

«A VUELTAS CON LA COMPETITIVIDAD DE LA ECONOMÍA»

Este volumen de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA aborda un tema a la par tan valorado como menospreciado. La apatía que a veces genera la discusión sobre la *competitividad de las economías* se justifica por la confusión, apuntada ya hace tiempo por Krugman, que surge al considerar la competitividad de las naciones en los mismos términos que se aplicaría para una empresa. Es evidente que las economías no se comportan como empresas: baste señalar que ante unos malos resultados económicos en las relaciones internacionales no se expulsa al país del mercado mundial. La otra cuestión importante que lleva a ser cautos es que el comercio internacional no es un juego de suma cero. Por tanto, los buenos resultados de una economía (conseguidos, por ejemplo, vía incrementos en la productividad) no tienen que ser a costa de que otra economía pierda; es más podría ocurrir que otros países avanzaran también. Con todo, este número de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA se apoya en la competitividad internacional como hilo conductor porque entre las ventajas de este concepto está la de englobar el debate sobre numerosas ideas y variables económicas que rodean la actuación de una economía en el mercado mundial. De manera que ofrece un esquema adecuado para aproximarse al estudio de la posición de la economía española en el mercado global.

El objetivo que se planteó cuando se diseñó el sumario era presentar un panorama transversal del desempeño de la economía española en clave internacional. Esto obligaba a trazar aproximaciones desde distintos itinerarios que condujeran hacia la obtención de mejores resultados. Además, en la medida en que se había iniciado una fase expansiva del ciclo, era interesante evaluar los cambios acaecidos en

**EL COMERCIO
INTERNACIONAL NO
ES UN JUEGO DE
SUMA CERO**

las relaciones comerciales y si estos presentaban un carácter estructural o no. Conocer este rasgo es crucial, ya que como muchos expertos apuntan se trata de un ciclo global muy débil y con bastantes sombras en el horizonte, especialmente en lo referente al crecimiento en países emergentes.

El presente número se estructura en tres bloques. El primero de ellos evalúa la internacionalización de la economía española mediante los resultados básicos del sector exterior, tanto desde una visión global como desagregada por grandes zonas geográficas (China, Latinoamérica y Estados Unidos). En el segundo bloque se examinan algunos de los factores que actúan bien como fortalezas bien como debilidades cuando se opera en los mercados globales. Entre estos elementos se han considerado la cooperación con otros agentes en proyectos de innovación, la modificación de los costes laborales unitarios, la calidad de las instituciones y el coste energético. El tercer y último bloque presenta estudios de casos de sectores económicos cuyos indicadores muestran un comportamiento sensiblemente mejor que la media. Los casos seleccionados son: los sectores de media y alta tecnología, el sector de la agroalimentación y el sector turístico.

Una vez diseñado el sumario por parte de María José Moral (UNED y Funcas), se organizaron unas Jornadas de Discusión durante los días 21 y 22 de abril de 2016 en las que se presentaron las primeras versiones de los trabajos. Cada uno de los artículos tenía asignado un comentarista experto en el tema y contó, además, con el debate por parte de los asistentes. Sin duda alguna, este formato ha contribuido a que las versiones finales que se presentan aquí sean, si cabe, más acertadas y rigurosas.

A continuación se repasan brevemente los resultados más relevantes de cada una de las contribuciones.

El primer artículo que abre el número lo firman **M.^a Elisa Álvarez** y **Josefa Vega** de la Universidad de Valladolid, y **Rafael Myro** de la Universidad Complutense de Madrid. Estos autores analizan la inversión extranjera directa recibida y ofrecida por España. Como punto fundamental de su discurso cabe señalar que España, desde hace tiempo, es un país con un importante flujo de emisión de IED que comenzó en los años noventa con un notable esfuerzo de internacionalización de las empresas españolas. Este proceso fue intenso hasta 2007, pero se ha ralentizado con la crisis, aunque no se ha truncado y ha mantenido la participación de las actividades económicas si bien ha cambiado la distribución geográfica ganando peso Estados Unidos en contraposición a la UE-28.

ESPAÑA EMITE FLUJOS DE IED RELEVANTES

El análisis pormenorizado sobre la posición en los mercados internacionales de las grandes empresas multinacionales españolas se encuentra en el artículo de **Fernando Gallardo Olmedo** y **Fernando Sánchez Villacorta** (Universidad Autónoma de Madrid). Los autores centran el estudio en 24 empresas multinacionales españolas que se caracterizan por tener el centro de decisión en España, obtener una parte importante de su negocio (más del 40 por 100) fuera de la frontera y superar los 1.000 millones de euros de capitalización bursátil. Durante la crisis económica internacional, estas empresas han registrado un aumento en la internacionalización pues en 2007, en media, el 50 por 100 de su negocio procedía del exterior mientras que en 2014 esta cifra alcanzaba el 64 por 100. Entre los riesgos que pueden afectar a las multinacionales se identifican el elevado nivel de endeudamiento, el posible contagio de la ralentización de las economías emergentes (especialmente de China) y la pérdida de españolidad (especialmente para Telefónica). Entre las oportunidades de negocio se detecta la buena situación para acceder al mercado estadounidense, sobre todo para las empresas de construcción y gestión de infraestructuras.

**CON LA CRISIS, LAS
MULTINACIONALES
ESPAÑOLAS
INTENSIFICAN SU
INTERNACIONALIZACIÓN**

En los artículos siguientes se examinan las oportunidades de negocio para las empresas españolas en tres grandes áreas geográficas de máxima importancia en el mercado global: China, EE.UU. y Latinoamérica.

Salvador Gil-Pareja, Rafael Llorca-Vivero (Universidad de Valencia) y **Jordi Paniagua Soriano** (Universidad Católica de Valencia) presentan el potencial de China así como las posibilidades de negocio para la economía española. En primer lugar, repasan el proceso aperturista y el modelo productivo de China. En segundo lugar, examinan el comercio contingente entre España y China cuyos resultados les llevan a concluir que los flujos comerciales en ambos sentidos están infravalorados. Por tanto, su propuesta se dirige hacia una intensificación de estas relaciones.

**EXISTE CAPACIDAD
PARA AUMENTAR LAS
RELACIONES CON CHINA**

Esther Gordo Mora y **David Martínez Turégano** del Banco de España, desgranar las principales vías de transmisión de los efectos esperados sobre el acuerdo *Transatlantic Trade and Investment Partnership* (TTIP) que se está negociando entre EE.UU. y la Unión Europea. Se analizan tanto los puntos de controversia (aglutinados esencialmente en aspectos de seguridad alimentaria y medioambiente) como los elementos en los que España puede obtener mayores ganancias. El hecho de no ser un acuerdo muy conocido fuera de la comisión negociadora obliga a ser cautos en las conclusiones. No obstante, y teniendo en cuenta esta información limitada, los autores apuntan la existencia de ganancias de bienestar en ambas regiones y, en particular, para España.

SE DEBE REFORZAR EL LIDERAZGO ESPAÑOL EN AMÉRICA LATINA

Este primer bloque se cierra con el artículo de **Ramón Casilda Béjar** (Universidad Autónoma de Madrid) que estudia la internacionalización de las empresas españolas en Latinoamérica. Como es de sobra conocido, esta región del mundo nos es más próxima en tanto que nos unen lazos culturales, de idioma e históricos por lo que tradicionalmente ha sido el destino natural de la internacionalización de las empresas españolas. De hecho, la presencia de empresas españolas ha sido tan relevante que el autor constata que han ayudado a transformar los mercados receptores mediante la incorporación de nuevas tecnologías y métodos de gestión, la generación de nuevos patrones de consumo o el avance de la competencia. Por ello, se señala la necesidad de seguir reforzando el liderazgo español puesto que generará sinergias a un lado y otro del Atlántico.

En el segundo bloque el foco de interés se pone en la evaluación de aportación o no de diferentes factores a la internacionalización de las empresas españolas y a la mejora de los resultados agregados de la economía española.

Se inicia esta parte con el artículo, firmado por **Nieves Arranz** (UNED) y **Juan Carlos Fernández de Arroyabe** (Universidad de Essex), dedicado al estudio de la cooperación tecnológica en las empresas españolas de manufacturas y de servicios desde un punto de vista estratégico. Es algo aceptado que la cooperación en proyectos tecnológicos entre empresas, universidades y otros centros de investigación establece procesos interactivos y permite obtener beneficios adicionales y recíprocos para todos los participantes. Por ello, identifican los determinantes que inciden positiva o negativamente y concluyen que, a pesar del incremento de la cooperación entre la universidad y los centros de investigación con las empresas, todavía persisten elementos perjudiciales como el pequeño tamaño empresarial, la baja cooperación internacional o la dificultad para encontrar socios.

LA DEVALUACIÓN INTERNA SOLO OFRECE BUENOS RESULTADOS A LARGO PLAZO

A continuación, **Aránzazu Crespo** (Middelsex University) y **Abián García Rodríguez** (ESRI) investigan si la evolución de los costes laborales unitarios incide en las relaciones comerciales internacionales de la economía española. En concreto, se examina si la flexibilidad (de contratación y despido) de la reforma laboral de 2012 que, *de facto*, supuso una devaluación interna impulsó el crecimiento a través de las exportaciones netas. Estos autores concluyen que si bien a largo plazo la devaluación interna puede ser una estrategia adecuada para mejorar la competitividad española, a corto plazo puede tener efectos contradictorios dependiendo de la demanda interna.

Las deficiencias del entramado institucional no corresponden con el nivel de desarrollo de la economía y la sociedad españolas. La Nueva

Economía Institucional establece una relación precisa entre configuración institucional y eficiencia económica. Siguiendo esta línea de investigación, **Xosé Carlos Arias** y **Gonzalo Caballero** (Universidad de Vigo) muestran la importancia de contar con un adecuado marco institucional para mantener y avanzar en el posicionamiento internacional de la economía. Entre los principales fallos que detectan está el funcionamiento ineficiente del sistema judicial, las distorsiones en la relación entre sistema político y sociedad (percepción de corrupción,...) o el peso excesivo de la burocracia. En base a ello, argumentan que una de las reformas institucionales más urgentes debe ser la del sistema judicial.

LA REFORMA DEL SISTEMA JUDICIAL ES CRUCIAL PARA AVANZAR EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

El último factor condicionante de la competitividad analizado es el coste energético que, en los últimos años, ha estado creciendo debido a la excesiva regulación, la dependencia y la ineficiencia energética, entre otros motivos. **Joan Batalla Bejerano** (Universitat de Barcelona) y **Agustí Segarra Blasco** (Universitat Rovira i Virgili) aportan luz sobre este proceso y se muestran optimistas sobre una evolución futura más favorable gracias a la diversificación en el suministro, el desarrollo de tecnologías más sostenibles y el desarrollo de nuevos mecanismos más eficientes de fijación de precios energéticos. Por ello, los autores defienden que si las empresas españolas realizan su parte y mejoran sensiblemente su eficiencia energética la energía no debería ser obstáculo para la competitividad.

El último bloque de este número de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA está formado por tres artículos que exponen la realidad en la que se mueven sendas actividades económicas que coinciden en mostrar buenos resultados en las variables relacionadas con los mercados internacionales.

El primero de los artículos lo firma **Fernando Merino de Lucas** (Universidad de Murcia) y muestra la estrategia que siguen las empresas en los sectores de alta y media tecnología en relación con el posicionamiento en las cadenas globales de producción. En efecto, encontrar los recursos y explotar las capacidades es crucial para optimizar una estrategia de internacionalización. Por ello, se analizan estos vínculos, especialmente los de carácter financiero y se evidencia que existe una actividad innovadora más débil que en otros países competidores. Sin embargo, se aprecia que cuando las empresas aprovechan los vínculos de la globalización (bien sea a través de la participación de capital extranjero o a través de la obtención de fondos en el exterior) mejora la obtención de innovaciones en estos sectores.

LA INTERNACIONALIZACIÓN FAVORECE LA INNOVACIÓN

El siguiente sector analizado, por parte de **María Teresa Fernández Núñez** (Universidad de Extremadura), es el sector de la agroalimentación. El estudio arranca poniendo de manifiesto la envergadura de la

**LA DIVERSIFICACIÓN
Y LA APUESTA POR
LA CALIDAD HACE
AVANZAR EL SECTOR
AGROALIMENTARIO**

industria agroalimentaria tanto en las exportaciones españolas como en la cuota de exportaciones de la industria agroalimentaria europea. A pesar de la fuerte competencia internacional, este sector ha sabido mantener y mejorar su presencia apoyado fundamentalmente en la diversificación hacia productos de más calidad y nuevos mercados europeos (que crecen con rapidez). Por tanto, de aquí se aprende que la competitividad en los mercados internacionales no está condicionada únicamente por factores vinculados a los precios de los productos, sino que cada vez adquieren más relevancia factores asociados a la diferenciación y calidad de los productos.

El último artículo, escrito por **María Teresa Garín Muñoz** y **María J. Moral** (UNED y Funcas), estudia la competitividad en el sector turístico español. Como es bien sabido, el turismo es clave para el desarrollo de los países y supone una importante fuente de ingresos así como de creación de empleo y riqueza; pero también es crucial en la promoción de la imagen y la percepción internacional del país en el extranjero. En el caso español, todas estas premisas se cumplen con creces. Las autoras comienzan su análisis repasando las variables que condicionan la competitividad de los destinos turísticos para ofrecer al lector una visión crítica que permita entender la realidad de cada uno de los *rankings* de competitividad turística que aparecen en los medios especializados. En la segunda parte del artículo construyen un indicador de competitividad turística de las comunidades autónomas basado en factores económicos con frecuencia anual y fácil de implementar. Por tanto, este indicador sintético que puede ser de gran utilidad para los agentes implicados en el sector.

En conclusión, la mejora de la competitividad es crucial para mantener y potenciar el crecimiento económico, más aún en un mundo globalizado. Es incontestable que la competitividad es un concepto amplio que se extiende a todos los ámbitos de la economía. Precisamente, sobre muchas de las vertientes que ofrece la competitividad, este número de PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA trata de identificar las ventajas que presenta la economía española sin olvidar que persisten desafíos por enmendar. Dentro de un análisis transversal se han buscado y se han planteado propuestas que proporcionan una guía para afrontar el difícil reto que siempre supone fortalecer la posición de España en los mercados internacionales.