

INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

Núm. 3068

Del 1 al 31 de octubre de 2015

ICE
BOLETÍN
ECONÓMICO



Balanza comercial agroalimentaria en 2014

Nuevo escenario del sector del vino español

En preparación

- La corrección de los desequilibrios macroeconómicos de la economía española en el marco de la Unión Europea

Las opiniones expresadas en el BICE son de exclusiva responsabilidad de los autores y no reflejan, necesariamente, los puntos de vista de Información Comercial Española

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

NÚMERO 3068

Directora

Ana de Vicente Lancho

Secretario de Redacción

Juan José Otamendi García-Jalón

Jefa de Redacción

Pilar Buzarra Villalobos

Redacción: Carmen Fernández de la Mora y M^a Ángeles Luque Mesa. **Consejo de Redacción:** Antonio M^a Ávila, José M^a Fernández, Luis Fuentes, Rafael Fuentes, José C. García de Quevedo, Francesc Granell, Silvia Iranzo, Alicia Montalvo, Vicente Montes Gan, María Naranjo, Ödön Pálla, Fco. Javier Parra, Eva Povedano, Remedios Romeo, Francisco Javier Sansa, Cristina Serrano. **Logo y diseño general:** Manuel A. Junco. **Portada:** Fernando Fuentes. **Edición y Redacción:** Paseo de la Castellana, 162, planta 12. Teléfono: 91 349 31 90. www.revistasICE.com
Distribución y suscripciones: 91 603 79 97/93, distribucionpublicaciones@mineco.es

Índices de impacto en IN-RECS

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

La Editorial, a los efectos previstos en el art. 32.1 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizado para la realización de resúmenes de prensa. La suscripción a esta publicación tampoco ampara la realización de estos resúmenes. Dicha actividad requiere una licencia específica. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa (www.conlicencia.com <<http://www.conlicencia.com>>; 91 702 19 70 / 93 272 04 47).

Coordinador de la edición: S.G. Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. Secretaría de Estado de Comercio

Editor: Secretaría General Técnica

Maquetación: DAYTON, SA

Impresión: Centro de Impresión Digital y Diseño de la Secretaría de Estado de Comercio

Papel exterior: ecológico estucado brillo

Papel interior: 80 g ecológico FSC/TCF

ECPMINECO: 1.ª ed./ 4001015

EUAEVF: 7€+ IVA

D.L.: M-30-1958

NIPO: 720-15-003-8

eNIPO: 720-15-004-3

ISSN: 0214-8307

eISSN: 2340-8804

Catálogo general de publicaciones oficiales

<http://publicacionesoficiales.boe.es>



S U M A R I O

		En portada
Subdirección General de Comercio Internacional de Productos Agroalimentarios	3	La balanza comercial agroalimentaria en 2014
Subdirección General de Comercio Internacional de Material de Defensa y Doble Uso	23	Transferencias intangibles de tecnología de material de defensa y de doble uso. Problemas existentes en su medición
		Colaboraciones
Bárbara Vázquez Paja y Julián Martínez Moya	33	Comercio y transporte en África. Desarrollo portuario y corredores logísticos
Virginia Cortijo	43	La creciente importancia del «Español para los Negocios» en las instituciones de enseñanza superior de EEUU
Álvaro Espejo León, Julia M. Núñez Tabales y Fernando J. Fuentes García	57	Nuevo escenario del sector del vino español. Perspectivas estratégicas internacionales



Subdirección General de Comercio Internacional de Productos Agroalimentarios*

LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA EN 2014

En este artículo se analiza la evolución de los principales sectores y mercados agrarios durante 2014 así como los factores más importantes que determinan el comportamiento de nuestra balanza agroalimentaria¹.

Se ha incluido el análisis sectorial de todos los productos de los veinticuatro primeros capítulos del arancel.

Palabras clave: importaciones, exportaciones, comercio exterior, agricultura, España, 2014.

Clasificación JEL: Q10, Q17.

1. Evolución general

De acuerdo con los datos de comercio exterior (Cuadro 1), la balanza comercial agroalimentaria, que comprende los 24 primeros capítulos del arancel, ha registrado en 2014 un superávit de cerca de 9.172 millones de euros y una ratio de cobertura

de 131,23 por 100. Se trata de los mayores valores registrados desde el año 2000, que en los últimos dieciséis años ha contado con un saldo positivo en la balanza comercial. La crisis económica no ha impedido que se mantenga la voluntad exportadora de nuestro sector agroalimentario, incluso la ha aumentado. ▷

CUADRO 1
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS
(Miles de euros)

Año	Exportación	Importación	Saldo	Cobertura (porcentaje)
2000	17.512.159	15.931.344	1.580.815	109,92
2001	19.542.540	17.762.407	1.780.134	110,02
2002	20.690.756	18.548.848	2.141.909	111,55
2003	21.589.711	18.963.570	2.626.141	113,85
2004	21.953.570	20.391.814	1.561.756	107,66
2005	22.569.690	22.088.969	480.720	102,18
2006	23.883.309	22.697.096	1.186.213	105,23
2007	25.861.548	25.530.201	331.346	101,30
2008	27.811.138	26.912.110	899.028	103,34
2009	26.520.841	23.888.612	2.632.230	111,02
2010	29.100.551	25.753.433	3.347.118	113,00
2011	32.168.087	28.357.730	3.810.356	113,44
2012	35.628.140	29.225.268	6.402.872	121,91
2013	37.195.596	28.814.872	8.380.724	129,08
2014	38.537.233	29.365.417	9.171.816	131,23

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

* Ministerio de Economía y Competitividad.

Versión de septiembre de 2015.

¹ Por limitaciones de espacio no se ha podido incluir el análisis sectorial de todos los productos de los 24 primeros capítulos del arancel, sino

únicamente los cuadros relativos a su comercio exterior. La versión completa de la balanza agroalimentaria correspondiente a 2014 se encuentra en: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/agroalimentarios/estadisticas/Paginas/estadisticas.aspx>

CUADRO 2
IMPORTACIONES ESPAÑOLAS

Descripción	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
01 Animales vivos.....	320.722	110.191	380.290	135.696	425.687	145.776	18,57	23,15	11,94	7,43	1,45	0,41
02 Carne y despojos comestibles.....	1.144.346	358.752	1.151.610	373.965	1.138.903	372.389	0,63	4,24	-1,10	-0,42	3,88	1,05
03 Pescados, crustáceos, moluscos.....	4.168.710	1.254.319	4.042.082	1.256.122	4.449.051	1.334.314	-3,04	0,14	10,07	6,22	15,15	3,76
04 Leche, productos lácteos; huevos.....	1.824.053	1.296.178	1.866.652	1.144.541	1.867.406	1.127.495	2,34	-11,70	0,04	-1,49	6,36	3,18
05 Otros productos de origen animal.....	180.873	112.260	200.052	118.232	194.940	133.484	10,60	5,32	-2,56	12,90	0,66	0,38
06 Plantas vivas; floricultura.....	167.462	64.658	154.262	60.453	183.067	56.780	-7,88	-6,50	18,67	-6,08	0,62	0,16
07 Legumbres, hortalizas, s/ conservar.....	990.584	1.905.978	1.028.818	1.710.257	898.942	1.587.132	3,86	-10,27	-12,62	-7,20	3,06	4,47
08 Frutas /frutos, s/ conservar.....	1.579.686	1.380.419	1.837.266	1.449.152	2.045.580	1.554.202	16,31	4,98	11,34	7,25	6,97	4,38
09 Café, té, yerba mate y especias.....	944.736	359.372	817.393	357.643	1.008.853	378.364	-13,48	-0,48	23,42	5,79	3,44	1,07
10 Cereales.....	2.985.461	12.367.952	2.319.012	9.923.181	2.362.396	12.041.830	-22,32	-19,77	1,87	21,35	8,04	33,95
11 Produc. de la molinería; malta.....	191.202	443.599	196.978	426.376	207.738	448.915	3,02	-3,88	5,46	5,29	0,71	1,27
12 Semillas oleagi.; plantas industriales....	2.255.575	4.290.525	2.100.341	4.070.518	2.123.872	4.368.993	-6,88	-5,13	1,12	7,33	7,23	12,32
13 Jugos y extractos vegetales.....	144.671	67.018	145.800	55.263	147.738	27.045	0,78	-17,54	1,33	-51,06	0,50	0,08
14 Materias trenzables.....	21.102	31.366	20.018	42.279	19.626	41.984	-5,14	34,79	-1,96	-0,70	0,07	0,12
15 Grasas y aceites animales o vegetales..	1.455.781	1.608.831	1.733.150	1.971.010	1.717.472	2.309.776	19,05	22,51	-0,90	17,19	5,85	6,51
16 Conservas de carne o pescado.....	1.005.230	261.766	1.021.372	270.987	986.000	273.966	1,61	3,52	-3,46	1,10	3,36	0,77
17 Azúcares; artículos confitería.....	912.480	1.474.914	1.036.374	1.664.976	891.363	1.759.243	13,58	12,89	-13,99	5,66	3,04	4,96
18 Cacao y sus preparaciones.....	783.400	290.217	782.960	317.961	887.122	347.243	-0,06	9,56	13,30	9,21	3,02	0,98
19 Productos derivados de cereales.....	1.066.643	582.596	1.062.360	482.860	1.065.334	477.707	-0,40	-17,12	0,28	-1,07	3,63	1,35
20 Conservas vegetales y zumos.....	875.622	764.066	916.499	786.564	976.517	807.805	4,67	2,94	6,55	2,70	3,33	2,28
21 Preparac. alimenticias diversas.....	1.362.984	366.235	1.274.104	362.964	1.009.067	379.854	-6,52	-0,89	-20,80	4,65	3,44	1,07
22 Bebidas (exc. zumos).....	1.817.740	1.127.986	1.808.717	1.189.488	1.709.995	1.156.578	-0,50	5,45	-5,46	-2,77	5,82	3,26
23 Residuos industria alimentaria.....	1.604.313	4.291.806	1.527.855	3.782.622	1.677.225	4.265.429	-4,77	-11,86	9,78	12,76	5,71	12,03
24 Tabaco y sus sucedáneos.....	1.418.444	75.171	1.386.909	66.524	1.358.161	68.620	-2,22	-11,50	-2,07	3,15	4,63	0,19
Avituallamiento.....	3.446	1.183	3.996	1.684	13.360	4.084	15,95	42,2	234,34	142,44	0,05	0,01
Total.....	29.225.268	34.887.358	28.814.872	32.021.318	29.365.417	35.469.010	-1,40	-8,22	1,91	10,77	100,00	100,00

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

Las importaciones agroalimentarias (Cuadro 2) supusieron 29.365 millones de euros, y 35.469.010 de toneladas. En relación con la importación total española de bienes (264.506 millones de euros), el sector agroalimentario ha supuesto el 11,11 por 100 del valor total importado, muy similar (0,31 por 100 inferior) al porcentaje de 2013 (11,42 por 100).

Con respecto al año anterior, y en términos de valor, en 2014 se ha producido un aumento del 1,91 por 100 de las importaciones agroalimentarias (551 millones de euros), debido fundamentalmente a los capítulos 03 (pescados, crustáceos y moluscos), 08 (frutas y frutos sin conservar), 09 (café, té, yerba mate y especias), 23 (residuos de la industria ▷

alimentaria) y 18 (cacao y sus preparaciones), cada uno con un incremento superior a 100 millones de euros. En términos porcentuales, los mayores aumentos se han producido en los capítulos 09 (café, té, yerba mate y especias), 06 (plantas y flores), 01 (animales vivos), 18 (cacao y sus preparaciones), 08 (frutas y frutos sin conservar) y 03 (pescados, crustáceos y moluscos), todos con un incremento superior al 10 por 100. Ha habido una reducción de más de 100 millones de euros en las importaciones de los capítulos 21 (preparaciones alimenticias diversas), 17 (azúcar y productos de confitería) y 07 (hortalizas y legumbres).

En cuanto al volumen, se ha producido una subida del 10,77 por 100. Destaca el capítulo 10 (cereales) con un aumento de más de 2 millones de toneladas, seguido de los capítulos 23 (residuos de la industria alimentaria), 15 (grasas y aceites de origen animal y vegetal), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales) y 08 (frutas y frutos sin conservar), cada uno con un incremento superior a 100.000 toneladas. En términos porcentuales, los mayores aumentos han tenido lugar en los capítulos 10 (cereales), 15 (grasas y aceites de origen animal y vegetal), 05 (otros productos de origen animal) y 23 (residuos de la industria alimentaria), con variaciones superiores al 10 por 100. Entre las disminuciones de las importaciones, superiores a 100.000 toneladas, destaca el capítulo 07 (hortalizas y legumbres).

El esquema de nuestras importaciones es similar al de años anteriores. En volumen, y al igual que en 2011, 2012 y 2013, hay diez capítulos que superan 1 millón de toneladas. Estos son, por orden de importancia: capítulos 10 (cereales), 12 (semillas oleaginosas, plantas industriales), 23 (residuos industria alimentaria), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 17 (azúcares, artículos confitería), 07 (legumbres y hortalizas sin conservar), 08 (frutas y frutos sin conservar), 03 (pescados, crustáceos y moluscos), 22 (bebidas) y 04 (leche, productos lácteos y huevos). Los cinco primeros suponen el 69,77 por 100 del total de las importaciones. Como se ha indicado, el principal capítulo

es el de cereales, del que se han importado 12 millones de toneladas (34 por 100 del total).

En cuanto al valor, hay trece capítulos que han superado los 1.000 millones de euros, dos menos que en 2013. El más relevante es el capítulo 03 (pescados, crustáceos y moluscos) del que se han importado 4.449 millones de euros y representa el 15,15 por 100 del total.

Por orden de importancia se trata de los capítulos 03 (pescados, crustáceos y moluscos), 10 (cereales), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 08 (frutas y frutos sin conservar), 04 (leche, productos lácteos y huevos), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 22 (bebidas), 23 (residuos industria alimentaria), 24 (tabaco y sus sucedáneos), 02 (carne y despojos comestibles), 19 (productos derivados de cereales), 21 (preparaciones alimenticias diversas) y 09 (café, té, yerba mate y especias). Todos ellos suponen el 80,14 por 100 del total.

Los capítulos cuya importación ha aumentado en 2014 son: el 03 (pescados, crustáceos y moluscos), 08 (frutas y frutos sin conservar), 09 (café, té, yerba mate y especias), 23 (residuos industria alimentaria), 18 (cacao y sus preparaciones), 20 (conservas y zumos vegetales), 01 (animales vivos), 10 (cereales), 06 (plantas y flores), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 11 (productos de la molinería y malta), 19 (productos derivados de cereales), 13 (jugos y extractos vegetales) y 04 (leche, productos lácteos y huevos), así como los avituallamientos.

Las exportaciones (Cuadro 3) supusieron 38.537 millones de euros, y 31.801.471 toneladas. En relación con la exportación total de bienes (240.035 millones de euros), las exportaciones agroalimentarias significaron el 16,06 por 100, porcentaje superior a los de 2013 (15,78 por 100), 2012 (15,64 por 100), 2011 (14,86 por 100) y 2010 (15,49 por 100).

Con respecto al año 2013, se ha producido un aumento en valor de un 3,61 por 100 (1.342 millones de euros), y en volumen del 6,92 por 100 (2.059.353 toneladas).

En volumen, hay nueve capítulos (igual que en 2013 y uno más que en 2012) que superan el ▷

**CUADRO 3
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS**

Descripción	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
01 Animales vivos.....	464.751	227.394	481.250	227.428	484.538	241.063	3,55	0,01	0,68	6,00	1,26	0,76
02 Carne y despojos comestibles.....	3.868.541	1.663.876	3.876.438	1.586.375	4.217.178	1.795.345	0,20	-4,66	8,79	13,17	10,94	5,65
03 Pescados, crustáceos, moluscos.....	2.249.730	816.208	2.203.789	787.722	2.256.779	872.453	-2,04	-3,49	2,40	10,76	5,86	2,74
04 Leche, productos lácteos; huevos.....	1.029.377	644.898	1.066.878	608.784	1.180.758	617.447	3,64	-5,60	10,67	1,42	3,06	1,94
05 Otros productos de origen animal.....	218.605	220.157	228.222	214.815	223.497	210.950	4,40	-2,43	-2,07	-1,80	0,58	0,66
06 Plantas vivas; floricultura.....	263.674	182.577	266.251	195.361	298.712	220.424	0,98	7,00	12,19	12,83	0,78	0,69
07 Legumbres, hortalizas, s/ conservar.....	4.420.332	4.793.640	4.905.796	5.315.250	4.768.168	5.575.794	10,98	10,88	-2,81	4,90	12,37	17,53
08 Frutas /frutos, s/ conservar.....	6.408.502	7.315.760	6.908.507	7.283.767	6.980.361	7.434.367	7,80	-0,44	1,04	2,07	18,11	23,38
09 Café, té, yerba mate y especias.....	376.173	86.969	374.105	90.296	401.771	100.586	-0,55	3,83	7,40	11,40	1,04	0,32
10 Cereales.....	366.717	866.640	450.217	1.178.682	400.010	1.060.250	22,77	36,01	-11,15	-10,05	1,04	3,33
11 Produc. de la molinería; malta.....	229.708	469.422	228.882	459.160	218.818	443.143	-0,36	-2,19	-4,40	-3,49	0,57	1,39
12 Semillas oleagi.; plantas industriales....	459.106	1.439.087	470.669	1.252.042	500.976	1.488.203	2,52	-13,00	6,44	18,86	1,30	4,68
13 Jugos y extractos vegetales.....	258.824	79.127	239.200	66.865	264.998	35.697	-7,58	-15,50	10,79	-46,61	0,69	0,11
14 Materias trenzables.....	3.983	2.359	6.565	9.587	5.668	10.824	64,85	306,45	-13,66	12,90	0,01	0,03
15 Grasas y aceites animales o vegetales..	3.153.381	1.966.661	3.127.977	1.842.783	3.677.709	2.138.304	-0,81	-6,30	17,57	16,04	9,54	6,72
16 Conservas de carne o pescado.....	1.118.108	242.738	1.127.819	238.750	1.142.032	255.994	0,87	-1,64	1,26	7,22	2,96	0,80
17 Azúcares; artículos confitería.....	528.511	339.961	516.976	296.532	543.046	304.106	-2,18	-12,77	5,04	2,55	1,41	0,96
18 Cacao y sus preparaciones.....	499.268	139.865	481.578	150.685	528.281	168.519	-3,54	7,74	9,70	11,83	1,37	0,53
19 Productos derivados de cereales.....	1.092.084	678.573	1.210.618	581.955	1.297.920	642.518	10,85	-14,24	7,21	10,41	3,37	2,02
20 Conservas vegetales y zumos.....	2.327.802	2.139.015	2.372.681	2.081.968	2.579.974	2.339.858	1,93	-2,67	8,74	12,39	6,69	7,36
21 Preparac. alimenticias diversas.....	1.250.365	518.644	1.310.357	565.168	1.346.933	563.465	4,80	8,97	2,79	-0,30	3,50	1,77
22 Bebidas (exc. zumos).....	3.546.392	3.070.257	3.861.181	2.922.456	3.749.611	3.430.611	8,88	-4,81	-2,89	17,39	9,73	10,79
23 Residuos industria alimentaria.....	906.485	1.841.938	897.286	1.630.130	864.000	1.722.111	-1,01	-11,50	-3,71	5,64	2,24	5,42
24 Tabaco y sus sucedáneos.....	319.180	43.170	305.447	42.452	337.672	43.538	-4,30	-1,66	10,55	2,56	0,88	0,14
Avituallamiento.....	268.542	82.645	276.909	113.108	267.824	85.903	3,12	36,86	-3,28	-24,05	0,69	0,27
Total.....	35.628.140	29.871.577	37.195.596	29.742.118	38.537.233	31.801.471	4,40	-0,43	3,61	6,92	100,00	100,00

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

millón de toneladas de exportación, y suponen el 84,85 por 100 del total exportado (84,37 por 100 en 2013): 08 (frutas y frutos sin conservar), 07 (legumbres y hortalizas sin conservar), 22 (bebidas), 20 (conservas y zumos vegetales), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 02 (carne y despojos comestibles), 23 (residuos de la industria alimentaria), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales) y 10 (cereales).

En cuanto al valor, once capítulos (igual que en 2013 y 2012) han superado los 1.000 millones de euros, suponiendo el 86,14 por 100 del total (85,96 por 100 el año anterior), capítulos: 08 (frutas y frutos sin conservar), 07 (legumbres y hortalizas sin conservar), 02 (carne y despojos comestibles), 22 (bebidas), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 20 (conservas vegetales y zumos), 03 (pescados, crustáceos, moluscos), 21 (preparaciones ▷

alimenticias diversas), 19 (productos a base de cereales), 04 (leche y productos lácteos y huevos) y 16 (conservas de carne o de pescado).

La subida del volumen de las exportaciones se ha debido principalmente a los capítulos 22 (bebidas), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 07 (legumbres y hortalizas sin conservar), 20 (conservas vegetales y zumos), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 02 (carne y despojos comestibles) y 08 (frutas y frutos sin conservar), todos ellos con aumentos superiores a 100.000 toneladas. Proporcionalmente destacan, en volumen, los incrementos de los capítulos 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 22 (bebidas), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 02 (carne y despojos comestibles), 14 (materias trenzables), 06 (plantas y flores), 20 (conservas y zumos vegetales), 18 (cacao y sus preparaciones), 09 (café, té, yerba mate y especias), 03 (pescados, crustáceos y moluscos) y 19 (productos derivados de cereales), cada uno con un aumento superior al 10 por 100. Por otro lado, han disminuido las exportaciones en más de un 10 por 100 de los capítulos 13 (jugos y extractos vegetales) y 10 (cereales), además de los avituallamientos. Otros capítulos con reducción de las importaciones son el 11 (productos de la molinería y malta), 05 (otros productos de origen animal) y 21 (preparaciones alimenticias diversas). El tonelaje del resto de los capítulos, 1 a 24 del arancel, ha aumentado.

Respecto del valor, destaca el incremento de las exportaciones en los capítulos 15 (grasas y aceites de origen animal y vegetal), 02 (carnes y despojos comestibles), 20 (conservas y zumos vegetales) y 04 (leche, productos lácteos y huevos), todos con aumentos superiores a 100 millones de euros. También se observa aumento de la exportación en los demás capítulos, excepto el 07 (hortalizas y legumbres), 22 (bebidas), 10 (cereales), 23 (residuos de la industria alimentaria y piensos), 11 (productos de la molinería y malta), 05 (otros productos de origen animal) y 14 (materias trenzables), además de los avituallamientos; los dos primeros (capítulos 07 y 22) han sufrido reducciones superiores a 100 millones

de euros. Proporcionalmente, los productos con mayor aumento (superior al 10 por 100) en las exportaciones han sido los de los capítulos 15 (grasas y aceites animales y vegetales), 06 (plantas y flores), 13 (jugos y extractos vegetales), 04 (leche, productos lácteos y huevos) y 24 (tabaco y sus sucedáneos). Han registrado descensos ocho capítulos, dos de ellos en un porcentaje superior al 10 por 100: 14 (materias trenzables) y 10 (cereales).

2. Distribución geográfica del comercio exterior agroalimentario

2.1. Importaciones por origen

Los principales proveedores de productos agroalimentarios (Cuadro 4) son, al igual que en el año anterior, los demás países de la UE. En términos porcentuales, sobre el total de 2014, representan en volumen el 49,57 por 100 (48,26 por 100 en 2013) y en valor el 56,20 por 100 (56,08 por 100 en 2013). Al comparar con las importaciones de 2013, y en términos porcentuales, aumentan en volumen (13,77 por 100) y en valor (2,12 por 100).

Los principales proveedores europeos en términos de volumen son: Francia (más de 7 millones de toneladas), Portugal (más de 1,5 millones de toneladas), Alemania, Países Bajos y Reino Unido (los tres con más de 1 millón de toneladas). En términos de valor, los principales proveedores son Francia, Alemania, Países Bajos, Portugal, Italia y Reino Unido, todos ellos con importaciones superiores a 1.000 millones de euros.

El siguiente grupo de países, por orden de importancia, es Mercosur. Al igual que en 2013, Mercosur mantiene la segunda posición entre los principales proveedores. En términos porcentuales sobre el total de 2014, y con la incorporación de Venezuela, Mercosur representa el 13,31 por 100 en volumen (18,12 por 100 en 2013, lo que supone una significativa reducción en 2014) y el 8,64 por 100 en valor (10,12 por 100 en 2013). Las variaciones porcentuales respecto al año anterior indican ▷

Subdirección General de Comercio Internacional de Productos Agroalimentarios

**CUADRO 4
IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR ORIGEN**

Países	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Francia.....	4.604.488	7.137.352	4.615.175	6.649.704	4.726.882	7.320.179	0,23	-6,83	2,42	10,08	16,10	20,64
Países Bajos.....	2.018.176	1.226.341	1.917.281	1.216.194	2.070.231	1.246.451	-5,00	-0,83	7,98	2,49	7,05	3,51
Alemania.....	2.470.099	1.303.228	2.383.464	1.066.013	2.440.228	1.286.798	-3,51	-18,20	2,38	20,71	8,31	3,63
Italia.....	1.151.332	761.225	1.143.153	602.471	1.171.455	604.070	-0,71	-20,86	2,48	0,27	3,99	1,70
Reino Unido.....	1.169.382	1.070.621	1.218.282	812.564	1.136.067	1.178.181	4,18	-24,10	-6,75	45,00	3,87	3,32
Irlanda.....	558.678	82.515	371.281	69.247	241.413	55.439	-33,54	-16,08	-34,98	-19,94	0,82	0,16
Dinamarca.....	378.886	185.442	407.686	171.514	430.727	235.290	7,60	-7,51	5,65	37,18	1,47	0,66
Grecia.....	134.464	90.285	191.193	97.889	134.715	71.121	42,19	8,42	-29,54	-27,35	0,46	0,20
Portugal.....	1.689.978	1.644.262	1.783.709	1.554.961	1.836.213	1.673.701	5,55	-5,43	2,94	7,64	6,25	4,72
Bélgica.....	693.894	581.935	758.164	541.576	744.059	588.944	9,26	-6,94	-1,86	8,75	2,53	1,66
Luxemburgo.....	15.983	1.803	17.749	2.741	28.875	9.198	11,05	52,06	62,68	235,55	0,10	0,03
Suecia.....	155.057	177.571	130.133	55.698	170.240	235.464	-16,07	-68,63	30,82	322,75	0,58	0,66
Finlandia.....	22.141	47.531	23.281	57.509	18.583	46.132	5,15	20,99	-20,18	-19,78	0,06	0,13
Austria.....	164.905	121.450	149.270	93.940	140.475	95.655	-9,48	-22,65	-5,89	1,83	0,48	0,27
Malta.....	2.135	740	1.371	646	4.985	1.528	-35,82	-12,72	263,71	136,45	0,02	0,00
Estonia.....	4.104	3.960	6.231	20.403	13.770	56.590	51,84	415,19	120,98	177,35	0,05	0,16
Letonia.....	19.941	73.957	12.666	47.211	38.712	173.289	-36,49	-36,17	205,64	267,06	0,13	0,49
Lituania.....	49.108	118.175	38.809	42.934	63.795	186.073	-20,97	-63,67	64,38	333,39	0,22	0,52
Polonia.....	312.399	278.886	397.142	476.546	444.563	486.455	27,13	70,88	11,94	2,08	1,51	1,37
República Checa.....	50.815	26.798	55.966	14.845	64.038	25.900	10,14	-44,61	14,42	74,47	0,22	0,07
Eslovaquia.....	32.670	33.152	34.490	24.842	34.437	23.580	5,57	-25,06	-0,15	-5,08	0,12	0,07
Hungría.....	93.298	105.858	70.360	57.191	82.778	68.951	-24,59	-45,97	17,65	20,56	0,28	0,19
Rumanía.....	199.800	523.339	156.966	506.135	236.933	916.172	-21,44	-3,29	50,95	81,01	0,81	2,58
Bulgaria.....	258.331	963.384	265.213	1.263.978	208.116	977.220	2,66	31,20	-21,53	-22,69	0,71	2,76
Eslovenia.....	3.487	2.029	3.957	2.359	4.866	2.520	13,48	16,27	22,99	6,82	0,02	0,01
Croacia (desde 1-7-13).....	0	0	4.171	1.755	12.555	10.298	-	-	200,99	486,75	0,04	0,03
Chipre.....	6.822	12.145	3.469	2.375	4.004	5.836	-49,15	-80,45	15,43	145,79	0,01	0,02
Total UE.....	16.260.373	16.573.986	16.160.631	15.453.241	16.503.713	17.581.036	-0,61	-6,76	2,12	13,77	56,20	49,57
Turquía.....	113.167	57.422	186.096	213.465	158.677	67.127	64,44	271,74	-14,73	-88,55	0,54	0,19
Serbia.....	64.578	275.076	24.188	104.566	42.051	198.284	-62,54	-61,99	73,85	89,63	0,14	0,56
Croacia (hasta 30-6-13).....	7.521	13.872	3.650	2.385	-	-	-	-	-	-	-	-
Total candidatos.....	185.265	346.371	213.935	320.416	200.728	265.411	15,47	-7,49	-6,17	-17,17	0,68	0,75
Venezuela.....	16.118	3.799	20.010	4.348	14.658	3.720	24,15	14,44	-26,75	-14,44	0,05	0,01
Brasil.....	1.803.005	3.679.596	1.624.034	3.647.233	1.407.920	2.937.924	-9,93	-0,88	-13,31	-19,45	4,79	8,28
Paraguay.....	128.913	295.667	252.129	634.768	92.444	219.433	95,58	114,69	-63,33	-65,43	0,31	0,62
Uruguay.....	71.017	34.088	67.074	65.992	57.649	29.952	-5,55	93,59	-14,05	-54,61	0,20	0,08
Argentina.....	1.070.578	1.972.312	953.317	1.448.588	965.373	1.530.987	-10,95	-26,55	1,26	5,69	3,29	4,32
Total Mercosur.....	3.089.630	5.985.462	2.916.563	5.800.929	2.538.043	4.722.016	-5,60	-3,08	-12,98	-18,60	8,64	13,31
Sudáfrica.....	123.315	74.275	117.743	86.871	117.494	64.514	-4,52	16,96	-0,21	-25,74	0,40	0,18
Canadá.....	130.666	246.374	165.472	374.670	236.296	823.926	26,64	52,07	42,80	119,91	0,80	2,32
Guatemala.....	86.984	35.232	93.484	54.044	86.572	83.616	7,47	53,40	-7,39	54,72	0,29	0,24
Costa Rica.....	101.458	162.720	92.606	152.540	133.413	223.884	-8,72	-6,26	44,06	46,77	0,45	0,63
Colombia.....	131.683	69.731	123.540	89.965	152.427	110.562	-6,18	29,02	23,38	22,89	0,52	0,31
Perú.....	383.798	215.835	346.831	195.561	389.471	232.848	-9,63	-9,39	12,29	19,07	1,33	0,66
Chile.....	302.655	189.087	336.034	230.546	281.667	139.158	11,03	21,93	-16,18	-39,64	0,96	0,39
Bolivia.....	38.784	61.213	14.244	21.082	9.505	2.970	-63,27	-65,56	-33,27	-85,91	0,03	0,01
Pakistán.....	21.677	34.028	38.561	45.908	39.512	42.695	77,89	34,91	2,47	-7,00	0,13	0,12
Tailandia.....	110.816	87.139	86.755	64.103	94.314	71.978	-21,71	-26,44	8,71	12,29	0,32	0,20
Indonesia.....	353.549	445.925	500.869	767.509	745.831	1.178.659	41,67	72,12	48,91	53,57	2,54	3,32
Malasia.....	121.335	194.291	90.033	190.091	125.664	190.434	-25,80	-2,16	39,58	0,18	0,43	0,54
Filipinas.....	62.129	35.487	81.256	52.203	72.362	43.513	30,79	47,10	-10,95	-16,65	0,25	0,12
Australia.....	38.940	110.245	15.298	5.695	46.358	23.772	-60,71	-94,83	203,04	317,40	0,16	0,07
Nueva Zelanda.....	88.266	50.673	87.593	50.938	98.452	50.839	-0,76	0,52	12,40	-0,19	0,34	0,14
Total Cairns (1).....	2.096.056	2.012.256	2.190.319	2.381.726	2.629.336	3.283.370	4,50	18,36	20,04	37,86	8,95	9,26

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

(1) Excepto los países de Mercosur, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 4 (continuación)
IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR ORIGEN

Países	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Marruecos.....	595.668	268.969	644.770	332.230	780.619	371.312	8,24	23,52	21,07	11,76	2,66	1,05
Argelia.....	15.035	20.923	18.230	34.184	15.087	25.921	21,25	63,38	-17,24	-24,17	0,05	0,07
Túnez.....	67.998	36.811	132.423	73.451	64.130	21.824	94,75	99,53	-51,57	-70,29	0,22	0,06
Egipto.....	28.878	85.071	55.802	152.555	38.374	54.726	93,23	79,33	-31,23	-64,13	0,13	0,15
Libano.....	1.273	1.675	3.878	3.803	1.482	1.639	204,70	127,02	-61,77	-56,90	0,01	0,00
Siría.....	2.159	1.001	8.316	3.494	2.516	1.251	285,24	248,94	-69,74	-64,18	0,01	0,00
Israel.....	40.892	16.870	45.521	31.505	45.732	20.612	11,32	86,75	0,47	-34,58	0,16	0,06
Cisjordania y franja de Gaza..	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0,00	0,00
Jordania.....	656	102	746	342	1.349	1.360	13,80	236,53	80,72	297,78	0,00	0,00
Total Euromed.....	752.559	431.423	909.686	631.563	949.290	498.645	20,88	46,39	4,35	-21,05	3,23	1,41
Suiza.....	239.866	24.664	262.086	44.617	76.416	31.079	9,26	80,90	-70,84	-30,34	0,26	0,09
Estados Unidos.....	1.096.404	1.264.498	1.383.565	1.716.559	1.512.336	2.248.046	26,19	35,75	9,31	30,96	5,15	6,34
India.....	276.534	179.225	242.029	202.974	266.114	182.942	-12,48	13,25	9,95	-9,87	0,91	0,52
China.....	598.354	267.670	596.708	293.684	621.373	302.427	-0,28	9,72	4,13	2,98	2,12	0,85
Japón.....	8.147	2.926	7.898	2.712	7.997	2.650	-3,06	-7,31	1,25	-2,29	0,03	0,01
Resto del mundo.....	4.622.079	7.798.879	3.931.453	5.172.897	4.060.072	6.351.389	-14,94	-33,67	3,27	22,78	13,83	17,91
Total mundo.....	29.225.268	34.887.358	28.814.872	32.021.318	29.365.417	35.469.010	-1,40	-8,22	1,91	10,77	100,00	100,00

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

un descenso en el volumen de las importaciones (18,6 por 100) y del valor (12,98 por 100). Brasil y Argentina continúan siendo los principales proveedores tanto en volumen (más de 2,9 millones y de 1,5 millones de toneladas respectivamente) como en valor (más de 1.400 millones de euros Brasil y cerca de un millón Argentina).

En volumen, los cinco primeros proveedores suponen el 51,20 por 100 del total: Francia (20,64 por 100), Ucrania (11,22 por 100), Brasil (8,28 por 100), Estados Unidos (6,34 por 100) y Portugal (4,72 por 100).

Fuera de la UE, y además de los ya citados, igualan o superan la cuota del 1 por 100 Argentina (4,32 por 100), Indonesia (3,32 por 100), Canadá (2,32 por 100), Rusia (1,41 por 100), y Marruecos (1,05 por 100).

Por lo que respecta al valor, y al igual que el año pasado, sólo cinco países superan el 5 por 100: Francia (16,1 por 100), Alemania (8,31 por 100), Países Bajos (7,05 por 100), Portugal (6,25 por 100) y Estados Unidos (5,15 por 100). Fuera de la UE, superan el 1 por 100 Brasil, Argentina, Ucrania, Marruecos, Indonesia, China, Ecuador, Perú y Vietnam.

La participación de los países euromediterráneos se mantiene relativamente estable respecto a

2013. Representan el 1,41 por 100 de las importaciones totales en volumen (1,97 por 100 en 2013) y el 3,23 por 100 en valor (3,16 por 100 en 2013). La participación del Grupo Cairns ha experimentado un aumento apreciable en volumen (9,26 por 100 en 2014 y 7,44 por 100 en 2013), mientras que se ha reducido en valor (8,95 por 100 en 2014 y 7,6 por 100 en 2013).

2.2. Exportaciones por destino

Respecto de las exportaciones (Cuadro 5), se ha registrado un incremento de nuestras exportaciones a la UE tanto en valor (2,24 por 100) como en volumen (5,42 por 100), representando el 78,97 por 100 de nuestras exportaciones totales en volumen y del 75,16 por 100 en valor.

Considerados de manera individual, nuestros principales mercados en la UE son: Francia (17,04 por 100 en valor y 18,65 por 100 en volumen), Italia (11,48 por 100 en valor y 9,5 por 100 en volumen), Alemania (11,37 por 100 en valor y 13 por 100 en volumen), Portugal (10,64 por 100 en valor y 12,62 por 100 en volumen), y Reino Unido (8,25 por 100 en valor y 7,8 por 100 en volumen). ▷

Subdirección General de Comercio Internacional de Productos Agroalimentarios

**CUADRO 5
EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR DESTINO**

Países	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Francia.....	6.314.566	5.755.573	6.684.831	5.745.309	6.568.438	5.929.966	5,86	-0,18	-1,74	3,21	17,04	18,65
Países Bajos.....	1.581.554	1.458.699	1.693.635	1.480.192	1.697.009	1.532.578	7,09	1,47	0,20	3,54	4,40	4,82
Alemania.....	4.101.503	3.837.433	4.563.465	4.137.204	4.380.115	4.135.511	11,26	7,81	-4,02	-0,04	11,37	13,00
Italia.....	3.887.482	2.760.003	3.836.230	2.523.868	4.422.405	3.022.161	-1,32	-8,56	15,28	19,74	11,48	9,50
Reino Unido.....	2.823.570	2.355.951	3.072.718	2.421.750	3.178.691	2.479.164	8,82	2,79	3,45	2,37	8,25	7,80
Irlanda.....	134.383	125.155	150.792	155.473	150.558	152.138	12,21	24,22	-0,16	-2,15	0,39	0,48
Dinamarca.....	392.303	312.904	377.472	307.028	377.848	286.457	-3,78	-1,88	0,10	-6,70	0,88	0,90
Grecia.....	240.639	139.816	276.768	144.914	288.841	161.606	15,01	3,65	4,36	11,52	0,75	0,51
Portugal.....	3.742.941	3.638.408	4.009.758	3.744.917	4.100.484	4.012.621	7,13	2,93	2,26	7,15	10,64	12,62
Bélgica.....	880.542	730.357	897.701	693.002	867.905	712.489	1,95	-5,11	-3,32	2,81	2,25	2,24
Luxemburgo.....	11.544	6.033	11.118	4.961	12.134	5.408	-3,69	-17,76	9,15	8,99	0,03	0,02
Suecia.....	408.685	365.007	437.933	373.569	426.405	375.998	7,16	2,35	-2,63	0,65	1,11	1,18
Finlandia.....	146.615	118.991	173.430	130.449	173.743	135.091	18,29	9,63	0,18	3,56	0,45	0,42
Austria.....	243.571	196.354	246.964	184.490	257.469	202.683	1,39	-6,04	4,25	9,86	0,67	0,64
Malta.....	38.042	62.065	37.646	42.775	39.542	51.314	-1,04	-31,08	5,04	19,96	0,10	0,16
Estonia.....	38.725	30.731	46.879	33.020	37.752	29.819	21,06	7,45	-19,47	-9,69	0,10	0,09
Letonia.....	66.235	59.447	67.690	61.997	69.609	74.923	2,20	4,29	2,83	20,85	0,18	0,24
Lituania.....	105.505	98.420	113.365	107.901	145.996	138.780	7,45	9,63	28,78	28,62	0,38	0,44
Polonia.....	667.932	756.119	725.838	749.718	744.491	745.168	8,67	-0,85	2,57	-0,61	1,93	2,34
República Checa.....	314.577	313.480	343.295	318.804	354.374	343.686	9,13	1,70	3,23	7,80	0,92	1,08
Eslovaquia.....	89.263	76.637	99.113	83.862	105.291	93.922	11,04	9,43	6,23	12,00	0,27	0,30
Hungría.....	105.896	92.993	112.969	93.698	124.331	100.752	6,68	0,76	10,06	7,53	0,32	0,32
Rumanía.....	106.209	97.052	121.311	103.658	144.141	128.046	14,22	6,81	18,82	23,53	0,37	0,40
Bulgaria.....	81.580	52.448	97.762	62.749	103.829	71.221	19,84	19,64	6,21	13,50	0,27	0,22
Eslovenia.....	43.145	32.490	46.778	35.960	47.595	35.258	8,42	10,68	1,74	-1,95	0,12	0,11
Croacia (desde 1-7-13).....	-	-	20.879	14.151	66.166	47.915	-	-	216,90	238,60	0,17	0,15
Chipre.....	81.509	47.449	62.743	67.073	79.755	110.153	-23,02	41,36	27,11	64,23	0,21	0,35
Total UE.....	26.648.516	23.520.013	28.329.085	23.822.490	28.964.916	25.114.830	6,31	1,29	2,24	5,42	75,16	78,97
Turquía.....	175.443	297.461	102.763	129.708	120.095	61.664	-41,43	-56,40	16,87	52,46	0,31	0,19
Serbia.....	25.856	16.866	30.282	18.185	40.177	23.017	17,12	7,83	32,68	26,57	0,10	0,07
Croacia (hasta 30-6-13).....	54.469	34.532	26.701	18.209	-	-	-	-	-	-	-	-
Total candidatos.....	255.767	348.859	159.747	166.102	160.272	84.681	-37,54	-52,39	0,33	-49,02	0,42	0,27
Venezuela.....	77.750	30.353	64.486	23.422	46.898	13.903	-17,06	-22,84	-27,28	-40,64	0,12	0,04
Brasil.....	209.338	127.967	201.687	103.226	240.210	164.225	-3,65	-19,33	19,10	59,09	0,62	0,52
Paraguay.....	2.237	622	3.777	1.136	4.382	1.579	68,86	82,50	16,00	38,99	0,01	0,00
Uruguay.....	16.032	6.796	14.734	6.388	21.270	10.924	-8,10	-6,00	44,36	71,00	0,06	0,03
Argentina.....	28.402	7.081	20.753	5.132	19.028	5.480	-26,93	-27,53	-8,31	6,78	0,05	0,02
Total Mercosur.....	333.759	172.819	305.438	139.304	331.788	196.110	-8,49	-19,39	8,63	40,78	0,86	0,62
Sudáfrica.....	166.529	126.681	124.811	102.888	136.726	127.766	-25,05	-18,78	9,55	24,18	0,35	0,40
Canadá.....	162.396	97.117	160.272	78.114	209.180	124.676	-1,31	-19,57	30,52	59,61	0,54	0,39
Guatemala.....	11.690	3.808	16.783	6.499	16.139	5.229	43,57	70,65	-3,84	-19,53	0,04	0,02
Costa Rica.....	16.348	5.695	15.419	5.452	17.824	7.378	-5,68	-4,25	15,59	35,33	0,05	0,02
Colombia.....	45.131	18.469	56.959	19.635	77.023	30.804	26,21	6,32	35,23	56,88	0,20	0,10
Perú.....	24.866	6.702	32.751	8.812	30.680	9.583	31,71	31,48	-6,32	8,76	0,08	0,03
Chile.....	41.879	14.831	55.588	18.507	70.561	25.252	32,73	24,78	26,94	36,44	0,18	0,08
Bolivia.....	2.592	666	2.005	547	2.084	635	-22,64	-17,97	3,94	16,23	0,01	0,00
Pakistán.....	9.535	4.063	10.851	4.283	12.149	5.564	13,81	5,43	11,96	29,91	0,03	0,02
Tailandia.....	47.530	43.098	51.787	35.756	62.679	70.284	8,96	-17,04	21,03	96,56	0,16	0,22
Indonesia.....	10.279	5.386	7.259	3.928	10.973	5.234	-29,38	-27,07	51,16	33,27	0,03	0,02
Malasia.....	17.260	9.389	21.673	11.994	24.440	16.846	25,56	27,74	12,77	40,46	0,06	0,05
Filipinas.....	129.963	67.774	150.541	69.744	177.695	100.235	15,83	2,91	18,04	43,72	0,46	0,32
Australia.....	130.473	43.941	137.094	42.408	138.412	47.421	5,07	-3,49	0,96	11,82	0,36	0,15
Nueva Zelanda.....	15.707	6.046	18.598	7.280	25.219	10.700	18,41	20,41	35,60	46,97	0,07	0,03
Total Cairns (1).....	832.177	453.666	862.391	415.847	1.011.785	587.610	3,63	-8,34	17,32	41,30	2,63	1,85

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

(1) Excepto los países de Mercosur, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 5 (continuación)
EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR DESTINO

Países	2012		2013		2014		Porcentaje variación 2013/2012		Porcentaje variación 2014/2013		Porcentaje sobre total 2014	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Marruecos.....	219.376	197.715	186.337	164.843	215.821	208.276	-15,06	-16,63	15,82	26,35	0,56	0,65
Argelia.....	291.689	271.307	342.919	322.977	339.211	333.303	17,56	19,04	-1,08	3,20	0,88	1,05
Túnez.....	115.299	160.675	97.579	199.287	102.077	210.662	-15,37	24,03	4,61	5,71	0,26	0,66
Egipto.....	55.010	33.862	51.340	28.236	65.620	63.120	-6,67	-16,62	27,81	123,55	0,17	0,20
Libano.....	120.374	79.712	69.460	54.733	76.969	75.494	-42,30	-31,34	10,81	37,93	0,20	0,24
Siria.....	27.858	54.205	2.062	2.356	11.396	8.065	-92,60	-95,65	452,66	242,31	0,03	0,03
Israel.....	79.044	62.711	85.987	70.664	92.850	67.526	8,78	12,68	7,98	-4,44	0,24	0,21
Cisjordania y franja de Gaza..	126	78	2.244	512	3.199	742	1.678,96	553,63	42,57	44,91	0,01	0,00
Jordania.....	26.278	29.205	29.374	34.706	34.204	50.325	11,78	18,83	16,44	45,00	0,09	0,16
Total Euromed.....	935.052	889.470	867.302	878.313	941.346	1.017.513	-7,25	-1,25	8,54	15,85	2,44	3,20
Suiza.....	443.320	220.948	483.481	236.092	483.479	240.855	9,06	6,85	0,00	2,02	1,25	0,76
Estados Unidos.....	1.087.269	442.393	1.109.344	409.138	1.343.600	510.628	2,03	-7,52	21,12	24,81	3,49	1,61
India.....	29.642	15.330	35.674	15.967	48.143	35.489	20,35	4,16	34,95	122,26	0,12	0,11
China.....	451.534	272.039	421.555	256.071	523.508	386.611	-6,64	-5,87	24,19	50,98	1,36	1,22
Japón.....	421.497	150.453	496.650	153.114	593.238	199.807	17,83	1,77	19,45	30,50	1,54	0,63
Resto del mundo.....	4.189.606	3.385.588	4.124.931	3.249.680	4.135.159	3.427.337	-1,54	-4,01	0,25	5,47	10,73	10,78
Total mundo.....	35.628.140	29.871.577	37.195.596	29.742.118	38.537.233	31.801.471	4,40	-0,43	3,61	6,92	100,00	100,00

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

Estos cinco países suponen el 61,57 por 100 de la exportación española en volumen y el 58,77 por 100 en valor.

Fuera de la Unión Europea, superan la cuota del 1 por 100 del volumen: Emiratos Árabes Unidos (2,68 por 100), EEUU (1,61 por 100), China (1,22 por 100), Rusia (1,16 por 100) y Argelia (1,05 por 100). En valor, superan el 1 por 100 del valor de las exportaciones totales: EEUU (3,49 por 100), Japón (1,54 por 100), China (1,36 por 100), Suiza (1,25 por 100) y Rusia (1,11 por 100).

Otros mercados relevantes son el Grupo Cairns y los países euromediterráneos. Las exportaciones al Grupo Cairns representan el 1,85 por 100 de nuestras exportaciones en volumen y el 2,63 por 100 en valor (2,42 por 100 y 3,36 por 100 respectivamente si se tienen en cuenta los cuatro países de Mercosur). Nuestras exportaciones con destino a estos países han aumentado sustancialmente un 41,3 por 100 en volumen y un 17,32 por 100 en valor (44,78 por 100 y 17,52 por 100). Las exportaciones españolas a los países euromediterráneos representan el 3,2 por 100 en volumen y el 2,44

por 100 en valor. Las exportaciones han aumentado también sensiblemente un 15,85 por 100 en volumen y un 8,54 por 100 en valor.

Como acontecimiento relevante en 2014, cabe destacar la prohibición de Rusia a la importación de productos agroalimentarios, como represalia contra las sanciones de varios países o regiones, entre los que está la Unión Europea, por la crisis de Ucrania, que fueron impuestas el 8 de agosto de 2014. En esos cinco meses, hasta el final de 2014, la incidencia en las exportaciones españolas a Rusia ha sido de más de 158 millones de euros. Este embargo se suma a las restricciones rusas impuestas a España en abril de 2013 sobre exportaciones de productos de origen animal.

3. Análisis sectorial del comercio exterior agroalimentario

El análisis sectorial se presenta resumido en este artículo. La balanza comercial con el análisis sectorial completo se encuentra en la siguiente página en Internet: ▷

<http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/agroalimentarios/estadisticas/Paginas/estadisticas.aspx>

El Cuadro 6 permite tener una visión de conjunto del comercio exterior agroalimentario por sectores.

CUADRO 6 BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA POR SECTORES (Miles de euros)								
Descripción	2013			2014			Porcentaje variación 2014/2013	
	Exportación	Importación	Saldo	Exportación	Importación	Saldo	Exportación	Importación
Cárnicos.....	4.942.689	1.876.216	3.066.473	5.315.947	1.916.014	3.399.933	7,55	2,12
Bovino	645.587	827.962	-182.375	619.482	836.350	-216.868	-4,04	1,01
Ovino-caprino.....	202.963	67.112	135.851	223.219	69.466	153.753	9,98	3,51
Porcino	3.518.745	392.811	3.125.934	3.824.965	436.813	3.388.152	8,70	11,20
Aves y huevos.....	465.067	526.520	-61.453	525.252	506.008	19.244	12,94	-3,90
Otros animales.....	110.327	61.811	48.516	123.029	67.377	55.652	11,51	9,00
Lácteos	840.315	1.758.296	-917.981	930.139	1.750.242	-820.103	10,69	-0,46
Pesca.....	2.887.902	4.777.771	-1.889.869	2.933.166	5.141.220	-2.208.054	1,57	7,61
Cereales y productos de molinería.....	679.099	2.515.990	-1.836.891	618.828	2.570.134	-1.951.306	-8,88	2,15
Residuos de industrias alimentarias y piensos	897.286	1.527.855	-630.569	864.000	1.677.225	-813.225	-3,71	9,78
Flores y plantas	266.251	154.262	111.989	298.712	183.067	115.645	12,19	18,67
Hortalizas y legumbres.....	4.896.565	1.017.322	3.879.243	4.751.535	889.191	3.862.344	-2,96	-12,59
Frutas.....	6.908.507	1.837.266	5.071.241	6.980.361	2.045.580	4.934.781	1,04	11,34
Conservas vegetales	2.151.616	898.514	1.253.102	2.385.686	968.087	1.417.599	10,88	7,74
Vinos, bebidas y vinagre	4.068.006	1.792.103	2.275.903	3.927.295	1.672.910	2.254.385	-3,46	-6,65
Tabaco	305.446	1.386.908	-1.081.462	337.672	1.358.161	-1.020.489	10,55	-2,07
Grasas y aceites.....	3.127.977	1.733.150	1.394.827	3.677.709	1.717.472	1.960.237	17,57	-0,90
Semillas, oleaginosas, mandioca y forraje.....	479.899	2.111.838	-1.631.939	517.608	2.133.623	-1.616.015	7,86	1,03
Café, té, cacao y azúcar.....	759.412	2.150.103	-1.390.691	783.846	2.066.342	-1.282.496	3,22	-3,90
Industrias agroalimentarias.....	3.472.929	3.053.209	419.720	3.717.740	3.048.223	669.516	7,05	-0,16
Otros productos	511.697	2.060.960	-4.065.253	496.990	227.926	269.064	-2,87	-88,94
Total	37.195.596	28.814.872	8.380.724	38.537.233	29.365.417	9.171.816	3,61	1,91

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1. Cuadros sectoriales

3.1.1. Sectores cárnicos y lácteos

CUADRO 7 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE BOVINO (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	457.381	529.465	708.746	645.587	619.482
Importación	798.228	827.230	826.190	827.962	836.350
Saldo	-340.848	-297.765	-117.444	-182.376	-216.868

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 8 COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR BOVINO 2014				
	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Total bovino	619.482	195.740	836.350	202.756
Animales vivos	125.924	48.366	236.002	81.259
Carne fresca o refrigerada.....	372.576	101.420	458.011	81.006
Carne congelada.....	89.376	25.984	99.013	27.554
Preparaciones y despojos.....	11.339	3.609	30.697	8.915
Despojos de bovino	20.268	16.360	12.627	4.022
Total bovino sin animales vivos	493.558	147.374	600.348	121.497

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA EN 2014

CUADRO 9
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE OVINO-CAPRINO
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	134.009	156.737	178.797	202.963	223.219
Importación	79.308	93.054	71.244	67.112	69.466
Saldo	54.701	63.684	107.554	135.851	153.753

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 10
COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR OVINO-CAPRINO 2014

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Total ovino-caprino	223.219	65.232	69.466	16.004
Animales vivos	87.961	31.315	22.096	6.860
Carne	133.471	33.531	45.140	8.443
Preparaciones	1.787	386	2.230	701
Total ovino-caprino sin animales vivos	135.258	33.917	47.370	9.144

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 11
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE PORCINO
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	2.687.710	3.179.687	3.483.692	3.518.745	3.824.965
Importación	323.323	336.223	341.552	392.811	436.813
Saldo	2.364.388	2.843.464	3.142.140	3.125.934	3.388.151

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 12
COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR PORCINO 2014

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Total porcino	3.824.965	1.628.758	436.813	194.735
Animales vivos	210.228	153.114	73.945	34.462
Carne fresca y refrigerada	1.438.536	575.120	132.938	66.615
Carne congelada	1.109.355	501.245	71.533	37.354
Tocino	50.673	57.198	3.608	5.415
Jamones y paletas	347.433	40.437	15.797	3.119
Preparaciones	449.407	95.455	133.773	44.684
Despojos	219.333	206.188	5.219	3.086
Total porcino sin animales vivos	3.614.737	1.475.643	362.869	160.273

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 13
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE AVES Y HUEVOS
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	364.390	400.749	437.133	465.067	525.252
Importación	459.956	504.113	526.278	526.520	506.008
Saldo	-95.565	-103.365	-89.144	-61.453	19.244

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 14
COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR AVÍCOLA 2014

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Total aves y huevos	525.252	317.704	506.008	197.681
Animales vivos	29.222	3.615	48.616	17.607
Carne	301.458	185.965	257.635	114.703
Huevos y ovoproductos	152.986	115.492	67.110	29.288
Preparados.....	41.586	12.632	132.646	36.083
Total aves sin animales vivos	496.030	314.089	457.391	180.074

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 15
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE OTROS ANIMALES
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	70.315	94.073	99.815	110.327	123.029
Importación	63.229	63.303	63.498	61.811	67.377
Saldo	7.086	30.770	36.317	48.516	55.652

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 16
COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR DE OTROS ANIMALES 2014
(Miles de euros)

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Total otros animales	123.029	46.928	67.377	23.817
Animales vivos	31.203	4.653	45.029	5.588
Carne	91.826	42.275	22.348	18.228

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 17
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE LÁCTEOS
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	757.568	763.713	808.037	840.315	930.139
Importación	1.633.146	1.712.182	1.708.057	1.758.296	1.750.242
Saldo	-875.577	-948.469	-900.020	-917.981	-820.103

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 18
COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR DE LÁCTEOS 2014

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Leche	346.484	233.265	408.475	522.553
Mantequilla.....	62.128	16.755	77.299	20.866
Quesos.....	350.369	74.996	920.074	247.109
Yogures y lactosueros.....	171.158	149.563	344.394	282.648
Total lácteos	930.139	474.579	1.750.242	1.073.177

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.2. Pesca

CUADRO 19 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE PESCA 2014 (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	2.455.044	2.942.470	2.942.571	2.887.902	2.933.166
Importación	4.874.580	5.190.356	4.876.582	4.777.771	5.141.220
Saldo	-2.419.536	-2.247.886	-1.934.011	-1.889.869	-2.208.054

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 20 COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS PESQUEROS 2014				
	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Peces vivos.....	12.320	49.688	3.562	24.726
Pescado fresco.....	112.165	474.286	247.399	944.107
Pescado congelado.....	510.167	814.732	465.921	1.053.397
Moluscos y crustáceos.....	212.474	796.202	542.875	2.157.663
Los demás preparados de pescado.....	25.328	121.870	73.788	265.697
Conservas de pescados.....	122.886	578.737	154.156	561.819
Conservas de moluscos y crustáceos.....	30.267	97.651	32.281	133.811
Total.....	1.025.606	2.933.166	1.519.981	5.141.220

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.3. Cereales y productos de molinería

CUADRO 21 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE CEREALES Y PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	1.966.123	2.639.795	3.176.663	2.515.990	2.570.134
Importación	518.631	650.625	596.426	679.099	618.828
Saldo	-1.447.492	-1.989.170	-2.580.237	-1.836.891	-1.951.306

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 22 COMERCIO EXTERIOR DE CEREALES Y PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA 2014				
	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Trigo.....	428.329	136.962	4.823.181	971.724
Cebada.....	142.983	29.524	401.963	71.063
Maíz.....	98.225	63.872	6.293.597	1.166.652
Arroz.....	265.576	138.817	106.807	65.251
Otros cereales.....	125.138	30.834	416.283	87.706
Harina de trigo.....	125.724	37.896	46.048	18.089
Otras harinas.....	30.484	11.987	106.662	63.821
Malta.....	32.142	13.727	66.551	19.578
Almidón.....	120.064	44.607	71.773	45.796
Grañones y sémola de trigo.....	66.411	29.671	8.560	1.630
Otros productos de cereales.....	68.318	80.930	149.321	58.824
Total.....	1.503.392	618.828	12.490.745	2.570.134

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.4. Residuos de la industria alimentaria y piensos

CUADRO 23 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE RESIDUOS Y PIENSOS (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	550.159	638.232	906.485	897.286	864.000
Importación	1.291.860	1.371.689	1.604.313	1.527.855	1.677.225
Saldo	-741.701	-733.457	-697.828	-630.569	-813.224

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 24 COMERCIO EXTERIOR DE RESIDUOS Y PIENSOS 2014				
	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Residuos	411.217	1.020.845	1.256.756	3.952.959
Piensos	486.068	609.285	420.472	312.470
Total	897.286	1.630.130	1.677.225	4.265.429

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.5. Flores y plantas

CUADRO 25 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE FLORES Y PLANTAS (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	208.269	237.327	263.674	266.251	298.712
Importación	173.017	172.359	167.462	154.262	183.067
Saldo	35.252	64.969	96.212	111.989	115.645

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 26 COMERCIO EXTERIOR DE FLORES Y PLANTAS 2014				
	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Flores y plantas	220.424	298.712	56.780	183.067

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.6. Hortalizas y legumbres

CUADRO 27 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	4.034.700	3.991.980	4.413.742	4.896.565	4.751.535
Importación	911.044	904.595	979.916	1.017.322	889.191
Saldo	3.123.656	3.087.386	3.433.826	3.879.243	3.862.345

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 28
COMERCIO EXTERIOR DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES 2014

	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Tomate	954.818	960.805	145.717	67.948
Pimiento	697.252	799.509	34.155	26.291
Pepino	572.463	448.110	6.904	9.564
Lechuga	772.116	601.177	23.582	25.372
Patata	237.680	64.597	623.505	152.164
Cebolla	350.631	109.615	45.360	17.378
Ajos	124.475	166.853	5.388	6.129
Zanahoria	93.125	41.885	11.098	3.420
Las demás hortalizas frescas	1.203.672	1.077.931	239.501	217.659
Hortalizas congeladas	440.683	365.560	139.410	117.493
Hortalizas conservadas o secas	90.396	89.340	47.509	56.324
Legumbres	18.731	26.155	253.238	189.449
Total	5.556.043	4.751.535	1.575.370	889.191

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.7. Frutas

CUADRO 29
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE FRUTAS
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	5.446.410	5.648.028	6.408.502	6.908.507	6.980.361
Importación	1.483.871	1.529.634	1.579.686	1.837.266	2.045.580
Saldo	3.962.539	4.118.394	4.828.816	5.071.241	4.934.780

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 30
COMERCIO EXTERIOR DE FRUTAS 2014

	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Cítricos	3.881.950	2.877.803	165.366	139.103
Melones y sandías	927.124	483.835	103.652	68.371
Melocotones y nectarinas	910.507	720.594	18.366	7.300
Fresas	294.249	483.543	10.169	20.307
Los demás frutos rojos	50.828	347.261	10.940	46.052
Caquis	157.587	151.278	297	348
Manzanas y peras	252.644	172.276	289.592	191.424
Plátanos	113.156	104.883	299.794	181.414
Almendras y avellanas	71.349	492.294	92.224	488.647
Uvas	145.311	259.404	43.481	67.602
Las demás frutas frescas y desecadas y demás frutos secos	554.382	786.421	484.437	787.336
Frutas congeladas	51.486	66.947	31.666	42.385
Frutas conservadas y cortezas de frutas	23.793	33.822	4.218	5.293
Total	7.434.367	6.980.361	1.554.202	2.045.580

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.8. Conservas vegetales

CUADRO 31 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE CONSERVAS VEGETALES (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	1.845.344	1.983.523	2.101.828	2.151.616	2.385.686
Importación	769.990	879.778	854.394	898.514	968.087
Saldo	1.075.354	1.103.745	1.247.434	1.253.102	1.417.598

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 32 COMERCIO EXTERIOR DE CONSERVAS VEGETALES 2014				
	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Tomates	400.132	321.235	56.875	39.072
Aceitunas	432.767	659.622	16.217	18.198
Espárragos	3.480	10.314	38.126	97.756
Demás hortalizas	361.534	475.639	374.686	359.795
Zumos	534.266	419.215	178.261	229.802
Confituras y mermeladas	106.624	125.500	19.396	40.402
Demás frutas	243.773	374.160	119.287	183.062
Total	2.082.576	2.385.686	802.847	968.087

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.9. Vinos, bebidas y vinagre

CUADRO 33 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE BEBIDAS (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	2.822.222	3.357.656	3.758.219	4.068.006	3.927.295
Importación	1.691.003	1.801.545	1.803.213	1.792.103	1.672.910
Saldo	1.191.219	1.556.111	1.955.007	2.275.903	2.254.385

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 34 COMERCIO EXTERIOR DE BEBIDAS 2014				
	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Agua	15.893	82.297	15.999	36.835
Bebidas refrescantes	186.825	356.515	259.596	268.321
Cerveza	150.211	184.332	250.261	463.350
Mosto	238.497	364.745	8.810	5.117
Vino	2.517.987	2.338.049	147.402	50.363
Vermut y otros vinos aromatizados	82.824	71.995	15.572	6.972
Otras bebidas fermentadas	9.122	7.476	18.156	17.031
Bebidas espirituosas	579.349	160.354	860.218	184.159
Alcohol	119.989	169.924	83.130	101.416
Vinagre y sus sucedáneos	26.597	36.303	13.766	14.564
Total	3.927.295	3.671.991	1.672.910	1.148.127

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.10. Tabaco

CUADRO 35 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE TABACO (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	243.691	288.649	319.180	305.446	337.672
Importación	1.450.775	1.270.470	1.418.444	1.386.908	1.358.161
Saldo	-1.207.084	-981.821	-1.099.264	-1.081.462	-1.020.489

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 36 COMERCIO EXTERIOR DE TABACO 2014				
	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Tabaco en rama o sin elaborar, y desperdicios del tabaco.....	116.403	31.580	85.259	17.046
Cigarros, cigarrillos y cigarrillos, de tabaco o de sucedáneos de tabaco.....	213.129	11.047	1.062.407	38.443
Los demás tabacos y sucedáneos de tabaco.....	8.140	1.010	210.495	13.131
Total	337.672	43.637	1.358.161	68.620

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.11. Grasas y aceites

CUADRO 37 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE GRASAS Y ACEITES (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	2.452.844	2.721.056	3.153.381	3.127.977	3.677.709
Importación	1.239.326	1.435.288	1.455.781	1.733.150	1.717.472
Saldo	1.213.518	1.285.768	1.697.599	1.394.826	1.960.237

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 38 COMERCIO EXTERIOR DE MATERIAS GRASAS 2014				
	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Aceite de soja.....	474.584	312.654	39.011	30.026
Aceite de oliva.....	1.234.598	2.895.497	84.835	144.775
Aceite de girasol.....	127.320	117.642	352.702	252.709
Margarina	73.514	84.370	60.192	80.969
Las demás grasas y aceites animales.....	43.803	83.742	192.096	128.576
Las demás grasas y aceites vegetales.....	161.309	166.759	1.469.985	1.006.512
Residuos	23.176	17.043	110.955	73.904
Total	2.138.304	3.677.709	2.309.776	1.717.472

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.12. Semillas y frutos oleaginosos

CUADRO 39 EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS (Miles de euros)					
	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación	343.682	441.997	465.696	479.899	517.608
Importación	1.625.672	1.881.939	2.266.244	2.111.838	2.133.623
Saldo	-1.281.990	-1.439.942	-1.800.548	-1.631.939	-1.616.015

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 40
COMERCIO EXTERIOR DE SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS 2014

	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Soja.....	25.071	9.922	3.462.673	1.384.374
Girasol.....	47.470	52.491	411.498	195.690
Otros productos del capítulo 12.....	145.651	200.350	465.835	537.846
Forrajes.....	1.270.010	238.212	28.987	5.962
Mandioca.....	19.750	16.632	11.762	9.751
Total	1.507.953	517.608	4.380.755	2.133.623

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.13. Café, té, cacao y azúcar

CUADRO 41
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE CAFÉ, TÉ, CACAO Y AZÚCAR
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación.....	689.021	848.672	850.820	759.412	783.846
Importación.....	1.655.852	2.406.476	2.178.251	2.150.103	2.066.342
Saldo	-966.830	-1.557.804	-1.327.432	-1.390.691	-1.282.496

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

CUADRO 42
COMERCIO EXTERIOR DE CAFÉ, TÉ, CACAO Y AZÚCAR 2014

	Exportación		Importación	
	Toneladas	Miles euros	Toneladas	Miles euros
Café.....	38.245	205.118	302.254	792.309
Extractos de café.....	32.794	237.700	10.607	61.613
Sucedáneos de café.....	727	2.746	2.945	8.482
Té.....	112.179	62.283	15.325	46.080
Cacao.....	79.573	174.714	201.808	395.189
Azúcar.....	141.258	100.563	1.484.893	730.219
Melaza.....	2.747	723	239.125	32.449
Total	407.522	783.846	2.256.956	2.066.342

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

3.1.14. Industrias agroalimentarias

CUADRO 43
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR DE CAFÉ, TÉ, CACAO Y AZÚCAR
(Miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportación.....	2.620.435	2.912.588	3.240.140	3.472.929	3.717.740
Importación.....	3.093.759	3.128.446	3.121.758	3.053.209	3.048.223
Saldo	-473.324	-215.857	118.382	420.155	669.784

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA EN 2014

CUADRO 44
COMERCIO EXTERIOR DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA 2014

	Exportación		Importación	
	Miles euros	Toneladas	Miles euros	Toneladas
Miel.....	90.717	26.111	46.108	24.368
Jugos, extractos y otros productos de origen animal	11.315	1.644	13.464	1.423
Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	264.998	35.697	147.738	27.045
Espicias.....	187.626	60.944	190.653	69.250
Artículos de confitería sin cacao.....	441.761	160.102	128.694	35.225
Chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.....	353.568	88.946	491.934	145.436
Pastas alimenticias	97.973	87.946	126.360	72.641
Productos de panadería, pastelería y galletería	737.787	372.919	558.233	231.895
Otras preparaciones a base de cereales y harinas	403.763	151.889	303.704	130.984
Salsas y sopas	394.578	247.764	164.895	88.696
Helados	128.111	41.029	152.115	63.686
Batidos y postres lácteos	75.001	45.666	122.553	55.597
Levaduras.....	20.050	12.058	58.503	21.458
Otras preparaciones alimenticias.....	510.493	118.313	543.270	183.997
Total	3.717.740	1.451.026	3.048.223	1.151.700

Nota: los datos correspondientes a 2014 son provisionales.

Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales.

NORMAS DE ESTILO DE PUBLICACIÓN

La persona o personas interesadas en presentar un artículo para su publicación en el *Boletín de Información Comercial Española* (BICE) deberán enviar el artículo en formato Microsoft Word a la dirección de correo electrónico **revistasice.sccc@comercio.mineco.es**

El documento debe cumplir las siguientes características:

1. Ser material original no publicado ni presentado en otro medio de difusión.
2. La extensión total del trabajo (incluyendo cuadros, gráficos, tablas, notas, etcétera) no debe ser inferior a 15 páginas ni superior a 20. La fuente será Times New Roman, tamaño 12 y espaciado doble. Estar paginado en la parte inferior derecha de cada página.
3. En la primera página se hará constar el título del artículo que deberá ser breve, claro, preciso e informativo y la fecha de conclusión del mismo. Nombre y dos apellidos del autor o autores, filiación institucional, dirección, teléfono y correo electrónico de cada uno de ellos, así como la forma en que desean que sus datos aparezcan.
4. En la segunda página del texto se incluirá:
 - El título.
 - Un resumen del trabajo con una extensión máxima de 10 líneas con la siguiente estructura: objetivo, método y principal resultado o conclusión.
 - De 2 a 6 palabras clave que no sean coincidentes con el título.
 - De 1 a 5 códigos de materias del Journal of Economic Literature (clasificación JEL) para lo cual pueden acceder a la siguiente dirección electrónica:
<https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>
5. En las siguientes páginas se incluirán el texto, la información gráfica y la bibliografía con la siguiente organización:
 - Se incluirá, por este orden, introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía y anexos si los hubiera. Los apartados y subapartados se numerarán en arábigos respondiendo a una sucesión continuada utilizando un punto para separar los niveles de división, según el siguiente modelo:

1. Título del apartado

1.1. Título del apartado

1.1.1. Título del apartado

2. Título del apartado

- Las notas de pie de página irán integradas en el texto y su contenido debe estar al final de su misma página en tamaño 10 y espacio sencillo.
- En un archivo Excel independiente se incluirá la representación gráfica (cuadros, gráficos, diagramas, figuras, etc.), que debe llevar título, estar numerada y referenciada en el texto. En la parte inferior se incluirá la fuente de información y/o notas aclaratorias.
- Las citas de libros y artículos en el texto, se indicarán entre paréntesis con el apellido del autor y el año. Ej.: (Martínez, 1991).
- Las referencias a siglas deben ir acompañadas, en la primera ocasión en que se citen, de su significado completo.
- La bibliografía se ordenará alfabéticamente siguiendo las normas de la American Psychological Association (Harvard-APA): <http://cibem.org/paginas/img/apa6.pdf>

Libros

APELLIDOS, A.A. (año de publicación). *Título del libro* (edición) (volumen). Ciudad: Editorial.

Artículo en revista científica

APELLIDOS, A.A. (año de publicación). «Título del artículo». *Título de la revista*, volumen (número), números de páginas.

Documento en línea

APELLIDOS, A. A. u ORGANISMO (año, mes de publicación). *Título*, [en línea]. Ciudad: Editorial. Disponible en:

<http://cenamb.rect.ucv.ve/siamaz/dicciona/canaima/canaima2.htm> [Recuperado: 2000, 3 de junio].

Los artículos publicados estarán disponibles en www.revistasICE.com



*Subdirección General de Comercio Internacional de Material de Defensa y Doble Uso**

TRANSFERENCIAS INTANGIBLES DE TECNOLOGÍA DE MATERIAL DE DEFENSA Y DE DOBLE USO

Problemas existentes en su medición

Las tecnologías formuladas a través de *software* y el permanente uso de los medios electrónicos para el tratamiento y la transferencia de la información son signos inequívocos de nuestro tiempo. Esta realidad tan positiva, sin embargo, dificulta o sencillamente impide el control por parte de las autoridades correspondientes de las prestaciones de servicios entre distintos países, que incorporan estas tecnologías intangibles. Esta realidad puede acarrear problemas en aquellos sectores ligados al material de defensa y de doble uso que están sometidos a control por imperativo legal. Por otro lado, este hecho dificulta el cumplimiento de aquellos convenios internacionales que regulan el comercio exterior de este tipo de material. El impacto de este fenómeno en el comercio exterior español de material de defensa es todavía limitado, pero tiende a crecer y plantea retos, a las autoridades correspondientes y a los actores de estos tráficós, para evitar incumplimientos de la ley que están sancionados.

Palabras clave: transferencia de información, convenios internacionales, comercio, restricciones, material de defensa y de doble uso.

Clasificación JEL: D74, F13, O33.

1. Introducción. El Arreglo de Wassenaar y el concepto de transferencia intangible de tecnología

El Arreglo de Wassenaar (AW) sobre el control de exportaciones de armas convencionales y productos y tecnologías de doble uso lo firmaron 41 Estados en 1996 y persigue contribuir a la estabilidad internacional promoviendo la transparencia y disciplina en las exportaciones de armas convencionales y de productos y tecnologías de doble uso, de modo que no se produzcan acumulaciones

desestabilizadoras de armas en determinados territorios del mundo que pongan en peligro la paz y la estabilidad internacional.

De forma muy resumida, se puede decir que este control se lleva a cabo por los Estados firmantes del Arreglo que se comprometen a:

- Controlar las exportaciones de material de defensa y de determinados productos y tecnologías de doble uso, sometiéndolas a autorización previa.
- Evitar la exportación de estos materiales a grupos terroristas y a «agentes no estatales».
- Comunicar periódicamente al Secretariado del Arreglo y, por tanto, a los demás miembros del AW las exportaciones de material de defensa y de determinadas categorías de productos y tecnologías de doble uso a los países no miembros del AW. ▷

* Este artículo ha sido elaborado por Antonio Gómez-Crespo López. Técnico Comercial y Economista del Estado.

Versión de junio de 2015.

– Comunicar periódicamente las denegaciones de exportaciones de determinadas categorías más sensibles de productos y tecnologías de doble uso a países no miembros del AW.

El control de estas exportaciones se ha llevado a cabo habitualmente exigiendo una licencia previa y con el despacho aduanero. Sin embargo, y con el desarrollo de Internet, en los últimos años ha crecido la preocupación de los países partícipes del AW por las dificultades del control de las transferencias intangibles de tecnologías a través de la red. Incluso algunos países han mostrado su preocupación por el control de las transferencias intangibles de tecnología desde las entidades académicas y de investigación. En consecuencia, no se trata solo de los problemas de control relacionados con los movimientos de información a través de Internet, sino de los problemas derivados de los movimientos de personas que aprenden o enseñan determinadas tecnologías sensibles.

En este artículo se intenta, por un lado, analizar si la regulación existente en España es suficiente para controlar dichas transferencias y, por otro, conocer el peso de las mismas en el total de las transferencias de material de defensa y doble uso desde nuestro país. En definitiva, se trata de estimar el valor cuantitativo de las mismas a partir de los datos disponibles y de evaluar si esa cifra refleja la realidad de los intercambios reales o si se ha subestimado por la dificultad del control.

El concepto de «tecnología intangible» se refiere a las técnicas de producción, tecnologías o conocimientos con valor económico.

Las autoridades de control en los países exportadores pertenecientes al AW se enfrentan a diversos retos relacionados con el control de las transferencias intangibles de tecnologías sensibles, entre los que cabe destacar los siguientes:

– Creciente participación de instituciones académicas en proyectos internacionales de investigación y colaboración de empresas e instituciones académicas.

– Ciudadanos extranjeros que trabajan en sectores de tecnología punta.

– Movilidad de personal altamente cualificado.
– Redes globales de información tecnológica y métodos digitales-electrónicos de transferencias de productos intangibles.

Los tres primeros retos se pueden integrar en el ámbito de los movimientos de personas (factor humano). El cuarto se puede integrar en lo que se puede denominar las transferencias de tecnologías (factor tecnológico). En todo caso, todos estos ámbitos son fuentes potenciales de transferencias intangibles de tecnología, cuyo control genera nuevos requerimientos a las autoridades de control.

Si bien estos nuevos retos se dan en mayor o menor escala en casi todos los países miembros del AW, la realidad es que hay diferencias apreciables entre unos países y otros en cuanto a su capacidad de exportación de tecnologías sensibles, en función del tamaño de su industria de material de defensa y de las características de sus centros de enseñanza e investigación. También influye el nivel tecnológico y científico de cada país y de sus empresas de ingeniería.

En el caso de España, la participación de instituciones académicas en proyectos internacionales de investigación es algo cada vez más frecuente, aunque no tanto en lo que se podría definir como investigación aplicada, tradicionalmente más ligada al mundo empresarial.

2. Los movimientos de personas y las exportaciones de servicios

La salida de ciudadanos de su país de residencia, para trabajar en sectores de tecnología punta ligados a la defensa o a productos de doble uso, es algo habitual. No se puede restringir la salida, salvo que hayan cometido un delito o mediante una orden judicial expresa. La entrada de ciudadanos de otros países está sujeta a visados de trabajo o de estudio y nada impide que se tengan en cuenta criterios de proliferación del número de los solicitantes, aunque no deja de tener sus dificultades cuando de lo que se trata es de estudios medios ▷

o universitarios. Las decisiones sobre la entrada de personas dependen de las autoridades nacionales de seguridad y empleo. No obstante, la política de visados se puede practicar sobre las personas que entran (controles de inmigración) en un país, y no sobre las transferencias intangibles de tecnología que se pueden derivar de su presencia en el país a partir de los conocimientos aprendidos, de ahí la importancia de la política de concesión previa de visados.

Básicamente, el control de las personas que asisten a cursos de formación en España, sobre todo si no requieren visados, depende de los centros universitarios o académicos que los imparten o que organizan los seminarios correspondientes. En el caso de ciudadanos de terceros países que requieren visados de estudio o de trabajo, además de la opinión de los centros universitarios, es necesario el consentimiento de las autoridades nacionales gubernativas y de empleo.

Por el contrario, si un profesor de un país de la Unión Europea decide impartir un curso en el exterior, no hay restricciones a su libertad de movimiento y, en todo caso, sería el país donde se va a desarrollar el curso el que puede establecer alguna limitación o exigencia. El artículo 7 del Reglamento (CE) nº 428/2009 del Consejo, de 5 de mayo de 2009, por el que se establece un régimen comunitario de control de las exportaciones, la transferencia, el corretaje y el tránsito de productos de doble uso, y sus sucesivas modificaciones, deja bien claro que el mismo «no se aplicará a la prestación de servicios ni a la transmisión de tecnología cuando dicha prestación suponga la circulación transfronteriza de personas físicas».

Cuando los servicios que conlleva una transferencia de tecnología intangible sean prestados por una persona jurídica, una empresa de servicios, sobre todo de ingeniería o de consultoría, a cambio de una contraprestación, los controles vienen reguladas por la legislación española sobre el comercio exterior de material de defensa y de doble uso (Ley 53/2007, de 28 de diciembre 2007, de control del comercio exterior de material de defensa y de doble

uso y Real Decreto 679/2014, de 1 de agosto de 2014, por el que se aprueba el Reglamento de control del comercio exterior de material de defensa, de otro material y de productos y tecnologías de doble uso). En esos casos, las empresas de prestación de servicios ligadas al comercio de material de defensa y doble uso deben estar inscritas obligatoriamente en un registro (Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior de Material de Defensa y de Doble Uso, REOCE) y solicitar autorización para la prestación de servicios que se lleven a cabo a través de personas o mediante el envío de documentación por medios electrónicos o postales. Es decir, tanto en los casos en que la exportación implique venta de tecnología o la prestación de un servicio, como en los casos de exportación de materiales y equipos de naturaleza física, si estos son considerados material de defensa o de doble uso, se requiere una autorización.

Hay una correlación entre exportaciones de servicios de tecnología e ingeniería y las exportaciones intangibles de tecnología, de ahí que sean los países que más exportan ese tipo de servicios los más propensos a la exportación intangible de tecnología y a tener más responsabilidad y problemas de control derivados de la misma. También hay una cierta correlación entre el nivel de desarrollo y estas exportaciones. La deslocalización de las actividades fabriles suele estar orientada a países con menor desarrollo y menores salarios relativos. Estos pueden ser a menudo receptores de tecnologías intangibles.

3. Las dificultades de control de las transferencias intangibles de tecnologías de material de defensa y de doble uso

3.1. Las exportaciones y el control de las transferencias intangibles

Las exportaciones de información sensible y de diseños y planos de tecnologías que impliquen ▷

la transferencia de documentos o de archivos electrónicos requieren una autorización. En este ámbito, varios retos aparecen en las tecnologías asociadas a transacciones digitales o electrónicas: transferencias de datos técnicos de forma intangible que incluyen programas encriptados (codificados), correo electrónico con anexos con información sensible, consultas *online*, acceso a las bases de datos en la «nube» y utilización de redes de telecomunicación por ondas (sin hilos). En los intercambios de esta información, el concepto de fronteras nacionales y la capacidad de control de las autoridades aduaneras están desdibujados.

La citada legislación española sobre exportación de material de defensa y doble uso define como exportación, sujeta a posible autorización, la transmisión oral o electrónica de conocimientos, planos, tecnologías, etcétera. Otra cosa es que los agentes que transmiten esa información, sea remunerada o no, sean conscientes siempre de la obligación que tienen de pedir una autorización. Asimismo, la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, modificada por la Ley Orgánica 5/2010, de 22 de junio y la Ley Orgánica 12/1995, de 10 de diciembre de 1995, de Represión del Contrabando, modificada por la Ley Orgánica 6/2011, de 30 de junio, castigan civil o penalmente la exportación sin autorización de bienes y servicios de material de defensa y de doble uso sin autorización.

Asimismo, la normativa de la Unión Europea sobre exportaciones de productos y tecnologías de doble uso, que viene recogida en el Reglamento 428/2009, exige el control y la necesidad de autorización para la exportación intangible de tecnología.

En ese sentido, hay que tener en cuenta lo siguiente:

– Se entiende por exportación, según el artículo 2 del citado reglamento «la transmisión de soportes lógicos (*software*) o tecnología por medios electrónicos, incluidos fax, teléfono, correo electrónico u otro medio electrónico cualquiera a un destino situado fuera de la Comunidad; incluye poner por medios electrónicos dicho soporte lógico, *software* y tecnología a disposición de personas físicas o jurídicas

o de asociaciones exteriores a la Comunidad. Esta definición de exportación también es aplicable a la transmisión oral de tecnología cuando la tecnología se describa por teléfono».

– Los controles no se aplicarán, como se ha indicado, a la prestación de servicios ni a la transmisión de tecnología cuando dicha prestación o transmisión supongan la circulación transfronteriza de personas físicas. Teóricamente, sí deberían ser objeto de control las personas físicas, que también están obligadas por la norma si prestan un servicio (Reglamento 428/2009 y Real Decreto 679/2014). En otras palabras, los controles se aplican a los servicios intangibles declarados por las personas jurídicas o físicas, pero no a las personas físicas como tales. Hay que tener en cuenta que el control comunitario se puede aplicar a los servicios prestados pero no a las personas físicas que dependerían, en todo caso, en su comportamiento, de las autoridades de los Estados miembros.

También está sujeta a control la asistencia técnica (incluida la transmisión oral de la misma) con determinados usos militares prevista en la Acción Común 2000/401/PESC de 22 de junio, en especial en aquellos casos en que pudiera servir de base para el desarrollo de armas de destrucción masiva. En esta acción común se insta a los Estados miembros a que establezcan controles de la asistencia técnica cuando tenga un uso final militar convencional y vaya dirigida a países sometidos a embargos internacionales.

La normativa existente, tanto en el ámbito español como en el comunitario, se considera suficiente para que los operadores sean conscientes de la obligación del control de las transferencias intangibles de tecnologías.

3.2. La mejora del control de las transferencias intangibles de ciertas tecnologías

En las exportaciones de tecnologías, una de las principales herramientas para minimizar los ▷

problemas de control en las exportaciones reside en la información o divulgación (*outreach*) entre aquellas empresas que comercializan dichos productos y, por supuesto, a través de la vigilancia en los despachos en las aduanas, cuando se trate de exportación de mercancías que llevan como complemento elementos intangibles como *software*.

Para disminuir el riesgo, y enfrentarse mejor a las dificultades que entraña el control de las transferencias intangibles de tecnologías, conviene llevar a cabo un entrenamiento especial por parte de las autoridades de control, tal y como se describe a continuación:

- Identificación de las empresas, centros de investigación, universidades y personas físicas que tengan acceso a tecnologías sensibles; promoviendo entre ellos una autorregulación de seguridad y una cooperación reforzada con las autoridades de control de las exportaciones, mediante programas de control interno.

- Desarrollo de programas de divulgación de los problemas derivados de la proliferación, sobre todo en el ámbito de los funcionarios del sistema judicial. La formación de jueces y otras autoridades de control en el seguimiento de estos flujos de información no declarados es muy útil cuando se sospeche que existen exportaciones intangibles de tecnologías sin declarar y que hayan podido burlar los filtros y los requisitos de autorización existentes.

- Elaboración de nuevos instrumentos de vigilancia en Internet para vigilar, bajo supervisión judicial, transferencias electrónicas de información sensible.

- Las autoridades de control deben contar con expertos informáticos capaces de auditar las exportaciones de *software* y que tengan acceso y entiendan los protocolos IP de descarga de archivos informáticos, de tráfico de correos electrónicos y de acceso del cliente a archivos en la «nube».

Por otro lado, se deben utilizar instrumentos indirectos de toma de conciencia, como son:

- Política de divulgación orientada a dar a conocer a aquellas asociaciones empresariales y a los centros de enseñanza de investigación más

ligados a las «tecnologías intangibles» la necesidad de cumplir con la legislación vigente en materia de control de las exportaciones, sobre todo cuando se trata de material de doble uso.

- Mayor exigencia de auditoría interna de empresas de ingeniería y de consultoría más habitualmente exportadoras de tecnologías sensibles.

Las autoridades españolas de control tienen planes regulares de divulgación dirigidos a empresas y a asociaciones de empresas de los sectores más sensibles, así como celebración de seminarios específicos de auditoría interna (*internal compliance programmes*) dirigidos a empresas de una cierta entidad en la exportación de material de defensa y de doble uso. Estos planes tienen como objetivo el reducir los riesgos en la exportación de tecnologías sensibles.

4. Indicadores cuantitativos de las transferencias intangibles de tecnología en las exportaciones de material de defensa y de doble uso (años 2012-2014)

Para estimar el peso de las transferencias de tecnologías intangibles en un país como España, se pueden utilizar las estadísticas oficiales de exportación de material de defensa y doble uso. Estas estadísticas, recogen no solo las exportaciones realizadas de mercancías, medidas en los respectivos despachos aduaneros, sino las exportaciones de servicios, comunicadas a la Subdirección General de Comercio Internacional de Material de Defensa y Doble Uso por las empresas en poder de una autorización de exportación, donde están incluidas las exportaciones intangibles de tecnología.

4.1. Exportaciones de material de defensa y de otro material

En el año 2014, empresas españolas con el respaldo de una licencia autorizada realizaron exportaciones de «material de defensa» al resto del ▷

CUADRO 1
PRINCIPALES EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE MATERIAL DE DEFENSA
(En porcentaje)

Categorías	2012	2013	2014
10. Aviones	39,0	70,5	81,0
9. Buques de guerra	35,0	16,4	4,9
8. Explosivos.....	4,0	4,1	3,5
21. <i>Software</i> y equipos relacionados.....	0,1	0,3	0,2
22. Tecnologías.....	0,0	0,0	0,6
Otras categorías	21,9	8,7	9,8
Total todas categorías (en millones de euros)	1.953,0	3.908,0	3.203,0

Fuente: Subdirección General de Comercio Internacional de Material de Defensa y Doble Uso (Ministerio de Economía y Competitividad).

CUADRO 2
PRINCIPALES EXPORTACIONES REALIZADAS ESPAÑOLAS DE MATERIAL DE DOBLE USO
(En porcentaje)

Categorías	2012	2013	2014
0. Materiales y equipos nucleares	46,0	9,9	15,5
1. Materiales especiales y equipos relacionados	11,3	18,0	8,6
2. Tratamiento de los materiales y equipos.....	34,0	60,0	60,1
4. Ordenadores y <i>software</i>	0,0	1,1	1,1
5. Telecomunicaciones y seguridad de la información	4,0	2,2	9,0
Otras categorías	4,7	8,8	5,7
Total todas categorías (en millones de euros)	256,9	151,6	168,5

Fuente: Subdirección General de Comercio Internacional de Material de Defensa y Doble Uso (Ministerio de Economía y Competitividad).

mundo por un importe de 3.203,0 millones de euros de. Un alto porcentaje de esta cifra corresponde a mercancías tangibles. El total de las exportaciones de material de defensa se clasifica en las 22 categorías o artículos de la Relación de Material de Defensa incluida en el Real Decreto 679/2014 y que se deriva de la Lista Militar del AW y de la Lista Militar Común de la UE. En dicho año, los principales grupos de material de defensa exportados correspondieron a «aerona- ves» (artículo 10) y «buques de guerra» (artículo 9) que supusieron el 81 y el 4,9 por 100 del total exportado, respectivamente. Dentro de las 22 categorías de la Lista Militar Común, las que más se suelen identificar con tecnologías intangibles son la 21 («equipos lógicos») que incluye tanto *hardware* (productos tangibles), como *software* (potencialmente intangible) y la 22 de «tecnologías» que sí pueden considerarse, al menos parcialmente, como productos o servicios intangibles. Pues bien, en 2014 de la categoría 21 se exportaron desde España 5,8 millones de euros, que se sitúa en un entorno del 0,2 por 100 del total exportado, y de la categoría 22 se exportaron 20,7 millones de euros, lo que supone el 0,6 por

100 del total. Por lo que respecta a las cifras de exportación del periodo 2012-2014 de material de defensa, la parte correspondiente a tecnologías intangibles o más asimilables a este tipo de tecnologías es muy reducida en relación al total.

La exportación realizada desde España de «otro material» (armas de caza y tiro deportivo, munición y material antidisturbios) supuso en 2014 un monto total de 56,3 millones de euros. El 100 por 100 correspondió a mercancías tangibles, no habiéndose producido ninguna exportación de material intangible o servicios (asistencia técnica, producción bajo licencia, etcétera).

4.2. Exportaciones de productos y tecnologías de doble uso

Por lo que se refiere a las exportaciones realizadas de productos y tecnologías de doble uso en 2014, éstas fueron de 168,5 millones de euros. Dentro de este total exportado, el primer capítulo de las diez categorías de productos y tecnologías ▷

de doble uso fue el 2 («maquinaria y equipos para tratamiento de los materiales») que supuso el 60 por 100 de las exportaciones realizadas. En segundo lugar, figuró el capítulo 0 («equipos nucleares y materiales conexos») que supuso el 15,5 por 100 de las exportaciones realizadas.

Las categorías que más exportación intangible de tecnología suelen comportar son la 4 («ordenadores y *software*») y la 5 («telecomunicaciones y seguridad de la información»), y de éstas hubo unas exportaciones realizadas del 1,1 por 100 del total y del 9 por 100 respectivamente.

En otras palabras, y según se desprende de los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y de las propias declaraciones de las empresas, las exportaciones españolas realizadas de material de defensa, de otro material y de productos y tecnologías de doble uso son fundamentalmente de materiales tangibles en más de un 95 por 100, aunque las tecnologías intangibles que se comercializan como tales tengan una importancia creciente. Sin embargo, cabe pensar que el hecho de que esta cifra sea tan reducida pueda deberse también a que parte de estas transferencias intangibles no se reflejan adecuadamente en las estadísticas declaradas.

Así, se plantearían los siguientes interrogantes relacionados con la escasa cuantía declarada de las transferencias intangibles de tecnología:

- No hay despacho aduanero convencional en las exportaciones de tecnologías intangibles, salvo lo que declare el exportador derivado del envío de planos, fórmulas, disquetes, otros soportes informáticos o por la prestación de servicios prestados por personas. Al no haber despacho aduanero convencional de mercancías tangibles, la valoración depende mucho más de la declaración del exportador.

- Puede haber una diferencia entre el valor declarado por el exportador y el valor real facturado al cliente en el exterior.

- Puede haber incluso exportaciones de tecnología sensible no declaradas, conscientemente o inconscientemente.

5. Indicadores cualitativos para el análisis de las exportaciones intangibles de tecnologías. Características de las empresas exportadoras de material de defensa y de doble uso a partir de la información suministrada al REOCE

El análisis de los datos del REOCE permite conocer las características de las empresas que exportan material de defensa y de doble uso y aquellas que están más ligadas a la exportación de tecnologías sensibles. La inscripción en el REOCE es obligatoria para los que deseen exportar este tipo de materiales. No es frecuente denegar a una empresa una solicitud de inscripción en el REOCE, si aporta la documentación requerida. Cabe decir que no están obligados a la inscripción los órganos administrativos correspondientes a las Fuerzas Armadas, las Fuerzas de Seguridad del Estado y los Cuerpos de Policía dependientes de las comunidades autónomas y los ayuntamientos.

El número de empresas españolas que formaban parte del REOCE, a 31 de julio de 2015, era de 857. Se clasifican en tres grandes grupos: el principal corresponde a «material de defensa», el segundo es el de «otro material», que recoge armas de caza y deportivas, además de material antidisturbios, y el tercer grupo es el de «productos tecnologías de doble uso». Puede ocurrir que algunas empresas estén dadas de alta en más de un grupo, por ejemplo defensa y doble uso. Además, todas las empresas declaran cuál es su actividad principal y es precisamente esa descripción la que permite hacer el siguiente análisis:

- Aproximadamente, un 10 por 100 de las empresas que figuran en el REOCE declaran actividades que directa o indirectamente pueden desembocar en la exportación de tecnología intangible. Algunas de las empresas que figuran en el Registro no exportan regularmente tecnologías sensibles que se incorporen a materiales de defensa o de doble uso o que se consideren como tales. Puede ser que también exporten tecnologías civiles que no sean material de defensa ni doble uso. ▷

– Muchas de las empresas que están en condiciones de exportar tecnologías sensibles tienen participación de capital extranjero y a menudo son filiales de empresas multinacionales que operan en varios países, entre ellos España. Es frecuente solicitar autorización para transferencias entre empresas del mismo grupo y posteriormente, cuando se han llevado a cabo los diferentes procesos de incorporación de valor añadido, el producto completo es finalmente autorizado para exportar al cliente final, en un país tercero.

– Algunas de las empresas españolas del sector de la defensa tienen acuerdos de cesión de patentes con otras empresas de otros países miembros del AW para desarrollar programas conjuntos y exportar a terceros países. En esos casos, el control de las transferencias de tecnologías intangibles se hacen sobre todo en los intercambios entre países miembros del AW, y también al exportar a países terceros el producto acabado.

– La presencia de instituciones públicas españolas en el REOCE no es muy amplia.

– Cabe destacar dentro del mismo la presencia de grandes centros de investigación nacional, escuelas de ingenieros industriales, institutos nacionales y regionales cartográficos y geográficos y el ITER (Unión Europea).

En resumen, en un país como España no figuran tantas entidades o instituciones públicas o privadas, académicas o de investigación, que exporten tecnologías problemáticas en el ámbito de la proliferación. Puede ocurrir, que algunos de estos centros, a pesar de contar con tecnología sensible, no sean conscientes de la necesidad de someter al filtro de los controles sus programas de colaboración académica con terceros países. La mayor parte de las transferencias intangibles de tecnología se llevan a cabo desde entidades privadas.

6. Características de las transferencias intangibles de tecnologías

A juzgar por el análisis de los flujos de comercio exterior, en España los considerados como

tecnologías asociadas al material de defensa o al doble uso son poco significativos desde el punto de vista cuantitativo.

Entre las autorizaciones de exportación de tecnologías intangibles de material de defensa y de doble uso figuran las siguientes:

– *Software* de centros de control numérico para máquinas-herramienta.

– Códigos de validación para centros de control numérico.

– *Software* de facilitación e innovación de las telecomunicaciones.

– Documentos, fórmulas, planos y asistencia técnica.

– *Software* de estaciones de control remoto, en especial de aviones no tripulados.

– *Software* de desarrollo de aplicaciones de comunicaciones encriptadas.

Habitualmente, las empresas que están en condiciones de exportar estas tecnologías también exportan material informático, equipos de telecomunicaciones, etcétera, que se considera material de defensa o de doble uso. El problema de su control se reduce notablemente cuando se exportan ambos, sirviendo las primeras de soporte de las segundas, lo que facilita de alguna forma el control de la parte tangible a través del despacho aduanero y la de la parte intangible cuando ha sido declarada como prestación de servicios y es complementaria de la primera.

El control es más necesario en el ámbito empresarial privado, que constituye el grueso de los actores de este tráfico. Una atención especial debe prestarse al comercio intraindustrial por parte de empresas multinacionales que operan en este sector y que están presentes en muchos países. La realidad demuestra que normalmente los controles internos a la exportación son más estrictos entre las empresas privadas, mientras que en las escuelas universitarias y los centros de investigación son inferiores, de ahí que las autoridades de control también deban centrarse en este ámbito.

Desde el punto de vista de la seguridad y para hacer frente a las dificultades inherentes a la aplicación de los controles, no se pueden hacer solo ▷

cuando se solicita una autorización de exportación o por medios convencionales, por ejemplo en el despacho aduanero o cuando la empresa comunica a las autoridades de control que se ha llevado a cabo la transferencia, sino que es necesaria también una actitud proactiva por parte de las autoridades de control y vigilancia en las fases anteriores del proceso.

7. Conclusiones

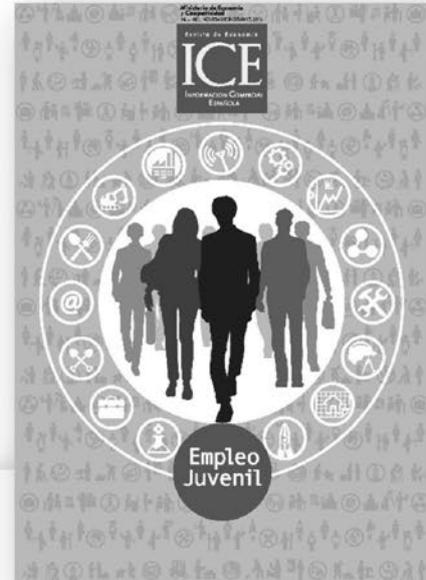
Los problemas y las dificultades ligadas al control de la exportación intangible de tecnología, a la luz del caso español, son al día de hoy significativas, y si bien no son preocupantes desde el punto de vista relativo de las cifras declaradas, sí que lo podrían ser en el futuro. España cumple con sus compromisos en los foros de control de las exportaciones de material de defensa y de doble uso a los que pertenece, como es el caso del AW, que exige el control para las transferencias de estas tecnologías intangibles. Una cuestión distinta es la necesidad de tomar una mayor conciencia de la importancia de estas transferencias para mejorar su control.

El control de las transferencias intangibles de tecnología es ya un problema importante entre los principales países exportadores de material de defensa y de doble uso, y esta situación será también preocupante en los próximos años, en la medida en que el proceso de deslocalización industrial y de globalización de la producción afecta a todos los sectores, incluido el de la defensa, y a la mayoría de los países. La mejor forma de combatir estos problemas es divulgar a todas las partes implicadas –exportadores de material de defensa y de doble uso, exportadores de servicios ligados a estos sectores, mundo académico e instituciones de investigación–, la importancia de tomar conciencia del control de las transferencias de aquellas tecnologías más sensibles desde el punto de vista de la proliferación. Especial atención debería ponerse en las transferencias no sometidas habitualmente a control entre las instituciones académicas de distintos países. La otra herramienta que se debe mejorar por parte de las autoridades nacionales de control y vigilancia es la que concierne a un mejor conocimiento, por parte de los servicios de seguridad e inteligencia, de los tráficoes en Internet y las actividades en aquellos colectivos o instituciones que cuentan con tecnologías sensibles más ligadas a las actividades de proliferación.

**Información Comercial Española
Revista de Economía**

6 números anuales

Artículos originales sobre un amplio
espectro de temas tratados desde
una óptica económica,
con especial referencia
a sus aspectos internacionales



**Boletín Económico
de Información Comercial Española**

12 números anuales

Artículos y documentos sobre economía
española, comunitaria e internacional,
con especial énfasis en temas sectoriales
y de comercio exterior



En

INTERNET



**Cuadernos Económicos
De ICE**

2 números anuales

Artículos de economía
teórica y aplicada
y métodos cuantitativos,
que contribuyen
a la difusión y desarrollo
de la investigación

Página Web: www.revistasice.com
Librería virtual, suscripción y venta:
www.mineco.gob.es
Pº de la Castellana, 162
28046 Madrid.
Telf. 91 603.79.97/93
Correo electrónico:
distribucionpublicaciones@mineco.es

*Bárbara Vázquez Paja**
*Julián Martínez Moya**

COMERCIO Y TRANSPORTE EN ÁFRICA

Desarrollo portuario y corredores logísticos

África se está insertando en los circuitos del comercio internacional. A su vez, ya cuenta con empresas multinacionales que han empezado a fijarse en África como destino para la deslocalización de partes de su cadena de producción. Sin embargo, el déficit de infraestructuras existente en los países del África subsahariana se convierte en una barrera para el desarrollo económico del continente y para la atracción de inversión directa extranjera (IDE). Junto a estos problemas, la inestabilidad política y el débil desarrollo de las instituciones dificultan la búsqueda de soluciones. El objetivo del presente artículo es mostrar la importancia de las infraestructuras para el comercio y el desarrollo económico de África, así como analizar el estado actual en el que se encuentran cada uno de los países de nuestro estudio.

Palabras clave: África, costes transporte, infraestructuras, instituciones, IDE, Logistics Performance Index.
Clasificación JEL: F21, O32, O43, O55, R41.

1. Introducción

El continente africano se está insertando gradualmente en los flujos de comercio internacionales, esperándose que los mismos continúen incrementándose a lo largo de los próximos años. No obstante, su patrón comercial continúa siendo relativamente poco diversificado y con volúmenes de comercio reducidos, además existen numerosos obstáculos que dificultan el comercio, especialmente en el África subsahariana.

Adicionalmente al aumento que se espera de los flujos comerciales, algunas industrias comienzan a fijarse en África como posible destino para llevar a cabo la deslocalización de parte de sus actividades productivas. A modo de ejemplo, Nigeria está atrayendo inversión directa extranjera del sector de la

automoción a través del diseño de incentivos para las empresas, así como a través de la mejora de su capital humano, lo que llevaría a un aumento tanto de sus importaciones como de sus exportaciones.

A la posibilidad creciente de deslocalización de empresas, hay que considerar las previsiones de crecimiento de la población africana, pues se estima que esta se duplicará en un periodo de 30 años aproximadamente. Este hecho provocará un fuerte aumento en la demanda de alimentos, que necesariamente deberán importarse. De hecho, los países africanos ya aparecen en las primeras posiciones del *ranking* de importadores de cereales y el crecimiento previsto de la población todavía intensificaría más la importancia de estos flujos comerciales a lo largo de los próximos años. Si a esto añadimos el crecimiento de la renta de la población y el aumento en la necesidad de importación de alimentos, por ▷

* Instituto de Economía Internacional, Universidad de Valencia.
Versión de agosto de 2015.

consiguiente, la demanda de transporte y los puer-
tos como nodos a su servicio sería aún mayor.

No obstante, para lograr que el incremento pre-
visto en los flujos de comercios internacionales pue-
da ser sostenible se debe hacer frente a las dificul-
tades que obstaculizan actualmente el comercio
internacional con el África subsahariana (cuellos de
botella en los puertos, elevados costes de transpor-
te, escasa conexión con los países del interior, et-
cétera). Estas dificultades han sido causadas por
diferentes factores como la propia geografía del
continente, en el que existen 15 países sin costa.
Esto ha llevado a elevados costes de transporte a
causa de la falta de corredores eficientes que co-
necten los puertos con los países del interior, una
escasez de infraestructuras que les convierte en
países menos competitivos en sus exportaciones y
encarece sus importaciones.

Otros factores adicionales que han llevado a la
generación de estos obstáculos y a costes tan ele-
vados son los todavía bajos volúmenes de comer-
cio, las barreras a la exportación o la debilidad de
las instituciones. Asimismo, la inestabilidad política
e institucional es una realidad para muchos de los
países africanos, pues se encuentran en mitad de eta-
pas de conflicto o han salido recientemente de uno,
lo que se une a una falta de coordinación entre los
países a la hora de desarrollar programas de inver-
siones conjuntos que sirvan de impulso para el de-
sarrollo económico de la región. Esta falta de cola-
boración entre las instituciones de los países
obstaculiza el comercio interregional y supone una
barrera para encontrar soluciones a los problemas
globales que padece el continente. Sin embargo,
aunque todos estos factores han sido claves en la
generación de los obstáculos que evitan garantizar
un crecimiento sostenible del comercio, la escasa
calidad de las infraestructuras es el principal con-
dicionante de los cuellos de botella, la falta de co-
nectividad con el interior o la falta de eficiencia.

La mejora de las infraestructuras es determi-
nante para la competitividad de los países y para atraer
inversión directa extranjera. Sin embargo, el bajo
desarrollo de las infraestructuras, tanto portuarias

como terrestres en el África subsahariana, plantea
un grave problema para la atracción de más em-
presas e industrias y conlleva un encarecimiento de
las importaciones y una pérdida de competitividad
de sus exportaciones.

Para las industrias, unas infraestructuras de alta
calidad son claves para poder realizar sin proble-
mas el proceso de producción, ya que estas tienen
un efecto directo sobre el tiempo y los costes logís-
ticos. En determinadas industrias donde la cadena
de suministro se encuentra tan fragmentada, el
tiempo es una variable vital para que el proceso de
producción pueda completarse con éxito, sin retra-
sos de *inputs* necesarios para actividades produc-
tivas que paralicen dicho proceso. Continuando con
el ejemplo de la industria de la automoción, tener
infraestructuras de mala calidad ya no sólo tiene
efectos sobre los costes de transporte, sino que ge-
nera ineficiencias y dificulta el proceso de produc-
ción (Gulyani, 2001).

En este escenario, si las infraestructuras no están
preparadas para los retos a los que deberá hacer fren-
te África en los próximos años, se puede generar un
claro problema para las relaciones comerciales de
África con el resto del mundo e incluso entre los pro-
pios países africanos, lo que podría agravar la situa-
ción económica de los países menos desarrollados y
lastrar su crecimiento potencial.

En este contexto, el objetivo de este trabajo es
suscitar un proceso de reflexión sobre la imperio-
sa necesidad de abordar un programa de actua-
ciones que facilite el desarrollo de las infraestruc-
turas, especialmente las portuarias, asegurando
un coste de paso de la mercancía por los puer-
tos suficientemente competitivo y una conectivi-
dad que permita la penetración en el *hinterland*
con costes y tiempos razonables.

Este trabajo evalúa el papel de las infraestruc-
turas en relación con el comercio y la IDE, uno de
los principales determinantes del coste, tiempo y
demás atributos que otorgan eficiencia a una ca-
dena logística. Se examinará específicamente la
situación en el África subsahariana, con econo-
mías en las que al déficit de infraestructuras se ▷

añade al variado conjunto de problemas ya indicado, así como las trabas burocráticas, aduanas, la corrupción o la reducida inversión en TIC (tecnologías de la información y comunicación) al servicio de la cadena logística. Todo esto se refleja en unos índices de desempeño logístico (Logistics Performance Index, LPI) muy bajos y que además han empeorado en los últimos años para muchos de los países del estudio.

El artículo se estructura del siguiente modo: en el siguiente apartado se muestra la importancia de las infraestructuras para el comercio y el desarrollo económico, especialmente en África; posteriormente se analiza el actual estado de las infraestructuras y cuál ha sido su evolución para los países africanos en base al Logistics Performance Index elaborado por el Banco Mundial y un conjunto de propuestas de prioridad para llevar a cabo en el continente; finalmente, las conclusiones recogen las principales ideas del documento.

2. Infraestructuras en África: desarrollo portuario y conexiones con su *hinterland*

Dada la reducción en los niveles de aranceles que se ha ido produciendo desde los años noventa, el coste de transporte se ha convertido en un elemento clave para el comercio internacional y resulta de especial relevancia analizar sus principales determinantes. Es conocido que dichos costes de transporte vienen determinados por multitud de factores, entre los cuales la calidad de las infraestructuras es uno de sus principales determinantes dado su fuerte impacto positivo sobre estos y, por consiguiente, sobre el comercio.

Dentro de las infraestructuras podemos distinguir entre *soft* y *hard*. Las primeras incluyen servicios administrativos o soporte TIC que se considera que tienen un mayor impacto positivo sobre el entorno de negocios (Portugal-Perez and Wilson, 2012), si bien las infraestructuras *soft* al servicio de la cadena logística también son relevantes puesto

que mejoran la eficiencia de la cadena de suministro en su conjunto, facilitan su gestión y permiten la reducción de errores. Por otro lado, las infraestructuras *hard* (instalaciones en los puertos o conexiones con el ferrocarril y las carreteras) son consideradas como las más importantes y, por tanto, deben determinar las prioridades de inversión en países con déficit de infraestructuras físicas y su mejora debe ser prioritaria.

Debido a esto, estudiaremos la situación actual de las infraestructuras terrestres y marítimas, así como la conectividad entre estas como parte de la cadena de transporte para los países del África subsahariana con el fin de conocer los principales retos en el desarrollo de sus infraestructuras *hard* y *soft*.

2.1. Desarrollo portuario

Como se ha comentado previamente, los puertos constituyen nodos críticos que deben ser objeto de una atención prioritaria en la búsqueda de una reducción de los costes logísticos al servicio de una mayor competitividad del comercio exterior. El desarrollo de la infraestructura portuaria es vital para el crecimiento ya que es la que tiene mayor impacto sobre los costes de transporte y sobre el comercio (Nordas *et al.*, 2004) y, en el caso concreto de África, la eficiencia portuaria y los servicios de infraestructuras son los que se ha demostrado que tienen un mayor impacto positivo en el comercio intraafricano (Nijinkeu *et al.*, 2008), además de ser variables clave para la competitividad de los puertos y el desarrollo económico (Clark *et al.*, 2004).

Las navieras consideran estas dos variables, infraestructuras y eficiencia portuaria, especialmente relevantes a la hora de elegir un puerto, ya que permiten la recepción de buques de gran tamaño y con ello el aprovechamiento de economías de escala, reducen las congestiones y el coste que estas generan, y permiten reducir el tiempo de estancia del buque y de la mercancía en la terminal. ▷

Sin embargo, un primer obstáculo viene dado por la carencia que tiene África de puertos naturales y por el escaso desarrollo de los artificiales, lo que ha provocado una mayor congestión con el aumento del PIB que se ha ido produciendo en los últimos años, situación que podría empeorar con el incremento de las necesidades de importación previstas para el futuro. Cabe destacar, sin embargo, que el continente dispone de un número de puertos considerable concentrados principalmente en la fachada del golfo de Guinea y en la fachada del Índico, destacando algunos como el de Dakar, Abidjan, Mombasa o Durban en Sudáfrica, que ha adquirido un papel de liderazgo.

Aún así, el pequeño tamaño y la falta de disponibilidad del equipo necesario para manejar tráfico de contenedores en la mayoría de los puertos africanos ha conllevado limitaciones y problemas tanto en su eficiencia como en su capacidad, dada la limitada longitud de los muelles o el reducido calado que no permite el acceso a buques más grandes (African Development Bank, 2010).

Por tanto, debido a dicha reducida capacidad de la mayoría de los puertos, las congestiones y los retrasos continúan siendo un grave problema. Prueba de ello es que las navieras cargan un sobrecoste a los fletes para los cargadores africanos debido a las congestiones y los tiempos de espera del buque en la terminal, lo que encarece aún más las exportaciones. La baja competencia en la prestación de servicios portuarios y las prácticas anticompetitivas que se dan en muchos puertos africanos no ayudan a mejorar la eficiencia en estos aspectos.

En términos de eficiencia, las diferencias existentes entre los principales puertos son notables. De acuerdo con el informe del African Development Bank (2010), si comparamos los puertos, sí que encontramos puertos eficientes como el de Mombasa, Walvis Bay o Durban. Sin embargo, en otros casos como el puerto de Dar es Salaam en Tanzania, a pesar de que el tiempo de atraque es reducido y poder considerarse eficiente en la gestión en el muelle, presenta costes excesivamente elevados. En Congo DR la gestión de las operaciones en el muelle es muy baja, y en otros como Ghana o

Mozambique el tiempo de permanencia supera los 20 días, lo que dificulta la conexión con los países interiores donde los plazos de exportación e importación llegan a superar los 50 días, como en Chad, la República Central Africana, Níger o Zimbabwe (FAO Statistical Yearbook, 2012).

Todos estos problemas, tanto de infraestructuras como de eficiencia portuaria, empeoran la competitividad de las exportaciones y encarecen las importaciones de bienes como cereales o bienes de equipo tan necesarios para el desarrollo del país. Aunque han empezado a llevarse a cabo reformas e inversiones en este sentido, todavía hay mucho margen de mejora. Una necesidad fundamental es el establecimiento de un marco regulatorio para el sector portuario, por esto los Gobiernos deberían articular programas de inversiones y de medidas con el claro objetivo de mejorar la industria portuaria dados los efectos que tiene sobre sus economías como puerta de entrada y de salida tanto de importaciones como de exportaciones.

Otro de los puntos clave para la competitividad de los puertos son los modelos de gobernanza portuaria. A diferencia del resto del mundo, la gestión de los puertos en África se continúa apoyando en la gestión pública, si bien las concesiones han ido aumentando de forma gradual en los últimos años.

En África, los puertos con modelos de gobernanza denominados *service ports* son los mayoritarios. En estos puertos, los servicios públicos son los predominantes. La autoridad portuaria es poseedora de la infraestructura, superestructura y equipamiento del puerto y se encarga de la gestión de la totalidad del mismo. La elección de este modelo viene causada por los altos riesgos que conlleva la inversión en infraestructuras para el sector privado, por lo que existen pocos ejemplos de modelos *landlord* o *service port* privados donde la superestructura y el equipo son de propiedad privada y que sin embargo, especialmente en el caso del *landlord*, son los mayoritarios en los países desarrollados.

En este último modelo, la infraestructura y suelo es de titularidad pública, pero la gestión y el equipamiento de la terminal son privados. La operativa ▷

de la terminal del puerto encargada de transferir la mercancía entre el puerto y el buque y viceversa, es de gestión privada. De este modo, las inversiones para mejorar la eficiencia, infraestructuras y gestión de la terminal le corresponde al inversor privado. El resto de funciones la desempeña la autoridad portuaria, como la regulación o la gestión y mantenimiento del suelo y de la infraestructura. Algunos ejemplos de puertos del África subsahariana cuyo modelo de gobernanza es el *landlord* son el puerto de Nigeria o el de Ghana. La recomendación de pasar a este tipo de modelos se basa en la propia experiencia de estos puertos, en los que este modelo ha sido todo un éxito debido a la reducción de costes que ha significado. En general, la privatización parcial del puerto, dejando al sector público las funciones de regulación, tiene efectos positivos sobre la eficiencia (Tongzon & Heng, 2005).

Para llevar a cabo una reforma de los modelos de forma eficiente, se requiere la participación privada, sobre todo en los negocios de terminales de contenedores. La privatización reduce los gastos gubernamentales, ofrece mayores opciones, abre la puerta a nuevas tecnologías y facilita la transmisión del *know-how*, pero sigue siendo un sector con necesidad de grandes inversiones (African Development Bank, 2010). Sin embargo, para lograr tales efectos positivos es necesario tomar medidas previas apoyadas en un sistema legal y de Gobierno estable, requiriendo normalmente desregulaciones en sectores que dependen de la actividad portuaria. La privatización por sí sola no garantiza los mejores resultados, debe ir acompañada de un cambio en el marco regulatorio y de una delimitación clara de funciones. De este modo, lo que pretenden las reformas políticas es aumentar el atractivo para las líneas de contenedores internacionales y operadores de terminales, con el objetivo final de incrementar la eficiencia, reducir costes y mejorar la competitividad portuaria.

En conclusión, a pesar de los inicios de proyectos de reformas, la realidad muestra que el reducido tamaño y escaso calado de los puertos impide dar cabida a los barcos de gran capacidad empleados en el comercio internacional. Todo esto se une

a otros obstáculos como la geografía, la falta de conectividad, el escaso desarrollo de las instituciones, las dificultades para explotar economías de escala, el desequilibrio de flujos comerciales que conlleva el regreso de contenedores vacíos, el escaso grado de «contenedorización» o las prácticas anti-competitivas, llevando todo a un incremento de los costes de transporte. Dadas estas circunstancias es necesario profundizar en los proyectos de reforma, articulando programas de inversiones y medidas en los que se priorice el desarrollo de las infraestructuras y tratando de garantizar una actuación conjunta entre los diferentes países.

2.2. Infraestructuras terrestres

Los enlaces entre modos de transporte son una de las claves de éxito en las cadenas logísticas y de transporte. Contar con un sistema portuario eficiente no va a tener el éxito esperado si las infraestructuras terrestres con las que conecta para transportar la mercancía, hasta el interior del país o hacia otros países del interior de África, no son de buena calidad. La conexión entre modos de transporte y la débil red terrestre de infraestructuras de transportes son de los principales problemas de África (African Development Bank, 2010).

La importancia de una red de carreteras eficientes y fluidas es vital para este continente, ya que es el que cuenta con un mayor número de países no costeros. El 28 por 100 de la población vive en países sin costa, muy alejado del porcentaje del 3 por 100 de Latinoamérica o del 2 por 100 de Asia, sin existir además ríos navegables. Los países interiores del África subsahariana presentan dificultades adicionales por el mal estado de las infraestructuras terrestres, pero también por los cruces de fronteras y los elevados costes (African Development Bank, 2010).

Así, una vez más, se pone de manifiesto la importancia que tienen sobre los costes de transporte tanto el desarrollo de la infraestructura en el propio país como en los países de tránsito, debido al ▷

incremento en el coste que supone ser país no costero (Limao and Venables, 2001). Debido a la débil conectividad de la infraestructura marítima con su *hinterland*, los costes de transporte para la mayoría de los países africanos sin acceso directo al mar llegan a ser entre un 15 y un 20 por 100 superiores a los costes de importación de los países costeros y llegando a ser de tres a cuatro veces mayor si se compara con los países desarrollados (Teravaninthorn *et al.*, 2009).

Por desgracia, la situación actual de la red de carreteras no permite una reducción de los costes, ya que la densidad de carreteras nacionales en el África subsahariana es menor que en la de otros países de bajos ingresos. Aunque el 80 por 100 de las carreteras son consideradas como de buena calidad, tan solo el 23 por 100 aproximadamente están pavimentadas (Africa Development Bank, 2010). Esto dificulta enormemente el comercio y encarece los costes de transporte. Una mejora de la red de carreteras podría tener un impacto para los países de este área de 250 billones de dólares, con un fuerte impacto favorable sobre la pobreza rural (Buys *et al.*, 2010).

Por esto se necesita identificar con precisión las cadenas logísticas sectoriales, tanto para la importación como para la exportación, para así conocer las especificidades logísticas que deben cumplir los corredores. Parece claro que, por el lado de las importaciones, los bienes de equipo en relación con la formación bruta de capital fijo ocupan y ocuparán un lugar destacado. Consecuentemente, si los países no están dotados con el nivel de desarrollo de infraestructuras adecuado y no hay una mejora considerable en términos de eficiencia en la cadena logística, los productos importados al entrar en el país verán cómo aumentan su precio debido a los elevados costes de transporte, lo que tendría consecuencias muy negativas para el desarrollo de los países, sobre todo en aquellos no costeros. Por el lado de las exportaciones, los minerales y productos agroalimenticios son clave, requiriendo progresar en la mejora de la eficiencia y del coste logístico de aquellas mercancías «contenedorizadas» para lograr una mayor competitividad exportadora.

La situación no mejora al analizar la red ferroviaria. Esta se encuentra en un estado de débil desarrollo y con infraestructuras de baja calidad, lo que obligaría a afrontar un alto coste para poder rehabilitarlas. A estos problemas hay que sumarle que muy pocas vías traspasan las fronteras entre países y la reducida conexión del ferrocarril con los principales centros de actividad económica. Todos estos problemas no hacen más que incrementar los costes de transporte, y se convierten en un auténtico obstáculo al comercio. Es necesaria la construcción de corredores que penetren hacia el interior del continente para reducir tanto costes de transporte como el tiempo de tránsito de la mercancía entre países. Algunas de las medidas que se han planteado para estos países han sido el desarrollo de infraestructuras de transporte a nivel nacional, adopción de leyes y tratados internacionales y cooperación entre países fronterizos. Con todo esto se construyeron corredores (Africa Development Bank, 2010) a lo ancho de África (el proyecto Trans-Africa Highway); al oeste de África (Corredores Abidjan-Lagos y Bamako-Ouagadougou-Lomé); en África Central (Corredor CEMAC); en el este de África (Corredor del Norte) y en el sur de África (Corredor Norte-Sur, el Corredor de Maputo y los Corredores de Wallis Bay). Sin embargo, todos los corredores se enfrentan a los mismos problemas: largos retrasos, elevados costes, infraestructuras pobres y falta de armonización entre países.

Además de la necesidad de desarrollo de infraestructuras físicas se deben superar obstáculos relacionados con la administración, el ambiente de negocios, el tiempo de despacho en aduana, la excesiva documentación y las regulaciones (Wilson *et al.*, 2008). Los costes domésticos, tanto administrativos como de regulación son un obstáculo que impide el comercio intrarregional (Hoekman *et al.*, 2011).

Por su parte, los trámites aduaneros son largos y costosos, pero una posible reforma en aduanas resulta compleja al tratarse de una de las principales fuentes de ingresos (y de extorsión) por lo que no es fácil conseguir el objetivo de facilitación del ▷

comercio. La poca coordinación entre países, el bajo nivel tecnológico y de infraestructuras *soft* no hacen más que ser barreras para una gestión eficiente de la cadena logística. Se necesita, en este sentido, medidas que busquen facilitar el comercio entre los países africanos, así como una armonización de las normativas entre los distintos países.

Las disparidades en el desarrollo tanto económico como institucional de los diferentes países africanos también complican el establecimiento de un plan de reformas general para el continente. Los acuerdos de colaboración público-privados son muy variados entre regiones y en algunas ocasiones hasta dentro de un mismo país. Actualmente la búsqueda de este tipo de acuerdos se realiza con el objetivo de mejorar la productividad, la eficiencia y la calidad de los servicios; modernizar las infraestructuras, reducir costes y atraer inversores privados.

Para lograr un mejor desarrollo de las infraestructuras terrestres, las instituciones deben ser flexibles y actuar de forma coordinada para implementar un programa de reformas que les introduzca en los círculos de comercio internacional y también para favorecer los intercambios entre los propios países africanos. Sin embargo, estas reformas requieren unas instituciones capaces de colaborar y coordinarse para establecer un plan de inversiones en infraestructuras que puedan ser transfronterizas y conecten la costa con el interior del continente.

Con el estado actual de las infraestructuras terrestres es prioritario desarrollar corredores comerciales que mejoren la conectividad, especialmente con los países interiores, de forma que sea posible un tráfico rápido y eficiente, desde y hacia el *hinterland*, así como una red de carreteras de calidad para mejorar la competitividad de los países. Estas medidas deberían ir acompañadas en el plan por otras que afecten a la armonización y simplificación de documentos y procedimientos para el comercio, al uso de tecnologías o a las mejoras de la seguridad en los intercambios para garantizar el mayor efecto positivo posible.

3. Análisis del Logistics Performance Index

Una buena aproximación a la situación de las infraestructuras de los países del África subsahariana es el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial. Los componentes que forman el LPI son aduanas, infraestructuras, envíos internacionales, competencia logística, trazabilidad del envío de la mercancía, y puntualidad. El LPI puntúa a cada uno de los 189 países para cada uno de los componentes que lo forman. De este modo se genera un *ranking* con los países incluidos en el estudio con la puntuación agregada de cada componente para el país.

En el Cuadro 1 se recogen los valores del índice para los países del África subsahariana, donde se reproduce el *ranking* y el valor del índice agregado. Al margen de la heterogeneidad, la nota más destacada viene dada por la escasa mejora que se observa en el periodo entre 2007 y 2014, de hecho, en muchos casos la mejora es tan reducida que representa un retroceso relativo en el *ranking* mundial, habida cuenta de los progresos efectuados en otras áreas del planeta.

En términos generales, muchos países presentan una evolución negativa si se compara la posición en el LPI en el periodo 2007-2014. En concreto, de los 35 países que tienen puntuación para los años 2007 y 2014 y que, por tanto, permiten realizar la comparativa, 21 han empeorado su situación en 2014 respecto a la inicial en 2007; 12 han mejorado y 2 aparecen en la misma posición. Hay casos que llaman la atención por el retroceso en el *ranking* global, como por ejemplo Benín, Angola, Camerún, Gambia, Guinea o Mozambique, si bien también aparecen casos con una mejora espectacular, como Ruanda, Namibia, Burkina Faso o Kenia.

El caso de Sudáfrica es excepcional, ya que es el único país del África subsahariana que, para cada uno de los componentes estudiados en el LPI, aparece por encima de la posición 50 del *ranking*, siendo el que presenta unas infraestructuras y aduanas mejor preparadas para facilitar ▷

CUADRO 1
PUNTUACIÓN Y POSICIÓN EN EL RANKING DEL LPI DE LOS PAÍSES AFRICANOS

Países	LPI ranking				LPI puntuación			
	2007	2010	2012	2014	2007	2010	2012	2014
Angola	86	142	138	112	2,48	2,25	2,28	2,54
Benín	89	69	67	109	2,45	2,79	2,85	2,56
Bhutan	128	128	107	143	2,16	2,38	2,52	2,29
Botswana	–	134	68	120	–	2,32	2,84	2,49
Burkina Faso	121	145	134	98	2,24	2,23	2,32	2,64
Burundi	113	–	155	107	2,29	–	1,61	2,57
Camerún	84	105	106	142	2,49	2,55	2,53	2,30
Chad	142	115	152	113	1,98	2,49	2,03	2,53
Rep. Dem. Congo	–	85	143	159	–	2,68	2,21	1,88
Rep. Congo	–	116	149	157	–	2,48	2,08	2,08
Costa de Marfil	102	109	83	79	2,36	2,53	2,73	2,76
Djibouti	145	126	154	154	1,94	2,39	1,80	2,15
Guinea Ecuatorial	–	–	–	136	–	–	–	2,35
Eritrea	124	154	147	156	2,19	1,70	2,11	2,08
Etiopía	104	123	141	104	2,33	2,41	2,24	2,59
Gabón	134	122	131	150	2,10	2,41	2,34	2,20
Gambia	77	113	118	146	2,52	2,49	2,46	2,25
Ghana	125	117	108	100	2,16	2,47	2,51	2,63
Guinea	62	97	115	122	2,71	2,60	2,48	2,46
Guinea-Bissau	116	149	94	127	2,28	2,10	2,60	2,43
Kenia	76	99	122	74	2,52	2,59	2,43	2,81
Lesotho	108	–	142	133	2,30	–	2,24	2,37
Liberia	105	127	119	102	2,31	2,38	2,45	2,62
Malawi	91	–	73	73	2,42	–	2,81	2,81
Mali	109	139	–	119	2,29	2,27	–	2,50
Mauritania	67	–	127	148	2,63	–	2,40	2,23
Mozambique	110	136	–	147	2,29	2,29	–	2,23
Namibia	126	152	89	93	2,16	2,02	2,65	2,66
Niger	143	106	87	130	1,97	2,54	2,69	2,39
Nigeria	93	100	121	75	2,40	2,59	2,45	2,81
Papúa Nueva Guinea	95	124	128	126	2,38	2,41	2,38	2,43
Ruanda	148	151	139	80	1,77	2,04	2,27	2,76
Senegal	101	58	110	101	2,37	2,86	2,49	2,62
Sierra Leona	144	153	150	–	1,95	1,97	2,08	–
Somalia	127	155	–	160	2,16	1,34	–	1,77
Sudáfrica	24	28	23	34	3,53	3,46	3,67	3,43
Sudán	–	146	148	153	–	2,21	2,10	2,16
Tanzania	137	95	88	138	2,08	2,60	2,65	2,33
Togo	119	96	97	139	2,25	2,60	2,58	2,32
Uganda	83	66	–	–	2,49	2,82	–	–
Zambia	100	138	–	123	2,37	2,28	–	2,46
Zimbabue	114	–	103	137	2,29	–	2,55	2,34

Fuente: Logistics Performance Index, Banco Mundial.

el comercio, aunque cabe destacar que en los últimos años ha ido empeorando su posición pasando de la 23 en el año 2012 a la 34 en el 2014.

En general, si analizamos los componentes, el apartado de las infraestructuras es donde los países subsaharianos obtienen las peores puntuaciones, con Sudáfrica (38) y Malawi (48) como los mejor posicionados. Los países restantes se sitúan por detrás de la posición 80. En el resto de componentes sucede lo mismo, en aduanas, trazabilidad de la mercancía y competencia logística, tan sólo Sudáfrica (42) se sitúa por debajo de la posición 50.

El LPI muestra el margen de mejora de la mayoría de los países del África subsahariana, ya no sólo en infraestructuras, sino también en otros factores que tienen un impacto positivo sobre el comercio como la gestión de las aduanas o la puntualidad de los envíos. A la vista de la situación analizada con anterioridad, se puede comprobar cómo las necesidades reflejadas en el LPI van en línea con el conjunto de actuaciones necesarias, ya identificadas, para contribuir a mejorar y anticipar la problemática y las necesidades logísticas, y que los diferentes organismos multilaterales y los propios países de la región ya han comenzado a implementar. ▷

En primer lugar, la modernización del sistema portuario con el objetivo de abaratar el coste de paso de la mercancía por los puertos afecta a la totalidad de los elementos recogidos en el LPI. Mediante una gestión portuaria que fomente la competencia y elimine las prácticas anticompetitivas tanto la calidad como el coste de los servicios mejoraría, lo que iría unido a un incremento de la puntuación, por ejemplo en el apartado de competencia logística. Además, la necesaria evolución de los modelos de gobernanza portuaria hacia modelos *landlord*, donde las funciones operativas son gestionadas por capital privado, podría permitir mayores inversiones en infraestructura que puedan poner fin o limitar los problemas de los puertos para dar cabida a los buques. En este punto, son necesarios programas de inversión en infraestructuras y superestructuras, pero con la gestión operativa de las terminales en manos de capital privado, o a través de la colaboración entre las Administraciones Públicas y los inversores privados, con el objetivo también de mejorar la eficiencia portuaria a la vez que las infraestructuras.

En segundo lugar, la penetración en el *hinterland* es un punto vital para el continente. Los corredores que enlacen la costa con los principales centros de consumo y producción en el interior son urgentes, y mejorarían la puntuación de infraestructuras notablemente, recordando además que éste es el apartado donde los países del África subsahariana obtienen peores puntuaciones en el LPI. El diseño de una red de plataformas logísticas que conecten puertos con producción y consumo facilitaría a los corredores la distribución de la mercancía hacia el interior del continente y su competencia logística.

En tercer lugar, las medidas destinadas a la facilitación del comercio entre países, la armonización de las normas de aduanas y las regulaciones son necesarias. Esto mejoraría la puntualidad de la entrega y eliminaría trabas al comercio, facilitando los intercambios intrarregionales. A su vez, la introducción de tecnologías de la información (TIC) al servicio de la cadena logística mejoraría la trazabilidad

de la mercancía, uno de los puntos pendientes para los países africanos.

Estas propuestas constituyen un completo programa para implementar un plan estratégico de desarrollo de infraestructuras al servicio de unos corredores logísticos eficientes y un comercio exterior competitivo. El objetivo es contribuir a insertar definitivamente este área del continente africano en los circuitos del comercio internacional y garantizar su sostenibilidad en un futuro próximo.

Sin embargo, cabe recordar que la implementación de todas estas reformas para mejorar la competitividad de África, y con ello también su posición en el LPI, no es posible si las instituciones no trabajan de forma conjunta en el diseño de planes de inversión, se producen mejoras en la coordinación, se establecen programas regionales conjuntos y se genera un clima inversor de estabilidad para los flujos de IDE, que ofrezcan garantías y confianza a los inversores. Las instituciones tienen la importante función de crear una estabilidad política que permita ver a África como un gran socio comercial o como un posible destino para la deslocalización de las actividades productivas.

4. Conclusiones

África cuenta con un importante déficit de infraestructuras que puede convertirse en un grave problema para su desarrollo económico. El presente artículo muestra la importancia de las infraestructuras para el comercio, sobre todo en África subsahariana, que cuenta con un débil desarrollo portuario e infraestructuras terrestres de baja calidad que generan retrasos y aumentan los costes de transporte, lo que tiene un efecto directo sobre las relaciones comerciales de los países africanos y sobre las posibilidades de atracción de IDE y puede, a su vez, obstaculizar la senda de crecimiento de los flujos comerciales con el resto del mundo.

Las empresas, por su parte, necesitan unas infraestructuras que faciliten la gestión de su cadena logística, garantizando el proceso de producción. ▷

A través del LPI se analiza el estado actual de las infraestructuras, obteniendo que su evolución en términos relativos ha sido negativa para muchos de ellos.

Por todo ello, las instituciones de los países africanos se enfrentarán en los próximos años al desafío de mejorar el clima inversor y la estabilidad política con el fin de generar la confianza necesaria para los inversores. Además, los países necesitan llevar a cabo numerosas reformas en sus puertos, en infraestructuras terrestres y en la armonización de sus sistemas, requiriendo una colaboración estrecha entre los diferentes países para garantizar la sostenibilidad del crecimiento de los flujos internacionales de comercio.

Bibliografía

- [1] AFRICAN DEVELOPMENT BANK (2010). *African Development Report*. Oxford University Press.
- [2] ARVIS, J.F.; MUSTRA, M.A.; PANZER, J.; OJALA, L.; SHEPHERD, B. y NAULA, T. (2007). *Connecting to Compete 2007: Trade Logistics in the Global Economy – The Logistics Performance Index and Its Indicators*. The World Bank.
- [3] ARVIS, J.F.; MUSTRA, M.A.; OJALA, L.; SHEPHERD, B. y SASLAVSKY, D. (2010). *Connecting to Compete 2010: Trade Logistics in the Global Economy – The Logistics Performance Index and Its Indicators*. The World Bank.
- [4] ARVIS, J.F.; MUSTRA, M.A.; OJALA, L.; SHEPHERD, B. y SASLAVSKY, D. (2012). *Connecting to Compete 2012: Trade Logistics in the Global Economy – The Logistics Performance Index and Its Indicators*. The World Bank.
- [5] ARVIS, J. F.; SASLAVSKY, D.; OJALA, L.; SHEPHERD, B.; BUSCH, C. y RAJ, A. (2014). *Connecting to Compete 2014: Trade Logistics in the Global Economy – The Logistics Performance Index and Its Indicators*. The World Bank.
- [6] BUYS, P.; DEICHMANN, U. y WHEELER, D. (2010). «Road network upgrading and overland trade expansion in sub-Saharan Africa». *Journal of African Economies*, vol. 19, nº 3, pp. 399-432.
- [7] CLARK, X.; DOLLAR, D. y MICCO, A. (2004). «Port efficiency, maritime transport costs, and bilateral trade». *Journal of development economics*, vol. 75, nº 2, pp. 417-450.
- [8] FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (2012). *FAO Statistical Yearbook 2012*.
- [9] GULYANI, S. (2001). «Effects of poor transportation on lean production and industrial clustering: evidence from the Indian auto industry». *World development*, vol. 29, nº 7, pp. 1157-1177.
- [10] HOEKMAN, B. y NICITA, A. (2011). «Trade policy, trade costs, and developing country trade». *World Development*, vol. 39, nº12, pp. 2069-2079.
- [11] LIMAO, N. y VENABLES, A.J. (2001). «Infrastructure, geographical disadvantage, transport costs, and trade». *The World Bank Economic Review*, vol. 15, nº 3, pp. 451-479.
- [12] MBEKEANI, K.K. (2010). «Infrastructure, trade expansion and regional integration: Global experience and lessons for Africa». *Journal of African Economies*, nº 19 (suppl 1), pp. i88-i113.
- [13] MUNDY, M. y PENFOLD, A. (2008). «Beyond the Bottlenecks: Ports in Sub-Saharan Africa». *Background Paper 8, Africa Infrastructure Country Diagnostic*. Washington, DC: World Bank.
- [14] NAUDÉ, W. (2009). «Geography, transport and Africa's proximity gap». *Journal of Transport Geography*, vol. 17, nº 1, pp. 1-9.
- [15] NJINKEU, D.; WILSON, J.S y FOSSO, B.P. (2008). «Expanding trade within Africa: the impact of trade facilitation». *World Bank Policy Research Working Paper Series*, vol. 1.
- [16] NORDÅS, H.K. y PIERMARTINI, R. (2009). *Infrastructure and trade. World Trade Organization Working Paper*.
- [17] PORTUGAL-PEREZ, A. y WILSON, J.S. (2008). *Trade costs in Africa: barriers and opportunities for reform*. World Bank.
- [18] PORTUGAL-PEREZ, A. y WILSON, J.S. (2012). «Export performance and trade facilitation reform: hard and soft infrastructure». *World Development*, vol. 40, nº 7, pp. 1295-1307.
- [19] TERAVANINTHORN, S. y RABALLAND, G. (2009). *Transport prices and costs in Africa: a review of the main international corridors*. Washington DC: World bank publications.
- [20] TONGZON, J. y HENG, W. (2005). «Port privatization, efficiency and competitiveness: Some empirical evidence from container ports (terminals)». *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, vol. 39 , nº 5, pp. 405-424.
- [21] VENABLES, A.J. (2010). «Economic geography and African development». *Papers in Regional Science*, vol. 89, nº 3, pp. 469-483.

Virginia Cortijo*

LA CRECIENTE IMPORTANCIA DEL «ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS» EN LAS INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR DE EEUU

La creciente importancia del español como lenguaje de los negocios en Estados Unidos ha propiciado que las instituciones de enseñanza superior estadounidenses hayan comenzado a ofrecer asignaturas y titulaciones que combinan el estudio del español y los temas empresariales.

El presente artículo analiza el panorama actual de la enseñanza del Español para los Negocios en EEUU tomando como muestra las 100 mejores escuelas de negocio/facultades de empresariales, según el *ranking* de 2014 publicado por Bloomberg. Como conclusión, puede afirmarse que todas las instituciones consultadas ofrecen la posibilidad de combinar el estudio del español y los temas empresariales aunque los niveles de integración de ambas materias varían de forma significativa. Así, en un primer nivel (14 por 100 de la muestra) se encontrarían las instituciones que aún no han desarrollado cursos específicos que aborden el estudio de temas empresariales en español aunque es posible estudiar ambas materias por separado. El segundo nivel engloba a las 52 facultades que ofrecen cursos de español para los negocios y, finalmente, en el tercer nivel se encuentran los 34 centros que ofertan titulaciones de grado, posgrado y formación ejecutiva especialmente diseñadas para los estudiantes que deseen desarrollar su actividad profesional en empresas o países de habla hispana.

A continuación, y con el fin de promover la mejora en la enseñanza de esta materia, el artículo identifica las mejores estrategias seguidas por las escuelas de negocio consultadas. Entre ellas destacan la formación práctica, las estancias internacionales, la flexibilidad curricular, el enfoque multidisciplinar, el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la multiculturalidad.

Palabras clave: escuelas de negocio, enseñanza universitaria, empresas españolas, crecimiento empresarial.
Clasificación JEL: A22, I23.

1. Introducción

El número de hispanohablantes en Estados Unidos (EEUU) se ha incrementado de forma gradual durante las últimas décadas. Según el Pew Research Center¹, en 2013, el número de hispanos

en EEUU era de 54 millones, equivalente al 17,1 por 100 de la población, lo que supone un aumento significativo si se compara con los 14,8 millones que componían tan sólo el 6,5 por 100 de la población americana en 1980.

Este notable incremento de la población hispana ha venido acompañado de un espectacular crecimiento en su capacidad adquisitiva. Jiménez y Narbona (2012) analizaron la evolución del poder de compra de los hispanos, llegando a la conclusión de que éste ha sido el más alto entre los ▷

* Department of Business Administration. Stonehill College.
Versión de julio de 2015.

¹ El Pew Research Center es un centro de investigación, con sede en Washington DC, que analiza y suministra información sobre problemáticas sociales, opinión pública y tendencias demográficas que afectan a los Estados Unidos y al mundo.

grupos minoritarios de EEUU desde 2007. En este sentido, el Centro de Investigación Selig, de la Universidad de Georgia, afirma que el mercado hispano de 1,3 billones de dólares en 2014 registró un aumento de poder adquisitivo del 155 por 100 desde 2000, significativamente superior al 71 por 100 de la población no hispana y el 76 por 100 de la población total (Selig Center for Economic Growth, 2014). De este modo, podría concluirse que la población hispana se configura como el mercado con mayor crecimiento en EEUU. A pesar de que el hecho de ser hispano no implica un conocimiento efectivo del español, la correlación entre ambas variables es muy elevada². Por tanto, es posible afirmar que el español se está convirtiendo en un lenguaje esencial para desenvolverse en el mundo empresarial de EEUU.

Las instituciones de enseñanza superior estadounidenses son conscientes de esta realidad y, fieles a su misión de proporcionar a sus alumnos los conocimientos y habilidades necesarios para triunfar en el entorno actual, han comenzado a ofrecer asignaturas y programas que combinan el lenguaje español y los temas empresariales. Así, los estudiantes serán capaces de desarrollar las capacidades lingüísticas necesarias para desenvolverse en el mundo empresarial de ámbito hispano.

Este hecho pone de manifiesto la fuerte interrelación que existe entre las lenguas y la actividad económica. Por un lado, el lenguaje actúa como facilitador de las transacciones económicas ya que el uso de un idioma común resulta esencial para que las distintas partes implicadas comprendan todos sus aspectos y puedan llevarlas a buen término. A su vez, las transacciones económicas en una lengua extranjera pueden favorecer la expansión de dicha lengua en un determinado país. Por tanto, es necesario contar con cursos especializados y de calidad que proporcionen los conocimientos y herramientas necesarios para conseguir el dominio del

² La Oficina del Censo de EEUU (2010) concluye que más del 73 por 100 de las familias hispanas utilizan en mayor o menor medida el español para comunicarse y únicamente el 26,7 por 100 usa solo el inglés.

español en cualquier situación laboral y mercantil. Para alcanzar este objetivo, sería más que recomendable aprender de las buenas prácticas que actualmente se están llevando a cabo en las instituciones de enseñanza superior de EEUU.

En el presente artículo se ofrece un análisis detallado y eminentemente descriptivo del panorama actual de la enseñanza del Español para los Negocios en EEUU para, posteriormente, identificar aquellas estrategias que permiten un aprendizaje más efectivo del mismo. Pero, antes de abordar esta cuestión, se analizará brevemente el valor económico del español y el papel fundamental que éste desempeña como facilitador de la actividad económica.

2. El español como soporte y facilitador de la actividad económica

En el mundo globalizado en el que vivimos, la actividad económica y las lenguas están fuertemente interrelacionadas. Por un lado, el lenguaje es el principal instrumento de comunicación entre los seres humanos y resulta imprescindible a la hora de realizar cualquier transacción económica. El español, hablado por más de 540 millones de personas como lengua nativa, es el segundo idioma de comunicación internacional (Instituto Cervantes, 2014) y este hecho resulta altamente beneficioso para las empresas españolas. Si circunscribimos nuestro análisis a EEUU, podemos observar (Tabla 1) como el volumen de negocio de las filiales de empresas españolas en este país ha ido creciendo de forma continua.

Un análisis más exhaustivo de las empresas españolas establecidas en los estados del noreste de EEUU (Tabla 2) pone de manifiesto la influencia de sectores tan emblemáticos como la moda, los productos de alimentación y los servicios financieros en la economía de esta región estadounidense.

Ahora bien, no hemos de olvidar que las empresas españolas son sólo uno de los responsables del incremento de la actividad económica ▷

TABLA 1
ESTADÍSTICA DE FILIALES DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EEUU

Año	Numero de filiales	Personas ocupadas	Volumen de negocio (miles de euros)
2009	341	36.073	13.692.685
2010	295	31.750	14.535.238
2011	305	31.059	18.159.732
2012	287	31.538	20.410.015

Fuente: elaboración propia, a partir de información publicada por el Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 2
EMPRESAS ESPAÑOLAS ESTABLECIDAS EN EEUU; ESTADOS DEL NORESTE (MARZO 2014)

Sectores	Subsectores	Nº empresas	Porcentaje
Sector agroalimentario	Grasas y aceites	5	3,11
	Panadería y otros.....	2	1,24
	Pescados y mariscos.....	1	0,62
	Productos cárnicos	2	1,24
	Productos hortofrutícolas	7	4,35
Total sector agroalimentario.....		17	10,56
Bebidas	Vinos	7	4,35
Total sector bebidas		7	4,35
Bienes de consumo	Hábitat.....	13	8,07
	Industrias culturales	3	1,86
	Moda	25	15,53
Total sector bienes de consumo		41	25,47
Industria y tecnología (Total: 43 empresas)	Industria auxiliar mecánica y de la construcción	6	3,7
	Industria química.....	4	2,48
	Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	3	1,86
	Medio ambiente y producción energética.....	11	6,83
	Tecnología de la información y de las telecomunicaciones.....	5	3,11
Tecnología industrial	14	8,70	
Total sector industria y tecnología		43	26,71
Servicios	Infraestructuras, construcción civil e ingeniería.....	1	0,62
	Servicios a empresas.....	17	10,56
	Servicios de industrias culturales	2	1,24
	Servicios de tecnología industrial	1	0,62
	Transporte, logística, y comunicaciones.....	19	11,80
	Turismo e inmobiliario	11	6,83
	Otros servicios comerciales y mercantiles.....	2	1,24
Total sector servicios		53	32,92
Total sectores analizados		161	100,00

Fuente: elaboración propia, a partir de información extraída del Informe de Empresas Españolas establecidas en EEUU – Estados del Noreste (03-Marzo-2014), publicado por ICEX España Exportación e Inversiones. Disponible en: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/informacion-para-invertir-en-el-exterior/empresas-espanolas-establecidas-en-el-exterior/4646579.html>

en español en EEUU. El otro gran protagonista sería el sector empresarial latino que, según el informe anual 2014 publicado por Geospace en colaboración con la Cámara Hispana de Comercio de los Estados Unidos (Geospace, 2014), ha crecido de forma exponencial durante la última década.

Según este estudio, el sector empresarial hispano aumentó un 43 por 100 desde 2007 hasta 2014, lo que supone el doble de la tasa de crecimiento experimentado por el conjunto de empresas de la economía estadounidense (20,2 por 100). Asimismo, se pone de manifiesto el relevante y progresivo impacto

del sector latino en la economía de EEUU mediante el pago de impuestos, la creación de puestos de trabajo, y la generación de riqueza. Entre las razones que, según este informe, explican este dinamismo empresarial se encontrarían la juventud y el carácter emprendedor de la población de origen hispano que, bien por iniciativa propia o por las dificultades a las que se enfrentan para acceder a otras oportunidades laborales, deciden crear su propio negocio.

Una vez demostrado cómo el crecimiento de la actividad comercial de empresas hispanohablantes ▷

en EEUU está favoreciendo la paulatina expansión del español como lenguaje de los negocios en este país, se comprende la necesidad de contar con una correcta enseñanza del mismo. Introducimos así el concepto de lengua como mercado, concepto que se refiere a la enseñanza del idioma y las actividades mercantiles asociadas a ella.

El número de personas que estudian español como segunda lengua está experimentando un fuerte crecimiento y el Instituto Cervantes (2014) estima que existen 7.820.000 estudiantes de español en EEUU. Para reforzar esta tendencia, es necesario contar con cursos especializados y de calidad que proporcionen los conocimientos y herramientas necesarios para conseguir el dominio del español en cualquier situación laboral y mercantil. Este objetivo no puede conseguirse mediante fórmulas improvisadas; es necesario analizar el estado de la cuestión para así poder identificar un conjunto de buenas prácticas que permitan un aprendizaje más efectivo y, en consecuencia, una mayor expansión del español como idioma empresarial a nivel mundial.

3. Enseñanza del Español para los Negocios en EEUU. Análisis de la situación actual

3.1. Tamaño y composición de la muestra

Para analizar el panorama actual de la enseñanza del Español para los Negocios en EEUU se han tomado como muestra las 100 mejores escuelas de negocio/facultades de empresariales según el *ranking* de 2014 publicado por Bloomberg³.

Un estudio inicial de la muestra permite comprobar que todas las divisiones territoriales que componen las cuatro regiones de Estados Unidos están representadas (Tabla 3). Asimismo, la muestra incluye instituciones de distintas dimensiones, desde las más pequeñas, con menos de 500 alumnos

³ El Anexo A ofrece una lista detallada de las instituciones que componen la muestra.

hasta aquellas de mayor escala, con más de 5.000 estudiantes (Gráfico 1).

3.2. Situación actual del Español para los Negocios en EEUU

Tras analizar la información proporcionada en sus páginas web por todas y cada una de las instituciones de la muestra, se puede concluir que todas ellas, de una u otra forma, ofrecen la posibilidad de combinar el estudio de la lengua española y los temas empresariales. Ahora bien, el nivel de integración entre ambas materias varía significativamente según el caso considerado. Así, en un extremo del espectro podríamos encontrar instituciones, como el Instituto Politécnico Rensselaer, que no cuentan con un departamento de lenguas pero que animan a sus alumnos a mejorar sus capacidades lingüísticas a través de acuerdos con instituciones que ofrecen formación en idiomas. En el otro extremo del espectro nos encontraríamos con centros como la Universidad de Miami que ofrece un amplio catálogo de programas y cursos de negocios en español, abarcando tanto los niveles de grado como los de posgrado y formación ejecutiva. Entre estos dos extremos, se sitúan las distintas opciones ofertadas por las instituciones de la muestra y que, tras un concienzudo análisis, se han podido clasificar en tres niveles (Esquema 1).

Nivel 1: No se ofrece el curso «Español para los Negocios»

En un primer nivel (14 por 100 de la muestra), encontraríamos aquellas instituciones que ofrecen, de forma separada, cursos de español y de negocios pero que todavía no han desarrollado cursos que combinen ambas materias. En este caso, la opción disponible para aquellos alumnos que deseen desarrollar su actividad profesional futura en español sería elegir una doble titulación, preferiblemente un grado en negocios internacionales y un grado o especialización en español. ▷

LA CRECIENTE IMPORTANCIA DEL «ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS»...

TABLA 3
PROCEDENCIA DE LAS INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR ANALIZADAS

Región 1: Noreste		Región 2: Medio Oeste		Región 3: Sur			Región 4: Oeste	
División 1	División 2	División 3	División 4	División 5	División 6	División 7	División 8	División 9
New England	Mid-Atlantic	East North Central	West North Central	South Atlantic	East South Central	West South Central	Mountain	Pacific
12	16	19	5	21	2	10	6	9
28 Instituciones		24 Instituciones		33 Instituciones			15 Instituciones	

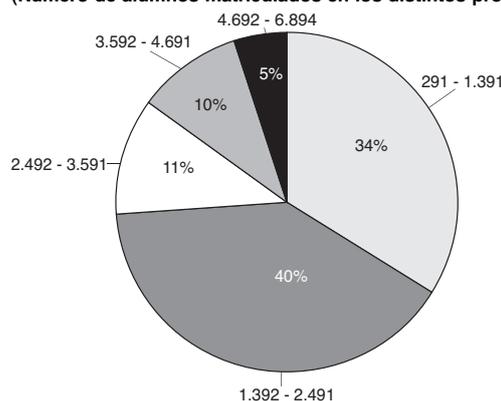
Muestra total: 100 Facultades de Empresariales/ Escuelas de Negocios

Notas:

- División 1 (New England): Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont.
- División 2 (Mid Atlantic): New Jersey, New York, Pennsylvania.
- División 3 (East North Central): Illinois, Indiana, Michigan, Ohio, Wisconsin.
- División 4 (West North Central): Iowa, Kansas, Minnesota, Missouri, Nebraska, North Dakota, South Dakota.
- División 5 (South Atlantic): Delaware, Florida, Georgia, Maryland, North Carolina, South Carolina, Virginia, Washington DC, West Virginia.
- División 6 (East South Central): Alabama, Kentucky, Mississippi, Tennessee.
- División 7 (West South Central): Arkansas, Louisiana, Oklahoma, Texas.
- División 8 (Mountain): Arizona, Colorado, Idaho, Montana, Nevada, New Mexico, Utah, Wyoming.
- División 9 (Pacific): Alaska, California, Hawaii, Oregón, Washington.

Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO 1
TAMAÑO DE LAS INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR ANALIZADAS
(Número de alumnos matriculados en los distintos programas de negocios)



Fuente: elaboración propia.

ESQUEMA 1
NIVELES DE ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS



Fuente: elaboración propia.

*Nivel 2: Se ofrecen cursos específicos sobre
«Español para los Negocios»*

En un segundo nivel se sitúan aquellas instituciones que ofrecen asignaturas sobre temas empresariales en español. Este sería el caso de 52 de los centros analizados que, bajo distintas denominaciones, incluyen este tipo de cursos en sus catálogos. En la mayoría de ocasiones (90 por 100 de la muestra) estas asignaturas se estudian a través de los departamentos de idiomas siendo minoritarias (10 por 100) las instituciones que ofrecen este tipo de cursos en sus facultades de empresariales. Una tercera opción, muy recomendable aunque observada tan solo en una de las universidades de la muestra, sería la de la referencia cruzada; en este caso, los dos departamentos incluirían el curso bajo un doble prefijo dejando patente la interrelación entre ambas materias.

Los títulos que se emplean con mayor frecuencia son: *Spanish for Business* (Español para los Negocios), *Business Spanish* (Negocios en Español), *Commercial Spanish* (Español Comercial) y *Spanish for professional purposes: business* (Español para fines profesionales: negocios). También destacan aquellos cursos que se centran más específicamente en la vertiente comunicativa del lenguaje, tanto oral como escrito, con títulos como *Business Communication and Correspondence* (Comunicación y correspondencia empresarial) o *Business Writing in Spanish* (Escritura de temas empresariales en Español). Otros cursos focalizan más su atención en los aspectos culturales como es el caso de *Language and Culture in Business* (Lenguaje y cultura empresarial), *The Economy and Politics of Latin America* (La economía y política en Latinoamérica), o *Latin American culture in a business context* (Cultura latinoamericana en un contexto empresarial). Especial atención merecen aquellos cursos que, mediante proyectos basados en empresas reales que operan en español, y que proceden de España o Sudamérica, permiten a los alumnos poner en práctica todo lo aprendido. A menudo estos cursos incluyen una estancia en el país de origen de las empresas estudiadas como ocurre

con *International Consulting: Latin America* (Consultoría internacional: Latinoamérica), *Spain & Portugal start-up strategy* (España y Portugal: estrategias de creación de empresas) y *Chile & Peru: Analyzing entrepreneurial opportunities in Latin America* (Chile y Perú: analizando oportunidades para emprender nuevos negocios en Latinoamérica). Siguiendo esta misma línea, encontraríamos cursos que tratan de fomentar la innovación y el espíritu emprendedor así como la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa tales como *Spanish and Entrepreneurship* (Español y espíritu emprendedor), *Spanish for Social Innovation* (Español para la innovación social), *Sustainability and Corporate Social Responsibility in Costa Rica* (Sostenibilidad, y responsabilidad social corporativa en Costa Rica).

*Nivel 3: Se ofrecen titulaciones específicas de
«Español para los Negocios»*

En el tercer y último nivel encontraríamos los 34 centros de enseñanza superior que ofrecen titulaciones específicas de Español para los Negocios. Las opciones de esta categoría son muy variadas, desde especialidades de Español para los Negocios (*Business Spanish Minor* –titulación secundaria de español–, *Certificate in Spanish Studies for Business Majors* –certificado de español para estudiantes de empresariales–) ofrecidas por los departamentos de idiomas, hasta títulos de grado y posgrado incluidos en los catálogos de las facultades de empresariales y escuelas de negocios. Dentro de este último grupo son frecuentes las titulaciones en negocios internacionales, con distintos itinerarios lingüísticos, que se ajustan a los intereses específicos de los alumnos. De este modo, cada uno de ellos podría construir su propio plan de estudios escogiendo aquellas asignaturas que abordan tanto los aspectos lingüísticos como culturales de la zona en la que quieren desarrollar su futura carrera profesional. Como ejemplo de este tipo de programas se podría citar a la Marriott School of Management (Brigham Young University) que, en su afán de ayudar a sus alumnos a triunfar en ▷

ESQUEMA 21
BUENAS PRÁCTICAS EN LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL PARA LOS NEGOCIOS



Fuente: elaboración propia.

el ámbito internacional, ofrece la posibilidad de elegir entre un total de diez idiomas (español, árabe, chino, francés, alemán, italiano, japonés, coreano, portugués y ruso).

La colaboración es una práctica muy extendida a este nivel. Así, encontramos programas ofrecidos conjuntamente por los departamentos de idiomas y las facultades de empresariales/escuelas de negocios y que permiten obtener un doble master en temas empresariales y lingüísticos o internacionales. En muchas ocasiones, la colaboración sobrepasa las fronteras de la propia universidad e incluso del país, y son frecuentes los acuerdos con instituciones educativas de reconocido prestigio de otros países, preferentemente España y Sudamérica. Como ejemplos podrían citarse la Universidad de Georgetown que mantiene acuerdos con ESADE (Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas) y la Universidad de Northeastern, que tiene una fuerte vinculación con ICADE (Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas). También resulta interesante el caso de la Universidad de Sant Louis, que en la actualidad cuenta con un campus propio en Madrid en el que estudiantes de más de 65 países pueden cursar estudios de grado y posgrado.

4. Buenas prácticas en la enseñanza del Español para los Negocios

Un análisis exhaustivo de las 100 mejores escuelas de negocios/facultades de empresariales de EEUU ha permitido identificar una gran multitud de buenas prácticas de las que pueden extraerse valiosas conclusiones para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje del Español para los Negocios. Estas conclusiones pueden agruparse en torno a los siguientes temas (Esquema 2):

- **Formación práctica:** la puesta en práctica de los conocimientos teóricos es esencial en todo proceso de aprendizaje en general y en el de temas empresariales en particular. Las universidades analizadas, conscientes de esta realidad, ofrecen una gran variedad de oportunidades para que sus alumnos adquieran y ejerciten las habilidades que un buen directivo ha de tener, desde la utilización de programas informáticos que permiten realizar simulaciones con datos reales, hasta periodos de prácticas en empresas y en las ONG de habla hispana.

- **Estancias internacionales:** una de las mejores maneras de aprender y mejorar un idioma es viajando, ya que el hecho de vivir en un país donde ▷

se habla otra lengua obliga a practicarla constantemente. Pero además de mejorar los conocimientos lingüísticos, las estancias en el extranjero son muy beneficiosas ya que permiten al alumno aprender de otras culturas, madurar y fortalecer sus habilidades sociales, ampliando así sus oportunidades laborales.

Para maximizar el impacto positivo de estas experiencias, resulta fundamental establecer una tupida red de contactos internacionales, con acuerdos con escuelas de negocios de reconocido prestigio en países de habla hispana. Las Oficinas de Relaciones Internacionales así como las distintas asociaciones que promueven la diversidad y multiculturalidad en los centros de enseñanza superior estadounidenses se configuran como un recurso de incalculable valor a la hora de establecer y mantener estos acuerdos internacionales.

La combinación de formación práctica y estancias internacionales da lugar a cursos tan interesantes como los ofrecidos por Boston College y Texas Christian University (International Consulting: Latin America, Spain & Portugal start-up strategy y Chile & Peru: Analyzing entrepreneurial opportunities). Estos cursos, especialmente dirigidos a los alumnos que quieran dedicarse a la consultoría internacional, están divididos en dos partes bien diferenciadas. En una primera etapa, desarrollada en EEUU, los estudiantes llevan a cabo todas las tareas de investigación necesarias para elaborar un informe con recomendaciones específicamente diseñadas para una empresa latinoamericana con la que se comunican a través del teléfono, fax, email, y videoconferencias. En una segunda etapa, los distintos equipos viajan a los países de origen de las empresas con las que están trabajando para realizar las presentaciones personalmente y ofrecer un asesoramiento directo a sus clientes.

- Flexibilidad curricular: una de las principales características de las universidades estadounidenses es la flexibilidad. En la mayoría de ellas existe lo que se conoce como programa básico, que engloba los conocimientos fundamentales que todos los alumnos deben adquirir y, una vez satisfechos

estos requisitos, cada estudiante tiene libertad para elegir entre un amplio abanico de grados y especializaciones, atendiendo a sus gustos y al futuro profesional que quiere tener. De hecho, las combinaciones son tan numerosas que puede resultar difícil encontrar dos personas que hayan cursado las mismas asignaturas.

Manteniendo este espíritu, sería deseable promover la flexibilidad en la enseñanza del Español para los Negocios a través de una oferta variada de cursos, que fuera más allá del tradicional Business Spanish, y abarcara otros aspectos como la cultura, la política y la economía de las regiones de habla hispana. Asimismo, sería beneficioso ofrecer distintos niveles de formación que puedan ajustarse a las necesidades específicas de los alumnos. Como ejemplo podría citarse la Universidad de Miami, que cuenta con una titulación de grado, Global Business Studies, que incluye cursos en español, dos programas master, The Miami Executive MBA for the Americas, Global Executive MBA (In Spanish), y multitud de programas de formación ejecutiva, destinados a profesionales, e impartidos en español e inglés, con traducción simultánea.

- Enfoque multidisciplinar: partiendo de la idea de que cada persona aprende de una forma distinta, es aconsejable diseñar los cursos utilizando una amplia variedad de estrategias y actividades que se adapten al estilo de aprendizaje específico del mayor número posible de alumnos. Es necesario encontrar un equilibrio entre las actividades destinadas a transmitir contenidos y las que se centran en su aplicación y discusión.

Los centros educativos analizados aplican este enfoque multidisciplinar de forma consistente, y combinan todo tipo de actividades, desde las tradicionalmente desarrolladas en el aula hasta otras más novedosas como simulaciones por ordenador, proyectos de consultoría (que, como las comentadas anteriormente, suelen incluir viajes a los países de origen de dichas empresas), prácticas en empresas, actividades de voluntariado en las ONG de habla hispana, y estancias en universidades de reconocido prestigio de España y Sudamérica. También son ▷

muchas las instituciones que se benefician de la colaboración con otros departamentos, oficinas de relaciones internacionales y asociaciones/clubs de estudiantes que promueven la diversidad en sus distintas facetas.

- Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC): las condiciones económicas cambian constantemente y hemos de ser conscientes de que no existen recetas ni fórmulas mágicas que puedan aplicarse para resolver de forma inequívoca los problemas empresariales. Por tanto, debemos ser capaces de enseñar a nuestros alumnos a aprender, es decir, hemos de facilitarles las herramientas que necesitan para identificar y analizar la información relevante en cada tipo de decisión. En este aprendizaje autónomo, que resulta fundamental en un entorno tan dinámico como el actual, las TIC pueden resultar de gran ayuda. Internet ofrece miles de posibilidades para aprender de forma independiente y puede resultar útil a la hora de perfeccionar un idioma. Además, las denominadas redes sociales pueden facilitar las interacciones necesarias para conseguir fluidez en las conversaciones, tanto orales como por escrito. Por ello sería deseable incorporarlas como un valioso recurso que permita complementar la formación presencial en los cursos de Español para los Negocios.

- Multiculturalidad: diversidad de profesores y alumnos. Son numerosos los estudios que han puesto de manifiesto el impacto positivo de la diversidad y multiculturalidad en los centros educativos (Gurin, 2004; Kitchener, *et al.*, 2000; Pascarella *et al.*, 2001). Estos autores demuestran que los estudiantes con una mayor exposición a las diferentes dimensiones de la diversidad, a través de interacciones con alumnos de distintas razas o participando en cursos y actos multiculturales en el propio campus, son los que más desarrollan su capacidad para pensar de forma analítica, reflexiva y crítica.

En esta misma línea, Thomson y Cuseo (2014) afirman que se debe promover la diversidad en las instituciones educativas porque aumenta el conocimiento y mejora el desarrollo personal y social de

los alumnos, preparándoles para la sociedad global en la que vivimos y aumentando sus posibilidades de éxito profesional. Asimismo, estos autores argumentan que la diversidad promueve la creatividad al exponer las distintas perspectivas de un mismo problema. El impacto positivo de la diversidad en la innovación y la creatividad tampoco pasa desapercibido en el mundo profesional. En un estudio desarrollado por Forbes, el 85 por 100 de los directivos encuestados afirmaron que la diversidad es esencial para sus negocios mientras que el 75 por 100 declaró que dedicarían un mayor esfuerzo a promover la diversidad debido al papel que puede jugar en la consecución de sus objetivos empresariales (Forbes Insights, 2011).

Los beneficios que la diversidad aporta en las instituciones educativas se intensifican aún más en el caso de los alumnos que estudian materias con una elevada carga cultural como ocurre con el Español para los Negocios. La interacción de los estudiantes de estos cursos con profesores y compañeros internacionales, especialmente de países de habla hispana, permitiría el perfeccionamiento de sus habilidades lingüísticas a través de multitud de actividades que podrían organizarse. Entre estas actividades destaca, por su capacidad de promover la conversación espontánea y el desarrollo de la comprensión auditiva, la que se conoce como «tándem» o «intercambio de idiomas», que consiste en «emparejar» a dos personas las cuales dominan la lengua que la otra persona quiere aprender.

5. Conclusiones

La importancia del español como idioma de los negocios en EEUU ha ido creciendo de forma paulatina durante las últimas décadas. Este hecho se debe, no solo al incremento de la población hispana en este país sino también al aumento de las empresas de origen latino, que ha sido el doble del experimentado por el conjunto de empresas estadounidenses en el periodo 2007-2014 (Geoscape, 2014). ▷

TABLA 4
ESTADOS CON MAYOR PROPORCIÓN DE POBLACIÓN HISPANA - RESIDENTE
(En porcentaje)

	1980	1990	2000	2010	2013
Total población hispana (n°)	14.775.080	21.838.851	35.204.480	50.729.570	53.964.235
Oeste	42,70	45,50	43,40	40,80	40,30
California	31,00	34,60	31,00	27,80	27,30
Sur	30,60	30,40	32,80	36,10	36,60
Texas	20,40	19,60	18,90	18,8	18,80
Florida	5,90	7,10	7,60	8,40	8,60
Noreste	17,90	16,60	14,90	13,80	14,00
New York	11,40	9,80	8,10	6,80	6,70
Medio Oeste	8,70	7,60	8,90	9,20	9,20
Illinois	4,40	4,00	4,30	4,00	3,90

Fuente: Pew Research (<http://www.pewresearch.org/>).

Las instituciones educativas, conscientes de la necesidad de adaptar sus contenidos curriculares a esta realidad empresarial, han comenzado a ofrecer a sus alumnos distintas opciones para estudiar negocios en español. La creciente demanda de este tipo de cursos plantea la necesidad de mejorar su proceso de enseñanza. Ese es precisamente el objetivo que se pretende alcanzar con este artículo que, tras analizar el estado actual de la cuestión, identifica las mejores estrategias educativas que, convenientemente promovidas y mejoradas, permitirán perfeccionar la enseñanza de esta materia.

Tras analizar una muestra de las 100 mejores facultades de empresariales/escuelas de negocios de EEUU, se extrae como primera conclusión que, a pesar de que la comunidad hispanohablante se concentra fundamentalmente en los estados de California y Texas (Tabla 4), todas las instituciones consultadas, distribuidas por la totalidad de la geografía estadounidense, ofrecen la posibilidad de combinar el estudio del español con los temas empresariales.

Ahora bien, los niveles de integración de ambas materias varían de forma significativa con un primer nivel que engloba aquellas universidades que, si bien no brindan la posibilidad de estudiar negocios en español, ofrecen asignaturas de empresariales e idiomas por separado. En el segundo nivel encontraríamos las 52 universidades que combinan el estudio de ambas materias a través de cursos como «Español para los Negocios». A pesar de que esta sea la asignatura que se imparte con mayor

frecuencia, también se ofrecen otros cursos que se centran en aspectos de carácter más social y cultural. Finalmente, en el tercer nivel, se encontrarían los 34 centros que ofrecen titulaciones específicas que permiten al alumno adquirir una formación más integral sobre Español para los Negocios. Las opciones de esta categoría varían desde especialidades lingüísticas ofrecidas por los departamentos de idiomas hasta títulos de grado, y posgrado y cursos de formación continua profesional incluidos en los catálogos de las facultades de empresariales y escuelas de negocios.

El análisis realizado ha permitido identificar una gran multitud de estrategias que pueden mejorar y promover la enseñanza del Español para los Negocios. Entre ellas destacan la formación práctica, las estancias internacionales, la flexibilidad curricular, el enfoque multidisciplinar, el uso de las TIC y la promoción de la multiculturalidad, es decir, de la diversidad tanto de alumnos como de profesores. Estas estrategias educativas, convenientemente aplicadas y si es posible mejoradas, contribuirán a consolidar al español como uno de los idiomas con mayor peso en el mundo empresarial del siglo XXI.

Bibliografía

- [1] BLOOMBERG BUSINESSWEEK (2015). Disponible en: <http://www.businessweek.com/bschools/rankings#5> ▷

- [2] FORBES INSIGHTS (2011). *Global Diversity and Inclusion: Fostering Innovation through a Diverse Workforce*. Disponible en: http://images.forbes.com/forbesinsights/StudyPDFs/Innovation_Through_Diversity.pdf
- [3] GEOSPACE (2014). *Hispanic Businesses & Entrepreneurs Drive Growth in the New Economy*. 2nd Annual Report 2014. Disponible en: http://www.geospace.com/HBR/pdf/Geospace_HispanicBusinessOwners_FINAL.pdf
- [4] GURIN, P.; NAGDA, B.A. y LÓPEZ, G.E. (2004). «The Benefits of Diversity in Education for Democratic Citizenship». *Journal of Social Issues*, nº 60, pp. 17-34.
- [5] ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES (2014). Informe de Empresas Españolas establecidas en EEUU – Estados del Noreste (03-marzo-2014). Disponible en: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/informacion-para-invertir-en-el-exterior/empresas-espanolas-establecidas-en-el-exterior/4646579.html>
- [6] INSTITUTO CERVANTES (2014). *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2014*. Madrid: Imprenta Nacional de la Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.
- [7] INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2015). Disponible en: <http://ine.es/>
- [8] JIMÉNEZ, J.C. y NARBONA, A. (2012). *El español en los flujos económicos internacionales*. Barcelona: Ariel.
- [9] KITCHENER, K.; WOOD, P. y JENSEN, L. (2000, August). «Curricular, co-curricular, and institutional influence on real-world problem-solving». *Paper presented at the annual meeting of the American Psychological Association*, Boston, MA.
- [10] OFICINA DEL CENSO DE LOS ESTADOS UNIDOS (2010). *2010 Census Data*. Disponible en: www.census.gov/2010census/data
- [11] PASCARELLA, E.; PALMER, B.; MOYE, M. y PIERSON, C. (2001). «Do diversity experiences influence the development of critical thinking?» *Journal of College Student Development*, nº 42, pp. 257-291.
- [12] PEW RESEARCH CENTER (2015). Disponible en: <http://www.pewresearch.org/>
- [13] SELIG CENTER FOR ECONOMIC GROWTH (2014). *Buying Power: The Multicultural Economy 2014*. The Selig Center for Economic Growth, Terry College of Business, University of Georgia, GA.
- [14] THOMSON, A. y CUSEO, J.B. (2014). *Diversity and the College Experience: Research-based strategies for appreciating human differences*. Kendall/ Hunt Publishing Company, IA.

ANEXO

Universidades de la muestra

Ranking 2014	Universidades	Alumnos matriculados	Estado	Zona
1	University of Notre Dame	1.968	Indiana, IN	D3
2	University of Virginia	679	Virginia, VA	D5
3	Cornell University	737	New York, NY	D2
4	Boston College	2.004	Massachusetts, MA	D1
5	Washington University in St. Louis	902	Missouri, MO	D4
6	University of Texas, Austin	4.046	Texas, TX	D7
7	University of Pennsylvania	2.502	Pennsylvania, PA	D2
8	Indiana University	5.001	Indiana, IN	D3
9	Emory University	742	Georgia, GA	D5
10	University of North Carolina, Chapel Hill	676	North Carolina, NC	D5
11	Wake Forest University	538	North Carolina, NC	D5
12	University of Michigan, Ann Arbor	1.421	Michigan, MI	D3
13	Brigham Young University	1.542	Utah, UT	D8
14	New York University	2.495	New York, NY	D2
15	University of California, Berkeley	717	California, CA	D9
16	University of Richmond	477	Virginia, VA	D5
17	Carnegie Mellon University	379	Pennsylvania, PA	D2
18	Georgetown University	1.298	Washington, DC	D5
19	Northeastern University	3.712	Massachusetts, MA	D1
20	Bentley University	4.056	Massachusetts, MA	D1
21	Southern Methodist University	1.193	Texas, TX	D7
22	The College of William & Mary	502	Virginia, VA	D5
23	Miami University	2.779	Ohio, OH	D3
24	Villanova University	1.602	Pennsylvania, PA	D2
25	Boston University	2.400	Massachusetts, MA	D1
26	Babson College	2.106	Massachusetts, MA	D1
27	Texas Christian University	1.918	Texas, TX	D7
28	University of Southern California	3.825	California, CA	D9
29	Texas A&M University	4.692	Texas, TX	D7
30	The Pennsylvania State University	5.405	Pennsylvania, PA	D2
31	Lehigh University	1.343	Pennsylvania, PA	D2
32	The Ohio State University	3.770	Ohio, OH	D3
33	University of Wisconsin-Madison	1.990	Wisconsin, WI	D3
34	University of Illinois, Urbana-Champaign	2.948	Illinois, IL	D3
35	Rensselaer Polytechnic Institute	307	New York, NY	D2
36	University of Massachusetts, Amherst	2.369	Massachusetts, MA	D1
37	Georgia Institute of Technology	1.242	Georgia, GA	D5
38	Fordham University	1.953	New York, NY	D2
39	University of Maryland	2.696	Maryland, MD	D5
40	James Madison University	3.273	Virginia, VA	D5
41	University of San Diego	1.158	California, CA	D9
42	Michigan State University	1.890	Michigan, MI	D3
43	Santa Clara University	1.405	California, CA	D9
44	University of Florida	1.444	Florida, FL	D5
45	Elon University	1.625	North Carolina, NC	D5
46	University of Minnesota	2.280	Minnesota, MN	D4
47	Loyola University Maryland	1.049	Maryland, MD	D5
48	University of Georgia	2.345	Georgia, GA	D5
49	Bryant University	2.190	Rhode Island, RI	D1
50	Case Western Reserve University	330	Ohio, OH	D3
51	Butler University	881	Indiana, IN	D3
52	University of Washington	1.635	Washington, WA	D9
53	University of Miami	2.115	Florida, FL	D5

ANEXO (continuación)

Universidades de la muestra

Ranking 2014	Universidades	Alumnos matriculados	Estado	Zona
54	Binghamton University	1.473	New York, NY	D2
55	Syracuse University	1.835	New York, NY	D2
56	University of Texas, Dallas	2.371	Texas, TX	D7
57	Purdue University	2.469	Indiana, IN	D3
58	Fairfield University	1.231	Connecticut, CT	D1
59	George Washington University	1.530	Washington, DC	D5
60	Chapman University	1.338	California, CA	D9
61	Seattle University	959	Washington, WA	D9
62	American University	1.002	Washington, DC	D5
63	The College of New Jersey	1.145	New Jersey, NJ	D2
64	DePaul University	3.850	Chicago, IL	D3
65	University of Connecticut	1.729	Connecticut, CT	D1
66	Quinnipiac University	1.597	Connecticut, CT	D1
67	University of Denver	1.112	Colorado, CO	D8
68	Baylor University	3.160	Texas, TX	D7
69	Virginia Polytechnic Institute & State University	3.669	Virginia, VA	D5
70	California Polytechnic State University	2.416	California, CA	D9
71	University of Arizona	1.434	Arizona, AZ	D8
72	Ohio Northern University	291	Ohio, OH	D3
73	Colorado State University	2.106	Colorado, CO	D8
74	Tulane University	1.718	Louisiana, LA	D7
75	Providence College	1.225	Rhode Island, RI	D1
76	University of Alabama	6.894	Alabama, AL	D6
77	John Carroll University	392	Ohio, OH	D3
78	Seton Hall University	824	New Jersey, NJ	D2
79	Ohio University	1.786	Ohio, OH	D3
80	Marquette University	1.709	Wisconsin, WI	D3
81	University of Tulsa	805	Oklahoma, OK	D7
82	Loyola Marymount University	1.469	California, CA	D9
83	Texas Tech University	3.700	Texas, TX	D7
84	University of Pittsburgh	2.092	Pennsylvania, PA	D2
85	Florida State University	5.240	Florida, FL	D5
86	North Carolina State University	2.391	North Carolina, NC	D5
87	Sacred Heart University	813	Connecticut, CT	D1
88	University of Missouri	4.252	Missouri, MO	D4
89	St. Joseph's University	2.325	Pennsylvania, PA	D2
90	Bowling Green State University	574	Ohio, OH	D3
91	Rochester Institute of Technology	647	New York, NY	D2
92	Arizona State University	4.523	Arizona, AZ	D8
93	Belmont University	1.735	Tennessee, TN	D6
94	University of Iowa	2.029	Iowa, IA	D4
95	Illinois State University	2.997	Illinois, IL	D3
96	University of Delaware	2.822	Delaware, DE	D5
97	University of Colorado at Boulder	2.866	Colorado, CO	D8
98	St. Louis University	1.373	Missouri, MO	D4
99	University of Houston	1.930	Texas, TX	D7
100	University of Cincinnati	3.114	Ohio, OH	D3

Fuente: <http://www.businessweek.com/bschools/rankings#5>

INVESTIGACIÓN DE LA NATURALEZA Y CAUSAS DE LA RIQUEZA DE LAS NACIONES

ADAM SMITH



La “Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” de Adam Smith es una obra clave del pensamiento económico y posiblemente, la que más ha influido en la doctrina posterior y en la toma de decisiones y preparación de políticas económicas. Es el estudio doctrinal que se puede considerar como la piedra angular de la economía clásica. La primera edición se publicó en Londres en 1776 y dieciocho años después, en 1794, la primera edición en español cuya descarga aquí ofrecemos. La traducción fue realizada por José Alonso Ortiz y la impresión se hizo en la ciudad de Valladolid. El ejemplar sobre el que se ha realizado la digitalización, en 2014, se encuentra depositado en la Biblioteca Central del Ministerio de Economía y Competitividad. Esta primera edición, accesible por primera vez en este soporte, está dedicada a Manuel Godoy.

Número de páginas: 1.736

Precio (IVA incluido): 15,00 €

Email: distribucionpublicaciones@mineco.es

*Álvaro Espejo León **
*Julia M. Núñez Tabales**
*Fernando J. Fuentes García**

NUEVO ESCENARIO DEL SECTOR DEL VINO ESPAÑOL Perspectivas estratégicas internacionales

Mediante este trabajo se pretende analizar la situación actual del sector del vino en España con especial referencia a sus fortalezas y oportunidades en el exterior. Para ello, se aportan y actualizan datos sobre el sector vitivinícola mundial y en especial del español, a la vez que se efectúa un análisis descriptivo de las variables más relevantes (superficie, producción, consumo, exportaciones e importaciones) para extraer conclusiones de la situación actual y futura en los mercados internacionales. Los resultados estadísticos hacen entender parte de las decisiones y perspectivas estratégicas internacionales que actualmente están siendo tomadas por las bodegas españolas. Se identifica que la estrategia internacional tiene dos líneas diferenciadas: apuesta creciente de las bodegas por vender calidad frente a cantidad –por la propia naturaleza del vino español– y la venta a granel en volumen que sirve especialmente para dar salida al producto y ganar liquidez a corto plazo.

Palabras clave: bodegas, comercio exterior, internacionalización, estrategias.

Clasificación JEL: Q17, L16.

1. Introducción

Según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) se ha producido en los últimos años una reducción del número de bodegas españolas debido a dos aspectos fundamentalmente: el primero de ellos radica en el panorama actual de la industria que está caracterizada por un elevado nivel de atomización y un elevado número de bodegas; en segundo lugar, se suma la contracción del consumo interno, motivado por la crisis, por el cambio de tendencias de hábitos de los consumidores

y por la competencia de bebidas alcohólicas sustitutivas (Martín, 2006).

Por consiguiente, el sector del vino español se enfrenta a una difícil situación que obliga a situarse en nuevas realidades y enfrentarse a nuevos problemas que conllevan buscar nuevas soluciones, entre las que se encuentra la salida estratégica a mercados internacionales, que comienza a ser una realidad en los últimos años (Langreo, 2008; Santos, Fuentes y Sánchez, 2009). En ese mercado exterior, los exportadores españoles de vino se encuentran un sector que se desarrolla en un entorno crecientemente competitivo por la entrada de nuevos países productores. Estos están implantando estrategias innovadoras en producción y comercialización y están ocupando crecientes cuotas de ▷

* Profesores del Área de Organización de Empresas. Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Córdoba. Versión de junio de 2015.

TABLA 1
SUPERFICIE DE VIÑEDO EN ESPAÑA
(Hectáreas)

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	1980	% Var. 1980/2014	% Var. 2013/2014
950.541	965.094	967.055	985.005	1.037.356	1.077.535	1.129.950	1.137.960	1.642.584	-42,13	-0,20

Fuente: elaboración propia a partir de ESYRCE.

mercados mundiales, así el grupo de nuevos productores –Australia, Chile, Argentina y Sudáfrica– copan ya significativos porcentajes de las exportaciones totales. A ello, hay que añadir una mayor apertura al exterior y un aumento de la importancia de las exportaciones como salida de las producciones interiores. A pesar de esto, se identifica cierta consolidación y madurez en los principales mercados, así como la aparición de nuevos mercados, especialmente terceros, que pueden estar motivados especialmente por las ayudas europeas a la promoción en países terceros.

2. Superficie de viñedo

España es el país del mundo que más superficie dedica al cultivo de la vid, en extensión ocupa cerca del millón de hectáreas, lo que supone, según datos de la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV, 2014), el 13,52 por 100 de la superficie mundial y el 29 por 100 de la superficie europea. Dentro de nuestro territorio, las plantaciones se extienden a lo largo del 2,5 por 100 de la superficie, lo que representa el 6,5 por 100 de la superficie cultivada, según datos de noviembre de 2014 de ESYRCE¹. Hay que resaltar que el viñedo español se dedica preferentemente y casi exclusivamente a la obtención de uva para vinificación. Por ello, a partir de ahora, se va a referir dicho tipo de viñedo y de uva. Además, del total plantado, el 64 por 100 corresponde a secano, que cayó un 1,7 por 100 respecto a 2013, mientras que el área de regadío gana terreno al crecer un 5 por 100. También, es importante destacar que

¹ Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de los Cultivos de España.

España es uno de los países que más cantidad proporcional tiene de viñedo plantado bajo indicación geográfica protegida, con un 85 por 100 del total –frente al 64 por 100 de Francia, el 48 por 100 de Italia o el 63 por 100 de media en la UE–.

En la Tabla 1 se observa, desde 1980, la tendencia a la reducción de la superficie del viñedo español con la reducción de más de un 40 por 100 de su superficie.

Uno de los grandes causantes de esta nueva reestructuración de la superficie en España, al igual que ocurre con la producción, como se expondrá en el siguiente apartado, y de su evolución descendente, es la anexión de España en 1986 al Tratado de Adhesión a la Comunidad Económica Europea (Piqueras, 1997). También, entre las causas puede citarse la entrada en vigor de la nueva Organización Común de Mercados del Vino (OCM²), el régimen voluntario de arranques que establece y el bajo precio de la uva³. El Reglamento de la Comunidad Económica Europea (CEE) n° 1442/88 que se aprobó a finales de la década de los noventa, fue también otro de los alicientes a reducir la superficie. Se han eliminado muchas de las hectáreas que eran poco productivas, quedando indemnes las de alto rendimiento en producción de uva para vinificación. ▷

² Propone alcanzar un mayor equilibrio entre la oferta y la demanda en el mercado comunitario, así como mejorar a largo plazo la competitividad del sector. Gracias a la OCM se ha podido financiar la reestructuración de una parte importante del viñedo para adaptarlo a la oferta y la demanda.

³ Esta información coincide con la opinión y reflexiones de D. Manuel M. López Alejandre (secretario perpetuo del Consejo Regulador de la Denominación de Origen (DO) Montilla-Moriles, enólogo y presidente del aula del vino), quien en una entrevista concertada con motivo de conocer su visión sobre el sector del vino, resaltó como posible causa de esta caída de la superficie, el hecho de que España –al igual que Europa– es excedentaria en este tipo de producto y, por consiguiente, está sobredimensionado el terreno dedicado a este tipo de cultivo. Expone que la situación ideal de superficie en España debería ser de 500.000 has (en 2014 supera las 950 mil has).

TABLA 2
PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES MUNDIALES DE VINO
(En millones de hectolitros)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	% Var. 2004/2014	% Var. 2013/2014
Francia.....	46,1	42,0	41,1	50,8	44,4	46,3	45,6	52,1	52,1	52,1	57,3	-19,55	9,76
Italia.....	44,4	44,9	43,8	42,8	48,5	47,3	48,1	49,6	52,0	50,5	49,9	-11,02	-1,11
España.....	41,6	42,7	31,1	33,4	35,4	36,1	36,7	38,2	38,1	37,8	42,9	-3,03	-2,58
EEUU.....	22,5	22,0	20,5	19,2	20,9	22,0	19,2	20,1	19,4	22,8	20,1	11,94	2,27
Argentina.....	15,2	15,0	11,8	15,5	16,3	12,1	14,6	15,0	15,3	15,2	15,4	-1,30	1,33
Australia.....	12,5	12,5	12,3	11,2	11,4	11,8	9,6	11,2	14,2	14,3	14,6	-14,38	0,00
China.....	11,7	11,7	13,8	13,2	13,0	12,8	11,4	11,5	12,0	12,0	11,7	0,00	0,00
Sudáfrica.....	11,4	11,0	10,6	9,7	9,3	10,0	10,0	9,5	9,3	8,4	9,2	23,91	3,64
Chile.....	10,0	12,8	12,6	10,5	8,8	10,1	8,6	n.d.	8,4	7,8	6,3	58,73	-21,88
Alemania.....	9,7	8,3	9,0	9,1	6,9	9,2	10,3	9,0	8,9	9,1	10,0	-3,00	16,87
Resto.....	45,5	58,1	51,6	52,1	49,6	54,6	54,5	51,3	52,9	48,0	59,0	-22,88	-21,69
Total.....	270,8	281,0	258,2	267,4	264,5	272,2	268,6	267,5	282,6	278,0	296,4	-8,64	-3,63

Fuente: elaboración propia a partir de OIV y OEMV.

El resultado no fue otro que el de la ya comentada reducción de la superficie destinada al cultivo de la vid, pero sin resentirse en los excedentes de vino.

3. Producción

Según las últimas estadísticas publicadas por la OIV y el OEMV (Observatorio Español del Mercado del Vino, 2014) ocuparía el tercer puesto en el *ranking* de la producción de vino a nivel mundial, por detrás sólo de Francia, que recupera su posición de liderazgo, e Italia. Destaca la recuperación en este último año de Francia, la gran caída de producción en Chile o la estabilidad de las producciones de los grandes productores de vino. Si se atiende a las variaciones en la última década destacan positivamente los nuevos mercados del vino como Chile (58,73 por 100), Sudáfrica (23,91 por 100) y EEUU (11,94 por 100).

En el lado negativo, destacan en la última década variaciones en la las caídas de producción de los dos principales productores (Francia e Italia, 19 y 11 por 100 respectivamente), al igual que países con tradición como Australia. Igualmente, es importante destacar la concentración de la producción de vino, copando los tres primeros países (Francia, Italia y España) cerca de la mitad del vino producido en el mundo, y situándose el 83 por 100 de la producción de vino en manos de 10 países.

En el caso español se han ido manteniendo niveles parecidos en los últimos diez años y se puede decir que mantiene cierta consolidación aunque con una tendencia descendente, conservando el 15 por 100 de la producción mundial de vinos. Del total producido en España, los vinos de mesa suponen un 53 por 100 y los vinos con denominación de origen un 33 por 100. Por colores, 19 millones de hectolitros corresponden a vinos tintos y rosados (56 por 100 del total) y 15 millones (44 por 100 del total) a vinos blancos, según las últimas estadísticas publicadas por la OEMV (2014).

4. Consumo

El consumo mundial de vino se mantuvo prácticamente estable en 2013 (último año con datos oficiales publicados), ya que tan solo descendió un 1 por 100 respecto al año anterior hasta situarse en los 238,7 millones de hectolitros (hl), como se puede observar en la Tabla 3, donde se aprecia que EEUU ha superado a Francia como primer consumidor de vino en el mundo. En este sentido, EEUU y Francia absorben casi un 25 por 100 del consumo mundial de vino, y un 50 por 100 del consumo mundial corresponde a los cinco primeros países (EEUU, Francia, Italia, Alemania y China). En EEUU se consumieron 29 millones de hectolitros, con un ligero ▷

TABLA 3
PRINCIPALES POTENCIAS MUNDIALES
(Consumo del vino en millones de hectolitros)

País	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
EEUU	29,1	29,0	28,4	27,6	27,2	28,0	27,1	19,4	27,1
Francia	28,1	30,2	29,3	29,3	29,9	31,0	32,1	33,0	33,2
Italia.....	21,7	22,6	23,1	24,6	24,5	26,0	26,2	27,8	27,1
Alemania.....	20,3	20,0	19,7	20,2	20,2	20,2	20,3	20,1	19,8
China.....	16,8	17,8	16,3	15,2	14,0	14,0	14,0	14,1	13,7
Reino Unido.....	12,7	12,5	12,9	12,9	12,6	14,0	13,9	12,3	12,1
Rusia.....	10,5	10,9	11,3	12,2	10,0	11,7	11,5	10,0	10,1
Argentina.....	10,3	10,1	9,8	9,8	10,2	11,0	10,2	10,1	10,9
España.....	9,1	9,3	9,9	10,9	11,2	12,0	13,0	13,8	14,2
Australia.....	5,2	5,4	5,3	5,4	5,0	4,4	4,5	4,6	4,6

Fuente: elaboración propia a partir de OIV.

repunte interanual del 0,5 por 100, frente al fuerte descenso del 7,4 por 100 que ha sufrido Francia respecto a 2012, situándose en los 28 millones de hl. En tercer lugar se situó Italia, con 21,7 millones de hl, seguido de cerca por Alemania, con 20,3 millones de hl y único país de la Unión Europea que ha mejorado sus cifras, con un repunte de 0,3 millones respecto al año anterior. A pesar de que China no ha facilitado sus datos, desde la OIV se estima un descenso de su nivel de consumo en un 3,8 por 100, apareciendo en quinto lugar.

Otro aspecto que puede percibirse analizando la Tabla 3 junto a la Tabla 2 es la categoría de países excedentarios de vino o demandantes de vino en función de la ratio entre consumo y producción. De esta forma se aprecia que Francia consume aproximadamente el 60 por 100 de lo que produce, Italia produce casi el doble de lo consumido (48 por 100) y en España se produce cinco veces más de lo consumido (21 por 100). Dichos países venden parte de su producción a países deficitarios, tales como EEUU (132 por 100), China (144 por 100) o Reino Unido.

Analizando el caso de España, con 9,1 millones de hl consumidos en 2013, baja hasta el noveno puesto en el *ranking* de países consumidores de vino, incluso con consumos per cápita muy alejados de los principales mercados. La tendencia a la reducción en el consumo ha sido la nota predominante durante la última década, a pesar de la recuperación obtenida en los años 2003 y 2004. La inestabilidad que vive el sector del vino –como resultado de desajustes entre oferta y demanda, significativas ayudas

inyectadas desde algunas instituciones, fuerte competencia en mercados mundiales o preferencia de una parte de la población por otro tipo de bebidas– ha afectado también a la evolución en el consumo del vino; el cual en España ha bajado en 33 años de los 18 millones de hl en el año 1982, a apenas 9,1 millones de hl consumidos en 2013, y pasando de 10,4 litros por persona consumidos en 2007 a 8,7 en 2013. Sin entrar en profundidad en las razones que han motivado este desplome en el consumo de vino, es indudable que la crisis que se padece desde el año 2008 no ha ayudado a frenar la caída, tampoco han contribuido a mitigar las bajas cifras de consumo el endurecimiento de las leyes ligadas al consumo de alcohol, ni los amplísimos márgenes que algunos establecimientos del canal HORECA (hostelería, restauración y catering) siguen imponiendo al precio de los vinos que incluyen en sus cartas, aunque conviene matizar que los márgenes aplicados al resto de bebidas en este canal se encuentran muy por encima que los aplicados al propio vino (Guirao, López, Rodríguez y Romero, 2004; Martín Cerdeña, 2014). En cuanto al consumo de bebidas alcohólicas en España en el año 2013, en base a información obtenida del informe sobre gasto en alimentación realizado por el MAGRAMA⁴ (2015) se observa que la cerveza y el vino son los dos tipos de bebidas alcohólicas más consumidas en España casi por igual (40 por 100), a mucha diferencia se encuentran otras bebidas como el whisky, la ginebra y el ron. ▷

⁴ Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

TABLA 4
PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES DE VINO POR PAÍSES
(Miles de euros)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	% Var. 2007/2014	% Var. 2013/2014
Mundo.....	26.031.805	25.998.493	25.683.068	23.528.106	21.015.791	18.386.986	20.322.860	20.084.576	29,61	0,13
Francia	7.720.379	7.861.285	7.832.383	7.161.232	6.316.783	5.514.590	6.837.859	6.769.716	14,04	-1,79
Italia	5.104.968	5.041.482	4.695.252	4.402.197	3.915.500	3.523.699	3.665.065	3.543.499	44,07	1,26
España	2.558.854	2.582.323	2.566.345	2.217.712	1.879.057	1.897.086	1.962.054	1.820.250	40,58	-0,91
Chile	1.396.269	1.422.907	1.398.097	1.217.833	1.165.192	990.280	936.407	917.596	52,17	-1,87
Australia ...	1.261.607	1.339.711	1.522.298	1.425.592	1.437.767	1.292.347	1.436.021	1.795.891	-29,75	-5,83
EEUU	1.104.466	1.174.084	1.076.419	965.364	831.639	629.998	655.688	660.057	67,33	-5,93
Alemania ..	975.732	1.013.240	975.190	976.811	858.705	733.415	764.739	725.923	34,41	-3,70

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Intracen (Naciones Unidas).

5. Comercio exterior del vino español

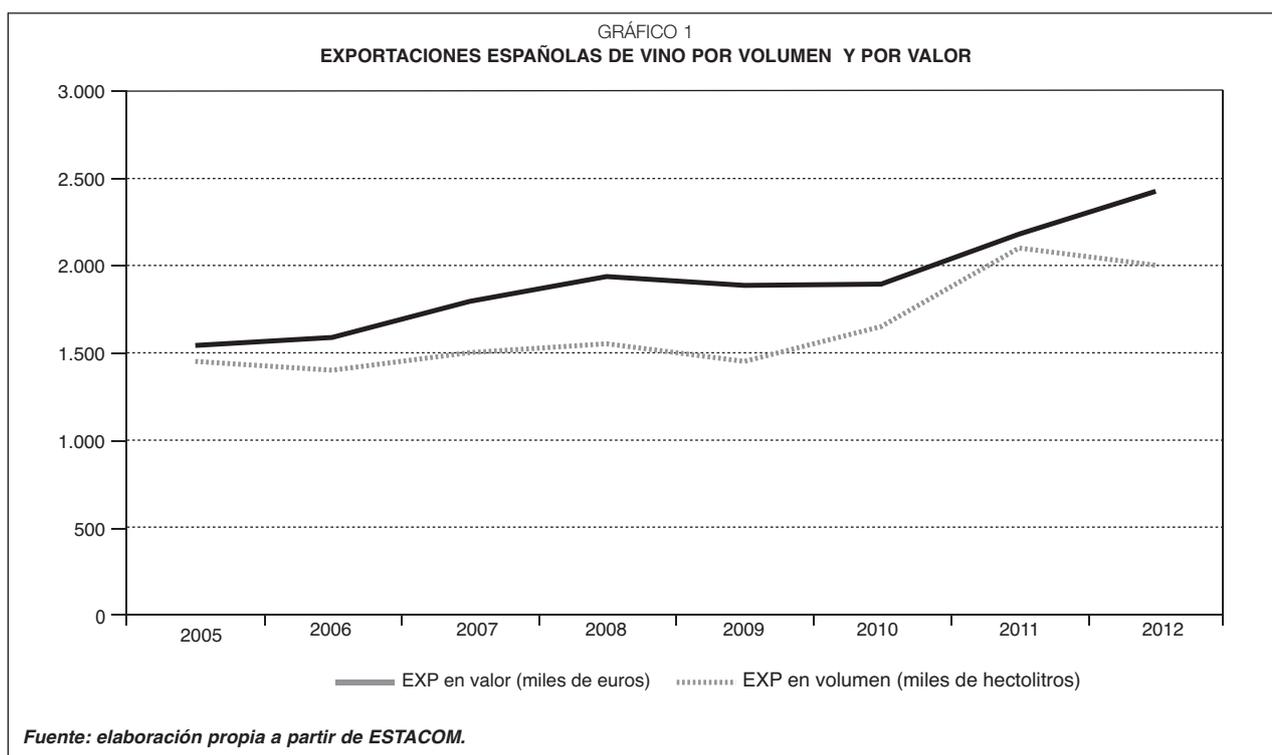
5.1. Exportaciones de vino

Las exportaciones mundiales de vino presentan una tendencia creciente en materia de exportación (29 por 100), lo que demuestra que es un artículo con un gran potencial y una gran importancia en los mercados. Entre las causas de este crecimiento se encuentra la irrupción de este producto en mercados nuevos y con un gran mercado potencial en cuanto a número de habitantes, tales como China, Japón o EEUU. Igualmente, es necesario resaltar la importancia que van alcanzando los vinos chilenos, argentinos y australianos (Tabla 4) que se caracterizan por poseer una excelente relación calidad/precio, razón por la que ganan muchos clientes en aquellos países con poca tradición vitivinícola y cuyas exigencias son menores.

Francia es el país que más vino exporta en valor (7,7 millardos de euros), seguido de Italia y España (5,1 y 2,5 millardos de euros respectivamente). Otro dato destacado hace referencia al porcentaje que los tres principales países (Italia, España y Francia) poseen con respecto a las exportaciones totales de vino, siendo este de un 58 por 100. Asimismo concentran cerca de un 67 por 100 de las exportaciones respecto a los 10 principales países exportadores analizados. Otros países que destacan por sus importantes subidas en las exportaciones a otros mercados en los últimos años son Chile o EEUU. De los 10 principales países exportadores de vino todos han

mostrado un comportamiento positivo en el periodo de estudio, siendo tan solo Australia la que ha visto reducidas sus exportaciones.

En cuanto a España, durante las últimas décadas, ha cambiado de manera significativa su distribución geográfica y su estructura, ampliando el abanico de destinos de venta de sus vinos. España se convirtió en el líder mundial de las exportaciones por volumen en 2014 alcanzando 22,6 millones de hl, un 22,3 por 100 más que el año anterior, superando así a Italia, gracias a la excepcional cosecha del año anterior donde se vendieron los vinos más económicos. En valor, aunque aún no es líder ya que Francia e Italia le superan, se mantienen los datos alcanzando los 2.582 millones de euros. Se interrumpe así una tendencia donde se ampliaba la diferencia entre las ventas en valor con las de volumen (Gráfico 1), también es cierto que dicha senda es atribuible a lo extraordinario de la cosecha de 2013 como se ha mencionado anteriormente, donde hubo excedente de vino y se vendió a un precio inferior. A pesar de esto, aunque España en 20 años ha multiplicado por tres sus ventas de vino en el exterior, el precio medio de 2014 solo supera en un céntimo al de aquella fecha. Es importante resaltar que según datos de ESTACOM (2014), de los 22,6 millones de hl exportados por España, los envasados suponían 7,4 millones de hl (con un crecimiento del 5,3 por 100 en volumen pero solo del 0,8 por 100 en valor), 12,6 millones de hl (el 55 por 100) a granel siendo su principal destino Francia, a un precio medio de solo 0,40 euros/litro, frente ▷



a los 0,60 del año anterior, lo que evidencia que el problema de rentabilidad del vino español, en el año 2014, ha estado directamente vinculado con el bajo precio al que vende sus caldos. Los vinos a granel han constituido la salida para eliminar excedentes, pero están convirtiéndose en un lastre para un sector que ve mermada su rentabilidad.

Los precios medios mundiales del vino en 2014 se situaron en 2,46 euros/litro. Como se puede observar en el Gráfico 2, los vinos franceses, sin embargo, alcanzan una media de 5,37 euros/litro; seguidos de los neozelandeses, a 4,36 euros/litro, los estadounidenses a 2,73 euros/litro; y los portugueses, a 2,55 euros/litro. Para encontrar los vinos españoles en ese *ranking* de precios por litro hay que bajar al puesto 11, el último lugar en el conjunto de los grandes países exportadores, con una media de 1,1 euros/litro, lo que supone un descenso del 22 por 100 sobre los 1,43 euros de la campaña anterior. Así, Francia –país que más valor da a sus litros de vino– los vende en mercados exteriores a un precio casi cinco veces superior al de los españoles.

Por esto las conclusiones del sector español tienen una doble versión: suben las unidades vendidas, pero bajan los ingresos por vender el producto a un precio inferior. Es cierto que este comportamiento ocurrido en 2014 se ha debido a una cosecha excepcional que hizo vender más y a precios más bajos, y cortó una racha positiva donde se estaba ampliando el valor de las exportaciones por encima del volumen, aunque no cabe duda que habrá que estar atentos a la tendencia en los próximos años.

En cuanto al destino de los vinos españoles, principalmente tiene lugar a países de la Unión Europea, aunque es importante destacar que las exportaciones se encuentran diversificadas, ya que aunque los diez principales países destino de las exportaciones representan el 70 por 100 de las exportaciones totales, actualmente se exporta a 188 destinos de todo el mundo según informaciones recogidas en ESTACOM⁵ y las bodegas empiezan a extenderse muy particularmente fuera de la Unión Europea. ▷

⁵ Servicio estadístico de Instituto de Comercio Exterior e Inversiones español (ICEX) de base de datos sobre las exportaciones e importaciones españolas.

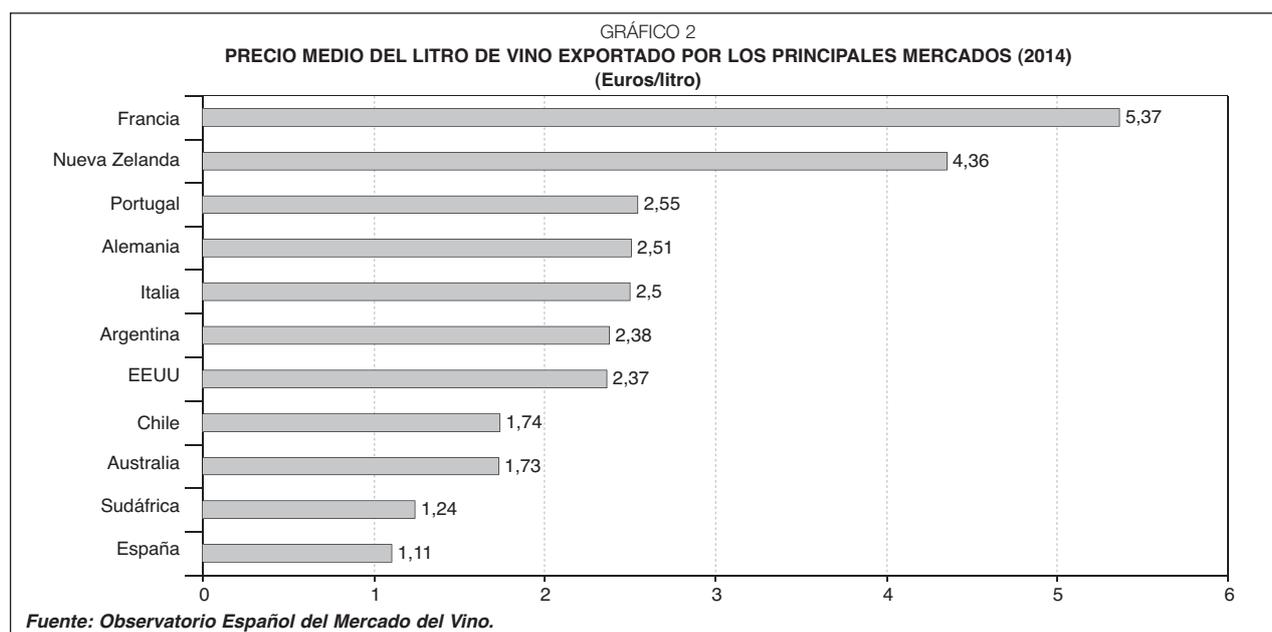


TABLA 5
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS MUNDIALES DE VINO POR PAÍSES
(Millones de euros)

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	% Var 2007/2014	% Var 2013/2014
Alemania.....	367,26	405,44	362,98	336,56	308,05	287,84	337,38	290,71	26,33	-9,42
Reino Unido.....	339,12	344,70	332,94	309,37	299,64	271,41	283,05	305,58	10,98	-1,62
EEUU.....	248,63	246,30	242,05	213,03	200,64	173,94	183,48	195,97	26,87	0,95
Francia.....	233,33	252,33	206,70	172,39	128,32	319,94	141,99	114,75	103,34	-7,53
Suiza.....	113,32	110,13	107,42	101,47	103,37	100,46	98,73	98,19	15,41	2,90
Países Bajos.....	105,99	98,14	87,00	87,75	78,66	75,94	79,42	74,72	41,85	8,00
Bélgica.....	105,34	96,70	87,16	77,91	73,10	71,17	59,58	50,23	109,72	8,93
Portugal.....	89,31	88,58	60,25	51,43	59,57	67,76	61,08	43,45	105,55	0,82
China.....	83,46	73,96	90,59	70,27	38,02	14,11	13,89	9,95	738,79	12,84
Japón.....	78,13	120,99	80,90	58,17	51,85	45,51	49,34	36,62	113,35	-35,42
Resto.....	1.765,88	1.836,27	1.658,56	1.478,35	1.341,21	1.428,08	1.307,94	1.220,17	44,72	-3,83
Total.....	2.517,72	2.596,84	2.424,35	2.178,89	1.893,50	1.884,18	1.934,94	1.793,35	40,39	-3,05

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de ESTACOM (ICEX). Los datos corresponden a las estadísticas recogidas por el capítulo «201 - Vinos», de la jerarquía «Sectores ICEX».

Las ayudas a la internacionalización de nuestros vinos y, especialmente las ayudas europeas a la promoción en países terceros⁶, parecen estar detrás de esta renovada expansión del vino español hacia nuevos destinos. EEUU y China emergen como dos de los destinos más destacados en los últimos años y donde mayores esfuerzos comerciales realizan nuestras bodegas. Con todo esto, Alemania es el principal destino de las exportaciones españolas de vinos por valor, con unas ventas hacia este país de 367 millones de euros, suponiendo el 16 por 100 del total de ventas

⁶ Ayudas OCM con fondos FEDER de la Unión Europea.

españolas. Le sigue Reino Unido con una cuota del 13 por 100, y con unas ventas de 340 millones de euros. Tras estos dos países se encuentran, con una cuota del cerca del 10 por 100, tanto EEUU como Francia. Cabe resaltar especialmente el caso francés, con un aumento en sus compras de vinos españoles del 100 por 100 en los últimos 8 años, frente al 26 por 100 del estadounidense, que tienen como destino la mezcla con vino francés y/o el embotellado con marcas francesas. Las exportaciones a Países Bajos se encuentran en 6ª posición, con tasas positivas de aumento en el periodo estudiado. Por comunidades autónomas, en cuanto a exportaciones en valor, Castilla-La Mancha (23 por 100 ▷

del total exportado de vinos españoles) se coloca al frente de las regiones más exportadoras, seguida de Cataluña (22 por 100 sobre el total), La Rioja y el País Vasco.

5.2. Importaciones de vino

En lo referente a las importaciones, España queda fuera del *top* 10 de los principales países importadores de vino. Este dato es lógico si atendemos a que España es una de las grandes potencias exportadoras en este mercado. Las adquisiciones de Champagne francés son el principal componente de las importaciones de vinos en nuestro país. En términos de volumen, las importaciones apenas alcanzaron los 1,6 millones de hl, cantidad muy reducida en comparación con el dato de sus exportaciones (18 millones de hl). En cuanto a los principales proveedores, a parte del ya citado Champagne francés, estaría el Lambrusco italiano (Vinetur, 2013).

6. Fortalezas del sector español y oportunidades en el exterior

Entre las fortalezas del sector del vino español se encuentra, sin lugar a dudas, la extraordinaria calidad de los caldos españoles. De hecho, muchos de los compradores internacionales, críticos y revistas de prestigio reconocen la excelente calidad del vino español. En este sentido podemos citar como ejemplo el hecho de que Robert Parker⁷ haya tomado la decisión de que Jay Miller (mano derecha del anterior) visite España varias veces al año para catar y puntuar los vinos españoles en las regiones donde se producen. Esto supone un reconocimiento al potencial de España ya que esto solo lo hace la publicación *Wine Advocate*⁸ con regiones

tan reconocidas como Burdeos, California o Ródano, entre otras.

Asimismo, España cuenta con una producción de vinos en cantidad suficiente como para tener un impacto global. Como se ha mencionado con anterioridad, este país posee la extensión de superficie de viñedo más grande del mundo y cuenta con una enorme diversidad de estilos y de variedades autóctonas, lo cual aporta relevancia día tras día en los mercados exteriores, ya que muchos consumidores internacionales comienzan a buscar nuevas regiones y uvas diferentes.

Igualmente, se identifica un extraordinario impulso exportador fruto de la combinación de tres factores: por un lado, una mentalidad empresarial consciente de la importancia de los mercados exteriores para nuestro vino; por otro lado, una revolución en las producciones, calidades y equipamientos técnicos que han favorecido la mejora sustancial de la calidad de los productos y la posibilidad de ajustar unos precios competitivos en el mercado; el tercer factor del impulso exportador es un mayor tamaño de las bodegas que ha permitido destinar recursos a la internacionalización progresiva de las bodegas españolas. Mentalidad y recursos, unido a calidades adecuadas a los nuevos consumidores que deben afrontarse, son las claves que explican esta mejora exportadora (Fernández, 2013).

Por lo tanto, es evidente que la exportación se presente como una salida estratégica clave de las bodegas españolas ante la caída del consumo interno (Gráfico 3).

En cuanto a las oportunidades en mercados exteriores ha de mencionarse la evolución positiva del consumo del vino español en Asia y EEUU. El consumo en EEUU ha aumentado un 6 por 100 en 2014, a pesar de la crisis, y un 25 por 100 en China. En EEUU el consumidor busca en estos momentos una mejor relación precio-calidad y la percepción que tienen los americanos es que España es el país que mejor ofrece esa relación (Gallego, 2014). No obstante, el consumidor americano, por su mentalidad, volverá a interesarse por ▷

⁷ Referente más importante del mundo entre los profesionales del vino.

⁸ Revista dirigida por Robert Parker, en la que escribe sobre los principales vinos y tiene una alta repercusión mediática a nivel mundial dentro del sector.



vinos de más alta gama, por lo que ahora es el momento idóneo para introducirse en este mercado. Asia, especialmente en Hong Kong, es el único lugar del planeta donde los vinos *premium* siguen teniendo éxito a pesar de la situación de la economía internacional. Aunque, por ahora, el interés se centra especialmente en los vinos de culto franceses, los asiáticos (como Corea del Sur, Singapur y China) ya empiezan a descubrir vinos de calidad procedentes de otros países.

7. Conclusiones

El vino español se encuentra con una demanda interior que solo es la cuarta parte de la producción, por lo que vender fuera es una necesidad, más que una opción, para mantener los viñedos y la actividad de más de 2.000 bodegas que operan en el exterior. El problema sin resolver es la existencia en el sector del vino español de dos mundos paralelos: uno de ellos está destinado a los vinos de gran calidad y precios elevados, que se mantiene en mercados tradicionales y abre cada año nuevos horizontes; y otro mundo, formado por cientos de cooperativas y bodegas, que se sostiene con la venta de producto a granel y que, gracias a precios bajos, aumentan

con fuerza sus ventas en terceros países y tapan los agujeros de otros países que sufren malas campañas. Los datos de 2014 no hacen sino poner en evidencia la necesidad de trabajar en el alto posicionamiento en los mercados mundiales de los vinos de mayor calidad, y avanzar en la generación de valor añadido al producto, envasándolo con marca propia. A continuación se exponen algunas estrategias comerciales sugeridas a las empresas bodegueras españolas.

- La diversificación de cartera, la posibilidad de disponer de una cartera de productos más amplia para acceder a más nichos de mercado y a segmentos desatendidos.
- Buscar la consolidación o activación de las ventas al extranjero, que permita abrir nuevos mercados y nuevos clientes potenciales, y la internacionalización buscando tener cierta presencia en el mercado, ya bien sea productiva, comercial o logística y con la búsqueda de socios locales.
- Apostar por acciones de promoción en destino mostrando los vinos españoles por medio de misiones comerciales directas, visita a ferias o realización de *showcooking* o catas dirigidas de producto. Igualmente, se aconseja realizar acciones de promoción inversas, es decir, invitar a potenciales compradores y/o prescriptores a visitar las bodegas españolas y conocer la superficie donde se cultiva, el proceso productivo y la cultura de vino propia de la zona. ▷

- Reinvertir beneficios en innovación, tanto en procesos productivos para mejorar la calidad de los caldos o la eficiencia en su producción, como en la comercialización del mismo o la presentación. El alto grado de internacionalización del vino hace que haya una continua adaptación a los muy diversos consumidores, ya que un vino con éxito en un mercado puede no tenerlo en otro, lo que incentiva a innovar para que los productos se adapten a los distintos mercados, pero también a los segmentos de un mismo mercado. Probablemente las innovaciones más trascendentales han sucedido en la enología, por su rápida incorporación y trascendencia para la creación de nuevos vinos, la posibilidad de crear productos de gran valor añadido incita a que la innovación sea constante. Igualmente, se recomienda apostar por la inversión en *marketing*, en aspectos como un *packaging* atractivo del producto para buscar la atención de los consumidores en un sector tan competitivo. El sector del vino está muy fragmentado y se caracteriza por multitud de pymes, cuya dimensión condiciona la introducción de innovaciones sustanciales. Ante esto se hace imprescindible ayuda tecnológica y profesional que proviene del sector público. Igualmente, las universidades junto con los centros de investigación y los centros tecnológicos deben jugar un papel importante, ya que son los principales generadores de investigación (Albisu, 2014).

- Atender las nuevas tendencias de los mercados y la identificación de nichos. Para ello es importante realizar una labor previa de investigación de mercados para identificar estas tendencias y nuevos nichos. Así, tendencias como el vino ecológico –donde en mercados como el centroeuropeo se demanda y el precio no es una barrera debido a que este concepto lo tienen más interiorizado que en otros mercados– constituye una oportunidad. Otra alternativa es llegar a segmentos *premium* donde la calidad de los caldos españoles sea identificada, por lo que los esfuerzos se deben centrar en la mejora del servicio y de la presentación (*packaging*) del mismo, para así poder justificar mayores precios y un mayor valor añadido.

- El uso de las nuevas tecnologías. Las nuevas herramientas surgidas de las tecnologías de

la información y la comunicación, especialmente Internet que se ha convertido en un poderoso instrumento para acercar las bodegas a los consumidores, generan ideas nuevas y oportunidades sobre cómo operar y competir en un nuevo entorno de *marketing* (Mollá, 2007). El desarrollo de la web 2.0 ha dado una dimensión más a este instrumento. Miles de *blogs* de prescriptores y redes sociales reúnen a personas relacionadas con el mundo del vino. Estas nuevas plataformas ayudan a fortalecer las antiguas –webs corporativas, páginas de ventas o comunicación por *email*– y mejorar las ventas *online*. Asimismo, estamos ante canales de comunicación más ágiles y rápidos que mejoran la toma de decisiones y suponen un contacto más directo con el consumidor. Se realiza de esta forma una comunicación más efectiva al tratarse de opiniones vertidas por los propios consumidores. De igual forma, es una vía para mejorar los números en el segmento de los jóvenes, al ser un medio usado y preferido por este colectivo.

- Por último, se propone un relanzamiento del producto y campañas de promoción, reforzando aspectos ligados al vino como su tradición cultural, su valor social, la imagen de estatus y prestigio del producto, la relación con el respeto al medio ambiente o los beneficios saludables. Además, podría resultar de interés para el sector seguir fortaleciendo la salida al exterior bajo una misma marca con prestigio como es la marca «España», incluso buscando relacionar la trilogía cultura-turismo-alimentación, ya que queda demostrado el éxito comercial que lleva una buena gestión de la marca de un país con aumento de relaciones bilaterales (Kilduff y Núñez, 2014). Otros países como Italia utilizan esta estrategia que les dota de mayor fortaleza para ser más competitivos en mercados internacionales.

Bibliografía

- [1] ALBISU, M. (2014). «Reflexiones en torno a la dinámica innovadora del sector del vino», *Cuadernos de estudios agroalimentarios*, septiembre, pp. 141-152. ▷

- [2] ESYRCE (2014). «Encuesta sobre superficies y rendimientos de los cultivos de España», *Boletín Anual del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España*. Disponible en: http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/boletin2014_tcm7-384110.pdf (recuperado el 7 de junio de 2015).
- [3] FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO (2014). «Memoria actividades 2014». Disponible en: http://www.fev.es/v_portal/informacion/informacionver.asp?cod=958&te=36&idage=1114&vap=0&npag=1 (rcuperado el 27 de mayo de 2015).
- [4] FERNÁNDEZ, C. (2013). «Rafael del Rey, director OeMv: Nuestro objetivo es elevar el precio medio del vino en exportación», publicado el 16/09/2013 en *Vinetur*. Disponible en: <https://www.vinetur.com/2013091613349/rafael-del-rey-director-oemv-nuestro-objetivo-es-elevar-el-precio-medio-del-vino-en-exportacion.html> [Recuperado el 15 junio 2015].
- [5] GALLEGO, L. (2014): *El mercado del vino en Estados Unidos*, ICEX España Exportación e Inversiones, Nueva York.
- [6] GUIRAO, G.; CANO, V.; LÓPEZ, M.; RODRÍGUEZ, M. y ROMERO, M. (2004). *Relación entre la frecuencia de consumo de vino y algunas características socioeconómicas de los individuos*, Departamento de Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría, Universidad de la Laguna.
- [7] INSTITUTO COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES DE ESPAÑA (2015). Estadísticas de Comercio Exterior ESTACOM. Disponible en: <http://estacom.icex.es/estacom/desglose.html> [Recuperado el 13 de junio de 2015].
- [8] INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2015). Disponible en: <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=51&dh=1> [Recuperado el 25 de junio de 2015].
- [9] INTRACEN (2015). Disponible en: <http://www.trademap.org/Index.aspx> [Recuperado el 16 de junio de 2015].
- [10] KILDUFF, K y NÚÑEZ, J. (2014). «Midiendo el éxito en la gestión de la imagen de un país: estudio de un caso», *Boletín Económico de ICE*, nº 3050, pp.59-68.
- [11] LANGREO, L. (2008). «Análisis del sector vitivinícola español», *Revista La Tierra Cuadernos*, nº 24, pp. 8-18.
- [12] MARTÍN CERDEÑA, V. (2014). «Consumo de alimentos y bebidas en España: datos recientes y tendencias en hogares, hostelería y restauración», *Revista Distribución y Consumo*, vol. 2, pp 5-11.
- [13] MERCADOS DEL VINO (2015). Disponible en: www.mercadosdelvino.com
- [14] MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE (2015). *Presentación de los datos de consumo alimentario en el hogar y fuera del hogar en España 2013*. Disponible en: http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/informeconsumoalimentacion2014_tcm7-382148.pdf
- [15] MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE (2014). Estadísticas. Disponible en: http://www.mma.es/portal/secciones/info_estadistica_ambiental/estadisticas_info/estadisticas_sectoriales.htm [Recuperado el 15 de mayo de 2015].
- [16] MOLLÁ, A (2007). «El marketing y la comercialización de productos agroalimentarios». *Mediterráneo económico*, nº 11, (Ejemplar dedicado a: Nuevos enfoques del *marketing* y la creación de valor. Coordinado por María Jesús Yagüe), pp. 339-352.
- [17] ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA VIÑA Y EL VINO (2015). Disponible en: http://www.oiv.int/oiv/info/esstatoivextracts2/Publicaciones_OIV: <http://www.oiv.int/oiv/info/espublicacionoiv> [Recuperado el 16 de junio de 2015].
- [18] OBSERVATORIO ESPAÑOL DEL MERCADO DEL VINO (2015). Disponible en: <http://www.oemv.es/esp/estadisticas-3p.php> (Recuperado el 13 de junio de 2015).
- [19] PIQUERAS, J. (1997). «La exportación del vino de España. Los efectos de la integración en la Unión Europea», *Cuadernos de Geografía*, nº 61, pp. 117-143.
- [20] SANTOS, L.; FUENTES, F. y SÁNCHEZ, S. (2009). «Comercio exterior de vinos andaluces de calidad evolución y perspectivas», *Boletín Económico ICE*, nº 2978, pp. 39-50.
- [21] VINETUR (2013). *Las importaciones de vino en España crecen un 112,7 por 100 en volumen*, publicado el 28/05/2013. Disponible en: <https://www.vinetur.com/2013052812466/las-importaciones-de-vino-en-espana-crecen-un-1127-en-volumen.html> [Recuperado el 23 de junio de 2015].
- [22] WINE INSITUTE (2015). Disponible en: <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics>

SUSCRIPCIÓN ANUAL

BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (12 NÚMEROS)			
	ESPAÑA 1 año	UNIÓN EUROPEA 1 año	RESTO DEL MUNDO 1 año
SUSCRIPCIÓN	65,00 €	85,00 €	85,00 €
Gastos de envío España	5,76 €	24,36 €	30,00 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	2,83 €		
TOTAL	73,59 €	109,36 €	115,00 €

EJEMPLARES SUELTOS

BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA			
	ESPAÑA 1 ejemplar	UNIÓN EUROPEA 1 ejemplar	RESTO DEL MUNDO 1 ejemplar
NÚMERO SUELTO	7,00 €	9,00 €	9,00 €
Gastos de envío España	0,48 €	2,03 €	2,50 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	0,30 €		
TOTAL	7,78 €	11,03 €	11,50 €
BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA			
	ESPAÑA 1 ejemplar	UNIÓN EUROPEA 1 ejemplar	RESTO DEL MUNDO 1 ejemplar
NÚMERO SUELTO EXTRAORDINARIO	12,00 €	15,00 €	15,00 €
Gastos de envío España	0,48 €	2,03 €	2,50 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	0,50 €		
TOTAL	12,98 €	17,03 €	17,50 €

DATOS

Nombre y apellidos

Empresa

Domicilio

D.P. Población

N.I.F.

Teléf. Fax.

Email

Transferencia a la cuenta de ingresos por venta de publicaciones del Ministerio de Economía y Competitividad.
IBERCAJA. Calle Alcalá 29. 28014 MADRID (ESPAÑA)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE: 2085-9252-07-0330598330
CÓDIGO BIC DE IBERCAJA: CAZRES22
IBAN: ES47 2085-9252-07-0330598330



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA Y
COMPETITIVIDAD

SUBSECRETARÍA
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
SUBDIRECCIÓN GENERAL
ESTUDIOS, INFORMACIÓN Y PUBLICACIONES

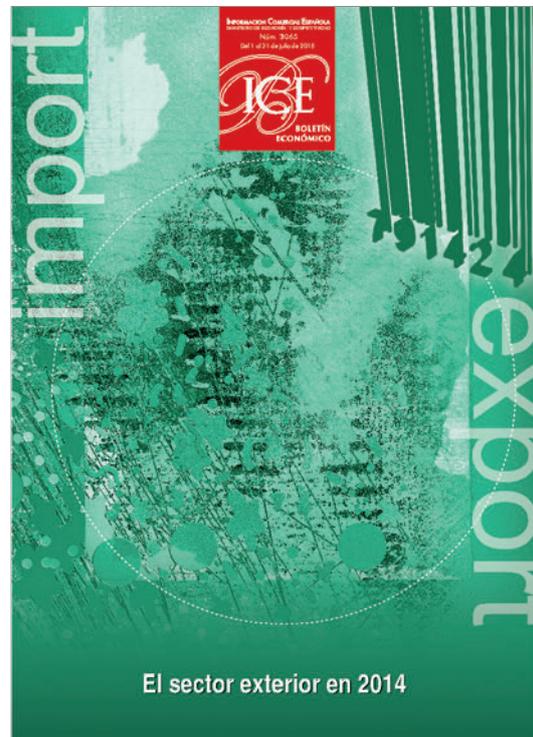
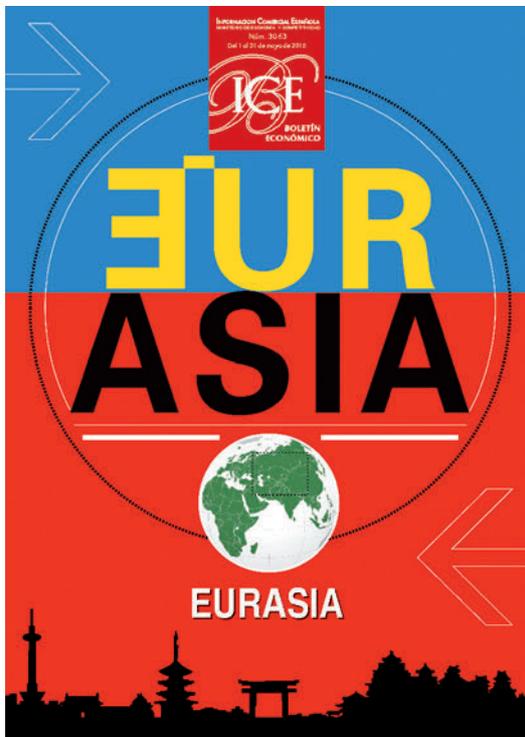
Suscripciones y ventas por correspondencia:

Paseo de la Castellana, 162 8ª Planta 28046 Madrid. Teléfono 91 583 55 07/06

Suscripciones a través de la página web del Ministerio de Economía y Competitividad

distribucionpublicaciones@mineco.es

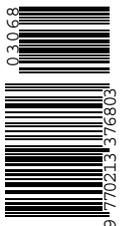
ÚLTIMOS MONOGRÁFICOS PUBLICADOS



BOLETÍN ECONÓMICO

ICE

INFORMACION COMERCIAL
ESPAÑOLA



• 7€+IVA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y COMPETITIVIDAD