

**La competitividad sectorial de España
a través de la cuota de mercado
y de los saldos comerciales**

JUAN DE LUCIO

Director del Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras

MARTHA L. TORRES

Técnico del Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras



INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

Castelló, 128, 6ª. 28006 Madrid

Tel.: 91 782 05 80 - Fax: 91 562 36 13

Correo: iee@ieemadrid.com

www.ieemadrid.com

Separata

¡Competitividad!

Revista del Instituto de Estudios Económicos n.ºs 2 y 3/2003

La competitividad sectorial de España a través de la cuota de mercado y de los saldos comerciales

JUAN DE LUCIO

Director del Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras

MARTHA L. TORRES

Técnico del Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras

I. INTRODUCCIÓN

La competitividad es un concepto que se refiere a la capacidad de hacer frente adecuadamente a las diferentes situaciones del entorno económico, incrementando la cuota de mercado. Es, por lo tanto, un concepto complejo, con un carácter relativo que puede abordarse desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, puede hacer referencia a una empresa, a un sector o a un territorio. Igualmente, debemos destacar que los factores que afectan a la competitividad, en un entorno cada vez más dinámico y globalizado, son muy variados y, por lo tanto, no existe una única estrategia de competitividad. Lo que sí es comúnmente asumido y no parece ser objeto de debate es que la evolución de la competitividad de la empresa y de la economía determina la capacidad de ambas para crear empleo y riqueza y, por lo tanto, constituye una pieza central en la política y en el debate económico.

De acuerdo con lo anterior, las perspectivas para abordar el análisis de la competitividad son diversas. En primer lugar, podemos considerar que la competitividad está afectada por factores internos y externos a la empresa. Los primeros serían de carácter microeconómico, como la calidad, el diseño, el servicio, la innovación o los costes. Los segundos están relacionados con el entorno en el que opera la empresa: sectorial, regional o cualquier otro. Estos elementos son de carácter macroeconómico y pueden referirse a la disponibilidad de infraestructuras, a las

características del tejido productivo, a la sensibilidad y fomento del espíritu empresarial o a la estabilidad macroeconómica, por ejemplo.

Como acabamos de ver, la competitividad puede analizarse en el ámbito puramente de la empresa, de manera conjunta o en departamentos o áreas de la misma, en un nivel más agregado, como puede ser un sector, una región, un país o una zona económica, pero, sin duda, todas estas esferas de competitividad están íntimamente relacionadas. Así, difícilmente podremos pensar en un país competitivo sin empresas que lo sean, o compañías competitivas en un territorio sin las condiciones mínimas para el desarrollo de la actividad económica.

La competitividad también puede analizarse desde una perspectiva dinámica o estática. Un determinado producto puede haber alcanzado una elevada competitividad y, por lo tanto, ser comparativamente más competitivo que otro, pero estar perdiendo esta situación de ventaja relativa. Desde una perspectiva dinámica, lo importante no sería una situación puntual de un determinado momento del tiempo, sino la evolución que experimentan los distintos sectores, que es lo que finalmente caracteriza las ganancias de competitividad de una economía y su capacidad de crecimiento. Desde esta perspectiva lo fundamental no es el nivel alcanzado, sino la evolución en relación a los competidores.

Finalmente, la competitividad puede valorarse en función de los instrumentos y medidas adoptadas por parte de la empresa para mejorarla, o en función de los resultados obtenidos: De acuerdo con esta concepción, las medidas que incrementen el esfuerzo inversor, las políticas de internacionalización y otros elementos similares pueden favorecer la capacidad de vender productos frente a los competidores, y, en este sentido, podríamos hablar de una mejora de la competitividad. Por otro lado, si nos centramos en los resultados, la competitividad de la economía se traduce en un crecimiento de la cuota de mercado a escala mundial o en una mejora en el saldo comercial. En este sentido, se estarían valorando todos los factores que inciden sobre la competitividad, tanto acciones deliberadas como factores fortuitos.

En este trabajo se utiliza la perspectiva del análisis de los resultados, tanto estática como dinámica, para estudiar el desempeño agregado de los sectores productivos de la economía española a escala internacional.

La ventaja de la visión centrada en los resultados, basada principalmente en el estudio de la cuota de mercado y de los saldos comerciales, descansa en la objetividad y en la sencillez de su medición e interpretación, abstrayéndose de la mayoría de elementos subjetivos que subyacen al análisis. Por otra parte, la utilización de este tipo de información dificulta el diseño de políticas y ofrece pocas posibilidades para reflexionar sobre los elementos subyacentes al éxito o fracaso de ciertos sectores y/o países.

Los dos apartados siguientes se dedican, respectivamente, a presentar una visión de la competitividad sectorial desde el punto de vista estático y dinámico, utilizando la cuota de mercado y los saldos comerciales. El último epígrafe desarrolla una serie de conclusiones obtenidas a partir de estos análisis.

II. LA COMPETITIVIDAD: UNA PERSPECTIVA ESTÁTICA

Las estadísticas de comercio exterior ofrecen datos comparables, armonizados internacionalmente, que permiten analizar los cambios relativos de un país en los mercados internacionales de productos. Por este motivo pueden ser utilizadas, como en este caso, con el propósito de realizar un estudio cuantitativo que nos revele información acerca de la competitividad de los productos españoles, basada en un análisis de los resultados.

Con este fin se han reunido datos sobre el valor exportado e importado, desagregados por productos, para España y el mundo en los años 1997 y 2001. La agrupación sectorial se corresponde con la clasificación de la Organización Mundial de Aduanas a partir de los 99 capítulos sectoriales del Sistema Armonizado. Esta información ha sido obtenida de la base de datos COMTRADE, del Departamento de Estadísticas de Naciones Unidas.

A partir de estos datos se puede calcular una serie de variables indicativas del comportamiento de los sectores productivos en los mercados, como son la cuota de mercado, la ventaja comparativa revelada y la contribución al saldo comercial. Estos indicadores son la plasmación numérica de la competitividad y pueden interpretarse como el resultado de la interacción de todos los factores que afectan a la capacidad de vender en el exterior, aunque desconozcamos la aportación de cada uno de estos factores al resultado final.

La cuota de mercado viene definida como la participación de un determinado sector o país en los mercados internacionales. Una mayor cuota de mercado es indicativa de que el sector es capaz de captar un porcentaje más elevado de las compras internacionales. De acuerdo con esta perspectiva, los productos más competitivos de la economía española son: «Corcho y sus manufacturas», «Legumbres», «Frutos comestibles» y «Productos cerámicos». Entre los productos que muestran un comportamiento menos favorable, con cuotas de mercado inferiores a la media nacional, se encuentran: «Tabaco», «Navegación aérea y espacial», «Productos farmacéuticos» y «Productos lácteos», entre otros. Sin embargo, un análisis de la cuota de mercado no permite identificar situaciones como la de un crecimiento del comercio intraindustrial que pudiese estar generando una mayor cuota de mercado como consecuencia simplemente de la importación de productos de terceros países que con posterioridad se venden en el exterior; en este caso se estaría ganando cuota de mercado en el ámbito internacional y perdiéndola localmente. Sería también el caso de un país que emprende un proceso paulatino de apertura al exterior y, sin mayores niveles de competitividad, empieza a exportar pero también a importar. Son situaciones en donde el mayor volumen de ventas se acompaña también de mayores compras. Para ampliar el análisis en este sentido podemos utilizar otro tipo de indicadores.

Un enfoque alternativo es el análisis de la Ventaja Comparativa Revelada (VCR), instrumento habitual para determinar qué sectores o productos se muestran más competitivos en el comercio exterior. La VCR se define como el saldo comercial para cada producto, dividido por su volumen total de comercio exterior, esto es:

$$VCR = \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)}$$

Donde « X_i » son las exportaciones del producto i , y « M_i » las importaciones de dicho producto. Cuando la VCR es positiva para un determinado producto, nos indica una contribución positiva al superávit comercial; por el contrario, si sus valores son negativos, el producto « i » tiene una aportación negativa al superávit. Cuanto mayor es la contribución positiva, mayor es la competitividad del sector. Por lo tanto, la VCR toma en consideración el saldo comercial independientemente del contexto internacional; es un concepto que hace referencia únicamente a variables internas, por lo que nos aporta otra perspectiva de la competitividad distinta a la cuota de mercado. Lo mismo sucede con la contribución de cada uno de los sectores al saldo agregado de la economía española. El Índice de Contribución al Saldo (ICS) se calcula de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$ICS = \left[\frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)} - \frac{\sum_i X_i - \sum_i M_i}{\sum_i X_i + \sum_i M_i} \right] \left[\frac{X_i + M_i}{\frac{\sum_i X_i + \sum_i M_i}{2}} \right]$$

Este indicador, que incluye en su cálculo el comportamiento comercial agregado del país, evalúa la participación ponderada que cada sector realiza al saldo comercial de la economía nacional, teniendo en cuenta su magnitud y signo.

De esta forma se han calculado los indicadores VCR e ICS para el año 2001, con los siguientes resultados: en el caso de la VCR se observa que el 33% de los productos incluidos en el análisis presentan una VCR de signo positivo, contribuyendo a una disminución en el saldo negativo de nuestra economía, lo cual les señala como productos competitivos; éstos reúnen el 51% del comercio exterior de España en 2001. Entre los productos identi-

ficados como competitivos por este análisis, se encuentran los «Vehículos automóbiles», «Frutos comestibles», «Legumbres y hortalizas», «Productos cerámicos» y «Calzado». Por otra parte, el 49% de comercio exterior restante corresponde a productos que contribuyen a incrementar el saldo comercial negativo de nuestra economía, por lo que podrían considerarse productos faltos de competitividad exterior; entre éstos se encuentran «Combustibles minerales», «Aparatos mecánicos», «Instrumentos de precisión» y «Manufacturas de plomo, estaño y níquel», todos ellos con aportaciones muy negativas.

Por otra parte, a partir del análisis del ICS se puede deducir que el 49% de los productos estudiados presentan un ICS con signo positivo, y representan el 60% del valor exportado en 2001. Lo anterior significa que sectores como «Vehículos automóbiles», «Frutos comestibles», «Legumbres y hortalizas», «Productos cerámicos» y «Calzado» realizan una aportación positiva al saldo comercial del país, coincidiendo con los sectores identificados en el análisis de la VCR, mientras que el 40% de comercio exterior restante realiza una aportación negativa. Entre estos últimos productos, aquellos con menores niveles de competitividad son: «Fundición, hierro y acero», «Productos químicos orgánicos» y «Farmacéuticos», «Pescados y crustáceos», «Instrumentos de precisión», «Aparatos eléctricos y mecánicos» y, de manera muy especial, «Combustibles minerales», sectores que en su mayoría también habían sido identificados como «no competitivos» en el análisis VCR. De acuerdo con este análisis estático de la competitividad sectorial, realizado basándose en los indicadores de VCR, ICS y cuota mundial, se han podido identificar productos que en 2001 coinciden en ser al mismo tiempo los productos con las mayores cuotas de mercado en el mundo, altos índices VCR y positiva contribución al saldo; éstos son: «Vehículos automóbiles», «Corcho y sus manufacturas», «Legumbres y hortalizas», «Frutos comestibles», «Productos cerámicos», «Preparaciones de legumbres», «Grasas y aceites», «Manufacturas de piedra y yeso», «Calzado» y «Productos editoriales». En general, son productos del sector agroalimentario y manufacturero.

De igual forma, bajo el mismo análisis se puede concluir que los sectores de «Combustibles minerales», «Níquel, estaño y

plomo», «Semillas y frutos oleaginosos», «Sedas», «Cereales», «Almidón» y «Tabaco» son los productos menos competitivos de la economía española.

CUADRO 1
RESULTADOS DEL ANÁLISIS ESTÁTICO
CON BASE EN LA VCR, EL ICS Y LA CUOTA DE MERCADO

<i>Principales productos no competitivos</i>	<i>Principales productos competitivos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Combustibles minerales • Níquel, estaño y plomo • Semillas y frutos oleaginosos • Sedas • Cereales • Almidón • Tabaco 	<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos automóbiles • Corcho y sus manufacturas • Legumbres y hortalizas • Frutos comestibles • Productos cerámicos • Preparaciones de legumbres • Grasas y aceites • Manufacturas de piedra y yeso • Calzado • Productos editoriales

Fuente: Elaboración propia.

III. LA EVOLUCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD SECTORIAL: UN ENFOQUE DINÁMICO

Desde una perspectiva dinámica, el avance en la cuota de mercado supone la mejora relativa de la competitividad, pues indica mayor capacidad de vender los productos en el exterior. Igualmente, una mayor aportación positiva al saldo o una ventaja comparativa revelada superior suponen avances en la competitividad, independientemente de los niveles de competitividad concretos en los que se encontrase el sector.

Para realizar este análisis se pueden calcular las variaciones entre el año 1997 y 2001 de los distintos indicadores presentados en la sección anterior. Hemos utilizado los cambios en la cuota de mercado, en la VCR y en el ICS para clasificar el comportamiento de cada producto en positivo, cuando hay una mejora de estas variables en el período analizado, o en negativo, si los índices han disminuido. Igualmente, se utiliza el crecimiento de las exportaciones mundiales para clasificar el entorno como

favorable, si el crecimiento del comercio ha sido superior a la media, o desfavorable en caso contrario. De esta forma hemos obtenido los cuatro grupos que se presentan en el Cuadro 2: productos con comportamiento positivo en un entorno favorable, negativo en un entorno favorable, positivo en un entorno desfavorable y negativo en un entorno desfavorable (un análisis similar puede encontrarse en «National Export Trade Map», International Trade Centre, 2003).

Para cada grupo se han presentado sólo los productos más relevantes (aquellos con mayor participación en las exportaciones españolas). Dentro de cada recuadro, la cifra que está a la izquierda indica el porcentaje que los productos mostrados en el Cuadro representan sobre el total de las exportaciones en 2001, y el número a su derecha indica el porcentaje que sobre las exportaciones españolas representa el total de productos de cada grupo.

Del Cuadro 2 se puede deducir que los productos positivos en entorno favorable pertenecen a los sectores manufacturero, alimentario y farmacéutico, principalmente, y suman en total el 15,6% de nuestras exportaciones, mientras que los positivos en entornos desfavorables sólo constituyen el 10,8% de la economía nacional y pertenecen prioritariamente al sector industrial y alimentario.

Por otra parte, más del 58% de nuestras exportaciones corresponden a productos que han perdido competitividad y cuota de mercado y su índice de contribución al saldo ha descendido en los últimos años, en un contexto internacional positivo (niveles de exportaciones mundiales al alza). Finalmente, un 14,6% de nuestra economía corresponde a productos claramente en declive, pues ha disminuido su competitividad, su cuota y su contribución al saldo, mientras que en el mundo descienden también sus niveles de exportación.

CUADRO 2
EVOLUCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD
SECTORIAL Y DEL COMERCIO

Evolución sectorial	
Negativa	Positiva
<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos automóviles • Aparatos mecánicos • Aparatos eléctricos • Combustibles minerales • Legumbres y hortalizas • Productos químicos orgánicos • Muebles • Materias no especificadas • Bebidas. Líquidos alcohólicos y vinagre • Navegación aérea o espacial • Instrumentos de óptica • Aluminio y sus manufacturas <p><i>Potenciabiles</i> 54,65% / 58,92%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plástico y sus manufacturas • Productos farmacéuticos • Papel, cartón y sus manufacturas • Pescados y crustáceos • Prendas excepto de punto • Extractos curtiembres • Aceites esenciales, perfumería <p><i>Exitosos</i> 11,16% / 15,65%</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Frutos comestibles • Fundición, hierro y acero • Manufacturas de fundición, hierro y acero • Calzado • Preparaciones de legumbres • Grasas y aceites • Manufacturas de piedra y yeso • Madera y carbón <p><i>Eri decline</i> 12,28% / 14,64%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Productos cerámicos • Caucho y sus manufacturas • Carne • Productos editoriales • Algodón • Productos lácteos • Filamentos sintéticos • Fibras sintéticas <p><i>Exitosos en entornos difíciles</i> 7,84% / 10,88%</p>
<i>Entorno Internacional</i>	
<i>Favorable</i>	<i>Desfavorable</i>

Fuente: Elaboración propia.

IV. CONCLUSIONES

Como hemos visto, la competitividad es un concepto que permite diferentes aproximaciones. Desde el punto de vista de los resultados, analizando cuotas de mercado y saldos comerciales (mediante el uso de los indicadores de ventajas comparativas reveladas y contribución al saldo), se identifica un grupo

de productos de la economía española comparativamente más competitivos, entre los que se encuentran productos del sector agroalimentario, como «Legumbres», «Frutos», «Hortalizas», «Grasas y aceites», y productos del sector manufacturero, como «Vehículos automóviles», «Calzado» y los «Productos cerámicos».

Igualmente, desde el punto de vista de la evolución de la competitividad sectorial, se han identificado cuatro grupos de productos que corresponden a niveles de evolución de la competitividad (positivos o negativos), en entornos económicos mundiales favorables o desfavorables, dependiendo del crecimiento de las exportaciones para cada producto (superior o inferior a la media). Mediante este análisis, se han identificado como productos con evolución positiva en un entorno económico favorable el «Plástico», los «Productos farmacéuticos», los «Pescados y crustáceos», el «Papel», los «Textiles» y la «Perfumería».

De acuerdo con este análisis, y tal y como puede observarse en los Cuadros 1 y 2, ninguno de los productos competitivos se sitúa en los sectores que han mostrado una evolución positiva en un entorno internacional favorable. En este sentido, la economía española encuentra dificultades para mantener y avanzar en su competitividad internacional. Si este proceso supusese pasar de productos con bajo valor añadido a otros más competitivos y con mayores posibilidades de desarrollo en el futuro, el cambio sería positivo; sin embargo, como vamos a ver a continuación, esto no ha sido así.

Con base en un análisis por sectores y teniendo en cuenta variables como el destino económico de los bienes, los factores de competitividad, el nivel tecnológico y el crecimiento de la demanda, entre otros (una clasificación en estos términos puede encontrarse en Navarro, 2000), se observa que la especialización del grupo de productos más competitivos (análisis estático) es mayoritariamente en bienes de consumo, ya que su valor exportado en 2001 representó cerca del 36% de las exportaciones totales durante ese año. En general, este grupo de sectores tiene un modelo de competitividad basado en un nivel tecnológico y crecimiento de la demanda medio o bajo, cuya producción se realiza basada en las economías de escala. Es, por lo tanto, un patrón de competitividad poco exitoso y moderno.

Por otra parte, si se tiene en cuenta el enfoque de la evolución de la competitividad sectorial, los resultados mantienen esta estructura en cuanto al destino económico de los bienes y nivel tecnológico. Se puede afirmar que el grupo de productos españoles con una evolución positiva en un entorno económico favorable corresponde prioritariamente a bienes de consumo, que requieren para su fabricación un nivel tecnológico medio o bajo y que, principalmente, tienen asociados salarios bajos, aunque cada vez es más frecuente que compitan en el factor trabajo y menos en los recursos a escala. Recordemos que son sectores que han mostrado una evolución positiva a escala internacional y un mayor porcentaje de ellos presenta crecimiento de la demanda elevado o medio. Se observa, de esta forma, una lenta evolución hacia sectores con mayor valor añadido y mejor proyección en los mercados internacionales.

Teniendo en cuenta los dos enfoques utilizados, es posible afirmar que los productos identificados como competitivos desde una perspectiva «estática» y los asociados a una «evolución» positiva de su competitividad son, mayoritariamente, bienes de consumo que requieren un nivel tecnológico medio para su fabricación. En este sentido, sería apropiado mejorar el modelo de competitividad de nuestros sectores.

La competitividad exterior es reflejo de la estructura interna de una economía. No se puede ser competitivo en el exterior sin serlo primero internamente. Por este motivo, más que políticas distorsionadoras que pudieran centrarse en un sector específico y menos en el contexto general, es más oportuno centrarnos en la modernización de la economía española con un mayor esfuerzo en el fomento de la I+D+i, el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, el fomento de la inversión y, por supuesto, el establecimiento de patrones de competencia y de competitividad internacionales, mediante la apertura a los mercados mundiales y el apoyo a la internacionalización de nuestras empresas. La competitividad exterior no se gana mediante políticas intervencionistas, sino con actuaciones que favorezcan el desarrollo normal de los mercados nacionales e internacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COMTRADE (2003): *Información estadística para varios años*, Departamento de Estadísticas de Naciones Unidas. <http://unstats.un.org>.
- INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2003): «National Export Trade Map», International Trade Centre. <http://www.intracen.org/menus/countries.htm>
- NAVARRO ARANCEGUI, M. (2000): *El entorno económico de la empresa en España*, Universidad de Deusto, Bilbao.