

Dictamen Comercio Exterior



Realizado por: Departamento de Comercio Exterior y Turismo.

Octubre de 2014

ÍNDICE

*	NTRODUCIÓN	3– 7
	Antecedentes históricosMetodo de análisisObjetivos	5
.	NALISIS SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÁLAGA	
	Análisis de los países competidores	27
	Estructura económica Exportaciones por sectores	
	Importaciones por sectores	14
	La Balanza Comercial de Málaga Principales destinos de las exportaciones e importaciones malagueñas	
	Principales provincias españolas importadoras y exportadoras	22
*	NALISIS DAFO DEL TEJIDO EXPORTADOR	 44 – 45
	Análisis externo	45
	Análisis interno	44
.		F
•		22 42

INTRODUCIÓN

La evolución acelerada que viene sufriendo la economía en los últimos decenios en el conjunto de los países, y de manera muy especial el comercio internacional, está haciendo que las empresas tengan que acomodarse a dicha evolución para poder sobrevivir en un mundo tan cambiante y competitivo.

En el segundo trimestre del 2014, la coyuntura económica internacional mantiene una progresiva recuperación, aunque sufriendo de manera intermitente desaceleraciones que se esperan no sean preludio de una nueva recaída profunda. Existen divergencias de crecimiento dependiendo de las regiones o países que se analicen. Así, en EE.UU. la actividad económica cobro impulso mientas la zona euro está estabilizada y en otras zonas como Japón, se ha producido una contracción.

En el caso del Comercio Internacional, para el presente año, la OMC prevé un crecimiento del 4,7%, lo que duplicaría con creces el aumento del 2,1% del 2013, pero muy por debajo del 5,3% de los últimos veinte años, debido entre otras causas, a la atonía del crecimiento de las exportaciones tanto en los países desarrollados como los en vía de desarrollo.

En cuanto a España, las exportaciones durante el primer semestre de 2014 supusieron un aumento del 0,5% (119.265,3 mill. de euros), lo que supone un ralentización respecto a años anteriores. Las importaciones, por su parte, se incrementaron en un 5,3% (131.147,7 mill. de euros), lo que supone que el déficit comercial sea casi el doble que el que representaba en el mismo periodo de 2013.

La situación de crisis que vive España desde finales de la década pasada, esta resaltando, aun más si cabe, la importancia de los intercambios con el exterior que ha permitido compensar, especialmente los últimos años, la profunda depresión del consumo interno.

Igualmente, esta situación ha echado del tejido productivo a numerosas empresas, así como limitado la posible, y necesaria, creación de nuevos proyectos innovadores y regeneradores del tejido empresarial, lo que hará que el proceso de recuperación sea todavía lento y se vislumbre su terminación a medio plazo.

Es de destacar, igualmente, otros aspectos positivos relacionados con este aumento de intercambios, dentro del ambiente de crisis existente, y es el que la oferta exportadora española en su conjunto, y la malagueña en particular, se están incrementado año a año, lo que es una base solida para el crecimiento futuro es este ámbito.

En cuanto al valor de las exportaciones, Málaga ha tomado una senda similar a la de nivel nacional, resaltando el hecho de que, por primera vez en muchos años, la tasa de cobertura en los años 2011, 2012 y 2013 fue superior al cien por cien.

Las explicaciones para alcanzar esta situación son diversas, relacionadas todas ellas con diversas variables asociadas. Factores como el aumento del número de empresas exportadoras, la caída de las importaciones, acceso a nuevos mercados emergentes, la devaluación interna asociada a la disminución de los costes laborales, etc..., han tenido una razón de mayor o menor peso para alcanzar esta situación .

No obstante, aún estamos lejos de poder definir a nuestra provincia como exportadora, debido fundamentalmente al corto número de empresas que efectúan negocios en el exterior, aunque cada vez sean más las empresas que se incorporan a este grupo minoritario, relacionado en buena parte con el hecho de que el tejido productivo,

especialmente en el sector industrial, es pequeño respecto al conjunto de la economía provincial,

Es por todo lo anterior, el que este crecimiento en los intercambios con el exterior, tanto en el ámbito de productos como de servicios, es un aspecto fundamental para aminorar el efecto de la crisis, además de ser una herramienta de crecimiento económico con una repercusión directa tanto en la creación de riqueza como en la de empleo, potenciando la adaptación de empresas y trabajadores a nuevos métodos y competencias, con la consiguiente mejora en los procesos productivos.

OBJETIVOS.-

El presente estudio, ha sido concebido como un elemento tanto de conocimiento de la realidad existente en el ámbito de la internacionalización en la provincia de Málaga, como de un análisis, de aquellas potencialidades y aspectos de mejora en el futuro.

En cuanto al primero de ellos, se trataría de tener una foto del comercio exterior malagueño y, por tanto, de su capacidad de creación de riqueza para el crecimiento económico.

Como segundo gran objetivo del presente estudio, está el realizar un análisis de las tendencias principales existentes en este ámbito, indicando los problemas, así como las oportunidades existentes para potenciar esta actividad económica en nuestra provincia, así como aquellas acciones que permitan hacer realidad dichas oportunidades.

En este punto, hay que indicar que acompañando a las propias empresas, es importante, como se ha demostrado, que tanto asociaciones como instituciones a sus diferentes niveles son necesarias, para diseñar estrategias de internacionalización, tanto desde el aspecto de su iniciación, como el de potenciación en el caso de empresas con un grado de experiencia en este campo.

Hay que resaltar que además de las empresas tractora, existen las empresas auxiliares que aportan su capacidad productiva, técnicas o servicios a las exportadoras. Estas empresas complementarias son grandes creadoras de riqueza y empleo, además de ser un elemento fundamental para la mejora en cualquiera de los aspectos que conforman la actividad empresarial de aquellas de las que, directa o indirectamente, dependen.

En el caso concreto de las instituciones, se unirá la disponibilidad de herramientas y servicios (promoción, formación, información, ...) específicos para este fin, como el caso de la Cámara de Comercio, Extenda, INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL (ICEX),...; de tal manera que los que inicien esta actividad la mantengan en el futuro, así como que los exportadores ocasionales pasen a formar parte de los denominados "regulares".

Existen otros elementos complementarios a los aspectos anteriormente mencionados, que se debe de unir las mejoras en el nivel de competitividad, tanto de manera individual como en el conjunto de la economía provincial, como pueden ser: calidad, mayor valor añadido de productos/servicios, mejora de procesos productivos, economía de escalas, etc....

Igualmente, a la estructura exportadora existente hoy en día, habrá que hacer una esfuerzo especial en la posibilidad de creación de nuevas empresas involucradas en esta actividad, como consecuencia de la identificación de nichos de demanda en el exterior no cubiertos por las actuales, así como llevar al convencimiento del tejido exportador malagueño de la necesidad de colaboración para la generación de sinergias y aprovechamiento de economía de escala entre las empresas durante el proceso de internacionalización.

METODO DE ANÁLISIS.-

Para la elaboración de este estudio se ha utilizado una combinación de diferentes herramientas y fuentes que permitan obtener una información adecuada, y lo más actualizada posible, para alcanzar los objetivos del mismo, permitiendo realizar los análisis pertinentes requeridos en cada parte en que está subdividido.

Los Tipos de fuentes han sido tanto de tipo Primario, consecuencia del conocimiento empírico de la problemática de la empresa PYME, como consecuencia de los 23 Planes Camerales de Promoción de Exportaciones (PPXs) implementados por las Cámaras de Comercio, y en concreto la Cámara de Málaga en su demarcación que es la provincia de Málaga.

En relación a las fuentes Secundarias, e igualmente por el desarrollo de las actuaciones de apoyo a las empresas malagueñas, se ha dispuesto de un amplio abanico de medios relacionados con la información.

Como fuentes disponibles para la realización del presente trabajo, podemos destacar las siguientes:

Cámaras de Comercio españolas en el Exterior (CAMACOEX)

Red European Entreprise Network.

Webs especializadas Comercio Internacional: COMTRADE, TRADEMAP, COFACE, TARIC, MARKET ACCESS DATABASE, etc...

Organismos específicos de los sectores a estudiar: INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL (ICEX), AGENCIA TRIBUTARIA,...

Asociación de Cámaras de Comercio: ASCAME, AICO, EUROCHAMBRES,...

ANTECEDENTES HISTORICOS.-

Málaga le debe su existencia al comercio, entre otras causas, por su privilegiada situación en el Mediterráneo Occidental así como por el hecho de ser centro de una rica comarca agrícola con excedentes y, por tanto, con gran potencialidad en su comercialización.

Además, posee un puerto de salida para productos excedentarios propios, y de una vasta área de la Andalucía interior, que hizo que numerosos pueblos de la antigüedad se establecieron en esta zona iniciando una incipiente actividad industrial y, sobre todo, comercial con otras zonas del Mediterráneo Oriental.

La producción malagueña, en los siglos XIV y XV, estaba compuesta principalmente por: seda, frutos y azúcar, todo ello objeto de un activo e importante comercio exterior y como atracción tanto de colonias de mercaderes foráneos, básicamente genoveses, de la corona de Aragón, Venecia y Florencia.

Asimismo, se importaban cereales del Norte de África, cera, especias orientales, estas últimas en tránsito con destino al Norte de Europa, obteniendo de dicha zona con paños flamencos o ingleses que competían con productos similares de la industria textil del reino nazarita.

En el siglo XVI, se establecieron numerosos mercaderes, procedentes en algunos casos de la península como: vascos, portugueses, catalanes y valencianos como las colonias más importantes, las cuales crecieron por el aumento del tráfico con América y el monopolio que con ese continente se ejercía a través del valle del Guadalquivir.

En el siglo XVII, se establecieron comerciantes, principalmente, flamencos y franceses, mientras que fueron ingleses y holandeses los animadores del comercio malagueño. Durante la primera mitad de dicho siglo, la actividad comercial malagueña tuvo un continuo ascenso, expandiéndose a numerosos mercados exteriores, especialmente el Atlántico, coincidiendo con un incremento de la producción, orientándose la exportación hacia los mercados Atlánticos en su práctica totalidad, favoreciendo todo ello, de manera especial, la expansión de la viticultura malagueña así como la pasa.

A principios del siglo XVIII, los conflictos europeos y epidemias devastaron el continente, con una gran influencia en Málaga, lo que supuso una grave crisis económica, con el cierre de numerosas casas comerciales y la salida de comerciantes del norte de Europa, especialmente ingleses.

La recuperación posterior, posibilitó el retorno a la ciudad de mercaderes de origen inglés y holandés, prosiguiendo hasta mediados del citado siglo la riqueza y variedad de la agricultura de la zona, siendo nuevamente el sector vitivinícola una de los pilares de este resurgimiento

Este ciclo expansivo, se experimento, igualmente a finales del siglo citado anteriormente, sintiendo sus efectos claramente en la coyuntura. El aumento de la demanda de los productos que habrían de destinarse a la exportación, favoreció la especialización de. la agricultura de la zona, sobre todo hacia la producción de los artículos demandados, dando lugar a una notable extensión e intensificación de cultivo de la vid que ya se afianzó como el indiscutible producto rey de toda el área.

Igualmente, en la primera mitad del XIX, es importante el aumento demográfico de la capital, tras haber habido en el periodo abarcado, una de las mayores epidemias y catástrofes naturales y sociales que jamás conoció esta ciudad en su historia.

Sin embargo, aunque sus inicios tuvieron lugar durante el siglo anterior, es en éste siglo, tras una serie de vicisitudes, en donde se toma la decisión de instalar, por primera vez en España, unos altos hornos para la fabricación de hierro en gran escala, al modo de los países más avanzados en esta actividad, trayéndose para tal fin técnicos ingleses, saliendo los malagueños al exterior a aprender esta técnica.

Ante el librecambismo existente, y con el fin de proteger la producción local, a mediados de este siglo, se fraguo a nivel andaluz, con una importante ramificación en Málaga, un foco proteccionista, ante lo cual el gobierno implemento una reforma arancelaria para clarificar la caótica legislación existente. No obstante lo anterior, este foco fue efímero, pues a finales de los años sesenta de dicho siglo, se implementa una reglamentación liberalizadora.

La provincia de Málaga, termina este siglo con una depresión tanto en el campo de la economía como en el ámbito social, teniendo su continuación a principios del siglo XX.

Fueron varias las causas de esta situación. Así, la industria textil tuvo una importante caída de la demanda, hubo una recesión demográfica, tuvo inicio de la crisis definitiva del sector siderúrgico, etc... La agricultura, por su parte, sector tradicional de gran peso en la economía provincial, se vio muy mermada en el sector vitivinícola por efecto de la filoxera.

Los años veinte tuvieron, en el campo de las exportaciones, una actividad importante y creciente, habiendo, no obstante, dificultades en una serie de productos tradicional peso en el cómputo global de las exportaciones malagueñas, como son la pasa y el vino comercializados por el puerto de Málaga, debido a las medidas proteccionistas de varios

mercados destino de estos productos, así como la fuerte competencia de otras zonas productoras.

Después de la fase de autarquía de los años cuarenta, vino una cierta liberalización de la economía, pero permaneciendo grandes desequilibrios internos, con una agricultura en regresión, una industria obsoleta y bajo mínimos, así como un comercio muy limitado, afectando a Málaga todo ello, como al resto del país.

Posteriormente, en los años sesenta, con los planes de desarrollo, y el desarrollo turístico, fueron elementos básicos de crecimiento económico, en donde Málaga tuvo un papel relevante en el segundo aspecto, pero manteniendo un tejido productivo muy limitado.

Un hito en la historia de España, y de manera especial en la evolución de su economía a lo largo de los últimos años del siglo XX, y los que llevamos del siguiente, fue su incorporación a la Comunidad Económica Europea, incidiendo en el desarrollo posterior del comercio exterior español, y por tanto del malagueño.

Por lo que respecta al apartado del comercio exterior, 1986 como primer año de plena participación de España en la entonces denominada Comunidad Económica Europea, los datos globales de la provincia eran los siguientes:

COMERCIO EXTERIOR MALAGA 1986.

F	
---	--

(Fuente: Agencia Tributaria. Subdirección G. de Estadistica y Planificación –

1998)

Como se observa en estos datos, el año del ingreso en la C.E.E., existia un deficit muy importante, con una tasa de cobertura muy baja que se mantuvo durante los años posteriores (1987 el 27,8%, 1988 el 32,7%, 1989 el 15,8%, 1990 el 23,8%, etc..).

No obstante, hay un matiz importante a tener en cuenta, y es que tanto para este periodo como para años posteriores a lo largo de la historia de Málaga, y en concreto su puerto, ha sido un lugar de paso de productos de, o para, zonas del interior de Andalucía, incluso fuera de los límites de la comunidad autónoma.

Es por ello que una parte sustancial de ese tráfico comercial son productos con origen y destino diferente a la oferta productiva – demanda de la provincia de Málaga, siendo el caso mas paradigmático el concepto "aceites crudo de petroleo" que, por ejemplo, en el año 1986 supuso el 76,7% del total de las importaciones.

ÁNALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO EXTERIOR EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

ESTRUCTURA ECONÓMICA.-

Comenzamos el presente estudio con el análisis de la situación de partida y la estructura de la economía de la provincia de Málaga. Para ello nos detenemos a valorar los sectores que componen su Producto Interior Bruto (PIB) de forma que podamos calibrar la aportación de cada uno de ellos.

Una vez definidos los sectores más representativos analizaremos su nivel de internacionalización y su contribución a la mejora de la balanza comercial y por tanto de las cuentas públicas.

Tabla. Producto Interior Bruto (PIB) a precios de mercado de la provincia de Málaga. Año 2012 (avance)

Ranking	Actividad	€	Porcentaje
1	Comercio, transporte y hostelería.	31.344.806 €	22%
2	Administración pública y educación	28.216.074 €	20%
3	Industrias extractivas; industria manufacturera; suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado; suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación (el 65% de este capítulo corresponde a la industria manufacturera)	15.969.458 €	11%
4	Actividades inmobiliarias	14.164.578 €	10%
5	Construcción	11.723.973 €	8%
6	Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades administrativas y servicios auxiliares	8.585.360 €	6%
7	Agricultura, ganadería y pesca	6.061.508 €	4%
8	Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	4.951.970 €	3%
9	Actividades financieras y de seguros	4.945.816 €	3%
10	Información y comunicaciones	3.213.923 €	2%

Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Aunque en el cuadro anterior no venga específicamente señalado la aportación del sector turismo a la economía malagueña no podemos dejar de señalar su importante contribución a esta, que se calcula se sitúa en torno al 12% (según media de Andalucía).

¹ Balance Turístico Andalucía 2012. Consejería de Turismo y Comercio. Junta de Andalucía

Gráfica. Porcentaje del PIB de la provincia de Málaga. Año 2012 (avance).



Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. Junta de Andalucía. Elaboración propia.

En el gráfico anterior podemos ver que las actividades de Comercio, transporte y hostelería; Administración pública y educación; Industria y gestión de residuos; Actividades inmobiliarias y Construcción aportan el 71% del PIB malagueño por lo que constituyen la base de la economía malagueña.

A continuación vamos a analizar si los sectores que más contribuyen a la economía de esta provincia son también los que más exportan y cuál es su grado de internacionalización.

La siguiente tabla muestra el ranking de los 10 productos que más se exportan desde Málaga al resto del mundo así como su volumen y evolución en el periodo comprendido entre 2010 y 2013:

Tabla. Evolución de los principales productos CNAE **Exportados** desde Málaga al resto del mundo. Período 2010-2013 (miles de euros)

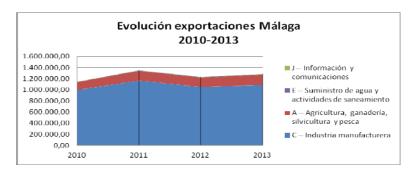
Ranking	Actividad	2010	2011	2012	2013
1	Industria manufacturera	996.387,70	1.165.051,34	1.050.326,15	1.086.822,68
2	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	142.851,59	173.322,63	168.469,14	184.542,60
3	Suministro de agua, actividades de saneamiento	3.278,61	7.590,55	9.702,11	6.930,68
4	Información y comunicaciones	4.789,72	5.377,39	5.761,27	5.808,25
5	Industrias extractivas	4.425,25	6.686,48	4.650,50	5.072,69
6	Actividades artísticas, recreativas	210,53	724,51	501,46	198,82
7	Actividades profesionales, científicas y técnicas		0,18	2,2	7,37
8	Suministro de energía	179,39	155,8	170,42	0,08
9	Construcción				

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Elaboración propia.

La contribución a la mejora de las cuentas exteriores del principal capítulo de la económica malagueña (Comercio, transporte y hostelería) habría que analizarlo como componente de la cuenta satélite del Turismo, cuestión que merecería un estudio aparte.

Tendríamos que descender hasta el 3er y 7º puesto de los sectores que más contribuyen al PIB malagueño para encontrar las dos principales actividades exportadoras de nuestra provincia: la industria manufacturera y la agricultura, silvicultura y pesca, que juntos representan el 90% de las exportaciones malagueñas.

Gráfica. Evolución de los 10 principales productos CNAE exportados desde Málaga al resto del mundo. Período 2010-2013 (miles de euros).



Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Elaboración propia.

En este último gráfico se aprecia claramente la importancia por su aportación a la balanza comercial de la actividad industrial manufacturera en un predominante primer lugar, seguido con una importante diferencia, de la agricultura, ganadería y pesca.

Como podrá analizarse más adelante las ventas al exterior de la industria manufacturera se centran en productos de alimentación como el aceite de oliva, el aguacate o la carne de cerdo; productos informáticos y electrónicos como receptores de radiodifusión o conjuntos electrónicos y prendas de vestir, que resultarán las partidas más exportadas.

LA BALANZA COMERCIAL DE MÁLAGA Y EVOLUCIÓN.-

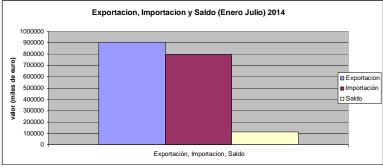
Balanza comercial Enero-Julio 2014

Tabla. Exportaciones, importaciones, saldo de la balanza comercial y cobertura de provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio)(valor en miles de euros)

	Exportación	Importación	Saldo	Cobertura	
	Valor (miles de euro)	Valor (miles de euro)	Valor (miles de euro)	Porcentaje %	
2014 (Ene-Jul)	906.518,26	795.209,85	111.308,41	114,00%	

Fuente: Instituto de Comercio Exterior

Grafico. Exportaciones, importaciones, saldo de la balanza comercial provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio) (en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Entre Enero y Julio de 2014 las exportaciones de Málaga han ascendido a 906 millones de euros y las importaciones a casi 795 millones de euros, lo que arroja un saldo positivo o superávit de 111 millones de euros.

Teniendo en cuenta que la tasa de cobertura representa el porcentaje de importaciones que pueden pagarse con las exportaciones realizadas durante un mismo período de tiempo, en el periodo enero a julio 2014 la tasa de cobertura es 114%.

Evolución balanza comercial. 2004- Enero-Julio 2014

Tabla. Evolución exportaciones, importaciones, saldo de la balanza comercial y cobertura de provincia de Málaga. Año 2004 a 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)

	Exportación		Importación		Saldo	Cobertura		
	Valor	% Año anterior	Valor	% Año anterior	Valor	% Año anterior	%	% Año anterior
2004	1.065.041,30	25,20%	1.457.719,82	21,61%	-392.678,52	12,82%	73,06%	2,96%
2005	1.062.756,52	-0,21%	1.516.549,80	4,04%	-453.793,28	15,56%	70,08%	-4,09%
2006	970.137,62	-8,71%	1.823.004,72	20,21%	-852.867,10	87,94%	53,22%	-24,06%
2007	980.752,17	1,09%	1.924.543,20	5,57%	-943.791,02	10,66%	50,96%	-4,24%
2008	1.068.630,02	8,96%	1.772.626,28	-7,89%	-703.996,26	-25,41%	60,29%	18,30%
2009	1.035.871,19	-3,07%	1.266.840,05	-28,53%	-230.968,86	-67,19%	81,77%	35,64%
2010	1.348.786,52	30,21%	1.492.218,58	17,79%	-143.432,06	-37,90%	90,39%	10,54%
2011	1.493.341,96	10,72%	1.440.077,15	-3,49%	53.264,81	-137,14%	103,70%	14,73%
2012	1.391.958,20	-6,79%	1.274.280,55	-11,51%	117.677,65	120,93%	109,23%	5,34%
2013	1.419.967,35	4,49%	1.204.944,88	-2,97%	215.022,47	83,68%	117,85%	7,69%
2014 (Ene-Jul)	906.518,26	22,05%	795.209,85	18,13%	111.308,41	60,09%	114,00%	3,33%

Fuente: Instituto de Comercio Exterior

Grafico. Evolución exportaciones, importaciones, saldo de la balanza comercial provincia de Málaga. Año 2004 a 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

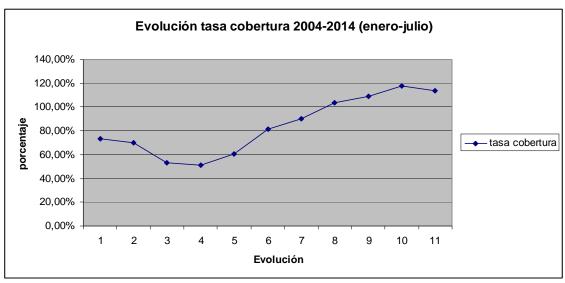
En cuanto a la evolución desde el 2004 a 2014 (periodo enero-julio) se observa como las exportaciones crecen considerablemente a partir del 2010-2011, y creciendo con respecto al ejercicio anterior salvo en el año 2012. Este crecimiento en las exportaciones a partir del 2010 refleja la reacción de las empresas ante la disminución de la demanda interna y la necesidad de centrarse más las exportaciones.

En cuanto a las importaciones se percibe como en los años 2006 a 2008, años previos a la crisis, se incrementan las importaciones por encima de los 1500 millones. A partir del año 2010 se observa un leve descenso de las importaciones.

La evolución del saldo comercial ha sido negativa desde 2004 a 2010, pero desde 2011 a 2014 (periodo enero a julio) tiene un saldo positivo y creciente en cada periodo, a expensas de los resultados finales del año 2014.

Evolución tasa de cobertura. 2004- Enero-Julio 2014

Grafico. Evolución tasa comercial provincia de Málaga. Año 2004 a 2014 (enero-julio)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

En cuanto a la evolución de los últimos años, desde 2004 a 2014 (periodo enero-julio), que mide porcentaje de importaciones que pueden pagarse con las exportaciones realizadas durante un mismo período de tiempo, se observa como viene creciendo constantemente desde el año 2007.

Siempre y cuando el porcentaje de la tasa de cobertura supere el 100%, las importaciones se están pagando con las exportaciones del periodo, hecho que ocurre a partir del 2011 de manera creciente, a expensas de los resultados finales del año 2014.

EXPORTACIONES DE LOS SECTORES ICEX Y SU EVOLUCIÓN.-

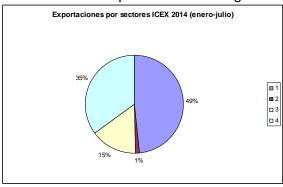
Exportaciones de los sectores ICEX

Tabla. Exportaciones de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)

	Ellero-Julio 2014		
	Valor	% Total	
AGROALIMENTARIOS	436.577,60	48,2	
BEBIDAS	13.115,46	1,4	
BIENES DE CONSUMO	138.247,94	15,3	
MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO	318.577,25	35,1	
Total	906.518,26	100	

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Grafico. Exportación de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el periodo observado esta incompleto, pues se tienen en cuenta los meses de enero a julio de 2014, se observa como el sector mas exportado es el agroalimentario, con un 48.2% de las exportaciones, en segundo lugar el de materias primas productos industriales y bienes de equipo, con un 35.1%, en tercer lugar el de bienes de consumo, con un 15.3% y, finalmente, y muy por debajo el de bebidas, con un 1.4%.

Exportaciones de los sectores ICEX y su evolución (2011- enero julio 2014)

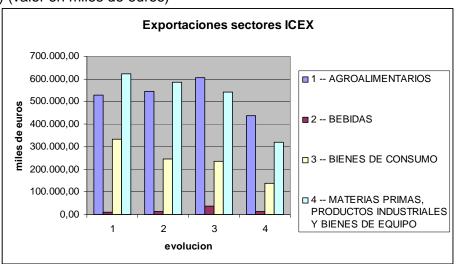
Tabla. Evolución exportaciones de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2011 a 2014

(enero-julio) (valor en miles de euros)

	2011		2012		2013		Enero-Julio	
	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total
AGROALIMENTARIOS	527.571,75	35,3	545.881,64	39,2	606.245,67	42,7	436.577,60	48,2
BEBIDAS	10.458,04	0,7	13.367,33	1	35.390,89	2,5	13.115,46	1,4
BIENES DE CONSUMO	331.804,44	22,2	246.234,12	17,7	236.311,36	16,6	138.247,94	15,3
MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO	623.507,72	41,8	586.475,12	42,1	542.019,43	38,2	318.577,25	35,1
Total	1.493.341,96	100	1.391.958,20	100	1.419.967,35	100	906.518,26	100

Fuente: Instituto de Comercio Exterior

Grafico. Evolución exportación de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2011 a 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

La evolución desde 2011 a 2014 (periodo enero-julio) de los sectores ICEX muestra como los sectores agroalimentario y bebidas tienen una tendencia positiva en sus exportaciones (con datos de 2014 incompletos), mientras que los sectores materias primas, productos industriales y bienes de equipo, así como bienes de consumo, arrojan crecimientos negativos (con datos de 2014 incompletos).

IMPORTACIONES DE LOS SECTORES ICEX Y SU EVOLUCIÓN.-

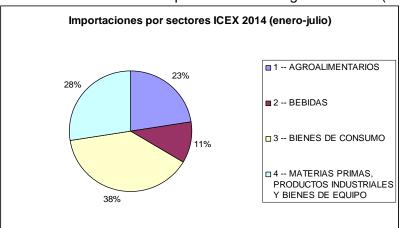
Importaciones de los sectores ICEX

Tabla. Importaciones de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)

,	Enero-Julio 2014		
	Valor	% Total	
AGROALIMENTARIOS	180.060,15	22,6	
BEBIDAS	86.437,20	10,9	
BIENES DE CONSUMO	309.871,43	39	
MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO	218.841,07	27,5	
Total	795.209,85	100	

Fuente: Instituto de Comercio Exterior

Grafico. Importación de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2014 (enero-julio)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el periodo observado esta incompleto, pues se tienen en cuenta los meses de enero a julio de 2014, se observa como el sector ICEX mas importado es el de bienes de consumo, con un 39% de las importaciones, en segundo lugar el de materias primas, productos industriales y bienes de equipo, con un 27.5%, en tercer lugar el de agroalimentario, con un 22.6% y, finalmente, el de bebidas, con un 10.9%.

Importaciones de los sectores ICEX y su evolución (2011- enero julio 2014)

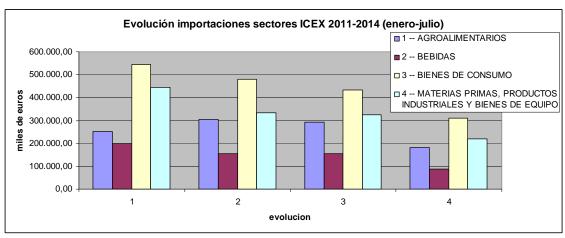
Tabla. Evolución importaciones de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2011 a 2014

(enero-julio). (valor en miles de euros)

	2011		2012		2013		Enero-Julio 2014	
	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total
AGROALIMENTARIOS	250.572,34	17,40	304.742,68	23,9	291.296,82	24,2	180.060,15	22,6
BEBIDAS	198.312,44	13,8	155.819,19	12,2	154.630,38	12,8	86.437,20	10,9
BIENES DE CONSUMO	545.020,85	37,8	479.786,53	37,7	433.633,74	36	309.871,43	39
MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO	446.171,52	31	333.932,15	26,2	325.383,94	27	218.841,07	27,5
Total	1.440.077,15	100	1.274.280,55	100	1.204.944,88	100	795.209,85	100

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Grafico. Evolución importación de los sectores ICEX provincia de Málaga. Año 2011 a 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

La evolución desde 2011 a 2014 (periodo enero-julio) de los sectores ICEX muestra como la importación del sector agroalimentario se ha mantenido bastante estable, mientras que sectores como el de bebidas materias primas, productos industriales y bienes de equipo, así como bienes de consumo, arrojan crecimientos negativos en las importaciones.

EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS TARIC Y SU EVOLUCIÓN.-

Exportaciones de los principales productos TARIC 2014

Tabla. Exportaciones de los 20 principales productos TARIC. 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

EXPORTACIONES DE 20 PRIMEROS PRODUCTOS POR CODIGO TARIC							
	Enero-Julio 2	014					
	valor	%total					
15091090ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	149.056,03	16,4					
08044000 (DESDE 01.01.2000) AGUACATES, FRESCOS O SECOS.	73.618,01	8,1					
99302700 MERCANCIAS SUMINISTRADAS A BUQUES Y AERONAVES DEL CAPITULO 27 DE LA N.C.	61.814,94	6,8					
84734011 (DESDE 01.01.98) CONJUNTOS ELECTRONICOS MONTADOS DE PARTES Y	46.816,25	5,2					
15099000 ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR	28.904,49	3,2					
85272120 (DESDE 01.01.96) RECEPTORES DE RADIODIFUSION QUE SOLO FUNCIONEN CON UNA	26.282,02	2,9					
02031211 JAMONES Y TROZOS DE JAMON, SIN DESHUESAR, DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA,	17.021,90	1,9					
85322500 CONDENSADORES ELECTRICOS FIJOS, CON DIELECTRICO DE PAPEL O DE PLASTICO.	13.902,85	1,5					
87033290 COCHES DE TURISMO Y DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES PROYECTADOS	12.565,90	1,4					
02031915 PANCETA Y TROZOS DE PANCETA DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA DOMESTICA,	12.181,68	1,3					
85229049 (DESDE 01.01.2006) CONJUNTOS ELECTRONICOS MONTADOS DE LOS APARATOS DE	11.246,94	1,2					
90328900 (DESDE 01.01.2006) INSTRUMENTOS Y APARATOS AUTOMATICOS PARA LA REGULACION Y	9.625,74	1,1					
07020000 (DESDE 01.01.98) TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.	8.764,81	1					
20057000 (DESDE 01.01.2008) ACEITUNAS, PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN	8.190,13	0,9					
08055010 (DESDE 01.01.2002) LIMONES (CITRUS LIMON, CITRUS LIMONUM), FRESCOS.	8.139,20	0,9					
02032955 CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA DOMESTICA, CONGELADA, DESHUESADA	8.016,07	0,9					
02064900 (DESDE 01.01.2008) DESPOJOS COMESTIBLES DE ANIMALES DE LA ESPECIE	7.647,45	0,8					
61112090 PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR, DE PUNTO, PARA BEBES, DE ALGODON (EXCEPTO	7.629,21	0,8					
04069093 QUESOS CON UN CONTENIDO DE GRASA NO SUPERIOR A 40% EN PESO, Y UN CONTENIDO	7.190,74	0,8					
02031219 PALETAS Y TROZOS DE PALETA, SIN DESHUESAR, DE ANIMALES DE LA ESPECIE	6.880,21	0,8					
SUBTOTAL PRODUCTOS	525.494,57	57,90					

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Las exportaciones de los primeros 20 productos TARIC representan el 58% de las exportaciones totales de Málaga, este dato muestra la concentración de las exportaciones de Málaga en pocos productos.

La tabla muestra como el principal producto exportado en el periodo enero a julio 2014 es el de aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente (16,4%),

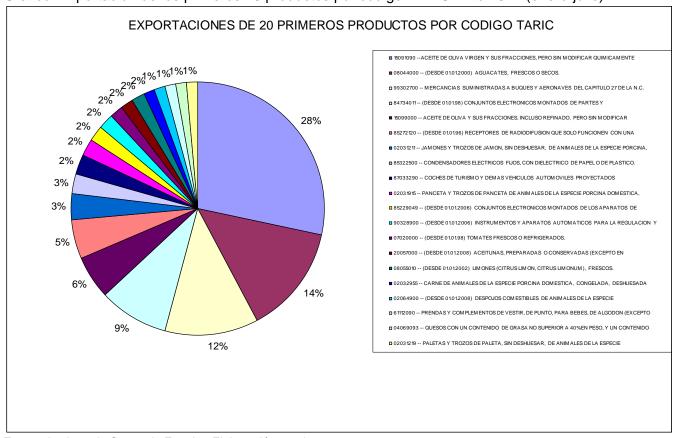
seguido del de aguacates, frescos o secos (8.1%), mercancías suministradas a buques y aeronaves del capitulo 27 de la n.c. (6.8%), conjuntos electrónicos montados de partes y(5.2%), aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar (3.2%), receptores de radiodifusión que solo funcionen con una (2.9%).

Si se tienen en cuenta las cinco primeras partidas exportadas, destaca que tres de ellas pertenecen al sector agroalimentario, y sumarían algo más de una cuarta parte de las exportaciones malagueñas.

Por otro lado, si observamos el siguiente grafico, se observa como, si se tiene en cuenta los primeros 20 productos TARIC exportados, las tres primeras partidas representan más de la mitad de las exportaciones.

Y también tendiendo en cuenta los 20 primeros productos exportados, la suma de las partidas relacionadas con el sector agroalimentario representaría el 64% de las exportaciones en 2014 (enero-julio).

Grafico. Exportación de los primeros 20 productos por código TARIC. Año 2014 (enero-julio)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

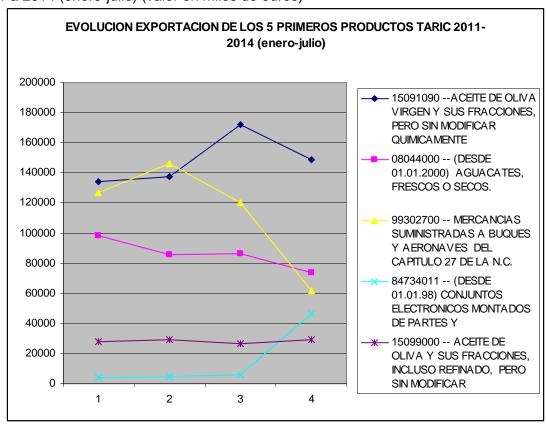
Evolución exportaciones de los principales productos TARIC

Tabla. Evolución 5 primeros productos por codigo TARIC exportados 2011 a 2014 (enerojulio). (valor en miles de euros)

EVOLUCION EXPORTACIONES DE 5 PRIMEROS PRODUCTOS POR CODIGO TARIC										
	2.011		2.012		2.013		Enero-Julio 2014			
	valor	%total	valor	%total	valor	%total	valor	%total		
15091090ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	133.967,20	9,00	137.274,92	a an	172.328,07	12,10	149.056,03	16,40		
08044000 (DESDE 01.01.2000) AGUACATES, FRESCOS O SECOS.	98.300,66	6,60	85.653,78	6,20	86.198,18	6,10	73.618,01	8,10		
99302700 MERCANCIAS SUMINISTRADAS A BUQUES Y AERONAVES DEL CAPITULO 27 DE LA N.C.	126.848,36	8,50	146.127,71	10,50	120.291,15	8,50	61.814,94	6,80		
84734011 (DESDE 01.01.98) CONJUNTOS ELECTRONICOS MONTADOS DE PARTES Y	3.777,17	0,30	4.626,30	0,30	5.762,46	0,40	46.816,25	5,20		
15099000 ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR	27.880,09	1,90	29.455,27	2,10	26.266,26	1,80	28.904,49	3,20		

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Grafico. Evolución de la exportación de los 5 primeros productos por código TARIC. Año 2011 a 2014 (enero-julio) (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Como se puede observar en el grafico, si se tienen en cuenta los 5 primeros productos exportados dese málaga en el periodo enero a julio 2014, se caracteriza por el crecimiento de las exportaciones en productos relacionados con el aceite de oliva, como el aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente o el aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar, que en lo que lleva de periodo 2014 ha superado las exportaciones del periodo 2013.

Por otro lado, destaca el importante repunte correspondiente a la partida conjuntos electrónicos montados de partes, que debe de estar motivado por alguna operación puntual o por el comienzo de una nueva tendencia.

En cuanto a la partida de aguacates, frescos o secos., es necesario destacar que, si bien es cierto que en el periodo 2012 sufrió un descenso en las exportaciones, con respecto al año 2001, parece que en el 2014 se podría vislumbrar un crecimiento en las exportaciones con respecto al año 2013 o al menos el mantenimiento con respecto a dicho año.

IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS TARIC Y SU EVOLUCIÓN.-

Importaciones de los principales productos TARIC 2014

Tabla. Importaciones de los 20 principales productos TARIC. 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

IMPORTACIONES DE 20 PRIMEROS PRODUCTOS POR CODIGO TAF	RIC	
	Enero-Julio 2	014
	valor	%total
22085011 GIN, QUE SE PRESENTE EN RECIPIENTES DE CONTENIDO NO SUPERIOR A 2 LITROS.	33.735,38	4,2
08044000 (DESDE 01.01.2000) AGUACATES, FRESCOS O SECOS.	30.673,56	3,9
22083071 (DESDE 01.01.10) WHISKY "BLENDED" DE OTRO TIPO, EN RECIPIENTES DE CONTENIDO IN	19.084,67	2,4
03021400 (DESDE 01.01.12) SALMONES DEL ATLANTICO (SALMO SALAR) Y SALMONES DEL	18.411,60	2,3
22089069 (DESDE 01.01.94) BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN RECIPIENTES DE CONTENIDO NO SUPERIOR	18.211,72	2,3
61091000 T-SHIRTS Y CAMISETAS, DE PUNTO, DE ALGODON POSICION SIN OBLIGACION DE EXPRES	16.731,18	2,1
84159000 (DESDE 01.01.2006) PARTES DE ACONDICIONADORES DE AIRE QUE CONTENGAN UN	12.938,51	1,6
61112090 PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR, DE PUNTO, PARA BEBES, DE ALGODON (EXCEPTO	9.365,09	1,2
16041997 (DESDE 01.01.12) PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO, ENTERO O TROZOS	9.334,01	1,2
30049000 (DESDE 01.01.10) MEDICAMENTOS (CON EXCLUSION DE LOS PRODUCTOS DE LAS PARTIDAS	7.939,84	1
62034231 PANTALONES Y CALZONES, DE ALGODON, DE TEJIDOS LLAMADOS MEZCLILLA ("DENIM"), PA	7.616,63	1
62034235 PANTALONES Y CALZONES, DE ALGODON, PARA HOMBRES O NIÑOS, (EXCEPTO LOS DE PUNTO	7.395,12	0,9
85423190 (DESDE 01.01.2007) PROCESADORES Y CONTROLADORES, INCLUSO COMBINADOS CON	7.096,18	0,9
08045000 GUAYABAS, MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS.	6.986,99	0,9
85171200 (DESDE 01.01.2007) TELEFONOS MOVILES (CELULARES) Y LOS DE OTRAS REDES INALAMBR	6.850,28	0,9
09102010 AZAFRAN, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR.	6.534,08	0,8

16041511 (DESDE 01.01.93) FILETES PREPARADOS Y		
CONSERVADOS DE CABALLAS Y ESTORNINOS, DE	6.051,36	0,8
03056200 BACALAOS (GADUS MORHUA, GADUS OGAC Y		
GADUS MACROCEPHALUS) SALADOS, SIN	5.625,42	0,7
62052000 CAMISAS, DE ALGODON, QUE NO SEAN DE PUNTO,		
PARA HOMBRES O NIÑOS.	5.527,15	0,7
62092000 PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS) DE		
VESTIR, DE ALGODON, QUE NO	5.409,57	0,7
SUBTOTAL PRODUCTOS	241.518,34	30,50

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

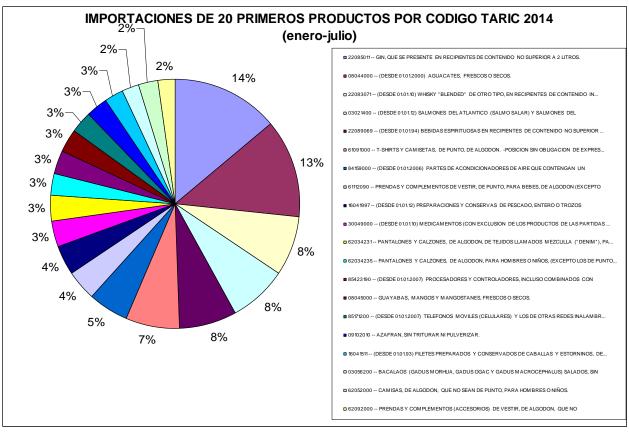
Las importaciones de los primeros 20 productos TARIC representan el 30.5% de las importaciones totales de Málaga, lo que muestra la diversidad de productos importados por Málaga.

La tabla muestra como el principal producto importado en el periodo enero a julio 2014 es el de gin, que se presente en recipientes de contenido no superior a 2 litros (4,2%), seguido del de aguacates, frescos o secos (3.9%), whisky "blended" de otro tipo, en recipientes de contenido in... (2,4%), salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del (2.3%), bebidas espirituosas en recipientes de contenido no superior (2.3%), y t-shirts y camisetas, de punto, de algodón. -posición sin obligación de Express (2.1%).

Es de destacar que las cinco primeras partidas importadas pertenecen al sector agroalimentario, y que, teniendo en cuenta el total de las veinte primeras partidas, el 34.7% pertenece al sector agroalimentario, el 29.1% a bebidas y el 21.6% al sector textil.

Además, también es de resaltar que el segundo producto más importado coincide con el segundo producto más exportado: aguacates, frescos o secos. Ello se debe a que algunas empresas comercializadoras de estos productos, cuando no tienen suficiente producción propia, importan de países estacionalmente complementarios como Sudáfrica, Chile o Perú.

Grafico. Importación de los 20 primeros productos por código TARIC. Año 2014 (enero-julio)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

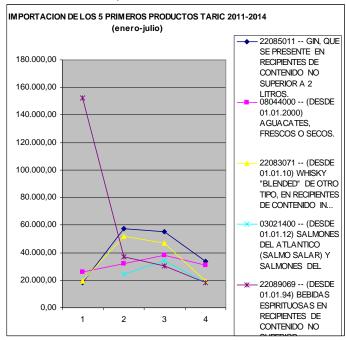
Evolución importaciones de los principales productos TARIC

Tabla. Evolución de las importaciones de los 20 principales productos TARIC. 2011 a 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

	IMPORTAC	IONES D	E 20 PRIME	ROS PRO	ODUCTOS P	OR COD	IGO TARIC	
	2.011		2.012		2.013		Enero-Julio	2014
	valor	%total	valor	%total	valor	%total	valor	%total
22085011 GIN, QUE SE								
PRESENTE EN RECIPIENTES DE								
CONTENIDO NO SUPERIOR								
A 2 LITROS.	18.405,37	1,3	57.170,38	4,5	55.410,88	4,6	33.735,38	4,2
08044000 (DESDE								
01.01.2000) AGUACATES,	00 000 00	4.0	04 000 00	0.5	00 057 05	0.0	00 070 50	0.0
FRESCOS O SECOS. 22083071 (DESDE 01.01.10)	26.060,83	1,8	31.933,83	2,5	38.057,85	3,2	30.673,56	3,9
WHISKY "BLENDED" DE								
OTRO TIPO, EN								
RECIPIENTES DE								
CONTENIDO IN	19.180,78	1,3	52.114,27	4,1	46.678,64	3,9	19.084,67	2,4
03021400 (DESDE 01.01.12)								
SALMONES DEL ATLANTICO (SALMO SALAR) Y								
SALMONES DEL			24.280,72	1,9	34.309,71	2,8	18.411,60	2,3
22089069 (DESDE 01.01.94)			- ,	,	-,		, , , , , , , , , , , ,	,
BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN								
RECIPIENTES DE								
CONTENIDO NO SUPERIOR	152.414,16	10.6	36.953.09	2,9	30.411,47	2,5	18.211,72	2,3
***	102.717,10	10,0	00.000,00	۷,5	00. 7 11, 7 1	۷,0	10.211,72	۷,0

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Grafico. Evolución de las importaciones de los 5 principales productos TARIC. 2011 a 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Del grafico de las importaciones de los cinco primeros productos se observa una brusca caída y posterior leve descenso de bebidas espirituosas en recipientes de contenido no superior, en cuanto a las partidas de gin, que se presente en recipientes de contenido y whisky "blended" de otro tipo, en recipientes de contenido in...han tenido un comportamiento similar, con un fuerte incremento en el año 2012 y leve caída a partir del 2013, que podría estar relacionado con la apertura de nuevos bares de copas y restaurantes en la provincia.

En cuanto a la partida de salmones del atlántico (salmo salar) y salmones del destaca el hecho de que el 2011 no se importaba en absoluto, mientras que en el 2012 pasó a ser el quinto producto mas importado y el cuarto en el periodo enero a julio 2014.

Finalmente, la partida aguacates, frescos o secos, por la razón ya comentada, coincide con la segunda partida mas exportada en el 2014, y parece que muestra una tendencia positiva.

PRINCIPALES PROVINCIAS ESPAÑOLAS IMPORTADORAS Y EXPORTADORAS.-

10 primeras provincias exportadoras y posición de Málaga

Tabla. Evolución de las principales provincias exportadoras y la posición de Málaga. 2011 a

2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

	2011		2012		2013	Ene-Jul 2014		
	Valor	RK	Valor	RK	Valor	RK	Valor	RK
BARCELONA	42.321.763,38	1	45.444.273,13	1	45.280.212,70	1	27.865.827,62	1
MADRID	26.722.324,25	2	27.941.684,59	2	30.446.620,64	2	16.414.493,63	2
VALENCIA	11.408.071,82	3	11.473.583,08	3	13.594.537,30	3	8.535.122,16	3

MURCIA	5.470.124,65	12	8.956.223,44	4	9.299.846,53	4	5.915.593,62	4
VIZCAYA	8.477.282,92	5	8.491.135,96	5	8.464.731,05	5	5.528.750,80	5
PONTEVEDRA	8.692.227,98	4	7.010.119,22	12	8.437.155,88	6	5.036.828,65	6
NAVARRA	8.302.314,59	6	7.235.764,41	10	7.382.370,13	10	4.798.610,38	7
ZARAGOZA	8.093.815,67	7	7.705.044,94	8	7.558.697,17	9	4.717.855,53	8
CADIZ	7.572.948,07	8	8.178.414,94	6	8.316.454,48	8	4.530.487,92	9
MALAGA	1.493.341,96	27	1.391.958,20	31	1.419.967,35	31	906.518,26	29

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

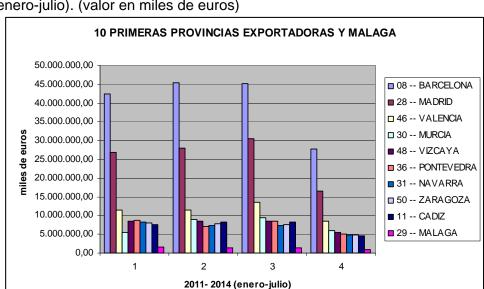


Grafico. Evolución de las principales provincias exportadoras y la posición de Málaga. 2011 a 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

Málaga es una provincia eminentemente dedicada a los servicios, siendo los más representativos el comercio y el turismo, así como industrias extractivas y el sector inmobiliario y constricción. Ello, en cierto modo explica la posición tan baja que la provincia de Málaga tiene en relación al resto de las provincias españolas, en cuanto a las exportaciones e importaciones.

En cuanto a su posición como provincia exportadora destaca el bajo puesto de ocupa Málaga, entre el 27 y 31 en los cuatros últimos años, aunque también es de destacar, que teniendo en cuenta los meses de 2014 que se encuentran representados (enero a julio), Málaga parece que recupera dos puestos.

10 primeras provincias importadoras y posición de Málaga

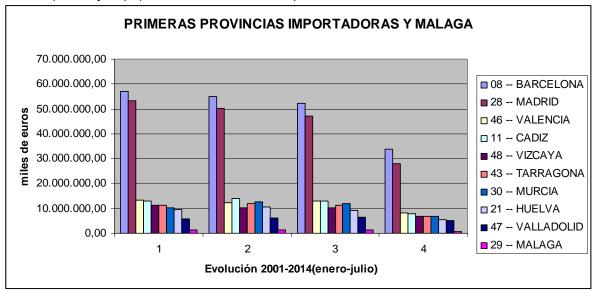
Tabla. Evolución de las principales provincias importadoras y la posición de Málaga. 2011 a 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)

	2011		2012		2013		Ene-Jul 2014	
	Valor	RK	Valor	RK	Valor	R K	Valor	RK
BARCELONA	57.190.838,41	1	54.941.061,11	1	52.408.622,5 2	1	33.696.812,17	1
MADRID	53.390.275,64	2	50.338.638,62	2	47.287.127,1 3	2	28.033.847,31	2
VALENCIA	13.182.432,88	3	12.144.416,56	5	12.949.754,9 8	4	8.098.015,02	3
CADIZ	12.875.955,82	4	13.845.750,71	3	13.029.856,1 5	3	8.009.865,05	4
VIZCAYA	11.234.616,57	6	10.074.077,33	8	10.328.098,6 2	7	6.984.302,01	5
TARRAGONA	11.354.934,83	5	12.036.835,37	6	11.375.497,7 9	6	6.939.180,69	6

MURCIA	10.301.192,65	7	12.700.044,42	4	11.913.090,9	5	6.890.559,22	7
					5			
HUELVA	9.648.618,45	8	10.699.180,61	7	9.158.248,30	8	5.302.661,84	8
VALLADOLID	5.865.428,48	11	6.063.998,63	11	6.606.889,70	10	4.986.639,92	9
MALAGA	1.440.077,15	29	1.274.280,55	30	1.204.944,88	30	795.209,85	30

Fuente: Instituto de Comercio Exterior.

Grafico. Evolución de las principales provincias importadoras y la posición de Málaga. 2011 a 2014 (enero-julio). (valor en miles de euros)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior. Elaboración propia

En cuanto a su posición como provincia importadora vuelve a destacar el bajo puesto de ocupa Málaga, entre el 29 y 30 en los cuatros últimos años.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES MALAGUEÑAS.-

El principal destino de las exportaciones malagueñas es Europa a donde, en 2013, se dirigió el 74% del total y dentro de Unión Europea los cuatro principales destinos son Francia, Italia, Portugal y Alemania. El primer destino no europeo, que ocupa el 5º destino de las exportaciones malagueñas según el valor de las mercancías es Estados Unidos.

Tabla. Ranking de los 10 principales destinos de las exportaciones malagueñas.

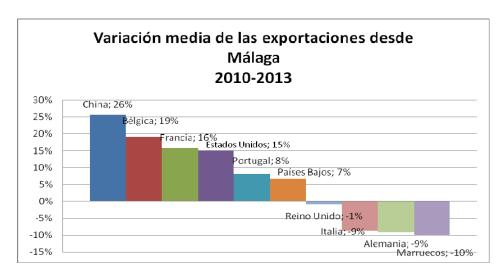
DESTINOS	RANKING (2013)	2010	2011	2012	2013
Francia	1	143.637,56	173.606,82	187.879,21	242.098,31
Italia	2	219.354,45	248.428,81	164.789,54	188.936,55
Portugal	3	129.935,01	139.496,42	145.707,87	168.269,58
Alemania	4	126.472,56	123.871,61	125.199,68	99.107,00
Estados Unidos	5	23.397,84	33.513,57	68.353,77	50.337,40
Marruecos	6	64.105,73	60.363,82	49.154,94	48.358,52
Reino Unido	7	45.009,80	56.142,69	50.039,89	45.320,25
Países Bajos	8	26.303,32	29.602,47	32.010,45	32.463,24
China	9	9.391,68	23.877,09	34.312,43	30.052,49
Bélgica	10	13.258,62	24.990,89	25.988,94	27.905,89

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Elaboración propia.

Los mencionados anteriormente son los destinos donde el valor de las mercancías exportadas alcanza mayor valor. Sin embargo, merece la pena analizar la evolución de estas exportaciones para que sobresalgan los destinos que más crecen y donde pueden presentarse las mejores oportunidades. Así podemos ver que de los diez países relacionados, seis presentan crecimientos positivos y cuatro, crecimientos negativos. Destaca sobre todos ellos el crecimiento de las exportaciones a China con un incremento medio del 26% entre 2010 y 2013. Le sigue Bélgica, Francia, Estados Unidos, Portugal y Países Bajos.

Italia y Alemania que son unos de los destinos preferentes presentan tasas negativas de crecimiento que rondan el 9%.

Gráfica. Variación media en el valor de las exportaciones desde Málaga a los 10 principales destinos. 2010-2013



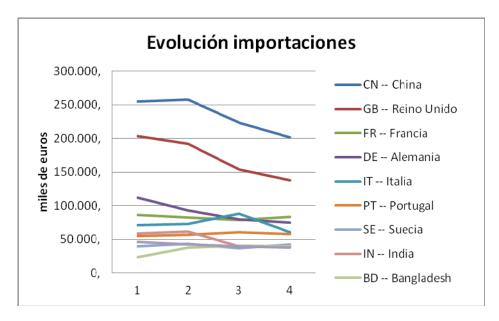
Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Elaboración propia. En el capítulo de importaciones, China se constituye como nuestro principal proveedor de Málaga seguida de Reino Unido, Francia, Alemania e Italia.

Por debajo de estos destinos y de los proveedores europeos, se sitúa India y Bangladesh como principales suministradores asiáticos fundamentalmente de prendas de vestir.

Tabla. Ranking de los 10 principales destinos de las importaciones malagueñas.

	Tiempo				
	2013		2012	2011	2010
PAÍSES	Ranking	Miles - Euros	Miles - Euros	Miles - Euros	Miles - Euros
China	1	201.421,906	223.708,402	257.798,205	255.262,225
Reino Unido	2	138.112,259	154.122,783	192.403,845	203.010,529
Francia	3	83.982,915	79.246,883	83.036,494	86.465,401
Alemania	4	74.761,028	79.443,507	92.873,076	112.010,198
Italia	5	60.691,498	88.468,414	72.957,778	70.731,155
Portugal	6	57.792,159	60.470,445	57.007,47	55.273,479
Suecia	7	42.595,109	36.532,084	43.173,945	40.040,227
India	8	40.073,55	40.143,892	61.881,478	58.737,635
Bangladesh	9	39.969,549	40.808,56	38.067,384	23.410,111
Estados Unidos	10	37.702,581	39.929,829	42.791,162	46.213,314
SubTotal	0	777.102,553	842.874,799	941.990,838	951.154,276
Total	0	1.204.944,877	1.274.280,55	1.440.077,149	1.492.218,583

Todas las importaciones han sufrido descensos generalizados en el periodo estudiado excepto las provenientes de Portugal y Suecia, que se mantienen con un escaso incremento del 1% y Bangladesh, que es la gran excepción, que crece un 14% en el periodo 2010-2013. Es notable el traspaso de importaciones, principalmente de prendas de vestir, desde India (que ha caído un 16%) a Bangladesh (crece un 14%).



ANÁLISIS DE LOS PAÍSES COMPETIDORES CON ESPAÑA EN LOS DESTINOS DE MAYOR CRECIMIENTO.-

En el presente apartado analizaremos los países que compiten con España en los destinos donde las exportaciones malagueñas más están creciendo y la posición relativa de nuestro país respecto a ellos. De esta forma podemos conocer la competencia extranjera en los destinos que son de interés.

=> 1ER DESTINO DE MAYOR CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MALAGUEÑAS: CHINA²

A continuación se detallan los principales países competidores con España en el primer destino en términos de crecimiento: China (datos de 2013).

02 -- CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES:

- 1. Estados Unidos 1,176,898,000 USD
- 2. Australia 1,131,253,000 USD
- 3. Nueva Zelanda 716,233,000 USD
- 4. Brasil 490,367,000 USD
- 5. Dinamarca 413,673,000 USD
- 9. España 218,854,000 USD

15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL:

- 1. Malasia 3.206.512.000 USD
- 2. Indonesia 2,680,733,000 USD
- 3. Canadá 1,170,137,000 USD
- 4. Argentina 794,839,000 USD
- 5. Brasil 570,419,000 USD
- 12. España 127,685,000 USD

85 -- APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS:

- 1. China 100.989.419.000 USD
- 2. Taipei, China 89,629,389,000 USD
- 3. República de Corea 76,905,544,000 USD
- 4. Japón 40,656,899,000 USD
- 5. Malasia 35,504,936,000 USD
- 6. Estados Unidos 22,875,360,000 USD
- 34. España 286,186,000 USD

47 -- PASTA DE MADERA; PAPEL RECICLADO:

- 1. Estados Unidos 4,284,387,000 USD
- 2. Canadá 2,984,401,000 USD
- 3. Brasil 1,768,938,000 USD
- 4. Indonesia 1,279,868,000 USD
- 5. Chile 1,136,008,000 USD
- 19. España 129,526,000 miles

94 -- MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS:

- 1. Alemania 592,352,000 USD
- 2. Japón 299,738,000 USD
- 3. Estados Unidos 294,834,000 USD
- 4. República de Corea 276,456,000 USD

² TRADEMAP. Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC).

- 5. Italia 257,064,000 USD
- 24. España 17,957,000 USD

=>2º DESTINO DE MAYOR CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MALAGUEÑAS: BÉLGICA

Competencia en Bélgica de los 5 productos más exportados por la provincia de Málaga 2013:

- 87 -- VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES:
 - 1. Alemania 13,373,205,000 USD
 - 2. Francia 7.907.228.000 USD
 - 3. Japón 4,318,973,000 USD
 - 4. Reino Unido 3,700,06,000 USD
 - 5. Países Bajos 2,380,602,000 USD
 - 7. España 2,234,510,000 USD

99 -- CODIGOS ESPECIALES DE LA NOMENCLATURA COMBINADA:

- 1. Alemania 1,082,150,000 USD
- 2. Estados Unidos 697,511,000 USD
- 3. Francia 297,378,000 USD
- 4. Reino Unido 258,312,000 USD
- 5. México 244,213,000 USD
- 7. España 175,706,000 USD

84 -- MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS:

- 1. Alemania 6,589,936,000 USD
- 2. Países Bajos 5,038,478,000 USD
- 3. Francia 3,679,645,000 USD
- 4. Estados Unidos 3,531,876,000 USD
- 5. Suecia 2,737,907,000 USD
- 12. España 488,685,000 USD

27 -- COMBUSTIBLES, ACEITES MINERAL:

- 1. Países Bajos 48,122,580,000 USD
- 2. Rusia 8,651,762,000 USD
- 3. Noruega 8,222,093,000 USD
- 4. Reino Unido 5,437,673,000 USD
- 5. Francia 4,028,694,000 USD
- 12. España 762,911,000 USD

39 -- MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTURAS:

- 1. Alemania 4,013,661,000 USD
- 2. Países Bajos 3,677,884,000 USD
- 3. Estados Unidos 2,467,342,000 USD
- 4. Francia 2,000,926,000 USD
- 5. Arabia Saudí 1,054,093,000 USD
- 8. España 407,294,000 USD

=> 3ER DESTINO DE MAYOR CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MALAGUEÑAS: FRANCIA

Competencia en Francia de los 5 productos más exportados por la provincia de Málaga:

08 -- FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR

- 1. España 1,822,019,000 USD
- 2. Italia 326,145,000 USD
- 3. Turquía 220,646,000 USD
- 4. Estados Unidos 214,713,000 USD
- 5. Bélgica 186,516,000 USD.

90 -- APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS

- 1. Estados Unidos 3,631,592,000 USD
- 2. Alemania 3.022.426,000 USD
- 3. Suiza 2.407.218.000 USD
- 4. China 1.238.992,000 USD
- 5. Italia 1.168.707,000 USD
- 12. España 376.850,000 USD

84 -- APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS

- 1. China 13.754.722.000 USD
- 2. Alemania 6.381.340.000 USD
- 3. Italia 3.437.523.000 USD
- 4. Estados Unidos 2.541.957.000 USD
- 5. Túnez 1.828.553.000 USD
- 6. España 1.662.304.000 USD

15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL

- 1. Países Bajos (Holanda) 663.280.000 USD
- 2. Bélgica 475.757.000 USD
- 3. España 433.562.000 USD
- 4. Alemania 205.995.000 USD
- 5. Italia 188.544.000 USD

85 -- VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES

Alemania
 España
 Italia
 Reino Unido
 Bélgica
 17.364.481.000 USD
 9.183.492.000 USD
 4.488.585.000 USD
 2.968.577.000 USD
 2.585.170.000 USD

=> 4º DESTINO DE MAYOR CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MALAGUEÑAS: ESTADOS UNIDOS

Competencia en Estados Unidos de los 5 productos más exportados por la provincia de Málaga 2013:

15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL:

- 1. Canadá 1,963,539,000 USD
- 2. Malasia 1,126,835,000 USD
- 3. Italia 603,317,000 USD
- 4. Indonesia 490.304.000 USD
- 5. Filipinas 478,428,000 USD
- 6. España 241,783,000 USD

7.

85 -- APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS:

- 1. China 120,381,240,000 USD
- 2. México 57,635,847,000 USD

- 3. Japón 18,714,302,000 USD
- 4. Malasia 15,027,931,000 USD
- 5. República de Corea 14,895,490,000 USD
- 33. España 465,727,000 USD

94 -- MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS:

- 1. China 26,639,504,000 USD
- 2. México 8,618,467,000 USD
- 3. Canadá 3,923,592,000 USD
- 4. Vietnam 3,031,616,000 USD
- 5. Taipei, China 1,042,318,000 USD
- 23. España 95,711,000 USD

20 -- CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMO:

- 1. China 1,387,873,000 USD
- 2. Canadá 1,261,795,000 USD
- 3. México 917,212,000 USD
- 4. Tailandia 489,164,000 USD
- 5. España 313,493,000 USD

90 -- APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS

- 1. México 10,745,899,000 USD
- 2. China 9,809,017,000 USD
- 3. Alemania 9,036,842,000 USD
- 4. Japón 6,749,738,000 USD
- 5. Irlanda 5,780,138,000 USD
- 30. España 257,897,000 USD

=> 5º DESTINO DE MAYOR CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MALAGUEÑAS: PORTUGAL

Competencia en Portugal de los 5 productos más exportados por la provincia de Málaga 2013:

02 -- CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES

- 1. España 855,607,000 USD
- 2. Países Bajos 109,845,000 USD
- 3. Francia 69,601,000 USD
- 4. Alemania 31,483,000 USD
- 5. Polonia 31,483 USD

15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL

- 1. España 567,567,000 USD
- 2. Países Bajos 59,011,000 USD
- 3. Francia 32,667,000 USD
- 4. Ucrania 21,975,000 USD
- 5. Turquía 18,668,000 USD.

61 -- PRENDAS DE VESTIR, DE PUNTO

- 1. España 499,955,000 USD
- 2. Italia 140,818,000 USD
- 3. Francia 114,641,000 USD
- 4. Irlanda 72,805,000 USD
- 5. Alemania 64,886,000 USD

62 -- PRENDAS DE VESTIR, NO DE PUNTO

- 1. España 627,291,000 USD
- 2. Italia 104,163,000 USD
- 3. Francia 103,108,000 USD
- 4. China 52,159,000 USD
- 5. Irlanda 40,023,000 USD

08 -- FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR

- 1. España 398,947,000 USD
- 2. Sudáfrica 48,298,000 USD
- 3. Costa Rica 40,395,000 USD
- 4. Francia 35,136,000 USD
- 5. Brasil 34,392,000 USD

A la luz de los anteriores datos podemos concluir lo siguiente:

La principal competencia de España en los mercados donde las exportaciones malagueñas más están creciendo son:

- Unión Europea (especialmente Alemania, Italia y Países Bajos y en menor medida Francia y Reino Unido). Alemania es el principal exportador de automóviles (partida 87), máquinas y aparatos mecánicos (partida 84), materias plásticas y sus manufacturas (partida 39) y códigos especiales de la nomenclatura combinada (partida 99). La única partida que no está liderada por Alemania sería la de combustibles, aceite mineral (partida 27) donde Países Bajos es el principal exportador. Italia encabeza las exportaciones de muebles, sillas, lámparas(94), Frutas/frutos s/conservar (08)-Aparatos ópticos, medida, médicos (90)-Aparatos y material eléctrico (85)-Grasa, aceite animal o vegetal (15)-Vehículos automóviles, tractores (85)-Prendas de vestir, de punto (61)-Prendas de vestir, no de punto (62).
- Estados Unidos: es el primer proveedor de Carne y despojos comestibles (partida 02) y Pasta de madera; papel reciclado (partida 47).
- Canadá: principal competidos en grasas, aceite animal o vegetal (15)-Pasta de madera; papel reciclado (47)-Muebles, sillas, lámparas (94)-Conserva verduras o fruta; zumo (20)
- ❖ China: principal exportador de aparatos y material eléctricos (partida 84), muebles, sillas y lámparas (partida 94) y conservas verduras o frutas (partida 20).
- Japón: lidera la exportación de aparatos y material eléctrico (85), muebles, sillas, lámparas (94), vehículos automóviles, tractores (87), aparatos ópticos, medida, médicos(90)

Por último, señalar un dato común a todos los mercados: la presencia de España como unos de los principales exportadores en las partidas relacionadas con el sector de la alimentación. En este mercado encontramos a España como líder exportador.

EL PERFIL DE LA EMPRESA EXPORTADORA MALAGUEÑA

La reciente crisis económica global ha puesto nuevamente de manifiesto la importancia del sector exterior como clave de la recuperación económica, y según datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) en el primer semestre de 2013.

España obtuvo el tercer mayor crecimiento de las exportaciones de bienes entre los 30 mayores exportadores mundiales y Málaga no se ha quedado atrás, todo lo contrario.

El auge exportador tiene su base en el creciente número de empresas que se animan a aventurarse en los mercados internacionales. En 2013, Málaga fue la provincia andaluza donde más aumentó el registro de exportadores: 4.594, un 15% más que el año anterior. Lo mismo ocurre con las empresas exportadoras regulares (que llevan más de cuatro años exportando), que en 2013 ya eran 685, un 11,4% más que en 2012.

Tabla: Evolución de las exportaciones malaqueñas por tipo de empresa.

rabia . Evolución de las exportaciones maiaguerías por tipo de empresa.								
	2009	2010	2011	2012	2013	%2013/Total		
Nº Empresas TOTALES	2.926	2.874	3.387	3.990	4.594	100		
Exportación Total (Miles Euros)	1035871,2	1348786,5	1493342	1391958,2	1419967,3	100		
Nº Empresas Inician / Reinician actividad exportadora (1)	1.853	1.785	2.238	2.658	3.076	67		
Exportación Total (Miles Euros)	154.211,70	150.586,00	113.601,80	100.138,40	132.464,40	9,30		
Nº Empresas Interrumpen actividad exportadora (2)	1.634	1.837	1.725	2.055	2.472	53,8		
Exportación Total (Miles Euros)(2)	46630	73.972,60	45.458,80	121.723,20	101.655,70	7,2		
N° Empresas REGULARES (3)	568	550	584	615	685	14,9		
Exportación Total (Miles Euros)	804.395,90	945.303,70	1.097.332,30	1.166.341,00	1.167.003,30	82,2		
Porcentaje que representan las exportaciones sobre el total (3)	78%	70%	73%	84%	82%			

Notas:

Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX).

Según los datos de la Agencia Andaluza de Comercio Exterior (Extenda), las perspectivas de las exportaciones en Málaga en este 2014 son que alcance records históricos, tras cerrar el primer trimestre de este año con un incremento de casi el 28% sobre el mismo periodo del año anterior y un total de 415,4 millones de euros.

⁽¹⁾ Inician / Reinician. Empresas que han exportado en el año de referencia, pero NO en el año anterior.

⁽²⁾ Interrumpen. Empresas que NO han exportado en el año de referencia, pero SI en el anterior. La cifra de exportación y el incremento corresponden al año anterior.

⁽³⁾ Regulares. Empresas que han exportado en los 4 últimos años consecutivos.

La proyección final para el ejercicio se situaría así en los 1.660 millones, una cifra que registraría la mejor marca registrada en ventas al exterior hasta la fecha por la provincia de Málaga.

Gracias al último crecimiento de las exportaciones y a la moderación en las importaciones, la balanza comercial malagueña consolida su superávit, que ascendió a 111 millones de euros en el primer semestre de 2014.

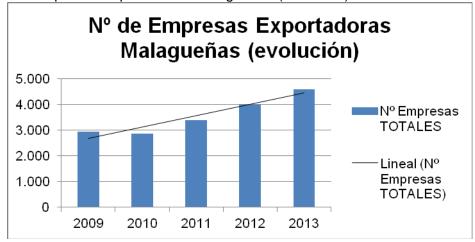
Tabla: Evolución del Nº de Empresas Exportadoras Malaqueñas.

abia . Evolucion dei ivi de Empresas	ia . Evolución del N. de Empresas Exportadoras ivialaguerías.						
	2009	2010	2011	2012	2013	%2013 /Total	
Nº Empresas TOTALES	2.926	2.874	3.387	3.990	4.594	100	
% Incr. frente mismo periodo año anterior	8,1	-1,8	17,8	17,8	15,2		
Nº Empresas Inician / Reinician actividad exportadora (1)	1.853	1.785	2.238	2.658	3.076	67	
% Incr. frente mismo periodo año anterior	11	-3,7	25,4	18,8	15,7		
Nº Empresas Interrumpen actividad exportadora (2)	1.634	1.837	1.725	2.055	2.472	53,8	
% Incr. frente mismo periodo año anterior	10,6	12,4	-6,1	19,1	20,3		
Nº Empresas REGULARES (3)	568	550	584	615	685	14,9	
% Incr. frente mismo periodo año anterior	6,4	-3,2	6,2	5,3	11,4		

(3) Regulares. Empresas que han exportado en los 4 últimos años consecutivos.

Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX).

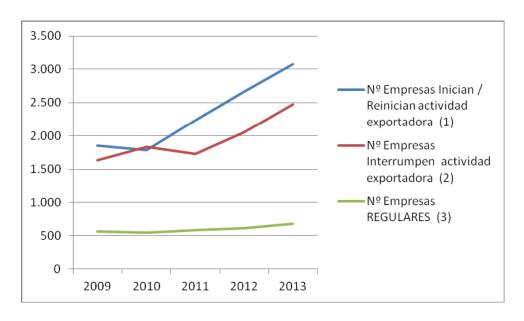
Gráfico: Nº de Empresas Exportadoras Malagueñas (evolución)



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

Gráfico: Crecimiento del número de empresas frente al año anterior.

⁽¹⁾ Inician / Reinician. Empresas que han exportado en el año de referencia, pero NO en el año anterior.
(2) Interrumpen. Empresas que NO han exportado en el año de referencia, pero SI en el anterior. La cifra de exportación y el incremento corresponden al año anterior.



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

En la provincia hay más de 4.500 firmas exportadoras, según los datos del ICEX, y este número ha venido creciendo considerablemente en estos últimos tres años. Entre el período 2011 – 2010 y 2012-2011 se registró un aumento en el número de empresas exportadoras del 17,8% en cada periodo, y del 2013-2012 el crecimiento fue del 15,2%.

Además en 2013, Málaga fue la provincia andaluza donde más aumentó el registro de exportadores y lo mismo ocurre con las empresas exportadoras regulares (que llevan más de cuatro años exportando), que en 2013 ya eran 685, un 11,4% más que en el año 2012. Aún así, este grupo de empresas es responsable de más del 80 % de las exportaciones malagueñas tal y como observamos en la tabla anterior.

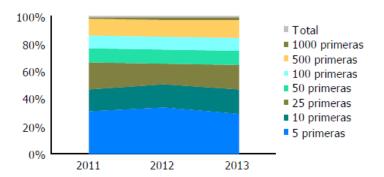
Aunque todas las operaciones de comercio exterior son valiosas y el aumento registrado en la cantidad de empresas que comienzan a exportar o reinician su actividad exportadora (cuyo volumen de exportaciones totales también ha crecido considerablemente en los últimos años), éste último grupo se mueve en volúmenes de exportación aún muy pequeños.

Tabla: Porcentaje acumulado de exportación por nº empresas (ordenadas por volumen de

exportación) (*)

	2011	2012	2013	Ene-Julio 2014
5 primeras	30,80%	33,40%	29,40%	38,90%
10 primeras	47,10%	50,30%	47,10%	54,70%
25 primeras	66,90%	66,00%	64,50%	68,80%
50 primeras	77,30%	76,10%	74,80%	77,90%
100 primeras	86,10%	85,10%	84,30%	86,40%
500 primeras	98,30%	97,90%	97,60%	98,30%
1000 primeras	99,50%	99,30%	99,10%	99,60%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX)



Además, como observamos en los gráficos y tablas anteriores las exportaciones malagueñas están concentradas en un número pequeño de empresas, sólo las cinco primeras empresas del ranking de exportadores representan casi el 40% del total de las exportaciones realizadas durante el primer semestre de 2014 y, en promedio, sólo 10 empresas exportan el 50% del total de exportaciones de la provincia. Si ampliamos el ranking a las 50 primeras empresas nos encontramos con que éstas exportan poco menos del 80 % del total.

Además, y teniendo en cuenta que en Málaga hay en el entorno de unas 50.000 empresas dadas de alta en la Seguridad Social, el porcentaje de internacionalización real resulta muy pequeño, solamente del 1,2%. La tasa es aún más pobre (0,6%) respecto a las más de 100.000 actividades comerciales –aquí se incluyen también sociedades mercantiles— que la Cámara de Comercio computa en la provincia.

Principales destinos de las exportaciones malagueñas y su evolución

Tabla: Evolución del nº de empresas exportadoras por zonas/países (*)

	2011		2012		2013		Enero-Julio 2014	
	N⁰ Emp.	VALOR	N⁰ Emp.	VALOR	N⁰ Emp.	VALOR	Nº Emp.	VALOR
EUROPA	1.262,0 0	1.167.150,2 0	1376,0 0	1.053.496,6 0	1469,0 0	1.062.266,2 0	1125,0 0	651.665,4 0
UNION EUROPEA	450,00	1.013.623,8 0	469,00	957.960,90	494,00	996.541,30	402,00	615.833,5 0
ZONA EURO	381,00	806.191,80	395,00	725.929,50	408,00	788.853,10	341,00	501.179,8 0
AT Austria	40	41.183,60	33,00	20.884,0	40,00	4.660,6	35,00	3.456,7
BE Bélgica	69	24.991,10	72,00	25.988,9	80,00	27.905,9	81,00	11.094,1
CY Chipre	12	896,7	17,00	725,2	14,00	913,4	11,00	207,8
DE Alemania	137	123.871,60	153,00	125.200,6	148,00	99.107,0	131,00	59.020,9
ES España	10	331,2	12,00	590,0	10,00	512,8	8,00	669,0
EE Estonia	19	2.299,10	22,00	1.960,7	26,00	2.832,9	20,00	1.948,2
FI Finlandia	178	173.606,80	183,00	187.879,2	209,00	242.111,8	174,00	124.147,6
FR Francia	28	15.061,70	33,00	14.271,4	33,00	14.346,1	32,00	8.475,1
GR Grecia	29	2.239,10	25,00	1.489,6	24,00	2.134,0	16,00	1.673,4
IE Irlanda	133	248.434,40	126,00	164.789,5	141,00	188.936,6	124,00	121.664,7
IT Italia	15	839,3	13,00	481,5	14,00	722,3	12,00	317,9
LU Luxemburgo	11	949,9	16,00	1.891,5	16,00	1.612,2	12,00	1.028,8
LV Letonia	17	467,5	16,00	277,2	18,00	168,7	18,00	200,2
MT Malta	103	29.602,50	110,00	32.010,5	119,00	32.465,0	97,00	64.411,6

NL Países Bajos	186	139.508,20	181,00	145.713,7	184,00	168.275,7	164,00	101.867,6
PT Portugal	9	760,6	15,00	606,9	13,00	757,7	14,00	252,7
SI Eslovenia	11	1.148,50	12,00	1.168,9	16,00	1.390,4	16,00	743,5
SK Eslovaquia	160	114.374,20	180,00	102.089,7	191,00	101.607,0	168,00	65.542,0
RESTO UE	14	1.525,10	18,00	1.978,8	26,00	3.426,8	19,00	1.757,7
BG Bulgaria	33	15.992,80	30	12.806,1	34	11.178,5	30	4.951,5
CZ República Checa	52	17.553,40	51	11.626,8	43	8.779,6	41	3.629,9
DK Dinamarca	108	56.142,70	122	50.044,2	128	47.106,5	113	35.589,9
GB Reino Unido	22	215,30	19	251,6	16	291,5	8	159,9
HU Hungría	24	2.295,00	18	1.400,5	15	1.548,5	10	653,0
LT Lituania	13	1.049,60	12	1.362,3	14	553,5	11	357,7
PL Polonia	43	9.166,50	39	8.977,3	46	11.347,0	42	8.431,2
RO Rumanía	16	1.409,00	25	3.283,1	25	5.148,4	20	1.351,9
SE Suecia	42	9.240,10	49	10.610,7	46	12.518,1	38	8.819,3
HR Croacia	43	92.842,40	39	129.690,1	47	105.789,6	35	48.951,8
RESTO EUROPA	591	57.035,60	644	47.552,3	645	28.103,7	545	20.624,6
CH Suiza	240	67.083,80	281	8.235,2	356	6.330,1	223	3.984,0
NO Noruega	109	3.748,20	116	4.014,5	133	4.547,5	92	2.348,2
RU Rusia	73	24.592,80	84	33.149,7	105	22.510,3	57	6.571,2
TR Turquía	57	15.411,60	65	33.073,0	81	4.100,5	44	1.526,6
AMERICA	1,026	81.949,00	1,274	117.100,9	1,459	107.976,3	907	95.492,5
AMERICA DEL NORTE	423	37.438,30	478	71.440,1	557	53.486,9	411	66.100,2
CA Canadá	82	3.429,50	99	2.750,6	109	2.862,4	93	2.013,0
US Estados Unidos	379	34.008,70	422	68.689,4	497	50.624,1	362	64.087,2
AMERICA LATINA	671	44.433,00	873	45.452,2	996	54.296,9	567	29.352,1
AR Argentina	120	2.145,00	148	1.847,3	127	4.039,9	56	1.006,3
BR Brasil	60	7.061,80	107	8.780,1	73	9.447,8	51	4.656,3
CL Chile	65	801,30	82	2.320,2	113	2.474,1	76	1.016,5
MX México	109	19.980,20	107	16.768,2	130	17.792,6	94	11.000,8
VE Venezuela	33	4.857,40	51	2.749,6	60	3.152,5	21	1.503,2
RESTO AMERICA	16	77,70	21	208,6	13	228,5	14	41,1
ASIA	669	95.545,00	831	110.362,1	1,041	111.004,6	608	77.095,1
ASIA(exc.Orient e Medio)	345	67.555,10	429	79.610,7	490	77.555,7	390	53.627,7
CN China	117	23.953,50	148	34.316,6	172	30.056,6	150	16.015,6
IN India	93	18.487,70	104	22.150,1	109	19.592,9	89	9.339,6
JP Japón	7	18,60	19	76,2	16	43,7	12	70,7
KR Corea del Sur	38	2.682,40	48	863,2	60	854,6	51	735,8
HK China- Hong Kong	82	10.552,30	93	13.521,3	96	18.297,8	81	17.691,1
ID Indonesia	31	4.293,80	35	2.249,6	50	4.536,0	33	6.140,1
SG Singapur	35	3.172,30	44	3.008,8	51	780,0	41	891,7

TH Tailandia	22	170,30	21	173,6	34	617,1	28	355,1
TW Taiwán	33	1.336,90	35	493,1	43	219,8	34	315,4
ORIENTE MEDIO	394	27.989,90	471	30.751,4	640	33.448,9	282	23.467,4
SA Arabia Saudita	127	7.773,50	131	10.929,1	221	10.118,2	104	4.404,2
AE Emiratos Árabes Uni	100	11.969,30	120	11.631,9	164	13.228,0	68	9.865,6
AFRICA	996	88.835,10	1,157	78.315,5	1,451	107.561,2	946	57.822,0
DZ Argelia	17	8.911,40	29	3.935,8	40	11.631,6	34	8.346,6
MA Marruecos	505	60.431,20	482	49.166,2	516	48.361,5	337	25.754,5
NG Nigeria	218	1.031,40	295	2.281,8	397	2.054,4	267	785,5
ZA Sudáfrica	43	6.501,20	52	4.526,1	55	2.667,2	35	950,4
OCEANIA	64	904,70	83	4.987,6	101	3.199,7	67	3.471,2
AU Australia	54	822,40	70	4.342,0	91	2.848,3	55	3.340,0
TOTAL MUNDO	3,134	479.718,10	3,75	433.997,4	4,326	423.390,1	2,805	290.683,9
TOTAL NO UE	3,197	595.588,80	3,818	538.820,2	4,405	527.442,6	2,86	358.083,6
TOTAL NO ZONA EURO	1,193	1.075.751,3 0	1,295	976.285,0	1,519	994.849,0	1,088	676.905,4
OCDE	85	4.726,80	98	4.569,3	127	2.534,5	90	1.999,5
ASEAN	492	57.418,40	542	88.208,3	642	71.279,1	461	77.101,0
NAFTA	337	15.335,90	533	15.073,4	478	19.101,3	223	8.177,9
MERCOSUR	573	42.198,80	811	43.804,0	1,076	52.067,3	573	31.627,0
OPEP	3,387	1.493.342,0 0	3,99	1.391.958,2	4,594	1.419.967,3	3,011	906.518,3

Notas:
(*) Una misma empresa puede exportar a más de un País/Zona.
El % / Total, se calcula sobre el Total de empresas (Regulares y no Regulares).

Fuente. INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL (ICEX)

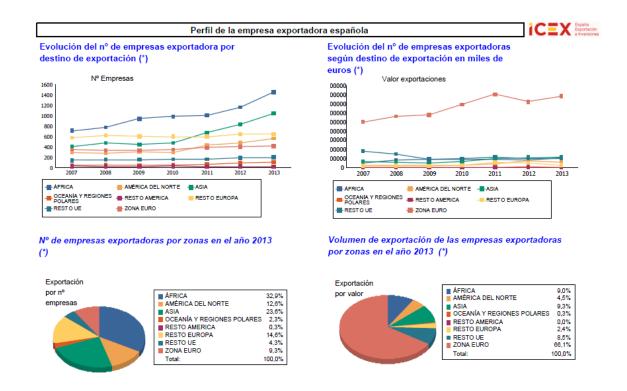


Tabla: Evolución del nº de empresas exportadoras por zonas

Número de Empresas / región	2011	2012	Crecimiento nro. Empresas (2012- 2011)	2013	Crecimiento nro. Empresas (2013-2012)
EUROPA	1.262,00	1376,00	7%	1469,00	9%
UNION EUROPEA	450,00	469,00	5%	494,00	4%
RESTO EUROPA	591	644	0%	645	9%
AMERICA DEL NORTE	423	478	17%	557	13%
AMERICA LATINA	671	873	14%	996	30%
ASIA (exc.Oriente Medio)	345	429	14%	490	24%
ORIENTE MEDIO	394	471	36%	640	20%
AFRICA	996	1157	25%	1451	16%
OCEANIA	64	83	22%	101	30%

Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

Como observamos en la tabla anterior las regiones donde más crece el número de empresas exportadoras malagueñas respecto al año anterior son América Latina y Oceanía donde las empresas exportadoras han crecido en 2013 un 30% respecto al año anterior, luego con el 24 % le sigue Asia (exc. Oriente Medio) y en cuarta posición Oriente Medio con el 20%.

Sin embargo, si comparamos el crecimiento del número de exportadores respecto a los años 2012-2011, observamos que el primer puesto en crecimiento corresponde a oriente Medio (36%), seguido de África (25%) y Oceanía (22%)

Un dato importante a observar es que el número de las empresas malagueñas exportadoras ha crecido en todas las regiones analizadas.

Al analizar la Tabla: Evolución del nº de empresas exportadoras por zonas/países, y focalizarnos en los países observamos que en Europa donde más ha crecido el número de exportadores entre 2013 y 2012 es Austria (21%), Estonia (18%), Eslovenia (33%) y Croacia (21%), Suiza (27%), Rusia (25%) y Turquía (25%).

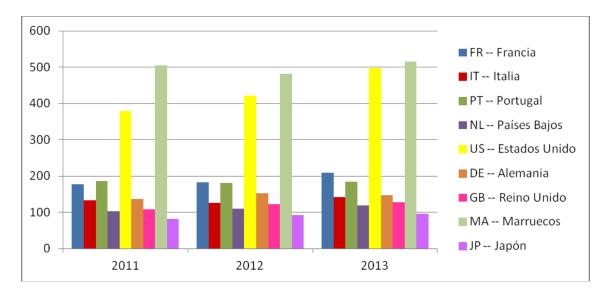
En América los protagonistas son Chile y México con un crecimiento del 38% y 21% respectivamente seguidos por EEUU con un 18% de crecimiento, registrando una disminución muy importante en el número de empresas exportadoras Brasil (-32%) y Argentina (-14%).

En Asia, Taiwán registra el mayor crecimiento en el número de empresas exportadoras del continente con el 62% de crecimiento, seguido de Indonesia con un 43% y Corea del Sur con un 25%.

En oriente Medio, Arabia Saudita es el país que registra el mayor crecimiento de todas las regiones 69%, seguido de EAU con un nada despreciable 37%.

En África los países de mayor crecimiento en el nº de exportadores son Argelia (38%) y Nigeria (35%) y por último en Oceanía, Australia que registra un estupendo aumento del 30%.

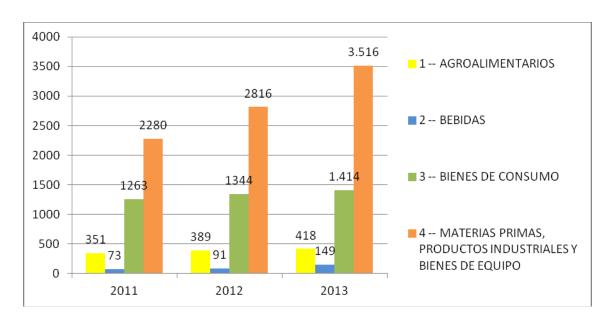
Gráfico: Evolución del número de empresas en relación los 10 principales países a los que exporta la provincia de Málaga.



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

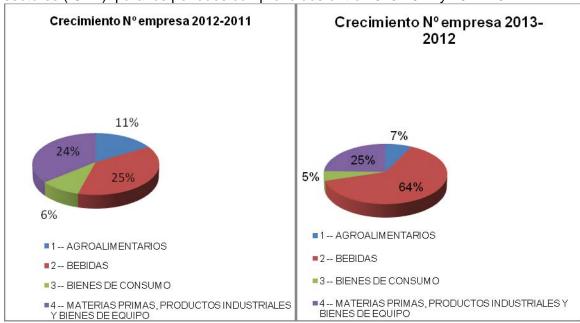
Respecto al crecimiento del número de empresas en relación a los 10 principales países a los que exporta la provincia de Málaga, observamos en el Gráfico que excepto para el mercado de Alemania donde el número de empresas exportadoras disminuyó en un 3% comparando el 2013 con el 2012, en el resto de destinos han crecido, siendo los de mayor crecimiento EEUU (18%), Francia (14 %) y Italia (12 %).

Gráfico: Evolución del número de empresas exportadoras de Málaga en relación por sectores (ICEX)(*).



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia. (*) Una misma empresa puede exportar por más de un sector.

Gráfico: Evolución del número de empresas exportadoras de Málaga en relación por sectores (ICEX) para los periodos comprendidos entre 2013-2012 y 2012-2011



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

Como observamos en los gráficos anteriores las empresas de bebidas y de materias primas, productos industriales y bienes de equipo han sido las que más han crecido en número de exportadores en relación a los otros sectores analizados.

Aún así el sector de las materias primas representó en 2013 el 64 % de las empresas exportadoras seguido por el sector de bienes de consumo con un 25,7% del total de empresas exportadoras.

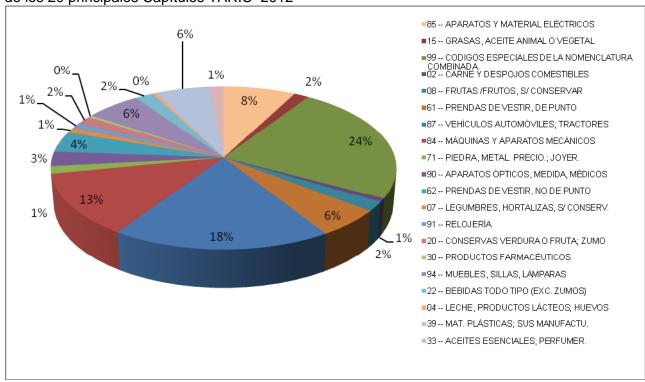
En cambio, si nos centramos en el volumen de las exportaciones de las empresas exportadoras malagueñas en 2013, el 42,7 % corresponde al sector agroalimentario, el 38,2

% al sector de materias primas, productos industriales y bienes de equipo y el 16,6 % al de bienes de consumo.



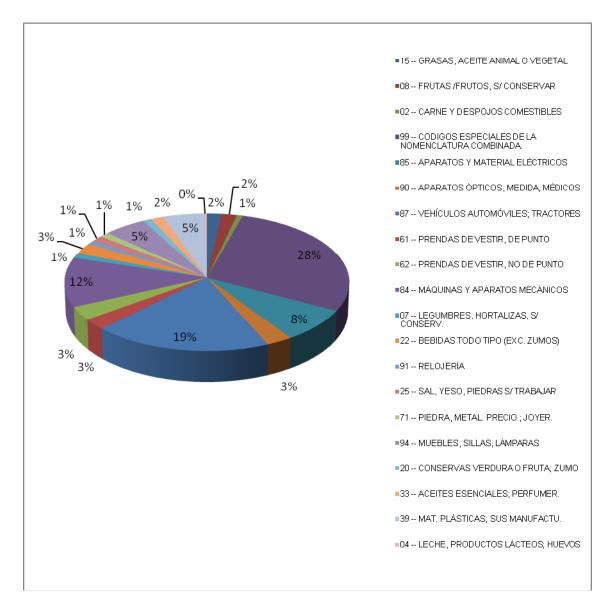
A continuación en el siguiente gráfico se analizarán los 20 capítulos de productos más exportados por las empresas malagueñas.

Gráfico: Porcentaje de empresas exportadoras de la provincia de Málaga según el ranking de los 20 principales Capítulos TARIC 2012



Fuente: ESTACOM. Elaboración propia

Porcentaje de empresas exportadoras de la provincia de Málaga según el ranking de los 20 principales Productos TARIC 2013

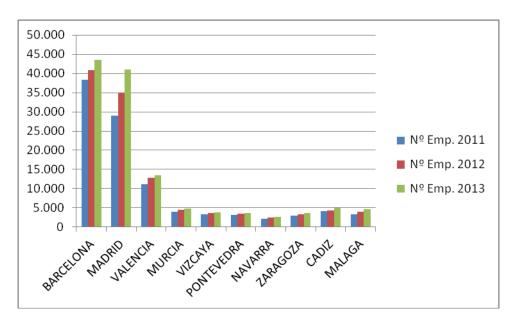


Fuente: ESTACOM. Elaboración propia

Los sectores en los que ha habido mayor crecimiento del número de empresas exportadoras de Málaga, en 2012 y 2013, son vehículos automóviles y tractores 18 -19%; máquinas y aparatos mecánicos 12-13% y material eléctricos 8%.³

Gráfico: Ranking de las 10 principales provincias con mayor número de empresas exportadoras en los últimos 3 años.

³ No se han tenido en cuenta el capitulo 99: códigos especiales de la nomenclatura combinada, dado que corresponde a : Bienes personales pertenecientes a personas físicas que trasladen su residencia normal , Equipo, material de estudio y demás efectos de alumnos y estudiantes , Ataúdes que contengan cuerpos, urnas funerarias que contengan cenizas de difuntos, y objetos de ornamentación funeraria – Bienes destinados a organismos de carácter benéfico o filantrópico y bienes en beneficio de víctimas de catástrofes, Mercancías suministradas a buques y aeronaves, Mercancías suministradas al personal de instalaciones en alta mar o para el funcionamiento de motores, máquinas y demás equipo de instalaciones en alta mar, etc.



Fuente: Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX). Elaboración propia

Gráfico: Provincias con mayor crecimiento y decrecimiento del nº de empresas exportadoras para 2012/2013 (*)

10 mayor crecimiento

%
208,16
%
20,00 %
19,34 %
18,45 %
17,15 %
16,84 %
15,14 %
14,77 %
14,71 %
13,39 %

10 menor crecimiento
Provincias %

Provincias	%
LAS PALMAS	-3,12
	%
GIPUZKOA	0,18 %
SEGOVIA	0,80 %
TARRAGONA	0,97 %
ALAVA	2,26 %
OURENSE	3,65 %
PONTEVEDRA	3,65 %
SALAMANCA	3,86 %
VIZCAYA	4,36 %
VALENCIA	5,51 %

Fuente: ICEX. Elaboración propia

La provincia de Málaga se encuentra en el ranking de las 10 provincias españolas con mayor incremento en el número de empresas exportadoras en los últimos 3 años como observamos en el gráfico superior, crecimiento que alcanzó el 15,14 % en 2013.

ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES, FORTALEZAS, AMENAZAS Y OPORTUNIDADES (DAFO) DEL TEJIDO EXPORTADOR MALAGUEÑO

ANÁLISIS INTERNO

DEBILIDADES.-

- Empresas con tamaño pequeño, o muy pequeño, con las limitaciones que ello supone para la internacionalización: escasa capacidad técnica, financiera u organizativa.
- Baja concienciación de internacionalización. Solamente la crisis profunda sufrida en los últimos años ha empujado, en gran medida, a salir al exterior a numerosas empresas, pero careciendo de una conciencia previa de su necesidad estratégica.
- Excesiva concentración, con un porcentaje muy alto, en unos determinados productos respecto al total exportado
- Limitado tejido productivo de bienes, debido al gran peso que supone el sector servicios/turismo.
- Producto, en general, con escaso valor añadido, permitiendo que terceras empresas, extranjeras en algunos casos, aprovechen este margen de posible mas beneficio.
- Bajo número de marcas propias, lo que hace menos visible a las empresas y a la oportunidad de segmentar más la oferta.
- Escasa predisposición a colaboración interempresarial, lo que aboca a perdida de oportunidades de negocio, o limitar las que se hayan podido hacer, desaprovechando sinergias.
- Limitado manejo de fuentes de información y capacidad para el análisis e investigación de mercados de oportunidad.

FORTALEZAS .-

- Alta calidad de productos.
- Flexibilidad y adaptación a situaciones cambiantes: las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tiene entre sus grandes ventajas que al ser de menor su tamaño, tiene una mayor capacidad de adaptación ante escenarios cambiantes.
- Sectores como el agroalimentario está demostrando una alta capacidad de ofrecer productos diferenciados de mayor valor añadido.
- Existencia de un alto potencial exportador. Partiendo de los niveles bajo en los índices de exportación respecto al respecto al resto de España, y no digamos respecto a otros países europeos, existe un gran camino por recorrer en cuanto al crecimiento futuro de la actividad exportadora malaqueña.

•	Incorporación progresiva d hacia la internacionalizació	e equipos n.	directivos	con	mayor	preparació	n y motivaci	ión

ANÁLISIS EXTERNO

AMENAZAS .-

- La globalización como constante incremento de competidores externos (tanto en mercados nacionales como internacionales), especialmente de países emergentes.
- Inestabilidad política internacional y proliferación de zonas en crisis.
- Concentración de las exportaciones en mercados geográficamente cercanos y tradicionales: la Unión Europea (UE) sigue siendo el destino mayoritario de las exportaciones malagueñas y lo seguirán siendo por diversas razones: cercanía, alta capacidad adquisitiva, tradición, pero, igualmente, tienen un alto nivel de maduración y por tanto de saturación. Esta concentración de los destinos de nuestras exportaciones también aumenta nuestra dependencia a una única zona geográfica y no se diversifican adecuadamente los riesgos de una posible recesión en ese mercado.

OPORTUNIDADES.-

- La globalización, como elemento de reducción de barreras arancelarias y técnicas.
- Mayor concienciación de las instituciones y poderes públicos en el apoyo a la internacionalización de las empresas
- Nuevos tratados de libre comercio: la tendencia a firmar acuerdos entre países con otros países y/o zonas con políticas liberalizadoras en el ámbito el comercio internacional hace más factible la posibilidad de acceder a mercados exteriores.
- Nuevas tecnologías para la obtención de información y comercialización: el acelerado desarrollo, especialmente de las telecomunicaciones, está abriendo nuevas ventanas para la comercialización de productos y servicios, lo cual representa una gran oportunidad para las empresas que se adapten a los medios emergentes.

PROPUESTAS

El objetivo final del presente estudio, es el de obtener unas conclusiones y realizar unas propuestas que permitan mejorar y/o potenciar esta actividad en el conjunto de la provincia de Málaga, todo ello bajo las orientaciones y elementos incluidos en el documento de Estrategia Europea 2020 (crecimiento inteligente, sostenible e integrador).

Las propuestas que, en general, consideramos pueden potenciar la salida al exterior de las empresas, son las siguientes:

a) CONCIENCIACIÓN DE LAS POSIBILIDADES DE OPTAR POR LA INTERNACIONALIZACIÓN EN LAS EMPRESAS

Uno de los elementos originarios básicos en la escasa internacionalización de las empresas es la del desconocimiento, miedos,..., o la simple falta de concienciación de los directivos y/o propietarios en la toma de decisiones en este campo.

Actuaciones propuestas:

- Jornadas de especificas concienciación
- Introducción de materias sobre internacionaliación en Jornadas empresariales

b) FOMENTO DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL / INSTITUCIONAL

El tamaño de las empresas a la hora de optar por salir al exterior, condiciona aspectos de tipo: financiero, productivo, tecnológico, personal,...), para la PYME en general, y la micropyme en particular, pudiendo obtener beneficios y sinergias mediante la cooperación

- Fomentar la coordinación de las acciones entre instituciones, con puntos de encuentro en donde se coordine este tipo de actuaciones (ej.: GEIC)
- Fomentar la cooperación empresarial mediante la difusión de los formatos existentes para este fin (consorcios, etc...), así como de los beneficios de los mismos.
- Promover, por parte de las asociaciones sectoriales, encuentros y acciones encaminadas a encontrar puntos de colaboración en internacionalización
- Jornadas de puertas abiertas para un mejor conocimiento empresas-instituciones

c) APUESTA POR LA DIFERENCIACIÓN / SEGMENTACIÓN

El elevado nivel de competencia existente en los mercados internacionales, hace necesario el disponer de un productos / servicios con características propias que le diferencien de otros similares. En este apartado podemos incluir el hecho significativo de tener marca propia

Actuaciones propuestas:

- Jornadas informativas sobre esta necesidad
- Asesoramiento sobre el análisis de la cadena de valor de la empresa

d) APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS.

El hecho de partir con unos niveles muy bajos en el ámbito de la internacionalización, requiere de un esfuerzo continuado para incrementar el universo de empresas exportadoras, siendo necesario el apoyo externo, especialmente en las fases de inicio.

Actuaciones propuestas:

- Máxima difusión de los tipos de apoyo existentes en cada momento, ya sea por los propios medios de las instituciones (web,etc..), como en otro tipo de actuaciones
- Elaboración de Programas específicos para la internacionalización, especialmente en sus primeras fases (Xpande, Icexnext,...)
- Acompañamiento institucional en el proceso de internacionalización
- Propuesta de mejoras para la reducción de cargas administrativas

e) FOMENTO DE LA NUEVAS TECNOLOGIAS.

Las nuevas tecnologías son un elemento crucial en el desarrollo de la economía en su conjunto, y del comercio exterior en particular. Las telecomunicaciones, de manera especial, están abriendo nuevos caminos para aquellas empresas que evalúan la posibilidad de iniciar su andadura en el comercio internacional, o potenciarlo.

- Jornadas de especificas divulgación sobre la tipología y las aplicaciones existentes para cada caso
- Cursos/Seminarios formativos sobre su uso y forma de ser aplicado de manera específica por: sector, tipo de tecnología, etc...
- Uso de las nuevas tecnologías para acciones de prospectiva como de promoción
- Difusión apoyos existentes en el Programa 2020

f) DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS

Las oportunidades que ofrecen los mercados emergentes, frente a los destinos maduros tradicionales, con crecimientos importantes de segmentos de la población con alto nivel de compra, es una oportunidad que debe hacer reorientar a nuestras empresas a evaluar la posibilidades existentes para sus productos/servicios en dichos países.

Actuaciones propuestas:

- Jornadas sobre mercados emergentes
- Puntos informativos sobre estos mercados
- Encuentros B2B con Consejeros Comerciales o especialistas de cada mercado
- Elaboración de estudios de mercado

g) FOMENTO DE LA FORMACIÓN ESPECIALIZADA

La carencia de profesionales especializados en el ámbito de la internacionalización, trae consigo un importante déficit por parte de las empresas en todos aquellos conocimientos que incumben a esta actividad, siendo necesario el fomento de la formación en cuantas materias intervienen en este ámbito.

Actuaciones propuestas:

Masters/ Cursos /Seminarios formativos sobre esta materias especificas en C.
 Exterior

h) MAXIMA ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN

El conocimiento de la existencia y formas de acceso a mercados con potencialidad, es un elemento determinante en cualquier toma de decisión para exportar, y hacerlo con un mínimo de garantía de éxito. Fórmulas de uso y accesibilidad, permitirá una mejora en la propensión de las empresas a iniciarse en este campo, así como en las fases de consolidación.

- Jornadas de especificas sobre la importancia de la información en todo el proceso de internacionalización
- Formación / Información sobre "Inteligencia Competitiva". Posibilidad de crear un centro especializado.
- Cursos/Seminarios formativos sobre fuentes y como se puede obtener información
- Coordinación con entidades españolas en el exterior para obtener información sobre oportunidades de negocio
- Difusión apoyos existentes en el Programa 2020

i) CONCIENCIACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN

La dificultad añadida por el hecho de competir en los mercados exteriores, supone que la empresa requiere innovar ("creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado") para obtener ventajas estratégicas no solo por la novedad de los productos en sí, sino también por la capacidad de adaptarse a las características (normativa, gustos,...) de los mercados objetivo.

- Jornadas especificas sobre la importancia de la innovación
- Cursos/Seminarios formativos sobre estas materias y la internacionalización
- Difusión apoyos existentes en el Programa 2020