000	1991-1995	1996-2000
Volumen (millones de euros).....	485,64	908,25	3.660,66	5.590,84
Incremento (porcentaje).....	8,0	17,7	10,8	9,3
Cuota de mercado (porcentaje).....	8,6	9,1	64,2	64,9
Porcentaje sobre las X totales.....	1,0	0,9	0,3	0,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la Dirección General de Aduanas y COMEXT.

Los países comercian en función de sus ventajas comparativas, que justifica la especialización internacional. Cada país se especializa y exporta aquellos bienes en los que comparativamente obtiene mayor productividad, mientras que importa aquellos otros en los que relativamente es menos productivo. Existen numerosas hipótesis para explicar la estructura de ventajas comparativas de los países, entre las que destaca la formulada en el modelo de Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S): las disparidades de sus dotaciones de factores productivos, capital y trabajo. Así, la respuesta a la eliminación de las barreras al comercio ligada a la asociación sería la especialización de las economías implicadas en la producción y exportación de los bienes que utilizan intensivamente el factor productivo del que disponen de una mayor dotación relativa. Por tanto, la integración daría lugar al aumento de los intercambios de productos de distintos sectores (comercio interindustrial).

Es posible aproximar las fuentes de la ventaja comparativa de un país mediante datos de comercio. Se han desarrollado una serie de indicadores de ventaja comparativa revelada, siguiendo el concepto inicial de Balassa, que ofrecen un panorama sintético del patrón de comercio de un país. El índice de ventaja comparativa revelada (VCR), utilizado en este estudio (1), se refiere a la contribución al saldo comercial bilateral de cada sector expresado en función del volumen de comercio bilateral,

a diferencia de otros índices alternativos que toman como referencia los datos de comercio total de un país en proporción al PIB. Por tanto, el índice utilizado refleja el patrón del comercio bilateral pero no presume de los puntos fuertes o débiles de una economía en general. De este modo, se ha calculado el VCR para los intercambios españoles y de la UE, para servir de referencia al estudio del perfil de especialización de España en su comercio con Marruecos.

Del examen comparativo de la estructura de ventajas/desventajas de los intercambios de sendas economías con el mercado marroquí se desprende que España disfruta de una ventaja comparativa muy superior en las secciones materias textiles y sus manufacturas (especialmente), material de transporte, productos de las industrias alimenticias y productos minerales (cuadro 3). Otras secciones con ventajas para España, aunque menos acusadas, son materias plásticas, caucho y sus manufacturas, pieles, cueros y sus manufacturas, papel, sus materias primas y manufacturas, manufacturas de piedra, yeso, cemento y vidrio, y calzado, sombreros, paraguas y plumas artificiales. Por tanto, en todas estas secciones, que suponen algo más de la mitad de las ventas españolas a Marruecos en 2000, no existe un riesgo previsible de desviación de comercio en detrimento de los productos españoles y a favor del resto de la UE.

CUADRO 3
VENTAJA COMPARATIVA DE ESPAÑA Y LA UE EN SU COMERCIO CON MARRUECOS (%o)

SECCIONES	ESPAÑA/MARRUECOS		UE/MARRUECOS	
	1991-1995	1996-2000	1991-1995	1996-2000
1. Animales vivos y prod. reino animal	-149	-134	-22	-20
2. Prod. del reino vegetal	-22	-4	-42	-32
3. Grasas y aceites animal, o vegetal	0	0	5	2
4. Prod. indus. alimen. bebidas, tabaco	18	17	-22	-19
5. Productos minerales	17	12	-24	-16
6. Prod. industrias químicas y derivados	0	0	-3	3
7. Mat. plásticas, caucho y sus manufacturas	34	24	18	17
8. Pieles, cueros y sus manufacturas	0	5	-3	-1
9. Madera, corcho y sus manufacturas	4	0	2	4
10. Papel, sus mat. primas y manufacturas	51	19	9	11
11. Materias textiles y sus manufacturas	28	27	-102	-86
12. Calzado, sombreros, paraguas y plumas artificiales	0	0	-9	-11
13. Manufacturas de piedra, yeso, cemento, y vidrio	10	6	5	2
15. Metales comunes y manufacturas, de estos metales	6	7	37	25
16. Maquinas y aparatos, material eléctrico	12	3	98	71
17. Material de transporte	84	65	39	39
18. Óptica, fotografía y cine, apart. precisión	3	-1	8	7
20. Mercancías y productos diversos	6	1	6	5
22. Posiciones de reagrupamiento	-4	-4	—	—

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Dirección General de Aduanas y COMEXT.

Debemos destacar el caso de las materias textiles, sector en el que España goza de una gran ventaja frente a la UE. Esto puede deberse a que numerosas empresas europeas realizan subcontrataciones prioritariamente con los países del Este (en detrimento de los magrebíes), conservando su margen en las etapas de comercialización. La UE ha desarrollado este tipo de estrategia, así como una especialización en productos de más calidad, diseño, etc., para frenar el retroceso inevitable de una industria que requiere poca cualificación de la mano de obra y que es por tanto un mercado interesante para países como Marruecos. Además, el desmantelamiento del Acuerdo Multifibras está contribuyendo a liberalizar el sector, sometido a una creciente competencia internacional derivada sobre todo de la disponibilidad en las economías en desarrollo de mano de obra barata, por lo que puede ser peligroso desarrollar aún más su producción en España.

Contrariamente, la eliminación de las restricciones marroquíes respecto a las importaciones comunitarias podrá generar una reorientación de sus compras hacia otros mercados europeos en aquellas secciones en las que la UE presenta una ventaja comparativa mayor que España. Este riesgo es mayor por tanto en máquinas y aparatos, material eléctrico y partes y metales comunes y sus manufacturas y, en menor medida, en madera, carbón vegetal y manufacturas, óptica, fotografía y cine, aparatos de precisión, mercancías y productos diversos, productos de las industrias químicas y conexas y grasas y aceites animal o vegetal. En estas secciones es donde España puede perder cuota de mercado, y suponen el 37,82 por 100 de las ventas españolas a Marruecos en 1996-2000.

4. TIPOLOGÍA DE LOS INTERCAMBIOS HISPANO-MARROQUÍES

Para obtener una evidencia adicional sobre la competencia existente entre España y la UE para abastecer el mercado marroquí, es conveniente precisar el nivel de integración de Marruecos con los mercados referidos. En este sentido, lo más adecuado es averiguar la entidad y naturaleza del comercio intraindustrial.

Para justificar la existencia de comercio intraindustrial (de productos similares clasificados en la misma partida arancelaria) se han de incorporar variables explicativas distintas a las que justifican el comercio interindustrial (basado en las distintas

dotaciones factoriales entre países) (2). Entre ellas, la existencia de economías de escala y la diferenciación de productos son las que destacan la mayoría de modelos y las que siguen siendo válidas para explicar el comercio intraindustrial de carácter horizontal (variedades de productos que no presentan diferencias cualitativas). Las aportaciones más recientes han puesto el acento en las diferencias en la capacidad tecnológica de los países, al menos cuando se trata de comercio intraindustrial basado en una diferenciación vertical (según niveles de calidad).

El comercio intraindustrial surge por la capacidad e interés de las empresas de seguir estrategias de diferenciación de productos basadas, bien en atributos que no impliquen una diferencia cualitativa (marca, color, tamaño, diseño), lo que se denomina comercio intraindustrial con diferenciación horizontal, o bien en atributos que sí comporten una diferenciación entre el nivel de calidad del producto importado y exportado, el denominado comercio intraindustrial vertical, con el objetivo de satisfacer y sacar provecho de las preferencias de los consumidores por la variedad de los productos.

La metodología empleada examina los flujos bilaterales considerando una amplia desagregación de productos (3), permitiendo por tanto una medida del comercio intraindustrial más próxima a su definición teórica e independiente del nivel de agregación geográfica y sectorial, limitación que presenta el indicador de Grubel-Lloyd (4). Para la elaboración de la tipología de los flujos consideramos un doble criterio (cuadro 4). Para cada producto, los flujos son definidos como intraindustriales si tanto las exportaciones como las importaciones son significativas (Criterio de los flujos cruzados). En este caso, determinamos si se trata de productos similares (comercio de variedad) o diferenciados por la calidad, suponiendo que las diferencias en los valores unitarios reflejan diferentes calidades. Comparando dichos valores de exportación e importación para cada partida básica determinamos el tipo de comercio intraindustrial (Criterio de similitud) (5).

Los intercambios de España con Marruecos son fundamentalmente de naturaleza interindustrial (el 93,7 por 100 en 1995-1999), es decir, se explican casi en su totalidad por las diferencias en tecnologías y recursos, más que por las estrategias de diferenciación de las empresas (cuadro 5). Este dato difiere radicalmente del perfil que presenta la especialización española en su comercio con sus principales socios comerciales, ya que el comercio

CUADRO 4
CRITERIOS UTILIZADOS PARA LA CLASIFICACIÓN POR TIPOS DE COMERCIO

Criterio de los flujos cruzados		
¿El valor del flujo minoritario representa al menos 10 por 100 del flujo mayoritario?		
No	Sí: los flujos están cruzados	
	Criterio de similitud	
	¿El valor unitario de las exportaciones y de las importaciones difieren en menos de un 15 por 100?	
	Sí: los valores unitarios de importaciones y exportaciones son próximos	No: los valores unitarios de importaciones y exportaciones no son próximos
Comercio interindustrial (Inter)	Comercio intraindustrial de productos diferenciados horizontalmente (DH)	Comercio intraindustrial de productos diferenciados verticalmente (DV)

Fuente: Adaptado de Fontagné y Freudenberg (1997).

interindustrial con la UE es sólo del 48,7 por 100. Por tanto, el elevado peso de este tipo de comercio entre España y Marruecos se explica principalmente por el débil nivel de desarrollo marroquí y su influencia en la estructura sectorial de sus intercambios. No obstante, la desagregación sectorial nos permite observar significativos niveles de comercio intraindustrial en numerosas secciones, entre las que destacan óptica, fotografía y cine, aparatos de precisión (21,3 por 100), manufacturas de piedra, yeso, cemento, y vidrio (20,4 por 100), calzado, sombreros, paraguas y plumas artificiales (19,6 por 100), mercancías y productos

diversos (18,3 por 100), perlas finas, piedras y metales preciosos (17,8 por 100), pieles, cueros y sus manufacturas (13,8 por 100) y materias textiles y sus manufacturas (13,7 por 100). Se trata por tanto de secciones que tienen un peso relativo reducido en las ventas españolas a Marruecos que, exceptuando los textiles, representan sólo el 5,6 por 100 de éstas en 2000.

Además, debemos destacar que la proporción de comercio intraindustrial que realiza Marruecos con la UE (11,6 por 100) es algo mayor que con España (6,3 por 100). Parece por tanto que en sus

CUADRO 5
NATURALEZA DEL COMERCIO DE ESPAÑA Y LA UE CON MARRUECOS

MEDIA 1995-1999	ESPAÑA			UE		
	En porcentaje del volumen de comercio			Inter.	DH	DV
1. Animales vivos y prod. reino animal	99,4	0,2	0,4	94,8	0,2	5,0
2. Prod. Del reino vegetal.....	93,5	1,8	4,7	99,1	0,1	0,8
3. Grasas y aceites animal, o vegetal	94,6	2,3	3,1	96,1	3,1	1,4
4. Prod. indus. alimen. bebidas, tabaco	97,9	0,6	1,4	98,4	0,3	1,3
5. Productos minerales.....	99,4	0,0	0,6	98,7	0,1	1,3
6. Prod. industrias químicas y derivados	99,3	0,1	0,7	98,2	0,1	1,7
7. Mat. plásticas, caucho y sus manufacturas	96,9	1,5	1,5	91,1	2,2	6,7
8. Pieles, cueros y sus manufacturas.....	86,1	1,1	12,7	87,8	1,2	11,0
9. Madera, corcho y sus manufacturas	96,6	0,0	3,3	96,4	0,1	3,5
10. Papel, sus Mat. primas y manufacturas	97,3	0,5	2,2	91,9	0,8	7,2
11. Materias textiles y sus manufacturas	86,4	3,0	10,7	94,2	0,8	5,0
12. Calzado, sombreros, paraguas y plumas artificiales	80,2	1,4	18,4	92,0	0,5	7,5
13. Manufacturas de piedra, yeso, cemento, y vidrio	79,6	0,2	20,2	79,6	0,5	19,8
14. Perlas finas, piedras y metales preciosos	82,2	0,0	17,8	84,5	0,4	15,4
15. Metales comunes y manufacturas, de estos metales	96,0	1,1	2,9	95,0	0,8	4,2
16. Maquinas y aparatos, material eléctrico	92,9	4,2	2,9	83,4	1,6	15,1
17. Material de transporte.....	98,3	0,2	1,6	52,3	30,1	17,6
18. Óptica, fotografía y cine, apart. precisión.....	78,7	2,8	18,5	79,2	2,8	17,9
19. Objetos de arte, colección, antigüedad.....	98,6	0,0	1,4	72,1	—	27,9
20. Mercancías y productos diversos	81,7	3,9	14,4	76,8	4,6	18,6
Total general	93,7	1,6	4,8	88,4	4,1	7,5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la Dirección General de Aduanas y COMEXT.

CUADRO 6
CALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE ESPAÑA Y LA UE A MARRUECOS

X HACIA MARRUECOS, MEDIA 1995-1999	ESPAÑA			UE		
	Baja	Media	Alta	Baja	Media	Alta
1. Animales vivos y prod. reino animal	81,5	5,3	13,2	75,7	7,5	16,6
2. Prod. del reino vegetal	53,6	19,6	26,8	51,8	41,1	6,8
3. Grasas y aceites animal, o vegetal	3,6	87,8	9,3	9,5	83,2	7,3
4. Prod. indus. alimen. bebidas, tabaco	24,5	14,1	61,4	25,0	22,9	51,8
5. Productos minerales	11,4	64,7	12,9	34,0	44,7	13,4
6. Prod. industrias químicas y derivados	46,6	30,1	23,3	37,1	21,5	38,6
7. Mat. plásticas, caucho y sus manufacturas.....	39,8	44,5	15,6	34,9	35,2	29,4
8. Pieles, cueros y sus manufacturas.....	74,2	8,3	17,6	69,8	12,1	16,9
9. Madera, corcho y sus manufacturas	40,8	49,1	10,1	62,8	25,0	12,1
10. Papel, sus mat. primas y manufacturas	37,7	32,6	29,7	25,3	36,1	38,3
11. Materias textiles y sus manufacturas	60,9	17,0	22,1	41,4	31,8	26,2
12. Calzado, sombreros, paraguas y plumas artificiales	71,8	16,8	11,5	55,2	37,1	6,6
13. Manufacturas de piedra, yeso, cemento, y vidrio.....	76,0	8,3	15,6	54,6	14,3	29,9
14. Perlas finas, piedras y metales preciosos	21,7	7,8	74,5	7,2	4,2	7,9
15. Metales comunes y manufacturas, de estos metales	37,8	41,3	20,9	30,0	39,1	30,1
16. Maquinas y aparatos, material eléctrico	62,0	16,2	21,8	39,7	15,6	42,8
17. Material de transporte	52,0	17,7	30,3	44,3	29,2	26,1
18. Óptica, fotografía y cine, apart. precisión.....	43,4	5,0	51,6	29,2	13,6	37,7
19. Objetos de arte, colección o antigüedad.....	29,1	—	16,9	26,0	16,9	17,3
20. Mercancías y productos diversos	53,9	19,3	26,8	33,3	19,5	45,4
21. Armas y municiones	95,8	—	7,1	39,4	16,5	30,9
Total.....	45,2	28,1	21,4	40,1	27,6	30,5

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la Dirección General de Aduanas y COMEXT.

intercambios con la UE se aplican en mayor medida estrategias competitivas basadas en la diferenciación de productos. Con la inversión extranjera comunitaria, especialmente francesa, Marruecos se ha integrado en cadenas de producción y distribución internacionales a través de la deslocalización del proceso productivo, algo que se traduce en un aumento de los flujos industriales y por tanto del comercio intraindustrial.

La consideración de los valores unitarios de importaciones y exportaciones nos revela que en el comercio España-Marruecos predomina el basado en las diferencias cualitativas entre las variedades de productos intercambiados, es decir, el comercio intraindustrial diferenciado verticalmente. Esto también sucede en el caso UE-Marruecos.

5. POSICIONAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES EN LOS DISTINTOS SEGMENTOS CALIDAD/PRECIO

La calidad juega un papel fundamental en la competitividad de las economías. Para identificar en qué segmentos de calidad se encuentran posicionados los flujos analizados (rangos calidad/precio), consideramos que las diferencias en el valor

unitario de los productos reflejan diferentes calidades y comparamos el valor unitario de cada flujo bilateral (de cada país de la UE con Marruecos) con el valor unitario medio de las importaciones intracomunitarias (por producto) (6).

El análisis de calidad de los productos nos indica que las exportaciones españolas a Marruecos son en un 45,2 por 100 de gama baja, un 28,1 por 100 de gama media y un 21,4 por 100 de gama alta (cuadro 6). En las ventas de la UE los productos de calidad alta son más significativos (30,5 por 100), a costa de un menor porcentaje de los de baja (40,1 por 100). Es necesario acudir a la desagregación sectorial para conocer las ventajas/desventajas potenciales de España.

España vende productos de mayor calidad en sectores de bajo valor añadido, intensivos en productos naturales y mano de obra, mientras que la UE está especializada en bienes industriales con un mayor contenido tecnológico y grado de elaboración. Las secciones más significativas en el comercio España-Marruecos muestran una calidad relativa negativa para España (máquinas, aparatos y material eléctrico, metales comunes y sus manufacturas, materias textiles y sus manufacturas, productos de las industrias químicas y materias plás-

ticas, caucho y sus manufacturas). Es en estas secciones, que suponen en torno al 67 por 100 de las ventas españolas en 2000, donde existe mayor riesgo de que la previsible desviación o creación de comercio derivada de la liberalización se dirija mayoritariamente hacia los productos de otras procedencias comunitarias, por lo que España no cuenta con una posición ventajosa para ganar cuota de mercado, aunque la situación geográfica contribuirá a que si esta reorientación del comercio se produce, su incidencia se vea parcialmente contrarrestada. Existen también riesgos potenciales en otras secciones con mayor calidad de los productos comunitarios, si bien el riesgo es reducido al tener una importancia minoritaria en la estructura sectorial de las ventas españolas al país alauita (mercancías y productos diversos y papel, sus materias primas y manufacturas).

De forma contraria, las secciones que ofrecen una posición ventajosa para España a la hora de incrementar su cuota de mercado (pues disponen de mayor calidad relativa), son productos minerales, productos vegetales, productos de las industrias alimenticias y madera, corcho y sus manufacturas, que han supuesto el 19,3 por 100 de sus ventas en 2000.

6. CONCLUSIONES

La ZLC euromarroquí supondrá el desmantelamiento unilateral de Marruecos respecto a sus importaciones industriales de la UE, totalmente liberalizadas hacia 2012. Este hecho puede suponer una oportunidad para los productos españoles, si aprovechan sus potencialidades, o, por el contrario, podrá derivar en la pérdida de cuota de mercado en favor de otros países comunitarios. A la luz del análisis de las pautas de exportación de España y el resto de la UE, podemos argumentar que ciertos productos españoles están capacitados para aumentar su cuota de mercado. De hecho, las ventas españolas vienen registrando una progresión mayor que la de sus competidores europeos, debido en parte a la mayor aproximación de las inversiones de éstos últimos (como Francia y Alemania) hacia los PECO, cuyo nivel de liberalización en la actualidad es muy superior al marroquí.

Los sectores españoles que disponen de una ventaja comparativa superior a la UE son, principalmente, textiles, material de transporte, manufacturas alimenticias y minerales. Por tanto, en éstos, como en otros menos significativos, que suponen

en conjunto algo más de la mitad de las ventas españolas, no existe un riesgo previsible de desviación de comercio en detrimento de los productos españoles; más bien al contrario, España mantiene una posición dominante que podría hacer prever un incremento de su cuota de mercado. Las secciones con mayores riesgos potenciales son maquinaria y aparatos eléctricos, y metales y, en menor medida, manufacturas de madera, mercancías diversas, productos químicos y grasas y aceites, donde la ventaja española es menor, y que suponen casi un 40 por 100 de sus ventas al mercado alauita.

El análisis de la tipología comercial nos muestra que en los intercambios hispano-marroquíes predomina la especialización según la tradicional ventaja comparativa (comercio interindustrial) en un grado notablemente superior al de la UE. Aunque en ciertos sectores existe un no despreciable intercambio de productos similares (intraindustrial), lo que se traduce en una mayor integración de las empresas de ambos países, aquéllos carecen de significación en las ventas españolas. La excepción está en el sector textil, que podría ofrecer oportunidades para la economía española, al mismo tiempo que ciertos riesgos, derivados del desmantelamiento del Acuerdo Multifibras y la consiguiente erosión del trato preferencial existente entre la UE y Marruecos respecto a terceros países.

Las exportaciones de la UE presentan una mayor calidad en aquellas secciones más significativas en el comercio España-Marruecos (maquinaria y aparatos eléctricos, metales, textiles y productos químicos y plásticos), siendo sectores, por tanto, sometidos a un mayor riesgo de que la previsible desviación o creación de comercio derivada de la liberalización marroquí se oriente de forma mayoritaria hacia otras procedencias comunitarias distintas de la española, por lo que España no está situada en una posición ventajosa para ganar cuota de mercado. Por el contrario, España vende productos de mayor calidad en sectores de bajo valor añadido, intensivos en productos naturales y mano de obra, siendo éstos los que presentan un mayor potencial comercializador ante la zona de libre comercio.

En resumen, aunque la ZLC abre nuevas posibilidades para las empresas europeas, existen fundados temores de que España no esté preparada para aprovechar la oportunidad de incrementar sus exportaciones al país vecino. No obstante, también existen sectores donde España ostenta una posición competitiva que le permitirá elevar su cuota de mercado.

NOTAS

(*) Universidad de Granada.

(1) VCR: traduce las ventajas o desventajas comparativas reflejadas por el comercio entre dos socios midiendo la contribución al saldo comercial de cada sector (LAFAY, 1987). El VCR para el sector j viene dado por:

$$IVC_j = [1.000/(X + M)][(X_j - M_j) - (X - M) \{(X_j + M_j)/(X + M)\}]$$

siendo X , X_j , M , M_j las exportaciones (importaciones) totales y del sector j . Considera que el sector j presenta ventaja (desventaja) si su saldo comercial es mayor (menor) que un saldo de referencia, siendo éste el que se obtendría al distribuir el saldo comercial total del país entre los sectores según sus pesos relativos en el total del comercio. Su contribución al saldo comercial sería la diferencia entre el saldo real y el teórico.

(2) Aunque el modelo H-O-S constituye la teoría más aceptada como explicación de los intercambios de naturaleza interindustrial, presenta notables limitaciones para explicar el comercio de tipo intraindustrial.

(3) Hemos utilizado datos de comercio bilateral a ocho dígitos (más de 10.000 productos).

(4) La metodología fue aplicada inicialmente por ABD-EL-RAHMAN (1986) para medir los intercambios cruzados de productos similares, y posteriormente ampliada por FONTAGNÉ y FREUDENBERG (1997). Difiere ligeramente de la propuesta por GREENAWAY, HINE y MILNER (1995), que utilizan el mismo criterio para discernir entre comercio intraindustrial horizontal o vertical. Sin embargo, la proporción del comercio intraindustrial es medida por el índice de Grubel-Lloyd a cinco dígitos. Esta metodología es utilizada por BLANES y MARTÍN (2000), ATURUPANE, DJANKOV, HOEKMAN (1999), MARTÍN y ORTS (2001 a y b).

(5) Al carecer de los precios de cada producto exportado e importado empleamos como aproximación (generalmente aceptada) los índices de valor unitario, aunque reflejan el precio medio de la partida.

(6) Si el valor unitario de un flujo difiere menos del 15 por 100 del valor medio europeo, éste engloba a productos de gama media; si es superior al 15 por 100 a los de gama alta, y si es inferior a los de gama baja. Seguimos la metodología de AINGINGER (1997), que diferencia la competitividad vía precios frente a otros factores.

BIBLIOGRAFÍA

- ABD-EL-RAHMAN, K. S. (1986): "Réexamen de la définition y mesure des échanges croisés de produits similaires entre les nations", *Revue Économique*, núm. 1, París.
- AINGINGER, K. (1997): "The use of unit values to discriminate between price and quality competition", *Cambridge Journal of Economics*, núm. 21, págs. 571-592.
- ATURUPANE, C.; DJANKOV, S. y HOEKMAN, B. (1999): "Horizontal and vertical intra-industry trade between Eastern Europe and the European Union", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 135, núm. 1, págs. 62-81.
- BLANES, J. V. y MARTÍN, C. (2000): "The Nature and Causes of Intra-Industry Trade: Back to the Comparative Advantage Explanation? The Case of Spain", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 136, núm. 3, págs. 423-441.
- FONTAGNÉ, L. y FREUDENBERG, M. (1997): *Intra-industry trade: methodological issues reconsidered*, CEPII Working Paper, núm. 97-01, enero, París: CEPII.
- GREENAWAY, D.; HINE, R. y MILNER, C. (1995): "Vertical and Horizontal Intra-Industry Trade: a Cross-Industry Analysis for the United Kingdom", *The Economic Journal*, 105, págs. 1505-1518.
- LAFAY, G. (1987): "La mesure des avantages comparatifs révélés", *Economie prospective internationale*, núm. 41.
- MARTÍN, C. et al. (2002): *La Ampliación de la Unión Europea. Efectos sobre la Economía Española*, Colección Estudios Económicos, La Caixa.
- MARTÍN, J. A. y ORTS, V. (2001a): "A two-stage analysis of monopolistic competition models of intraindustry trade", *Investigaciones Económicas*, vol. 25 (2), págs. 315-333.
- (2001b): "Vertical Specialization and Intra-Industry Trade: The role of Factor Endowments", *VII Jornadas de Economía Internacional*, Málaga.
- MILGRAM, J. (2001): *Régionalisme versus multilatéralisme: le cas du Maghreb*, Thèse de doctorat présentée et soutenue publiquement à l'Université Paris 1, novembre.