

»» Primer plano.

# La solución está ahí fuera

El sector exportador responde al reto que plantea a España una demanda interna deprimida

ALEJANDRO BOLAÑOS

Las empresas exportadoras fueron las primeras en sufrir la Gran Recesión, anunciada por un colapso del comercio internacional a finales de 2008. Ahora constituyen el único motor en marcha de la economía española, que todavía vuela muy bajo. Si en el arranque del año el consumo volvió a congelarse, enfriado por el paro, la desconfianza y las dificultades para lograr financiación, el sector exterior metió otra marcha: entre enero y marzo, las ventas de mercancías aumentaron un 7,5% respecto al trimestre anterior. Es un ritmo desenfadado (equivale a un alza del 30% en un año), más propio de China, muy superior al de otros países europeos. ¿Es el embrión de una recuperación distinta?, ¿de un modelo económico más equilibrado?

Para muchas empresas, vender en otros países es más que una opción, una necesidad. La falta de pedidos en el deprimido mercado español señala el camino. "Claro que hemos notado ese bajón", señala Juan Pla, gerente de Lidem, una empresa valenciana especializada en el diseño de maquinaria para el sector textil. "Lo hemos compensado diversificando, produciendo máquinas para la industria del reciclado de plástico. Y con más exportación".

Pla atiende al teléfono desde Colonia (Alemania), donde asiste a una feria del sector. Lidem nació hace 18 años en Ontinyent y lidó desde el principio en uno de los sectores, el textil, más expuestos a la globalización, a la competencia de las economías asiáticas emergentes. "La idea era abastecer a la comarca, pero pronto vimos que eso nos limitaba el crecimiento. Y que, en calidad y tecno-

logía, podíamos competir con cualquiera". Dieron entonces un salto, que Pla tilda de "cuántico": sus máquinas se venden ahora en una decena de países latinoamericanos y europeos, con ingresos que aportan más del 20% de su facturación (alrededor de 1,5 millones). Lo intentan en Estados Unidos, "un mercado muy exigente". Y el reto es Asia: "Ya hemos colocado máquinas en India, y estamos abriendo mercado en Pakistán y Bangladesh". Sería la culminación de un trayecto circular: vender máquinas en los países que han copado la fabricación mundial de productos textiles.

Como ocurrió con el comercio mundial, que perdió una quinta parte de su valor en meses, la crisis golpeó con dureza a las exportaciones españolas: a principios de 2009, las ventas habían retro-

La venta al exterior de mercancías se elevó un 7,5% en el primer trimestre

Las exportaciones suponen el 18% del PIB español, frente al 40% de Alemania

cedido a niveles de seis años antes. "Pero el 90% de las pérdidas se concentró en empresas que ya exportaban, que no abandonaron. En cuanto se recuperó el comercio internacional, también lo hizo el sector exterior español", señala Juan José de Lucio, director del servicio de estudios de las Cámaras de Comercio.



El último informe de la Organización Mundial del Comercio (OMC) revela que la recuperación fructificó en 2010. El crecimiento real de las exportaciones (14,5%) triplicó el crecimiento del PIB mundial (5%), lo que permitió recobrar el nivel de 2008. "Es razonable pensar que las exportaciones seguirán aumentando a mayor ritmo que el PIB global. La crisis no ha afectado a las estructuras del comercio mundial", explica Willy Alfaro, consejero de Políticas Comerciales de la OMC, "y la expansión de las cadenas globales de producción continúa".

En sintonía con el comercio internacional, las exportaciones españolas también se recuperaron en 2010, aunque el informe de la OMC revela una pérdida de peso: la cuota habría descendido al 1,6% de las ventas mundiales, cuando España había resistido hasta ahora el embate de los emergentes. Los expertos creen que la OMC acabará revisando al alza los datos de 2010. Y, si se consolida el reciente acelerón —el nivel de exportaciones ya está por encima del pico de 2008—, el sector exterior recuperará buena parte del terreno perdido.

"Habría que crear el Día del Exportador", proclamó José Carlos Díez, economista jefe de InterMoney, tras conocer el detalle del PIB del primer trimestre, publicado hace diez días. Las cifras no podían ser más elocuentes: la economía española crece —un 0,8% respecto al año anterior—, en exclusiva, por la aportación del sector exterior. Los servicios de estudios adaptaron sus previsiones económicas. Pero con matices: "El reducido peso de las exportaciones de bienes en el PIB conlleva una aportación al crecimiento limitada, incluso en un contexto

## El misterio de las exportaciones

POL ANTRÁS

La crisis financiera de 2008 y la subsiguiente Gran Recesión han desmascarado graves problemas estructurales en la economía española. Algunos economistas llevaban tiempo señalando que la anterior etapa expansiva no parecía sustentarse en sólidos fundamentos y que el casi nulo crecimiento en la productividad del trabajo en la última década era un grave motivo de alarma. En una economía como la española, sin moneda propia y con salarios que raramente se

ajustan a la baja, una pérdida relativa de productividad conlleva una paulatina erosión de su competitividad, un hecho que se vio reflejado en los diferenciales de inflación y crecimiento de costes laborales unitarios observados en España en relación con otros países de la zona euro durante la década de 2000. Además, la inexistencia de un mecanismo de devaluación competitiva no auguraba que la salida de la crisis fuese a llegar de la mano del sector exportador, como ocurrió en crisis pasadas.

A pesar de que la economía española aún dista mucho de haberse recuperado de la crisis, la solidez mostrada por las exportaciones españolas en los últimos meses ha sorprendido a muchos. Los últi-

mos datos de comercio exterior confirman esta tendencia y muestran un espectacular crecimiento de las exportaciones de mercancías en el primer trimestre del 2011, con un incremento de nada menos que un 23,4% con respecto al mismo período de 2010. Este aumento se produce, además, justo después de que las exportaciones españolas hubiesen crecido alrededor a un 17,4% en 2010.

¿A qué se debe esta sorprendente solidez de las exportaciones españolas?

Para los que durante los últimos meses hemos seguido de cerca la evolución del comercio mundial y del sector exportador español en particular, los últimos datos no son del todo sorprendentes. Ello se debe a dos razones.

En primer lugar, cabe recordar que el comercio mundial se desplomó durante los últimos meses de 2008 y gran parte de 2009, para luego repuntar con gran energía en el 2010. En este sentido, los alentadores datos de exportación españoles son una manifestación de una tendencia más general que se observa en varios países del mundo (aunque cabe reconocer que los últimos datos de 2011 son especialmente sobresalientes en el caso español).

En segundo lugar, las exportaciones españolas ya mostraron una asombrosa solidez durante el período 2000-2008. En particular, a pesar del notable deterioro reflejado en varios indicadores de competitividad, precio y coste de la economía española durante ese período, y a pesar de la irrupción de China en el mercado mundial, la cuota de mercado de las exportaciones españolas en el comercio mundial se mantuvo estable alrededor del 2% entre 2000 y 2008. Durante esta misma década, las cuotas de mercado de EE UU, Francia



Terminal de contenedores del puerto de Algeciras vista desde el interior de una grúa portacontenedores. /MARCOS MORENO

de gran dinamismo exportador”, sintetizó la Fundación de Cajas de Ahorros. En España, el valor de la venta de mercancías equivale al 18% del PIB, una proporción que llega al 25% en Italia, al 40% en Alemania y al 66% en Bélgica.

“Cuando la demanda interna cae como ahora, el sector exterior es una válvula de escape para muchas empresas”, señala Juan José de Lucio. Las exportaciones no crecían tanto desde 1994, precisamente cuando la economía española salía de su anterior recesión. Diego Rodríguez, profesor de Economía de la Universidad Complu-

tense de Madrid coincide: “Lo experimentado ahora era previsible, aunque quizá no tanto la intensidad. Viene dado por una falta de sincronía con Alemania y Francia, nuestros principales clientes, que crecen ya mucho más rápido que España”.

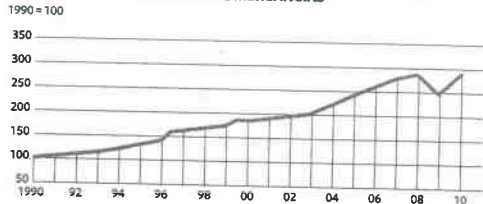
“La crisis en España va a ser larga, de modo que no veo más remedio que las empresas se si-

gan volcando en ganar mercados”, apuntala Francisco Alcalá, de la Universidad de Murcia. “En comparación con otros países europeos, la economía española todavía tiene un grado de apertura bajo, el margen para avanzar es amplio”, añade Alcalá, especialista del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE).

La recuperación del sector exterior tiene su contrapunto en el empleo. Uno de los trimestres más boyantes para las empresas exportadoras coincidió con el peor periodo en la historia reciente del mercado laboral, que acu-

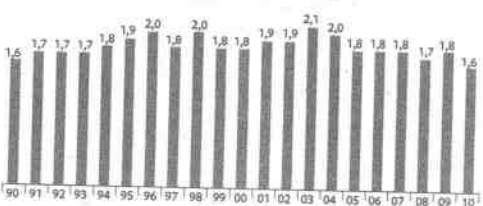
La evolución del comercio internacional

EXPORTACIONES MUNDIALES DE MERCANCÍAS



CUOTA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

En % sobre el valor de las exportaciones mundiales de mercancías



PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES EN 2010

En miles de millones de dólares

País	Exportaciones (miles de millones de dólares)	Cuota en %
China	1.578	10,4
EE UU	1.278	8,4
Alemania	1.269	8,3
Japón	770	5,1
Holanda	572	3,8
Francia	521	3,4
Corea del Sur	466	3,1
Italia	448	2,9
Bélgica	411	2,7
Reino Unido	405	2,7
Hong Kong	401	2,6
Rusia	400	2,6
Canadá	387	2,5
Singapur	352	2,3
México	298	2,0
Taiwan	275	1,8
Arabia Saudí	254	1,7
España	245	1,6
Emiratos Árabes	235	1,5
India	216	1,4

Fuente: Organización Mundial del Comercio

EL PAÍS

y el Reino Unido disminuyeron acentuadamente, mientras la cuota alemana aumentó ligeramente.

No es descabellado pensar que los mismos factores que explican el excelente comportamiento de las exportaciones españolas durante el periodo 2000-2008 son también claves para explicar lo ocurrido en 2010 y 2011. ¿Pero cuáles son estos factores? Como en toda resolución de un misterio, siempre es útil empezar descartando algunos sospechosos. En primer lugar, la robustez del sector exportador español durante 2000-2008 no parece debida a un crecimiento desproporcionado en ciertos sectores, aunque es justo señalar que las exportaciones de bienes de equipo han tendido a crecer a una tasa superior que en el resto de sectores (y también se desplomaron en mayor medida durante la crisis).

Tampoco parece que la robustez se pueda explicar mediante una expansión geográfica hacia economías con altas ta-

das de crecimiento o hacia mercados con bajos niveles de competencia, donde las bajadas relativas de competitividad podrían conllevar pérdidas significativas en cuotas de mercado. La inversión extranjera directa tampoco parece desempeñar un papel fundamental: al contrario, y de forma un tanto sorprendente, los datos de la Encuesta de Estrategias Empresariales sugieren que el crecimiento de las exportaciones fue menor en las empresas con participación de capital extranjero y en las empresas con participación en empresas extranjeras.

La clave para resolver el misterio radica en la existencia de una enorme heterogeneidad en el tejido empresarial español. Como los índices de competitividad sugieren, en España hay un gran número de pequeñas y medianas empresas con niveles de productividad muy por debajo de la media europea. Sin embargo, en España hay también varias empresas que son líderes mundiales en sus ramas. Y no se trata

de dos o tres empresas. Si uno toma el conjunto de empresas con más de 250 empleados, resulta que estas grandes empresas españolas son significativamente más productivas que sus homólogas europeas e, incluso, alcanzan el nivel de productividad de las grandes empresas americanas. Además, durante el periodo 2000-2008,

La dualidad del sector exterior español recuerda a la observada en la Liga de Fútbol Profesional

sus costes unitarios laborales crecieron a menor ritmo que en otros países europeos (con la posible excepción de Alemania). La solidez de las exportaciones españolas tiene mucho que ver con la alta competitividad de este reducido grupo de grandes

empresas, como refleja el hecho de que, durante el periodo 2000-2008, el crecimiento de las exportaciones fue marcadamente mayor para estas grandes empresas que para las empresas pequeñas y medianas.

En cambio, el dinamismo de las exportaciones quita hierro a una de las críticas recurrentes a la economía española: su falta de

Para acabar, y si se me permite una analogía, la dualidad del sector exterior español recuerda un poco a la observada en la Liga de Fútbol Profesional, en la que, a raíz de serios problemas estructurales, la mayor parte de los equipos no son competitivos y varios clubes se encuentran inmersos en una grave situación económica, mientras los dos equipos más poderosos del país parecen haber consolidado o incluso mejorado su posición en el ranking mundial de clubes, al mismo tiempo que la cuota española de títulos continentales parece haberse mantenido constante o incluso aumentado. ■

Pol Antràs es catedrático de Economía de la Universidad de Harvard

PASA A LA PÁGINA 6

## »Primer plano.

VIENE DE LA PÁGINA 5

competitividad. "Si hacemos caso a los costes laborales o a los precios, habríamos perdido competitividad. Pero la conclusión no es tan clara si hablamos de precios industriales o de índices de comercio exterior" resume De Lucio. "La paradoja se explica porque hay dos realidades cada vez más disociadas: las empresas que exportan [apenas 100.000 de los 3,2 millones de las empresas activas en España] son más productivas, más innovadoras, de mayor tamaño, con empleo más estable, con mayor movilidad interna, acceden a mercados financieros más sofisticados y son más competitivos en la captación de contratos públicos", detalla.

Francisco Alcalá, del IVIE, contempla el mismo fenómeno, pero desde otro punto de vista: "En España ha habido trabajadores con muy poca cualificación que han ganado mucho dinero y otros con una cualificación elevada que han recibido salarios exigüos. Las

El sector exportador es poco intensivo en mano de obra y muy competitivo

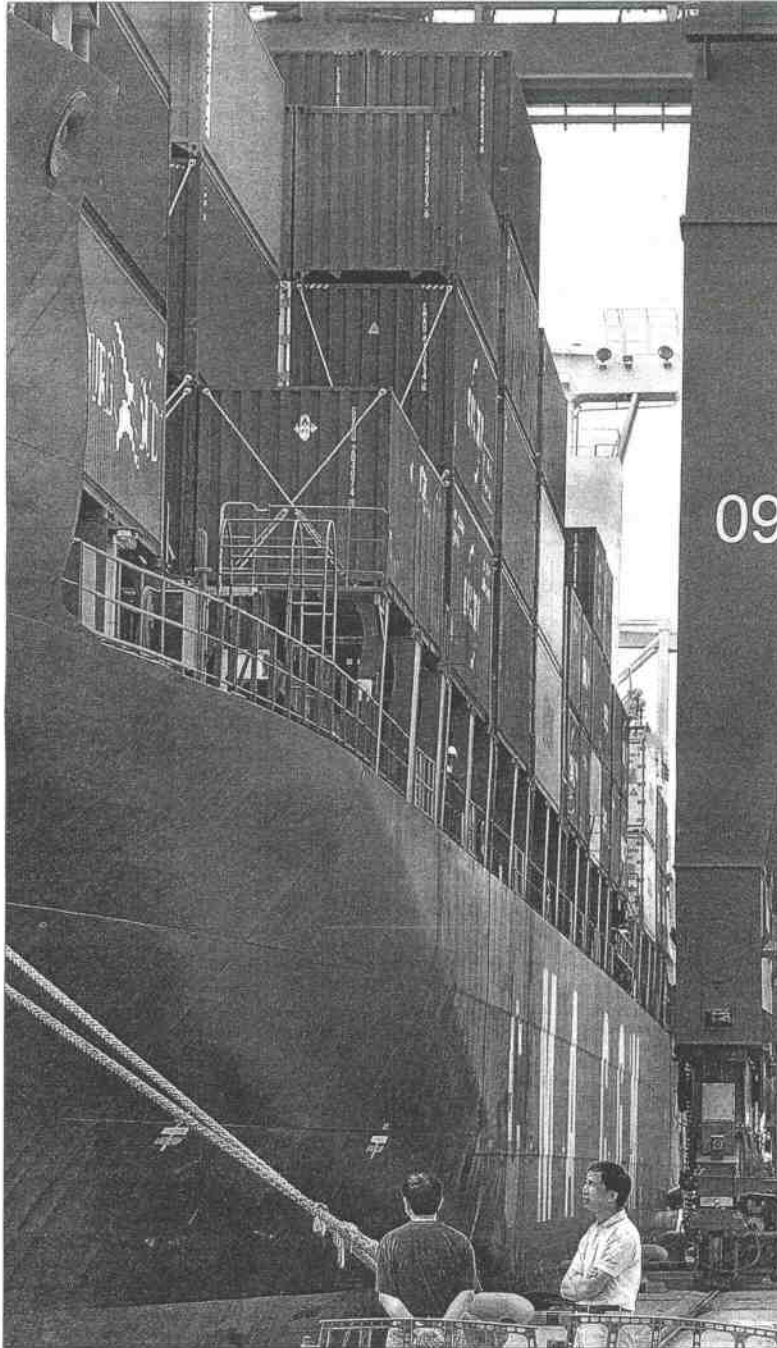
Asia gana peso, poco a poco, en las ventas españolas al exterior

empresas exportadoras emplean trabajadores cualificados, cuyo salario relativo no es tan elevado en términos internacionales".

Presionadas por la debilidad de la demanda interna, las empresas españolas deben seguir ganando peso en los mercados exteriores. "Puede ser una de esas bendiciones disfrazadas que traen las crisis", explica Javier Santiso, de la escuela de negocios Esade. La oportunidad es subir en marcha al tren de los países emergentes. "La crisis empuja a las empresas españolas fuera de su zona de confort", indica Santiso, que fue economista jefe del centro de desarrollo de la OCDE. Una zona definida primero por su deprimido mercado doméstico y, para las que exportan, por Europa, que concentra un 68% de las ventas españolas y que es la región para la que se anticipa un crecimiento más lento en los próximos años. "Ahora hay muchos incentivos para apostar por Extremo Occidente [América Latina] y Extremo Oriente [Asia]", añade.

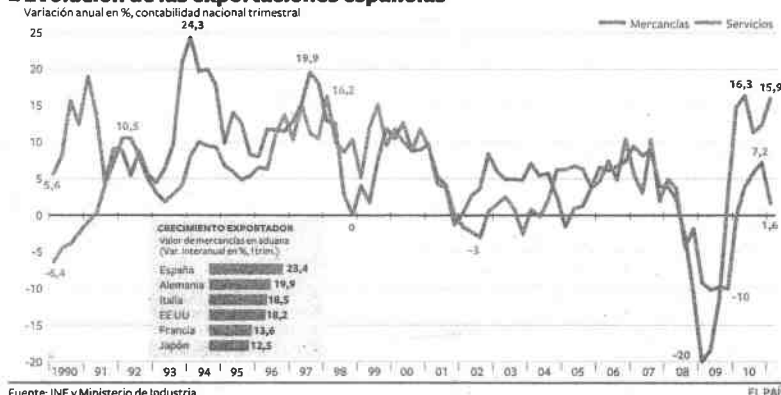
En la salida de esta crisis, hay algo distinto: un nutrido grupo de multinacionales españolas. "La internacionalización ha sido buena para muchas empresas, que han podido compensar las pérdidas en España con ganancias en otras regiones. Pero también lo es para la economía española en su conjunto", indica Santiso cuando se le inquiriere por los recortes de plantilla de algunas multinacionales en sus divisiones españolas.

El profesor de Esade recalca que el 60% del comercio mundial es "intrafirma" —entre las filiales de una misma compañía—. Y que, más allá de los ingresos fiscales,



Un barco carguero con contenedores en el muelle de Llovera del Puerto de Valencia. / CARLES FRANCESC

### Evolución de las exportaciones españolas



las multinacionales arrastran en su internacionalización a empresas complementarias (servicios financieros, consultoría, proveedores). Santiso sugiere aprovechar la expansión en América Latina para dar una vuelta de tuerca más: "¿Por qué no atraer a grandes multinacionales latinoamericanas para que instalen su sede europea en España?"

Con la crisis, se aprecia un incipiente cambio de tendencia. "Las exportaciones en Asia ganan terreno", certifica Alcalá. En 2006 suponían el 5% de las ventas españolas, en el primer trimestre de 2011, superaban el 7%. En Asia no se puede competir vía precio, no queda otra que meterse en nichos de productos sofisticados y de alto valor añadido. "El valor de las exportaciones de Alemania a China o India es diez veces superior al de las españolas. Y dos tercios de las exportaciones alemanas son de maquinaria avanzada, mientras que en el caso español es de un tercio", destaca Jesús Felipe, autor de un reciente libro so-

La crisis empuja a los exportadores a buscar mercados más distantes

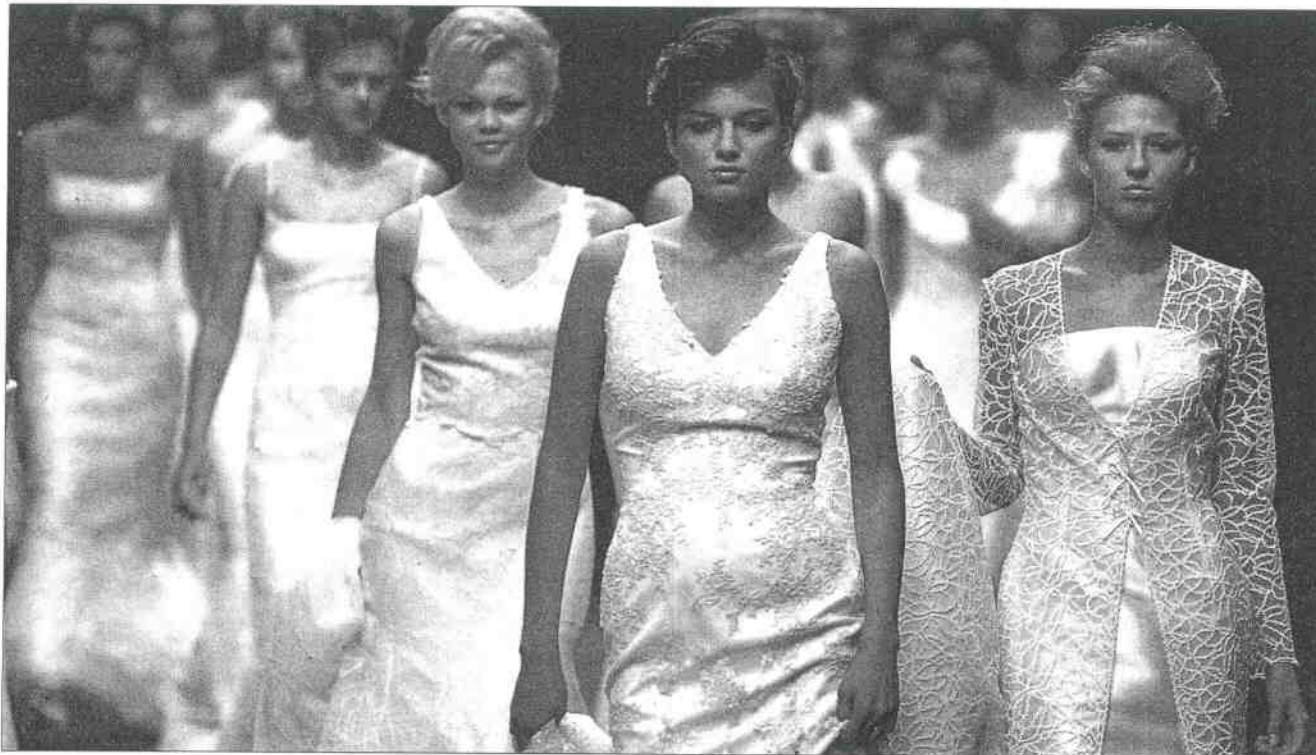
Las multinacionales españolas arrastran a otras firmas en su internacionalización

bre la zona (*Inclusive Growth, Full Employment and Structural Change. Implications and Policies for Developing in Asia*, Anthem Press).

"Asia es un continente enorme, con países muy distintos. Lo primero es conocer el país, saber cómo es tu sector en el mercado donde quieres vender, tener claro qué producto quieres colocar y desarrollar estrategias a largo plazo", aconseja Felipe, economista jefe del departamento de Asia Central y Occidental en el Banco Asiático para el Desarrollo. "Muchas veces será necesario aliarse con un socio local. Y lo que no falla es establecer relaciones personales, eso funciona en todos sitios", agrega Felipe.

Abrir mercados es muy distinto de cuando hace 12 años, Juan Pla, el gerente de Lidem, viajó por primera vez a México: "Fuimos sin conocer a nadie, buscando clientes en la guía telefónica, pateando calles y esperando horas y horas a que te recibieran". Ahora Internet y el acompañamiento de las Cámaras de Comercio y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) facilitan los contactos. "Lo esencial es buscar tu espacio en el mercado, hacer buenas presentaciones, defender los puntos fuertes de tu producto". Y, en esto coincide con el experto del Banco Asiático para el Desarrollo, "mucha relación personal, tienes que hacer amigos". Después de tres o cuatro visitas, Pla ya sabe si va bien. "En los países árabes te dan besos, en Latinoamérica, mucho abrazo y mucha palmas en la espalda". Lo que busca ahora el sector exterior español son efusivos cabezazos orientales. ■

## » Primer plano.



Desfile en la Pasarela Gaudí de la firma Pronovias, que ya tiene un 70% de su actividad en el exterior. /VICENS GIMÉNEZ

# 109.000 razones para exportar

La caída del mercado nacional obliga a las empresas españolas a vender fuera

SEBASTIÁN TOBARRA

Año 1959. La economía española está en pleno colapso. Los aranceles y los cupos protegen a la industria nacional. Se pone en marcha el Plan de Estabilización en plena dictadura. No se exporta, y se aprueba una superdevaluación de la peseta de 42 a 60 por dólar porque no hay reservas de divisas para pagar el petróleo.

Año 1986. Ingreso en la Comunidad Económica Europea, del que se cumplen ahora 25 años. Desaparecen poco a poco los aranceles al comercio exterior y la desgravación fiscal a la exportación, un premio a las escasas empresas, aunque crecientes en número, que exportaban entonces.

Año 2010. Hay 109.679 empresas exportadoras españolas, 12.000 más que antes de la crisis que arrancó en 2007, según el Instituto de Comercio Exterior (Icex). Unas ya son veteranas en vender fuera; otras lo hacen desde hace poco, y las hay que exportan empujadas por la caída del mercado interior.

En estas tres etapas la situación ha cambiado radicalmente. Cualquiera que frise o supere la cincuenta se acordará de las constantes devaluaciones de la peseta para impulsar la exportación y del premio fiscal con el que Hacienda reducía el impuesto de sociedades a los exportadores. Desde aquellas meritorias empresas exportadoras que recibían medallas —que aún perviven en

algunos casos— se ha pasado a una pléyade de compañías que venden en el extranjero de forma regular como lo pueden hacer en Toledo, Cáceres o Barcelona.

Hay casi 39.000 empresas de todos los sectores que venden fuera de forma regular, es decir, durante los últimos cuatro años seguidos, según la clasificación del Icex. Pero su número está estancado en algo más de un tercio del total de exportadoras desde hace unos años. La mayoría de

**El tirón exportador empezó el año pasado y se ha disparado en 2011**

**Hay sectores donde los crecimientos están siendo espectaculares**

las que exportan de forma regular son 24.000 pequeñas y medianas empresas que venden fuera hasta medio millón de euros cada una al año. Y junto a ellas hay casi medio millar de grandes empresas que suponen el 54% del valor total de los 185.700 millones de euros exportados el año pasado.

El tirón exportador empezó el año pasado y se ha disparado en los primeros meses de 2011. Las ventas de mercancías al exterior

han crecido un 23,4% en el primer trimestre de este año en tasa interanual, según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Hay sectores donde los crecimientos están siendo espectaculares.

Uno de los que más están exportando es el de maquinaria para la industria y el transporte, cuyas ventas han crecido al 26,1% en el primer trimestre del año en tasa interanual. O el automóvil y la química, ambos con el 18,1% de aumento. El textil crece un 14,1%. Dentro de él, la confección ha aumentado sus exportaciones un 18,2%. El sector de plásticos eleva sus ventas al extranjero un 24%, y el farmacéutico, un 18,2%. En todos estos sectores y en otros —como el papel, los abonos o las bebidas—, el aumento está por encima de los dos dígitos.

Las importaciones crecen menos que las exportaciones, y por eso la cobertura comercial ha mejorado en la mayoría de los sectores. Si a nivel global por cada 100 euros de importaciones de mercancías se exportan 80,50, muchos sectores españoles están por encima de esta tasa: bienes de equipo, 85,6%; automóvil, tradicionalmente muy volcado en la exportación, 127,7%; plásticos, 102,1%, y alimentos y bebidas, 123,5%, según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

¿Cómo y por qué están aumentando las empresas sus ventas fuera de España? "Vender fuera es una necesidad desde hace tiempo", dice Enrique Gallego, secretario general de Anaip, la pa-

tronal de fabricantes de plásticos, que tiene 4.000 empresas asociadas y 86.000 trabajadores. El sector es uno de los que más están creciendo en exportaciones, un 24% en el primer trimestre del año y un 30% en 2010. "Nuestro sector tenía un gran mercado en la construcción en España, pero en parte se cayó", recalca el secretario general de Anaip. "Hoy es imprescindible vender fuera y estar en las ferias internacionales", insiste Gallego.

**Uno de los sectores que más exporta es el de maquinaria para la industria**

**Por cada 100 euros de mercancía importados, se exportan 80,5**

"El Icex nos ha ayudado. Tenemos dos centenares de empresas del sector que exportan regularmente y otras tantas que venden de forma bastante constante, básicamente a la Unión Europea, pero también a países como Marruecos y EE UU", añade.

En el textil, un caso llamativo es el de Pronovias, volcado en la exportación. Esta empresa familiar hace trajes de novia y para fiestas. Hace décadas que exporta, pero ha ido aumentando sus

ventas en el extranjero. "Hoy todo nuestro plan de crecimiento está en el exterior", afirma Juan Jesús Domingo, director general de Pronovias. Las ventas del grupo rondan los 141 millones de euros, de los que la mitad ya son exportaciones desde España. También vende a otros países a través de sus proveedores de China, con lo que "hoy el 70% de la actividad de Pronovias está en el exterior", recalca su director general. Esta compañía vende en 73 países. Sus principales clientes están en Europa, EE UU, Canadá, Oriente Próximo y Latinoamérica.

El sector de maquinaria (bienes de equipo) es el que más está creciendo en exportaciones: un 26% en el primer trimestre y un 14,6% el año pasado. "Las empresas exportan porque la demanda mundial se está recuperando y hay que estar para aprovechar ese crecimiento", dice Joan Tristany, director general de AMEC, asociación que engloba a 400 fabricantes que exportan bienes de equipo. "También se exporta porque venimos de un año, como fue 2009, en el que la exportación tuvo una gran caída. La cotización del dólar con el euro nos es poco favorable, pero en cambio en China se ha ido apreciando el yuan y eso nos beneficia", añade el director general de AMEC.

En el sector de equipos ligados al transporte está DSTA, una pyme especializada en paneles luminosos de alta tecnología para carreteras y estaciones ferroviarias. Esta empresa es casi una re-

»Primer plano.

cién llegada a la exportación. Tiene accionistas españoles y emplea a medio centenar de personas. Empezó a exportar hace solo un año y medio y ha empezado a vender en países como Suecia, Finlandia, Brasil o Polonia. "Las empresas estamos mirando hacia fuera", recalca Ramón Fernández, director de desarrollo de proyectos de DSTA, que tiene plantas en Tres Cantos (Madrid) y Ávila. "Brasil es un mercado pujante, pero nos estamos encontrando con aranceles elevados, y eso seguramente nos va a llevar a tener que fabricar allí", dice el directivo de DSTA. "Nuestro modelo para entrar en los países ha sido contactar con empresas de ingeniería local para que puedan comercializar nuestros productos", añade.

**Pronovias vende fuera la mitad de lo que produce en España**

**La fuerza del euro frente al dólar está perjudicando a las empresas**

Picvisa, también de capital español y nacida hace ocho años, emplea a 14 personas y vende equipos tecnológicos para separar automáticamente los materiales reciclables. Empezó en el mercado español, pero se ha ido abriendo y vende en Italia, Rusia, Ucrania y Portugal. "Hay que moverse para lograr pedidos y mejorar la tecnología. Hemos contactado con clientes en la feria de Múnich, y después de tener unas ventas de tres millones de euros los dos últimos años, con más del 25% de exportación, queremos llegar este año a los seis millones de ventas, el 80% fuera de España. "Hemos logrado un contrato de 4,8 millones para el montaje de una planta de reciclaje de vidrio en Moscú", explica Vicente Seguí, consejero delegado de Picvisa, radicada en Igualada (Barcelona). "No resulta fácil vender fuera. El euro está apreciado res-

**El sector exterior**

■ PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS  
En % del total, mercancías

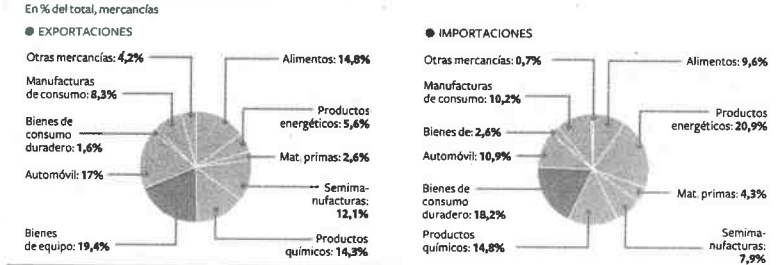


■ EVOLUCIÓN DE NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS

	2006	2007	2008	2009	2010
Nº de empresas totales	100.177	97.418	101.395	107.579	109.679
% incremento frente mismo periodo año anterior	1,0	-2,8	4,1	6,1	2,0
Exportación total (miles de euros)	140.438.626,9	185.023.217,5	189.227.851,4	159.889.550,2	185.799.015,5
% incremento frente mismo periodo año anterior	10,0	8,6	2,3	-15,5	16,2
Nº de empresas que inician/reinician actividad	26.336	32.240	35.572	42.421	43.620
% incremento frente mismo periodo año anterior	-3,1	-11,3	11,3	18,3	2,8
Nº de empresas que interrumpen actividad	42.785	42.618	39.794	44.291	50.120
% incremento frente mismo periodo año anterior	3,8	0,1	-7,1	11,3	13,2
Nº de empresas regulares*	38.750	39.125	39.641	39.320	38.778

(\*) Que exportaron los últimos cuatro años

■ COMERCIO EXTERIOR POR SECTORES



Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX)

pecto al rublo. Se está cambiado a 40 y eso no nos favorece, pero hemos ayudado a nuestro cliente ruso a encontrar financiación, y eso nos ha beneficiado para lograr el contrato", recalca Seguí. En el sector del embalaje industrial de plástico, el grupo Armando Álvarez tampoco es un recién llegado a la exportación.

Lo hace desde hace muchos años. Es un grupo grande que factura 600 millones de euros y que en una década ha elevado del 10% al 30% su cuota de ventas en el extranjero. "Estamos sufriendo con el dólar porque el euro está apreciado", dice Mario Arregui, director de exportación de este grupo de empresas con sede

central en Torrelavega (Cantabria) y varias plantas desperdigadas por España. "Nos vendría bien una depreciación del euro, pero eso no está pasando y tenemos que esforzarnos más por vender fuera, en Francia, en el Benelux, en Reino Unido, en México o en Argentina", recalca Arregui.

El del automóvil es el sector exportador por antonomasia desde hace muchos años. Pero con un mercado español jibarizado que no llegó al millón de vehículos nuevos en 2010, los fabricantes venden ahora más fuera. El 87% de los vehículos fabricados en España se exportaron en 2010, cuando este porcentaje había oscilado entre el 81% y el 86% en los últimos seis años, según la patronal del sector Anfac. "La mayoría de las ventas son al resto de Europa. Las empresas están aprovechando la tendencia a comprar vehículos con bajas emisiones", dice el portavoz de la patronal, David Barrientos.

En las compañías farmacéuticas, las exportaciones se han disparado un 18,2% en el primer trimestre. "Hace muchos años que

**El 87% de los coches fabricados en España en 2010 se exportaron**

**Las farmacéuticas buscan nuevos productos para nuevos mercados**

exportamos, sobre todo a la Unión Europea, pero hemos ido creciendo a una media del 14,6% las ventas al exterior los últimos 10 años", señala Pedro Luis Sánchez, director de estadísticas de la patronal Farmaindustria. "Es verdad que en España los márgenes se deterioran por las medidas de la Administración, pero también se exporta más porque las empresas buscan fuera fuentes adicionales de ingresos. El tipo de cambio del euro puede ayudar a veces, por ejemplo, frente Suiza, donde el franco está sobrevalorado y donde nuestras empresas venden bastante, pero no con el dólar norteamericano. Por eso no hay que buscar la explicación al aumento de la exportación en la moneda, sino en los nuevos medicamentos de las empresas y en la voluntad de tener un mercado mayor", dice Sánchez. ■



abertis autopistas

abertis telecom

abertis airports

saba

abertis logística

**infraestructuras que funcionan**

abertis gestiona eficazmente infraestructuras en todo el mundo. Rigor, exigencia y responsabilidad para que autopistas, telecomunicaciones, aeropuertos, aparcamientos y parques logísticos sirvan a la movilidad y a la comunicación de las personas, los países y los territorios en los que operamos. Para que todo funcione.