



Estudios sobre la Economía Española

# El desempeño exportador de España: claves de un éxito

ASIER MINONDO

Estudios sobre la Economía Española 2024/32

**Octubre 2024**

**fedea**

*Las opiniones recogidas en este documento son las de sus autores y no coinciden necesariamente con las de Fedea.*

# El desempeño exportador de España: claves de un éxito<sup>\*</sup>

Asier Minondo<sup>\*\*</sup>

7 de octubre de 2024

## Resumen

Durante las últimas tres décadas, España casi ha multiplicado por dos su internacionalización a través de las exportaciones. Además, y a pesar de la irrupción de China en el mercado internacional, España ha sido capaz de mantener su cuota en el mercado global de bienes y servicios no turísticos. Este informe identifica algunas de las claves del buen desempeño exportador de España. Estas se agrupan en tres bloques: (i) las empresariales, (ii) las específicas a los bienes y (iii) las específicas a los servicios.

**JEL:** F10, F14

**Palabras clave:** España, exportaciones, empresa exportadora, bienes, servicios, competitividad.

---

<sup>\*</sup>Esta investigación forma parte de los proyectos PID2021-122133NB-I00 e IT1429-22 financiados por el MCIN/AEI/10.13039/501100011033/FEDER, EU y el Departamento de Educación del Gobierno Vasco, respectivamente. Agradezco al Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria Española (AEAT) y a la Cámara de Comercio de España por facilitarme los datos de aduanas. Agradezco también los comentarios y sugerencias de Patricia Canto y Diego Rodríguez.

<sup>\*\*</sup>Deusto Business School, Universidad de Deusto, Camino de Mundaiz 50, 20012 Donostia - San Sebastián (España). Correo electrónico: [aminondo@deusto.es](mailto:aminondo@deusto.es)

## 1. Introducción

Un país consume muchos bienes y servicios que no son producidos en el mismo. Si un país no tuviese acceso a estos bienes y servicios mediante el comercio internacional, su bienestar se reduciría notablemente. En los casos en que no pudiese producir los bienes y servicios importados, tendría que sustituirlos por alternativas peores; en los casos en que los pudiese producir, el coste de hacerlo sería mucho mayor que el de las importaciones. Esta es la primera razón de por qué son importantes las exportaciones para un país: porque nos permiten acceder a bienes y servicios que somos incapaces de producir, o que somos capaces de producir pero a un coste más elevado.

Exportar también es importante porque obliga a las empresas a enfrentarse a un mercado en el que el nivel de competencia es muy alto, ya que se compite con muchas más empresas que las que operan en el mercado doméstico. Para poder exportar, los productos y servicios ofertados tienen que ser especialmente atractivos en precio, calidad o características innovadoras para poder atraer a clientes que tienen un enorme abanico de opciones. Exportar obliga a las empresas a ser mejores y, por ello, mejora su productividad y la del conjunto de la economía.

Si las exportaciones contribuyen a mejorar el bienestar, es importante evaluar el desempeño de los países en esta área. El objetivo de este informe es realizar esa evaluación para España. Para ello, en primer lugar, analizo la evolución de España en dos indicadores de desempeño exportador: (i) la tasa de apertura de las exportaciones y (ii) la competitividad exterior. El análisis del primer indicador muestra que España ha aumentado de forma sustancial su integración en los mercados internacionales en las últimas tres décadas, tanto en bienes como en servicios. El segundo indicador muestra que España ha mantenido su cuota en el mercado mundial de bienes, a pesar del enorme crecimiento de la participación de China en dicho mercado. En los servicios, se ha producido una pérdida en la cuota de España en el mercado global. Este descenso se explica por la menor participación de España en los ingresos globales por turismo. Sin embargo, la competitividad exterior de España se ha mantenido en los servicios empresariales, la partida que ha liderado el crecimiento de las exportaciones de servicios en las últimas décadas.

En segundo lugar, analizo algunas claves que explican el buen desempeño exportador de España durante las últimas tres décadas. Para ello, es importante recordar que los países no exportan; exportan sus empresas. Por tanto, para entender el buen desempeño exportador de un país debemos identificar qué variables aumentan la probabilidad de que una empresa exporte y que una empresa dedique un mayor porcentaje de sus ventas a los mercados exteriores. Apoyándome en la extensa literatura sobre empresa exportadora, identifico en qué variables las empresas exportadoras son “mejores” que las no exportadoras. Entre estas variables, destaca el papel que juega la productividad. Por ello, analizo los

factores que explican por qué la productividad de las empresas exportadoras es superior a las no exportadoras.

El diagnóstico de las claves empresariales es aplicable tanto a las empresas exportadoras de bienes como a las de servicios. Sin embargo, existen otros factores, que son particulares a cada sector, que también son relevantes para explicar el buen desempeño exportador. En el apartado dedicado a los bienes, analizo, en primer lugar, la contribución de las nuevas empresas exportadoras, de la diversificación hacia nuevos mercados y productos, y de las relaciones ya existentes al crecimiento de las exportaciones españolas. En segundo lugar, destaco el aumento en el número de exportadores regulares como factor clave del buen desempeño exportador. En tercer lugar, evalúo en qué medida la participación en cadenas globales de valor ha contribuido al desempeño exportador. En cuarto lugar, identifico si las empresas exportadoras más exitosas han utilizado una estrategia competitiva basada en costes o en calidad. Asimismo, estudio si el margen extensivo o el intensivo es más importante para explicar las diferencias en exportaciones entre empresas. Finalmente, a partir del análisis de la especialización por productos y destinos de las exportaciones españolas, identifico algunos retos a los que se enfrentan los exportadores de bienes españoles en el futuro.

En el apartado dedicado a los servicios, identifico las partidas de servicios en las que más han crecido las exportaciones en los últimos años. Entre ellas, destacamos la partida ligada a los servicios empresariales intensivos en conocimiento. Asimismo, estudio cómo el avance de las tecnologías de la información y de la comunicación, así como el cambio en las formas de trabajo provocadas por la Covid-19, puede favorecer este tipo de exportaciones de servicios. Finalizo este apartado apuntando algunos retos a los que se enfrentan las exportaciones de servicios en España. El estudio termina con un apartado de conclusiones.

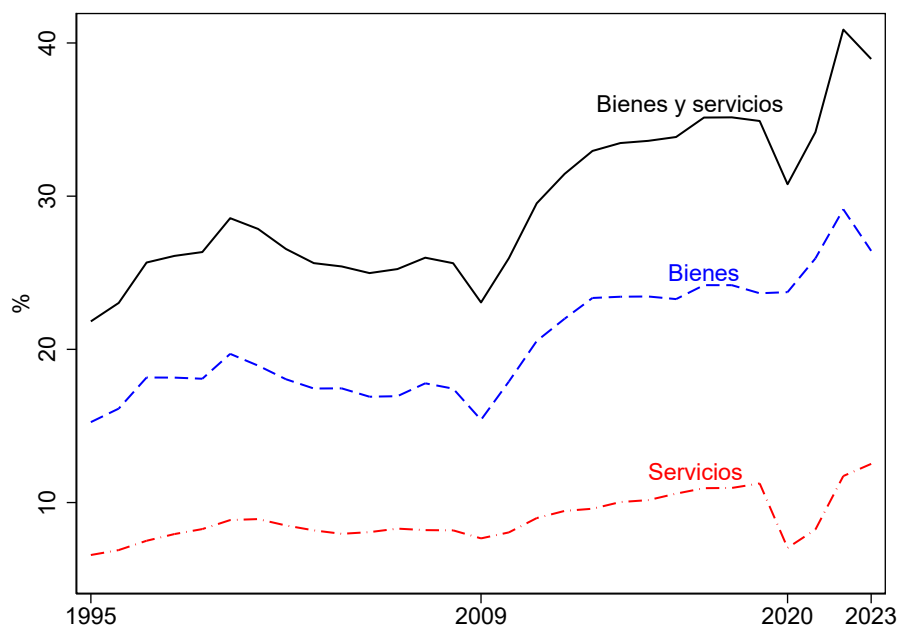
## **2. Los indicadores del desempeño: apertura y competitividad**

El Gráfico 1 muestra la evolución de la tasa de apertura por exportaciones de la economía española, definida como la ratio entre las exportaciones y el PIB a precios corrientes. El gráfico muestra la evolución de la tasa de apertura para el la suma de bienes y servicios (línea sólida negra), solamente para los bienes (línea discontinua azul) y solamente para los servicios (línea de discontinua y punteada roja). La tasa de apertura en bienes y servicios pasó del 22 % en 1995 al 39 % en 2023; es decir, casi se multiplicó por dos en el periodo de 28 años que recoge el gráfico. España ya supera en tasa de apertura por exportaciones a países como Francia (33 %) e Italia (35 %), aunque todavía está lejos de la tasa de apertura de Alemania (48 %). Estos datos ponen de manifiesto el gran avance en la internacionalización de la economía española en las últimas tres décadas.

La tasa de apertura de los bienes en 2023, 26 %, era el doble que la de servicios, 13 %.

La razón principal que explica esta diferencia es que muchas exportaciones de servicios requieren el movimiento de la persona que demanda el servicio (por ejemplo, un turista) o de la persona que ofrece el servicio (por ejemplo, un director de orquesta). Debido a que el movimiento de personas es más costoso que el de mercancías, es más caro vender servicios que mercancías en el exterior (Francois y Hoekman, 2010). Por ello, la exportación de servicios es menor que la de bienes. En este sentido, no es extraño que los mayores crecimientos en las exportaciones de servicios se estén produciendo en los servicios que se pueden digitalizar (por ejemplo, la música) o que se pueden apoyar en formas digitales de comunicación (por ejemplo, la formación online). Si bien los servicios tienen una tasa de apertura inferior a la de bienes, esta ha crecido más, en términos relativos, que la de bienes durante el periodo 1995-2023: 90 % en servicios frente a un 73 % en bienes.

**Gráfico 1:** Exportaciones como porcentaje del PIB, 1995-2023 (precios corrientes)



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos del [Instituto Nacional de Estadística](#) y [Eurostat](#).

Se pueden observar tres fases en el proceso de internacionalización mediante la exportación. La primera comienza en el año 1995 y finaliza con la crisis financiera, también denominada Gran Recesión, en 2009. Al comienzo de este periodo se produce una mejora notable en la tasa de apertura, que pasa del 22 % en 1995 al 29 % en el año 2000. Sin embargo, el aumento de la demanda interna, apoyada en un gran crecimiento del sector de la construcción, provocó que la producción se dirigiese en mayor medida al mercado nacional, frenando el avance del proceso de apertura. La crisis financiera generó una reducción de casi 3 puntos porcentuales en la tasa de apertura. La caída de las exportaciones fue superior a la caída del PIB, ya que los bienes de inversión y los productos de consumo duradero tienen un mayor peso en las exportaciones de bienes que en el PIB, y

la demanda de estos productos cae especialmente en periodos de recesión e inestabilidad económica (Baldwin, 2009). Como muestra el gráfico, la caída de la tasa de apertura en 2009 fue superior en los bienes que en los servicios.

La segunda fase comienza en 2010 y finaliza con la crisis provocada por la Covid-19 en 2020. España solamente necesitó un año para recuperar la tasa de apertura que había perdido en la crisis financiera de 2009. Para entender esta rápida recuperación, debemos recordar que la caída de las exportaciones se puede descomponer en un margen extensivo y un margen intensivo. El primero recoge la caída de las exportaciones cuando las empresas dejan de exportar, dejan de exportar a un destino, o dejan de exportar un producto. En el margen intensivo, las exportaciones caen cuando una empresa sigue exportando el mismo producto al mismo destino, pero lo hace por un menor valor. Las exportaciones se recuperan más fácilmente si la caída se produce en el margen intensivo, ya que en este margen la relación del exportador con su cliente extranjero sigue viva. Que una relación de exportación se mantenga a pesar de una fuerte caída en la demanda sugiere que existe una relación “especial” entre el exportador y el cliente extranjero (Antràs, 2020b). Esta relación “especial” se puede deber a que el exportador se ha adaptado perfectamente a las necesidades del cliente extranjero en términos de precio, calidad y condiciones de entrega; o porque el exportador y el cliente extranjero colaboran en el desarrollo de nuevos productos o servicios. Es decir, tanto el exportador como el cliente extranjero han invertido en la generación de un capital relacional.

Si la caída de las exportaciones se debe al margen extensivo, la relación entre el exportador y su cliente extranjero desaparece. Esto sugiere una relación comercial más débil, ya que ante cambios en la demanda, el cliente extranjero deja de demandar los productos del exportador español o los sustituye por productos de empresas de otros países. En esta situación, es menos probable que las exportaciones se recuperen con rapidez, especialmente si la recesión se alarga. El exportador deberá destinar recursos para convencer otra vez al cliente extranjero del atractivo de su producto, lo cual resultará más difícil si éste ya ha sustituido los productos de la empresa española por otros. Como muestra de Lucio et al. (2011a), en la Gran Recesión, el 90 % de la caída de las exportaciones se produjo en el margen intensivo y solamente un 10 % en el margen extensivo. Esto explica la rápida recuperación que se produjo en las exportaciones y, en consecuencia, en la tasa de apertura después de la Gran Recesión.

En esta segunda fase también se produce un crecimiento muy notable de la tasa de apertura, que pasa del 26 % en 2010 al 35 % en el año 2017. Algunos autores han denominado esta fase como el milagro exportador español (Eppinger et al., 2018). Una parte importante de este milagro se explicaría por la propia caída de la demanda interna que se produce durante la crisis financiera, ya que las empresas tienen que dirigirse al mercado internacional para dar salida a los productos que ya no venden en el mercado

nacional. Por ejemplo, [Almunia et al. \(2021\)](#) concluyen que un 52 % del crecimiento de las exportaciones españolas en el periodo 2009-2013 se explicaría por la caída de la demanda doméstica. Sin embargo, una vez recuperado el nivel de demanda interna previo a la crisis financiera, las exportaciones españolas siguieron creciendo a un ritmo notable. Como explicaré más adelante, esta evolución apunta a un cambio en el modelo de integración, en el que las empresas buscan mantener una presencia regular en los mercados de exportación y que estos no sean solamente una vía de salida para la producción cuando el mercado doméstico se encuentre en crisis.

La segunda fase finaliza con la crisis de la Covid-19, que redujo la tasa de apertura del 35 % al 31 %. En esta ocasión, la reducción de la tasa de apertura se debió a la caída de las exportaciones de servicios. Las medidas de confinamiento y el temor a contraer la Covid-19 en un país extranjero redujeron enormemente los ingresos por turismo, una de las partidas más importantes de las exportaciones de servicios en España.

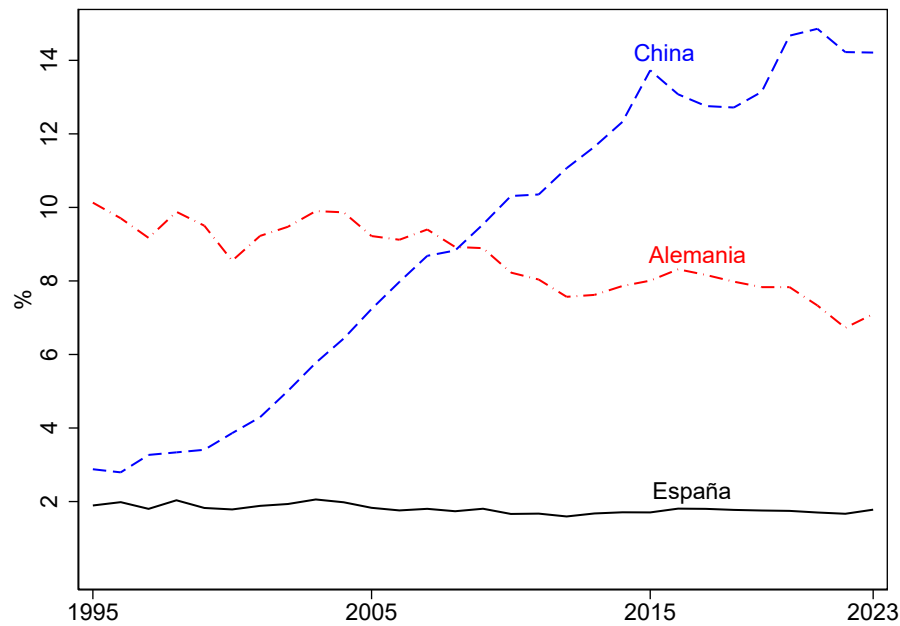
La última fase, más corta, engloba el periodo 2021-2023. Como ocurrió en la Gran Recesión, las exportaciones se recuperaron rápidamente tras el Gran Confinamiento, especialmente en el sector de los bienes. Como muestra [Minondo \(2021\)](#), en los bienes casi el 100 % de la caída de las exportaciones se produjo en el margen intensivo, por lo que las ventas exteriores se pudieron recuperar rápidamente al mejorar la coyuntura internacional. La recuperación de las exportaciones del sector servicios fue más lenta y no se alcanzó el nivel de apertura pre-Covid-19 hasta 2022. Esta recuperación estuvo ligada al proceso de relajamiento de los controles en frontera y la vacunación frente a la Covid-19. En el año 2022 se produce un fuerte aumento de la tasa de apertura, explicado por la recuperación de las exportaciones de servicios y especialmente por un gran aumento de la tasa de apertura de los bienes. Este último aumento, a su vez, se explica por el notable crecimiento del precio de exportación de los bienes, con relación al deflactor del PIB, entre 2021 y 2022. En 2023, se observa una caída en la tasa de apertura de bienes, que no logra ser compensada por el crecimiento de la tasa en el sector servicios.

El Gráfico [A.1](#) en el Anexo muestra la evolución de la tasa de apertura por exportaciones a precios constantes. La evolución de la tasa de apertura, tanto en bienes como en servicios, es similar a la mostrada en el Gráfico [1](#). En suma, España ha logrado un gran avance en su integración, mediante la exportación, durante las últimas tres décadas. Tomando como referencia la tasa de apertura de Alemania, España tiene todavía margen para seguir avanzando en este proceso de integración. Sin embargo, las tensiones geopolíticas actuales, que impulsan políticas de mayor autosuficiencia económica, no generan un escenario propicio para lograr este avance.

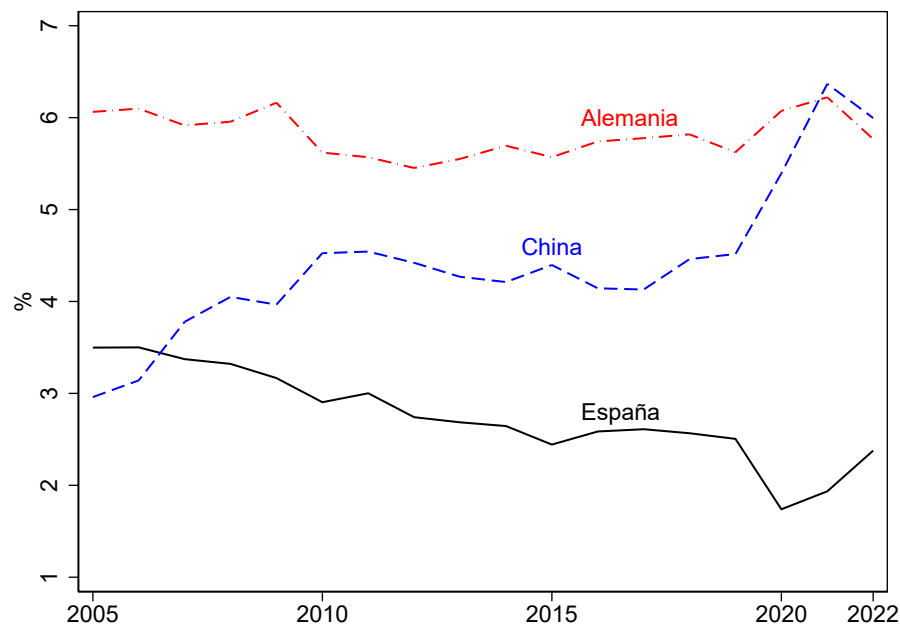
El segundo indicador que utilizo para evaluar el desempeño exportador de la economía española es la competitividad exterior. Un país mejora su competitividad exterior si crece el peso de sus exportaciones en las exportaciones globales, es decir, si crece su cuota en

**Gráfico 2:** Cuota de las exportaciones alemanas, chinas y españolas en las exportaciones mundiales (% del total de exportaciones mundiales)

A. Bienes, 1995-2023



B. Servicios comerciales, 2005-2022



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de la [Organización Mundial de Comercio](#).

el mercado global. En cambio, un país pierde competitividad exterior si cae el peso de sus exportaciones en las exportaciones globales. Como explica Myro (2012), la cuota de mercado es un indicador que refleja el resultado de la competitividad, a diferencia de



otros indicadores, como los salarios, cuyo objetivo es capturar los determinantes de la competitividad.

El panel A del Gráfico 2 presenta la evolución de la cuota de mercado global en bienes de España entre 1995 y 2023. La cuota de España se ha mantenido relativamente estable alrededor del 1,8 % durante todo el periodo. Esto debe considerarse como un éxito, ya que durante el periodo analizado, países como China han aumentado notablemente su participación en las exportaciones mundiales. De representar solamente el 2,9 % de las exportaciones globales en 1995, China aumentó su cuota hasta el 14,2 % en 2023. A diferencia de España, Alemania perdió peso en las exportaciones mundiales de bienes entre 1995 y 2023 (del 10,1 % al 7,1 %). Este también fue el caso de otras grandes economías europeas como Francia (del 5,8 % al 2,7 %), Italia (del 4,5 % al 2,8 %) o el Reino Unido (del 4,6 % al 2,2 %).

El panel B del Gráfico 2 muestra la evolución de la cuota de mercado de España en las exportaciones globales de servicios comerciales. Debido a las limitaciones en los datos, solamente se muestra la evolución para el periodo 2005-2022. Se produce una notable caída en la competitividad exterior de España, que pasa del 3,5 % en 2005 al 2,4 % en 2022. Sin embargo, como muestra el Gráfico A.2 en el Anexo, la caída en la cuota se concentra en las exportaciones de servicios turísticos. En cambio, la caída en la cuota de exportaciones de otros servicios comerciales, que incluye los servicios empresariales, la informática y las telecomunicaciones, es muy leve.

En suma, esta sección ha puesto de manifiesto el buen desempeño exportador de España durante las últimas tres décadas. En primer lugar, se ha producido un gran avance en la internacionalización por exportaciones de la economía española. En segundo lugar, España ha mantenido su competitividad exterior tanto en bienes como en servicios no turísticos. El mantenimiento de la competitividad exterior se ha conseguido en un escenario en que China, un país que estaba relativamente cerrado al comercio internacional, se ha convertido en el país líder en la exportación de bienes y en el quinto país en el ranking de exportadores de servicios en 2023.<sup>1</sup>

El buen desempeño exportador también ha tenido un efecto positivo muy importante sobre el saldo de la balanza por cuenta corriente. El saldo negativo de esta balanza fue un rasgo distintivo de la economía española durante la segunda mitad del siglo XX y la primera década del siglo XXI. Por ejemplo, entre 1961 y 2011, España presentó un déficit en la balanza por cuenta corriente en 44 de los 51 años incluidos en el periodo. En algunos años, además, el déficit fue muy elevado. Por ejemplo, en 2007, un año antes del estallido de la crisis financiera, el déficit por cuenta corriente se disparó hasta casi el 10 % del PIB. Sin embargo, a partir de 2012, la balanza por cuenta corriente se vuelve superavitaria. A este cambio de signo han contribuido el creciente superávit en la balanza de servicios

---

<sup>1</sup>Datos de la Organización Mundial de Comercio. Disponibles en <https://stats.wto.org/>.

(que fue positiva incluso en el año de la pandemia) y la reducción del saldo negativo de la balanza comercial. De hecho, si eliminásemos el comercio en productos energéticos, el déficit de la la balanza comercial se reduciría en un 82 % en 2023 (Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, 2024).

¿Qué explica este buen desempeño exportador de las exportaciones españolas? En las próximas secciones analizo las claves empresariales de este buen desempeño y las claves específicas a la exportación de bienes y a la exportación de servicios.

### 3. Las claves empresariales del éxito exportador

Los países no exportan; exportan sus empresas. Por tanto, para entender el desempeño exportador de un país debemos identificar qué factores determinan si una empresa exporta o no (la propensión a exportar) y el porcentaje de las ventas que una empresa destina a los mercados internacionales (la intensidad exportadora). Aunque en la literatura de empresa ya se habían realizado estudios basados en encuestas (Aaby y Slater, 1989; Zou y Stan, 1998), fue Bernard et al. (1995), apoyándose en una amplia muestra de empresas manufactureras estadounidenses, quienes pusieron de manifiesto para la literatura económica que (i) las empresas que exportan son una minoría y que (ii) las empresas exportadoras son diferentes a las empresas no exportadoras.<sup>2</sup> En concreto, este estudio y, posteriormente, otros muchos han mostrado que las empresas exportadoras tienen más empleados, son más productivas, cuentan con más capital por trabajador, emplean a trabajadores más cualificados y pagan mayores salarios que las empresas no exportadoras (Bernard et al., 2007, 2012).

De acuerdo a los datos de Eurostat, España contaba con 170.558 empresas que exportaban bienes en 2022.<sup>3</sup> Si dividimos esta cifra por el número de empresas registradas en el Directorio General de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, el resultado es que solamente el 5 % de las empresas españolas exportó bienes en 2022.<sup>4</sup> En un entorno económico que se suele calificar como altamente globalizado, llama la atención que el porcentaje de empresas exportadoras de bienes sea tan bajo.

Una posible explicación de este bajo porcentaje es que en el denominador estamos sumando todas las empresas activas en España, tanto las que producen bienes, como las que ofrecen servicios. Sin embargo, las empresas del sector servicios, a excepción de los mayoristas y minoristas, y alguna otra actividad puntual, no suelen exportar bienes, ya que ésta no es su actividad principal (Haller et al., 2014). Si nos centramos en el sector manufacturero, según los datos de Eurostat para 2022, el número de empresas exportadoras

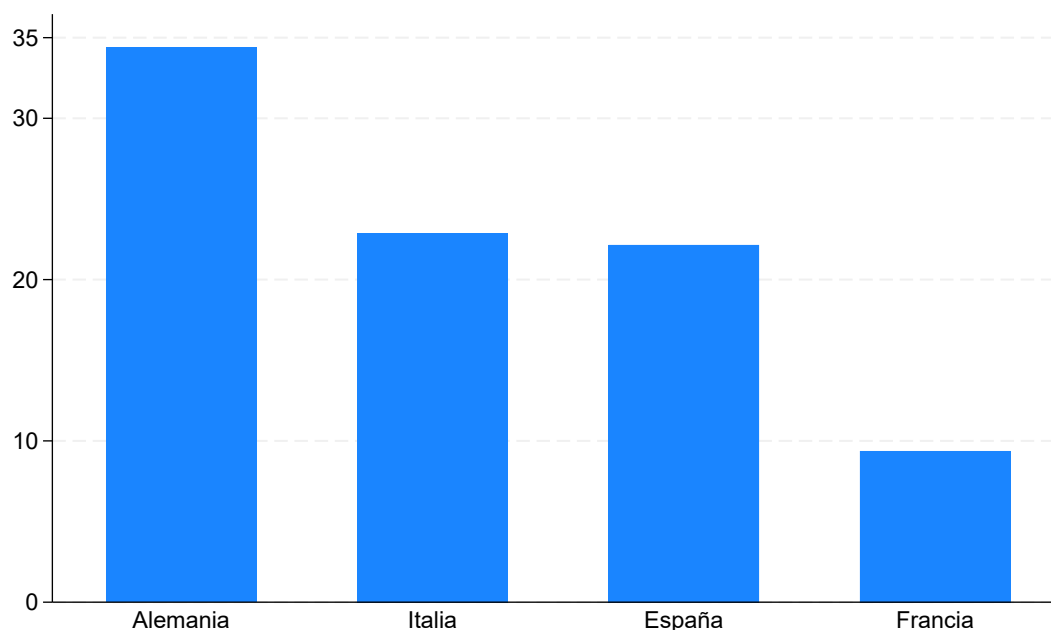
---

<sup>2</sup>Para el caso español, debemos destacar los trabajos pioneros de Alonso y Donoso (1989, 1994, 1998).

<sup>3</sup>Eurostat, International Trade in Goods, Trade by Enterprise Characteristics. Disponible en <https://ec.europa.eu/eurostat>.

<sup>4</sup>Disponible en <https://ine.es>.

**Gráfico 3:** Porcentaje de empresas manufactureras que exportan, 2022



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de Eurostat.

de bienes era de 36.942, sobre una población total de 166.771 empresas manufactureras. Por tanto, el porcentaje de empresas exportadoras de bienes en el sector manufacturero, 22 %, es notablemente superior al porcentaje para el conjunto de empresas, 5 %. Sin embargo, sigue llamando la atención que el 78 % de las empresas manufactureras no realicen ninguna actividad exportadora de bienes.

Atendiendo a este último porcentaje, parece que existe un amplio margen para aumentar el número de empresas exportadoras en España. De hecho, como muestra el Gráfico 3, el porcentaje de empresas exportadoras en el sector manufacturero en Alemania en 2022, 34 %, era notablemente superior al de España, 22 %. El porcentaje de empresas exportadoras en Italia era similar al de España, mientras que Francia tenía un porcentaje inferior.

Por otra parte, para el caso español, un número importante de estudios también concluye que las empresas manufactureras exportadoras son “mejores” que las no exportadoras (Mañez et al., 2004; Fariñas y Martín-Marcos, 2007; Martín et al., 2009; Martín y Rodríguez, 2009; Caldera, 2010; Esteve-Pérez y Rodríguez, 2013; Mainer-Casado, 2014; González y Martín, 2015; Guerra, 2019). El Cuadro 1, que tomo de Guerra (2019), muestra las diferencias entre las empresas exportadoras y las no exportadoras en diferentes variables empresariales. Por ejemplo, las empresas exportadoras son seis y nueve veces más grandes en empleados y ventas que las no exportadoras, respectivamente. Las empresas exportadoras invierten el doble que las no exportadoras en I+D, en diferenciación

(medida por el gasto en márketing) y en capital por trabajador que las no exportadoras. Asimismo, las empresas exportadoras son un 60 % más productivas y pagan un 40 % más en salarios que las no exportadoras.

**Cuadro 1:** Empresa exportadora vs. empresa no exportadora (manufacturas; media periodo 1990-2015)

Variable	Exportadora	No exportadora	Premio exportador
Empleados	357	59	6,1
I+D/ventas	1,04 %	0,54 %	1,9
Márketing/ventas	1,54 %	0,75 %	2,1
Capital/trabajador (€)	107.548	56.096	1,9
Ventas (millones €)	103	10,7	9,6
Valor añadido/trabajador (€)	57.167	36.371	1,6
Salario/trabajador (€)	35.362	25.275	1,4

Fuente: Guerra (2019).

La mayor parte de la literatura empírica sobre el comportamiento exportador de las empresas, debido a la disponibilidad de datos, ha analizado a las empresas que operan en el sector manufacturero. En cambio, son pocos los estudios que han analizado el comportamiento exportador de las empresas que operan en el sector servicios (Wagner, 2012). Para el caso español, Minondo (2013) muestra que las empresas exportadoras de servicios tienen más empleados, son más productivas y pagan mayores salarios que las no exportadoras. También existe un premio exportador para las empresas que venden sus servicios en mercados más alejados geográficamente de España y para aquellas que exportan e importan.<sup>5</sup>

La explicación de la literatura económica del bajo porcentaje de empresas exportadoras y que estas sean “mejores” que las no exportadoras, es que exportar implica mayores costes que vender en el mercado doméstico. Solamente las empresas más productivas pueden hacer frente a estos costes adicionales y todavía obtener beneficios en el mercado internacional (Melitz, 2003). Según esta teoría, las diferencias de productividad entre las empresas son previas al proceso de exportar y, por ello, solamente las empresas que de partida son más productivas pueden exportar. Esta explicación teórica ha sido confirmada por numerosos estudios empíricos.

Una explicación alternativa es que exportar hace que las empresas sean más productivas. Esta mejora de la productividad se produce porque las empresas aprenden al tener que competir con empresas más eficientes y tratar con clientes más exigentes. Es decir,

<sup>5</sup>Minondo (2016b) muestra que existen también importantes diferencias entre las empresas exportadoras de servicios con relación al número de mercados en los que ofrecen sus servicios y la variedad de servicios ofertados.

un entorno más exigente obliga a las empresas a optimizar su propuesta única de valor. Los primeros estudios empíricos ofrecían un escaso apoyo a esta explicación alternativa. Sin embargo, análisis posteriores, utilizando datos más precisos y técnicas para identificar la causalidad más apropiadas, concluyen que exportar mejora la productividad de las empresas (Atkin et al., 2017; Garcia-Marin y Voigtländer, 2019).

Como hemos señalado anteriormente, la teoría económica identifica a la productividad como la variable clave que explica las diferencias entre las empresas exportadoras y no exportadoras. Esta conclusión nos lleva a plantearnos qué genera las diferencias de productividad entre las empresas. Los estudios empíricos ponen de manifiesto que existen importantes diferencias de productividad entre empresas incluso entre aquellas que pertenecen al mismo sector y manufacturan el mismo producto (Foster et al., 2008). Este hecho sugiere que la calidad de la gestión empresarial es un factor clave para explicar las diferencias de productividad entre empresas. Por ejemplo, Bloom y Van Reenen (2010) utilizan una muestra de 6.000 empresas de 16 países para evaluar el uso de buenas prácticas empresariales en los ámbitos de control, fijación de objetivos e incentivos. Estos autores muestran que existe una correlación positiva muy estrecha entre una buena gestión en estos ámbitos y la productividad, los beneficios y el valor de la empresa. Para el caso español, Rubio-Benito et al. (2018) y Serrano y Myro (2020) también encuentran una alta correlación positiva entre la calidad de la gestión empresarial y la productividad.

Estos análisis indican que el buen desempeño exportador de España durante las tres décadas ha tenido que estar ligado a una mejora en la productividad de las empresas, la cual se ha debido producir por la introducción de prácticas de gestión más avanzadas y a la mejora en la calidad de los directivos. Que un 25 % de las empresas industriales españolas hayan alcanzado la frontera de la productividad y utilicen herramientas sofisticadas de gestión apoyan esta conjetura (Garcés-Galdeano y Huerta, 2019). Asimismo, que algunas empresas españolas se hayan convertido en líderes globales en sus sectores apoya esta argumentación (Guillén, 2005; Guillén y García-Canal, 2010).

Sin embargo, como señalan Myro (2017), Rubio-Benito et al. (2018) y Huerta et al. (2021), en un gran número de empresas españolas todavía la calidad de la gestión empresarial es baja. Por ello, España debe mejorar la calidad de la gestión empresarial si quiere mantener su buen desempeño exportador en el futuro. Como señalan Bloom y Van Reenen (2010), para mejorar la calidad de la gestión es importante que exista un alto grado de competencia en los mercados. Por una parte, la competencia obliga a las empresas a mejorar su gestión de forma continua. Por otra parte, cuando una empresa no pueda sobrevivir, la competencia provoca que los recursos productivos se trasladen de las empresas peor gestionadas a las mejor gestionadas. Asimismo, la formación, la pertenencia a grupos empresariales, o acceder a los puestos directos gracias a méritos profesionales y no a la existencia de lazos familiares son factores que inciden favorablemente en la

implantación de prácticas empresariales de calidad.

Esta sección ha querido poner de manifiesto que son las empresas, y no los países, los que exportan. Para entender el desempeño exportador de un país debemos analizar, por tanto, el desempeño de sus empresas. La literatura económica ha mostrado que son las empresas más productivas las que exportan y que esta mayor productividad se debe al uso de buenas prácticas empresariales. En definitiva, una mejor calidad de la gestión empresarial es la clave principal para el buen desempeño exportador de un país. Además, como hemos señalado más arriba, esta clave es válida tanto para las empresas que exportan bienes como para las empresas que exportan servicios. Una vez establecida la clave principal del éxito exportador, las siguientes dos secciones tienen por objetivo identificar elementos particulares a los bienes y los servicios que explican el buen desempeño exportador en cada uno de estos ámbitos.

## 4. Claves de éxito en la exportación de bienes

En esta sección analizo algunas de las claves del éxito exportador en bienes. En primer lugar, realizo una descomposición del crecimiento de las exportaciones, evaluando la contribución de las nuevas empresas, los nuevos productos, los nuevos mercados y las relaciones empresa-producto-mercado ya existentes al crecimiento de las exportaciones. En segundo lugar, analizo la contribución de las empresas regulares y de las empresas que participan en las cadenas de valor globales a las exportaciones españolas. En tercer lugar, examino qué estrategia han seguido las empresas españolas que más exportan. Finalizo esta sección desagregando las exportaciones por sectores y países. En base a este análisis, identifico algunos retos y oportunidades a los que se enfrentan las exportaciones españolas de bienes.

### 4.1. La descomposición del crecimiento de las exportaciones: el margen extensivo y el margen intensivo

Siguiendo la metodología introducida por [Bernard et al. \(2009\)](#), el cambio en el valor de las exportaciones de un país se puede deber a la entrada neta de nuevas empresas exportadoras, a la diversificación en la cartera de productos y destinos de las empresas exportadoras existentes, y a la variación del valor de las relaciones de exportación que ya existían. Los dos primeros componentes representan el margen extensivo y el tercero el margen intensivo.<sup>6</sup>

El Cuadro 2 presenta la contribución de cada uno de los márgenes al crecimiento

---

<sup>6</sup>Véase de [Lucio et al. \(2011b\)](#) y de [Lucio et al. \(2017b\)](#) para aplicaciones anteriores de esta metodología al caso español.

de las exportaciones españolas para tres periodos: (i) 1997-2010; (ii) 2010-2023; y (iii) 1997-2023. Durante el periodo 1997-2010, las exportaciones españolas de bienes crecieron en 86.195 millones de euros. La entrada neta de nuevas empresas exportadoras (margen extensivo empresas) es el margen que más contribuye, con un 43 %, al crecimiento de las exportaciones. En segundo lugar se sitúa la diversificación de las ventas a nuevos productos y mercados de las empresas que ya exportaban en 1997: 30 %. El cuadro también muestra, de forma separada, la contribución de la diversificación por la apertura de nuevos mercados (9 %) y de la exportación de nuevos productos (4 %). Nótese que la suma de estas dos últimas contribuciones, 13 %, es inferior a la contribución de la diversificación: 30 %. Esto se debe a que gran parte de la diversificación de las empresas se produce al exportar un producto que ya exportaban a un nuevo mercado que ya estaba siendo atendido con otros productos. El margen intensivo contribuyó en un 27 % al crecimiento de las exportaciones. Por tanto, en el periodo 1997-2010, es el margen extensivo, tanto por el nacimiento neto de nuevas empresas exportadoras o de nuevas relaciones de exportación, quién domina el crecimiento de las exportaciones. Este resultado es común en los análisis que abarcan periodos largos. Como muestran [de Lucio et al. \(2011b\)](#), cuando se analizan cambios de las exportaciones para periodos cortos (por ejemplo, un año), el margen intensivo es el que más contribuye al crecimiento de las exportaciones.<sup>7</sup>

Durante el periodo 2010-2023, las exportaciones españolas de bienes crecieron en 182.034 millones de euros. Como en el periodo anterior, la contribución del margen extensivo al crecimiento de las exportaciones (67 %) es mayor que el del margen intensivo (33 %). Sin embargo, se produce una notable reducción de la contribución de la entrada neta de empresas, que baja del 43 % al 29 %; un aumento de la contribución de la diversificación, que pasa del 30 % al 38 %; y también del margen intensivo, que crece del 27 % al 33 %. Finalmente, cuando abarcamos todo el periodo 1997-2023, se acentúa el protagonismo del margen extensivo. Ahora, la contribución del margen extensivo al crecimiento de las exportaciones aumenta hasta el 85 % y la contribución del margen intensivo disminuye al 15 %. Más de la mitad del crecimiento de las exportaciones españolas se debe a la entrada neta de nuevas empresas y un 30 % a la diversificación de mercados y productos de las empresas que ya exportaban en 1997.

La descomposición del crecimiento que presenta el Cuadro 2 sugiere que el buen desempeño exportador de la economía española se debe, en gran parte, a la aportación de las nuevas empresas exportadoras. Sin embargo, debemos tomar esta conclusión con cautela. Como señalan [de Lucio et al. \(2017b\)](#), el crecimiento de las exportaciones de las nuevas empresas exportadoras está concentrado en unas pocas empresas. Por ejemplo, el 58 % del crecimiento de las exportaciones debido a la entrada de nuevas empresas en el

---

<sup>7</sup>Como hemos analizado en la Sección 2, el margen intensivo también domina el cambio en el valor de las exportaciones durante periodos de crisis.

**Cuadro 2:** Descomposición del crecimiento de las exportaciones españolas de bienes

	Cambio absoluto exportaciones (millones €)			Contribución porcentual		
	1997-2010	2010-2023	1997-2023	1997-2010	2010-2023	1997-2023
<b>Empresas</b>						
Entran	63792	96195	190937			
Salen	-23682	-43724	-42641			
<i>Margen extensivo empresas</i>	40110	52471	148296	43	29	55
<b>Diversificación</b>						
Nuevas relaciones	50018	120318	101983			
Relaciones que mueren	-23838	-50355	-21895			
<i>Margen extensivo diversificación</i>	26180	69963	79998	30	38	30
<b>Diversificación países</b>						
Nuevos países	13427	28859	24130			
Países que desaparecen	-6116	-13154	-5519			
<i>Margen extensivo diversificación países</i>	7311	15705	18611	9	9	7
<b>Diversificación productos</b>						
Nuevos productos	7756	21166	10252			
Productos que desaparecen	-4634	-8568	4133			
<i>Margen extensivo diversificación productos</i>	3122	12598	6119	4	7	2
<b>Relaciones estables</b>						
Aumentan ventas	40528	91630	50315			
Disminuyen ventas	-17620	-32028	-10470			
<i>Margen intensivo</i>	28908	59602	39845	27	33	15
<b>Total</b>	86195	182034	268229	100	100	100

Fuente: cálculos del autor a partir de los datos de Aduanas.



periodo 1997-2010, se explica solamente por el 1 % de las nuevas empresas exportadoras. En el periodo 2010-2023, el 1 % de las nuevas empresas exportadoras explica el 63 % del crecimiento en este margen. Esta gran concentración sugiere que quizá las nuevas empresas exportadoras no sean tan "nuevas". Si una empresa cambia su denominación fiscal, debido a razones legales, escisiones, fusiones o adquisiciones, se generará un nuevo identificador de empresa en la base de datos de Aduanas. Por otra parte, si una empresa que canalizaba sus exportaciones a través de una denominación fiscal comienza a canalizarlas a través de otra denominación fiscal, que ya existía o se crea para este efecto, también se generará un nuevo identificador de empresa en la base de datos de Aduanas. En ambos casos, los cambios en la exportación se atribuirán al margen extensivo de entrada neta de empresas, cuando en muchas ocasiones se deberían haber atribuido al margen intensivo. En línea con esta hipótesis, para el caso de Chile, [Blum et al. \(2020\)](#) concluyen que las nuevas empresas exportadoras que fueron creadas por empresas que ya exportaban explican gran parte del crecimiento de las exportaciones del margen de entrada neto de empresas.

Por tanto, es probable que la diversificación y el margen intensivo hayan jugado un papel más relevante en el crecimiento de las exportaciones de bienes españolas que el que recoge el Cuadro 2. El primer margen nos indica la capacidad de las empresas españolas para abrirse a nuevos mercados e introducir nuevos productos. Los datos muestran que el mayor crecimiento de las exportaciones se produce cuando las empresas diversifican productos que ya exportaban a mercados que ya atendían con otros productos. La contribución del margen intensivo nos indica que las empresas han establecido una relación duradera con sus clientes extranjeros. Este hecho, como señalábamos en la Sección 2, sugiere que las empresas exportadoras españolas han conseguido atender de forma adecuada las demandas de sus clientes extranjeros con relación a plazos de entrega, calidad de los productos y precios. Asimismo, es probable que las empresas exportadoras hayan colaborado con sus clientes en el desarrollo de nuevos productos. Este capital social que se genera entre el cliente y proveedor hace que las relaciones de exportación sean más resilientes a shocks negativos de demanda ([Antràs, 2020b](#); [Minondo, 2021](#)).

En suma, el análisis de la descomposición del crecimiento de las exportaciones, pone de manifiesto que el nacimiento de nuevas empresas exportadoras, la diversificación de productos y mercados de las empresas exportadoras ya existentes, y la intensificación de las relaciones ya existentes son importantes para el buen desempeño exportador. Esta conclusión sugiere que, ante fallos de mercado, las políticas públicas tienen que incidir en los tres ámbitos: ayudando a las empresas para que comiencen a exportar, apoyando a las empresas para que puedan diversificar su portfolio de productos y mercados, y favoreciendo que las empresas puedan intensificar sus relaciones con los clientes ya existentes. Es probable que la combinación de medidas que se requerirá para cada ámbito sea diferente ([Makioka, 2019](#)).

## 4.2. Los exportadores regulares

El débil compromiso de las empresas por los mercados internacionales ha sido un elemento negativo estructural del sector exterior español (Fernández y Sebastián, 1989; Buisán y Gordo, 1994; Bajo y Montero, 1995; Mauleón y Sastre, 1996; Alonso, 1997; Domenech y Taguas, 1997). Esta falta de compromiso se reflejaba en que las empresas solamente acudían al mercado internacional cuando el mercado doméstico se debilitaba. Este comportamiento impedía a las empresas establecer relaciones duraderas con sus clientes extranjeros y explotar las mejoras de productividad asociadas a la presencia regular en un mercado donde el grado de competencia es más alto que en el doméstico.

Como muestra el Gráfico 4, un ejemplo de este débil compromiso con los mercados internacionales se produjo durante la Gran Recesión. Debido al estallido de la burbuja inmobiliaria y la crisis financiera, la demanda doméstica se redujo de forma severa en España entre 2009 y 2013. Esta caída de la demanda estuvo correlacionada con un aumento del 20 % en el número de empresas exportadoras (línea discontinua azul), también denominada base exportadora.<sup>8</sup> A medida que la demanda doméstica se fue recuperando, se observa una caída en el número de empresas exportadoras. A pesar del crecimiento en el número de empresas exportadoras en 2021, que como explicaré más adelante es, en gran parte, fruto de un ajuste estadístico, la base exportadora en 2023 era todavía menor que la de 2013.<sup>9</sup>

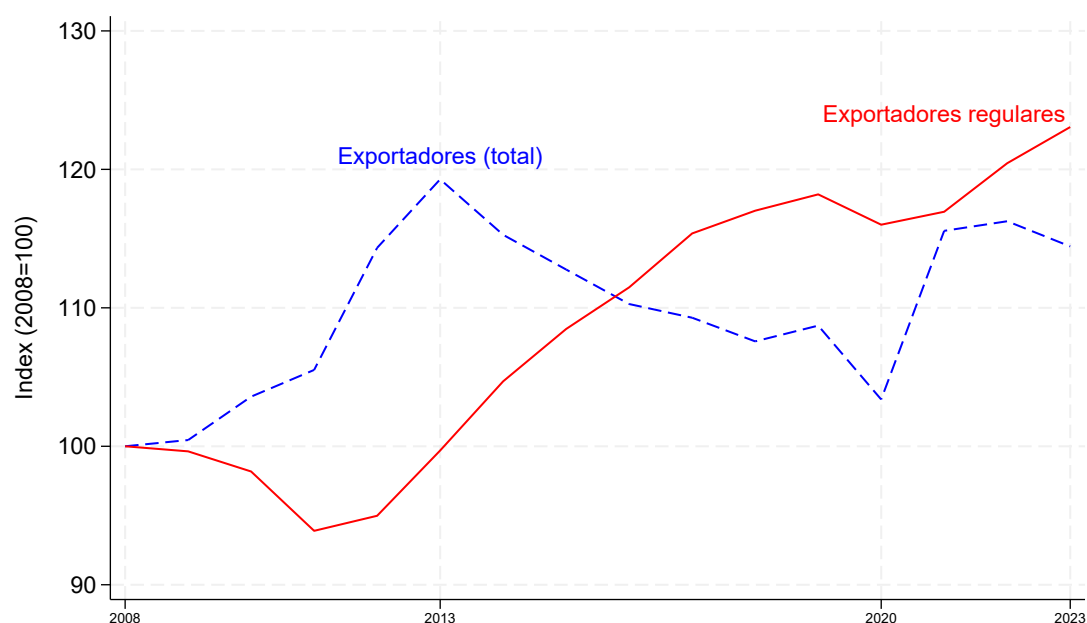
La línea sólida roja muestra la evolución de los exportadores regulares. Defino como exportadores regulares a las empresas que exportan de forma ininterrumpida durante 4 años. La crisis financiera provocó una caída en el número de exportadores regulares. Sin embargo, a partir del 2011 este número comienza a crecer. Además, a pesar de que el número de empresas exportadoras empezó a caer a partir de 2013, el número de exportadores regulares siguió creciendo de forma ininterrumpida hasta la crisis de la Covid-19 en 2020. Entre 2008 y 2020 el porcentaje de exportadores regulares en el total de empresas exportadoras aumenta en seis puntos porcentuales, pasando del 46 % al 52 %. de Lucio et al. (2019) argumentan que muchas empresas que durante la Gran Recesión comenzaron a exportar debido a la caída de la demanda doméstica descubrieron que podían competir en los mercados internacionales y decidieron mantener una presencia regular en estos mercados. Estos autores muestran que un crecimiento del 10 % de las nuevas empresas exportadoras provocó un crecimiento del 9 % en el número de exportadores regulares. Este resultado sugiere que se ha producido un cambio en el comportamiento de las empresas, que ya no consideran los mercados internacionales como una salida coyuntural para sus

---

<sup>8</sup>Definimos como empresa exportadora aquella que realiza una transacción de exportación de un producto a un destino de al menos 1.500 euros.

<sup>9</sup>De acuerdo a nuestra definición, el número de empresas exportadoras en 2013 era de 79.984; en 2023 era de 76.648.

**Gráfico 4:** Empresas exportadoras y empresas exportadoras regulares, 2008-2023 (2008=100)



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de Aduanas.

productos sino como parte estructural de su estrategia competitiva. Como señalé anteriormente, esta regularidad permite a las empresas explotar las mejoras de productividad asociadas a la presencia en mercados de alta competencia. Además, al establecer lazos más duraderos con sus clientes extranjeros, se genera un círculo virtuoso que alimenta la resiliencia de las exportaciones.

El aumento del número de exportadores regulares es también importante para la estabilidad de las exportaciones españolas, ya que estas empresas representaron el 93 % del valor de las exportaciones en 2023. Además, los exportadores regulares, a través de la intensificación de las relaciones ya existente, como de la diversificación hacia nuevos productos y mercados, contribuyen notablemente al crecimiento de las exportaciones. En concreto, los exportadores regulares fueron responsables del 93 % del crecimiento neto de las exportaciones en el periodo 2000-2023.<sup>10</sup>

Los exportadores regulares representaron el 50 % del total de las empresas exportadoras en 2023. Este porcentaje es 2 puntos porcentuales inferior al alcanzado en 2020. Sin embargo, este descenso se debe a un artificio estadístico. Cuando el Reino Unido abandonó la unión aduanera de la Unión Europea el 1 de enero de 2021, las transacciones con el Reino Unido dejaron de documentarse a través del sistema Intrastat y comenzaron a registrarse a través del sistema Extrastat. En el primero, una empresa tiene que documentar sus transacciones de exportación (importación) con la UE si alcanza una cifra de

<sup>10</sup>Para este cálculo, consideramos que un exportador es regular si lo era en 2000 o en 2023.

exportación (importación) de 400.000 euros en el año en curso o si la alcanzó en el año anterior. El sistema Extrastat recoge las transacciones de comercio internacional con los países que no pertenecen a la UE. En este caso todas las transacciones deben ser registradas. Como explican [de Lucio et al. \(2024a\)](#), este cambio en el sistema de documentación de las transacciones comerciales provocó un crecimiento muy importante en el número de empresas que exportaban o importaban del Reino Unido. Este crecimiento en el número de empresas exportadoras también se observa claramente en el Gráfico 4. Debido a que las exportaciones de los exportadores regulares son superiores a las de la empresa exportadora media, la mayoría de los exportadores regulares ya superaba el umbral de 400.000 euros y, por tanto, ya reportaban sus transacciones con el Reino Unido a través del sistema Intrastat. Por tanto, debido a que el efecto Brexit genera un crecimiento en el número de exportadores regulares inferior al de las empresas exportadoras, se produce un descenso en su peso en el conjunto de empresas exportadoras.

En suma, esta subsección ha puesto de manifiesto que se ha producido un cambio en el modo en que las empresas españolas se relacionan con los mercados internacionales. Anteriormente, un gran número de empresas españolas solamente acudían al mercado internacional cuando el mercado doméstico estaba en recesión. En cambio, tras la Crisis Financiera de 2009 las empresas españolas han aumentado su compromiso con los mercados internacionales. El crecimiento de los exportadores regulares que se observa a partir del la Crisis Financiera de 2009 avala este argumento.

### 4.3. La participación en las cadenas de valor globales

El despliegue de las cadenas de valor globales (CVG) es una de las características distintivas del proceso de globalización que comienza a principios de la década de 1980 ([Krugman, 1995](#); [Baldwin, 2016](#); [Antràs, 2020b](#)). Siguiendo a [Antràs \(2020a\)](#), existe una CVG cuando la fabricación de un producto o el suministro de un servicio (i) consta de diferentes etapas, (ii) cada una de ellas aporta valor, y (iii) al menos dos etapas se ejecutan en dos países diferentes.

El intenso crecimiento que se produce en el comercio internacional con relación al PIB entre 1986 y 2008 está estrechamente ligado al despliegue de las CVG ([Antràs, 2020b](#)). Debido a esta correlación positiva, la capacidad de participar en las CVG ha sido considerado como un factor clave para impulsar el crecimiento de las exportaciones. Como señalan [Antràs y Chor \(2022\)](#), las CVG se pueden analizar desde una perspectiva macro o una micro. En la primera, la unidad de análisis es el país, o el par industria-país. El objetivo de este análisis es cuantificar el valor añadido que se incorpora en las exportaciones de un país y qué posición ocupa un país en las CVG. La perspectiva micro trata de cuantificar el número de empresas que participan en las CVG e identificar los

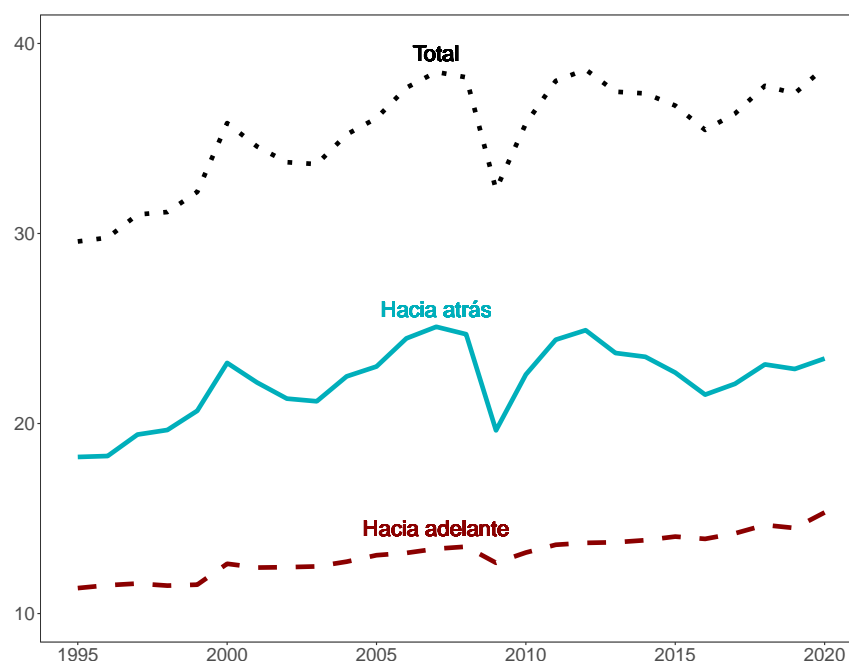
factores que determinan dicha participación.

Con relación a la perspectiva macro, [Minondo y Rubert \(2002\)](#) realizaron un primer cálculo del peso que los productos intermedios importados representaban en las exportaciones españolas. Utilizando las tablas input-output de 1994, estos autores concluían que el 26 % del valor de las exportaciones de bienes y servicios españolas correspondía a productos intermedios importados. Este porcentaje se denomina la participación hacia atrás en una CVG. Por tanto, el valor añadido representaba el 74 % del valor bruto de las exportaciones españolas. La aparición de tablas input-output internacionales ha permitido enriquecer y mejorar este cálculo. Las nuevas tablas permiten saber no solamente qué productos intermedios importados utiliza España en sus exportaciones, sino también su origen. Asimismo, las nuevas tablas permiten determinar si las exportaciones españolas se utilizan como productos intermedios por otros países en la fabricación de sus exportaciones. [Solaz \(2018\)](#) y [Díaz-Mora et al. \(2020\)](#) han explotado las nuevas tablas input-output internacionales para medir el valor añadido de las exportaciones españolas. Estas autoras muestran que en 2011 el 30 % del valor de las exportaciones españolas correspondían a productos intermedios importados de otros países.

Recientemente, Enrique Feás ha desarrollado una herramienta en lenguaje R, denominada *exvatools*, que permite calcular de forma muy sencilla la participación de España en las CVG ([Fèas, 2024](#)). Explotando las últimas tablas input-output internacionales publicadas por la OCDE, utilizo la herramienta *exvatools* para calcular la participación de España en las CVG. Según esta herramienta, el 23 % del valor de las exportaciones españolas en 2020 correspondía a productos intermedios importados. La herramienta también permite calcular el porcentaje de las exportaciones españolas que se utiliza como producto intermedio en las exportaciones de otros países. Este porcentaje, que alcanzó el 15 % en 2020, se denomina participación hacia adelante en las CVG. Si, siguiendo a [Borin y Mancini \(2019\)](#), definimos como exportación ligada a CVG aquella que cruza, al menos, dos fronteras, el 38 % de las exportaciones de bienes y servicios españolas (23 % + 15 %) participó en 2020 en CVG.

Utilizando la misma herramienta, también calculo la participación hacia atrás y adelante de las exportaciones de bienes y servicios españolas durante el periodo 1995-2020. Como muestra el [Gráfico 5](#), la participación total de España en las CVG aumentó del 30 % en 1995 al 38 % en 2008. La caída del comercio internacional provocada por la crisis financiera de 2009 se tradujo en una caída de seis puntos porcentuales en la participación de España en las CVG. A partir de 2010, la participación en la CVG se recupera, pero no supera los porcentajes alcanzados antes de la Gran Recesión. Este hecho ha llevado a los analistas a preguntarse si las CVG han alcanzado su límite de expansión ([Antràs, 2020b](#)). Durante todo el periodo analizado, la participación hacia atrás en las CVG es superior a la participación hacia adelante. Sin embargo, es interesante observar que mientras el

**Gráfico 5:** Participación de las exportaciones de bienes y servicios de España en las cadenas de valor globales, 1995-2020



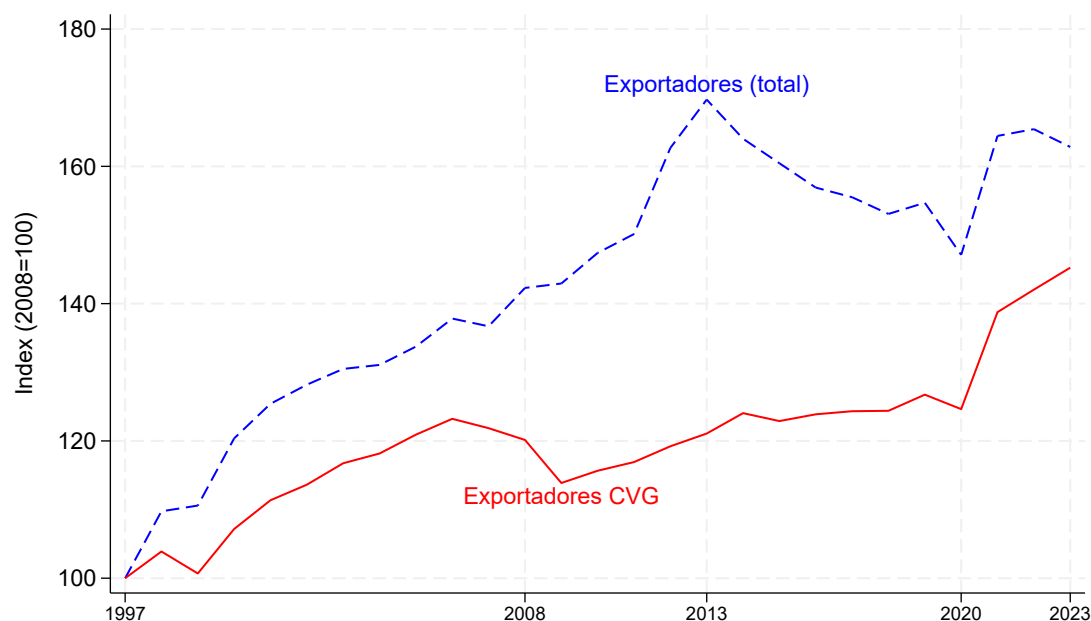
Fuente: exvatoools (Fèas, 2024).

porcentaje de participación hacia atrás se estanca, la participación hacia adelante crece de forma ininterrumpida.

En suma, desde la perspectiva macro, España ha incrementado su participación en las CVG durante el periodo 1995-2023, y especialmente durante el periodo 1995-2008. Este crecimiento ha sido similar al de otras economías como Alemania, Francia o Italia, y superior a la del Reino Unido. Debido a que el crecimiento de las exportaciones a nivel global estuvo estrechamente ligado al despliegue de las CVG, es probable que el aumento de la participación de España en las CVG contribuyese positivamente a su desempeño exportador.

Con relación a la perspectiva micro, defino que una empresa participa en CVG si realiza operaciones de exportación e importación. Esta definición solamente tiene en cuenta si la empresa importa productos intermedios, sin evaluar el peso de dichas importaciones sobre el valor de las exportaciones. Nótese también que esta definición capturaría la participación hacia atrás en las CVG. El Gráfico 6 muestra la evolución del total de empresas exportadoras y de las empresas exportadoras que participan en CVG entre 1995 y 2023. El gráfico muestra que el crecimiento del número de empresas exportadoras ha sido superior al número de empresas exportadoras que participan en CVG. Como ya comenté al analizar el Gráfico 6, el número de empresas exportadoras alcanza su máximo en 2013 y después se reduce de forma constante hasta 2020. El número de empresas exportadoras que participan en CVG crece entre 1999 y 2007. Tras un descenso en el periodo

**Gráfico 6:** Empresas exportadoras y empresas exportadoras que participan en cadenas globales de valor, 1997-2023 (1997=100)



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de Aduanas.

2008-2009, el número de empresas exportadoras que participan en CVG crece de forma ininterrumpida a partir de 2010. En esta serie también se observa el brusco crecimiento en el número de empresas exportadoras en 2021 debido a la salida del Reino Unido de la unión aduanera de la UE.

Las empresas exportadoras que participaban en CVG representaban el 47 % del total de empresas exportadoras en 2023. Este porcentaje era inferior al 52 % alcanzado en 1997. A pesar de suponer menos de la mitad de las empresas exportadoras en 2023, las empresas exportadoras que participaban en CVG fueron responsables del 93 % de las exportaciones españolas de bienes en 2023. Este porcentaje era ligeramente superior al alcanzado en 1997: 90 %. Por tanto, a pesar de reducirse su participación en volumen, el peso de las empresas que participan en las CVG en el valor total de las exportaciones ha incrementado levemente durante el periodo estudiado. Además, las empresas exportadoras que participaban en CVG en 2023 contribuyeron en un 94 % al crecimiento total de las exportaciones de bienes que se produce en España entre 1997 y 2023.

El peso de los exportadoras regulares y de los exportadores que participan en CVG en las exportaciones totales y en el crecimiento de las exportaciones es muy similar. Esto se debe a que dos tercios de las empresas exportadoras que participaban en CVG en 2023 eran empresas regulares. Esta alta correlación entre participación en CVG y regularidad se debe a la variable clave que identificamos al analizar las claves empresariales del buen desempeño exportador: la productividad. Por una parte, los estudios han puesto de

manifiesto que las empresas que exportan e importan tienen una mayor productividad laboral, emplean trabajadores más cualificados y tienen más empleados que las empresas que solamente exportan, que solamente importan, o que no exportan ni importan (Bernard et al., 2018). Por otra parte, Esteve-Pérez et al. (2007) muestran que las empresas españolas con mayor productividad tienen una mayor probabilidad de seguir exportando.

En suma, esta subsección ha puesto de manifiesto que España ha aumentado su participación en las CVG durante las últimas décadas. Debido a que el crecimiento del comercio internacional durante este periodo ha estado estrechamente ligado al despliegue de las CVG, es muy probable que el aumento de la participación de España en las CVG haya contribuido a su buen desempeño exportador. Asimismo, aunque se ha reducido el porcentaje de empresas que participan en las CVG, ha aumentado el peso de estas en el valor de las exportaciones de bienes.

#### 4.4. La estrategia exportadora

Porter (1980) señala que las empresas pueden utilizar tres estrategias genéricas para superar a sus competidores: (i) ser más eficientes en costes, (ii) ofrecer un producto diferenciado, o (iii) especializarse en un segmento de clientes, productos o mercados de destino. Algunas de estas estrategias genéricas se han trasladado a los modelos de comercio internacional. Por ejemplo, Melitz (2003) argumenta que las empresas más productivas tienen un coste de producción menor, lo cual les permite ofrecer sus productos a un precio más bajo y vender más. En cambio, Baldwin y Harrigan (2011) argumentan que una mayor productividad permite a las empresas fabricar productos de superior calidad. En este modelo, las empresas más productivas obtienen mayores ventas porque se especializan en productos de mayor calidad que se exportan a un precio superior.

¿Cuál es la estrategia dominante entre las empresas españolas que más venden en el exterior? Para responder esta pregunta, siguiendo a Manova y Zhang (2012), analizo si existe una correlación entre el precio unitario de exportación y los ingresos de exportación. Si la mayoría de los exportadores compitiesen en precios, esperaríamos una relación negativa entre el precio de exportación y los ingresos de exportación. En cambio, si las empresas compitiesen en calidad, esperaríamos una relación positiva entre el precio unitario de exportación y los ingresos de exportación. Para comprobar cuál de estas dos hipótesis refleja mejor la realidad de las empresas españolas que más venden en el exterior, estimo la siguiente ecuación

$$\ln x_{fkdt} = \beta \ln p_{fkdt} + \gamma_{kdt} + \epsilon_{fkdt} \quad (1)$$

donde  $x_{fkdt}$  es el valor de las exportaciones de la empresa  $f$ , del producto  $k$ , en el



destino  $d$ , en el año  $t$ ;  $p_{fkd t}$  es el precio unitario de exportación;  $\gamma_{kdt}$  es un efecto fijo producto-destino-año específico y  $\epsilon_{fkd t}$  es el término de error. Por tanto, la ecuación (1) analiza para un mismo producto, destino y año, si las empresas que tienen un precio de exportación más alto obtienen ingresos de exportación más altos o más bajos. Si  $\beta < 0$ , los mayores ingresos de exportación se obtendrían por las empresas que compiten costes; en cambio, si  $\beta > 0$ , las empresas que compiten en calidad son las que lograrían los mayores ingresos por exportación.

El Cuadro 3 presenta los resultados de la estimación. La columna 1 presenta las estimaciones para el año 2023, la columna 2 para el año 1997 y la columna 3 para el año 2010. Los productos están desagregados al nivel de 8 dígitos de la Nomenclatura Combinada. La estimación con datos de 2023 (columna 1) muestra que el coeficiente del precio unitario de exportación es negativo y estadísticamente significativo. Este resultado indica que las empresas que venden a un precio unitario más bajo tienen mayores ingresos de exportación. En concreto, una reducción del 10 % en el precio de exportación genera un aumento del 1,8 % en el valor de las exportaciones. Este resultado sugiere que las empresas españolas que más venden en el exterior persiguen una estrategia genérica de costes. Las estimaciones con datos de 1997 y 2010, que se presentan en las columnas 2 y 3, respectivamente, confirman esta conclusión.

**Cuadro 3:** Competencia en precios vs. competencia en calidad

A. Todos los exportadores			
	(1)	(2)	(3)
	2023	1997	2010
Precio (log)	-0.183 <sup>a</sup>	-0.168 <sup>a</sup>	-0.127 <sup>a</sup>
	(0.011)	(0.006)	(0.006)
Observaciones	914840	371274	567331
R2 ajustado	0.212	0.237	0.229

B. Exportadores multiproducto			
	(1)	(2)	(3)
	2023	1997	2010
Precio (log) (Diferencia con respecto a la media)	-0.135 <sup>a</sup>	-0.142 <sup>a</sup>	-0.142 <sup>a</sup>
	(0.005)	(0.007)	(0.006)
Observaciones	180500	77332	106889
R2 ajustado	0.350	0.323	0.338

Nota: La variable dependiente son los ingresos de exportación (en logaritmos). Todas las estimaciones incluyen un efecto fijo producto-destino-año.  $a$  significa que el coeficiente es estadísticamente significativo al 1 %. Los errores estándar clusterizados por empresa se muestran entre paréntesis.

Una forma alternativa para determinar la estrategia competitiva de las empresas exportadoras que más venden en el exterior es focalizarse en las empresas que venden más de un producto. En concreto, analizo si las empresas exportadoras obtienen más ingresos de sus productos con un mayor precio de exportación o de sus productos con un menor precio de exportación. Para ello, siguiendo a [Manova y Yu \(2017\)](#), estimo la siguiente ecuación

$$\ln x_{fkdt} = \alpha \ln \bar{p}_{fkdt} + \gamma_{fdt} + \epsilon_{fkdt} \quad (2)$$

La variable  $\bar{p}_{fkdt}$  es la diferencia entre el precio unitario de la empresa  $f$  en el producto  $k$  en el destino  $d$  y en el año  $t$ , y el precio unitario medio de las empresas que exportan el mismo producto, al mismo destino y en el mismo año. Al transformar la variable precio unitario en una variable de diferencia del precio unitario con respecto a la media, podemos comparar si el precio unitario de exportación de una empresa en un producto es mayor que en otro.<sup>11</sup> La ecuación (2) incluye un efecto fijo empresa-destino-año específico. Por tanto, para un misma empresa, destino y año, la estimación analiza si los ingresos de exportación son mayores en los productos que tienen un precio superior a la media o en los productos que tienen un precio inferior a la media.

El panel B del Cuadro 3 muestra los resultados de la estimación. Como podemos observar en la columna 1 (estimación con datos de 2023), el coeficiente del precio de exportación es negativo y estadísticamente significativo. Este resultado indica que las empresas obtienen mayores ingresos de exportación en sus productos que tienen un menor precio. En concreto, un crecimiento del 10 % en el precio de exportación se traduce en una reducción del 1,4 % en los ingresos de exportación. Las estimaciones para 1997 y 2010 (columnas 2 y 3) ofrecen resultados similares.<sup>12</sup> Si las empresas españolas que más venden en el exterior siguen una estrategia de costes, el control de estos es un factor clave para asegurar la competitividad de las empresas exportadoras españolas. Por ello, es importante eliminar las rigideces de mercado y las conductas anticompetitivas que acarrearán mayores costes a las empresas exportadoras.

Para finalizar esta subsección, analizo si las diferencias en el valor de las exportaciones entre empresas se deben al margen extensivo o al margen intensivo. Para ello descompongo las exportaciones anuales totales de una empresa,  $X_f$ , en un componente extensivo y en un componente intensivo.

$$X_f = c_f \frac{X_f}{c_f} \quad (3)$$

---

<sup>11</sup>Es decir, considero que un producto exportado por una empresa tiene mayor calidad que otro si la diferencia del precio unitario con respecto a la media del primero es superior a la del segundo.

<sup>12</sup>de [Lucio et al. \(2018\)](#) muestran que los resultados son robustos a utilizar indicadores alternativos de calidad y estimar la Ecuación (2) en jerarquías en vez de en niveles.

donde  $c_f$  son las combinaciones destino-producto de una empresa con exportaciones positivas. Por ejemplo, si una empresa solamente exporta un producto a un país el número de combinaciones será 1. En cambio si una empresa exporta dos productos y tiene dos destinos de exportación, pero exporta solamente el producto 1 al destino 1, y el producto 2 al destino 2 el número de combinaciones será 2. La ratio  $\frac{X_f}{c_f}$  indica el valor medio de las exportaciones de una empresa en las combinaciones destino-producto que exporta. El número de combinaciones captura el margen extensivo, mientras que el valor medio de una combinación captura el margen intensivo.

A continuación, transformamos las variables de la Ecuación (3) en logaritmos y estimamos, para cada margen, una regresión, mediante mínimos cuadrados ordinarios (MCO), en el que la variable dependiente es el logaritmo del margen a analizar y la variable independiente el logaritmo de las exportaciones totales de la empresa.

$$\ln y_f = \ln X_f + \text{constante} + \epsilon_f \quad (4)$$

donde  $y_f$  puede ser el número de combinaciones o las exportaciones medias por combinación. Como MCO es un estimador lineal cuyos errores ( $\epsilon_f$ ) tienen un valor esperado de cero, la suma de los coeficientes estimados en las dos regresiones suma 1. El coeficiente indica cuál es el porcentaje de las diferencias de las exportaciones entre empresas que es explicado por el margen extensivo o el margen intensivo.

El Cuadro 4 muestra los resultados de las dos regresiones utilizando datos de 2023 y definiendo los productos a una desagregación de 8 dígitos de la Nomenclatura Combinada. El margen intensivo es más importante que el margen extensivo para explicar las diferencias de las exportaciones entre empresas: 60 % vs. 40 %. Este resultado pone de manifiesto que para lograr el éxito exportador es muy importante que las empresas identifiquen su combinación destino-producto más atractiva. Los resultados también indican que la diversificación de las exportaciones por destinos y productos contribuye de forma notable a las diferencias en las exportaciones entre empresas.<sup>13</sup>

#### 4.5. La especialización por mercados, productos y las exportaciones españolas antes las transiciones verde y digital

Este subsección se divide en tres apartados. En primer lugar, analizo la especialización de las exportaciones españolas por mercados de destino. En segundo lugar, estudio la especialización de las exportaciones por productos. Finalizo la subsección reflexionando cómo se posicionan las exportaciones españolas antes las transiciones verde y digital.

---

<sup>13</sup>Si utilizáramos una descomposición más granular de las exportaciones por empresa, obtendríamos que la contribución de la diversificación por países es ligeramente superior a la contribución de la diversificación por productos.

**Cuadro 4:** Descomposición de las exportaciones por empresa, 2023

	(1)	(2)
	Extensivo	Intensivo
Exportaciones totales (ln)	0.399 <sup>a</sup> (0.001)	0.601 <sup>a</sup> (0.001)
Observaciones	77184	77184

Nota: La variable dependiente son los ingresos totales de exportación de una empresa (en logaritmos). *a* significa que el coeficiente es estadísticamente significativo al 1 %.

#### 4.5.1. La especialización por mercados

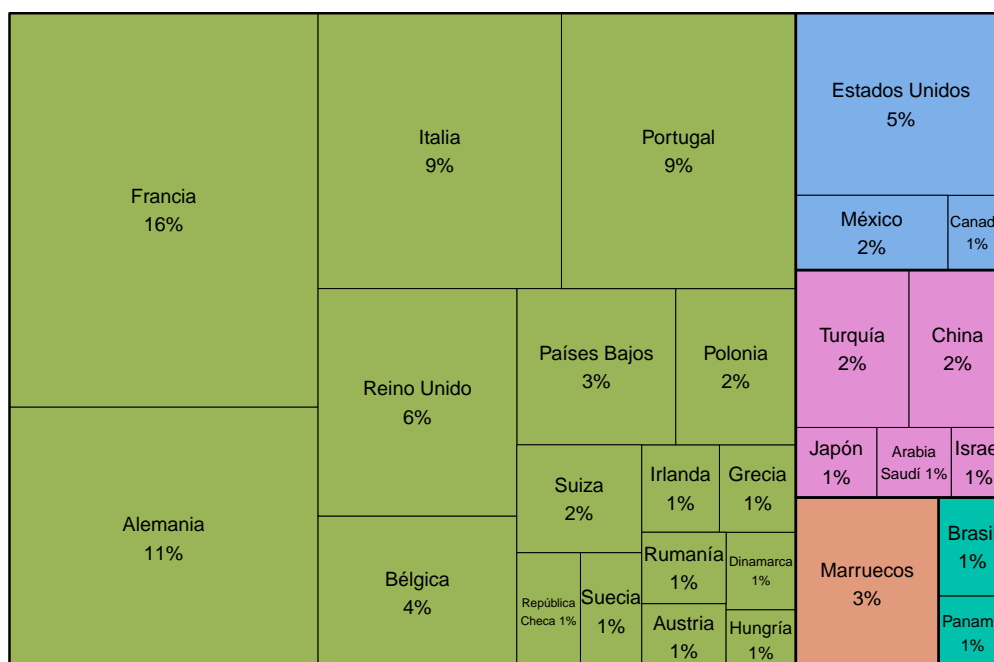
En esta subsección analizo la especialización de las exportaciones españolas de bienes por destinos y productos. A partir de este análisis, identifiqué algunos de los retos a los que se enfrentan las exportaciones españolas de bienes. El panel A del Gráfico 7 muestra la distribución de las exportaciones de bienes por países en 2023. El destino más importante de las exportaciones de bienes españolas era Francia, con un 16 % del total, seguida de Alemania (11 %), Italia (9 %), Portugal (9 %) y Reino Unido (6 %). Fuera de Europa, los destinos más importantes de las exportaciones de bienes españolas fueron Estados Unidos (5 %), Marruecos (3 %), China (2 %), México (2 %) y Turquía (2 %). En 2023, Europa representaba el 73 % de las exportaciones españolas y la UE el 63 %. En cambio, Asia solamente representaba el 10 %, Norteamérica el 8 %, África el 5 % y el Resto de América el 4 %. Como muestra el panel B del Gráfico 7, la distribución de las exportaciones de bienes por áreas geográficas en 1995 es similar a la de 2023.

Según la ecuación de gravedad del comercio internacional, los destinos de exportación más importantes deben ser los que tienen un peso económico más grande y en los que el coste de comerciar sea más pequeño (Head y Mayer, 2014). Europa acoge a países con un PIB elevado (p.e., Alemania, Francia, Italia o el Reino Unido) y para España el coste de comerciar con estos países es relativamente pequeño. Esto se debe a que estos destinos están geográficamente cerca y muchos de ellos son miembros de la UE, un mercado en el que se han eliminado las barreras arancelarias y se ha avanzado en la convergencia de las no arancelarias. Por tanto, es lógico que Europa en general, y la UE en particular, tengan un gran peso como destino de las exportaciones españolas.

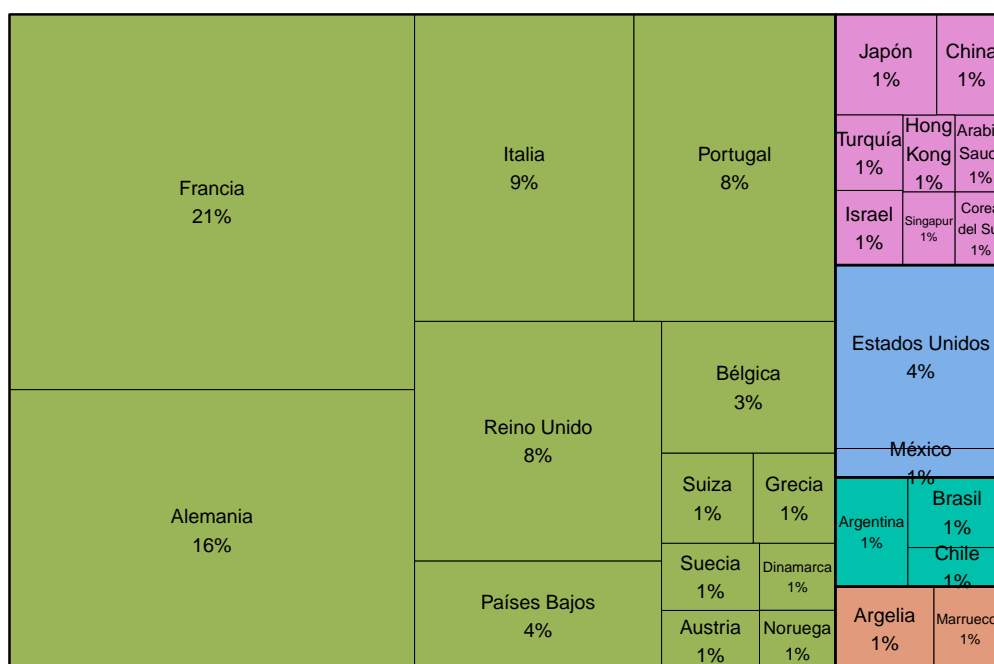
Sin embargo, la ecuación de gravedad también se puede utilizar para detectar aquellos destinos en los que el valor de las exportaciones españolas está por debajo de su valor esperado. Minondo y de Lucio (2020) muestran que Estados y China son los destinos en los que las exportaciones de bienes españolas están muy por debajo de lo que predice la ecuación de gravedad. En concreto, estos autores estiman que durante el periodo 2014-

**Gráfico 7:** Distribución de las exportaciones de bienes por destinos (% del total de exportaciones)

A. 2023



B. 1995



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de la [Agencia Tributaria](#) y [Comtrade](#).

2016, España debería exportar un 122% más a Estados Unidos y un 48% más a China. Entre los veinte destinos más importantes de las exportaciones españolas, también se estaría exportando por debajo del potencial a México, Reino Unido y Suecia. En este

sentido, es positivo que cuatro de estos países, China, Estados Unidos, México y el Reino Unido, y en especial los dos primeros, formen parte del grupo de Países con Actuación Sectorial Estratégica (PASE) del Ministerio de Comercio y Empresa del Gobierno de España.<sup>14</sup> Estas actuaciones tienen por objetivo elevar las exportaciones en los países elegidos en sectores concretos, lo que permitiría reducir el déficit exportador.<sup>15</sup>

España, además, se enfrenta a importantes retos en algunos de los mercados catalogados como prioritarios. En el caso del Reino Unido, la salida de este país de la unión aduanera y del mercado único europeo, y la entrada en vigor del nuevo Acuerdo de Comercio y Cooperación (ACC) en enero de 2021, introdujo nuevos costes al comercio entre la UE y el Reino Unido. *de Lucio et al. (2024a)* concluyen que las exportaciones españolas al Reino Unido tras la firma del ACC disminuyeron un 24 % en comparación con el período anterior al referéndum sobre el Brexit. También se redujo el número de empresas españolas que inician una relación comercial con el Reino Unido y aumentó el número de empresas que terminaron una relación comercial con el Reino Unido. Estos autores también muestran que los productos sujetos a medidas sanitarias y fitosanitarias, normas de origen estrictas y cuyas normas técnicas no habían sido armonizadas antes de la firma del ACC, experimentaron una mayor caída en sus exportaciones al Reino Unido. A finales de abril de 2024 el Reino Unido comenzó a realizar inspecciones documentales y físicas a los animales, plantas y productos derivados de las plantas considerados de riesgo medio y alto procedentes de la UE. Estas medidas aumentan los costes de comerciar con el Reino Unido y, por tanto, es muy probable que reduzcan las exportaciones de España al Reino Unido en los productos afectados.

Con respecto a los Estados Unidos, la Administración Trump impuso aranceles a las importaciones de acero y aluminio procedentes de la UE en junio de 2018. Asimismo, Estados Unidos impuso aranceles al aceite, las aceitunas, el queso y el vino español en octubre de 2019 tras la sentencia de la Organización Mundial de Comercio, favorable a Estados Unidos, en el conflicto Airbus-Boeing (*Minondo, 2024*). Aunque la llegada de la Administración Biden logró encauzar positivamente estos conflictos comerciales, en vista de los antecedentes, la potencial llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos podría provocar nuevos conflictos comerciales.<sup>16</sup>

En el caso de China, España ha explotado ventanas de oportunidad, como la aparición de un severo brote de fiebre porcina entre la pira china, para aumentar sus exportaciones

---

<sup>14</sup>La lista de los PASE se puede consultar en [https://comercio.gob.es/es-es/estrategia\\_internacionalizacion/paginas/pase.aspx](https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/paginas/pase.aspx).

<sup>15</sup>La literatura concluye que los programas de promoción de las exportaciones tienen un efecto positivo sobre el desempeño exportador, especialmente en la probabilidad de exportar, de las empresas pequeñas (*Munch y Schaur, 2018*). Estos programas son más efectivos si combinan diferentes actuaciones, como la asistencia a ferias, el diseño de un plan de internacionalización y la identificación de potenciales clientes extranjeros (*Volpe Martincus y Carballo, 2010*).

<sup>16</sup>Véase, por ejemplo, *Eric Martin Trump's Tariffs Plan Would Raise Prices for Americans, Model Shows* en *Bloomberg.com*, 3 de abril de 2024.

al gigante asiático (Minondo, 2023b). Sin embargo, como señalé anteriormente, España todavía está muy por debajo del potencial de exportaciones en este país. Además, las medidas antidumping adoptadas por la UE contra empresas chinas fabricantes de coches eléctricos que entraron en vigor en julio de 2024 pueden provocar que China tome represalias contra productos españoles.

Finalmente, las sanciones comerciales que la UE ha impuesto a Rusia por la invasión de Ucrania, y la decisión voluntaria de suspender las actividad en Rusia por parte de algunas empresas españolas, son ejemplos de cómo las tensiones geopolíticas pueden afectar negativamente a las exportaciones españolas (de Lucio et al., 2024b). En este sentido, la especialización de las exportaciones españolas en el mercado de la UE puede ser un elemento positivo en un escenario de mayores tensiones geopolíticas. Estas tensiones parecen estar provocando una concentración del comercio en países políticamente afines (Gopinath et al., 2024). En el caso de España, la concentración de las exportaciones se estaría produciendo en mercados, como el de la UE, en el que ya tiene una presencia consolidada. Finalmente, la reorganización de las cadenas de suministro de las empresas estadounidenses desde China hacia países geográficamente más cercanos y políticamente más afines, como México (Cebreros et al., 2023), es un razón adicional para que este mercado deba ser considerado como prioritario para las empresas españolas.

#### 4.5.2. La especialización por productos

Como muestra el panel A del Gráfico 8, las semimanufacturas es el sector más importante de las exportaciones españolas de bienes, representando el 27% del total de las exportaciones de bienes en 2023. En esta partida destacan los productos químicos, que representaron el 17% de las exportaciones españolas en 2023.<sup>17</sup> El segundo lugar lo ocupan los bienes de equipo, que representaron el 20% de las exportaciones de bienes españolas en 2023. Dentro de esta partida se engloba la maquinaria específica para ciertas industrias, el material de transporte (excluyendo el sector del automóvil), los equipos de oficina y telecomunicaciones, y otros bienes de equipo, como los aparatos eléctricos. El tercer lugar lo ocupa la industria agroalimentaria, con el 18% de las exportaciones, y el cuarto la industria del automóvil con el 14%. A continuación, se encuentran sectores con menor peso en las exportaciones españolas de bienes, como las manufacturas de consumo (9%), los productos energéticos (8%), los bienes de consumo duradero (2%), las materias primas (2%) y otras mercancías (2%).

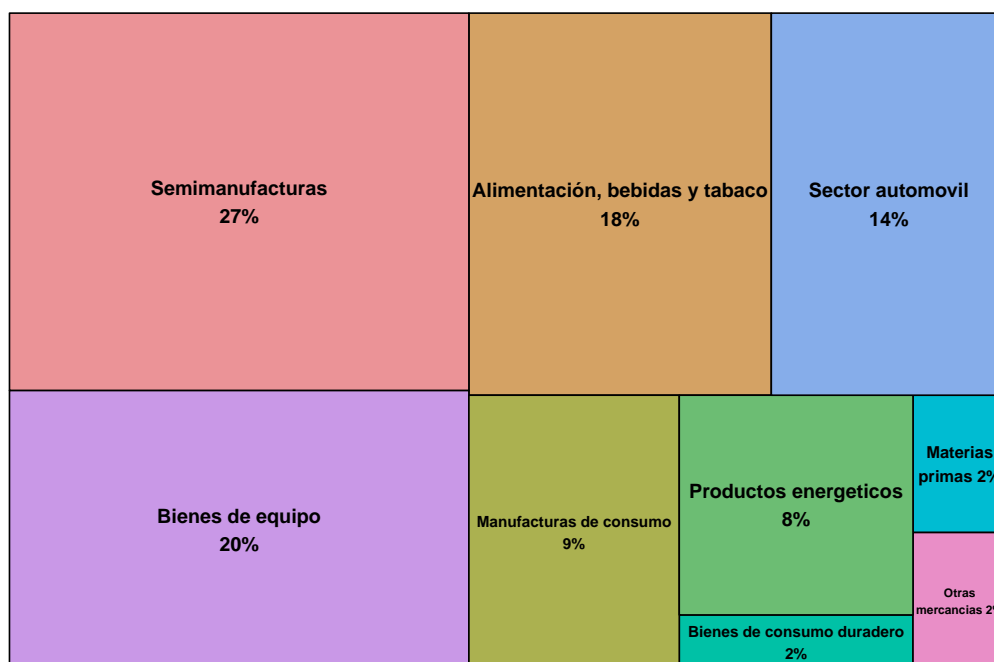
Comparando el panel A con el B, podemos observar una notable reducción del peso del sector del automóvil en las exportaciones españolas, que pasa del 23% en 1995 al 14% en 2023. Se produce un crecimiento en el peso de las semimanufacturas, que pasan

---

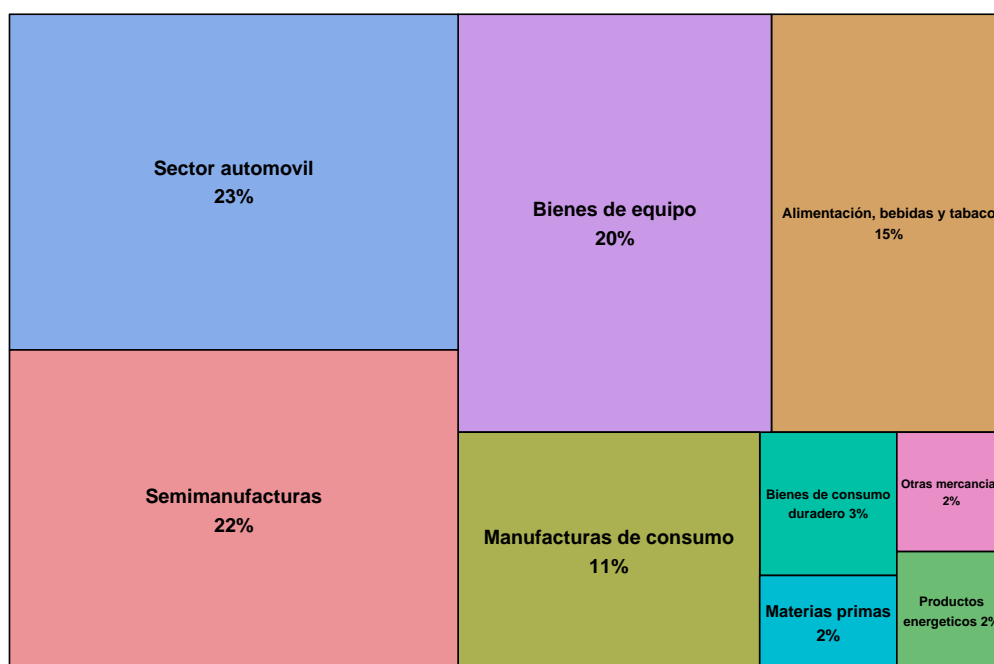
<sup>17</sup>El resto de subpartidas incluidas en las semimanufacturas son, por orden de importancia, otras semimanufacturas (por ejemplo, materiales de construcción y papel), hierro y acero, y metales no ferrosos.

**Gráfico 8:** Distribución de las exportaciones por sectores (% del total de exportaciones)

A. 2023



B. 1995



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de [Datacomex](#).

del 22% en 1995 al 27% en 2023. Este crecimiento está explicado por el crecimiento de las exportaciones de productos químicos en general, y de los medicamentos en particular. Los bienes de equipo mantienen su peso en las exportaciones y aumenta el peso de la



industria agroalimentaria (del 15 % al 18 %). También se produce un fuerte crecimiento en el peso de los productos energéticos, que pasan del 2 % al 8 %, y una caída en el peso de las manufacturas de consumo (del 11 % al 9 %).

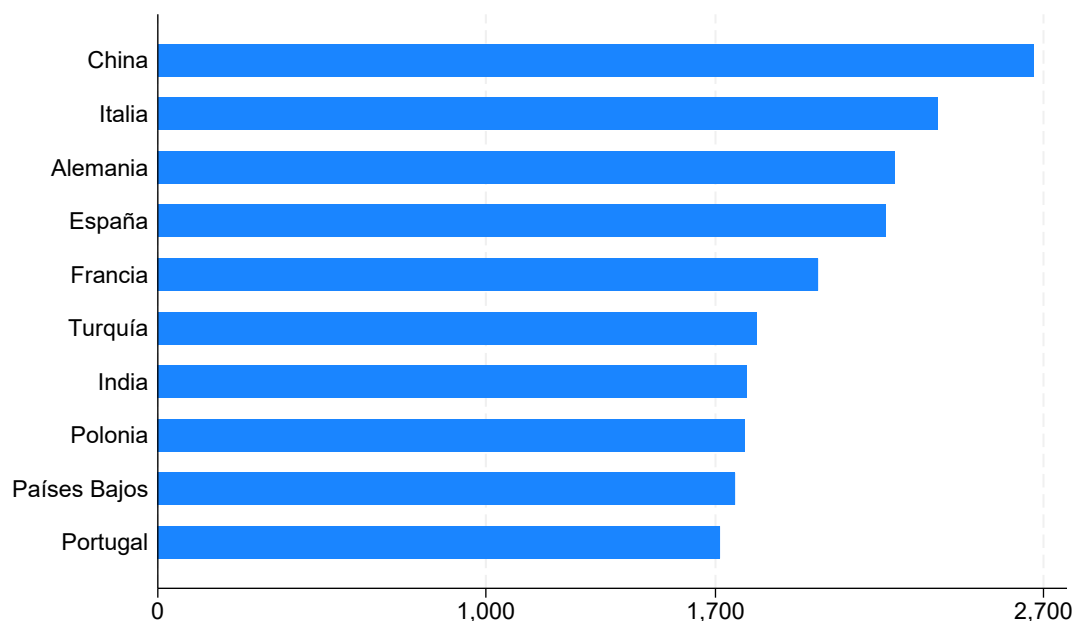
Para finalizar este apartado, quiero realizar tres apuntes sobre la especialización por productos de las exportaciones españolas de bienes. En primer lugar, es importante destacar la gran diversificación por productos de las exportaciones españolas. El Gráfico 9 muestra el número de productos en los que España tenía ventaja comparativa revelada en 2022. Decimos que existe ventaja comparativa revelada si el peso de un producto en las exportaciones españolas es superior al peso de ese producto en las exportaciones globales.<sup>18</sup> España ocupa el cuarto lugar en el ranking mundial de países con mayor número de productos con ventaja comparativa revelada en 2022. En concreto, España tenía ventaja comparativa revelada en 2670 productos de los 5606 productos incluidos en la clasificación de 2022 a seis dígitos del Sistema Armonizado. [Minondo \(2011\)](#) muestra que una mayor diversificación por productos está ligada a la posesión de habilidades o competencias que son fáciles de aplicar a diferentes tareas. Así, los países que cuentan con estas habilidades tienen la capacidad de especializarse en un mayor número de productos que los países que cuentan solamente con competencias que son aplicables a unos pocos productos. Este hecho ofrece cierto optimismo sobre la capacidad de España para especializarse en los productos que sean protagonistas del comercio internacional en los próximos años.

En segundo lugar, es importante recordar que la especialización de los países por productos, además de explicarse por factores que se determinan a nivel país o industria (productividad, dotación de factores y economías de escala), también se determina por las capacidades de sus empresas. Por ejemplo, [de Lucio et al. \(2017a\)](#) concluyen que si desapareciesen las 10 empresas que más exportan en cada sector, España perdería su ventaja comparativa revelada en el 60 % de sus industrias. Esta conclusión subraya que la especialización por productos de un país, y su capacidad de adaptarse a las nuevas dinámicas del comercio, tiene un componente aleatorio que está ligado a la existencia de empresas competitivas. Por ello, es muy importante que los países ofrezcan un clima que favorezca la experimentación empresarial en nuevos productos y destinos, y así pueden aparecer empresas que sean, utilizando la terminología de [Mayer y Ottaviano \(2008\)](#) y [Freund y Pierola \(2015\)](#), super-estrellas de la exportación. Finalmente, la especialización de España en los mercados europeos y el fuerte peso del sector agroalimentario y de la farmacia en las exportaciones españolas, pueden convertirse en activos en un escenario en el que las relaciones se repliegan hacia socios más confiables y en el que se prima la seguridad económica.

---

<sup>18</sup>Como explican [Costinot et al. \(2012\)](#) y [French \(2017\)](#), esta ratio es una aproximación imperfecta, aunque fácil de calcular, de la ventaja comparativa.

**Gráfico 9:** Diversificación de las exportaciones por productos, 2022 (número de productos con ventaja comparativa revelada)



Nota: existe ventaja comparativa revelada si el peso de un producto en las exportaciones de un país es superior al peso de ese producto en las exportaciones globales. Los productos se definen según la clasificación de 2022 a seis dígitos del Sistema Armonizado. Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos [BACI de la CEPII](#).

#### 4.5.3. Las exportaciones españolas ante las transiciones verde y digital

En este apartado analizo la exportaciones españolas de productos relacionados con las dos grandes transiciones económicas que están ocurriendo en la actualidad: la ecológica y la digital. En primer lugar, analizo la especialización de España en los productos ligados a la transición ecológica. De acuerdo a [OECD-Eurostat \(1999\)](#), los productos verdes se definen como “productos que miden, previenen, limitan, minimizan o corrigen el daño medioambiental”. Siguiendo a [National Board of Trade Sweden \(2023\)](#), utilizamos la Lista Combinada de Bienes Medioambientales, creada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 2014 ([Sauvage, 2014](#)), y la Lista de Referencia de Productos Climáticos, creada por el Foro Económico Mundial (FEM) en 2022 ([World Economic Forum, 2022](#)) para identificar los productos verdes. Utilizando la Clasificación Armonizada del Comercio a seis dígitos, la lista de la OCDE identifica 243 productos verdes (por ejemplo, los coches eléctricos o las turbinas hidráulicas) y la lista del FEM 146 productos (por ejemplo, equipos para purificar el aire). 97 productos aparecen tanto en la clasificación de la OCDE como en la de la FEM. Por tanto, la lista final incluye 292 productos verdes.

En 2022, España exportó 277 de los 292 productos incluidos en la lista de productos

verdes. Como muestra el panel A del Gráfico 10, los vehículos que cuentan solamente con propulsión eléctrica fue el producto verde más exportado por España en 2022 (4027 millones de dólares). Este producto representó el 14 % del total de las exportaciones de productos verdes de España en 2022. Las estructuras de hierro y acero que se utilizan en la construcción de plantas de energía renovable fue el segundo producto más exportado (1589 millones y el 5 % del total de las exportaciones de productos verdes). A continuación, se encuentran los convertidores estáticos (1223 millones y el 4 %), las demás manufacturas de hierro que se utilizan en la gestión de las aguas residuales y en el tratamiento del agua potable (1154 millones y el 4 %) y otros artículos de grifería (1146 millones y el 4 %).<sup>19</sup>

El panel B muestra los 10 productos verdes más exportados globalmente. Es interesante observar que 6 de los 10 productos más exportados globalmente también se encuentran en la lista de los 10 productos verdes más exportados por España. En particular, cuatro de los cinco productos más exportados globalmente: los vehículos que cuentan solamente con propulsión eléctrica, los convertidores estáticos, los demás artículos de grifería y las demás manufacturas de hierro, también se encuentran entre los cinco productos verdes más exportados por España.<sup>20</sup>

La comparación de los paneles A y B del Gráfico 10 indica que la especialización de España en productos verdes está en línea con la especialización global. Sin embargo, ¿es el peso de los productos verdes en las exportaciones españolas similar al de otros países? El Gráfico 11 muestra el peso de los productos verdes en las exportaciones totales de bienes de Alemania, España, Francia, Italia, el Reino Unido y globalmente en el periodo 2009-2022. Los productos verdes suponían el 7,4 % de las exportaciones españolas en 2022. Este porcentaje no ha variado con relación al de 2009. Por tanto, España no ha aumentado su especialización en los productos verdes en el periodo 2009-2022. El peso de los productos verdes en las exportaciones españolas es ligeramente inferior al peso de estos productos en las exportaciones globales: 7,9 % en 2022. Al igual que en España, no se observa que el peso de los productos verdes en las exportaciones globales haya variado en el periodo 2009-2022. Por tanto, parece que la transición climática, por ahora, no se ha traducido en un aumento del peso de los productos verdes en el valor de las exportaciones globales.<sup>21</sup>

El peso de los productos verdes es menor en España que en otros grandes países europeos, como Alemania (13,9 %), Italia (11,3 %) y Reino Unido (8,6 %). En el caso de Alemania e Italia, el alto porcentaje de las exportaciones verdes se explica por los vehículos que cuentan solamente con propulsión eléctrica y otros artículos de grifería, respectivamente. Las exportaciones de España solamente superan en porcentaje de pro-

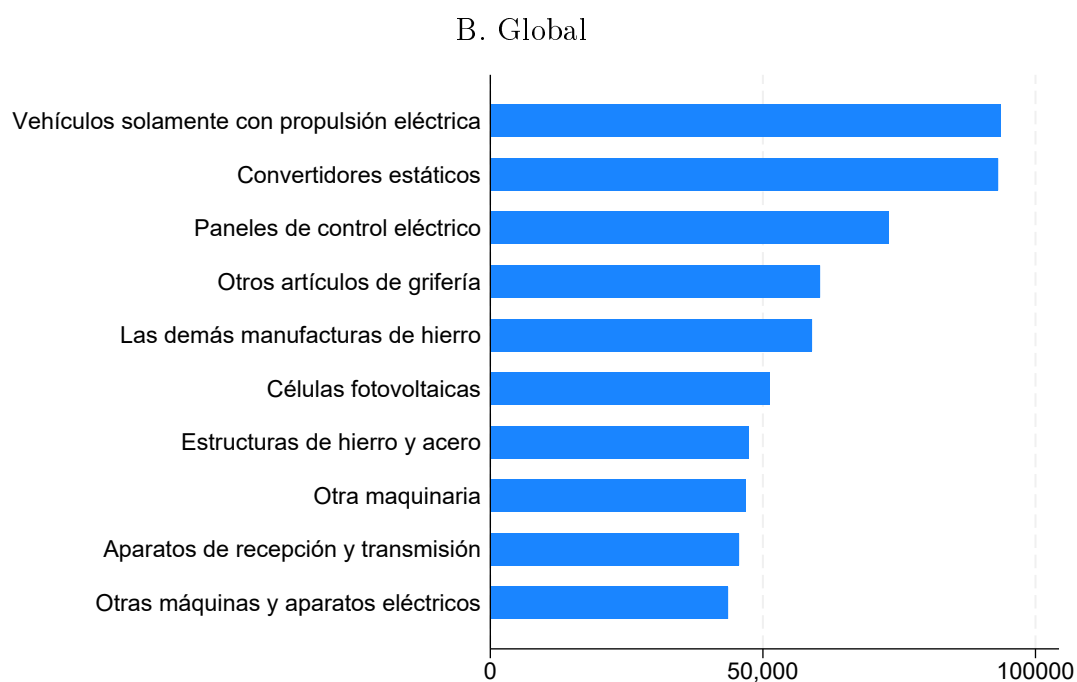
---

<sup>19</sup>Los 10 productos más exportados en 2022 representaron el 44 % de los productos verdes exportados por España en ese año.

<sup>20</sup>Los 10 productos más exportados en 2022 representaron un tercio de los productos verdes exportados globalmente.

<sup>21</sup>"Tampoco se ha producido un crecimiento del peso de las exportaciones verdes en el volumen global de exportaciones."

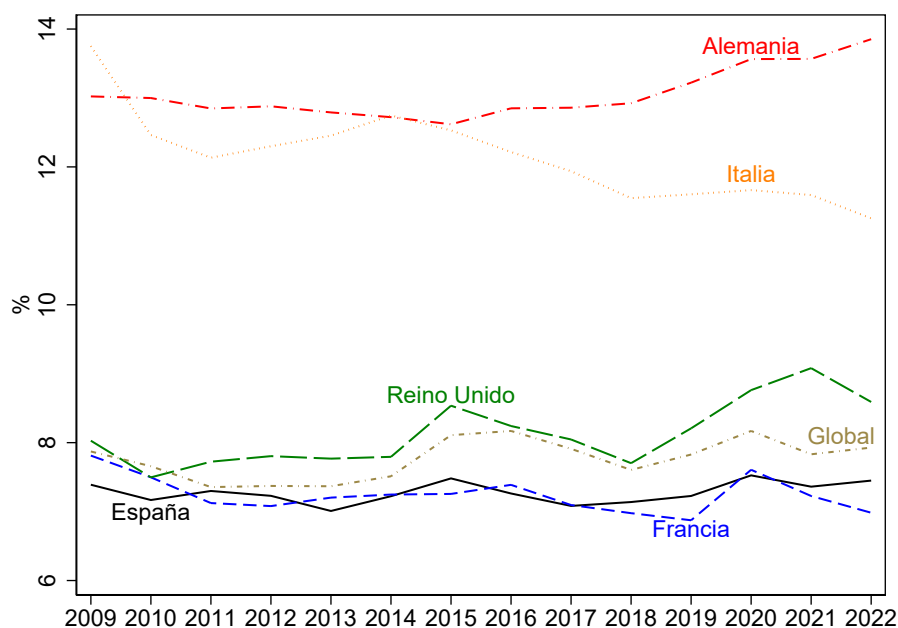
**Gráfico 10:** Los 10 productos verdes más exportados, 2022 (millones de USD)



Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos BACI de la CEPIL.

ductos verdes a Francia (7,0 %). Durante el periodo 2009-2022 se incrementa el peso de los productos verdes en las exportaciones alemanas y británicas, y desciende en las francesas e italianas.

**Gráfico 11:** Peso de los productos verdes en las exportaciones totales de bienes, 2009-2022 (% del total de exportaciones)



Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos BACI de la CEPII, y la lista de productos verdes de la OCDE y el FEM.

En resumen, con relación a la composición de los productos verdes, las exportaciones españolas están en línea con las exportaciones globales. Sin embargo, el peso de los productos verdes en las exportaciones españolas es menor que en las exportaciones globales y las exportaciones de otros países europeos como Alemania, Italia o Reino Unido. Además, es importante tener presente la erosión que se está produciendo en la posición competitiva que Europa mantenía con relación a China en algunas tecnologías limpias (Draghi, 2024).

Teniendo en cuenta la composición de las exportaciones españolas, los coches eléctricos serán muy importantes para que España pueda beneficiarse del potencial crecimiento futuro de las exportaciones ligadas a la transición climática. Además de su impacto sobre las exportaciones, la transición verde puede afectar al sector exterior español a través de la balanza comercial. Esta transición debe reducir la dependencia de España de los combustibles fósiles importados que, como señalaba en el apartado 2, fueron responsables del 82 % del déficit en la balanza comercial en 2023.

En segundo lugar, analizo el peso de los productos ligados a la transición digital en las exportaciones de bienes españolas. Siguiendo a OECD (2023), considero que los bienes ligados a la transición digital son aquellos que pertenecen a las industrias de la información y la comunicación. Como señala OECD (2023), estos son productos que “están destinados principalmente a cumplir o permitir la función de procesamiento de información y

comunicación por medios electrónicos, incluida la transmisión y visualización”. Para identificar estos productos, utilizo la lista publicada en el Anexo 4A de [OECD \(2023\)](#).<sup>22</sup> Esta lista incluye los ordenadores, los equipos de comunicación, los productos electrónicos de consumo, y los componentes de las tecnologías de la información y la comunicación.

Al igual que en los productos verdes, en primer lugar comparo la especialización por productos digitales en España y globalmente en 2022. El panel A del Gráfico 12 muestra los 10 productos digitales más exportados por España en 2022. Los teléfonos inteligentes fueron el producto más exportado: 707 millones de USD, representando el 13 % de las exportaciones de productos digitales. Le siguen las videoconsolas (572 millones y el 11 %), los aparatos de comunicación (421 millones y el 8 %), los ordenadores personales (325 millones y el 6 %). Sin embargo, el hecho de que España exporte estos productos no significa que España los fabrique. Analizando el origen provincial de las exportaciones de estos productos, así como el destino de las exportaciones, es muy probable que las empresas españolas estén actuando simplemente como intermediarias.

El panel B muestra que globalmente son los procesadores y controladores los productos digitales más exportados (casi medio billón de USD, que representó el 17 % del valor de los productos digitales exportados en el mundo en 2022). Le siguen, los demás circuitos integrados (313.379 millones y el 12 %), los teléfonos inteligentes (293.756 millones y el 11 %), las memorias (221.288 millones y el 8 %), y los aparatos de comunicación (214.292 millones y el 8 %). Aunque siete de los productos más exportados por España también se encuentren entre los diez productos digitales más exportados en el mundo, debido a lo comentado más arriba, es difícil realizar una valoración sobre si la especialización de las exportaciones de productos digitales española es idónea o no.

El Gráfico 13 muestra el peso de los productos ligados a la transición digital en las exportaciones totales de España: 1,5 % en 2022. Si eliminásemos las exportaciones de productos digitales en las que es muy probable que España esté actuando solamente como intermediaria, el peso de los productos digitales en las exportaciones españolas caería al 0,8 %. Además, el peso de los productos digitales en el total de las exportaciones españolas de bienes se ha reducido desde 2009, año en el que alcanzaba el 2,1 %.

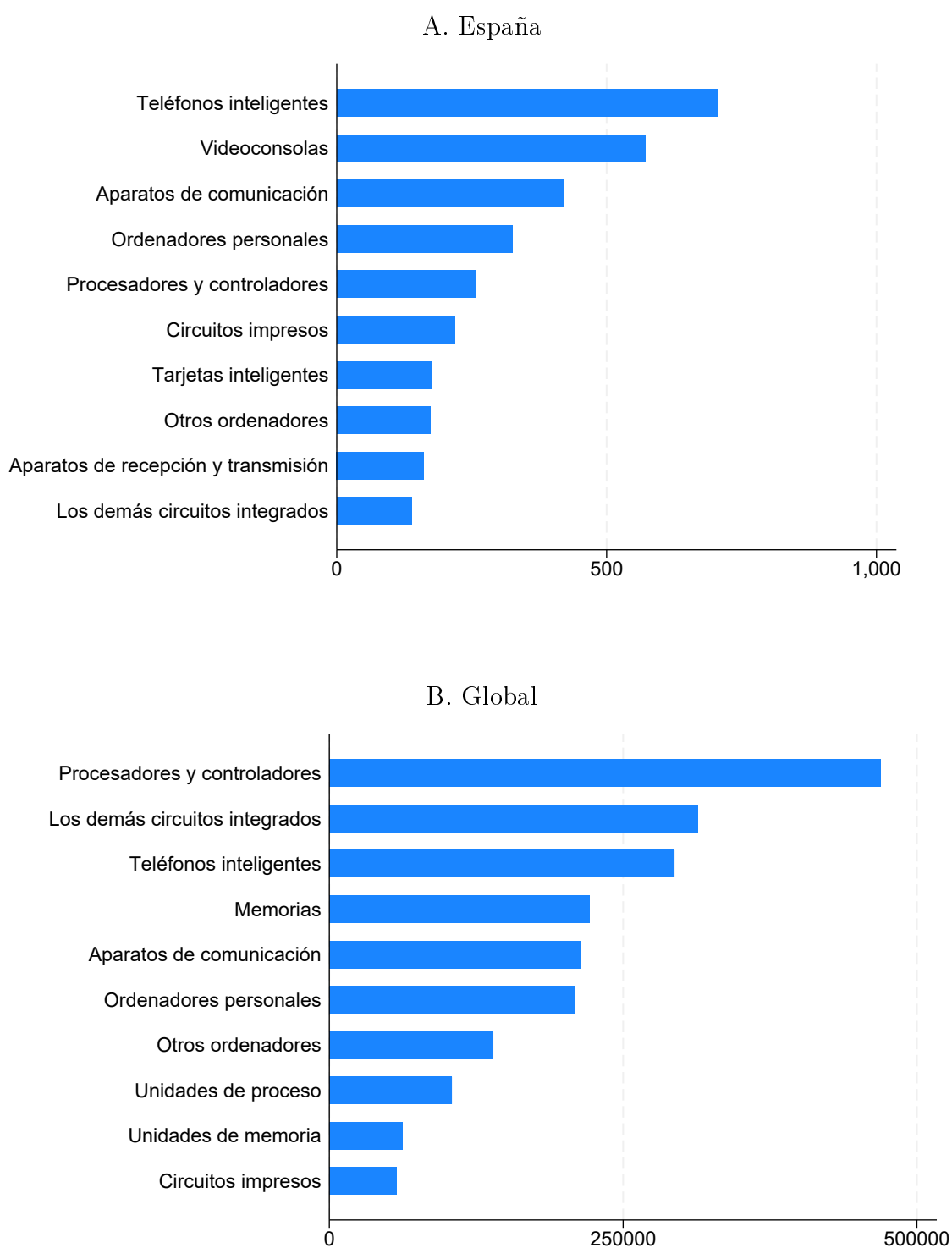
Si comparamos el peso de los productos digitales en las exportaciones españolas con el peso de estos productos en el comercio global, podemos comprobar que la especialización de España en productos digitales es muy pequeña. En 2022, los productos digitales representaban el 12 % de las exportaciones globales, mientras que en España, como hemos señalado más arriba, solamente alcanzaban el 1%.<sup>23</sup> España es también el país donde

---

<sup>22</sup>La lista de productos ligados a la transformación digital están clasificados según la Clasificación Central de Productos. Utilizo la correspondencia entre esta clasificación y el Sistema Armonizado de la [División de Estadística de las Naciones Unidas](#) para identificar los productos digitales en los datos de comercio.

<sup>23</sup>La exportación de productos digitales está liderada por China con casi un tercio de las exportaciones

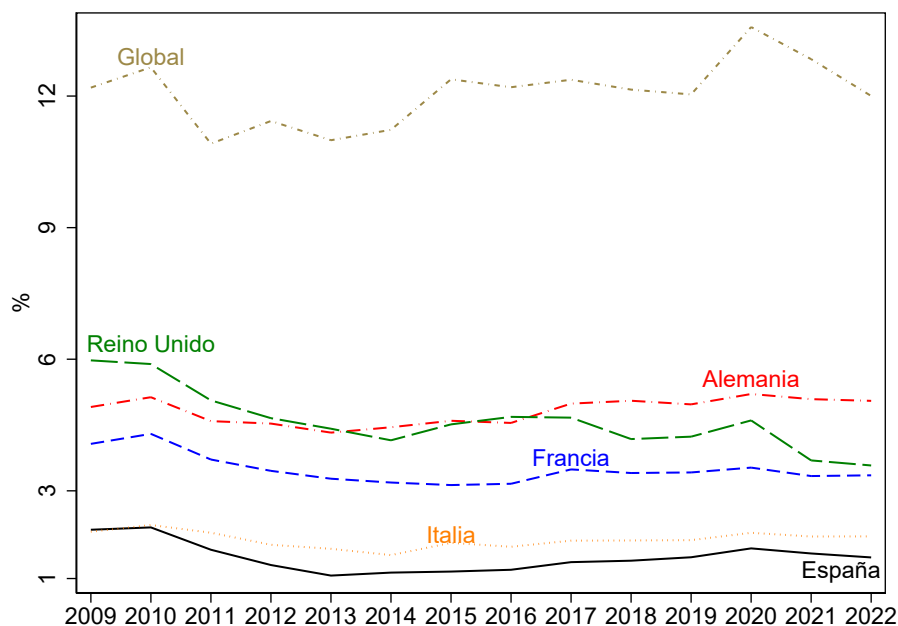
**Gráfico 12:** Los 10 productos digitales más exportados, 2022 (millones de USD)



Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos BACI de la CEPIL.

menor peso tienen los productos ligados a la transición digital entre los grandes países europeos. En Alemania el peso es del 5,1 %, en el Reino Unido del 3,6 %, en Francia del mundiales.

**Gráfico 13:** Peso de los productos ligados a la transición digital en las exportaciones, 2009-2022 (% del total de exportaciones)



Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos BACI de la CEPII, y la lista de productos digitales de la OCDE.

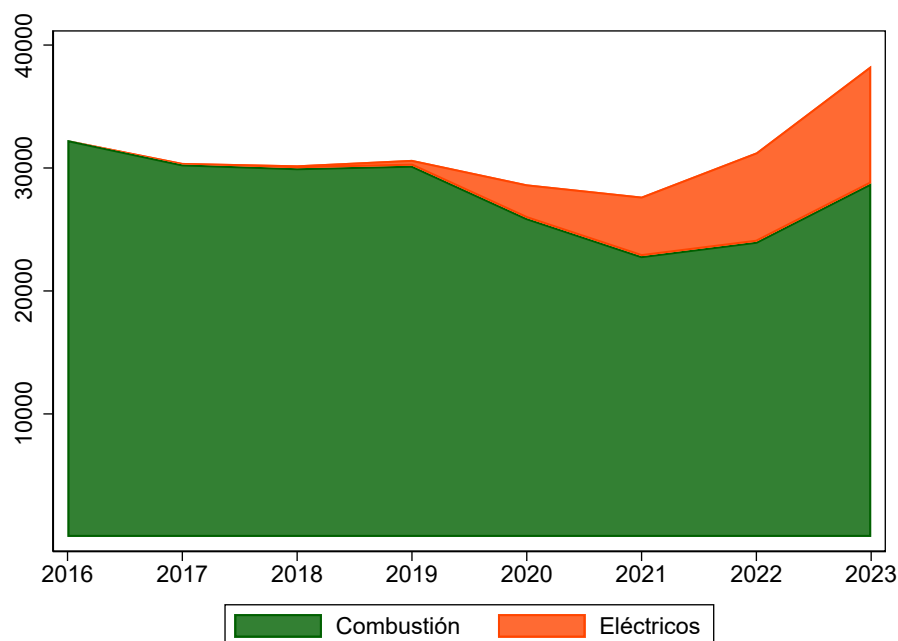
3,4 %, y en Italia del 2,0 %. Por tanto, España no parece bien posicionada para aprovechar el aumento de la demanda debido a la transición digital.

Como señalábamos anteriormente, el coche eléctrico será una pieza clave para que España pueda beneficiarse del potencial crecimiento futuro de las exportaciones ligadas a la transición climática. Además, el sector del automóvil está afectado también por la transición digital. La introducción de sistemas de seguridad activos y conducción autónoma están provocando que el software y la electrónica tengan un mayor peso en la estructura de costes de un vehículo. Como mostraba el Gráfico 8, el automóvil es un sector de especialización tradicional de las exportaciones españolas. Según los datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles (ANFAC), en el año 2023 se produjeron 2.451.243 vehículos en España, de los cuales se exportaron el 78 %. Además, el sector del automóvil y sus componentes contribuyó en un 8,2 % y en un 9,0 % al PIB y al empleo español, respectivamente (ANFAC, 2023). El Gráfico 14 muestra la evolución de las exportaciones españolas de turismos con motor de combustión y turismos eléctricos en el periodo 2015-2023. Defino como turismos eléctricos aquellos con un motor de propulsión eléctrico o los híbridos recargables. España no exportaba ningún turismo eléctrico en 2015. Para 2023, los turismos eléctricos ya suponían el 25 % de las exportaciones de turismos españoles.

El panel A del Gráfico 15 muestra la evolución de la cuota de España en las exporta-



**Gráfico 14:** Exportaciones de turismos con motor de combustión y turismos eléctricos, 2015-2023 (millones de euros)



Nota: Se definen como vehículos eléctricos aquellos con un motor de propulsión eléctrico o los híbridos recargables (partidas 870360, 870370 y 870380 del Sistema Armonizado a 6 dígitos). Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de [Datacomex](#).

ciones globales de turismos eléctricos en el periodo 2017-2022. España aumentó su cuota en las exportaciones de turismos eléctricos del 0,9 % en 2017 al 5,5 % en 2022. Esta cuota sitúa a España como el sexto exportador mundial de turismos eléctricos. Es importante destacar que la cuota de España en las exportaciones globales de turismos eléctricos en 2022 era superior a su cuota en las exportaciones globales de turismos con motor de combustión (panel B; séptima posición, con una cuota del 4,2 %).

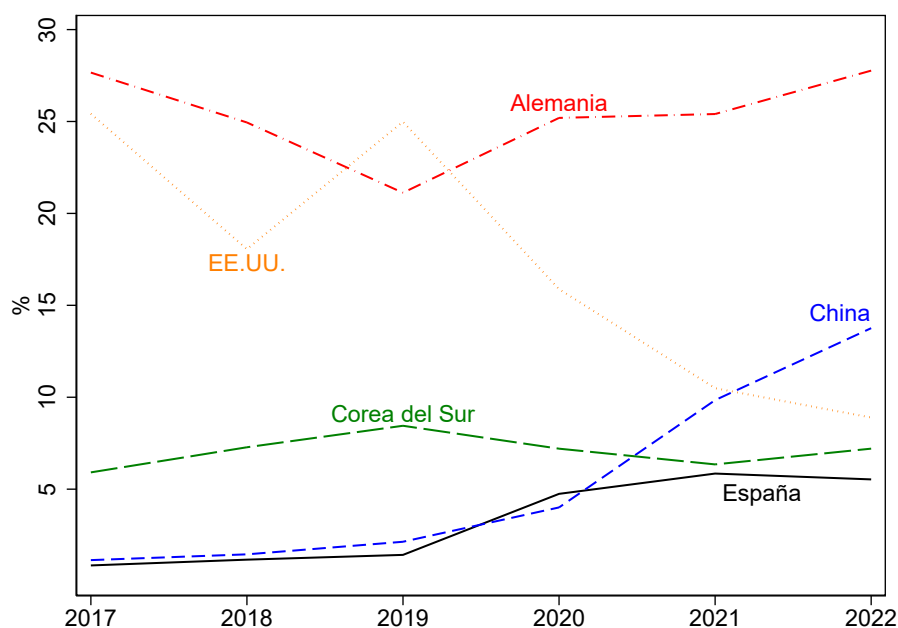
El gráfico también muestra la evolución de la cuota de mercado de los cuatro países con mayor cuota en las exportaciones globales de turismos eléctricos en 2022. Alemania era el mayor exportador de turismos eléctricos, con una cuota del 28 % de las exportaciones globales en 2022. A continuación, se situaban China, con el 14 %, Estados Unidos, con el 9 %, y Corea del Sur, con el 7 %.<sup>24</sup> Es destacable el gran crecimiento de la participación de China en las exportaciones globales de turismos eléctricos. La cuota de este país se multiplica por 14 entre 2017 y 2022.

Hay diferentes razones que explican el gran aumento de la competitividad de los turismos eléctrico chinos. En primer lugar, los motores eléctricos son más fáciles de fabricar que los motores de combustión interna. Además, al tratarse de una nueva tecnología, los fabricantes chinos no estaban en desventaja con relación a otros fabricantes, como ocurría

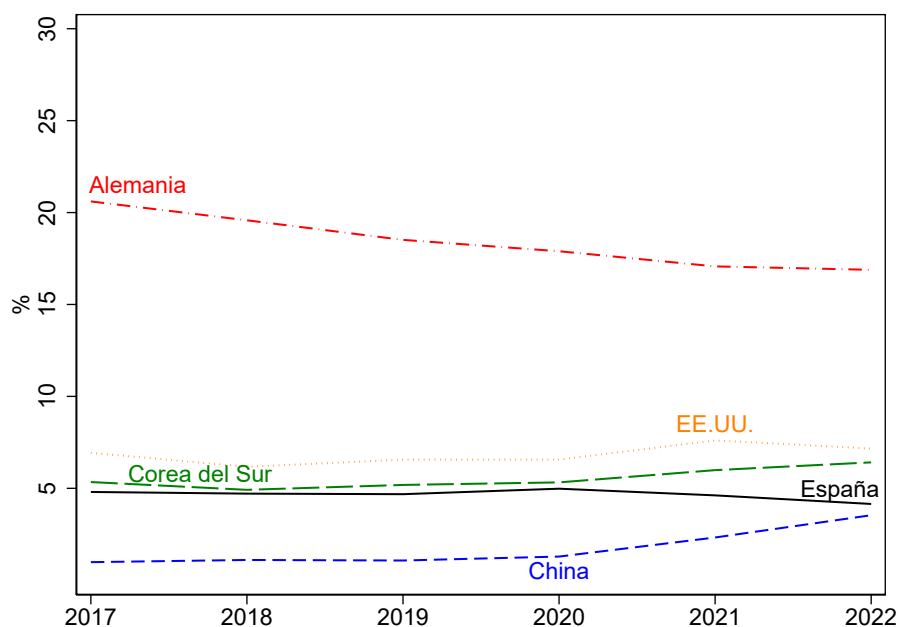
<sup>24</sup>El quinto exportador era Bélgica, con un 7 %.

**Gráfico 15:** Cuota de España en las exportaciones globales de turismos eléctricos y turismos con motor de combustión, 2017-2022 (% de las exportaciones globales en cada categoría)

A. Eléctrico



B. Combustión



Nota: Se definen como vehículos eléctricos aquellos con un motor de propulsión eléctrico o los híbridos recargables (partidas 870360, 870370 y 870380 del Sistema Armonizado a 6 dígitos). Fuente: elaboración del autor a partir de la base de datos BACI de la CEPII.

con el motor de combustión.<sup>25</sup> En segundo lugar, China es competitiva en el procesamiento de los minerales que son necesarios para fabricar las baterías, lo cual les otorga una ventaja competitiva en la fabricación de este componente crítico y, en consecuencia, en la fabricación de vehículos eléctricos. En tercer lugar, el gran tamaño del mercado chino ha permitido que los fabricantes de este país puedan explotar economías de escala en la producción de turismos eléctricos (Smith, 2023). Finalmente, las empresas chinas han recibido subsidios del gobierno en forma de ayudas directas, préstamos preferenciales y descuentos en los precios de las materias primas, la electricidad, las baterías y los terrenos industriales (Féas et al., 2024).

Las subvenciones recibidas por las empresas chinas otorgan a las mismas una ventaja competitiva desleal con relación a otros fabricantes de turismos eléctricos. Esto motivó que Estados Unidos impusiese un arancel del 100 % a los turismos eléctricos chinos en mayo de 2024 y que la UE introdujese derechos compensatorios de hasta el 35 % a algunos fabricantes chinos en julio de 2024, medida que fue ratificada en octubre de 2024.<sup>26</sup>

## 5. Claves de éxito en las exportación de servicios

A diferencia de los bienes, para los servicios es más difícil contar con datos a nivel de empresa. Por tanto, la mayoría de los análisis de esta sección se realizaron con datos agregados. Para identificar las claves del buen desempeño exportador de España en los servicios, el panel A del Gráfico 16 muestra la evolución de las exportaciones españolas de bienes y la de servicios en el periodo 2013-2023. Para facilitar la comparación, el valor de cada serie toma el valor 100 en 2013.

En el periodo analizado, al igual que para el conjunto del periodo 1995-2023, el crecimiento de las exportaciones de servicios fue superior a la de bienes. En concreto, mientras que las exportaciones de bienes crecieron un 62 %, las de servicios lo hicieron un 87 %.<sup>27</sup> En 2013 los servicios representaban el 29 % del total de las exportaciones españolas. Diez años más tarde, ya suponían el 32 %. Es llamativa la enorme caída que se produce en las exportaciones de servicios en 2020 debido a la Covid-19: mientras que las exportaciones de bienes cayeron un 10 % en 2020, las de servicios lo hicieron en un 44 %.

---

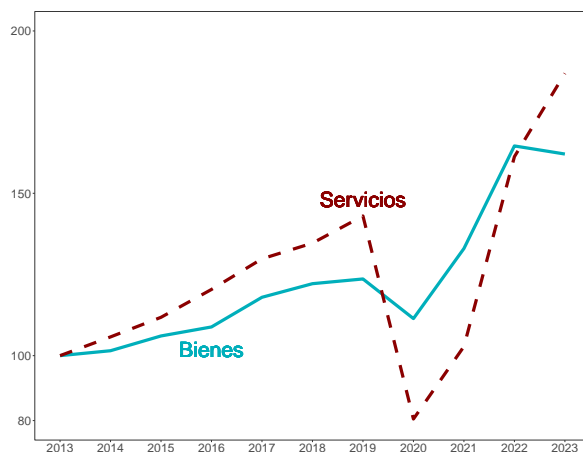
<sup>25</sup>Como señala Smith (2024), la tecnología de un motor de combustión interna es más compleja, ya que requiere contener una explosión de forma segura en un instrumento de metal y extraer eficientemente energía de dicha explosión. Como señala este autor, la tecnología del motor de combustión interna, al tener un importante elemento tácito, es más difícil de transferir, lo que dota a las empresas que ya están en el mercado de una ventaja frente a potenciales competidores. De hecho, como se puede ver en el Gráfico 15, la cuota de mercado china en los turismos con motor de combustión interna es mucho más pequeña que en los turismos eléctricos.

<sup>26</sup>Como señala, Steinberg (2024) el arancel estadounidense era un arancel preventivo, ya que Estados Unidos no importaba turismos eléctricos de China.

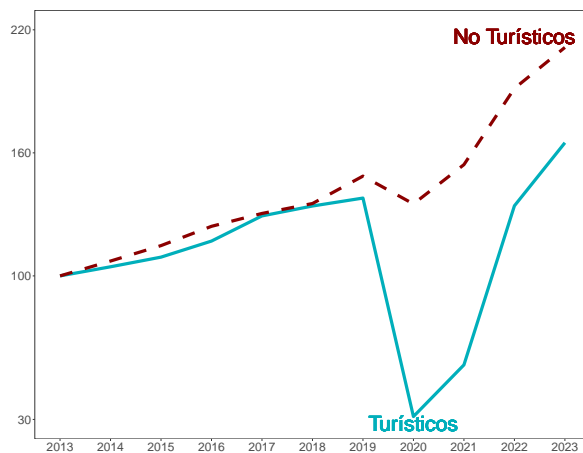
<sup>27</sup>Como muestra Baldwin (2022), el mayor crecimiento de las exportaciones de servicios que de manufacturas es un fenómeno global.

**Gráfico 16:** Evolución de las exportaciones españolas (2013=100)

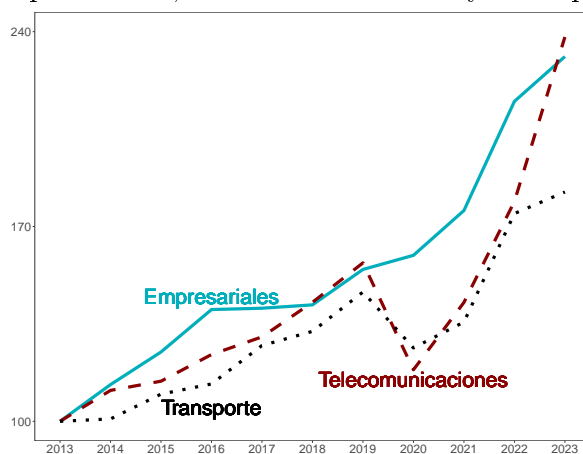
A. Bienes vs. servicios



B. Turísticos vs. no turísticos



c. Empresariales, Telecomunicaciones y Transporte



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos del Banco de España.

El panel B muestra la evolución de las exportaciones de servicios turísticos y no turísticos. La evolución de las dos series es similar hasta 2019. Debido a la pandemia y las restricciones a la movilidad, en 2020 se produce una enorme caída en las exportaciones de servicios turísticos (77 %). En cambio, la caída de las exportaciones de los servicios no turísticos es más moderada (9 %). Las exportaciones de servicios turísticos no alcanzan su nivel pre-pandemia hasta 2022, y en 2023 ya superaban las cifras pre-pandemia. Para el conjunto del periodo, el crecimiento de las exportaciones de los servicios no turísticos fue superior a la de los servicios turísticos: 111 % vs. 65 %. Hasta el año 2019, las exportaciones de servicios turísticos eran superiores a las de los servicios no turísticos: 71.168 vs. 68.918 millones de euros. Sin embargo, a partir de la pandemia, las exportaciones de servicios no turísticos ha sido superior a la de los servicios turísticos. Por ejemplo, en 2023, el peso de los servicios no turísticos en el total de las exportaciones de servicios era del 54 %.<sup>28</sup>

El Gráfico A.3 del Anexo muestra la distribución de las exportaciones de servicios no turísticos por partidas en 2023. La partida más importante es la de servicios empresariales, que representa el 36 % de las exportaciones de servicios no turísticos. A continuación se sitúan las partidas de telecomunicaciones y transporte, con un 21 % cada una de ellas. El resto de partidas (reparación, servicios financieros, propiedad intelectual, servicios personales, construcción y seguros) no supera, de forma individual, el 6 % del total.<sup>29</sup>

El panel C del Gráfico 16 muestra la evolución de las exportaciones de las tres partidas más importantes de servicios no turísticos: los servicios empresariales, las telecomunicaciones y la informática, y el transporte. Las partidas que más crecen entre 2013 y 2023 son la de telecomunicaciones e informática, y la de servicios empresariales, con un 138 % y un 131 %, respectivamente. En cambio, los servicios de transporte “solamente” crecen un 82 %. El crecimiento de las exportaciones de estas partidas es superior a la del conjunto de servicios y a la del conjunto de servicios no turísticos. Es de destacar el gran crecimiento de la partida de telecomunicaciones e informática a partir de 2021. Asimismo, es interesante observar que los servicios empresariales no experimentaron una caída de las exportaciones durante la pandemia.

El buen desempeño de las exportaciones de servicios de telecomunicación e informáticos, y de los servicios empresariales es una buena noticia para la economía española. Estas partidas componen el grupo de servicios para empresas intensivos en conocimiento, también conocido como KIBS por sus siglas en inglés (Knowledge-intensive business services).

---

<sup>28</sup>En ese año las exportaciones de servicios turísticos ascendieron a 85.086 millones de euros, mientras que las exportaciones de servicios no turísticos ascendieron a 98.009 millones de euros.

<sup>29</sup>El Banco de España ofrece datos más desagregados sobre la partida de servicios empresariales. Esta incluye tres actividades: i) investigación y desarrollo (9 % del total de las exportaciones de servicios empresariales en 2023); ii) consultoría profesional y de gestión (servicios jurídicos, contables, consultoría de gerencia, servicios de publicidad, investigación de mercado y encuestas de opinión pública) (30 % del total en 2023); y iii) Servicios técnicos, relacionados con el comercio y otros servicios empresariales (arquitectura, ingeniería, tratamiento de residuos, arrendamientos, comisiones por comercio, traducciones, fotografía y editoriales) (61 % del total en 2023).

Los KIBS son importantes porque, como su nombre indica, generan nuevo conocimiento y diseminan este conocimiento en el tejido productivo. Por ejemplo, [European Commission \(2012\)](#) concluye que existe una estrecha relación positiva entre el crecimiento del PIB, y del empleo, y el peso del empleo en los KIBS a nivel regional. [Minondo \(2016a\)](#) muestra que los salarios de los trabajadores en los KIBS son superiores a los salarios en otros servicios y en manufacturas. Además, como hemos señalado anteriormente, los servicios empresariales responden mejor a los shocks negativos de demanda que otros servicios y que las manufacturas, suavizando el efecto de las crisis económicas.<sup>30</sup> Finalmente, como señalan [Francois et al. \(2015\)](#), los servicios en general, y los KIBS en particular, representan un porcentaje importante del valor añadido incorporado en las exportaciones de manufacturas. Por ello, unos KIBS competitivos favorecen las exportaciones manufactureras.

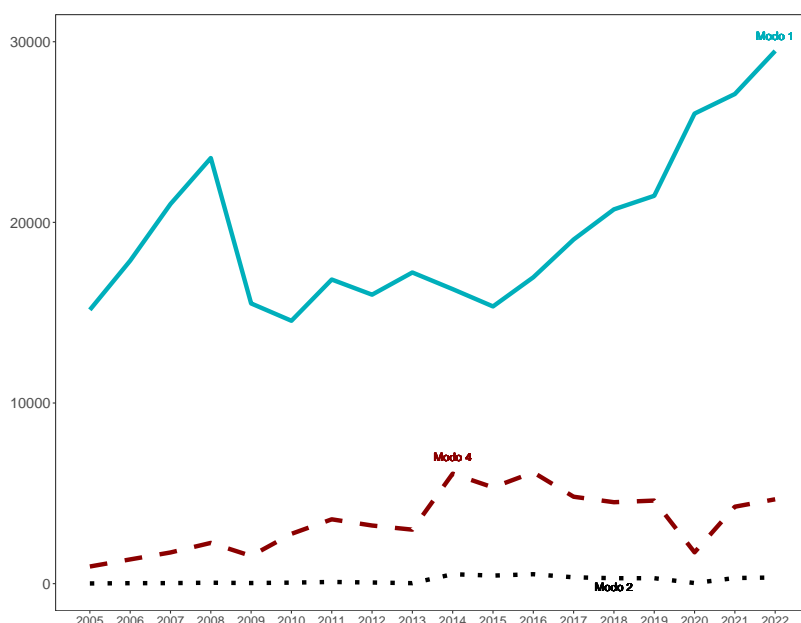
Como señala [Minondo \(2023a\)](#), la Covid-19 ha podido ser una oportunidad para seguir impulsando las KIBS. La pandemia supuso un enorme experimento de trabajo en remoto. Las empresas y los trabajadores destinaron recursos a mejorar las conexiones a Internet y el equipamiento informático, y aprendieron a trabajar en remoto con compañeros de empresa, clientes y proveedores. Este gran experimento, en el que participaron simultáneamente un gran número de personas, permitió descubrir a las empresas que, en muchas ocasiones, las interacciones comerciales presenciales se pueden sustituir por relaciones en remoto. Esto es una oportunidad para los servicios a empresas, como la consultoría, la investigación de mercados, los servicios técnicos en ingeniería o arquitectura, y la investigación y desarrollo, que demandan una interacción asidua entre el cliente y el proveedor. Antes de la pandemia, las empresas extranjeras estaban en desventaja frente a las empresas locales, ya que algunos clientes exigían que parte del servicio se ofreciese de forma presencial. Esto obligaba a las empresas exportadoras de servicios a tener una presencia comercial permanente en el extranjero. Si debido a la pandemia, las empresas han descubierto que trabajar en remoto es una buena alternativa al formato presencial, los exportadores podrán ofrecer sus servicios a clientes extranjeros sin tener que establecer una presencia comercial permanente. Además, el fuerte aumento en la demanda de tecnologías para trabajar en remoto incentiva la investigación en nuevos sistemas que mejoren la calidad de la experiencia en línea, lo cual reforzará la tendencia de ofrecer más servicios en remoto.

Los datos que se presentan en el Gráfico 17, que provienen de la base de datos TISMOS de la Organización Mundial de Comercio, parecen confirmar estas predicciones. El panel A muestra la exportaciones españolas de servicios empresariales que se han suministrado mediante los modos 1, 2 y 4 de comercio de servicios. En el Modo 1 el proveedor y el cliente permanecen en sus países, y es el servicio el que se transfiere del país exportador

---

<sup>30</sup>Véase a este respecto [Borchert y Mattoo \(2010\)](#) y [Ariu \(2016\)](#).

**Gráfico 17:** Exportaciones españolas de servicios empresariales por modos de suministro, 2005-2022 (millones de dólares)



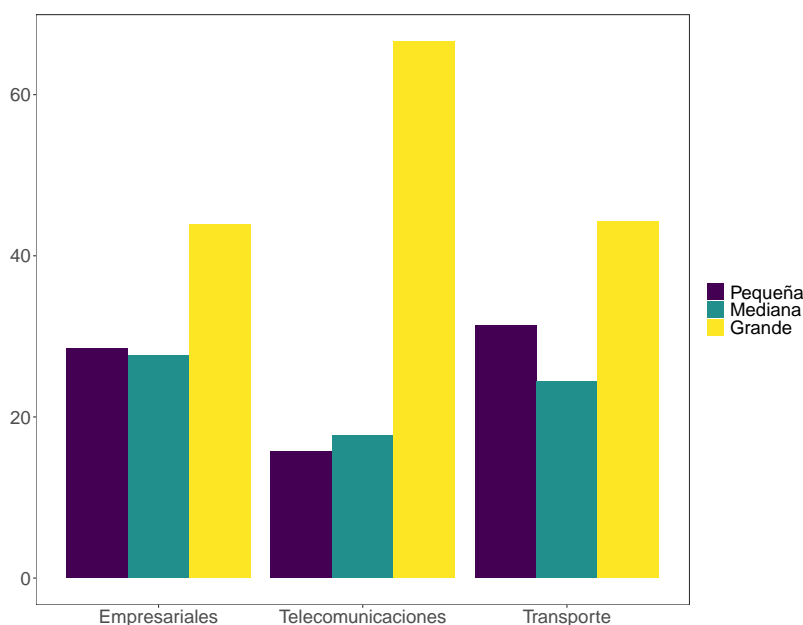
Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de [TISMOS](#).

al país importador. Por ejemplo, cuando un diseñador de moda español envía su diseño por Internet a una empresa italiana se estará produciendo una exportación Modo 1. El Modo 2 recoge situaciones en las que el cliente se traslada al país del proveedor para recibir el servicio. Por ejemplo, cuando una empresa alemana se traslada a España para determinar las condiciones de un contrato con un abogado español, se estará produciendo una exportación Modo 2. El Modo 4 se refiere a movimientos a través de las fronteras nacionales de las personas que prestan servicios. Por ejemplo, cuando un ingeniero español se traslada a Inglaterra para colaborar en el diseño de un motor, se estará produciendo una exportación Modo 4.<sup>31</sup> El gráfico muestra que las exportaciones de servicios a empresas en Modo 1 crecen de forma ininterrumpida desde el año 2015, y su crecimiento se acelera a partir de 2020. En cambio, vemos un estancamiento en las exportaciones de servicios a empresas en los modos 2 y 4, que requieren del traslado al extranjero del cliente que recibe el servicio o del proveedor que ofrece el servicio, respectivamente.

En suma, la clave del buen desempeño exportador en el sector servicios ha sido aumentar el peso de las exportaciones de servicios no turísticos y, entre ellos, de los servicios empresariales y las telecomunicaciones. A nivel global, las exportaciones de estos servicios está creciendo más que las exportaciones del resto de servicios y la de bienes. Por tanto, es

<sup>31</sup>El Modo 3 es la presencia comercial, que se produce cuando un proveedor de servicios abre una instalación permanente en un país extranjero. Por ejemplo, los ingresos de un bar de tapas de Nueva York que pertenece a una empresa española se consideran como exportaciones de servicios españoles. La base de datos TISMOS no ofrece datos de este modo de exportación de servicios.

**Gráfico 18:** Exportaciones de servicios por tamaño de empresas, 2022 (% del total de exportaciones en cada partida)



Nota: Empresa pequeña (0-49 trabajadores); empresa mediana (50-249 trabajadores); empresa grande ( $\geq 250$  trabajadores). Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de la [Encuesta de comercio internacional del servicios del INE](#).

muy positivo que las exportaciones españolas de servicios se estén especializando en aquellas partidas que más crecen globalmente. Además, España tiene margen para aumentar la especialización en estos sectores. Como muestran [Martín-Machuca y García \(2023\)](#), el peso de los servicios no turísticos en el PIB es todavía inferior al de otros grandes países europeos como Alemania o Italia.

El Gráfico 18 muestra la distribución de las exportaciones por tamaño de empresa en las tres partidas más importantes de los servicios no turísticos. En todas las partidas, las exportaciones se concentran en las empresas grandes ( $\geq 250$  trabajadores).<sup>32</sup> Sin embargo, tanto en los servicios empresariales como en el transporte, las empresas pequeñas (0-49 trabajadores) tienen una mayor cuota de las exportaciones que las empresas medianas (50-249 trabajadores). Además, el porcentaje de las exportaciones realizadas por las pequeñas empresas no está muy lejos del porcentaje de las empresas grandes. Este resultado está en línea con [Minondo \(2014\)](#), que señala que, a diferencia de las manufacturas, el tamaño empresarial juega un papel menor a la hora de determinar el estatus exportador de una empresa en los servicios. Este autor también concluye que la cualificación de los trabajadores, variable estrechamente unida a la calidad del servicio ofrecido, es una de las claves para la exportación. Parece, por tanto, que trabajar en la mejora de la calidad puede ser un elemento muy importante para aumentar las posibilidades de éxito de las

<sup>32</sup>Las exportaciones se concentran, además, en empresas pertenecientes a grupos empresariales



empresas españolas de servicios en el mercado internacional.

El Gráfico 19 muestra la distribución por continentes de las exportaciones de servicios (panel A) y de los servicios no turísticos (panel B). En ambos casos se observa el gran peso de Europa como destino de las exportaciones españolas de servicios: el 73 % para el total y el 67 % para los no turísticos. El segundo continente en el ranking de destinos es América que representa el 18 % y el 23 % de las exportaciones del total y de los servicios no turísticos, respectivamente. El peso de Asia y África es marginal. Por países, el Reino Unido, Francia y Alemania fueron los destinos más importantes de las exportaciones de servicios en 2023. Para las exportaciones de servicios no turísticos, el ranking de destinos fue Francia, Reino Unido y Alemania. El gran peso del continente europeo como destino de las exportaciones de servicios indica que una mayor integración de este sector, en el que todavía persisten barreras técnicas, fiscales y regulatorias entre los países de la UE, sea especialmente importante para las empresas españolas (Torres, 2024a).

Minondo y de Lucio (2020) estiman el potencial de crecimiento de las exportaciones españolas de servicios por destinos comparando el valor de las exportaciones con el valor que predice una ecuación de gravedad. Estos autores concluyen que, al igual que en los bienes, España tiene un gran potencial de crecimiento en las exportaciones de servicios a Estados Unidos. A continuación, los mercados con mayor potencial serían Japón, Francia y la India. Las partidas de servicios donde el potencial de crecimiento es mayor son los servicios empresariales y el transporte, dos de las partidas con mayor peso el las exportaciones españolas de servicios no turísticos (Gráfico A.3 en el Anexo).

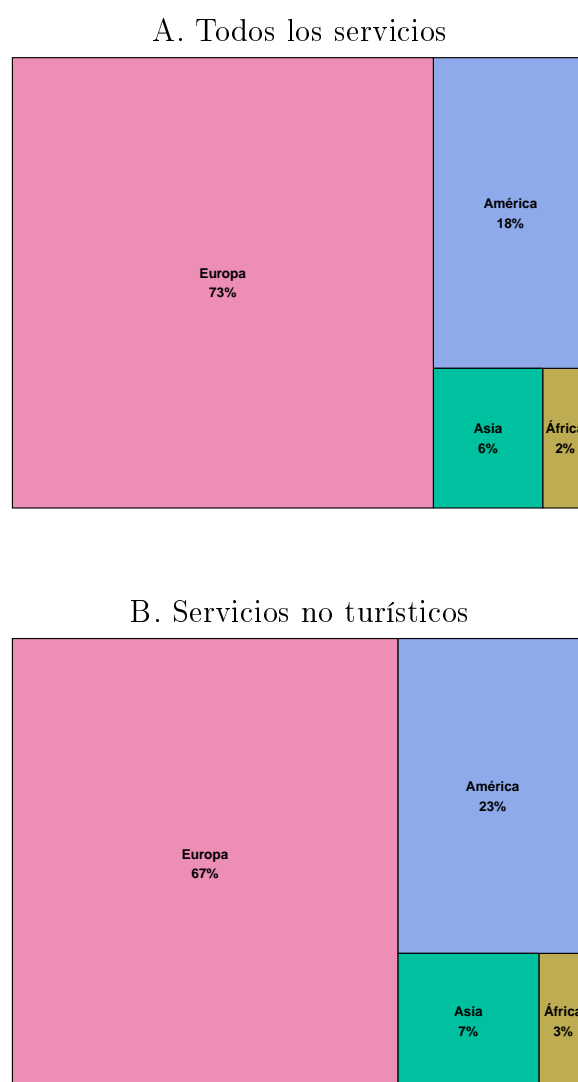
Minondo (2016b) analiza cómo se distribuyen las exportaciones de servicios a nivel de empresa. Este autor muestra que la mayor parte de las empresas españolas solamente exporta un tipo de servicio y solamente lo hace a un destino. Además, las diferencias en las exportaciones de servicios entre empresas se explican por las diferencias en el valor exportado de la combinación destino-producto más importante para cada empresa. Es decir, las diferencias en las exportaciones de servicios entre empresas no se debe al margen extensivo (diversificación de mercados y destinos) sino al margen intensivo. Como ocurría con los bienes, este resultado sugiere que las empresas tienen que poner un especial acento en elegir muy bien su destino y el tipo de servicio para maximizar su éxito en el mercado internacional.

Finalmente, es preciso realizar una breve reflexión sobre las exportaciones de servicios turísticos. Como señalaba anteriormente, hasta 2019 las exportaciones de servicios turísticos eran superiores a las exportaciones de servicios no turísticos en España. En 2023, y a pesar de haber experimentado la peor crisis de su historia, los servicios turísticos todavía suponían el 46 % de las exportaciones españolas de servicios. Por tanto, el turismo juega un papel clave en el buen desempeño del conjunto de las exportaciones de servicios.<sup>33</sup> Es

---

<sup>33</sup>El turismo es además una actividad crucial para la economía española por su aportación al PIB

**Gráfico 19:** Distribución por continentes de las exportaciones de servicios, 2023



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos del Banco de España.

preocupante que en los últimos años hayan aflorado tensiones con relación al turismo en España (Moral, 2023; Torres, 2024b). Por una parte, los habitantes de algunas ciudades españolas han comenzado a mostrar su malestar por el impacto que el exceso de turistas tiene sobre la vida diaria y sobre el precio de las viviendas y los alquileres.<sup>34</sup> Por otra parte, algunas zonas tradicionales de turismo pueden estar llegando a un punto de saturación en las épocas estivales. Además, la introducción de nuevas normativas medioambientales puede encarecer la oferta de servicios turísticos. En este sentido, parece necesario apostar

---

(alrededor del 12%), empleo (alrededor de 2 millones), y su aportación positiva a la balanza de pagos (en 2023 el saldo positivo de la balanza de servicios turísticos cubría el 180% del déficit de la balanza de bienes) (Datos de Funcas, INE y Banco de España).

<sup>34</sup>Véase por ejemplo, “Miles de personas protestan en Palma contra la masificación turística de la isla”, rtve.com, 21 de julio de 2024, disponible en <https://www.rtve.es/noticias/20240721/miles-personas-protestan-palma-contra-masificacion-turistica-isla-pongamos-limites-turismo/16193565.shtml>.

por una diversificación de destinos turísticos, un reparto más homogéneo de los turistas a lo largo del año, y primar el gasto por turista en vez de la cantidad de turistas. Asimismo, la limitación de los pisos vacacionales y la elevación de las tasas turísticas son medidas que pueden aligerar la presión en las ciudades más afectadas por el exceso de turistas.<sup>35</sup> Ante estos elementos negativos, existen también algunos positivos que favorecen al sector como el aumento de la población jubilada y la flexibilización de la jornada laboral, que contribuirán, además, a desestacionalizar la demanda (Secretaría de Estado de Comercio, 2024).

## 6. Conclusiones

España ha logrado un gran avance en la internacionalización de su economía a través de las exportaciones. Además, España ha mantenido su cuota en el mercado global de bienes y de algunos servicios comerciales, a pesar de la irrupción de países que han conquistado una cuota muy importante del mercado mundial tanto en bienes como en servicios. El objetivo de este informe ha sido identificar alguno de los factores que explican el buen desempeño exportador de España durante las últimas tres décadas.

En primer lugar, la clave fundamental para el buen desempeño debe situarse en el ámbito de la empresa, ya que son estas, y no los países, las que exportan. Así, la mejora de la productividad de las empresas españolas a través de la introducción de nuevas técnicas de gestión y una mejora de la calidad directiva ha sido clave para el impulso de las exportaciones españolas.

Además de las claves empresariales, que son aplicables tanto a las empresas de bienes como de servicios, existen claves que son particulares a cada uno de estos sectores. En los bienes, el informe muestra que tanto el nacimiento de nuevas empresas exportadoras, como la diversificación en productos y en destinos de las empresas que ya exportaban, y la intensificación de las relaciones de exportación que ya existían son importantes para explicar el crecimiento de las exportaciones españolas. Asimismo parece que se ha producido un cambio en el compromiso de las empresa por los mercados internacionales. De ser utilizados como una salida coyuntural para la producción cuando se producía una caída de la demanda en el mercado nacional, desde la Gran Recesión, las empresas consideran los mercados internacionales como un elemento estructural de su estrategia competitiva. Este cambio de estrategia se ve reflejado en el aumento de empresas exportadoras regulares. Otra de las claves del buen desempeño exportador español en bienes han sido la integración en las CVG, cuyo despliegue ha estado estrechamente relacionada con el

---

<sup>35</sup>Con relación al impacto de las tasas turísticas sobre el número de turistas, véase las entradas de Aleix Calveras en Nada es Gratis: <https://nadaesgratis.es/aleix-calveras/a-favor-de-un-impuesto-turistico-i> y <https://nadaesgratis.es/aleix-calveras/a-favor-de-un-impuesto-turistico-y-ii>.

crecimiento del comercio global. Las estimaciones econométricas indican que las empresas exportadoras que han seguido una estrategia competitiva basadas en costes han tenido un mejor desempeño exportador que aquellas que han seguido una estrategia basada en la diferenciación. Análisis econométricos adicionales muestran además que el margen intensivo es más importante que el extensivo para explicar las diferencias de las exportaciones entre empresas.

En los servicios, la clave del éxito exportador de España parece residir en un aumento de la especialización en los servicios empresariales, las telecomunicaciones y la informática. Es en estos servicios donde se está produciendo los mayores crecimientos de las exportaciones a nivel global. Este crecimiento parece estar favorecido por la posibilidad de transmitir estos servicios digitalmente y porque, tras la Covid-19, se ha implantado una cultura más favorable a que los servicios se ofrezcan remotamente.

España se enfrenta a importantes retos para mantener su buen desempeño exportador. En primer lugar, España no está bien posicionada en las actividades ligadas a las dos grandes transiciones de la economía: la transición verde y, especialmente, la transición digital. En segundo lugar, España está especializada en un sector, el del automóvil, que se está viendo afectado por una profunda transición. En tercer lugar, la salida del Reino Unido de la UE, uno los socios comerciales más importante de España, está teniendo un impacto negativo sobre las exportaciones españolas a este país. En cuarto lugar, las tensiones geopolíticas pueden dificultar las exportaciones en el futuro. En quinto lugar, la gran especialización de las exportaciones españolas en servicios turísticos puede ser un factor negativo debido a las tensiones debidas a la masificación.

Sin embargo, también hay elementos que nos permiten ser moderadamente optimistas. Algunas empresas españolas son líderes en los mercados mundiales y España es uno de los países con un mayor número de productos con ventaja comparativa revelada a nivel global. Estos hechos nos indican que España cuenta con la capacidad empresarial para competir en los mercados más exigentes, y que España puede ser competitiva en un número importante de productos. Esperemos que estas capacidades se hagan presentes en mejorar la posición de España en las actividades ligadas a las dos transiciones. Asimismo, es muy positivo que muchas empresas españolas hayan comenzado a considerar que los mercados internacionales como un elemento estructural de su estrategia competitiva.

## Referencias

- Aaby, N.E. y Slater, S.F. (1989): “Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988”, *International Marketing Review*, vol. 6, no. 4, pp. 7-26.
- Almunia, M.; Antràs, P.; Lopez-Rodriguez, D.; y Morales, E. (2021): “Venting out: Ex-

- ports during a domestic slump”, *American Economic Review*, vol. 111, no. 11, pp. 3611–62.
- Alonso, J. (1997): “Funciones de comercio: una nueva estimación”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 765, pp. 55–72.
- Alonso, J. y Donoso, V. (1989): *Características y estrategias de la empresa exportadora española*, Instituto Español de Comercio Exterior.
- Alonso, J. y Donoso, V. (1994): *Competitividad de la empresa exportadora española*, Instituto Español de Comercio Exterior.
- Alonso, J. y Donoso, V. (1998): *Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales*, Instituto Español de Comercio Exterior.
- ANFAC (2023): “Informe Anual 2023”, Madrid. Disponible en <https://anfacs.com/publicaciones/informe-anual-2023/>.
- Antràs, P. (2020a): “Conceptual Aspects of Global Value Chains”, *The World Bank Economic Review*, vol. 34, no. 3, pp. 551–574.
- Antràs, P. (2020b): “De-globalisation? Global value chains in the post-COVID-19 age”, *NBER Working Paper 28115*.
- Antràs, P. y Chor, D. (2022): “Global value chains”, in G. Gopinath; E. Helpman; y K. Rogoff (editors), “Handbook of International Economics: International Trade, Volume 5”, pp. 297–376, Elsevier.
- Ariu, A. (2016): “Crisis-proof services: Why trade in services did not suffer during the 2008-2009 collapse”, *Journal of International Economics*, vol. 98, no. Supplement C, pp. 138 – 149.
- Atkin, D.; Khandelwal, A.K.; y Osman, A. (2017): “Exporting and firm performance: Evidence from a randomized experiment”, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 132, no. 2, pp. 551–615.
- Bajo, O. y Montero, M. (1995): “Un Modelo Econométrico Ampliado para el Comercio Exterior Español”, *Moneda y Crédito*, , no. 201, pp. 153–182.
- Baldwin, R. (2009): “The great trade collapse: What caused it and what does it mean”, in R. Baldwin (editor), “The Great Trade Collapse: Causes, Consequences and Prospects”, pp. 1–14, Centre for Economic Policy Research London.
- Baldwin, R. (2016): *The great convergence: Information technology and the new globalization*, Harvard University Press.

- Baldwin, R. (2022): “The peak globalisation myth: Part 4 Services trade did not peak”, *VOXEU Columns*. Available at: "<https://cepr.org/voxeu/columns/peak-globalisation-myth-part-4-services-trade-did-not-peak>".
- Baldwin, R. y Harrigan, J. (2011): “Zeros, quality, and space: Trade theory and trade evidence”, *American Economic Journal: Microeconomics*, vol. 3, no. 2, pp. 60–88.
- Bernard, A.B.; Jensen, J.B.; y Lawrence, R.Z. (1995): “Exporters, jobs, and wages in US manufacturing: 1976-1987”, *Brookings papers on economic activity. Microeconomics*, vol. 1995, pp. 67–119.
- Bernard, A.B.; Jensen, J.B.; Redding, S.J.; y Schott, P.K. (2007): “Firms in international trade”, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21, no. 3, pp. 105–130.
- Bernard, A.B.; Jensen, J.B.; Redding, S.J.; y Schott, P.K. (2009): “The margins of US trade”, *American Economic Review*, vol. 99, no. 2, pp. 487–93.
- Bernard, A.B.; Jensen, J.B.; Redding, S.J.; y Schott, P.K. (2012): “The empirics of firm heterogeneity and international trade”, *Annual Review of Economics*, vol. 4, pp. 283–313.
- Bernard, A.B.; Jensen, J.B.; Redding, S.J.; y Schott, P.K. (2018): “Global firms”, *Journal of Economic Literature*, vol. 56, no. 2, pp. 565–619.
- Bloom, N. y Van Reenen, J. (2010): “Why do management practices differ across firms and countries?”, *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 24, no. 1, pp. 203–224.
- Blum, B.S.; Claro, S.; Horstmann, I.; y Tombe, T. (2020): “The DNA of New Exporters: Spin-offs and FDI at the Extensive Margin of Trade”, *American Economic Review: Insights*, vol. 2, no. 3, pp. 397–408.
- Borchert, I. y Mattoo, A. (2010): “The crisis-resilience of services trade”, *The Service Industries Journal*, vol. 30, no. 13, pp. 2115–2136.
- Borin, A. y Mancini, M. (2019): “Measuring what matters in global value chains and value-added trade”, *World Bank Policy Research Working Paper 8804*.
- Buisán, A. y Gordo, E. (1994): “Funciones de Importación y Exportación de la Economía Española”, *Investigaciones Económicas*, vol. XVIII, pp. 165–192.
- Caldera, A. (2010): “Innovation and exporting: evidence from Spanish manufacturing firms”, *Review of World Economics*, vol. 146, no. 4, pp. 657–689.
- Cebreros, A.; Torres, L.; y Utar, H. (2023): “The US-China Trade War and Relocation of Global Value Chains to Mexico”, *CESIfo Working Paper 10638*.

- Costinot, A.; Donaldson, D.; y Komunjer, I. (2012): “What goods do countries trade? A quantitative exploration of Ricardo’s ideas”, *The Review of Economic Studies*, vol. 79, no. 2, pp. 581–608.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2011a): “Comercio internacional y crisis económica: Un análisis microeconómico para España”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 858, pp. 145–158.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2011b): “The extensive and intensive margins of Spanish trade”, *International Review of Applied Economics*, vol. 25, no. 5, pp. 615–631.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2017a): “The granularity of Spanish exports”, *SERIEs*, vol. 8, no. 3, pp. 225–259.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2017b): “Los márgenes del crecimiento de las exportaciones españolas antes y después de la Gran Recesión”, *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 35, no. 1, pp. 43–62.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2018): “How top exporters compete? Evidence from Spain”, *Economics and Business Letters*, vol. 7, no. 2, pp. 55–61.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2019): “Does a crisis increase the number of regular exporters?”, *Applied Economics Letters*, vol. 26, no. 20, pp. 1700–1704.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2024a): “The negative impact of disintegration on trade: The case of Brexit”, *European Economic Review*, vol. 163, p. 104698.
- de Lucio, J.; Mínguez, R.; Minondo, A.; y Requena, F. (2024b): “Reducing trade with Russia: Sanctions vs. firms’ voluntary suspension of activities”, *Unpublished manuscript*, available at: <http://paginaspersonales.deusto.es/aminondo/Research.htm>.
- Díaz-Mora, C.; Gandoy-Juste, R.; y González-Díaz, B. (2020): “El momento de las cadenas regionales de valor: La integración comercial en la Península Ibérica”, *Información Comercial Española. Cuadernos de Economía*, , no. forthcoming.
- Domenech, R. y Taguas, D. (1997): “Exportaciones e importaciones de bienes y servicios en la economía española”, *Moneda y Crédito*, , no. 285, pp. 13–44.
- Draghi, M. (2024): “The future of European Competitiveness”, *European Commission. September 2024*, Brussels.

- Eppinger, P.S.; Meythaler, N.; Sindlinger, M.M.; y Smolka, M. (2018): “The great trade collapse and the Spanish export miracle: Firm-level evidence from the crisis”, *The World Economy*, vol. 41, no. 2, pp. 457–493.
- Esteve-Pérez, S.; Mánez-Castillejo, J.A.; Rochina-Barrachina, M.E.; y Sanchis-Llopis, J.A. (2007): “A survival analysis of manufacturing firms in export markets”, in J.M. Arauzo-Carod y M.C. Manjón-Antolín (editors), “Entrepreneurship, industrial location and economic growth”, pp. 313–332, Edward Elgar Publishing United Kingdom, Universitat Rovira i Virgili.
- Esteve-Pérez, S. y Rodríguez, D. (2013): “The dynamics of exports and R&D in SMEs”, *Small Business Economics*, vol. 41, no. 1, pp. 219–240.
- European Commission (2012): “Knowledge-intensive (business) services in Europe”, .
- Fariñas, J.C. y Martín-Marcos, A. (2007): “Exporting and economic performance: Firm-level evidence of spanish manufacturing”, *The World Economy*, vol. 30, no. 4, pp. 618–646.
- Fèas, E. (2024): “Exvatools: Value added in exports and other input-output table analysis tools”, *The R Journal. Forthcoming*.
- Fèas, E.; Minondo, A.; Otero-Iglesias, M.; y Steinberg, F. (2024): “Economía y geopolítica del coche eléctrico; una perspectiva europea”, *Análisis Real Instituto Elcano 45/2024*.
- Fernández, I. y Sebastián, M. (1989): “El Sector Exterior y la Incorporación de España a la CEE: Análisis a Partir de Funciones de Exportaciones e Importaciones”, *Moneda y Crédito*, , no. 189, pp. 31–73.
- Foster, L.; Haltiwanger, J.; y Syverson, C. (2008): “Reallocation, firm turnover, and efficiency: Selection on productivity or profitability?”, *American Economic Review*, vol. 98, no. 1, pp. 394–425.
- Francois, J. y Hoekman, B. (2010): “Services trade and policy”, *Journal of Economic Literature*, vol. 48, no. 3, pp. 642–692.
- Francois, J.; Manchin, M.; y Tomberger, P. (2015): “Services linkages and the value added content of trade”, *The World Economy*, vol. 38, no. 11, pp. 1631–1649.
- French, S. (2017): “Revealed comparative advantage: What is it good for?”, *Journal of International Economics*, vol. 106, no. 1, pp. 83 – 103.
- Freund, C. y Pierola, M.D. (2015): “Export superstars”, *Review of Economics and Statistics*, vol. 97, no. 5, pp. 1023–1032.



- Garcés-Galdeano, L. y Huerta, E. (2019): “Las empresas españolas entre el cambio y la inercia: La relevancia de la gestión”, *Economistas*, , no. 162-163, pp. 157–169.
- García-Marin, A. y Voigtländer, N. (2019): “Exporting and Plant-Level Efficiency Gains: It’s in the Measure”, *Journal of Political Economy*, vol. 127, no. 4, pp. 1777–1825.
- González, M. y Martín, C. (2015): “La internacionalización de las pymes españolas: principales desarrollos recientes y sus determinantes”, *Boletín Económico del Banco de España*, , no. Diciembre, pp. 43–53.
- Gopinath, G.; Gourinchas, P.O.; Presbitero, A.; y Topalova, P.B. (2024): “Changing Global Linkages: A New Cold War?”, *IMF Working Paper 24/76*.
- Guerra, G. (2019): *Micro-exporters and productivity: revisiting the self-selection effect, the learning by exporting effect and the exporter premium*, *PhD Thesis*, Universidad Autónoma de Madrid.
- Guillén, M. (2005): *The rise of Spanish multinationals: European business in the global economy*, Cambridge University Press.
- Guillén, M.F. y García-Canal, E. (2010): *The new multinationals: Spanish firms in a global context*, Cambridge University Press.
- Haller, S.A.; Damijan, J.; Kaitila, V.; Kostevc, Č.; Maliranta, M.; Milet, E.; Mirza, D.; y Rojec, M. (2014): “Trading firms in the services sectors: comparable evidence from four eu countries”, *Review of World Economics*, vol. 150, no. 3, pp. 471–505.
- Head, K. y Mayer, T. (2014): “Gravity equations: Workhorse, toolkit, and cookbook, chapter 3 in Handbook of International Economics, Gopinath, G, E. Helpman and K. Rogoff (eds), vol. 4, 131-95, Elsevier.”, .
- Huerta, E.; Martínez-Ros, E.; y Salas-Fumás, V. (2021): “Un lugar para la empresa en la política industrial”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 919, pp. 63–81.
- Krugman, P. (1995): “Growing world trade: Causes and consequences”, *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 1995, no. 1, pp. 327–377.
- Mainer-Casado, C. (2014): “La decisión de exportar y/o realizar inversión extranjera directa en las pymes”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 877, pp. 101–114.
- Makioka, R. (2019): “Are export promotion measures effective? A survey”, *RIETI Policy Update*.

- Mañez, J.; Rochina, M.; y Sanchis, J. (2004): “The decision to export: a panel data analysis for Spanish manufacturing”, *Applied Economics Letters*, vol. 11, no. 11, pp. 669–673.
- Manova, K. y Yu, Z. (2017): “Multi-product firms and product quality”, *Journal of International Economics*, vol. 109, no. November, pp. 116–137, In press.
- Manova, K. y Zhang, Z. (2012): “Export prices across firms and destinations”, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 127, no. 1, pp. 379–436.
- Martín, C. y Rodríguez, A. (2009): “Una aproximación a las características de las empresas exportadoras españolas”, *Boletín Económico del Banco de España*, , no. Mayo, pp. 43–55.
- Martín, C.; Rodríguez, A.; y Tello, P. (2009): “Determinantes principales de la decisión de exportar de las empresas españolas”, *Boletín Económico del Banco de España*, , no. Diciembre, pp. 31–42.
- Martín-Machuca, C. y García, C. (2023): “La evolución reciente de las exportaciones españolas de servicios no turísticos”, *Boletín Económico del Banco de España 2023/T3*.
- Mauleón, I. y Sastre, L. (1996): “El Saldo Comercial en el Bienio 93-94: ¿Asistimos a un Cambio Estructural en el Comportamiento de Nuestra Balanza Comercial”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 752, pp. 99–103.
- Mayer, T. y Ottaviano, G.I. (2008): “The happy few: the internationalisation of European firms”, *Intereconomics*, vol. 43, no. 3, pp. 135–148.
- Melitz, M.J. (2003): “The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity”, *Econometrica*, vol. 71, no. 6, pp. 1695–1725.
- Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (2024): “El sector Exterior en 2023”, *Boletín Económico de Información Comercial Española*, , no. 3171.
- Minondo, A. (2011): “Does comparative advantage explain countries’ diversification level?”, *Review of World Economics*, vol. 147, no. 3, pp. 507–526.
- Minondo, A. (2013): “Trading firms in the Spanish service sector”, *Revista de Economía Aplicada*, vol. 21, no. 63, pp. 5–28.
- Minondo, A. (2014): “La empresa exportadora del sector servicios en España”, in J.R. Cuadrado-Roura (editor), “Exportaciones españolas de servicios. Evolución, retos y perspectivas”, pp. 195–238, Instituto de Estudios Económicos. Madrid.

- Minondo, A. (2016a): “Exporters of knowledge-intensive business services in Basque Country”, *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, , no. 90, pp. 320–337.
- Minondo, A. (2016b): “The geography, variety and dynamics of service exports in Spain: A firm-level analyses”, *Revista de Economía Aplicada*, vol. 71, no. 24, pp. 121 – 142.
- Minondo, A. (2021): “Impact of COVID-19 on the trade of goods and services in Spain”, *Applied Economic Analysis*, vol. 29, no. 85, pp. 58–76.
- Minondo, A. (2023a): “¿Cambiará el Covid-19 el comercio internacional? Oportunidades para España”, in “Lecturas sobre Internacionalización de la Empresa. Volumen I”, Club de Exportadores e Inversores.
- Minondo, A. (2023b): “Exporters’ reaction to positive foreign demand shocks”, *Review of International Economics*, vol. 31, no. 4, pp. 1271–1285.
- Minondo, A. (2024): “How exporters neutralized an increase in tariffs”, *The World Economy*, vol. 47, no. 3, pp. 1274–1296.
- Minondo, A. y de Lucio, J. (2020): “Estudio de potencial exportador país-sector sobre la base de un modelo de gravedad”, in “Informe DE Evaluación del Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2017-2018”, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
- Minondo, A. y Rubert, G. (2002): “La especialización vertical en el comercio internacional de España”, *Información Comercial Española. Revista de Economía*, , no. 802, pp. 117–128.
- Moral, M. (2023): “El turismo acaricia los niveles prepandemia”, *Cuadernos de Información Económica*, , no. 297, pp. 53–57.
- Munch, J. y Schaur, G. (2018): “The effect of export promotion on firm-level performance”, *American Economic Journal: Economic Policy*, vol. 10, no. 1, pp. 357–387.
- Myro, R. (2012): “La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes”, *Economistas*, pp. 1–9.
- Myro, R. (2017): “Una nueva política industrial para España”, *Cuadernos de Información Económica*, , no. 257, pp. 35–47.
- National Board of Trade Sweden (2023): “The role of trade in the green transition-regional trade agreements and environmental goods provisions”, *Report*.
- OECD (2023): *OECD Handbook on Compiling Digital Supply and Use Tables*, OECD Publishing, Paris.

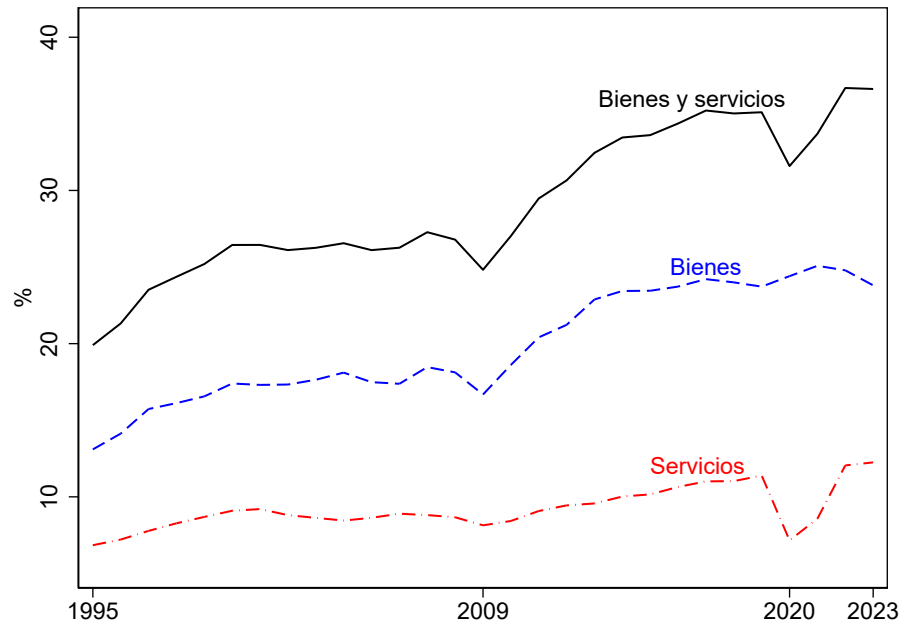
- OECD-Eurostat (1999): “The Environmental Goods and Services Industry: Manual for Data Collection and Analysis”, OECD-Eurostat, Paris.
- Porter, M.E. (1980): *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*, Simon and Schuster, New York.
- Rubio-Benito, N.; Villaseñor Román, N.; y Yagüe-Guillén, M. (2018): *El valor de los recursos intangibles para las empresas españolas: el capital directivo*, chapter Innovación y Competitividad: Desafíos para la Industria Española, pp. 143–181, Funcas.
- Sauvage, J. (2014): “The stringency of environmental regulations and trade in environmental goods”, *OECD Trade and Environmental Working Papers 2014(3)*.
- Secretaría de Estado de Comercio (2024): “El comercio exterior en España en 2023”, *Boletín Económico de Información Comercial Española*, , no. 3171, pp. 83–139.
- Serrano, J. y Myro, R. (2020): “Management, productivity and firm heterogeneity in international trade”, *Applied Economic Analysis*, vol. 28, no. 82, pp. 1–18.
- Smith, N. (2023): “Where China is beating the World”, *Noahpinion*, 23 May 2023. Available at: <https://www.noahpinion.blog>.
- Smith, N. (2024): “The triumph of electromagnetism over thermodynamics”, *Noahpinion*, 24 June 2024. Available at <https://www.noahpinion.blog/>.
- Solaz, M. (2018): “Value added and participation in global value chains: The case of Spain”, *The World Economy*, vol. 41, no. 10, pp. 2804–2827.
- Steinberg, F. (2024): “Aranceles preventivos. La nueva vuelta de tuerca de la guerra comercial entre Estados Unidos y China”, *Real Instituto Elcano*, 20 de mayo de 2024.
- Torres, R. (2024a): “Cambio en la fisonomía de la economía española”, *funcasBLOG*, 8 de julio de 2024. Disponible en: <https://blog.funcas.es/cambio-en-la-fisionomia-de-la-economia-espanola/>.
- Torres, R. (2024b): “El auge del turismo, o cómo no morir de éxito”, *funcasBLOG*, 17 de junio. Disponible en: <https://blog.funcas.es/el-auge-del-turismo-o-como-no-morir-de-exito/>.
- Volpe Martincus, C. y Carballo, J. (2010): “Export promotion: Bundled services work better”, *The World Economy*, vol. 33, no. 12, pp. 1718–1756.
- Wagner, J. (2012): “International trade and firm performance: a survey of empirical studies since 2006”, *Review of World Economics*, vol. 148, no. 2, pp. 235–267.

World Economic Forum (2022): “Accelerating Decarbonization through Trade in Climate Goods and Services”, *Insight Report*.

Zou, S. y Stan, S. (1998): “The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997”, *International Marketing Review*, vol. 15, no. 5, pp. 333–356.

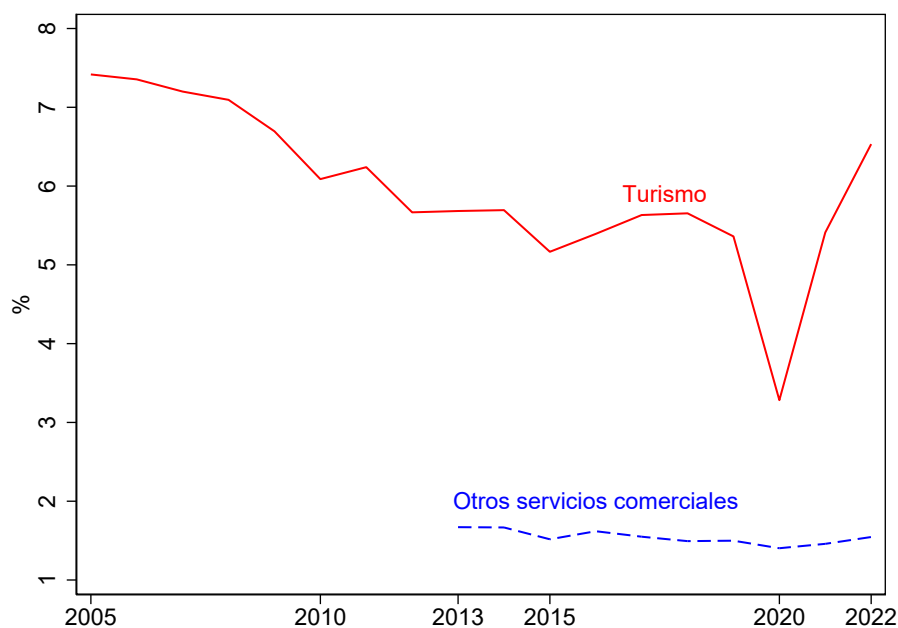
# Anexos

Gráfico A.1: Exportaciones como porcentaje del PIB, 1995-2022 (precios constantes)



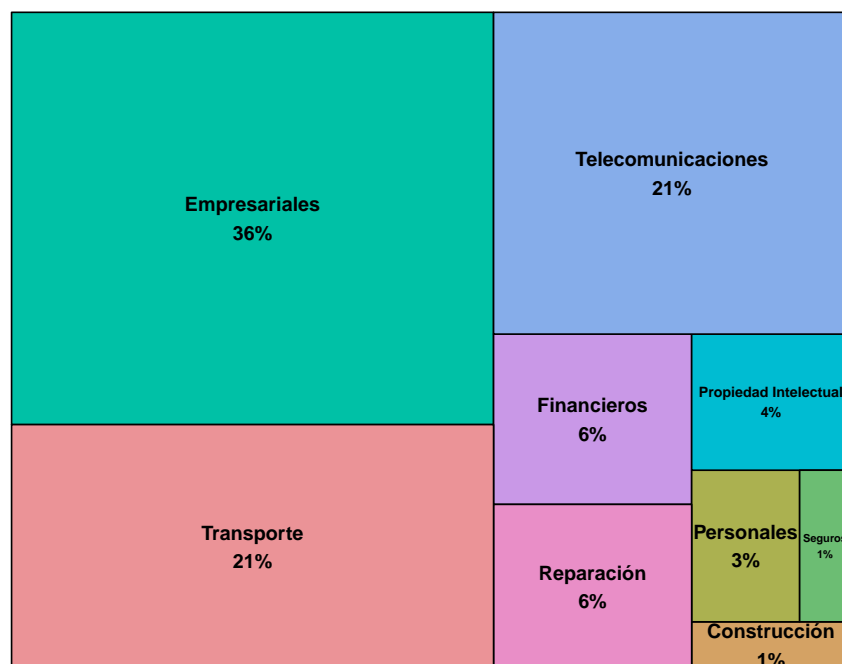
Fuente: elaboración del autor a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística y Eurostat.

**Gráfico A.2:** Cuota de España en las exportaciones globales de servicios turísticos y otros servicios comerciales, 2005-2023 (%)



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos de la Organización Mundial del Comercio.

**Gráfico A.3:** Distribución de las exportaciones de servicios no turísticos, 2023



Fuente: elaboración del autor a partir de los datos del Banco de España.