

109.000 razones para exportar

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

SEBASTIÁN TOBARRA 29/05/2011

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

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

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

En estas tres etapas la situación ha cambiado radicalmente. Cualquiera que frise o supere la cincuentena se acordará de las constantes devaluaciones de la peseta para impulsar la exportación y del premio fiscal con el que Hacienda reducía el impuesto de sociedades a los exportadores. Desde aquellas meritorias empresas exportadoras que recibían medallas -que aún perviven en algunos casos - se ha pasado a una pléyade de compañías que venden en el extranjero de forma regular como lo pueden hacer en Toledo, Cáceres o Barcelona.

Hay casi 39.000 empresas de todos los sectores que venden fuera de forma regular, es decir, durante los últimos cuatro años seguidos, según la clasificación del Ices. Pero su número está estancado en algo más de un tercio del total de exportadoras desde hace unos años. La mayoría de las que exportan de forma regular son 24.000 pequeñas y medianas empresas que venden fuera hasta medio millón de euros cada una al año. Y junto a ellas hay casi medio millar de grandes empresas que suponen el 54% del valor total de los 185.700 millones de euros exportados el año pasado.

El tirón exportador empezó el año pasado y se ha disparado en los primeros meses de 2011. Las ventas de mercancías al exterior han crecido un 23,4% en el primer trimestre de este año en tasa interanual, según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Hay sectores donde los crecimientos están siendo espectaculares.

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

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

¿Cómo y por qué están aumentando las empresas sus ventas fuera de España? "Vender fuera es una necesidad desde hace tiempo", dice Enrique Gallego, secretario general de Anaip, la patronal de fabricantes de plásticos, que tiene 4.000 empresas asociadas y 86.000 trabajadores. El sector es uno

de los que más están creciendo en exportaciones, un 24% en el primer trimestre del año y un 30% en 2010. "Nuestro sector tenía un gran mercado en la construcción en España, pero en parte se cayó", recalca el secretario general de Anaip. "Hoy es imprescindible vender fuera y estar en las ferias internacionales", insiste Gallego. "El Ixex nos ha ayudado. Tenemos dos centenares de empresas del sector que exportan regularmente y otras tantas que venden de forma bastante constante, básicamente a la Unión Europea, pero también a países como Marruecos y EE UU", añade.

En el textil, un caso llamativo es el de Pronovias, volcado en la exportación. Esta empresa familiar hace trajes de novia y para fiestas. Hace décadas que exporta, pero ha ido aumentando sus ventas en el extranjero. "Hoy todo nuestro plan de crecimiento está en el exterior", afirma Juan Jesús Domingo, director general de Pronovias. Las ventas del grupo rondan los 141 millones de euros, de los que la mitad ya son exportaciones desde España. También vende a otros países a través de sus proveedores de China, con lo que "hoy el 70% de la actividad de Pronovias está en el exterior", recalca su director general. Esta compañía vende en 73 países. Sus principales clientes están en Europa, EE UU, Canadá, Oriente Próximo y Latinoamérica.

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

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

Picvisa, también de capital español y nacida hace ocho años, emplea a 14 personas y vende equipos tecnológicos para separar automáticamente los materiales reciclables. Empezó en el mercado español, pero se ha ido abriendo y vende en Italia, Rusia, Ucrania y Portugal. "Hay que moverse para lograr pedidos y mejorar la tecnología. Hemos contactado con clientes en la feria de Múnich, y después de tener unas ventas de tres millones de euros los dos últimos años, con más del 25% de exportación, queremos llegar este año a los seis millones de ventas, el 80% fuera de España. "Hemos logrado un contrato de 4,8 millones para el montaje de una planta de reciclaje de vidrio en Moscú", explica Vicente Seguí, consejero delegado de Picvisa, radicada en Igualada (Barcelona). "No resulta fácil vender fuera. El euro está apreciado respecto al rublo. Se está cambiado a 40 y eso no nos favorece, pero hemos ayudado a nuestro cliente ruso a encontrar financiación, y eso nos ha beneficiado para lograr el contrato", recalca Seguí.

En el sector del embalaje industrial de plástico, el grupo Armando Álvarez tampoco es un recién llegado a la exportación. Lo hace desde hace muchos años. Es un grupo grande que factura 600 millones de euros y que en una década ha elevado del 10% al 30% su cuota de ventas en el extranjero. "Estamos sufriendo con el dólar porque el euro está apreciado", dice Mario Arregui, director de exportación de este grupo de empresas con sede central en Torrelavega (Cantabria) y varias plantas desperdigadas por España. "Nos vendría bien una depreciación del euro, pero eso no está pasando y tenemos que esforzarnos más por vender fuera, en Francia, en el Benelux, en Reino Unido, en México o en Argentina", recalca Arregui.

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

En las compañías farmacéuticas, las exportaciones se han disparado un 18,2% en el primer trimestre. "Hace muchos años que exportamos, sobre todo a la Unión Europea, pero hemos ido creciendo a una media del 14,6% las ventas al exterior los últimos 10 años", señala Pedro Luis Sánchez, director de estadísticas de la patronal Farmaindustria. "Es verdad que en España los márgenes se deterioran por las medidas de la Administración, pero también se exporta más porque las empresas buscan fuera fuentes adicionales de ingresos. El tipo de cambio del euro puede ayudar a veces, por ejemplo, frente Suiza, donde el franco está sobrevalorado y donde nuestras empresas venden bastante, pero no con el dólar norteamericano. Por eso no hay que buscar la explicación al aumento de la exportación en la moneda, sino en los nuevos medicamentos de las empresas y en la voluntad de tener un mercado mayor", dice Sánchez.

© EDICIONES EL PAÍS S.L. - Miguel Yuste 40 - 28037 Madrid [España] - Tel. 91 337 8200