El posicionamiento exterior de España

La reciente crisis propició un cambio en el posicionamiento exterior de la economía española, que no solo intensificó su atención a los mercados internacionales para contrarrestar la contracción de la demanda interna sino que además diversificó su presencia en el exterior. En un mundo cada vez más interrelacionado, el crecimiento de un país depende de su capacidad para aprovechar las tendencias del crecimiento mundial. En este contexto, se analiza si la reorientación del posicionamiento exterior de España de estos últimos años le permitirá beneficiarse de las nuevas perspectivas de crecimiento globales.

Cristina Gómez

La inserción de la economía española en los mercados internacionales puede analizarse a través del Índice de Posicionamiento Exterior (IPEX) elaborado por el Banco de España, que permite estudiar la evolución de la presencia exterior de España a lo largo del tiempo así como comparar su posicionamiento con respecto a otros países.

El IPEX está integrado por cuatro variables: (i) las exportaciones de bienes, (ii) las exportaciones de servicios no turísticos, (iii) los ingresos por turismo y (iv) la posición en inversión extranjera directa (IED) en términos de stock. El IPEX asociado a cada país de destino refleja la cuota que ese país representa en el posicionamiento exterior global de la economía española.

Los datos más recientes de la composición del IPEX de España 2011-2013 por región se presentan a continuación.

Si se analiza la evolución del índice, el posicionamiento exterior español se caracteriza por una clara concentración en países desarrollados, especialmente en la Unión Europea y la zona euro. La apuesta del sector exterior español siempre se ha centrado en países vecinos, especialmente Reino Unido, Francia y Alemania, que siguen siendo desde hace más de dos décadas sus principales socios comerciales. No en vano, Reino Unido ocupa el primer puesto tanto como destino de las exportaciones españolas de servicios no turísticos como en origen de turistas y activos de IED españoles; Francia es el principal socio en materia de exportaciones de bienes.

iStock/Thinkstock

No obstante, España está reorientando su posicionamiento exterior hacia mercados emergentes. El IPEX de España en países emergentes para el

SEGUROS PARA EMPRESAS

CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

Unicaja

quinquenio 1995-1999 rondaba el 17%, cuota que aumentó hasta el 23% para el periodo 2011- 2013. La crisis incrementó el interés de las empresas españolas por nuevos mercados más dinámicos.

Dentro de esa categoría de países emergentes destacan los de la región de América Latina y Caribe por sus mayores intercambios comerciales con España, aunque su importancia en el posicionamiento exterior se ha mantenido estable en el tiempo, representando su peso en el IPEX 2011-2013 alrededor de un 11%.

Si la importancia de los emergentes en la economía española se ha incrementado ha sido por el creciente peso de las relaciones económicas con los países de Europa del Este y de Asia emergente. La apertura de Europa del Este y el incremento de relaciones económicas con Rusia, Hungría, Polonia y Turquía han multiplicado por tres el peso de esta región en el IPEX 2011-2013 con respecto al IPEX de 1995-1999. Asimismo, la participación de países de Asia emergente se ha duplicado motivado por China, cuyo peso se ha cuadriplicado en este mismo periodo. A pesar de ello, en general, España sigue poco interrelacionada con la región de Asia.

El posicionamiento exterior de España respecto al crecimiento mundial

Si se pone en perspectiva el posicionamiento exterior de España con el crecimiento potencial de las distintas regiones existen grandes disparidades. Hace dos décadas el posicionamiento exterior de España se centraba en las zonas de mayor crecimiento a nivel mundial, el continente europeo y Estados Unidos. Hoy el centro de gravedad económica se ha desplazado hacia la región asiática donde se encuentran las mayores ganancias potenciales. Y este es un desplazamiento que apenas se ha reflejado en el posicionamiento exterior de España.

En el siguiente gráfico se relaciona la variación del IPEX 2011-2013 con respecto al de 1995-1999

COMPOSICIÓN E IPEX DE ESPAÑA 2011-2013 POR REGIÓN (%)

	Exportación de bienes	Exportación de servicios	Ingr. Turismo	Activos IED	IPEX*
Desarrollados	69,6	85,0	87,8	56,8	56,2
Zona euro	52,6	42,1	52,7	25,2	25,7
Resto desarrollados	17,0	42,9	35,1	31,6	30,5
Emergentes	30,4	15,0	12,2	43,2	43,8
América Latina	7,8	7,5	5,4	33,7	6,0
Asia	4,6	1,9	0,9	2,8	21,6
Europa del Este	6,7	2,9	4,5	4,4	7,0
Resto emergentes	11,4	2,7	1,4	2,2	9,2

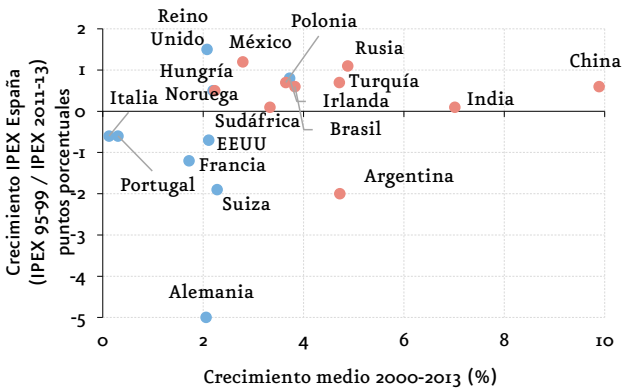
* El cálculo del índice sintético IPEX se hace a través de un enfoque estadístico de normalización.

Fuente: *Afi, a partir de datos del Banco de España.*

(en puntos porcentuales) con el crecimiento experimentado en los últimos años por cada país. Así, se observa que efectivamente el posicionamiento exterior 2011-2013 de España en mercados tradicionales como Estados Unidos y algunos países de la Unión Europea como Francia, Portugal, Italia y Alemania se ha reducido con respecto a su posicionamiento en 1995-1999, si bien estos países permanecen entre los principales socios económicos de España. Por el contrario, España mejora su posicionamiento en países que tuvieron mayor crecimiento como algunos de Europa del Este (Rusia, Turquía, Polonia y Hungría), China o India.

Es especialmente destacable la caída de casi 5 puntos de Alemania en el IPEX de España debido al retroceso en cada una de las cuatro variables

Variación del IPEX de España en relación al crecimiento experimentado por país



Fuente: *Afi, a partir de datos del FMI y del Banco de España.*

SEGUROS PARA EMPRESAS

CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

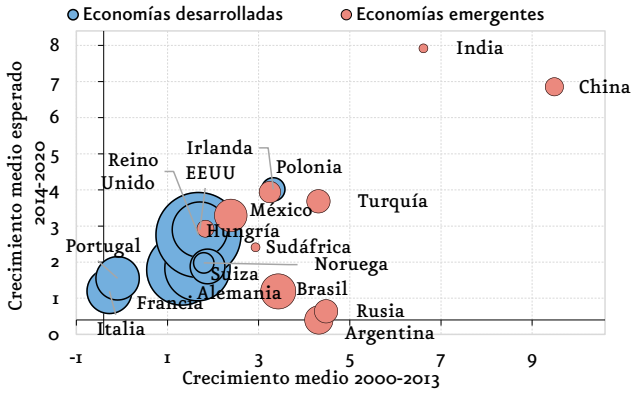
Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

Unicaja

Evolución de la presencia internacional de la franquicia española

(miles de establecimientos en el exterior)



Fuente: *Afi, a partir de AEE.*

que componen el índice, pero especialmente por la pérdida de importancia de los ingresos por turismo.

En un análisis global, aun observándose un cierto avance hacia los emergentes, estos movimientos son todavía limitados. Efectivamente, con respecto a las perspectivas de crecimiento potencial, más del 50% del posicionamiento exterior español está focalizado en las regiones con menor crecimiento previsto a nivel mundial en los próximos años. Por un lado, alrededor del 40% de las exportaciones, ingresos por turismo e inversiones se centran en Europa occidental, zona que según las previsiones del FMI crecerá en 2016 aproximadamente un 1,8%. Por otro lado, el 11% del posicionamiento exterior de España se localiza en América Latina, la región que menos crecerá en 2016, apenas un 0,6%. Las zonas con mejores perspectivas de crecimiento, Asia (5,6%) y África (3%), son regiones en las que los intercambios económicos con España son todavía limitados.

Estas tendencias se observan también a largo plazo cuando relacionamos el posicionamiento de España en las distintas economías con respecto a su crecimiento promedio pasado y al estimado por el FMI para el periodo 2014-2020. Así, observamos que España mantiene mayores cuotas de posicionamiento en los mercados que mantendrán un crecimiento estable pero bajo, mientras que son reducidas con los países que más crecerán estos próximos años, como China o India.

Existe sin embargo una limitación al vincular la presencia exterior a zonas de crecimiento alto como el que experimentan los países emergentes, ya que estos presentan mayor riesgo. En este sentido podemos afirmar que el posicionamiento exterior de España es estable en países con un perfil de menor riesgo.

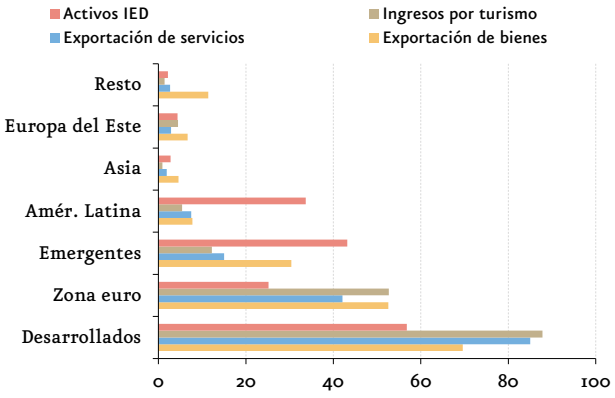
El turismo, motor de la internacionalización de España en países emergentes

Las distintas variables que componen el IPEX de España en los diferentes países nos permiten conocer la naturaleza y sostenibilidad de dicho posicionamiento.

En países desarrollados España mantiene una posición fuerte gracias a los intensos y continuos intercambios comerciales de venta de bienes y servicios y a la alta cuota de ingresos por turismo recibidos de estos países. En cambio, las relaciones con los mercados emergentes son de distinta naturaleza. Los intercambios comerciales de bienes y

Peso de las variables del IPEX 2011-2013 de España por región

(%)



Fuente: *Afi, a partir de datos del Banco de España.*

especialmente servicios ya no son tan importantes y la inversión se convierte en la pieza clave para las relaciones económicas de España con estos países.

Destaca especialmente el caso de la inversión en América Latina cuya cuota en el IPEX 2011-2013 de España es casi del 34%, muy por encima del 25% estimado para la zona euro. Se trata además de una excepción con respecto a sus principales socios europeos en los que solamente entre el 3 y el 4% de su posicionamiento exterior en América Latina proviene del componente IED.

No obstante, el posicionamiento de la economía española se mantiene en niveles altos en los países desarrollados gracias a una mejora del componente inversión que ha crecido en las últimas dos décadas, mientras que en los países emergentes es el aumento de los ingresos por turismo los que han dado soporte a la presencia española.

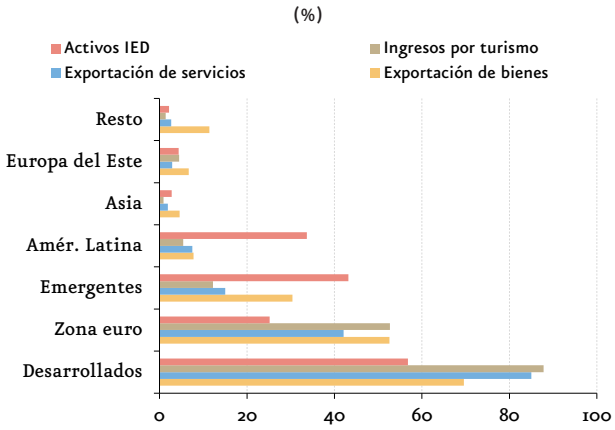
Conviene hacer algunas matizaciones respecto al mayor posicionamiento dentro del universo emergente. Si en Asia la mayor interacción con España se debe a unos mayores ingresos por turismo, en los países de Europa del Este la causa es una mayor inversión extranjera en la zona.

España: Estructura similar pero menor capacidad de crecimiento que sus principales socios

Si comparamos el comportamiento exterior de España con el de sus principales socios europeos vemos que es similar: todos ellos concentran más del 70% de su presencia exterior en países desarrollados y principalmente en la zona euro, cuyo peso es igual o superior al 40%. Aunque la estructura comercial de Alemania e Italia está ligeramente más diversificada hacia países emergentes que la de España, Francia o Reino Unido, esta diversificación es mucho menor que la media global en la que los mercados desarrollados pesan un 56%.

Sin embargo la diferencia entre España y

Distribución geográfica del IPEX 2011-2013 de España y sus principales socios europeos



Fuente: *Afi, a partir de datos del Banco de España.*

otras grandes economías europeas reside en la distinta localización de sus principales socios comerciales emergentes. Así, como consecuencia del pasado histórico, España tiene un posicionamiento mayor en América Latina y Caribe, mientras que Reino Unido lo tiene en las antiguas colonias de Hong Kong, Singapur y la India; Francia en África y Asia.

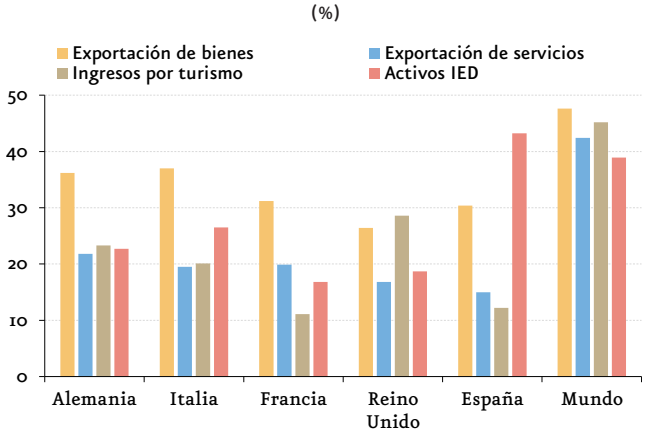
Al vincular sus relaciones económicas en países emergentes con mayor crecimiento potencial, los demás países europeos tienen mayor capacidad que España para aprovechar las dinámicas del crecimiento mundial.

Además, la forma de crecimiento exterior en los países emergentes es diferente. El incremento del posicionamiento exterior de España en mercados emergentes en la última década se basa en un gran aumento del peso de los ingresos por turismo, así como para Alemania y Francia. Por el contrario, en Reino Unido son las exportaciones de bienes las que impulsan su posicionamiento exterior y en Italia la inversión.

También difiere la importancia de los componentes del IPEX de las distintas economías a la hora de realizar intercambios comerciales con los mercados emergentes. España es el único país en-

SEGUROS PARA EMPRESAS
CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS
¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?
Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.
• SEGUROS DE DAÑOS
• SEGUROS PERSONALES
• SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
• SEGUROS DE CRÉDITO
Unicaja

Peso de las variables del IPEX 2011-2013 de cada país en países emergentes



Fuente: *Afi, a partir de datos del Banco de España.*

tre los socios europeos donde el componente inversión es la forma predominante de relacionarse con los países emergentes. Si en España la cuota de inversión ronda el 43% esta cifra varía entre un 17% y un 26% para el resto de países europeos. La cuota española es incluso superior a la media del mundo, estimada en un 39%.

Contrariamente a España, la posición de los socios europeos en países emergentes depende especialmente de las exportaciones de bienes a estos países.

Conclusiones

Si bien es cierto que el posicionamiento exterior de España se ha diversificado hacia mercados emergentes, todavía debe mejorar su relación con el nuevo centro de gravedad de la economía mundial. La estructura comercial española sigue focalizada en aquellos mercados emergentes con menores perspectivas de crecimiento como es el caso de América Latina. Esto lastra la capacidad de España para aprovechar las dinámicas del crecimiento mundial, menor que la de sus competidores europeos.

A la hora de posicionarse fuera, España aprovecha su atracción turística para estrechar relaciones con los países emergentes, una relación que afianza a través de la inversión implicando un compromiso a largo plazo ::