

Economía & Profesionales

Información las 24 horas en **CincoDías.com**

Retos para reactivar el crecimiento

España se vuelca en exportar a los emergentes para sortear la crisis

Las ventas fuera de la zona euro tocan máximos históricos y permiten que el déficit comercial baje al 2% del PIB, casi 80.000 millones menos que en el inicio de la crisis

Las exportaciones de bienes y servicios y la entrada de turistas extranjeros han servido para compensar el desplome que el consumo y la inversión pública han sufrido en 2012. Ese esquema se repetirá este año, aunque con cambios. La recesión en la zona euro obligará a buscar oportunidades de venta en países emergentes y a captar turistas fuera de los mercados tradicionales, como Reino Unido, Francia o Alemania.

CARLOS MOLINA *Madrid*

La zona euro, tradicional refugio de los exportadores españoles, se ha convertido en una ratonera para aquellas empresas españolas que confiaban el futuro de sus compañías a la buena evolución de las 17 economías que comparten el euro. Todos los organismos internacionales coinciden en que la zona euro estará en recesión este año y que, excepto Alemania, el resto de grandes países, como Italia o Francia, experimentará caídas del PIB. Una muy mala señal para España que depende en gran medida de sus vecinos europeos. Entre enero y octubre, las exportaciones españolas se elevaron a 185.105 millones, con un alza del 4,2%, con un comportamiento muy diferenciado: las ventas a la zona euro han caído un 2,1%, mientras que las exportaciones fuera de esa región económica han subido un 11,3%. De este modo, las ventas a los emergentes han tocado máximos y ya suponen el 50,4% del total, un nuevo récord histórico.

Este factor, unido al desplome de las importaciones, ha propiciado que el déficit comercial, uno de los principales desequilibrios que arrastraba la economía española, se haya corregido de forma acelerada desde el inicio de la crisis. De los 100.000 millones registrados en 2007 se ha pasado a los 20.000 con los que está previsto cerrar en 2012, lo que supone un ajuste de 80.000 millones en cinco años. Pese a ello, el Ejecutivo y las empresas tienen que perseverar en su trabajo para elevar la cuota en los emergentes, puesto que Francia, Alemania e Italia siguen siendo nuestros principales socios comerciales. Con una cuota de mercado del 16,3%, del 10,4% y del 7,4%, respectivamente, los tres aglutinan un tercio de las exportaciones y siguen suponiendo una parte muy importante. Por



Trabajadores chinos en una línea de montaje de coches en la provincia de Jiangsu. REUTERS

ello, el Ejecutivo y las empresas se han impuesto como principales deberes para este ejercicio elevar su presencia en países emergentes, aislados en general de la debacle mundial. Buena prueba de ello es que tres de las cuatro últimas cumbres internacionales de alto nivel, en las que hay encuentros de carácter político y empresarial, se han celebrado en naciones en vías de desarrollo (Argelia, Turquía y Marruecos) mientras que la última se celebró en Francia.

Joaquín Trigo, director general del Instituto de Estudio Económicos (IEE), señala que la principal incógnita reside en que son pocos los productos y pocas las empresas españolas que se lanzan al mercado exterior. "Por estos motivos, ahora más que nunca, es el momento de adoptar todo tipo de medidas que incentiven la creación de empresas capaces de vender sus productos en el exterior", subraya. Trigo considera que las medidas prioritarias deben ir encaminadas a favorecer el acceso a la financiación de las pequeñas y medianas empresas con capa-

Tres de las últimas grandes cumbres comerciales se han celebrado en Marruecos, Argelia y Turquía

cidad para exportar. "Es tan necesario aumentar la financiación como reducir el riesgo que asumen las entidades financieras a la hora de conceder un crédito, así como potenciar la figura de las empresas de capital riesgo, que ofrecen una alternativa a la necesidad de financiación", remarca.

La ampliación de la base exportadora será clave para evitar la merma que está sufriendo nuestra cuota exportadora mundial, que se ha situado en mínimos históricos (1,55%) en el acumulado entre enero y septiembre. Esta supuesta contradicción (la cuota baja y las exportaciones crecen) se ha producido por el mayor avance experimentado por países emergentes como China, Corea, Singapur, India o Taiwán, cuyas ventas al exterior crecen con rapidez. Un buen ejemplo de esta tendencia es China, con una cuota del 10,8%, que se ha situado en el primer puesto de la clasificación mundial y ha abierto brecha con respecto a sus dos inmediatos perseguidores (Estados Unidos y Alemania).

Pero no solo hay que ampliar el número de países a los que se vende, sino también diversificar la composición sectorial de las ventas al exterior. El primer sector exportador no ha sufrido cambios y sigue siendo los bienes de equipo, con una cuota del 19,3% del total, gracias al buen momento de las ventas de maquinaria industrial. Tradicionalmente, la automoción había ocupado el primer o segundo lugar de la clasificación y se ha visto relegado al cuarto, en favor de los alimentos (con una cuota del 14,8% sobre el total) y de los productos químicos (14,4%). Las exportaciones de automóvil aglutinaron un 13,9% de las ventas al exterior con una caída anual del 10%. La principal razón para esa debacle, la más importante dentro de todo el tejido industrial, obedece a la crisis económica en Francia y Alemania, nuestros dos principales clientes, lo que ha reducido considerablemente los pedidos y la capacidad productiva de las fábricas. Todos los expertos consultados por **CincoDías** coinciden en que la conso-

Economía & Profesionales

Información las 24 horas en **CincoDías.com**

Retos para reactivar el crecimiento

España se vuelca en exportar a los emergentes para sortear la crisis

Las ventas fuera de la zona euro tocan máximos históricos y permiten que el déficit comercial baje al 2% del PIB, casi 80.000 millones menos que en el inicio de la crisis

Las exportaciones de bienes y servicios y la entrada de turistas extranjeros han servido para compensar el desplome que el consumo y la inversión pública han sufrido en 2012. Ese esquema se repetirá este año, aunque con cambios. La recesión en la zona euro obligará a buscar oportunidades de venta en países emergentes y a captar turistas fuera de los mercados tradicionales, como Reino Unido, Francia o Alemania.

CARLOS MOLINA *Madrid*

La zona euro, tradicional refugio de los exportadores españoles, se ha convertido en una ratonera para aquellas empresas españolas que confiaban el futuro de sus compañías a la buena evolución de las 17 economías que comparten el euro. Todos los organismos internacionales coinciden en que la zona euro estará en recesión este año y que, excepto Alemania, el resto de grandes países, como Italia o Francia, experimentará caídas del PIB. Una muy mala señal para España que depende en gran medida de sus vecinos europeos. Entre enero y octubre, las exportaciones españolas se elevaron a 185.105 millones, con un alza del 4,2%, con un comportamiento muy diferenciado: las ventas a la zona euro han caído un 2,1%, mientras que las exportaciones fuera de esa región económica han subido un 11,3%. De este modo, las ventas a los emergentes han tocado máximos y ya suponen el 50,4% del total, un nuevo récord histórico.

Este factor, unido al desplome de las importaciones, ha propiciado que el déficit comercial, uno de los principales desequilibrios que arrastraba la economía española, se haya corregido de forma acelerada desde el inicio de la crisis. De los 100.000 millones registrados en 2007 se ha pasado a los 20.000 con los que está previsto cerrar en 2012, lo que supone un ajuste de 80.000 millones en cinco años. Pese a ello, el Ejecutivo y las empresas tienen que perseverar en su trabajo para elevar la cuota en los emergentes, puesto que Francia, Alemania e Italia siguen siendo nuestros principales socios comerciales. Con una cuota de mercado del 16,3%, del 10,4% y del 7,4%, respectivamente, los tres aglutinan un tercio de las exportaciones y siguen suponiendo una parte muy importante. Por



Trabajadores chinos en una línea de montaje de coches en la provincia de Jiangsu. REUTERS

ello, el Ejecutivo y las empresas se han impuesto como principales deberes para este ejercicio elevar su presencia en países emergentes, aislados en general de la debacle mundial. Buena prueba de ello es que tres de las cuatro últimas cumbres internacionales de alto nivel, en las que hay encuentros de carácter político y empresarial, se han celebrado en naciones en vías de desarrollo (Argelia, Turquía y Marruecos) mientras que la última se celebró en Francia.

Joaquín Trigo, director general del Instituto de Estudio Económicos (IEE), señala que la principal incógnita reside en que son pocos los productos y pocas las empresas españolas que se lanzan al mercado exterior. "Por estos motivos, ahora más que nunca, es el momento de adoptar todo tipo de medidas que incentiven la creación de empresas capaces de vender sus productos en el exterior", subraya. Trigo considera que las medidas prioritarias deben ir encaminadas a favorecer el acceso a la financiación de las pequeñas y medianas empresas con capa-

Tres de las últimas grandes cumbres comerciales se han celebrado en Marruecos, Argelia y Turquía

cidad para exportar. "Es tan necesario aumentar la financiación como reducir el riesgo que asumen las entidades financieras a la hora de conceder un crédito, así como potenciar la figura de las empresas de capital riesgo, que ofrecen una alternativa a la necesidad de financiación", remarca.

La ampliación de la base exportadora será clave para evitar la merma que está sufriendo nuestra cuota exportadora mundial, que se ha situado en mínimos históricos (1,55%) en el acumulado entre enero y septiembre. Esta supuesta contradicción (la cuota baja y las exportaciones crecen) se ha producido por el mayor avance experimentado por países emergentes como China, Corea, Singapur, India o Taiwán, cuyas ventas al exterior crecen con rapidez. Un buen ejemplo de esta tendencia es China, con una cuota del 10,8%, que se ha situado en el primer puesto de la clasificación mundial y ha abierto brecha con respecto a sus dos inmediatos perseguidores (Estados Unidos y Alemania).

Pero no solo hay que ampliar el número de países a los que se vende, sino también diversificar la composición sectorial de las ventas al exterior. El primer sector exportador no ha sufrido cambios y sigue siendo los bienes de equipo, con una cuota del 19,3% del total, gracias al buen momento de las ventas de maquinaria industrial. Tradicionalmente, la automoción había ocupado el primer o segundo lugar de la clasificación y se ha visto relegado al cuarto, en favor de los alimentos (con una cuota del 14,8% sobre el total) y de los productos químicos (14,4%). Las exportaciones de automóvil aglutinaron un 13,9% de las ventas al exterior con una caída anual del 10%. La principal razón para esa debacle, la más importante dentro de todo el tejido industrial, obedece a la crisis económica en Francia y Alemania, nuestros dos principales clientes, lo que ha reducido considerablemente los pedidos y la capacidad productiva de las fábricas. Todos los expertos consultados por **CincoDías** coinciden en que la conso-

Retos para reactivar el crecimiento

LA OPINIÓN DE CINCO EXPERTOS

JOSÉ LUIS ZOREDA
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO
DE EXCELTUR

“No hay señales de mejora en el turismo interior”

La divergencia entre el turismo extranjero y el nacional se mantendrá en 2013. Para José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, supondrá un nuevo varapalo para las empresas turísticas, que ya han sufrido las consecuencias de una temporada muy mala. “No hay ninguna señal de mejora en el turismo interior. En 2012 se vio compensado por el crecimiento del extranjero, aunque las cuentas de resultados de muchas empresas resultaron afectadas”, apunta en clara relación a los hoteleros de zonas urbanas como Burgos, Santiago de Compostela o Madrid, que han visto reducida a mínimos su ocupación. Zoreda insta al Ejecutivo a no demorar la reestructuración en Iberia y Paradores pese a las presiones que está recibiendo para suavizarla.



BALBINO PRIETO
PRESIDENTE DEL CLUB
DE EXPORTADORES

“Las ventas al exterior crecerán si hay crédito”

El desplome de la zona euro, con la gran mayoría de países en recesión, ha cortado en seco la racha alcista que las exportaciones españolas habían encadenado a lo largo de 2012. Las dudas sobre la recuperación de la zona euro abren un panorama lleno de incertidumbres. “El próximo año las exportaciones seguirán creciendo toda vez que, y el Gobierno está trabajando para ello, se facilite el acceso al crédito a las pymes, bien a través del Banco Europeo de Inversiones (BEI) o del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o bien a través de avalar las garantías que se exigen a las empresas”, señala Balbino Prieto, presidente del Club de Exportadores. A su juicio, el vigor del sector exterior permitirá también crear empleo “estable y de alta calidad”.



JUAN DE LUCIO
DIRECTOR DE ESTUDIOS DE
LAS CÁMARAS DE COMERCIO

“La demanda nacional seguirá cayendo”

El responsable del servicio de estudios de las Cámaras de Comercio cree que las perspectivas de la economía española para 2013 relativas a la cifra de negocio de las empresas tendrán su sustento en la evolución de las ventas al exterior. “La demanda nacional seguirá cayendo como consecuencia de la evolución de la renta disponible, del mercado de trabajo y de la incertidumbre. Por el contrario, la demanda externa mantendrá una evolución positiva compensando parcialmente la caída de la demanda doméstica”, admite. De Lucio destaca el hecho de que las exportaciones estén siendo capaces de seguir avanzando más rápidamente que las de nuestros socios europeos, “en un entorno de desaceleración de la actividad económica internacional”.



ANTONIO GARCIA PONS
DIRECTOR GENERAL
DE SERCOBE

“Hay que elevar las exportaciones a Latinoamérica”

Representa los intereses de las empresas de bienes de equipo, el primer sector exportador de España, con una cuota del 19,3%. Garcia Pons prevé que el año se pueda cerrar con una ligera caída de las ventas y mantiene muchas dudas sobre la evolución de 2013. “Hay que elevar las exportaciones a los emergentes. El comercio exterior seguirá siendo determinante para compensar el desplome de la demanda interna del país con cifras positivas, pero tendremos que poner todo nuestro empeño en buscar nuevas oportunidades de expansión que garanticen el éxito de las exportaciones. Los mercados de Latinoamérica, África mediterránea, la zona occidental subsahariana y Oriente Medio son actualmente algunos de los más interesantes para las empresas del sector”.



JOSÉ MARÍA GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL
DE EUROPCAR IB

“El turismo morirá de éxito con más impuestos y tasas”

Frente al desplome generalizado de la construcción o de la industria, el turismo es de los pocos sectores que ha logrado mantener la actividad y el empleo en 2012. Ese factor es, a juicio de González, el principal riesgo que puede correr este ejercicio. “Pequeña el turismo como motor económico en los servicios. Las buenas cifras de llegadas de turistas extranjeros lo hacen objeto de nuevos deseos impositivos”. Y para ello recuerda el ajuste en los Presupuestos de 2013, el incremento de tasas en Aena, la subida del IVA, la tasa turística en Cataluña, el incremento del IBI en municipios turísticos o los impuestos al alquiler de coches en Baleares. “Creo que, si seguimos así, el turismo en España morirá de éxito”, remarca.



lidación del sector exterior pasa por reabrir el grifo del crédito, eliminar la gran maraña de trámites burocráticos y aprobar incentivos fiscales para impulsar la actividad de las empresas, en especial de las más pequeñas. En el último informe *Doing Business*, que elabora el Banco Mundial para medir las barreras existentes en un país para la actividad empresarial, España aparecía en la posición 44 y retrocedía hasta la 55 en las facilidades para el comercio exterior. Rafael Doménech, economista jefe de BBVA Research, considera que el Gobierno debería marcarse como objetivo estratégico cambiar todas las regulaciones necesarias “para pasar a estar, por ejemplo, entre las 10 primeras economías mundiales en cada una de esas categorías en un plazo limitado de tiempo”. Este servicio de estudios presentó a finales de diciembre un extenso estudio sobre la internacionalización de la empresa española, en el que incidía en impulsar cambios fiscales para mejorar su competitividad en el exterior.

En primer lugar abogaba por una devaluación fiscal (rebaja de cotizaciones empresariales y aumento de la imposición indirecta) como la forma más rápida para mejorar la competitividad, con efectos similares a los de una devaluación del tipo de cambio. Según sus cálculos, un aumento del IVA de dos puntos acompañado de una disminución de las cotizaciones sociales podría propiciar un aumento del 1,2% del empleo, del 0,93 del PIB y del 1,1% en las exportaciones dos años después de su implantación. También sugerían un período transitorio de cuatro años con tipos marginales bajos en el IRPF para atraer capital humano.

Traslado de turistas

El turismo es el paradigma de un sector con unas muy buenas constantes vitales, pero al que le acechan las mismas incertidumbres que al comercio exterior. El Ejecutivo espera que la llegada de turistas extranjeros rozará los 58 millones de visitantes al cierre de 2012, lo que supone volver a los niveles registrados pre-

Los bienes de equipo se consolidan como el primer sector exportador y el automóvil pierde fuerza frente a la química y la alimentación

vios a la crisis. Detrás de todos estos datos positivos subyace otra realidad: gran parte del incremento de visitas se ha producido por la situación de inestabilidad política que se vive en el norte de África desde hace dos años, lo que ha provocado un trasvase desde Egipto o Túnez hacia los destinos españoles de sol y playa. La llegada masiva de turistas rusos –el primer mercado emisor de visitantes a Egipto es Rusia, con casi tres millones al año a España– ofrece una visión adecuada de ese fenómeno. En los dos años en los que se han sucedido conflictos en el norte de África, los visitantes rusos se han duplicado pasando de 585.000 a 1,1 millones. La comunidad más beneficiada ha sido Cataluña, destino tradicional de estos visitantes, que podría cerrar el año con un récord histórico de 15 millones de entradas.

Pero este trasvase de turistas no será eterno. Y es en esa advertencia donde ponen el énfasis los empresarios del sector a la hora de reclamar ayudas e incentivos para tratar de que los es-

pañoles vuelvan a hacer desplazamientos internos y no se vean atenazados por la mala situación económica. El objetivo es tratar de que el turismo nacional compense la previsible caída que sufrirá el extranjero en el medio plazo. Los principales representantes de la hostelería, la restauración o las agencias de viajes mantuvieron una reunión a mediados de diciembre con el ministro de Industria, Turismo y Energía, José Manuel Soria, para lanzarle un SOS sobre la delicada situación de un gran número de empresas que dependen del turismo nacional. Y para ello le pidieron que renueve líneas de financiación que se han suspendido o la posibilidad de que se aplacen pagos a la Seguridad Social para tratar de garantizar la actividad y el empleo. Soria se comprometió a buscar una solución; y, además, dejó claro que el IVA que grava las actividades turísticas seguirá en el 10% frente a las presiones del FMI o la OCDE para subirlo al 21%.