



Palabras de honor



Duarte Líbano Monteiro
Director General de Ebury

El balance de la exportación andaluza en estos últimos cinco años puede calificarse a todos los efectos de brillante. Desde 2010, hemos asistido año tras años a la superación de la cifra de ventas (es cierto que con mayor ímpetu en los dos primeros ejercicios de la nueva década, pero con crecimiento constante, al fin y al cabo), hasta lograr el pasado año superar la cifra global de los 26,500 millones de euros. Todo ello ha supuesto un crecimiento acumulado en estos cinco años superior al 67%, casi 24 puntos por encima de la media española, que se situó en un 44% de incremento.

Con los datos hasta mayo, según la estadística que proporciona el ICEX, se habría producido una relativa contracción de las ventas con respecto al mismo periodo del año anterior, si bien es todavía prematuro aventurar cuál será el signo con que se cierre el ejercicio. En cualquier caso, si el sector exterior andaluz ha tenido un comportamiento relevante en estos años marcados por un euro fuerte, es de suponer que el debilitamiento ya en marcha de la moneda común frente al dólar y el resto de las principales divisas tenga un impacto estimulante para que continúe la senda de crecimiento. De hecho, los analistas prevén que al término del ejercicio el euro roce la paridad con el billete americano y que, inclusive, rompa este soporte en 2016.

Una primera lectura de la evolución de la exportación andaluza en estos últimos ejercicios, que precisamente se corresponden en el tiempo con el periodo de crisis que ha vivido España, nos revela el mayor peso de las ventas hacia mercados fuera de la Zona Euro, que presentan actualmente, en términos de valor, el 52,3% del total, pero que llegaron a acumular en 2012 un peso cercano al 57%. Precisamente, en estos primeros compases del año, a efectos estadísticos, nos encontramos con incrementos importantes de las ventas a destinos de América Latina como Chile o México, e incluso a otros tan alejados como China o Corea del Sur.

Del mismo modo, resulta llamativo el incremento de empresas que estos últimos años se han sumado a la carrera exterior. Sólo entre 2010 y 2014, la nómina se ha ensanchado en un 35% hasta alcanzar un total de 19.061 empresas. Interesante resulta también reseñar que mientras que el número de empresas exportadoras a la zona euro se ha mantenido más o menos estable (en torno a las 3.000 empresas), las que se han dirigido al resto del mundo han acumulado notables crecimientos (en total, más de 17.500, un 18% más), sin que haya importado la lejanía o el exotismo del destino. De hecho, el mayor incremento de operadores se ha concentrado en mercados como África, Extremo Oriente o América del Norte.

La lectura positiva que se desprende de este análisis no es sólo que las empresas andaluzas exportadoras sean hoy más que cuando se inició la crisis, sino que además se han apuntado a vender a países que hasta hace muy poco podrían considerarse como no naturales. Entre ellos están aquellos que no comparten nuestra lengua y muchos muy alejados de los que tradicionalmente han sido nuestros socios comerciales, como son los países de la Unión Europea y más concretamente lo que comparten con nosotros la moneda común. De alguna forma, el acceso



Exportación andaluza con un euro débil

// Las empresas andaluzas exportadoras se han apuntado a vender a países que hasta hace muy poco podrían considerarse como no naturales

al comercio con otras zonas del mundo supone también una visión más madura de nuestras empresas, que han entendido que su auténtico mercado es el mundo en su conjunto, lo que sobre el papel supone vender más, por la vía de ampliar y diversificar mercados, y estar menos condicionados a las variaciones de ciclo económico que se puedan producir a nivel local o regional dentro de la Unión Europea. A este respecto, vale la pena recordar que, aun habiéndose corregido a la baja la perspectiva de crecimiento económico mundial para 2015, éste seguirá rozando el 3%, prácticamente el doble de lo esperado para la zona euro.

Con todo, creemos que la asignatura pendiente del sector exterior andaluz, como ocurre en el conjunto de España, es la ampliación de la base de empresas exportadoras. Baste señalar que actualmente tan sólo 100 empresas, las primeras por volumen de transaccio-

nes, realizan más del 70% del total de las ventas al exterior en Andalucía. Aspirar a alcanzar este objetivo, implicaría que se cumplieren dos premisas. La primera, que las empresas incrementasen su tamaño con el fin de dotarse de estructuras organizativas y medios financieros suficientes para acometer los mercados exteriores, y la segunda, que asistiéramos también a un aumento de la estructura industrial en España, con la incorporación de más empresas a este sector. Actualmente, la industria supone en España un 16% del PIB, mientras que en Andalucía sólo llega a un 12%. Los réditos que podría recibir la sociedad de esta apuesta serían numerosos: un empleo más estable y mejor remunerado, y una mayor resistencia a los cambios de ciclo económico, precisamente por el impacto positivo de la exportación. Todo ello hace que valga la pena insistir en esta línea de desarrollo económico. ■