



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**LOS PRINCIPALES MERCADOS
INTERNACIONALES PARA LA
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS ESPAÑOLES. ANÁLISIS
ESPECÍFICO DE LOS MERCADOS ASIÁTICOS
DE CHINA, JAPÓN Y COREA DEL SUR.**

Autor: Marina Esperanza Piedras Roca

Director: Mikel Aguirre Uzquiano

MADRID | Marzo 2022

RESUMEN

En el presente trabajo se analiza la evolución de las exportaciones españolas de bienes y servicios en los últimos años, con el objetivo de valorar su importancia para el crecimiento sostenible de la economía española, e identificar los mercados internacionales más atractivos por el potencial que tienen para nuestro sector exterior. La selección de los mercados a priorizar se ha realizado conforme a las propuestas estratégicas definidas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que identifica en el área de Asia los siguientes países: China, Japón y Corea del Sur. Respecto de cada uno de estos países, se ha examinado el potencial de las exportaciones españolas mediante un análisis de sus relaciones bilaterales con España, sus oportunidades comerciales para los sectores y empresas españoles, así como sus principales retos internos con impacto económico.

Asimismo, se concluye destacando la creciente importancia del sector exterior en España, en un entorno de creciente globalización, si bien se analizan también los elevados riesgos e incertidumbres presentes en el actual contexto geoestratégico mundial, destacando la crisis global de insumos y materias primas, el coste del transporte y la inflación, que están generando numerosas barreras al comercio internacional cuya duración e intensidad son todavía inciertas.

Palabras clave: exportaciones españolas, China, Japón, Corea del Sur, Asia, internacionalización, barreras al comercio.

ABSTRACT

This paper analyses the evolution of Spanish exports of goods and services in recent years, with the aim of assessing their importance for the sustainable growth of the Spanish economy, and identifying the most attractive international markets in terms of their potential for our foreign sector. The selection of the markets to be prioritized has been made in accordance with the strategic proposals defined by the Ministry of Industry, Trade and Tourism, which identifies the following countries in Asia: China, Japan and South Korea. For each of these countries, the potential for Spanish exports has been examined through an analysis of their bilateral relations with Spain, their commercial opportunities for Spanish sectors and companies, as well as their main internal challenges with economic impact.

It also concludes by highlighting the growing importance of the foreign sector in Spain, in an environment of increasing globalization, although it also analyses the high risks and uncertainties present in the current global geostrategic context, highlighting the global crisis of inputs and raw materials, the cost of transport and inflation, which are generating numerous barriers to international trade, the duration and intensity of which are still uncertain.

Keywords: Spanish exports, China, Japan, South Korea, Asia, internationalisation, trade barriers.

TABLA DE CONTENIDO

<u>I. INTRODUCCIÓN</u>	- 1 -
1. OBJETIVO	- 1 -
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	- 1 -
3. METODOLOGÍA	- 2 -
4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO	- 3 -
<u>II. EVOLUCIÓN Y ANÁLISIS DE LA CRECIENTE IMPORTANCIA DEL SECTOR EXTERIOR EN ESPAÑA</u>	- 4 -
1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS.....	- 4 -
2. PRINCIPALES SECTORES DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA	- 7 -
2.1 EXPORTACIÓN DE BIENES	- 7 -
2.2 EXPORTACIÓN DE SERVICIOS.....	- 9 -
3. PRINCIPALES MERCADOS DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA	- 12 -
<u>III. ANÁLISIS DE PAÍSES DE MAYOR ATRACTIVO Y CON MAYOR POTENCIAL DE CRECIMIENTO PARA LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN ASIA: CHINA, JAPÓN Y COREA DEL SUR</u>	- 16 -
1. CHINA	- 16 -
1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN	- 16 -
1.2 RELACIONES INTERNACIONALES CON ESPAÑA	- 17 -
1.3 RELACIONES COMERCIALES CON ESPAÑA	- 18 -
1.4 OPORTUNIDADES COMERCIALES	- 20 -
1.5 RETOS DE LA ECONOMÍA CHINA.....	- 21 -
2. JAPÓN	- 22 -
2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN	- 22 -
2.2 RELACIONES INTERNACIONALES CON ESPAÑA	- 23 -
2.3 RELACIONES COMERCIALES CON ESPAÑA	- 24 -
2.4 OPORTUNIDADES COMERCIALES	- 25 -
2.5 RETOS DE LA ECONOMÍA JAPONESA	- 28 -
3. COREA DEL SUR	- 29 -
3.1 JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN	- 29 -
3.2 RELACIONES INTERNACIONALES CON ESPAÑA	- 30 -
3.3 RELACIONES COMERCIALES CON ESPAÑA	- 31 -
3.4 OPORTUNIDADES COMERCIALES	- 32 -
3.5 RETOS DE LA ECONOMÍA SURCOREANA	- 33 -
<u>IV. BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL ESPAÑOL EN EL AÑO 2022</u>	- 34 -
1) CRISIS GLOBAL DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS.....	- 34 -
2) COSTE DEL TRANSPORTE.....	- 38 -
3) INFLACIÓN	- 39 -
<u>V. CONCLUSIONES</u>	- 42 -
<u>VI. BIBLIOGRAFÍA</u>	- 46 -

I. INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVO

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es demostrar la creciente importancia del sector exterior para la economía española, especialmente tras la crisis generada por la pandemia, y analizar su potencial exportador hacia los principales mercados asiáticos. De cara al futuro persiste la incertidumbre, pero el sector exterior puede y debe ser uno de los motores de recuperación económica, como ya ha ocurrido en el pasado. De esta forma, se busca confirmar el crecimiento de las exportaciones y conocer los sectores en auge más importantes. Para ello, se analizarán las relaciones comerciales de España, así como las oportunidades y desafíos, de tres países asiáticos; China, Japón y Corea del Sur. Estos tres países han sido seleccionados por su elevado potencial como importadores de productos y servicios españoles en Asia Oriental, región del mundo que ha demostrado un liderazgo sostenido en crecimiento económico en las últimas décadas, con un crecimiento superior al 7% en 2021 según el Fondo Monetario Internacional (en adelante, FMI).

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Actualmente, el mundo entero se enfrenta a nuevas amenazas y retos globalizados, entre otros, la crisis global de materias primas, la inflación, el elevado coste del transporte, el conflicto bélico en Ucrania, el Brexit, la desaceleración del crecimiento económico y el cambio climático que, sin duda alguna, afectan al comercio mundial y, consecuentemente, al sector exterior español. Este panorama mundial ha derivado en una moderación del avance de las exportaciones en los últimos años, aunque ha sido mitigado, en cierta medida, por la mayor diversificación geográfica y sectorial de las exportaciones nacionales.

Para afrontar estos desafíos e impulsar la competitividad del sector exterior español, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo redacta un Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española cada año y, según el último informe para los años 2021-2022, los esfuerzos se centran, por un lado, en la internacionalización y la apertura de la economía española, y en incrementar el valor añadido de las exportaciones mediante la innovación, la tecnología y la digitalización, por otro.

3. METODOLOGÍA

El estudio del tema propuesto comenzará con un análisis de la evolución de las exportaciones españolas, a fin de destacar su creciente importancia y su impacto positivo en la Balanza de Pagos y en la economía española en su conjunto. Para ello, se tomará como periodo de referencia desde el año 2001 al año 2021. Asimismo, se definirán los principales sectores y mercados receptores de las exportaciones de bienes y servicios españolas.

Por otro lado, son necesarios esfuerzos aún más importantes que los contemplados hasta ahora por parte de las empresas y de las autoridades españolas, con el fin de fomentar las exportaciones de nuestro país hacia esta región. Por ello, además de incluir en las conclusiones las tendencias del sector exterior español para los próximos años, se expondrán una serie de propuestas, tomando como base el Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022. En este Plan del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (en adelante, MINCOTUR), se definen las prioridades geográfico-sectoriales mediante la selección de unos países PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica) que no pertenecen a la Unión Europea (UE) o a la EFTA (European Free Trade Association), puesto que los países de estas organizaciones ya mantienen relaciones comerciales muy estrechas con España.

El potencial de los países se mide en función de una serie de indicadores objetivos sobre el potencial de los mercados para las empresas españolas, teniendo también en cuenta la información proporcionada por la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior y por ICEX.

Por último, respecto de la selección de información, los siguientes puntos resumen las principales fuentes de las que se han obtenido los datos para este trabajo, sin perjuicio de que dichas fuentes se citarán a lo largo del texto:

- Para analizar las exportaciones e importaciones españolas, se han utilizado los datos facilitados por el Banco de España en la Balanza de Pagos.
- Para la información sobre el Producto Interior Bruto (en adelante, PIB), se han tomado los datos de Eurostat y del Instituto Nacional de Estadística (en adelante, INE).
- Para estudiar las principales industrias y sectores, así como los países destino de las exportaciones e importaciones españolas, se han empleado los datos del

Instituto de Comercio Exterior (en adelante, ICEX), las Oficinas Comerciales de los distintos países analizados, la Agencia Estatal de Administración Tributaria y el Banco de España.

- Los datos relativos al turismo español han sido obtenidos del INE y de Exceltur.

4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Este trabajo se divide en cinco partes, comenzando, tras una breve introducción, por enunciar los objetivos y la metodología utilizada. En segundo lugar, se estudia la creciente importancia del sector exterior en España y los principales sectores y mercados. En el siguiente bloque, se analizan tres países asiáticos seleccionados como Países con Actuación Sectorial Estratégica (PASE) por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, dado su gran atractivo y potencial como receptores de las exportaciones españolas; China, Japón y Corea del Sur. De estos tres países se analizan las relaciones internacionales y económicas con España, así como las oportunidades comerciales y desafíos a los que se pueden enfrentar. En cuarto lugar, se hace referencia a las barreras al comercio internacional español en el próximo año. Finalmente, se extraen las principales conclusiones del trabajo.

II. EVOLUCIÓN Y ANÁLISIS DE LA CRECIENTE IMPORTANCIA DEL SECTOR EXTERIOR EN ESPAÑA

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

El grado de apertura de España, calculado como la suma de exportaciones e importaciones de bienes y servicios respecto del PIB, prácticamente alcanzó el 60% en 2020 (-6,78 p.p. en comparación con 2019), a pesar de las consecuencias de la pandemia. Este dato refleja la gran importancia del sector exterior para la economía española. Ese mismo año, el grado de apertura fue superior al de Estados Unidos (23%), Francia (58%), Italia (55%) y Reino Unido (56%), pero inferior a Portugal (76%), Alemania (81%), Hungría (157%) y Austria (100%) (*vid.* Gráfico 1). De estos datos parece deducirse que hay una cierta correlación entre el grado de apertura y el tamaño del país; a menor tamaño, mayor grado de apertura, porque la necesidad de comerciar con otros países es muy elevada debido a la reducida capacidad de la oferta y de la demanda interior. Pero si realizamos una comparación homogénea, con países de un tamaño similar al de España, nuestro país ocupa un lugar destacado, sólo superada entre los grandes países europeos por Alemania, debido principalmente a su potente industria y su tradicional potencial exportador.

En relación a la evolución del grado de apertura, este se redujo en el periodo comprendido entre 2008 y 2010 debido a la crisis financiera y económica mundial y, desde entonces, se ha recuperado. Sin embargo, la reciente contracción económica causada por la pandemia ha provocado una ligera caída en estos porcentajes a nivel mundial.

El comienzo del crecimiento del sector exterior en España se sitúa a mediados del siglo XIX, marcando el inicio de lo que podría denominarse la primera fase o fase de expansión (1850-1913), en la que el grado de apertura logró alcanzar el 23%, habiendo partido de un 8,4% en 1850.

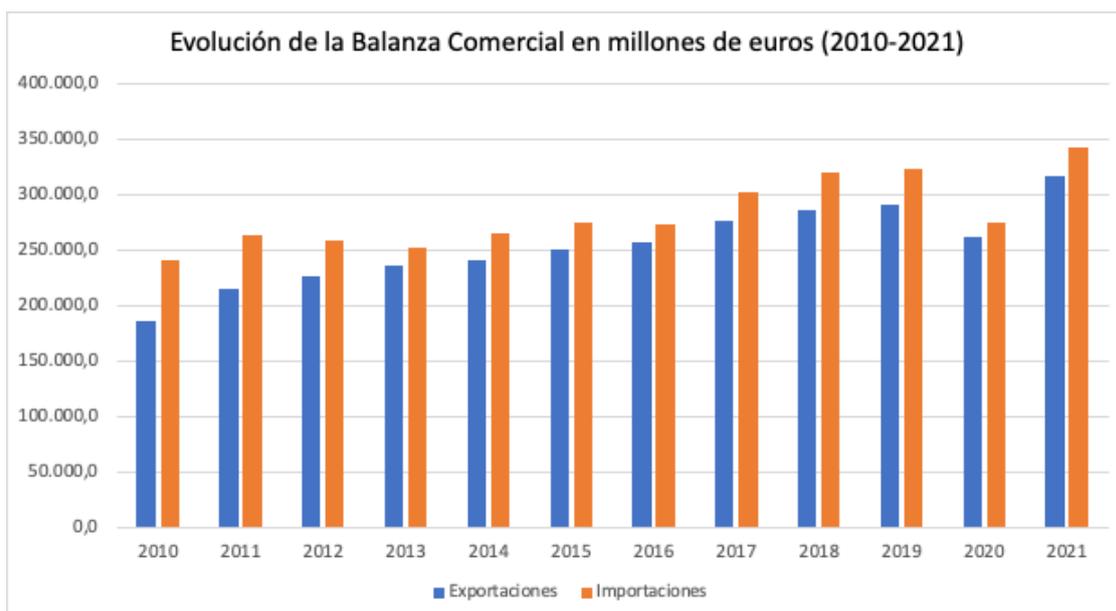
A esta etapa le sigue aquella marcada por la desaceleración económica, debido a la inestabilidad política de las primeras décadas del siglo XX, la gran depresión de 1929, las dos Guerras Mundiales y la Guerra Civil Española. Todo ello derivó en grados de apertura muy reducidos, sobre todo entre 1935 y 1952, agudizados por la política de autarquía posterior a la Guerra Civil, situándose por debajo del 10% del PIB.

Por último, con el Plan de Estabilización de 1959, que introduciría un sistema de libre mercado, comienza la tercera fase de la internacionalización de la economía española (Aguirre, 2004). Así, a finales de los años setenta, con la Transición a la Democracia, se

logra alcanzar un grado de apertura del 29%; un porcentaje similar al de comienzos del siglo XX. Seguidamente, con la adhesión a la Comunidad Económica Europea en 1986 y la entrada en el euro en 2002, así como con la paulatina liberalización del tejido productivo español, el grado de apertura español alcanzó el 60% del PIB en los últimos años.

Analizando en mayor profundidad el grado de apertura a partir del año 2000, España pasa de tener un alto crecimiento de las exportaciones a una notable caída de estas como consecuencia de la crisis económica y financiera de 2008, sufriendo el PIB un descenso del 3,6% en 2009. Las exportaciones cayeron en dicho ejercicio un 16,7%, afectadas por el colapso del comercio mundial (Banco de España, 2010), pero el desplome aún mayor de las importaciones (-26,5%) llevó a una notable reducción del déficit comercial (-48%), iniciándose así la corrección de uno de los principales desequilibrios estructurales de la economía española.

Sin embargo, tras este gran desplome de la actividad económica y del comercio internacional, a partir de 2010 y hasta 2019 las exportaciones volvieron a crecer a ritmos elevados, pasando el grado de apertura español de un 52,93% a un 66,78%. Asimismo, la demanda interna también comienza a crecer a partir de 2014 debido a la recuperación económica, pero las empresas exportadoras españolas optaron por consolidar sus ventas en el exterior para intentar reducir la dependencia de la demanda interna, y evitar así el shock sufrido en la crisis financiera.



Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos de la web Datacomex de la Secretaría de Estado de Comercio y de las bases de datos del ICEX.

Pese a su favorable evolución hasta 2019, las exportaciones españolas se han enfrentado a múltiples retos económico-internacionales en los últimos años, destacando el Brexit, el Covid-19 y, por último, la guerra de Ucrania. Además, en el segundo semestre de 2021, la combinación del auge del consumo global de bienes y el lento reinicio de producción, provocó un desacople entre oferta y demanda a nivel mundial, así como dificultades logísticas en las cadenas globales de suministro. En este contexto, en cuestión de meses se han cuadruplicado los costes derivados del uso de contenedores marítimos, lo que ha derivado en problemas de suministro de ciertos bienes, como es el caso de los semiconductores, o en un incremento de los precios, sobre todo en materias primas (Ricart et al., 2022). Y, si bien es cierto que la demanda se está recuperando como consecuencia de las vacunas y la reapertura de la economía, si la oferta no logra seguir el ritmo, el PIB podría crecer menos de lo esperado.

Este patrón de desajuste entre la oferta y la demanda es muy particular porque, en el pasado, una crisis financiera generaba el efecto contrario: una repentina escasez de demanda y un exceso de oferta. Por tanto, para entender lo que está ocurriendo en la actualidad, podemos compararlo con los episodios de reapertura de la posguerra, cuando la demanda se descomprimió y las empresas tuvieron que pasar de producir equipos militares a bienes de consumo (ECB, 2022a).

No obstante, parece que los cuellos de botella de la oferta disminuirán gradualmente a lo largo de 2022 a medida que la demanda de los consumidores pase de los bienes a los servicios y que la capacidad de transporte marítimo y la oferta de semiconductores aumenten gracias a futuras inversiones previstas (ECB, 2022b).

Además, estos problemas en las cadenas de suministro han resultado en una fuerte inflación a nivel internacional, cerrando con una tasa del 6,5% en 2021 en España; la más elevada de los últimos 29 años, a lo que se ha sumado el incremento del precio del gas, fomentado por la alta demanda china y el aprovisionamiento de Rusia.

Por último, aunque la secretaria de Estado de Comercio destaca que el sector exterior sigue siendo un motor indiscutible para la recuperación económica del país, a diferencia otras crisis anteriores, el sector exterior no será la clave, entre otras razones, por el aumento del precio del petróleo por encima de su nivel anterior a la pandemia y por las interrupciones del suministro en el mercado del gas, lo cual incrementa el coste del transporte de mercancías. Al mismo tiempo, la guerra en Ucrania está agravando los

cuellos de botella debido a la escasez de productos básicos y materias primas críticas, además de los impedimentos que está suponiendo en la logística y el transporte, en vista de las prohibiciones de vuelos y envío de mercancías (ECB, 2022b).

De este modo, aunque hasta finales de febrero de 2022 las perspectivas económicas eran muy positivas, la guerra en Ucrania y el aumento de los precios de la energía y el petróleo, han provocado un inesperado cambio en esa tendencia de recuperación.

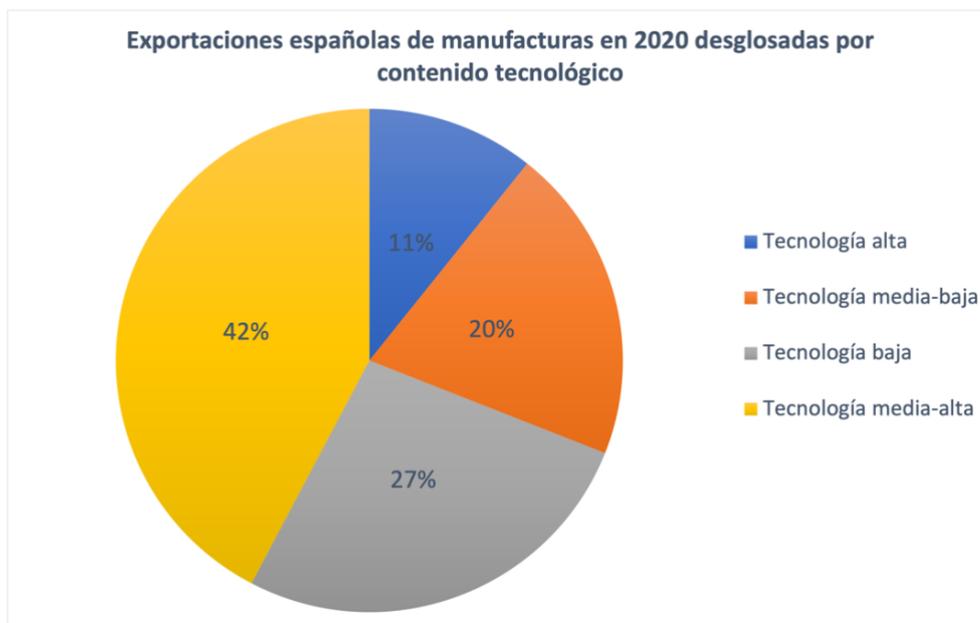
2. PRINCIPALES SECTORES DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA

2.1 Exportación de bienes

Dentro de las diferentes clasificaciones de los bienes, una de las más interesantes es la de la OCDE que agrupa los productos industriales según su capacidad de innovación tecnológica, es decir, según la intensidad del gasto de las empresas en I+D para la fabricación y transformación de las manufacturas. De acuerdo con este criterio, se puede distinguir entre:

- Actividades de alto contenido tecnológico: telecomunicaciones, medicamentos, instrumentos científicos u ordenadores.
- Actividades de contenido tecnológico medio-alto: automóviles y otros equipos de transporte, maquinaria agrícola e industrial, química u otra maquinaria eléctrica.
- Actividades de contenido tecnológico medio-bajo: productos metálicos, caucho o plásticos.
- Actividades de bajo contenido tecnológico: productos textiles y de confección, productos agroalimentarios, muebles, corcho, papel o cuero.

La demanda mundial de bienes españoles se centra, principalmente, en actividades de contenido tecnológico medio-alto, que constituyen el sector con más peso en la estructura del comercio internacional. Como se detallará a continuación, España destaca en la exportación de automóviles, bienes de equipo y productos químicos, mientras que su capacidad exportadora es menor en equipos de telecomunicaciones y ordenadores.



Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos de la Web Datacomex de la Secretaría de Estado de Comercio.

Los sectores económicos más relevantes se han mantenido relativamente estables en el periodo comprendido entre 2001 y 2018 (*vid* Gráfico X). Sin embargo, cabe destacar que el sector del automóvil ha experimentado una reducción en su cuota del -27,39% en términos relativos sobre el total de las exportaciones, debido al importante crecimiento de otros sectores en España, así como a la creciente competencia internacional de la industria automovilística de países como China e India (Álvarez Viñas, 2021).

En el año 2020, en un contexto internacional marcado por la pandemia, el comercio exterior español sufrió un importante deterioro, como el resto de las economías a nivel mundial. Según el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), las exportaciones españolas de mercancías registraron un valor de 261.175,5 millones de euros en 2020, lo que supuso una disminución interanual nominal del -10%. Así, aunque la caída de los flujos comerciales internacionales fue generalizada, el descenso de las exportaciones españolas superó al del conjunto de la zona euro (-9,1%) y también al de la Unión Europea (-8,3%). Más concretamente, las exportaciones de países como Alemania e Italia disminuyeron algo menos que las de nuestro país (-9,3% y -9,7%, respectivamente), mientras que este descenso para países como Francia (-16,3%), Estados Unidos (-12,9%) y Japón (-11,1%) fue más pronunciado.

En relación con las importaciones españolas de mercancías, estas alcanzaron un valor de 274.597,5 millones de euros en 2020, lo que supuso una disminución nominal del -14,7%. De esta manera, tanto las exportaciones como las importaciones se redujeron con fuerza, con descensos no vistos desde la crisis financiera del 2008, reduciéndose el déficit comercial español de mercancías en un 58% con respecto a 2019.

En el año 2020, los principales sectores económicos de exportación fueron los bienes de equipo (19,8%); alimentación, bebidas y tabaco (19,6%), que fue el único junto con el de otras mercancías en registrar avances interanuales en sus exportaciones; productos químicos (15,5%) y automóvil (14,8%). Las exportaciones de alimentación, bebidas y tabaco se incrementaron un 5,5 % interanual, por lo que este sector ganó peso sobre el total de las exportaciones españolas, aumentando su cuota en casi tres puntos porcentuales (16,8% en 2019). De esta forma, se sitúa muy cerca de alcanzar el nivel de los bienes de equipo, el principal sector de exportación español.

Por el contrario, las mayores caídas se registraron en las exportaciones de productos energéticos (-3,0 puntos), bienes de equipo (-2,6 puntos), y automóviles (-2,0 puntos) (Revistas ICE, 2021a).

2.2 Exportación de servicios

El peso de las exportaciones de bienes y servicios en el PIB español supera a países como Francia, Italia o Reino Unido. Esto se debe, principalmente, a un aumento en la exportación de bienes. No obstante, también hay que tener en cuenta el considerable crecimiento del sector de los servicios en esta última década, refiriéndonos no exclusivamente al turismo, sino también a los servicios inmobiliarios, de construcción, de publicidad o de empresa, entre otros (Álvarez Viñas, 2021). En este sentido, la mayor apertura comercial, la incorporación de nuevas tecnologías, o la desregulación y liberalización de determinadas actividades, han jugado un papel importante. Sin embargo, a pesar de este dinamismo, las tasas de crecimiento interanuales de las exportaciones de servicios españolas se han situado por debajo de las mundiales en términos generales.

Tradicionalmente, las exportaciones de servicios españolas se caracterizaban por una elevada participación de los servicios turísticos. Así, en el año 2017, el turismo representaba una cuota mundial de 5,2%, superada únicamente por Estados Unidos con un 15,6%, aportando asimismo un 5,2% al PIB español. Por su parte, la cuota mundial de exportaciones de servicios no turísticos de España se situaba en un 1,8% en 2017, con un

peso del 5,4% sobre el PIB. Dentro de estos últimos, destacan los servicios empresariales, que constituyen las exportaciones más dinámicas y con mejores perspectivas de crecimiento, al tratarse de servicios modernos y sofisticados, con un contenido tecnológico alto o medio alto y una productividad elevada (Consejo Económico y Social, 2019). Estos datos muestran, desde el inicio de la crisis, un cambio en el peso de las exportaciones españolas de los distintos servicios, superando desde 2008 los servicios no turísticos (51%) a los turísticos.

Centrándonos en el turismo, si nos remontamos a 2019, España era el segundo país del mundo con mayor número de turistas (por detrás de Francia) según el INE, recibiendo a más de 87,3 millones de turistas ese mismo año. Sin embargo, se mantenía por segundo año consecutivo la desaceleración en el crecimiento de la actividad turística.

Con la llegada del COVID-19, los servicios, en especial aquellos que requieren un alto grado de interacción personal, como el turismo o la hostelería, han sufrido un importante retroceso desde comienzos del año 2020. Esta caída es consecuencia, esencialmente, de las medidas de distanciamiento social y de limitación de la movilidad.

El turismo, por ejemplo, sufrió una caída de más del 60% a nivel mundial, a diferencia de otros servicios como el de transporte, que se redujo en un 20%. En 2020, las exportaciones mundiales de turismo y viajes sufrieron un desplome del 63,2% interanual, lo cual se debió a la interrupción casi absoluta de los viajes de negocios, la suspensión del tráfico aéreo y a otras estrictas restricciones de movilidad. Además, aunque estas medidas restrictivas se han ido reduciendo con el paso de los meses, el turismo se encuentra aún muy limitado por la generalizada exigencia a nivel mundial de cuarentenas y realización de test previos a los viajes (Revistas ICE, 2021b).

En España, la pandemia ha tenido un fuerte impacto negativo sobre los flujos comerciales, en especial sobre los servicios. Según los datos publicados por el Banco de España revisado en abril de 2021, los ingresos por servicios de la economía española disminuyeron en un 43,9% interanual, situándose en 78.775 millones de euros en 2020, mientras que los pagos por servicios cayeron un 30,8 % y su valor fue de 52.970 millones de euros. Esto derivó en una reducción del superávit de la balanza de servicios del 59,6% en 2020 con respecto al año anterior, situándose en 25.805 millones de euros.

Como en el resto del mundo, el retroceso del turismo fue el más impactante. Según el INE, los turistas pasaron de ser 83,51 millones en 2019 a 18,95 millones un año después,

por lo que el turismo ya no suponía más del 70% del saldo positivo de la balanza de servicios española, sino que en 2020 aportó únicamente un 32,9%.

En 2022, aunque haya retornado la movilidad internacional, se estima que la contribución del turismo al PIB superará los 150.000 millones de euros, por lo que todavía se situaría en torno a un 15% por debajo de los niveles previos a la pandemia. Así, dada la alta demanda y los altos porcentajes de vacunación, el presente ejercicio podría llegar a ser el año de la recuperación del sector turístico no solo para España, sino que también se esperan buenos resultados para el conjunto de Europa, donde la contribución del sector al PIB regional podría alcanzar 1,7 billones de euros (Hosteltur, 2022).

Por otra parte, en relación con la catastrófica situación que se vive en Ucrania desde febrero 2022, es cierto que, dado el reducido peso del turismo ruso en nuestro país, se espera un impacto limitado de dicha situación. Sin embargo, no puede decirse lo mismo de las posibles consecuencias de otros factores que se también se están dando en la actualidad, como la subida del coste del transporte. A modo de ejemplo, el paro de transportistas del mes de marzo de 2022 ha ocasionado problemas de suministro de múltiples productos en los supermercados, lo cual amenaza con provocar una situación de desabastecimiento en establecimientos como los hoteles y, teniendo en cuenta que queda menos de un mes para la Semana Santa, el turismo podría verse perjudicado.

En lo relativo a los servicios no turísticos, estos han resistido mejor el golpe que ha supuesto la pandemia y, por ello, han ganado peso en la balanza de servicios. Los ingresos por exportaciones de servicios no turísticos han disminuido en un 9,6% con respecto a 2019, situándose en 62.598 millones de euros, mientras que los pagos cayeron un 12,2%, hasta situarse en 45.291 millones de euros. Debido al mejor comportamiento de estos servicios, su peso en el saldo positivo de la balanza de servicios española fue del 67,1% en 2020, lo que supone cerca de cuarenta puntos más que en 2019 (27,6%).

Analizando la balanza de servicios española del año 2020 más detenidamente, destaca el comercio de servicios empresariales, que supuso el 30,8% de total de ingresos por servicios, y constituye un fenómeno global impulsado por la creciente digitalización de las economías y el menor coste de las telecomunicaciones. A estos le siguieron los servicios ligados al transporte, con un peso del 17,9 %. También tuvieron un peso significativo los ingresos por servicios de telecomunicaciones, informáticos y de información, que supusieron un 12,9 % del total, aunque se redujeron respecto al ejercicio precedente en un 24,4 % (Revistas ICE, 2021b).

Por tanto, de todo lo anterior destaca el creciente protagonismo de las exportaciones de servicios no turísticos, que representa uno de los principales cambios estructurales de la economía española en los últimos años. Es un fenómeno internacional, relacionado inicialmente con la caída de la demanda interna, y principalmente con la tercerización de las economías desarrolladas, los avances tecnológicos y la liberalización del comercio (Consejo Económico y Social, 2019).

3. PRINCIPALES MERCADOS DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA

De acuerdo con los datos analizados del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, los principales destinos de las exportaciones españolas en 2021 (datos de octubre de 2021) fueron: Portugal, principalmente por las mayores ventas de carbón y electricidad; Bélgica, sobre todo por el aumento de exportaciones de medicamentos; Francia y, por último, Países Bajos, ambos por el aumento de las ventas de confección, petróleo y derivados.

En el desglose por áreas geográficas destaca lo siguiente:

- Las exportaciones a la Unión Europea (63,3% del total) aumentaron en un 16,7% interanual, fundamentalmente, por las mayores ventas a Portugal, Bélgica, Francia y Países Bajos, tal y como se ha explicado anteriormente.
- Las exportaciones al resto de Europa (11,9% del total) aumentaron en un 6,0% interanual, por el crecimiento de las ventas a Reino Unido, en especial de material de transporte por carretera; a Turquía, de metales no ferrosos, hierro y acero, así como material de confección; y a Gibraltar de petróleo y derivados, buques y gas.
- Las exportaciones a América del Norte (5,2% del total) aumentaron en un 20% interanual por las mayores ventas a Estados Unidos, en especial de petróleo y derivados; y a Groenlandia, de buques exclusivamente.
- Las exportaciones a América Latina (4,6% del total) aumentaron en un 19,3% interanual debido al crecimiento de las ventas a Colombia, especialmente, de petróleo y derivados; Chile, de automóviles y motos; y Cuba, de otros productos químicos, resto de bienes de equipo y productos cárnicos.
- Las exportaciones a Asia (5,6% del total), excluyendo Oriente Medio, decrecieron un 7,1% interanual porque, entre otros factores, aunque se ha exportado más a India, en especial productos químicos orgánicos y plásticos; Singapur, mayormente material de transporte ferroviario; y Taiwán, sobre todo productos cárnicos, por el contrario, disminuyeron las ventas a China.

- Las exportaciones a Oriente Medio (2,0% del total) descendieron en un 0,5% interanual, dada la disminución de las ventas a Omán, fundamentalmente de otras manufacturas de consumo; y a Arabia Saudí, de maquinaria de automatización de datos y equipo de oficina, medicamentos y productos cerámicos. No obstante, se incrementaron las ventas a Israel, en especial de confección, productos cerámicos, hierro y acero.
- Las exportaciones a África (5,7% del total) aumentaron en un 7,4% dado el crecimiento de las ventas a Marruecos, especialmente de petróleo y derivados; Angola, sobre todo de buques; y Nigeria, en su mayor parte de otras mercancías, petróleo y derivados.
- Las exportaciones a Oceanía (0,5% del total) se incrementaron en un 9,4% interanual, debido a las mayores ventas a Australia, principalmente de automóviles y motos (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021b).

De estos datos destaca la importante presencia de los países de la Unión Europea como destino de las exportaciones españolas, consecuencia de la normativa comunitaria en materia aduanera a la que España se atiene desde su entrada a la Comunidad Económica Europea en 1986 (Serrano Leal, 2020). No obstante, en términos relativos, la cuota de las exportaciones a los países de la Unión Europea se ha reducido significativamente: de un 78,13% en 2001, a un 63,3% en octubre 2021 (*vid.* Gráfico X), fruto de la creciente diversificación geográfica de las exportaciones españolas.

De cara al futuro más próximo, según el Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española del periodo 2021-2022, se reforzará la exportación en los siguientes mercados, considerados prioritarios como emisores de inversiones: China, Japón, Corea del Sur, India y Singapur en Asia; Estados Unidos, Canadá, México, Chile, Colombia y Brasil en América; Rusia, Turquía y varios países de Europa central y países del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo, además de los principales países de la Unión Europea.

En cuanto a los sectores concretos que recibirán una atención preferente, dado que no es posible asumir un liderazgo estratégico en todos los sectores exportadores, destacan las industrias de alto contenido tecnológico, sobre todo aquellos sectores y subsectores relacionados con la movilidad eléctrica y nuevas formas limpias de propulsión, las energías renovables, la optimización de la producción agroalimentaria y las ciencias de la vida.

Se trata de seleccionar aquellos sectores y países que mayores beneficios potenciales ofrecen, por lo que se han de centrar los esfuerzos en los mercados que mejor encajen con la oferta de exportaciones españolas y donde nuestras empresas cuenten con un mayor margen de mejora para consolidar su presencia exterior. A este nuevo enfoque se le ha denominado PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica), cuyo primer paso consiste en calcular una serie de variables económicas, tales como la dimensión de mercado, su evolución y perspectivas de crecimiento, el grado de apertura o la estabilidad macro-financiera, que permiten ordenar el potencial de los principales destinos de las exportaciones españolas fuera de la UE y EFTA.

Seguidamente, se lleva a cabo un análisis del potencial exportador de los diferentes sectores en cada uno de los países, apoyado en una herramienta del *International Trade Center*, y también se tienen en cuenta estudios de potencial de mercado sobre la base de modelos de gravedad. Por último, a partir de toda la información obtenida en los pasos anteriores y la experiencia de diferentes expertos sobre el país y los sectores, se identifican las herramientas para la intervención pública más eficaz.

Gracias a este análisis cuantitativo y a la información proporcionada por la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior y por ICEX, se seleccionaron los siguientes países: Brasil, Canadá, China, Corea, Estados Unidos, India, Japón, Marruecos, México, Rusia, Sudáfrica y Turquía (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021a). Sin embargo, y sorprendentemente, dada la relación preferente de España, tanto cultural como económica, se observa la escasa presencia de países latinoamericanos. La razón sería fundamentalmente el perfil riesgo del país, muchos de los cuales se enfrentan a inestabilidades políticas e institucionales, corrupción, monopolios u oligopolios, tensiones sociales, así como un perfil de alta vulnerabilidad a factores exógenos (Santamaría Burgos, 2016). Por todo lo expuesto, son mercados muy complejos desde el punto de vista económico y social para las empresas españolas.

Comercio exterior con los países PASE en millones de euros (enero-noviembre 2021)

Países	Exportaciones	Importaciones	Saldo
Brasil	227,3	273,4	-46,1
Canadá	171,2	211	-39,8
China	808,5	3.786,4	-2.977,8
Corea del Sur	169,2	221,8	-52,6
Estados Unidos	1.329,1	1.966,7	-637,5
India	127,2	415,3	-288,1
Japón	335,4	260,6	74,8
Marruecos	837,8	641,7	196,1
México	560,9	435,2	125,8
Rusia	173,9	596,1	-422,2
Sudáfrica	105,2	124,2	-19
Turquía	614,7	774,2	-159,4

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos del ICEX

En conclusión, debemos incidir en la gran variedad de mercados-destino, que permite una mayor diversificación y apertura de las exportaciones españolas, además de ser un dato representativo de la competitividad y madurez de las empresas exportadoras españolas. Esta diversificación fue necesaria y tuvo un gran impulso, principalmente, por la debilidad de la demanda interna durante la pasada crisis económica y financiera. Asimismo, conviene aclarar que la inclusión de Rusia en el listado de países PASE es previa a la invasión de Ucrania, entendiéndose que a día de hoy quedaría excluido dado que no se va a poder operar como consecuencia de las sanciones impuestas por parte de la UE.

Finalmente, es importante aclarar que, para este trabajo, en la línea de lo analizado por la Administración, se han seleccionado China, Japón y Corea del Sur debido a que Asia Oriental es una de las zonas comerciales más activas del mundo, con elevada población y alto potencial de crecimiento económico, en la que a España le interesa operar con vistas a diversificar los mercados de destino, con el fin de que la eurozona pierda peso en favor de nuevos destinos más atractivos. A modo de ejemplo, China, Japón y Corea del Sur ocupan la primera, tercera y quinta posición en el ranking de los mayores productores del sector de la automoción en 2021, con 26.082 y 7.847 vehículos fabricados respectivamente (Statista, 2022b).

III. ANÁLISIS DE PAÍSES DE MAYOR ATRACTIVO Y CON MAYOR POTENCIAL DE CRECIMIENTO PARA LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EN ASIA: CHINA, JAPÓN Y COREA DEL SUR

1. CHINA

1.1 Justificación de la elección

La elección de China como futuro receptor de un mayor volumen de exportaciones españolas se fundamenta, esencialmente, en el interés económico que despierta este país, por constituir la segunda economía mundial, por detrás de Estados Unidos, con un PIB de 15,7 billones de euros y más de 1,4 miles de millones de habitantes.

A este fundamento también se le añaden otras cuestiones, como las relaciones comerciales existentes con China, siendo nuestro principal socio en Asia y primer destino de exportaciones españolas en la región, por un valor de 808,5 millones de euros en 2021 (datos acumulados al mes de noviembre de 2021). Asimismo, la inversión española en China ha crecido considerablemente en las dos últimas décadas, lo que ha supuesto que numerosas empresas españolas hayan trasladado al país asiático gran parte de su producción.

Pero lo verdaderamente interesante de esta elección es que, mientras el volumen de importaciones en España con origen en China tradicionalmente ha estado en línea con otros países de su entorno geográfico, el volumen de exportaciones españolas a China es significativamente más escaso. Por ello, España debe mejorar su acción diplomática y comercial y, así, hacer avanzar unas relaciones que podrían resultar tremendamente beneficiosas para nuestro sector exterior (ICEX, 2021b).

Análisis económico de China en los últimos años

Indicador	Unidades	2019	2020	2021*	2022*
PIB	USD (miles de millones)	14.340,6	14.866,7	16.863,0	18.463,1
PIB per cápita	USD	10.170,06	10.511,34	11.891,20	12.990,01
Importaciones	Variación (%)	-3,7	-1,4	19,1	8,5
Exportaciones	Variación (%)	0,4	2,2	19,7	4,6
Tasa de desempleo	Variación (%)	3,6	4,2	3,8	3,7
Población	Personas (milliones)	1.410,1	1.414,4	1.418,1	1.421,3

Fuente: elaboración propia en base a los datos de octubre 2021 obtenidos del FMI

Nota: (*) datos estimados

1.2 Relaciones internacionales con España

Las relaciones diplomáticas españolas con la República Popular China están cerca de cumplir los 50 años, aunque ya existía cierta relación anteriormente debido a la antigua ruta marítima de la seda. Gracias a estas relaciones, el volumen de comercio bilateral se ha visto incrementado significativamente, así como las inversiones y la fluidez en asuntos relativos a la educación y cultura. La visita del presidente Xi Jinping a España en 2018 también supuso un avance importante en las relaciones entre España y China (ICEX, 2021b). Sin embargo, en aras a mejorar el marco actual, China comenzó a impulsar, ya en 2013, una nueva ruta de la seda, que consiste en una ambiciosa red china de infraestructuras repartida por los cinco continentes.

Las primeras relaciones entre España y China se remontan al siglo XV, afianzándose estas a través de los intercambios con Filipinas y la conquista por parte de los españoles de Taiwán en el siglo XVII. Pero no es hasta la proclamación de la República de China, que ambos países firman un tratado de amistad y comercio vigente desde 1928 hasta 1953.

Durante los años siguientes, las relaciones entre ambas dictaduras (la de Franco y la de Chiang Kai-Shek) fueron muy estrechas, si bien con la proclamación de la República Popular de China en 1949 las relaciones se distanciaron, y no es hasta 1973 cuando se intercambiaron embajadas (Ríos, 2019). De esta forma, podemos decir que el Gobierno de España y la República Popular China establecieron relaciones diplomáticas por primera vez el 9 de marzo de 1973. A esto le sigue la visita oficial de los Reyes Don Juan Carlos y Doña Sofía a China en junio de 1978, marcando el inicio de la presencia española en el gigante asiático.

Los siguientes hitos en la relación bilateral fueron la constitución del Foro España-China en 2003; la constitución de una “Asociación Estratégica Integral” tras la visita oficial del presidente Hu Jintao a Madrid en noviembre de 2005; la implantación del Instituto Cervantes en China en el año 2006; la celebración del Año de España en China en 2007; la visita de Don Felipe y Doña Letizia en noviembre de 2007; la visita oficial del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, en septiembre de 2014; y la referida visita de Estado a España del presidente Xi Jinping, coincidiendo con el 45 aniversario de las relaciones diplomáticas en noviembre de 2018. En esta última se suscribieron:

- Una declaración conjunta que relanzaba la relación estratégica integral con China.
- Tres memorandos de entendimiento relativos al fortalecimiento de la cooperación en terceros mercados; empleo y Seguridad Social; y cooperación en ciencia, tecnología, e innovación en el ámbito de materiales avanzados.
- Un convenio de doble imposición.
- Un protocolo fiscal adicional sobre el establecimiento de centros culturales.
- Un acuerdo con la RAE.
- Dos protocolos de exportación para facilitar la exportación de la uva de mesa y la carne de porcino a China (Oficina de Información Diplomática, 2020).

1.3 Relaciones comerciales con España

Como se ha indicado anteriormente, China es el principal socio comercial de España en Asia, pero, además, en la actualidad también es nuestro mayor socio comercial fuera de la UE. Así, en noviembre 2021, las importaciones procedentes de China representaban el 11% de las importaciones totales a España, habiéndose incrementado en un 40,4% con respecto al año anterior, destacando las mayores compras españolas de otras manufacturas de consumo, confección y equipos de telecomunicaciones (Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, 2021).

Aunque siempre ha existido déficit en la balanza comercial con China, los datos de exportaciones e importaciones han crecido exponencialmente. Así, mientras que en 1971 las exportaciones españolas a China no superaban los 39 millones de pesetas (alrededor de 235.000 euros), hoy en día sobrepasan los 808 millones de euros. En el caso de las importaciones ha ocurrido algo similar, se ha pasado de 137 millones de pesetas (alrededor de 824.000 euros) hasta acercarse a los 4.000 millones de euros.

La presencia de la empresa española en China ha pasado por dos etapas diferenciadas en las últimas décadas (Fanjul, 2013). La primera de ellas comienza a principios de los años 80, en la que el liderazgo de la administración es determinante, pues arrastró a las empresas nacionales a un mercado completamente desconocido y complicado, estableciendo importantes mecanismos de apoyo, sobre todo, financieros. La segunda tiene lugar en el siglo XXI y se caracteriza por una presencia más variada y sofisticada de la empresa española, como consecuencia de las múltiples transformaciones

experimentadas por ambas economías en los años anteriores. Además, en esta segunda etapa, la trascendencia de la administración fue perdiendo relevancia.

En los intercambios bilaterales desempeñaron un papel muy importante las visitas de los Reyes en 1978 y 1995; y la del presidente del Gobierno, Felipe González, en 1985. Después, a finales del siglo XX, se registró una gran caída en las exportaciones españolas a China hasta que, en 2002, las ventas recuperaran su nivel anterior. Las causas de esta inflexión fueron, principalmente, los cambios aplicados en la normativa sobre el uso de los créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (denominado Fondo para la Internacionalización de la Empresa¹ desde 2010), por parte de la OCDE, a los efectos de la crisis financiera del sudeste asiático; y los cambios en la normativa china relativos a la financiación gubernamental de proyectos (Ríos, 2019).

A medida que se afianzaba la apertura de China, otros países fueron adquiriendo posiciones comerciales más activas que España, aunque en los últimos años se han registrado mejoras paulatinas y desde comienzos de siglo el gigante asiático se ha convertido en un socio comercial estratégico para España. No obstante, no fue hasta 2004 que las tasas de crecimiento del comercio bilateral verdaderamente se aceleraron, paralizándose en 2009 como consecuencia de la crisis económica. El comercio exterior español sufrió una caída del 22,6% y, en concreto, el decrecimiento del comercio de España con China fue del 27,3%.

En 2010 el ritmo de crecimiento ya era muy positivo y parecía que muchos de los efectos de la crisis estaban superados. Sin embargo, no fue hasta 2014 cuando las cifras del comercio bilateral superaron las anteriores a la crisis, alcanzando los 25.000 millones de euros.

Con respecto a la tasa de cobertura correspondiente a China, esta ha oscilado entre el 12% y el 23% y, si tenemos en cuenta que la cobertura del comercio global español suele oscilar entre el 64% y el 76%, se puede observar una fuerte descompensación entre importaciones y exportaciones (Sánchez Andrés, 2011). Esto se debe a que la dinámica del comercio entre ambos países responde, en esencia, al auge de las compras de España

¹ El fondo para la Internacionalización de la Empresa es un instrumento gestionado por la Secretaría de Estado de Comercio con el objetivo único de ofrecer apoyo financiero oficial a la internacionalización de las empresas españolas en línea con los nuevos retos y necesidades del comercio internacional (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2010).

a China, por su elevada competitividad en términos de precio, lo cual siempre ha disparado nuestro déficit comercial.

1.4 Oportunidades comerciales

Los pasados dos años marcados por el Covid-19 y las consiguientes crisis sanitarias y económicas, han marcado un antes y un después en nuestra sociedad. Mientras que la economía se contrajo en un 4,3% a nivel mundial en 2020 (Banco Mundial, 2021), China logró crecer, siendo la única economía en conseguirlo. Su PIB aumentó en un 2,3%, sus exportaciones en un 3,6% y sus importaciones cayeron en un 1,1%, dando lugar a un superávit comercial. Mientras que la inversión extranjera directa mundial alcanzó su nivel más bajo en 30 años, China se convirtió en el mayor receptor de esta en 2020. De esta forma, se constata la fuerza económica de China y su papel emergente en la economía mundial (Zhang, Zheng & Wang, 2021).

En 2021, la República Popular China ha superado todas las expectativas con un crecimiento del PIB del 8% y un superávit comercial como nunca antes habían experimentado. De hecho, según el Ministerio de Comercio de la República Popular China entre los meses de enero a noviembre de 2021 se crearon 43.370 nuevas empresas de capital extranjero, siendo más del 30% norteamericanas. De esta forma, parece que Estados Unidos está aprovechando las oportunidades del gran mercado chino; un mercado que hasta ahora se ha demostrado fiable.

Así, 2021 se cierra con un crecimiento económico que supera todos los pronósticos y que, servirá como escudo en un entorno que parece que seguirá siendo hostil a corto plazo, tanto por el Covid-19, como por la guerra en Ucrania o por su incesante competencia estratégica con Estados Unidos. Asimismo, distintos informes prevén para 2022 importantes inversiones en infraestructura, las cuales estarán marcadas por la digitalización, por un lado, y por las energías renovables por otro (Herrera-Feligueras, 2022).

En este contexto, podría decirse que el impacto del COVID-19 también ha proporcionado nuevas oportunidades a multitud de empresas chinas, sobre todo a aquellas dedicadas al comercio electrónico. Y es que, aunque China ya fuera el líder mundial del comercio minorista en línea (45% de las transacciones mundiales de comercio electrónico antes del Covid-19), cada vez más empresas y consumidores han aumentado el uso de la tecnología digital como resultado de las dificultades provocadas por la pandemia (Zipser & Poh,

2021). Además, China ya no es solo el primer fabricante de vehículos del mundo, sino también de vehículos eléctricos, con el 57,4% de la cuota mundial en 2021 (Moreno, 2022).

La mayor exposición de las empresas españolas en Asia también podría ser una fuente de oportunidades en terceros mercados, como el iberoamericano y el africano, en los que ya se han dado casos de proyectos conjuntos en sectores estratégicos, como el de telecomunicaciones, energías renovables o transporte. Estas cooperaciones aumentan la competitividad de nuestras empresas, las cuales adquieren experiencias relevantes en sectores prometedores como las “Smart cities”, ámbito en el que España ya tiene una buena marca en Asia.

Evolución de las exportaciones españolas a China por sectores en millones de euros

	2018	2019	2020
1. Agroalimentarios	883,5	1965,1	3564,5
2. Bebidas	221,6	192,9	153,5
3. Bienes de consumo	804,9	828,1	796,8
4. Productos industriales y tecnología	4.368,3	3.813,6	3.654,0
EXPORTACIÓN TOTAL	6.278,3	6.799,7	8.168,8

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos del ICEX

Nota: (*) datos estimados

Por último, la nueva ruta de la seda impulsada por China ha sido recibida con gran interés en España, dado que busca fomentar la conectividad en un continente con grandes necesidades, lo cual supone la aparición de numerosas oportunidades económicas (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2018).

1.5 Retos de la economía china

Para que España pueda formar parte del grupo de países europeos con estrechas relaciones con China, se debe dejar de contemplar al país asiático como un país lejano, distante, pues su presencia e importancia en nuestra sociedad ya es muy relevante, y, además, irá en aumento. Mejorar nuestra acción diplomática, analizar las implicaciones de los proyectos globales chinos y definir áreas específicas de diálogo con esta potencia oriental podría suponer un trascendente avance en nuestras relaciones (Ríos, 2019).

A pesar de su fuerza económica, la economía china aún tiene importantes retos por delante. El año 2020 fue su peor ejercicio en términos de tasa de crecimiento económico, debido a la pandemia, lo cual se unió a las tensiones comerciales sufridas con Estados Unidos desde 2018. En este contexto, el mercado laboral también se está viendo afectado por una escasez de mano de obra cada vez más pronunciada, al tiempo que las exportaciones comienzan a mostrar cierta recuperación tras superar la fase más crítica provocada por el Covid-19 (Cheng, 2021).

En cuanto al consumo interno, este se ha reducido, con una caída del consumo per cápita y de las ventas al por menor del 4% en 2020 (NBSC, 2021). En esta línea, en 2022, China está sufriendo una crisis severa, pasando de un crecimiento del PIB en 2010 del 10,6% a un crecimiento del 4,9% en la actualidad. Entre las razones principales de este desplome se encuentra la crisis del sector inmobiliario tras el hundimiento de la constructora Evergrande, pues esta industria representa el 25% del sistema productivo del país y su morosidad es incalculable. Además, existe el riesgo añadido de que, como se ha podido ver con el Covid-19, se pone en duda la veracidad de la información proveniente de este país, por lo que la realidad podría ser incluso más inquietante.

Por otro lado, debido al conflicto en Ucrania, las rutas comerciales terrestres entre Asia y Europa se interrumpirán, a medida que se incrementa la tensión en esta zona. Esto afectará en mayor medida a las empresas chinas, las cuales recientemente habían aumentado su tráfico a través de rutas terrestres pasando por Rusia para llegar a Europa, como alternativa al transporte marítimo y aéreo, dado que durante la pandemia del coronavirus estos se vieron afectados, y actualmente sufren incrementos de costes muy elevados.

2. JAPÓN

2.1 Justificación de la elección

Japón, con capital en Tokio, es un archipiélago situado en el océano Pacífico, al nordeste de Asia, gobernado por el Emperador Naruhito desde mayo de 2019, bajo la forma de una monarquía constitucional. Con un PIB en 2021 de 4.173.515 millones de euros y una población de 125,8 millones de habitantes, el nivel educativo del país es muy elevado y las diferencias salariales no son notables, lo cual se traduce en que el 90% de la población pertenece a la clase media.

Actualmente el país tiene un marcado enfoque económico en su acción exterior y goza de un fuerte vínculo económico y de seguridad con Estados Unidos, aunque su primer socio

económico y comercial es China. Es socio de las instituciones multilaterales comerciales más importantes a nivel mundial, así como de los Bancos Regionales Multilaterales de Desarrollo. También mantiene una participación activa en la cooperación financiera y en la ayuda al desarrollo en Asia. Así, Japón se constituye como uno de los actores clave en la toma de decisiones internacionales, influyendo notablemente en la política exterior mundial.

Ya en 2017, Japón llegó a superar a Reino Unido, pasando a ser el cuarto mayor importador mundial, y alcanzando sus exportaciones una cuota del 4,21% del total de importaciones mundiales según los datos de Naciones Unidas. Esta cifra solo fue superada por Estados Unidos (15,10%), China (11,50%) y Alemania (7,37%) (ICEX, 2018). Asimismo, en 2019 llegó a ser la tercera economía del mundo en términos de PIB, la cuarta en exportaciones y la quinta en importaciones (OEC, 2021).

Por otro lado, la entrada en vigor del Acuerdo de Partenariado Económico entre la Unión Europea y Japón (en adelante, EPA) en el año 2019, supone un hito trascendental en las relaciones comerciales entre ambas partes. Gracias a este acuerdo, se reducen, o incluso eliminan, muchos aranceles en ambas direcciones, mejorando la competitividad de sus empresas, y beneficiándose especialmente los productores agrícolas europeos y los fabricantes de automóviles.

Análisis económico de Japón en los últimos años

Indicador	Unidades	2019	2020	2021*	2022*
PIB	USD (miles de millones)	5148,781	5048,688	5378,136	5653,462
PIB per cápita	USD	40801,655	40146,07	42927,73	45310,911
Importaciones	Variación (%)	-0,409	-6,788	12,574	8,687
Exportaciones	Variación (%)	-1,426	-12,309	14,998	6,233
Tasa de desempleo	Variación (%)	2,358	2,792	2,775	2,375
Población	Personas (millones)	126,19	125,758	125,284	124,77

Fuente: elaboración propia en base a los datos de octubre 2021 obtenidos del FMI

Nota: (*) datos estimados

2.2 Relaciones internacionales con España

Japón participa en las principales estructuras multilaterales de cooperación internacional, como la ONU, UNICEF, FAO, OMS, UNESCO, etcétera, y mantiene un fuerte vínculo diplomático con Estados Unidos desde el final de la Segunda Guerra Mundial.

En cuanto a sus vecinos continentales, China es su principal socio económico y comercial, aunque su relación no está exenta de conflictos y fricciones. Por otro lado, su relación

bilateral con Corea del Sur no es fácil, debido al desacuerdo territorial en torno a las Islas Takeshima/Dokdo y a la delicada cuestión de las denominadas “esclavas sexuales” (ICEX, 2018).

Las relaciones entre España y Japón en el ámbito político e institucional son muy estrechas en todos los niveles y se remontan a 1868, cuando se firmó el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación entre Japón y España.

Cabe destacar el año dual España-Japón celebrado entre 2013 y 2014, en el que el Príncipe heredero Naruhito visitó España. Por su parte, los Reyes visitaron Japón en el mes abril de 2017, momento en el que se firmó un Memorando de Cooperación en Asuntos Económicos e Industriales, entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad español y el Ministerio de Economía, Comercio e Industria japonés (METI). Este buscaba compartir información sobre políticas, y promover oportunidades de cooperación en sectores como la industria, la energía o la tecnología industrial (Tanehashi, 2021).

2.3 Relaciones comerciales con España

Japón no destaca por ser un país con un gran volumen de recursos naturales, por lo que depende en gran medida de las importaciones para satisfacer muchas de sus necesidades internas, sobre todo con relación a materias primas y energía.

Gracias a su gran área marítima, Japón es uno de los mayores productores de productos pesqueros del mundo. Por el contrario, solo el 11% de la superficie del país es apta para el cultivo, por lo que el sector agrícola es muy limitado y está altamente protegido. Los cultivos más importantes del país son el de té y el de arroz, pero con la pandemia, el sector agrícola en general se vio afectado por la carencia de trabajadores chinos.

En cuanto al sector industrial, en Japón se fabrican desde productos básicos como el papel o el acero, hasta la más sofisticada de las tecnologías, por lo que es un sector altamente diversificado. Además, lideran el sector del automóvil (tercer productor mundial), robótica, energías renovables, nanotecnología y biotecnología. Como consecuencia, su sector industrial representa cerca del 30% del PIB.

Por último, el sector servicios representa más del 69% del PIB y emplea el 70% de la fuerza laboral aproximadamente, destacando la banca, seguros, retail, transporte y telecomunicaciones. El sector turístico, el cual había crecido sustancialmente en los últimos años, es uno de los más perjudicados, disminuyendo en un 58% el número de turistas como consecuencia del Covid-19 (Santander Trade Markets, 2021).

En este contexto, a lo largo de la última década, las relaciones comerciales con el país democrático más industrializado en Asia han mejorado considerablemente a raíz de la entrada en vigor del Acuerdo de Asociación Económica con la Unión Europea (en adelante, EPA), en febrero de 2019.

En el marco de la vigésima cumbre UE-Japón celebrada en 2011, ambas partes decidieron comenzar la negociación de un acuerdo para aumentar las relaciones comerciales y de inversión bilaterales. En este contexto, se entiende que existía una cierta presión por parte del país asiático para cerrar un acuerdo con la UE, debido a que en ese mismo año entró en vigor el acuerdo entre la UE y Corea del Sur.

Las negociaciones de este acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Japón comenzaron en marzo de 2013 y, tras 18 rondas de negociaciones y numerosas reuniones técnicas sobre inversión, aduanas y desarrollo sostenible, entre otros aspectos, el acuerdo se firmó en julio de 2018 y entró en vigor el 1 de febrero de 2019.

El EPA, que reduce e incluso elimina la mayoría de los aranceles en ambas direcciones, refleja que tanto la UE como Japón muestran su apoyo al libre comercio y fomentan la competitividad de sus empresas (ICEX, 2018).

Por otra parte, 2016 también fue un año importante para nuestras relaciones con Japón; Iberia inauguró el vuelo directo entre Madrid y Tokio, bajo el logo “Madrid, el corazón de Europa”. Asimismo, también se abrió la Cámara Oficial de Comercio Española en Japón con el objetivo de facilitar la entrada y consolidación de nuestras empresas en el país asiático.

2.4 Oportunidades comerciales

A corto plazo, los bienes de consumo merecen gran interés debido a la apertura comercial del Acuerdo de Cooperación Económica (EPA) entre Japón y la UE vigente desde 2019. En este caso, el ámbito arancelario es de vital importancia y, aunque el arancel medio de los productos europeos en Japón nunca ha sido excesivamente elevado, pues antes era del 4% aproximadamente, tras la entrada en vigor del EPA, algunos sectores aumentarán su competitividad en el mercado japonés de manera exponencial. Esto ocurre en el sector agroalimentario, cuyo arancel medio era del 13,1%, siendo este muy elevado si lo comparamos con el 2,5% de arancel medio de los productos no-agroalimentarios (Tanehashi, 2021).

De esta forma, el sector agroalimentario es uno de los que tiene mayores perspectivas de crecimiento en Japón. A modo de ejemplo, los aranceles del vino se han eliminado por completo, siendo del 15% anteriormente, mientras que los aranceles de otros productos se irán reduciendo progresivamente, como es el caso de los lácteos y de los productos cárnicos. Todo ello ha resultado en un aumento de las ventas europeas en Japón del 23% (datos de 2021) (ICEX, 2021a).

En este contexto tan favorable para las empresas españolas, se debe resaltar que el 60% de las exportaciones agroalimentarias españolas correspondieron a la carne de cerdo en 2020, y que Japón importó 923.835 toneladas de carne de cerdo en ese mismo año, poniendo de manifiesto que los japoneses presentan especial interés por la cultura y gastronomía españolas (Herranz Sánchez, 2021).

Por otro lado, tras la crisis sanitaria, los sectores relacionados con las industrias de la salud también se han convertido en focos de interés. En concreto, los productos farmacéuticos, la química orgánica o la biotecnología, son sectores en los que Japón cuenta con importantes cadenas de valor, por lo que están creciendo de manera constante.

Lo mismo ha ocurrido con el sector energético y, en especial, las energías renovables desde la crisis de Fukushima. En este sentido, se aprobó el nuevo Plan Básico de Energía de Japón en 2018, que ofrece interesantes oportunidades de negocio, al perseguir un importante aumento de la generación fotovoltaica y eólica (entre un 22% y un 24% en 2030). No obstante, el sector de la energía nuclear también presenta oportunidades, pues el Gobierno japonés prevé la recuperación de determinadas centrales nucleares de manera progresiva.

La cooperación industrial y en infraestructuras en terceros mercados es también uno de los ámbitos más interesantes, tras el anuncio por parte de la UE en octubre de 2021 de un fondo de 60.000 millones de euro. Ambas partes han mostrado su interés en colaborar en diversos proyectos de manera conjunta relacionados con la electricidad, el transporte o las telecomunicaciones.

Por último, el sector de la automoción sigue siendo uno de los sectores líder en las relaciones comerciales bilaterales. Así lo refleja la facturación conjunta de tres grandes empresas españolas (Gestamp, Ficosa y Antolín) a las cadenas de valor japonesas, superando los 1.000 millones de euros (ICEX, 2021a).

Evolución de las exportaciones españolas a China por sectores en millones de euros

	2018	2019	2020	2021*
1. Agroalimentarios	780,9	859,1	802,8	910,8
2. Bebidas	112,7	128,6	123,4	125,5
3. Bienes de consumo	326,9	330,8	315,1	348,3
4. Productos industriales y tecnología	1.309,2	1.410,8	1.300,6	1.551,8
EXPORTACIÓN TOTAL	2.529,7	2.729,3	2.541,9	2.936,5

Fuente: elaboración propia en base a los datos de octubre 2021 obtenidos del FMI

Nota: (*) datos estimados

De este modo, en 2020, los productos industriales y tecnológicos superaron el 50% de las exportaciones españolas a Japón, destacando los automóviles y componentes, productos farmacéuticos, química orgánica, maquinaria mecánica y equipos de medición y ópticos. Además, pese a la caída generalizada de la exportación, hay dos sectores que crecieron considerablemente en 2020 a pesar de la crisis sanitaria: los automóviles y componentes (+88%) y la química orgánica (+11,3%) (ICEX, 2021c).

Todo ello hace de Japón un mercado estratégico para España y, si bien es cierto que se mantienen unas relaciones muy estrechas en prácticamente todos los niveles, existen ciertos ámbitos de colaboración donde cabe mejorarlas. Así lo ha afirmado el Embajador de Japón en España, que se ha marcado 3 objetivos a cumplir durante su mandato, el cual comenzó en noviembre de 2019:

- a) Fortalecer las relaciones empresariales. El Embajador dice ver un enorme potencial para que las empresas de ambos países desarrollen proyectos conjuntos en el ámbito de las telecomunicaciones, infraestructuras, energías renovables y automoción. Cree, además, que España sería una gran aliada para aquellas empresas japonesas que desean triunfar en mercados latinoamericanos o del Norte de África. Y, en el sentido contrario, Japón sería un aliado perfecto para que las empresas españolas se introduzcan en el mercado asiático.
- b) Consolidar la asociación estratégica. En relación con este segundo objetivo, el Embajador habla del compromiso común con retos globales, como la lucha contra el cambio climático o la mejora de la condición de la mujer, deseando poder abordarlos de manera conjunta.
- c) Fomentar los intercambios entre la sociedad civil, dado el alto y creciente grado de interés en España por la cultura japonesa y viceversa. Afirma que, al igual que

los restaurantes japoneses, el anime o el manga atraen a miles de españoles, y en Japón ocurre lo mismo con respecto a nuestra gastronomía y patrimonio cultural.

2.5 Retos de la economía japonesa

Japón, es una de las economías más grandes del mundo, pero tiene un riesgo; puede llegar a estar demasiado expuesta a los acontecimientos externos debido a su fuerte dependencia de las exportaciones, lo cual se ha podido observar en los últimos dos años. Su economía ha sufrido el fuerte impacto del Covid-19, con un descenso del 5,3% del PIB en 2020. Uno de los principales factores de su recesión económica fue la rápida caída del consumo interno, ya que este representa más de la mitad de la economía japonesa. Del mismo modo, al no existir prácticamente demanda exterior durante la crisis sanitaria, las exportaciones cayeron drásticamente.

Gracias a la rápida elaboración de un paquete de estímulo económico, equivalente a más del 20% del PIB de Japón, y duplicando el paquete lanzado durante la crisis financiera de 2008, se prevé que el PIB crezca el 3,2% en 2022.

No obstante, además de estos problemas económicos, la pandemia generó una fuerte contracción de la actividad económica de Japón, debilitando las finanzas públicas y alcanzándose un porcentaje de deuda pública del 266,3% en 2020, según los datos de Statista, posicionándose como el tercer país con mayor deuda pública en relación a su PIB después de Venezuela y Sudán.

Por otro lado, los problemas demográficos que debe afrontar Japón son cada vez más urgentes y complejos, principalmente porque el envejecimiento de la población implica que el gasto en pensiones y salud irá en aumento. En este contexto, también se debe resaltar la baja tasa de natalidad porque, aunque la tasa de desempleo es muy reducida, el número de contribuyentes ha ido descendiendo en los últimos años (Santander Trade Markets a, 2021).

Asimismo, las empresas exportadoras españolas, por su parte, deberán enfrentarse a la incesante tendencia inflacionista, sobre todo en el sector de la agricultura, pues es uno de los más importantes para nuestras empresas a la hora de exportar a Japón. El incremento de los costes de producción, por ejemplo, en términos de electricidad, piensos o gasóleo, convierten los productos nacionales en menos competitivos; situación que sigue empeorando a medida que avanza la guerra en Ucrania.

3. COREA DEL SUR

3.1 Justificación de la elección

Corea del Sur, con cerca de 52 millones de habitantes, ha protagonizado desde 1960 uno de los procesos de crecimiento más exitosos de la historia, hasta convertirse en una próspera economía abierta al mundo, especializada en las exportaciones industriales y tecnológicas, cuya cifra del PIB en 2021 fue de 1.518.914 millones de euros (Expansión, 2022).

El punto de inflexión tuvo lugar en los citados años 60, con la creación de los denominados *chaebols*, que son grandes conglomerados privados, con una importante actividad industrial muy diversificada (siderurgia, automoción, electrónica, etc) y apoyados por el Estado. Tras la Guerra de Corea, Corea del Sur era un país con un bajo nivel de desarrollo y, en menos de 25 años, se convirtió en uno de los países más desarrollados del mundo, en buena medida gracias a la actividad relacionada con los referidos *chaebols* y el gran apoyo que recibieron del sector público (Torre de Hernando, 2019).

En la actualidad, el *chaebol* más conocido del país es Samsung, seguido de Hyundai y LG, los cuales han fomentado el crecimiento industrial de Corea del Sur y la vigorosa internacionalización de su economía.

Posteriormente, a partir de los años 70, se abandonan los controles de precios y el proteccionismo, promoviéndose, por el contrario, la libertad económico-financiera.

Corea del Sur es hoy en día nuestro tercer mercado en Asia, después de China y Japón, pasando de ser uno de los países más pobres del mundo a ser una economía desarrollada de altos ingresos en tan solo una generación, con un ingreso per cápita que ha pasado de USD 100 en 1963 a más de USD 31.762 a finales de 2021. De esta forma, Corea del Sur, además de un exponencial crecimiento económico, ha conseguido combatir la pobreza, si bien mantiene aún una de las tasas más altas entre los países desarrollados, especialmente entre la población de mayor edad (OCDE, 2021).

Sin embargo, en 2020, la economía surcoreana fue golpeada por la pandemia, la ralentización de la economía china y las incertidumbres sobre la guerra comercial entre China y Estados Unidos. La inversión y el auge del sector de los microchips se estancaron, cayendo el crecimiento económico del país desde un 2,2% en 2019 al -0,9% en 2020. Pese a las dificultades expuestas, el crecimiento económico se recuperó con fuerza en

2021 y alcanzó una tasa del 4,3%, y según las previsiones de octubre de 2021 del FMI, el crecimiento del PIB podría alcanzar el 3,3% en 2022, estabilizándose en el 2,8% en 2023 (Santander Trade Markets, 2021b).

Análisis económico de Corea del Sur en los últimos años

Indicador	Unidades	2019	2020	2021*	2022*
PIB	USD (miles de millones)	1.651,42	1.638,26	1.823,85	1.907,66
PIB per cápita	USD	31.937	31.638	35.196	36.792
Endeudamiento del Estado	% del PIB	42,1	47,9	51,3	55,1
Tasa de inflación	%	0,4	0,5	2,2	1,6
Tasa de desempleo	% de la población activa	3,8	3,9	3,8	3,7

Fuente: elaboración propia en base a los datos de octubre 2021 obtenidos del FMI

Nota: (*) datos estimados

Desde el punto de vista del comercio internacional, dado el tamaño de las economías española y coreana, el comercio bilateral entre ambos países sigue siendo todavía algo reducido.

3.2 Relaciones internacionales con España

Las relaciones políticas entre España y Corea del Sur han sido tradicionalmente cordiales, intensificándose a partir de la visita de Estado de los Reyes en octubre de 1996 y la del presidente del Gobierno, José María Aznar, en octubre del 2000. Estas alcanzaron su punto más álgido con el viaje de Estado de los Reyes a Corea en octubre de 2019, durante el cual el Rey se entrevistó con el presidente Moon Jae-in, con el Presidente de la Asamblea Nacional, y con el Alcalde de Seúl. Del mismo modo, el viaje incluyó un encuentro con el ex secretario general de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon, así como un encuentro con diferentes representantes de las principales empresas coreanas, otro con la comunidad española, etc.

España y Corea del Sur mantienen un mecanismo de diálogo en forma de consultas políticas a través de sus viceministros desde 2019. El primer diálogo se celebró en Seúl en junio de ese año a nivel de secretario de Estado, Fernando Valenzuela, y el primer viceministro, Cho Hyun (Oficina de Información Diplomática, 2021).

3.3 Relaciones comerciales con España

España y Corea del Sur son países con economías muy diferentes, sin embargo, cuentan con algunas características muy parecidas como la población, PIB y renta per cápita.

Los intercambios comerciales han sido tradicionalmente deficitarios para España, con una tasa de cobertura cercana al 30%, hasta que, a partir de 2010 se ha podido observar un progresivo reequilibrio, alcanzando una tasa de cobertura del 72% en 2019. En 2020, con el impacto del Covid, la exportación española bajó a 1.527 millones de euros (2.249 en 2019), mientras que nuestras importaciones alcanzaron los 2.394 millones de euros (3.122 en 2019), con una tasa de cobertura del 64%.

El comercio exterior con Corea del Sur se vio favorecido a partir de año 2011 con la firma del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Corea del Sur. En este sentido, las inversiones bilaterales también han crecido mucho en los últimos años, debiendo destacarse operaciones de España en Corea, como el parque eólico de Acciona (2010), una planta de reciclado de acero de Befesa (2015), o la adquisición de un edificio comercial por parte de Pontegadea en Seúl (2016). En cuanto a las principales operaciones coreanas en España, sobresalen la inversión en el puerto de Algeciras (Hyundai Shipping), la factoría de lubricantes de Cartagena (SK Lubricants en joint venture con Repsol), y la factoría de etileno ácido acrílico en Tarragona (SK Global Chemical Co. LTD.).

El turismo también supone un capítulo importante en las relaciones comerciales con el país asiático pues, desde 2010 (43.000 turistas coreanos visitaron España), se ha disparado gracias a la mejora de la conectividad aérea. En 2019 se alcanzó la cifra de 630.000 turistas coreanos en España, ligeramente por detrás de China (699.000) y Japón (686.000). Desafortunadamente, el sector turístico es uno de los que más ha sufrido con la pandemia.

Por último, también se debe resaltar la colaboración entre empresas de los dos países en terceros mercados:

- Autopistas en Australia por Dragados y Samsung en un proyecto, y por ACS y Samsung en otro.
- Refinería en Kuwait por Técnicas Reunidas y Hanwha Engineering.
- Metro de Riad por FCC y Samsung (Oficina de Información Diplomática, 2021).

3.4 Oportunidades comerciales

La economía Corea del Sur se contrajo tan solo un 1% como consecuencia del Covid-19, tuvo una inflación del 0,5% y un desempleo que no alcanzó el 5%, por lo que se ha convertido en uno de los países desarrollados que mejor ha afrontado la crisis. Además, los resultados del 2021 son muy positivos; el FMI estimó que la economía coreana crecería un 3,6% y el presidente Moon anunció un crecimiento próximo al 4%, cifra que finalmente fue incluso superada.

En este contexto, el país asiático presenta un potencial muy atractivo para empresas españolas especializadas en exportación de automóviles, carne de cerdo, aceite de oliva y vino.

En primer lugar, los productos españoles que lideran las exportaciones a Corea del Sur son los equipos, componentes y accesorios de automóvil y de telecomunicaciones, en buena medida por la elevada demanda de los gigantes *chaebols*. En concreto, las empresas españolas exportan a Corea del Sur automóviles y componentes de automoción, materias primas y semimanufacturas de plástico, productos de fundición y siderúrgicos, así como equipos de telecomunicaciones y material eléctrico (Lamaignere, 2017).

En segundo lugar, se sitúan las exportaciones agroalimentarias y pesqueras (en adelante, AAP) de España a Corea del Sur, que supusieron el 0,9% del total de nuestras exportaciones en 2020, ocupando el décimo octavo puesto como destino de nuestras ventas exteriores del sector AAP, pues seguimos dependiendo en mayor medida de los países europeos, ocupando Francia, Alemania e Italia los primeros puestos.

De las exportaciones AAP a Corea del Sur debemos destacar los siguientes productos por su volumen de facturación (datos del ejercicio 2020): la carne de porcino (174,9 millones de euros), los zumos (37,9 millones de euros), el aceite de oliva (34,1 millones de euros) y el vino y mosto (23,8 millones de euros) (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2021).

Evolución de las exportaciones españolas a Corea por sectores en millones de euros

	2018	2019	2020	2021*
1. Agroalimentarios	434,1	408	377	579,9
2. Bebidas	42,5	49,7	68,2	58,5
3. Bienes de consumo	216,3	229,8	195	220,6
4. Productos industriales y tecnología	1.317	1.562	887,8	873,5
EXPORTACIÓN TOTAL	2.010	2.249	1.528	1.733

Fuente: elaboración propia en base a los datos obtenidos del ICEX

Nota: (*) datos estimados

3.5 Retos de la economía surcoreana

A pesar de los buenos resultados del último ejercicio, la economía coreana sufre algunos problemas estructurales significativos, entre los que destaca una pérdida de productividad y competitividad derivadas de la excesiva regulación de los mercados, así como de la rigidez salarial del mercado laboral; el envejecimiento de la población y las limitaciones de las redes de protección social. Además de, por supuesto, seguir sufriendo las consecuencias del impacto económico y sanitario del Covid-19.

Si bien es cierto que la tasa de desempleo fue del 3,8% en 2021 y se estima que se mantendrá en el 3,7% en 2022, el Gobierno coreano ha destinado cerca de USD 400 millones a la creación de empleo, dado que el número de trabajadores irregulares es muy elevado. Del mismo modo, también preocupa la baja tasa de natalidad o la falta de empleo entre las mujeres, retos que, a la hora de hacerles frente, le supondrán un importante gasto económico al país (Santander Trade Markets b, 2021).

IV. BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL ESPAÑOL EN EL AÑO 2022

Si bien en el apartado anterior se han expuesto una serie de retos específicos para cada uno de los países asiáticos seleccionados, debido a las circunstancias en las que el mundo entero se encuentra inmerso estos últimos meses, parece relevante traer a colación aquellos riesgos que están afectando a la economía global en la actualidad y que van a retrasar la recuperación estimada para 2022.

1) CRISIS GLOBAL DE INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS

Durante la última década, hemos vivido un periodo de auge tecnológico que ha derivado en importantes disrupciones en las tradicionales cadenas de valor, no sólo desde la perspectiva de la internacionalización de la producción, sino también en cuanto a los elementos requeridos en éstas. Todo ello ha resultado en un crecimiento exponencial de la producción y la demanda de los componentes que conforman los equipos electrónicos que utilizamos asiduamente en nuestro entorno profesional y personal.

Desde que en enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud (O.M.S.) declaró que se habían producido conglomerados de neumonía en Wuhan, China, la crisis del COVID-19 ha cambiado la vida cotidiana del mundo entero y ha restringido drásticamente la actividad económica. Así, algunos índices económicos como el PIB o el S&P 500, muestran como los daños económicos de esta pandemia pueden llegar a superar los de la crisis financiera de 2008, cuyo origen identificamos con la quiebra de Lehman Brothers en septiembre de ese mismo año. Como consecuencia del fuerte ajuste de la oferta derivado de la pandemia y la intensa recuperación posterior de la demanda, desde el comienzo de 2021, se vienen dando los denominados “cuellos de botella” en diferentes puntos del proceso productivo global, desde las materias primas, hasta la producción y distribución de bienes (Yagi & Managi, 2021).

La pandemia de COVID-19 ha supuesto una conmoción sin precedentes para el comercio y el crecimiento mundial. Las fábricas se detuvieron súbitamente y, cuando por fin retomaron su actividad, no consiguieron hacerlo al mismo ritmo dadas las restricciones y medidas de seguridad que intentaban controlar la propagación del coronavirus. Esta situación ha puesto en duda la solidez de las cadenas de valor mundiales, dado que muchos productos se han visto afectados por las perturbaciones comerciales a nivel

mundial (Reiter & Stehrer, 2021). En este sentido, los sectores más afectados son los de materiales básicos, maquinaria y equipos, y automóviles.

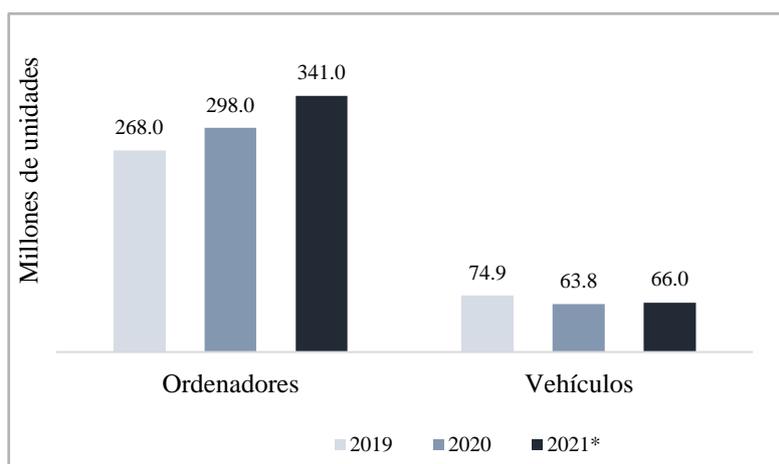
El foco del problema descrito puede centrarse en gran medida en los microchips, uno de los principales elementos que integran nuestros teléfonos y ordenadores, pero de cuya importancia no hemos sido del todo conscientes hasta que su escasez ha puesto en serios problemas a numerosas industrias en todo el mundo, en especial, la del automóvil (Attinasi et al., 2021).

El gran inconveniente es que la producción de microchips a nivel global, concentrada en unas pocas compañías y fábricas, principalmente asiáticas, y estas sufrieron las consecuencias de las restricciones derivadas de la pandemia y de otros eventos macroeconómicos, limitando su capacidad de producción. No obstante, este descenso de la producción de microchips no se ha visto contrarrestado por un descenso correlativo en su demanda.

Como consecuencia, la industria automovilística se ha visto gravemente afectada, con un descenso del volumen de ventas global en 2020 del 14,8% respecto a 2019, aunque se espera un ligero repunte en el ejercicio 2021, alcanzando los 66,0 millones de vehículos vendidos. España, no ajena a estas dificultades, ha visto reducido el volumen de producción de vehículos en un 26,2% desde que comenzó la pandemia hasta noviembre de 2021 (ANFAC, 2021).

En paralelo, otros productos, como los ordenadores, han experimentado un importante crecimiento de su demanda tanto en 2020 como en 2021. De esta manera, los 341,0 millones de unidades de ordenadores vendidos suponen un incremento del 14,4% respecto a los niveles de 2020, y del 27,2% en comparación con los 268,0 millones de ordenadores vendidos en 2019.

Por tanto, de esta información se puede deducir que en plena pandemia se produjo un trasvase de microchips hacia los ordenadores, cuya demanda se viene incrementando desde el confinamiento. Y, cuando posteriormente se ha materializado la demanda latente acumulada de aquellos productos cuyas ventas se redujeron durante el ejercicio 2020, como los citados automóviles, se han generado importantes “cuellos de botella” en la cadena productiva.



Fuente: elaboración propia en base a información obtenida de Canalys y Statista.

Según los expertos, esta escasez de semiconductores podría persistir a lo largo del ejercicio 2022, aunque existen razones para ser más optimistas en el corto-medio plazo. Para satisfacer este crecimiento en el volumen de demanda, existen varias soluciones: mientras que grandes empresas, como Samsung, han comenzado a colaborar con nuevos socios externos, empresas como Tesla o Bosch han optado por fabricar ellos mismos los microchips necesarios para hacer frente a los problemas de suministro. Asimismo, el Gobierno de Estados Unidos prevé invertir 50.000 millones de euros en la producción de semiconductores con el fin de reducir la actual dependencia de la economía americana respecto del mercado asiático.

En definitiva, aunque la crisis de los microchips debería estar llegando a su fin, esta ha puesto en evidencia la fragilidad de las cadenas de producción globales ante eventos macroeconómicos como los ocurridos en los últimos años, en especial en casos como el de la industria automovilística, en el que se estima que las ventas globales durante 2021 se han reducido en 110.000 millones de dólares.

Adicionalmente, cuando parecía que por fin el coronavirus empezaba a dar una tregua a las cadenas de producción, el abastecimiento de gas natural comenzó a ponerse en cuestión. En este sentido, de acuerdo con los datos de la Agencia Internacional de la Energía, cada año, el consumo mundial de esta materia prima crece en torno a un 3%, previéndose que para 2024 se sobrepasen los 4.300 millones de metros cúbicos de gas natural, frente a los 3.160 millones que se consumieron en 2010.

Para Occidente, además, la llegada de gas natural se ha complicado especialmente. China y otros países asiáticos pagaban más que los países occidentales por esta materia prima, por lo que los buques cargueros priorizaron su llegada a puertos asiáticos. Como consecuencia, los precios del gas han subido considerablemente y las principales potencias económicas han impulsado la inversión en energías renovables. No obstante, debido a su intermitencia y a su insuficiente implantación, no garantizan un flujo constante de electricidad, por lo que la dependencia del gas sigue siendo relevante. De esta forma, los precios de la electricidad han aumentado considerablemente y muchas empresas, intensivas en el consumo de energía, ante la imposibilidad de incorporar a sus productos unos costes de fabricación tan elevados, se han visto obligadas a parar sus fábricas, de manera temporal o definitiva, provocando dificultades en las cadenas de suministro.

Del mismo modo, otras muchas materias primas esenciales, además del gas, se han encarecido notablemente. Por ejemplo, el precio del algodón repunta un 37,21% desde inicios de 2021, y se ha encarecido más de un 121% desde que tocó mínimos en abril de 2020 (Cózar et al., 2021).

Por último, debemos abordar el tema de la guerra de Rusia contra Ucrania iniciada el pasado 24 de febrero. Este conflicto ha generado en el mercado internacional una fuerte subida de los precios de numerosas materias primas dado que Rusia es el tercer productor mundial de petróleo, el segundo de gas natural y uno de los cinco principales productores mundiales de acero, níquel y aluminio, por lo que cualquier reducción de los suministros de energía y de los envíos de otras materias primas puede provocar un aumento de los precios mundiales de estas. Así, por ejemplo, el precio del gas se ha llegado a duplicar desde el inicio de la invasión militar rusa de Ucrania, y el precio de la electricidad se sitúa tan sólo un 11,2% por debajo de su máximo histórico, el cual se alcanzó a finales de diciembre de 2021.

Asimismo, el precio del trigo, uno de los productos agrícolas más afectados por el conflicto al concentrar Rusia y Ucrania un cuarto de la producción mundial sigue disparándose, sobre todo debido a la cancelación de las rutas de carga marítima a través del Mar Negro. Del mismo modo, el aceite de girasol también se ha visto muy afectado, pues Ucrania es el mayor proveedor de esta materia prima para nuestro país, representando el 63% de sus importaciones. El problema es que su encarecimiento contagiará a todos aquellos productos que se fabriquen con él. Y lo mismo ocurre con la

producción de metales como el cobre, el hierro o el acero, pues Rusia y Ucrania lideran su producción a nivel mundial.

Por todo ello, se estima que el aumento de los precios de los productos básicos dará lugar a 1,5 puntos porcentuales de inflación adicional en la zona euro en 2022, por lo que esto debería afectar aún más a la rentabilidad de las empresas y a su capacidad para absorber estos costes, acabando por trasladarse a los consumidores (COFACE, 2022). Por tanto, se puede afirmar que el impacto directo de esta crisis sobre algunos sectores en nuestro país puede ser muy grave, como es el caso de la industria del automóvil (Nieves, 2022).

En este contexto, no podemos dejar de comentar la posible invasión de Taiwán por parte de China. Y es que, aunque hasta hace unas semanas parecía que había un riesgo, para algunos inminente, de que dicha invasión generara un conflicto entre Estados Unidos y China, parece que la guerra de Ucrania está sirviendo de lección para el gigante asiático. El coste de invadir Taiwán podría llegar a ser extremadamente alto debido a las sanciones que impondrían Washington y la UE, lo que perjudicaría los lazos de China con el resto del mundo occidental.

El Gobierno de Taiwán es consciente del peligro y mantiene un seguimiento continuo de la situación; expertos militares en la isla advierten sobre la necesidad de reforzar las defensas con misiles móviles y entrenar a los reservistas; Estados Unidos ha enviado a Taipéi, el primero de marzo, una inusual misión de alto nivel, presidida por el jefe del Mando Conjunto Mike Mullen; la bolsa taiwanesa no está siendo muy afectada y el público en general no parece muy alarmado; pero tanto Taipéi como Pekín analizan detalladamente las acciones de todos los implicados y sus consecuencias.

2) COSTE DEL TRANSPORTE

Tras el desplome del comercio mundial en el primer semestre de 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria, en el mes de noviembre de ese mismo año las importaciones mundiales de mercancías ya habían alcanzado de nuevo su nivel anterior a la crisis, aunque China se recuperó meses antes. Este fuerte repunte de la demanda internacional exigía la recuperación de la actividad manufacturera mundial, provocando, como ya se ha expuesto, algunos cuellos de botella en la oferta. Estos, además repercutir en un fuerte crecimiento del precio de los insumos, se manifiestan en el aumento de los plazos de entrega de los proveedores y en el crecimiento de los costes de transporte de los contenedores.

Un ejemplo concreto es el aumento de los costes del transporte marítimo de mercancías, agravado por la escasez de contenedores en los puertos asiáticos, lo cual ha provocado que las empresas de Asia estén pagando tarifas superiores por recuperar sus contenedores, aumentando así los costes de envío. En el primer trimestre de 2022, los fletes ya tienen unas tarifas un 179% por encima de las de diciembre 2020 y más de seis veces respecto a la situación prepandemia. En concreto, los precios del transporte Asia-Europa del Norte han aumentado un 156% respecto a diciembre 2020 y se ha multiplicado por 10 respecto a los precios de 2019. Por su parte, los precios de las líneas Asia-Mediterráneo han subido un 140% respecto a 2020 y son siete veces superiores a los previos al Covid-19 (Puertos y más, 2022). Además, los costes de transporte marítimo también se han visto incrementados por la limitada capacidad de carga aérea, causada por el desplome de vuelos internacionales dadas las restricciones y cancelaciones de vuelos (Attinasi et al., 2021).

Por todo ello, muchas compañías se plantean acercar las cadenas de suministro a puntos más próximos a Europa y relocalizar sus producciones, reduciendo así su dependencia de Asia (Cózar et al., 2021).

En general, se ha visto que los principales retos de la oferta no están causados sólo por las limitaciones de la producción, sino que también están muy influidos por las restricciones del transporte. Por tanto, es previsible que, a medida que la oferta se vaya ajustando a la creciente demanda, los costes de transporte deberían descender a valores más próximos a la situación precrisis, y contribuir así a acelerar la recuperación económica mundial.

Finalmente, como se explicaba en apartado anterior, los precios del petróleo, tanto del Brent del mar del Norte como del WTI de Estados Unidos, se acercan a principios de marzo de 2022 a sus máximos históricos, superando ya los 130 dólares por barril por primera vez desde la crisis de 2008. En España, por ejemplo, a finales de marzo 2022, el precio de la gasolina se sitúa por encima de los 1,8 €/litro.

3) INFLACIÓN

La pandemia de COVID-19 ha supuesto la recesión más profunda para la economía desde la Segunda Guerra Mundial (Kose & Sugawara, 2021). En 2020, la demanda y los precios del petróleo colapsaron y la inflación mundial disminuyó en 0,9 puntos porcentuales entre enero y mayo. Sin embargo, a partir de mayo de 2020, la inflación se disparó, superando

en abril 2021 los niveles de precios anteriores a la pandemia, con tasas del 4% en Estados Unidos y cercanas al 2% en algunas partes de Europa a mediados de 2021 (Kose & Ohnsorge, 2021). Así, el IPC ha dejado atrás las tasas negativas registradas durante la pandemia para superar los objetivos fijados por los bancos centrales. En este contexto, algunos destacados analistas auguran el retorno de la inflación como uno de los principales desafíos para la política económica (Torres, 2021).

Algunas de las principales economías avanzadas muestran su preocupación acerca de estas presiones inflacionistas dado que, por ejemplo, según los datos de la Confederación Nacional de la Construcción (CNC), su coste se ha encarecido un 22% de media durante el verano de 2021. Del mismo modo, también hay que tener en cuenta el incremento de la factura de la luz y de los combustibles fósiles (Cózar et al., 2021). Sin embargo, otras economías se muestran más tranquilas por entender que es temporal la naturaleza de las presiones sobre los precios (Ball et al., 2021).

En cuanto a España, la inflación alcanzó el 6,5% en diciembre de 2021, suponiendo un nuevo máximo desde mayo de 1992, de acuerdo con los datos del INE. Este intenso aumento de los precios responde principalmente a la subida del precio de la electricidad, de los carburantes y de los alimentos no elaborados,

Por su parte, la inflación subyacente² aumentó en un 2,1% por el aumento de los precios de los servicios y de los bienes industriales, los cuales registraron tasas de inflación del 0,9% y 0,7%, respectivamente. En el caso de los servicios, su aumento se debe principalmente a la evolución de los precios del ocio y de la cultura, destacando el incremento de los precios de paquetes turísticos (Pinheiro De Matos, 2021).

Si bien hasta ahora la inflación estaba sustentada por los altos precios de la energía y de otras materias primas, sobre todo agrícolas, así como por la crisis global de suministros derivada de la carencia de chips y los problemas para entregar mercancías a tiempo en un entorno de alta demanda, la guerra en Ucrania ha agravado esta tendencia.

En 2022, la inflación es uno de los principales riesgos con respecto al crecimiento porque, aunque durante el último trimestre de 2021 ya se observó un fuerte incremento de los precios en España (IPC +6,5%), a comienzos de año se ha acelerado como consecuencia

² Comportamiento propio del índice de precios de consumo (IPC) al excluir del mismo los factores que, en menor cuantía, dependen de la evolución de los costes internos de la economía. Se calcula separando los precios de las materias primas energéticas importadas y los productos internos no elaborados del índice general (Expansión, 2021).

del conflicto en Ucrania, sobre todo por la dependencia europea de Rusia en las importaciones de gas (cerca del 40%). Así, en marzo de 2022 el IPC general se elevó hasta el 9,8%, estimando que para finales de año se reduzca al 4,1%, y al entorno del 2% a finales de 2023 (Bankinter, 2022).

V. CONCLUSIONES

Como se ha expuesto a lo largo del presente Trabajo de Fin de Grado, se puede constatar una creciente importancia del sector exterior español y sus ventajas en un contexto de progresiva internacionalización de la economía española, acorde con un panorama mundial de globalización, que impulsa el crecimiento pero que no está exento de riesgos e incertidumbres, como han puesto de manifiesto la reciente crisis del Covid-19 y la actual invasión de Ucrania por las tropas rusas. Del análisis realizado, cabe destacar las siguientes conclusiones:

- España, a diferencia de otros países como China o Japón, los cuales dependen en mayor medida de la exportación de bienes, ha crecido principalmente gracias a una fuerte demanda interna, impulsada por políticas económicas incentivadoras de la inversión, el crédito y el consumo. Asimismo, el turismo también tiene una gran influencia positiva en la economía española, con Comunidades Autónomas como las Islas Baleares y Canarias, en donde este sector es el principal generador de riqueza y empleo. No puede afirmarse que uno u otro modelo de crecimiento sea mejor, sino que simplemente son el reflejo de las estructuras y políticas económicas de cada país, pudiendo ambos sustentar el crecimiento sostenible de una economía nacional.
- En momentos de bajo crecimiento o de crisis económica, como los que ha sufrido recientemente España y la mayoría de las economías del mundo, puede comprobarse que contar con un sector exterior eficiente y con empresas competitivas e internacionalizadas, ayuda decisivamente a superar las dificultades internas, tanto de demanda como de financiación. Esto sucede porque la demanda externa pasa a convertirse en la principal fuente generadora de crecimiento, en un momento en el que la demanda interna se hunde, tanto por los altos niveles de deuda, como por el estrangulamiento del sector financiero (Arahetes y Steinberg, 2013).
- Sin embargo, en esta ocasión, la reacción del sector exterior español a la crisis del Covid-19, marcada aún por la incertidumbre, no es comparable a ningún otro periodo de recesión anterior. Así, mientras que al igual que en la crisis económica de 2008, la caída tanto de las importaciones como de las exportaciones post-Covid ha sido próxima al 40%, la recuperación ha sido ahora mucho más rápida, con un crecimiento interanual de las exportaciones superior al 70 % en abril de 2021. Esta

reacción no se observó en la anterior crisis, lo que confirma que nos encontramos en un periodo claramente atípico y de perspectivas aún inciertas, probablemente porque el origen de esta crisis, un problema sanitario coyuntural, es muy diferente a los problemas de fondo de la economía española e internacional que dieron lugar a crisis anteriores.

- En términos sectoriales, hay que resaltar que el sector agroalimentario es uno de los protagonistas de la mejora del saldo neto de nuestro comercio exterior, y que dicha mejora se concentra en el comercio extra-UE (Xifré, 2021). En este sentido, las relaciones comerciales españolas con Asia se encuentran en una etapa de desarrollo, dado que la presencia de empresas españolas en el continente asiático es mucho menor que en Europa o América, y también como consecuencia de la creciente importancia de China en el panorama internacional, así como del progresivo agotamiento del potencial de los mercados en Europa. Por tanto, aunque la relación comercial de España con Asia, especialmente en el ámbito de nuestras exportaciones, se encuentra aún en una fase incipiente, su evolución futura resulta de gran importancia, por ser Asia la región del mundo con mayores perspectivas de crecimiento a corto, medio y largo plazo (ICEX, 2021).
- Aunque es prematuro hablar de cambios estructurales, no deja de ser sorprendente el hecho de que el sector primario esté ganando protagonismo en el crecimiento de nuestro sector exterior, sin perjuicio de que el principal sector exportador sea actualmente el de automoción y sus componentes, Así, en palabras de José López-Tafall, Director General de ANFAC, *“una aportación positiva a la balanza comercial en un año de crisis como fue 2020, es un hito muy relevante que da la clave de la generación de riqueza y empleo que supone este sector (ANFAC, 2021).*

Una vez expuestas estas conclusiones, es preciso hacer una reflexión de los retos a los que se enfrentan las empresas españolas, en el contexto actual de elevada incertidumbre geoestratégica y económica, para consolidar y potenciar nuestra capacidad exportadora, que debe contribuir de manera relevante al crecimiento sostenible de nuestra economía, de especial importancia para superar periodos de recesión:

- 1) Ampliar y diversificar los mercados, para reducir gradualmente la dependencia de nuestros socios europeos, dado que el potencial exportador de las empresas españolas es mayor con los países asiáticos, dado su elevado nivel de crecimiento

y, en el caso de China, Japón y Corea del Sur, por ser núcleos estratégicos de la cadena de suministro mundial. Además, dichos países son estables y con monedas fuertes, por lo que resulta todavía aún atractivo de cara a los exportadores. De hecho, a modo de ejemplo, el yuan (la divisa china) no solo se ha apreciado a lo largo de 2021, sino que ha logrado revalorizarse frente a la gran mayoría de divisas. No obstante, también hay que tener en cuenta el elevado coste del transporte, agudizado en los últimos meses, y los conflictos geopolíticos actuales, porque pueden afectar de manera más severa a la exportación a países de Oriente.

- 2) La economía española no sólo tiene una gran dependencia del gas y del petróleo extranjero, como se manifiesta de nuevo en la actual crisis energética, sino que la escasez de los microchips también ha puesto en evidencia la dependencia europea de los países asiáticos en productos tan indispensables para algunos de nuestros principales sectores económicos, como la automoción. Esta situación complica aún más el difícil panorama de la inflación y de ralentización del crecimiento de la economía mundial. Para evitar interrupciones en el suministro de materias primas y productos esenciales, los gobiernos deben luchar por mejorar la eficiencia y ahorro de energía, además de invertir más en energías renovables (Pescatori et al., 2021).
- 3) Para incrementar la competitividad de las exportaciones españolas y asegurar su posicionamiento en mercados internacionales, ha de incrementarse tanto la inversión pública como la privada en I+D+i. De esta forma, nuestras empresas podrían producir y exportar bienes y servicios de mayor valor añadido a mercados exteriores más exigentes, aun cuando los productos de tecnología de media y alta gama ya representan más del 50% de las exportaciones españolas. Además, es imprescindible adaptar los modelos de negocio a la digitalización, para agilizar el comercio exterior y el transporte internacional de mercancías, con el objetivo de que nuestras empresas puedan posicionarse en mercados cada vez más competitivos.
- 4) En el sector de los servicios turísticos, que tanto peso tiene en la economía española desde los años 70, es fundamental desarrollar una estrategia de internacionalización basada en las nuevas tecnologías y en la financiación para consolidar su expansión y crecer en nuevos mercados. Es importante destacar que el sector turístico no sólo genera crecimiento y empleo de manera directa, sino

que también contribuye a impulsar otros muchos sectores importantes de nuestra economía, como la construcción, el transporte, la industria agroalimentaria, así como la industria de la automoción. De hecho, según los datos del INE, por cada 100 euros de valor añadido creados por el turismo, se generan 62 euros en otros sectores (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021a). Además, al igual que en la exportación de bienes, el mercado asiático resulta especialmente atractivo para España, porque está creciendo a muy buen ritmo en los últimos años y se nutre de turistas con un alto gasto per cápita (2.800 € de media en el turismo chino, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, 2018).

En definitiva, las exportaciones españolas han crecido significativamente en los últimos años, salvo el paréntesis de la crisis sanitaria, a la que ha seguido una importante recuperación en 2021. Para continuar y potenciar este ciclo de creciente internacionalización de nuestra economía, es preciso impulsar los mercados asiáticos, entre los que destacan China, Japón y Corea del Sur, que deberán priorizarse en los próximos años debido a su mayor dinamismo, con una producción industrial que crece a tasas del 7% anual y unas perspectivas de crecimiento a largo plazo muy superiores a las de las potencias occidentales. Para ello, los exportadores españoles deberán lidiar con múltiples retos que podrían frenar la recuperación, entre los que destacan el incremento de los precios de las materias primas y de la energía, y los cuellos de botella en las cadenas de suministro. Asimismo, la invasión de Ucrania ha contribuido a agravar la incertidumbre sobre la estabilidad macroeconómica y la recuperación del crecimiento mundial dos años después del inicio del Covid-19. Por tanto, ahora más que nunca, es preciso que las empresas españolas incrementen su competitividad exterior mediante mejoras de eficiencia, diversificación, digitalización e innovación.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Aguirre Uzquiano, M. (2004). *El seguro de crédito como herramienta anticíclica: el caso de España desde 1970*. Tesis Doctoral de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas, Departamento de Economía Aplicada I.

Álvarez Viñas, L. (2021). Globalización y competitividad del sector exterior español.

ANFAC / *El saldo de la balanza comercial de vehículos logra crecer un 22% en 2020*. (2021, 25 febrero). ANFAC. Recuperado 13 de marzo de 2022, de <https://anfac.com/actualidad/el-saldo-de-la-balanza-comercial-de-vehiculos-logra-crecer-un-22-en-2020/>

ANFAC. (2021, diciembre). *La producción de vehículos en España hasta noviembre cae un 6% respecto de 2020*. <https://anfac.com/wp-content/uploads/2021/12/NP-Produccion-exportacion-vehiculos-Noviembre-2021.pdf>

Arahetes, A., & Steinberg, F. (2013). La internacionalización como palanca para salir de la crisis. *Obtenido de realinstitutoelcano.org*: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido

Attinasi, M. G., Bobasu, A., & Gerinovics, R. (2021, marzo). *What is driving the recent surge in shipping costs?* https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202103_01~8ecbf2b17c.en.html

Attinasi, M. G., Bobasu, A., & Gerinovics, R. (2021, marzo). *What is driving the recent surge in shipping costs?* https://www.ecb.europa.eu/pub/economic-bulletin/focus/2021/html/ecb.ebbox202103_01~8ecbf2b17c.en.html

Ball, L., G. Gopinath, D. Leig, P. Mitra, and A. Spilimbergo. 2021. “U.S. Inflation: Set for Take-off?” VoxEU.org, CEPR Policy Portal, May 7.

Banco de España. (2010). *Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional de España* 2009. <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/BalanzaPagos/09/Fic/bp2009.pdf>

Banco Mundial. (2021). Global economic prospects. Grupo del Banco Mundial.

Bankinter. (2022, 25 marzo). *Previsión IPC España para 2022 y 2023 (actualizado)*.

Recuperado 28 de marzo de 2022, de

<https://www.bankinter.com/blog/economia/previsiones-ipc-espana>

Cheng, E. (2021). China reports a growing shortage of factory workers.

<https://www.cnbc.com/2021/01/27/chinareports-a-growing-shortage-of-factory-workers.html>

COFACE. (2022, marzo). *Economic consequences of the Russia-Ukraine conflict: Stagflation ahead*. COFACE Economic Publications.

Consejo Económico y Social. (2019, enero). *Exportación de servicios no turísticos en España*. <http://www.ces.es/documents/10180/5209150/Inf0119.pdf/938825db-82ef-943b-3f3d-752d9dea59ee>

Consejo Económico y Social. (2019, enero). *Exportación de servicios no turísticos en España*. <http://www.ces.es/documents/10180/5209150/Inf0119.pdf/938825db-82ef-943b-3f3d-752d9dea59ee>

Cózar, C. R., Molpeceres, D., Rodríguez, O., & Domínguez, A. A. (2021, 7 noviembre). La crisis de suministros pone el mundo en jaque hasta 2023. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/economia/2021/11/07/la-crisis-de-suministros-pone-el-mundo-en-jaque-hasta-2023/>

Cózar, C. R., Molpeceres, D., Rodríguez, O., & Domínguez, A. A. (2021, 7 noviembre). La crisis de suministros pone el mundo en jaque hasta 2023. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/economia/2021/11/07/la-crisis-de-suministros-pone-el-mundo-en-jaque-hasta-2023/>

Cózar, C. R., Molpeceres, D., Rodríguez, O., & Domínguez, A. A. (2021, 7 noviembre). *La crisis de suministros pone el mundo en jaque hasta 2023*. *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/economia/2021/11/07/la-crisis-de-suministros-pone-el-mundo-en-jaque-hasta-2023/>

El comercio mundial de mercancías y servicios en 2020. (2021b). *Revistas ICE*, 66-70. <http://www.revistasice.com/index.php/SICE/article/view/7239/7267>

El sector exterior en el año 2020. (2021a). *Revistas ICE*, 76–78.
<http://www.revistasice.com/index.php/SICE/article/view/7240/7268>

El sector exterior en el año 2020. (2021b). *Revistas ICE*, 117–121.
<http://www.revistasice.com/index.php/SICE/article/view/7240/7268>

European Central Bank. (2022a, 10 febrero). *Bottlenecks and monetary policy*.
Recuperado 20 de marzo de 2022, de
<https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2022/html/ecb.blog220210%7E1590dd90d6.en.html>

European Central Bank. (2022b, marzo 10). *ECB staff macroeconomic projections for the euro area, March 2022*. Recuperado 20 de marzo de 2022, de
https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202203_ecbstaff%7E44f998dfd7.en.html

Expansión. (2021). *Inflación subyacente*. Expansión. Diccionario. Economía. Variables económicas. Recuperado 20 de febrero de 2022, de
<https://www.expansion.com/diccionario-economico/inflacion-subyacente.html>

Expansión. (2022, 24 marzo). *El PIB de Corea del Sur aumenta un 1,2%*.
datosmacro.com. Recuperado 29 de marzo de 2022, de
<https://datosmacro.expansion.com/pib/corea-del-sur#::%7E:text=La%20cifra%20del%20PIB%20en,los%2053%20pa%C3%ADses%20que%20publicamos>.

Fanjul, E. (2013). *Las relaciones empresariales de España con la China de la reforma*. ARI, Real Instituto Elcano.

Ha, J., Kose, M. A., & Ohnsorge, F. (2021). Inflation during the pandemic: What happened? What is next?

Herranz Sánchez, N. (2021). Internacionalización de la empresa española Navidul en el Japón. Recuperado 20 de febrero de 2022, de

Herrera-Feligueras, A. (2022, 22 enero). *2021, buenas cifras económicas para hacer frente a los desafíos de 2022*. Observatorio de Política China [OPCh]. Recuperado 29 de marzo de 2022, de <https://politica-china.org/areas/sociedad/2021-buenas-cifras-economicas-para-hacer-frente-a-los-desafios-de-2022>

Hosteltur. (2022, 21 febrero). *WTTC: España podría superar los tres millones de empleos en turismo en 2022*. Recuperado 26 de marzo de 2022, de https://www.hosteltur.com/150011_wttc-espana-podria-superar-los-tres-millones-de-empleos-en-turismo-en-2022.html

ICEX. (2018). *Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Japón*. ICEX. España Exportación e Inversiones. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/index.html?idPais=JP>

ICEX. (2021a). *Japón - Sectores de oportunidad*. Red de oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Recuperado 2 de febrero de 2022, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/sectores-de-oportunidad/index.html?idPais=JP>

ICEX. (2021b). *Relaciones bilaterales con China*. Icx.com. Recuperado 31 de enero de 2022, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=CN>

ICEX. (2021c). *Relaciones Bilaterales con Japón*. Red de oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. Recuperado 29 de marzo de 2022, de [https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=JP#:~:text=Los%20principales%20cap%C3%ADtulos%20de%20la,preciosos%20y%20semipreciosos%20\(4%2C4](https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=JP#:~:text=Los%20principales%20cap%C3%ADtulos%20de%20la,preciosos%20y%20semipreciosos%20(4%2C4)

International Monetary Fund. (2022, marzo). *Report for Selected Countries and Subjects*.

IMF. Recuperado marzo de 2022, de https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October/weo-report?c=924,&s=NGDPD,NGDPDPC,TM_RPCH,TX_RPCH,LUR,LP,&sy=2019&ey=2022&ssm=0&scsm=1&sc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1

Kose, M. A. and N. Sugawara. 2021. “The Pandemic Global Recession.” forthcoming. Working Paper, World Bank, Washington, DC.

Lamaignere. (2017). *Comercio exterior entre Corea del Sur y España*. Recuperado 27 de marzo de 2022, de <https://lamaignere.com/es/noticias/ficha/comercio-exterior-entre-corea-del-sur-y-espana>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021, noviembre). *Análisis del Comercio Exterior. Informe Bilateral: Corea del Sur*. https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/bilateralcoreadelsur_tcm30-583179.pdf

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (2018, febrero). *Una visión estratégica para España en Asia 2018 – 2022*.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2010). *Financiación para la internacionalización*. Recuperado 28 de marzo de 2022, de [https://comercio.gob.es/Financiacion para internacionalizacion/FIEM/Paginas/index.aspx](https://comercio.gob.es/Financiacion_para_internacionalizacion/FIEM/Paginas/index.aspx)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2021a, mayo). *Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021–2022*. https://comercio.gob.es/es-es/estrategia_internacionalizacion/Documents/Plan_Accion_Intern_Economia_Espanola_21-22.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2021b, octubre). *Informe Mensual de Comercio Exterior*. https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Documents/informe-mensual/Informe-Mensual-de-Comercio-Exterior-ultimo-periodo.pdf

- Moreno, M. Á. (2022, 10 marzo). *China ya es el primer exportador mundial de coches eléctricos*. Business Insider España. Recuperado 29 de marzo de 2022, de <https://www.businessinsider.es/china-ya-primer-exportador-mundial-coches-electricos-1025617>
- NBSC. (2021). Household's income and consumption expenditure in 2020. Press Release. National Bureau of Statistics of China.
- Nieves, V. (2022, 9 marzo). La guerra entre Rusia y Ucrania tensa la cadena de suministro y pone en riesgo las operaciones de miles de empresas. *eEconomista.es*. <https://www.economista.es/economia/noticias/11654848/03/22/La-guerra-entre-Rusia-y-Ucrania-tensa-la-cadena-de-suministro-y-pone-en-riesgo-las-operaciones-de-miles-de-empresas.html>
- OECD. (2021). *Japón (JPN) Exports, Imports, and Trade Partners | OECD*. OECD - The Observatory of Economic Complexity. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <https://oec.world/es/profile/country/jpn#latest-data>
- Oficina de Información Diplomática. (2020). *Ficha País: China. República Popular (de) China*. http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf
- Oficina de Información Diplomática. (2021). *Ficha País: Corea del Sur, República de Corea*. http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Coreadelsur_FICHA%20PAIS.pdf
- Ondacero.es. (2022, 3 marzo). Así afecta la guerra en Ucrania a los precios de las materias primas como la luz, los carburantes o los alimen. *OndaCero*. https://www.ondacero.es/noticias/mundo/asi-afecta-guerra-ucrania-precios-materias-primas-como-luz-carburantes-alimentos_202203036220f8aff5e39e0001eaab38.html
- Palomo, M. F. (1983). Importancia del turismo en la economía española. *Estudios turísticos*, (80), 21-30.
- Pescatori, A., Stuermer, M., & Valckx, N. (2021). *Es posible que el aumento de los precios de la energía no se atenúe hasta el año que viene*. Blog Dialogo a fondo. Recuperado 27 de marzo de 2022, de <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=16437%2F>

Pinheiro De Matos, L. (2021, 14 octubre). *En medio de una crisis energética, la inflación general sigue su escalada y se sitúa ya 3 puntos por encima de la subyacente*. CaixaBank Research. Recuperado 13 de enero de 2022, de <https://www.caixabankresearch.com/es/publicaciones/notas-brevs-actualidad-economica-y-financiera/espana/medio-crisis-energetica>

Política y economía Corea del Sur - Santandertrade.com. (2021). Santander Trade Markets. Recuperado 19 de marzo de 2022, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/corea-del-sur/politica-y-economia>

Política y economía Japón - Santandertrade.com. (2021). Santander Trade Markets. Recuperado marzo de 2022, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>

Puertos y más. (2022, 12 enero). *Los fletes marítimos no bajarán al menos hasta el segundo semestre de 2022*. Recuperado 28 de marzo de 2022, de <https://puertosymas.com/baltic-exchange-vaticina-que-los-fletes-no-bajaran-al-menos-hasta-el-segundo-semestre/>

Reiter, O., & Stehrer, R. (2021). *Learning from tumultuous times: An analysis of vulnerable sectors in international trade in the context of the corona health crisis* (No. 454). wiiw Research Report.

Ricart, R. J., Otero, M., Martínez, J. P., Steinberg, F., & Ortega, A. (2022, 8 marzo). *España en el mundo 2022: perspectivas y desafíos económicos y tecnológicos*. Real Instituto Elcano. Recuperado 20 de marzo de 2022, de <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/espana-en-el-mundo-2022-perspectivas-y-desafios-economicos-y-tecnologicos/>

Ríos, X. (2019). Las relaciones entre España y China: ¿una nueva era?. *Comillas Journal of International Relations*, (16), 102-117.

Ríos, X. (2019). Las relaciones entre España y China: ¿una nueva era? *Comillas Journal of International Relations*, (16), 102-117.

Ríos, X. (2019). Las relaciones entre España y China: ¿una nueva era? *Comillas Journal of International Relations*, (16), 102-117.

Sánchez Andrés, A. (2011). España-China: una década de comercio mutuo. Boletín Económico del ICE N° 3010, del 1 al 30 de Abril.

Santamaría Burgos, R. (2016). La internacionalización española y el análisis del riesgo país: orientaciones y estrategia comercial. *Revista del Colegio de Economistas de Madrid: La exportación española*, n°148, 127-136.

Serrano Leal, C. (2020). Las relaciones de España y la política comercial de la Unión Europea. *Revista del Colegio de Economistas de Madrid: El sector exterior de la economía española en 2020*, n°166, 129-145.

Statista. (2022a, 19 enero). *Países con la deuda pública más elevada respecto al PIB en 2020*. Recuperado marzo de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/600236/ranking-de-paises-con-la-deuda-publica-mas-elevada-en/>

Statista. (2022b, marzo 29). *Principales productores automovilísticos del mundo por vehículos fabricados en 2021*. Recuperado 28 de marzo de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/611251/principales-productores-automovilisticos-del-mundo-por-vehiculos-fabricados/>

Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. Secretaría de Estado de Comercio. (2021, noviembre). *Informe Mensual de Comercio Exterior*.

https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Documents/informe-mensual/Informe-Mensual-de-Comercio-Exterior-ultimo-periodo.pdf

Tanehashi, A., Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, & Real Instituto Universitario de Estudios Europeos. (2021). *El acuerdo de Partenariado Económico UE-JAPON. Implicaciones para España* (N.º 107/2021). CEU Ediciones. https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/12577/1/acuerdo_jensana_2021.pdf

- Tanehashi, A., Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, & Real Instituto Universitario de Estudios Europeos. (2021). *El acuerdo de Partenariado Económico UE-JAPON. Implicaciones para España* (N.º 107/2021). CEU Ediciones. https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/12577/1/acuerdo_jensana_2021.pdf
- Torre de Hernando, E. (2019). El modelo Chaebol surcoreano: caso Samsung Holdings, pp. 40-46.
- Torres, R. (2021). El repunte de la inflación y su impacto. *Cuadernos de Información económica*, (284), 1-9.
- Xifré, R. (2021, 21 octubre). *Análisis del sector exterior español tras la COVID-19: ¿oportunidades en tiempos de cambios?* Funcas - Fundación de las Cajas de Ahorros. Recuperado 6 de marzo de 2022, de <https://www.funcas.es/articulos/analisis-del-sector-exterior-espanol-tras-la-covid-19-oportunidades-en-tiempos-de-cambios/>
- Yagi, M., & Managi, S. (2021). Global supply constraints from the 2008 and COVID-19 crises. *Economic Analysis and Policy*, 69, 514-528.
- Zhang, Y. Y., Zheng, Q., & Wang, H. (2021). Challenges and Opportunities Facing the Chinese Economy in the New Decade: Epidemics, Food, Labor, E-Commerce, and Trade. *The Chinese Economy*, 54(6), 373.
- Zipser, D., & Poh, F. (2021). Understanding Chinese consumers: Growth engine of the world. China consumer report 2021. McKinsey & Company.