

Análisis sectorial de la competitividad exterior de la economía española: comparación internacional y tendencias recientes

M.^a Jesús Aguado Sánchez

Javier Sansa Torres

M.^a Dolores Martín del Mazo*

1. Introducción¹

El objetivo de este trabajo es identificar qué sectores exportadores están mejor posicionados para liderar el crecimiento de las exportaciones en la actual fase de recuperación de la economía española, y contribuir al actual e intenso debate sobre la forma de mejorar la competitividad, que se ha reavivado desde el Pacto por el Euro². Para ello, se analiza la evolución de las cuotas mundiales de exportación de los principales grupos de bienes exportados, consideradas como un buen indicador *ex post* de la competitividad exterior, y se comparan con las relativas a los principales países desarrollados y emergentes.

El germen de este trabajo fue una ponencia que los autores presentaron en el grupo de trabajo de la empresa exportadora del Observatorio de la Internacionalización³ del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en representación del Ministerio de Economía y Hacienda. Las aportaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, responsable del Observatorio, y del Banco de España

* Ministerio de Economía y Hacienda.

¹ Las opiniones, análisis y conclusiones expuestos en este artículo son de exclusiva responsabilidad de sus autores y, por tanto, no coinciden necesariamente con los del Ministerio de Economía y Hacienda. Los autores agradecen los comentarios al texto y la colaboración de Jesús Romero Fernández.

² Acuerdo de los países de la zona euro para reforzar la competitividad, al que se han sumado también Polonia, Rumania, Bulgaria, Letonia y Dinamarca. El Gobierno español aprobó la Creación de la Comisión Asesora de Competitividad en el Consejo de Ministros del 31 de marzo de 2011.

³ Real Decreto 430 de 27 de marzo de 2009.

versaron sobre los principales rasgos de las empresas exportadoras de bienes y de servicios.

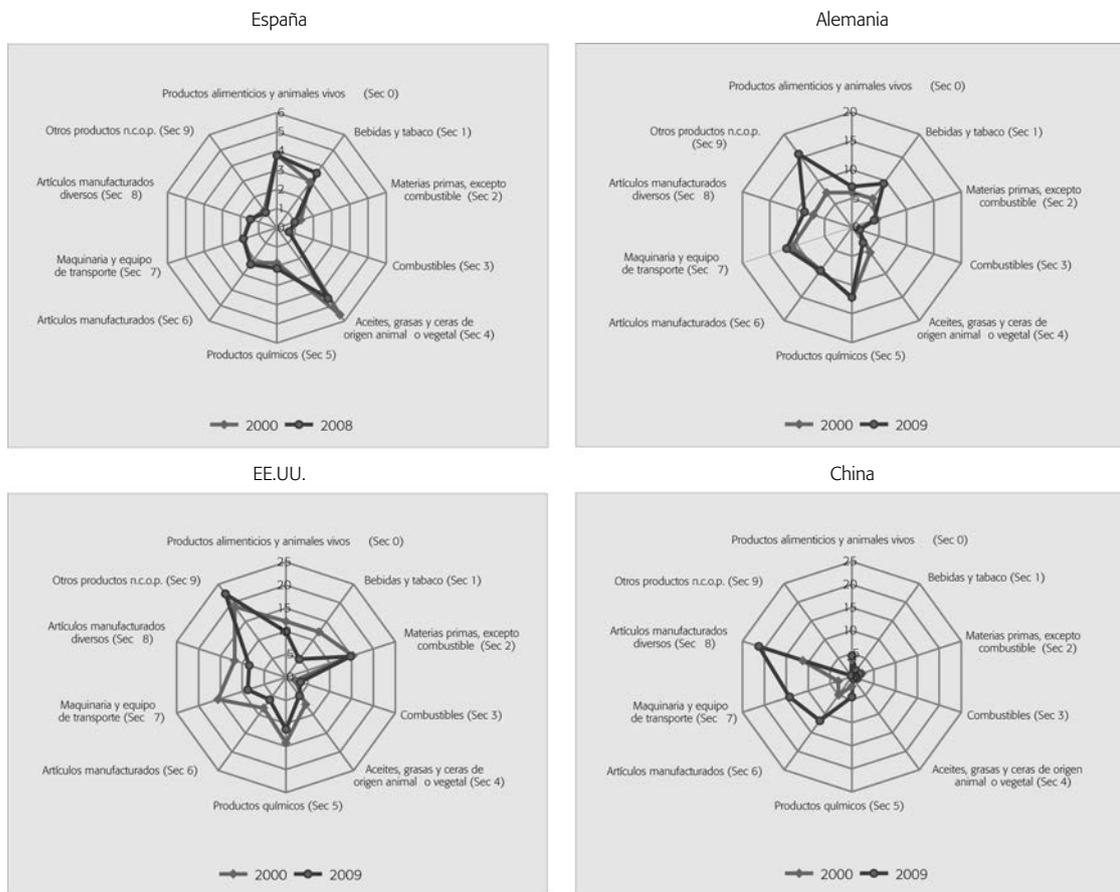
2. La evolución de las exportaciones españolas en la última década

En la última década, la estructura geográfica del comercio internacional ha experimentado una drástica transformación por el mayor protagonismo de los países emergentes en el comercio internacional, en particular de China, cuya cuota mundial ha pasado del 4 por 100 en 2000 al 10 por 100 en 2009. El gráfico 1 ilustra cómo se ha producido este cambio en los principales exportadores mundiales (Alemania, Estados Unidos y China) por categorías de productos. Alemania ha ampliado su cuota de mercado en todas las categorías, excepto en aceites y grasas, materias primas no combustibles y productos químicos; Estados Unidos la ha reducido en general, salvo en combustibles y otros productos manufacturados, y China ha intensificado su especialización en manufacturas. El gráfico también muestra las fortalezas y debilidades de la estructura de las exportaciones españolas, cuyo patrón está sesgado hacia los productos más inelásticos a la renta, situados en el lado derecho de la telaraña. Como consecuencia de esta orientación, las exportaciones españolas son más resistentes a las crisis que las de los países especializados en bienes con mayor elasticidad a la renta (su gráfico apunta hacia el lado izquierdo), pero se recuperan más despacio cuando llega la expansión.

Desde la introducción del euro, la mayoría de los indicadores de la competitividad-precio señalan una importante pérdida de competitividad de la economía española,

Gráfico 1

CUOTAS DEL MERCADO MUNDIAL SECCIONES DE LA CLASIFICACIÓN UNIFORME PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL



Fuente: OCDE.

de distinta magnitud dependiendo del tipo de precios o costes elegido, si bien la apreciación del tipo de cambio efectivo real se interrumpió a mediados de 2008. Los indicadores elaborados con costes laborales unitarios de manufacturas arrojan un retroceso del 13,7 por 100 frente a la zona euro y del 23 por 100 frente a la OCDE y los basados en los precios de exportación reflejan otro menor, un 5,5 por 100 frente a la zona y un 7,7 por 100 frente a la OCDE.

A pesar del deterioro de los indicadores de competitividad-precio y del creciente protagonismo de las economías emergentes en el comercio internacional, las cuotas mundiales de la exportación española muestran una evolución más favorable que la de nuestros principales socios comerciales, cuestión que ha sido analizada profusamente en las investigaciones sobre la competitividad exterior. No obstante, si se examina el comportamiento de las cuotas en términos reales y nominales, y a distintos niveles de

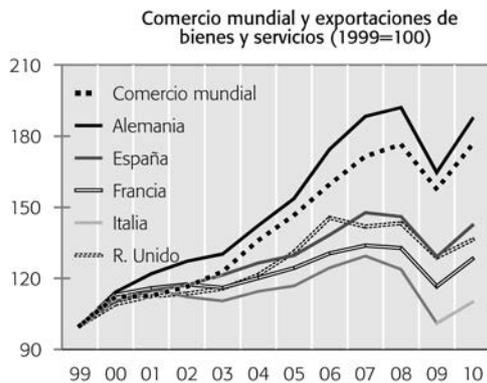
desagregación (bienes y servicios, turismo y servicios no turísticos), las conclusiones pueden resultar algo diferentes.

En los últimos años, como ha ocurrido en la mayoría de las principales economías avanzadas, salvo Alemania, las exportaciones de bienes y servicios españolas han perdido peso en el comercio internacional. Aún así, durante la última década la pérdida de cuota en términos reales de las exportaciones españolas de bienes y servicios ha sido menor que la de Francia, Italia y Reino Unido (gráfico 2).

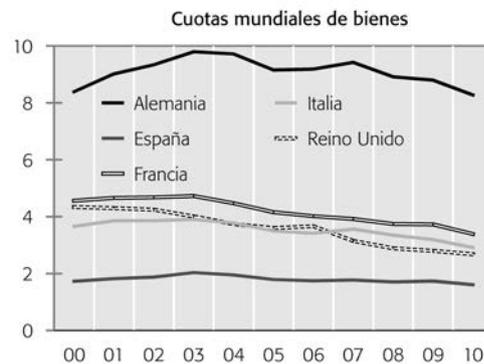
En lo que respecta a los bienes, las cuotas de todos estos países en términos nominales muestran una trayectoria descendente, por las razones apuntadas anteriormente, mientras que en servicios comerciales distintos del transporte y turismo, la cuota de España se ha orientado al alza y converge hacia las de Francia e Italia. En turismo, España continúa siendo una potencia mundial, aunque su cuota tiende a reducirse.

Gráfico 2

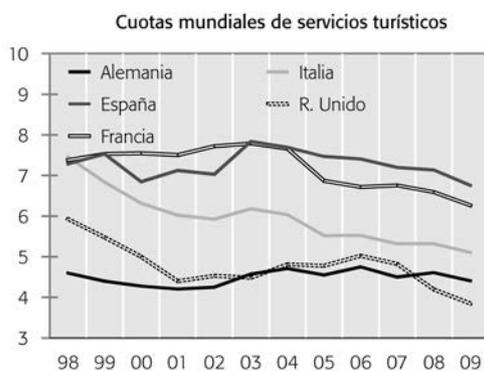
CUOTAS DE EXPORTACIÓN



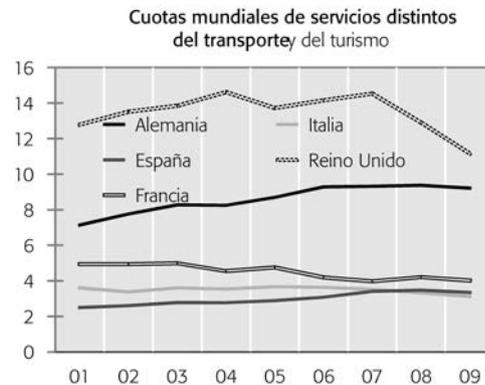
Fuente: FMI y Eurostat



Fuente: FMI y elaboración propia.



Fuente: OMC y elaboración propia.



Fuente: OMC y elaboración propia.

3. Análisis de la competitividad ex post de los principales grupos de exportación por cuotas de mercado

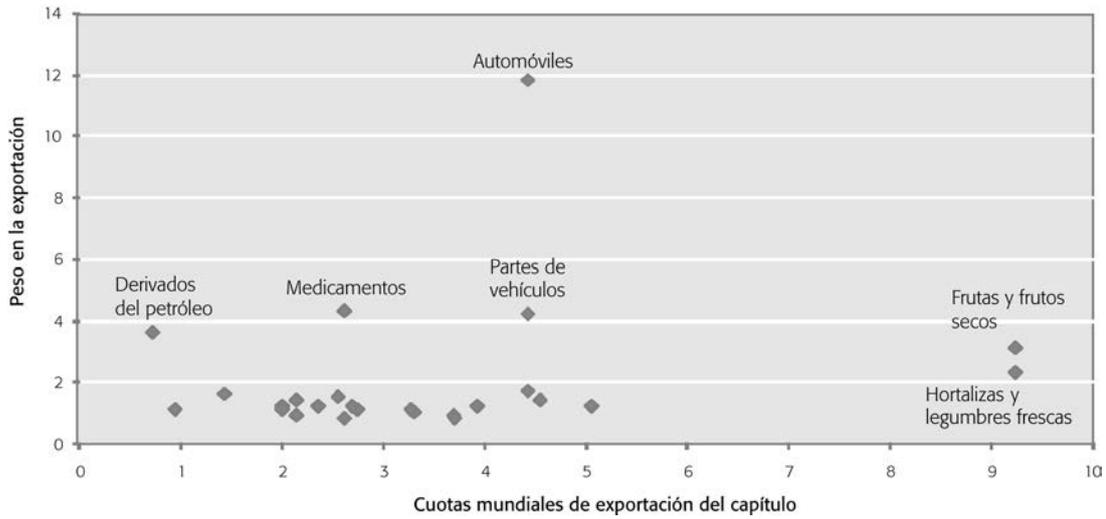
Las cuotas de exportación y los flujos de inversión directa se han utilizado tradicionalmente como indicadores *ex-post* de la competitividad, aunque cada vez tienen más limitaciones debido a la creciente fragmentación de la producción y de las inversiones mundiales inherentes al proceso de la globalización. Para realizar un seguimiento de las cuotas de exportación por productos, conviene descender, al menos, a nivel de capítulo en la Clasificación CUCI, aunque en algunos casos, como se verá más adelante, es una agregación demasiado amplia. Las categorías de productos que han analizado son: Carnes y preparados de carne (capítulo 01), Pescados (capítulo 03), Frutas y hortalizas (capítulo 05), Bebidas (capítulo 11), Aceites fijos de origen vegetal (capítulo 42), Productos medicinales y farmacéu-

ticos (capítulo 54), Papel, cartón y edición (capítulo 64), Textiles (capítulo 65), Hierro y acero (capítulo 67), Maquinaria no eléctrica (capítulos 71, 72, 73 y 74), Automoción (grupos 781, 782, 783 y 784 y subgrupos 7132 y 7783), Confección (capítulo 84) y Calzado (capítulo 85). El grueso de la información referida a capítulos procede de la OCDE; también se han utilizado las estadísticas de la Organización Mundial del Comercio, que publica datos de comercio mundial desagregado en las categorías que se muestran en el cuadro 2, así como las bases de datos de Naciones Unidas, COMTRADE, que contienen información de las rúbricas básicas de la CUCI, y FAO para los productos agroalimentarios.

En el gráfico 3 se ha representado el peso de los principales grupos CUCI en la exportación total y la cuota mundial del capítulo al que pertenecen. Los grupos más importantes, por el peso en la exportación total, son: automóviles, derivados del petróleo, medicamentos, partes de vehículos, frutas y hortalizas. Por cuota, sobresalen fru-

Gráfico 3

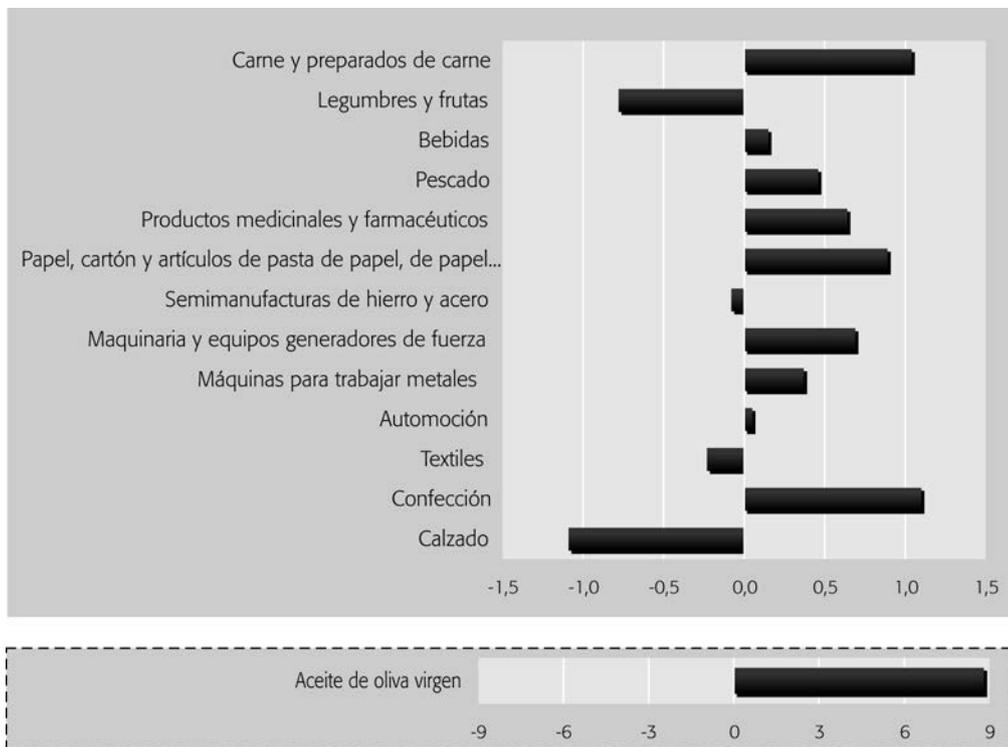
PRINCIPALES GRUPOS CUCI DE EXPORTACIÓN



Fuente: OCDE, MEH y elaboración propia

Gráfico 4

PÉRDIDA O GANANCIA DE CUOTA POR PRODUCTOS ESPAÑA (2000-2008/9)



Fuentes: OCDE, OMC, FAO y elaboración propia.

Cuadro 1

PRINCIPALES GRUPOS CUCI DE EXPORTACIÓN (resultados detallados)

Productos	Grupo CUCI	Cuota mundial del capítulo	Peso en la exportación total	Tipo de tecnología	Cuotas de los países líderes por capítulo	Ganancia o mantenimiento de cuota por países: 2000-2008/9
Automóviles	781	4,42	11,8	Media-alta	ALE (18,7), JAP (12,2) y EEUU (8,4)	ALE (1,3), ESP (0) , BRA (0,4), IND(0,5), RUS (0,1) y CHI (2,3)
Partes de vehículos	784	4,42	4,2	Media-alta	ALE (18,7), JAP (12,2) y EEUU (8,4)	ALE (1,3), ESP (0) , BRA (0,4), IND(0,5), RUS (0,1) y CHI (2,3)
Derivados del petróleo	334	0,72	3,6		RUS (10,6), EEUU (3,3) y R.U. (2,7)	ALE (0,1), ITA (0,1), ESP (0) , EEUU (1,5), JAP (0,5), BRA (0,7), RUS (4,3) e IND (1,5)
Medicamentos	542	2,61	4,3	Alta	ALE (14,8), EEUU (10,2) y FRA (7,9)	ALE (2,1), ESP (0,7) , IND (0,3) y CHIN (0,3)
Frutas y frutos secos	057	9,23	3,1		EEUU (10,2), ESP (9,2) y CHI (8,1)	ALE (0,4), JAP (0), RUS (0,1), IND (0,1) y CHI (3,2)
Hortalizas y legumbres frescas	054	9,23	2,3		EEUU (10,2), ESP (9,2) y CHI (8,1)	ALE (0,4), JAP (0), RUS (0,1), IND (0,1) y CHI (3,2)
Vehículos automotores de transporte	782	4,42	1,7	Media-alta	ALE (18,7), JAP (12,2) y EEUU (8,4)	ALE (1,3), ESP (0) , BRA (0,4) y CHI (2,3)
Barra y varillas de acero	676	2,55	1,5		JAP (8,7), ALE (8,3) y CHI (6,6)	ITA (0), ESP (0,1) , RUS (0,7), IND (1) y CHIN (3,2)
Aeronaues y equipo conexo	792	1,43	1,6	Alta	ALE (13,7), FRA (13,3), CHI (10,4)	ALE (2,1), FRA (1,4), JAP (1,3), IND (1,6) y CHIN (8,9)
Bebidas alcohólicas	112	4,54	1,4		FRA (18), R.U. (10,9) e ITA (9,1)	ALE (2,4), ITA (0,2), ESP (0,2) , EEUU (0,1), RUS (0,3) e IND (0,1)
Manufacturas de metales comunes	699	2,35	1,2		CHI (16,2), ALE (13,5) y EEUU (7,4)	ALE (1), ESP (0) , BRA (0,2), IND (0,3) y CHI (9,8)
Aceites fijos de origen vegetal	421	5,05	1,2		ESP (5,1) , EEUU (3,9) y BRA (3,9)	BRA (1,3) y RUS (1)
Otras carnes y despojos comestibles	012	3,92	1,2		BRA (12,6), EEUU (11,7), y ALE (10,1)	ALE (4,6), ESP (1) , BRA (8,3) e IND (0,6)
Aparatos eléctricos	778	0,94	1,1	Alta (en parte)	CHI (14), EEUU (8,8) y ALE (8,5)	ALE (1,1), ESP (0,1) , BRA (0,1), RUS(0,1), IND (0,3) y CHI (10,2)
Aparatos eléctricos rotativos	716	2,14	1,4		ALE (14,1), EEUU (10,7) y JAP (8,6)	ALE (1,5), ITA (1,2), ESP (0,7) , BRA(0,4), RUS (0,2), IND (0,6) y CHI (5)
Prendas de punto	845	2,00	1,2		CHI (33,2), ITA (6,1) y ALE (5,1)	ALE (1,5), FRA (0,5), ESP (1) , IND (0,7) y CHIN (15,2)
Productos de perfumería	553	3,30	1,0		FRA (14,6), ALE (11,9) y EEUU (10,9)	ALE (0,8), ESP (0) , BRA (0,2), RUS (0,3), IND (0,4) y CHIN (1,7)
Papel y cartón, edición	641	2,74	1,1		ALE (15), EEUU (8,8) y CHI (5,3)	ALE (2,9), ITA (0,3), ESP (0,9) , BRA (0,2), RUS (0,2), IND (0,2) y CHIN (4)
Calzado	851	3,27	1,1		CHI (36,5), ITA (11,1) y ALE (4,4)	ALE (1,6), FRA (0,5), IND (0,8) y CHIN (13,6)
Materiales de construcción	662	2,69	1,2		CHI (10,4), IND (8,8) y EEUU (8,5)	ALE (0,5), BRA (0,1), RUS (0,8), IND (2,7) y CHIN (6,6)
Ropa para mujeres y niñas	842	2,00	1,1		CHI (33,2), ITA (6,1) y ALE (5,1)	ALE (1,5), FRA (0,5), ESP (1) , IND (0,7) y CHIN (15,2)
Motores de combustión interna	713	2,14	0,9	Media-alta	ALE (14,1), EEUU (10,7) y JAP (8,6)	ALE (1,5), FRA (0,4), ITA (1,2), ESP (0,7) , BRA(0,4), RUS (0,2), IND (0,6) y CHI (5)
Neumáticos	625	3,69	0,9		CHI (11), ALE (10,9) y JAP (8,7)	BRA (0,2), RUS (0,2), IND (0,5) y CHIN (7,7)
Productos medicinales	541	2,61	0,8	Alta	ALE (14,8), EEUU (10,2) y FRA (7,9)	ALE (2,1), ESP (0,7) , IND (0,3) y CHIN (0,3)
Pescados	034	3,70	0,8		CHI (12,0), EEUU (4,7) y ESP (3,7)	ALE (0,4), ITA(0,1), R.U.(0,1), ESP (0,5) , JAP (0,3), CHI (4,8) y RUS (1,4)
Exportación total		1,76	51,7			

Fuente: OCDE, MEH y elaboración propia.

tas y hortalizas, a cuyo capítulo le corresponde una cuota mundial en torno al 9 por 100; a continuación se sitúan automóviles, automotores de transporte, partes y piezas de automóviles, aceites fijos de origen vegetal y bebidas alcohólicas, con cuotas comprendidas entre el 4 por 100 y 5 por 100.

Para este estudio comparativo, se han escogido siete países desarrollados, incluyendo a España (Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Estados Unidos y Japón) y cuatro emergentes (Brasil, Rusia, India y China). El período analizado abarca los años 2000-2008 ó 2009, dependiendo de la disponibilidad de los datos. Los principales resultados se reflejan en el cuadro 1.

En general, los productos que han conseguido ganar o mantener cuota de mercado mundial en los últimos años, que se identifican con los más competitivos en el exterior, son (gráfico 4): agroalimentario (carne, pescado, aceites y grasas de origen vegetal⁴), química (productos medicinales y farmacéuticos), papel, cartón y edición, y maquinaria y confección. En confección, sector con un mayor valor añadido que el de productos textiles, España ha aumentado su cuota de mercado en un punto, mientras que ha retrocedido en textiles, como ha ocurrido en el resto de los países desarrollados al no poder competir en precios

⁴ En aceites y grasas de origen vegetal, se ha descendido en la clasificación CUCI hasta el nivel de rúbrica, ya que la categoría de capítulo era demasiado amplia.

con China⁵. El sector del calzado, uno de los exportadores tradicionales, plantea más interrogantes a medio plazo, ya que otros países desarrollados han logrado mantener su presencia en el mercado pese a la importante penetración del calzado chino. En cuanto al sector de automoción, las conclusiones no son unívocas. En plena crisis económica, las fábricas españolas lograron recuperar cuota de mercado debido, en parte, a los planes de estímulo a la compra de automóviles de Europa, pero cabe preguntarse si esta tendencia positiva continuará tras la finalización de los incentivos en Europa, hacia donde se destinan el 80 por 100 de nuestras exportaciones. Por ello, la fabricación del coche eléctrico, que supone una significativa innovación de producto, debería ser un acicate para escalar posiciones. Por último, el futuro de las exportaciones de hierro y acero dependerá, fundamentalmente, de cómo evolucione el consumo de bienes duraderos y la inversión en equipo en Europa, y de la apertura de nuevos mercados en países emergentes.

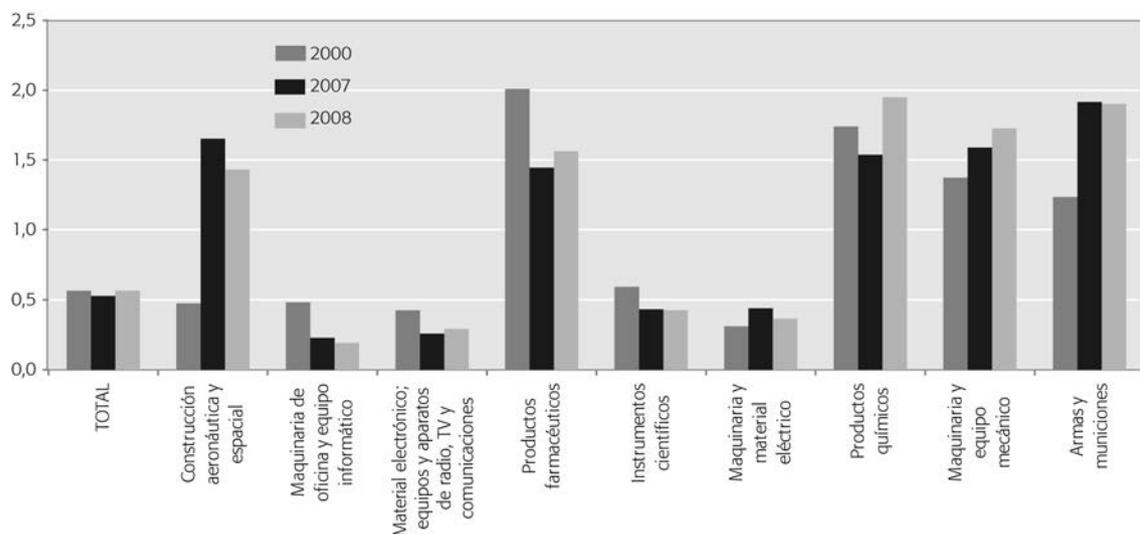
4. Intensidad tecnológica de las exportaciones de bienes

En 2008, las exportaciones españolas de productos de alta tecnología supusieron el 4 por 100 de las exportacio-

⁵ La cuota de mercado mundial de China en productos textiles ha aumentado 16 puntos en la última década.

Gráfico 5

CUOTA DE MERCADO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE ALTA TECNOLOGÍA



Fuente: Eurostat.

nes totales, porcentaje muy inferior al de nuestros principales socios comerciales y que ha ido disminuyendo progresivamente desde 2000. No obstante, la cuota de mercado mundial de España en este tipo de productos, un 0,57 por 100, no ha variado entre 2000 y 2008, aunque sí su composición (gráfico 5). Los productos con las cuotas más altas — química (2 por 100), armamento (1,9 por 100), maquinaria y equipo mecánico (1,7 por 100), construcción aeroespacial (1,4 por 100) y productos farmacéuticos (1,6 por 100), y — han sido precisamente, salvo farmacia, los que han mejorado su cuota. En el resto de los grupos — maquinaria de oficina y equipo informático (0,2 por 100); material electrónico, equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones (0,3 por 100) e Instrumentos científicos (0,4 por 100) — la cuota se ha reducido y ha aumentado en maquinaria y equipo eléctrico (0,4 por 100).

En los sectores de alta tecnología, la I+D juega un papel crucial para la mejora de la competitividad; en los de un contenido tecnológico medio o bajo, como el agroalimentario, las innovaciones en calidad de producto (denominaciones de origen, alimentos ecológicos y marcas de calidad), organizativas y de marketing (marca España, promoción exterior vinculada a la alta restauración) están comenzando a tener un impacto significativo. Conviene señalar que España es el primer exportador mundial de aceite de oliva virgen y ocupa el noveno puesto en el *ranking* mundial tanto en frutas y hortalizas como en pescado, crustáceos y moluscos. Además, el sector agroalimentario es uno de los sectores exportadores españoles más importantes y presenta superávit comercial desde mediados de los noventa. En confección, otro de los sectores con contenido tecnológico medio-bajo, el actual liderazgo de las multinacionales españolas de más éxito se ha basado en innovaciones en la logística.

5. El impacto de la crisis económica en el comercio mundial y en las exportaciones españolas

En el otoño de 2008, tras la quiebra de Lehman Brothers, el sistema financiero internacional bordeó el colapso, la economía mundial se adentró en la crisis más profunda desde la Segunda Guerra Mundial y el comercio mundial de bienes y servicios se desplomó. Los intercambios mundiales de bienes en volumen comenzaron a descender a finales de 2008, y en el primer trimestre de 2009 registraron la mayor caída desde 1960 (–16 por 100 en tasa intertrimestral sin anualizar); después se orientaron al alza, con alguna interrupción puntual, como la registrada a principios de 2010 por la crisis de la deuda griega.

En el conjunto de 2009, el comercio de mercancías, según la OMC, cayó un 12 por 100 en términos reales. Por productos, la categoría más afectada por la crisis fue la de manufacturas, con una caída real del 15 por 100, mientras que las más resistentes fueron agricultura, y combustibles y minerales, que descendieron un 3 por 100, y un 4,5 por 100 en volumen, respectivamente. En valor, las manufacturas disminuyeron un 20 por 100, registrándose los mayores retrocesos en las de hierro y acero (–45 por 100), sector muy vinculado a la inversión y al consumo duradero, y en automoción (–32 por 100). El único sector manufacturero que aumentó sus exportaciones fue el de productos medicinales y farmacéuticos (3 por 100), mientras que el resto de la química, recortó un 19 por 100. Las exportaciones de maquinaria cayeron un 23 por 100 y las de equipos informáticos y de telecomunicaciones, un 16 por 100. Por último, la confección descendió un 13,5 por 100 (cuadro 2).

En España, los productos que mejor sortearon la crisis fueron productos medicinales y farmacéuticos, y confección, con variaciones nominales del 4,5 por 100 y del –0,9 por 100, respectivamente. Las exportaciones de automoción descendieron un 20,9 por 100, menos que las mundiales, habiendo recuperado cuota de mercado tras el retroceso de 2008. Estos resultados muestran que las exportaciones españolas de bienes ganaron cuota de mercado en términos nominales y reales en plena crisis económica. Los tres sectores citados ganaron cuota nominal, la única categoría de productos donde se perdió cuota fue equipos de oficina y telecomunicaciones, y en el resto, se mantuvo.

En cuanto al comercio de servicios, que supone el 20 por 100 de los intercambios totales, su valor disminuyó un 12 por 100 en 2009. En suma, los flujos comerciales mundiales de bienes y servicios en volumen retrocedieron un 10,7 por 100 en 2009, después de haber aumentado un 2,9 por 100 en 2008; en este contexto, las exportaciones españolas de bienes y servicios descendieron un 11,6 por 100 en 2009, tras el retroceso del 1,1 por 100 en 2008.

6. Conclusiones

En el conjunto de 2010, el comportamiento de las exportaciones de bienes y servicios fue muy favorable, con un crecimiento del 10,3 por 100. La cuota de las exportaciones españolas en el comercio mundial de bienes, en términos nominales, disminuyó una décima, hasta el 1,6 por 100, tras haber estado dos años consecutivos anclada en el 1,7 por 100, aunque esta pérdida fue menos acusada, de nuevo, que en nuestros principales socios comerciales. En cuanto a la competitividad-precio, los datos correspondientes al cuarto trimestre de 2010 muestran un

Cuadro 2

IMPACTO DE LA CRISIS EN EL COMERCIO MUNDIAL Y EN LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PRODUCTOS

(variación anual en porcentaje)

Producto	Mundo		España			
	2009		2009		2010	
	Valor	Volumen	Valor ⁽¹⁾	Volumen ⁽²⁾	Valor ⁽¹⁾	Volumen ⁽²⁾
Agricultura (0+1+2+4-27-28)	-12,8	-3,0	-12,9	-3,8	8,1	11,3
Alimentos (0+1+4+22)	-11,2		-11,9	-3,1	6,9	8,2
Carne y preparados (01)			-9,9		5,7	
Pescado (03)			-10,2		4,9	
Frutas y hortalizas (05)			-7,6		4,7	
Bebidas (11)			-17,8		8,1	
Aceites fijos de origen vegetal (42)			-25,8		15,2	
Combustibles y minería (3+27+28+68)	-35,7	-4,5	-37,6	-19,0	31,7	18,0
Manufacturas (5+6+7+8-68-891)	-20,2	-15,5	-20,4	-11,1	9,9	14,4
Química (5)	-13,7		-13,4	-7,3	18,5	19,8
Productos medicinales y farmacéuticos (54)	2,8		4,5		4,6	
Resto	-19,1		-21,6		27,0	
Hierro y acero (67)	-44,7		-44,7		30,7	
Maquinaria y equipo de transporte (7)	-21,6		-21,1	-12,7	6,2	11,8
Maquinaria (71+72+73+74+77-713-776-7783)	-23,0		-20,4		5,2	
Equipos de oficina y telecomunicaciones (75+76+776)	-15,9		-25,8		11,9	
Automoción (78+79+713+7783)	-32,0		-20,9		6,0	
Textiles (65)	-16,7		-16,7		5,1	
Confección (84)	-13,5		-0,9		3,4	
Calzado (85)			-11,6		4,4	
TOTAL	-22,5	-12,0	-20,3	-9,8	11,8	14,5
Comercio mundial bienes 2010 (CPB, enero 2011):	20,1	15,0				
Comercio mundial bienes 2010 (OMC, abril 2011):	22,0	14,5				

(1) Valor en dólares

(2) Volumen: agricultura (secciones 0, 1, 2 y 4), alimentos (secciones 0,1 y 4), combustibles (sección 3) y manufacturas (secciones 5,6,7 y 8).

Fuentes: OMC, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Ministerio de Economía y Hacienda y elaboración propia.

recorte de los costes laborales relativos frente a la zona euro y la OCDE del 7,3 por 100 y del 10 por 100, respecto a los máximos alcanzados antes de la crisis.

En general, los productos que han mostrado una recuperación más sólida en 2010 coinciden, salvo alguna excepción, con los que han conseguido ganar o mantener

cuota de mercado mundial en los últimos años. Como era de esperar, este estudio ha confirmado que los países emergentes han ganado cuota de mercado mundial en casi todos los sectores, sobre todo China, y también ha permitido identificar los países desarrollados que han mejorado su posición en los principales sectores exportadores españoles, lo que supone la información más relevante:

Alemania (presente en casi todos ellos), Italia (pescado, bebidas, papel, cartón y artículos de edición, hierro y acero y maquinaria), Francia (calzado y confección), Reino Unido (pescado), Estados Unidos (bebidas) y Japón (pescado).

En la actual fase de recuperación económica, las exportaciones han constituido un pilar fundamental en la reactivación de la industria y los servicios, compensando la atonía de la demanda interna. Según el FMI, el comercio mundial aumentará en torno al 7 por 100 en 2011 y 2012, cinco puntos porcentuales menos que en 2010, y el crecimiento de los mercados de exportación españoles, el principal determinante de las ventas exteriores, se moderará, afectado, en parte, por la finalización de los estímulos y los procesos de consolidación fiscal en las economías avanzadas. Por ello, la única vía para mantener nuestra cuota de mercado frente a los países desarrollados, que son, en definitiva, nuestros principales competidores, es seguir apostando por la innovación. Y también lo es frente a las economías emergentes, porque intentar competir con ellas en precios es una estrategia condenada al fracaso.

Referencias

- ANTRAS, P., SEGURA, R., y RODRÍGUEZ, D. (2010), "Firms in International Trade (with an Application to Spain)", ponencia presentada en el XXXV Simposio de Análisis Económico, en Madrid, organizado por la Asociación Española de Economía (mimeo).
- FELIPE, J., y KUMAR, U. (2011), "Unit Labour Costs in the Eurozona: The Competitiveness Debate Again", Working Paper 651, Levy Economics Institute of Bard College, New York.
- GOLDMAN SACHS (2011), "Euro-zone competitiveness: Prices is not all, quality also matters", *European Weekly Analyst*. Issue N°11/02, January 13, 2011.
- GONZÁLEZ SANZ, M. J., y RODRÍGUEZ CALOCA, A. (2010), "Las características de las empresas españolas exportadoras de servicios no turísticos", *Boletín Económico* de noviembre 2010, Banco de España.
- INVEST IN SPAIN (2011), "La posición competitiva de España: indicadores y rankings de competitividad", *Boletín Económico de Información Comercial Española* n° 3.006, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- MÉNDEZ, R. *et al.* (2010), "Estrategias de innovación industrial y desarrollo económico en las ciudades intermedias de España", Fundación BBVA.
- SANZ CAÑADA J., HERVÁS I., COQ D. y SÁNCHEZ ESCOBAR F. (2008). "Prioridades de investigación e innovación en el sector del aceite de oliva en España". Informe de la *Red de Cooperación Ciencia y Empresa del sector oleícola*. OLIREDA, Madrid. <http://hdl.handle.net/10261/11141>.
- Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Cámaras de Comercio e ICEX (2010), "La empresa exportadora española 2005-2008", Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Subdirección General de Análisis, Estrategia y Evaluación (2010), "Un estudio a nivel de empresa manufacturera de la competitividad exportadora en España", *Boletín Económico de Información Comercial Española* n° 3.000, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.