

LA DINÁMICA DE ENTRADA Y SALIDA EN MERCADOS MÁS COMPETITIVOS

SU IMPACTO EN EL PERIODO 1997-2005

SILVANO ESTEVE PÉREZ

VICENTE J. PALLARDÓ LÓPEZ

FRANCISCO REQUENA SILVENTE

Departamento de Economía Aplicada.
Universidad de Valencia

El impacto macroeconómico de la actividad exportadora como promotora del crecimiento económico a nivel de país ha sido corroborado empíricamente por numerosos trabajos (1). Más recientemente, la investigación sobre la relación entre actividad exportadora y resultados empresariales con datos a nivel de empresa confirma que las pequeñas empresas

que deciden exportar gozan de un mayor crecimiento y la probabilidad de que fracasen como negocio es significativamente menor que la de las compañías que no exportan (2).

La idea intuitiva de que exportar ayuda a las empresas a ser mejores ha estimulado la promoción de la actividad exportadora por parte de las autoridades públicas en los últimos años. Por ejemplo, con el eslogan «Exportar es crecer» el Programa PIPE (Plan Iniciación Promoción Exterior) tiene como objetivo promover la internacionalización de las *pymes* españolas con potencial exportador (3). Junto con el asesoramiento en el diseño de una estrategia de internacionalización, la otra herramienta básica de apoyo a las *pymes* es facilitar el acceso a la información sobre los mercados de exportación. Con ello se reduce uno de los costes potenciales de convertirse en exportador, esto es, la búsqueda y tratamiento de la información previa a la entrada en uno o varios mercados específicos.

Para garantizar el éxito de las políticas de iniciación y expansión de la actividad exportadora es fundamental conocer muy bien cómo las empresas comienzan exportando, en concreto adónde comienzan exportando, y luego cómo expanden su actividad, en particular cómo aumentan o reducen su cartera de destinos de exportación. Con el fin de examinar estas cuestiones este trabajo utiliza la base de datos de comercio exterior «Directorio de Empresas Españolas Exportadoras e Importadoras», elaborada por las Cámaras de Comercio/Agencia Tributaria, con información anual durante el periodo 1997-2005. El rasgo más distintivo de esta base de datos es que, además de proveer información sobre el estatus exportador o el volumen de exportaciones de cada empresa, también ofrece información detallada año a año sobre los productos exportados y los países de exportación.

La disponibilidad de información a nivel de empresa sobre las exportaciones por destino a lo largo de un

periodo largo de nueve años nos permite investigar nuevas dimensiones del proceso exportador tales como la distribución de las ventas por países de las empresas exportadoras; la frecuencia con que las empresas ajustan su cartera de mercados de exportación; y, finalmente, el patrón de entrada y salida de destinos de exportación.

El esquema del trabajo se detalla a continuación. En el segundo apartado se revisan algunos trabajos recientes sobre el tema para contextualizar nuestra investigación. La base de datos se describe en el tercero y se presentan algunos descriptivos relacionados con los mercados de exportación (número medio de destinos por empresa, número de empresas por destino, ranking de destinos, frecuencia de entrada y salida). El cuarto apartado examina los cambios en el tiempo en la cartera de destinos de exportación de las empresas con el fin de conocer si existe una distribución de mercados de exportación estable en el largo plazo. El quinto apartado analiza el patrón de entrada y salida de los mercados de exportación con el doble objetivo de verificar, primero, si los costes hundidos asociados a exportar son iguales entre las empresas que empiezan a exportar y las empresas exportadoras regulares que cambian su cartera de destinos, y segundo, conocer si existe una "jerarquía de destinos" de exportación. El último apartado presenta las conclusiones del trabajo y elabora recomendaciones relacionadas con las políticas de promoción de exportaciones.

LITERATURA PREVIA

En los últimos años los trabajos empíricos que utilizan datos de empresas están ayudando a entender mejor las cuestiones relacionadas con el comercio internacional. La mayoría de empresas centra su actividad en el mercado doméstico y nunca intenta exportar. Entre aquellas empresas que exportan, las que lo hacen dos años consecutivos raramente dejan de exportar a partir el tercero. Esta alta persistencia en el estatus exportador sugiere que existen barreras importantes a la entrada en los mercados internacionales que impiden que todas las empresas exporten, de modo que sólo las empresas más productivas son capaces de afrontar con éxito la entrada.

El trabajo seminal de Roberts y Tybout (1997) investiga la decisión de exportar utilizando una muestra de 650 empresas colombianas en la década de los ochenta, encontrando una elevadísima persistencia en el estatus exportador después de controlar por las características de las empresas. La probabilidad de exportar después de no haberlo hecho durante dos

años es la misma que si la empresa nunca hubiera exportado. Trabajos posteriores para otros países, como Bernard y Jensen (2004a) para Estados Unidos, Bernard y Wagner (2001) para Alemania y Máñez et al. (2008) para España, obtienen resultados similares. Los autores interpretan este resultado como evidencia de elevados costes irreversibles asociados a la actividad exportadora, entre los que cabe citar los costes asociados a búsqueda y tratamiento de información tanto genérica como específica sobre los mercados de exportación potenciales, costes de establecimiento de redes comerciales o de distribución, costes de marketing y cambio en el producto para que resulte atractivo a los compradores extranjeros.

Hasta el momento la mayoría de trabajos ha analizado la decisión de exportar, sin tener en cuenta que las empresas pueden exportar a múltiples destinos geográficos al mismo tiempo. La literatura que investiga los destinos de exportación es muy escasa.

Con datos agregados, Evenett y Venables (2002) descomponen el crecimiento de las exportaciones de 24 países en vías de desarrollo por producto y por mercado de destino entre 1970 y 1992. Los autores calculan que la contribución al crecimiento de las exportaciones totales de un producto al venderse a un nuevo mercado geográfico es en promedio de un 33%; mientras que la contribución de un nuevo producto es en promedio de un 10%.

Los autores también observan que la entrada a un nuevo mercado se ajusta bastante bien a un modelo gravitacional en el sentido que el nuevo mercado tiende a ser adyacente a un mercado al que ya exportaba el país anteriormente. Los autores interpretan la importancia de la distancia como factor explicativo de la diversificación de la cartera de exportaciones de un país como un reflejo del proceso gradual de adquisición de la información necesaria por parte de las empresas exportadoras sobre mercados potenciales de exportación.

La disponibilidad de datos micro-económicos sobre destinos de exportación de las empresas ha permitido explorar nuevas cuestiones. Eaton et al. (2004) emplean el censo de empresas francesas de 1986 y encuentran que la mayoría de empresas sólo vende en el mercado doméstico y, entre las empresas exportadoras, la mayoría sólo exporta a un país. Bernard et al. (2007) corroboran esta evidencia para Estados Unidos con datos del censo de empresas norteamericanas de 2000.

Ruane y Sutherland (2005) comparan la productividad de las empresas irlandesas que exportan sólo al Reino Unido frente a otras exportadoras que venden

a terceros países. Wagner (2007) hace lo mismo para empresas alemanas que exportan sólo a la zona Euro y empresas alemanas que exportan dentro y fuera de la zona euro. Los resultados en ambos trabajos indican que las empresas exportadoras que venden a mercados más alejados geográficamente tienen una mayor productividad que las empresas que venden en mercados más próximos. Con datos de empresas que empiezan a exportar en Eslovenia y Colombia, Trofimenko (2005) y De Loecker (2007), respectivamente, observan que exportar a países con un alto nivel de desarrollo económico genera mayores ganancias de productividad que exportar a países de bajo desarrollo económico.

Lawless (2006) observa una elevada movilidad de entrada y salida de los mercados de exportación entre las empresas exportadoras con datos de una encuesta a 850 empresas irlandesas en el periodo 2001-2002. En concreto, más de un 30 % de empresas exportadoras modifican su cartera de destinos, normalmente entrando o abandonando un mercado adicional. Lawless (2007) extiende el periodo hasta 2004 e investiga la dinámica de entrada y salida en los mercados de exportación y su contribución al crecimiento de las exportaciones totales. Los resultados corroboran que la contribución al crecimiento de las exportaciones totales de los nuevos exportadores es muy pequeña. Sin embargo, la contribución de las exportaciones netas asociadas a la entrada y salida de nuevos mercados realizadas por empresas exportadoras regulares es importante (hasta un 5% medio anual del crecimiento de las exportaciones totales de Irlanda).

Para España, Alonso y Donoso (1997, 2000) analizan las estrategias de internacionalización de las empresas españolas con datos de encuesta obtenidos para el año 1992 y 1997. Los autores dividen el mercado de exportación en siete grandes áreas geográficas y encuentran una relación positiva entre tamaño de empresa y cobertura de mercado. Castillo y Requena (2003) utiliza el censo de empresas manufactureras exportadoras en 1988 para investigar la relación entre internacionalización y optimización de la cartera de destinos de exportación (por países). Los autores observan que el número de países y el grado de heterogeneidad de los destinos aumentan con la propensión exportadora de las empresas hasta un máximo, el cual es específico a la industria analizada.

DATOS Y EVIDENCIA PRELIMINAR

El análisis de la cartera de destinos geográficos de las exportaciones de las empresas españolas se ha

elaborado utilizando la base de datos de comercio exterior «Directorio de Empresas Españolas Importadoras y Exportadoras» (en adelante la llamaremos Directorio).

Las Cámaras de Comercio españolas, en colaboración con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT), han desarrollado este Directorio de empresas con operaciones de comercio exterior en Internet. El objetivo del Directorio es proporcionar un conocimiento preciso de las empresas españolas exportadoras e importadoras, productos comercializados por cada una de ellas y países donde llevan a cabo sus intercambios, con el objeto de promover internacionalmente el negocio de las empresas. La base de datos es de libre acceso a través de la dirección www.camaras.org.

El Directorio consta de un total de 10508 empresas exportadoras registradas durante el periodo 1997-2005. Comparado con los datos publicados en «La Empresa Exportadora Española» (Cámaras de Comercio de España, varios años), el Directorio contiene cada año en promedio el 12,0% de todas las empresas exportadoras y el 21,7% de las empresas exportadoras regulares (Apéndice Cuadro A.1) y ofrece un listado completo de todos los países a los que las empresas venden sus productos. Comparado con los datos publicados en «La Empresa Exportadora Española», el ranking de países por número de empresas exportadoras es muy parecido, siendo la correlación de rango de 0,971 (Apéndice Cuadro A.2).

La base de datos del Directorio contiene información para cada empresa sobre el volumen de ventas en el exterior, los países a los que la empresa exporta cada año, los productos que exporta (desagregado a 5 dígitos de la Nomenclatura Combinada y cuatro dígitos CNAE) así como la ubicación geográfica de la empresa. La principal limitación de esta base de datos es la ausencia de información sobre características de las empresas tales como número de trabajadores, ventas totales o la actividad industrial que realiza. Esto imposibilita realizar un análisis de las características de las empresas exportadoras según el destino de exportaciones.

Una característica interesante del Directorio es que contiene un gran número de empresas que no son exportadoras regulares, esto es, no siempre exportan a lo largo del periodo 1997-2005. El número de empresas que exportan todos los años (exportadores regulares) durante el periodo 1997-2005 es 5.198, esto es, el 49,5% de la muestra. La otra mitad son empresas que empiezan a exportar después de 1997 y continúan exportando ininterrumpidamente hasta 2005 (1.848, 17,6%), empiezan a exportar y

CUADRO 1
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR NÚMERO DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN
Y VOLUMEN DE EXPORTACIÓN

PANEL A. Todas las empresas	1997				2005			
	Todas las empresas	Por volumen de exportación (miles euros)			Todas las empresas	Por volumen de exportación (miles euros)		
		<100	[100-1000]	>1000		<100	[100-1000]	>1000
Número de empresas	6838	2710	2267	1861	8557	3279	2657	2621
Número de mercados (media)	7,20	1,46	5,54	17,59	7,64	1,47	6,03	18,30
Número de mercados (mediana)	2	1	3	13	4	1	4	13
% exportando a 1 país	0,41	0,80	0,26	0,04	0,40	0,79	0,27	0,05
% exportando a 2-5 países	0,25	0,18	0,39	0,17	0,24	0,19	0,36	0,17
% exportando a 6-10 países	0,12	0,02	0,19	0,19	0,13	0,02	0,19	0,19
% exportando a 11-25 países	0,15	0,00	0,14	0,37	0,15	0,00	0,16	0,33
% exportando a >25 países	0,07	0,00	0,01	0,23	0,08	0,00	0,02	0,25

PANEL B. Empresas exportadoras regulares	1997				2005			
	Todas las empresas	Por volumen de exportación (miles euros)			Todas las empresas	Por volumen de exportación (miles euros)		
		<100	[100-1000]	>1000		<100	[100-1000]	>1000
Número de empresas	5198	1538	1920	1740	5198	1244	1778	2176
Número de mercados (media)	8,73	1,65	5,96	18,03	10,87	1,72	6,81	19,43
Número de mercados (mediana)	4	1	4	14	5	1	5	14
% exportando a 1 país	0,32	0,75	0,23	0,04	0,27	0,72	0,24	0,04
% exportando a 2-5 países	0,26	0,21	0,38	0,16	0,23	0,24	0,33	0,15
% exportando a 6-10 países	0,15	0,04	0,21	0,19	0,16	0,04	0,22	0,18
% exportando a 11-25 países	0,18	0,00	0,16	0,37	0,21	0,00	0,19	0,36
% exportando a >25 países	0,09	0,00	0,02	0,24	0,12	0,00	0,02	0,27

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

dejan de exportar entre 1997 y 2005 (978, 9,3%), exportaban en 1997 y dejan de exportar (443, 4,2%), o interrumpen en uno o más años su actividad exportadora (2.041, 19,4%) durante 1997-2005.

Antes de explotar la dimensión temporal de la base de datos, presentamos algunos resultados de corte transversal con el fin de caracterizar los rasgos principales de la actividad exportadora de las empresas españolas. El cuadro 1 describe la distribución del número medio de mercados de exportación por empresa en los años 1997 y 2005 según el volumen de exportación. Los cálculos se realizan para dos muestras distintas. El panel A incluye todas las empresas del Directorio. El panel B incluye las empresas que regularmente han exportado entre 1997 y 2005.

En primer lugar, destaca el hecho de que la mayoría de empresas exportadoras españolas exporta a un país (4). Centrándonos en el Panel A, el número medio de destinos de exportación por empresa fue 7,2 en 1997 y 7,6 en 2005; la mediana de la distribución fue 2 en 1997 y 4 en 2005. Por lo tanto, la dis-

tribución está muy sesgada hacia la izquierda. Más del 40% de las empresas exportadoras lo hace a un solo mercado y otro 25% lo hace a entre dos y cinco mercados. Un 22% de las empresas venden en más de 10 mercados y solamente entre el 7-8% lo hace en más de 25 destinos. Este resultado está en la línea del obtenido en otros estudios empíricos que encuentran que la mayoría de empresas exporta a uno o dos destinos (5).

En segundo lugar, el número de destinos de exportación aumenta con el volumen de exportación. Considerando todas las empresas de la muestra (Panel A) el número medio de países que componen la cartera de exportación es 7. Entre las empresas que exportan menos de cien mil euros, el número de países es entre 1 y 2, aumenta hasta 6 entre las empresas que exportan entre cien mil y un millón de euros y finalmente se dispara hasta 18 países de media entre las empresas que exportan más de un millón de euros. Los resultados son muy similares cuando se limita el análisis a las empresas que regularmente han exportado entre 1997 y 2005 (Panel B).

CUADRO 2
MATRIZ DE TRANSICIÓN. TODAS LAS EMPRESAS (N=10508)

	Número de países en t-1								
	0	1	2	3	4	5	6-10	11-25	>25
6 o más países	0,00	0,00	0,02	0,03	0,03	0,04	0,04	0,08	0,14
+5 países	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03	0,05
+4 países	0,01	0,01	0,02	0,03	0,02	0,02	0,04	0,05	0,05
+3 países	0,01	0,01	0,03	0,04	0,05	0,06	0,06	0,07	0,07
+2 países	0,03	0,03	0,08	0,09	0,10	0,09	0,10	0,09	0,07
+1 países	0,27	0,08	0,17	0,18	0,15	0,16	0,14	0,11	0,08
No cambio	0,67	0,72	0,31	0,25	0,24	0,22	0,16	0,13	0,09
-1 países	0,00	0,14	0,29	0,20	0,18	0,17	0,15	0,12	0,09
-2 países	0,00	0,00	0,06	0,16	0,11	0,12	0,12	0,10	0,08
-3 países	0,00	0,00	0,00	0,03	0,08	0,06	0,07	0,08	0,07
-4 países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,04	0,04	0,05	0,05
-5 países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,03	0,03	0,04
-6 o más países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,06	0,12
TOTAL ENTRADAS	0,33	0,14	0,33	0,37	0,37	0,38	0,40	0,43	0,47
TOTAL SALIDAS	0,00	0,14	0,35	0,39	0,39	0,40	0,43	0,44	0,45

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

Independientemente del año y del tipo de empresas (todas o sólo las regulares), el análisis de contingencia rechaza la hipótesis nula de independencia entre el volumen de exportación y el número de destinos de exportación, de modo que existe una relación positiva entre el volumen de exportación y el número de países en la cartera de exportaciones de las empresas.

MOVILIDAD TEMPORAL DE LA CARTERA DE MERCADOS DE LA EMPRESA EXPORTADORA †

La dimensión temporal de nuestra base de datos permite examinar el proceso individual de entrada y salida en cada mercado de exportación –por ejemplo podemos calcular la frecuencia con que las empresas pasan de a o de a mercados– así como las fuerzas que determinan la forma de la distribución.

El cuadro 2 ofrece una descripción de la matriz de probabilidades de transición para todas las empresas de la muestra, medidas como cambios en la cobertura de mercado en el período $t+1$ según en el número de países a los que se exportaba en el período t . Las probabilidades se calculan como las medias de los movimientos observados durante los nueve años disponibles. Dado que la entrada o salida de más de 6 mercados entre dos períodos es poco frecuente, agrupamos en una sola categoría las variaciones de más de 6 mercados y de menos de 6 mercados.

Entre las empresas que no exportaban, la tendencia es a seguir no exportando (67%) y cuando empie-

zan a exportar la gran mayoría lo hace a un solo país (27%). Entre las empresas que exportan a un solo país, el 72% sigue exportando a un solo país al año siguiente (en la mayoría de casos al mismo país). Entre las empresas que exportan a un solo país y al año siguiente modifican su cartera de destinos, existe la misma probabilidad de dejar de exportar que de aumentar el número de países de exportación. En este segundo caso, la tendencia es a aumentar en un solo país la cartera de destinos. Entre las empresas que tienen un número reducido de países en su cartera de destinos (entre dos y cinco) el patrón de conducta más frecuente es reducir en uno el número de países al que exportan al año siguiente.

La persistencia en el número de países que forma la cartera de exportación es muy alta cuando las empresas exportan a pocos países, y la probabilidad de mantener el número de destinos en $t+1$ se reduce con el número de destinos de la empresa en t .

Los dos últimas filas del cuadro 2 revelan que a medida que el número de países que forma la cartera de exportación de una empresa va aumentando, la rotación empresarial (entrada en y salida de destinos de exportación) aumenta significativamente. Cuando una empresa ha superado el número crítico de dos países de exportación, es más probable que al año siguiente haya cambiado el número de países en vez de mantener ese número de países. Junto con la caída en la persistencia a medida que aumenta el tamaño de la cartera de destinos de exportación, la probabilidad de salida de los mercados aumenta más rápidamente que la probabilidad

CUADRO 3
MATRIZ DE TRASICIÓN. EMPRESAS EXPORTADORAS REGULARES (N=5198)

	Número de países en t-1							
	1	2	3	4	5	6-10	11-25	>25
6 o más países	0,00	0,02	0,02	0,03	0,03	0,04	0,07	0,14
+5 países	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,03	0,03	0,05
+4 países	0,01	0,02	0,03	0,03	0,03	0,04	0,05	0,05
+3 países	0,02	0,04	0,05	0,05	0,06	0,06	0,07	0,07
+2 países	0,04	0,08	0,09	0,11	0,09	0,10	0,09	0,07
+1 países	0,10	0,18	0,18	0,16	0,17	0,15	0,11	0,08
No cambio	0,82	0,34	0,27	0,26	0,22	0,17	0,13	0,09
-1 países	0,00	0,31	0,21	0,18	0,19	0,16	0,12	0,09
-2 países	0,00	0,00	0,15	0,11	0,12	0,12	0,10	0,08
-3 países	0,00	0,00	0,00	0,07	0,05	0,07	0,08	0,07
-4 países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04	0,03	0,05	0,05
-5 países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,03	0,05
-6 o más países	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,05	0,11
TOTAL ENTRADAS	0,18	0,35	0,38	0,40	0,39	0,41	0,43	0,47
TOTAL SALIDAS	0,00	0,31	0,35	0,35	0,39	0,42	0,44	0,45

Nota: una empresa es exportadora regular cuando exporta cada año entre 1197 y 2005.

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

de entrada, con la excepción de aquellas empresas que exportan a más de 25 mercados. Este resultado sugiere la existencia de convergencia hacia una distribución estable del número de destinos en el largo plazo.

Los resultados del cuadro 3, para exportadores regulares, se encuentran en la línea del cuadro 2, aunque con algunas diferencias. Primero, a pesar de que existe una elevada persistencia entre los exportadores regulares a un único destino (82%), esta persistencia se reduce drásticamente cuando las empresas exportan al menos a dos países (se pasa del 82% al 34%). Segundo, entre las empresas exportadoras regulares la tendencia es a aumentar la cartera de destinos, al menos hasta que se alcanzan cinco países. A partir de seis países el patrón está menos claro. De nuevo esto puede interpretarse como una indicación de que existe una distribución estable en el número de destinos hacia el que convergen las empresas en el largo plazo.

DINÁMICA DE ENTRADA Y SALIDA POR MERCADOS DE EXPORTACIÓN ‡

En la sección anterior hemos examinado la composición de la cartera de destinos de las empresas exportadoras, independientemente del destino. En esta sección vamos a analizar la dinámica de entrada y salida en cada mercado de exportación específico con un doble objetivo. Primero, examinaremos la naturaleza de los costes hundidos asociados a la

actividad exportadora. En concreto, buscamos evidencia para contrastar la hipótesis de que los costes de empezar a exportar son mayores que los costes de alterar la cartera de destinos de exportación una vez la empresa ya ha exportado antes. Segundo, queremos contrastar empíricamente la hipótesis sobre la existencia de «una jerarquía de países de exportación» tal y como propone el trabajo reciente de Eaton *et al.* (2005).

Entrada, salida y costes hundidos †

La evidencia empírica sobre la decisión de exportar muestra una considerable persistencia en el estatus exportador a lo largo del tiempo. Para España y con datos de la ESEE, Máñez *et al.* (2008) observan una tasa media anual de nuevos exportadores de 4,3% durante el periodo 1991-2001 y una tasa media anual de abandono del mercado de exportación de un 2,5% en el mismo periodo (6). Utilizando los datos del Directorio, entre las empresas exportadoras también se observa una baja proporción de entrantes y salientes durante el periodo 1997-2005. La tasa media anual de nuevos exportadores es 7,4% y la tasa media anual de empresas que dejan de exportar es 5,4%.

En claro contraste con la persistencia en el estatus exportador de las empresas españolas, el Cuadro 4 muestra que la composición de la cartera de destinos de las empresas exportadoras se comporta de un modo mucho más dinámico. Un altísimo porcen-

CUADRO 4
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS SEGÚN EL CAMBIO DE *STATUS* EXPORTADOR
Y SEGÚN EL CAMBIO DEL NÚMERO DE PAÍSES DE LA CARTERA DE EXPORTACIÓN

Estatus*	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05
No exportan	2900	2567	1980	1318	807	781	1006	1243
Entrantes	770	927	1024	1094	1000	524	432	482
Salientes	594	437	432	489	498	657	719	708
Exportaciones regulares	6244	6577	7072	7607	8203	8546	8351	8075
Porcentaje de empresas								
No exportador	27,6	24,4	18,8	12,5	7,7	7,4	9,6	11,8
Entrantes	7,3	8,8	9,7	10,4	9,5	5,0	4,1	4,6
Salientes	5,7	4,2	4,1	4,7	4,7	6,3	6,8	6,7
Exportación regular	59,4	62,6	67,3	72,4	78,1	81,3	79,5	76,8
Cobertura de mercados**								
Aumento de países	9,4	11,4	13,2	11,8	13,1	9,6	9,8	8,8
Reducción de países	10,0	8,4	7,8	8,5	6,7	9,9	9,3	10,6
Con entrada y salida simultánea								
– Entradas igual a salidas	15,7	16,1	15,8	16,3	15,9	18,8	16,4	15,9
– Con aumento neto de países	18,1	20,5	22,8	20,5	25,5	17,0	20,1	17,8
– Con reducción neta de países	20,0	15,8	12,8	14,9	12,4	18,2	17,9	20,0
Sin cambio	26,8	27,8	27,6	28,0	26,4	26,5	26,5	26,9

* Porcentaje calculado sobre el total de empresas de la muestra (10508)

** Porcentaje calculado sobre total de empresas que exportan ambos años.

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

taje de empresas exportadoras aumenta o disminuye la cartera de destinos cada año. En promedio cada año, el 73% de las empresas modifica la cartera de países de exportación. Más en detalle, el 10,9% de las empresas exportadoras incrementa el número de destinos de exportación, mientras que otro 8,9% lo disminuye. Adicionalmente, el 53,2% de las empresas de la muestra entra en unos mercados y sale de otros en el mismo año. De esas empresas, el 20,3% tienen un incremento neto en el número de mercados y el 16,5% tienen una disminución neta. El resto de empresas mantiene el número de destinos, entrando y saliendo del mismo número de destinos.

El cuadro 5 presenta la distribución de empresas en cada mercado de exportación y los niveles de entrada y salida en promedio cada año. Portugal y Francia compiten como la opción preferida de los exportadores españoles en el periodo 1997-2005. Ambos países comparten frontera con España, son miembros de la Unión Europea y han sido tradicionalmente el destino preferente de las exportaciones españolas. Con casi 3000 exportadores en cada mercado, estos dos destinos concentran más del 50% de los exportadores regulares. Le siguen un grupo de cuatro países, Alemania, Italia, Reino Unido y Estados Unidos, que en promedio reciben cada año los productos de más de 2000 empresas españolas. El resto de países de la UE15 están entre los 30

primeros países del ranking. Por último hay que destacar las posiciones de tres países no miembros en la UE como son Suiza, México y Marruecos en el ranking de principales países de exportación.

Un rasgo interesante del cuadro 5 es la elevada rotación (es decir, entrada en y salida de) en los mercados de exportación. Esto es un indicador de elevada heterogeneidad entre empresas, con unas empresas entrando y otras saliendo cada año en cada uno de los destinos de exportación. No obstante, cabe destacar ciertas regularidades:

Primero, las tasas de entrada y salida parecen aumentar con el stock de empresas que ya están exportando a ese país. La correlación entre el número de entrantes y el número de exportadores regulares es 0,92 y la correlación entre el número de salientes y el número de exportadores regulares es 0,86.

Segundo, el número de entrantes y salientes es alto comparado con el número de empresas que exportan cada año a cada mercado de exportación. Así, las tasas de entrada y salida bruta son sustancialmente superiores a las correspondientes tasas netas.

Tercero, Francia y Portugal se encuentran entre los países que tienen las tasas de entrada y salida más bajas, lo que podría venir explicado por el hecho de

CUADRO 5
NÚMERO DE EXPORTADORES, ENTRADAS Y SALIDAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN
PROMEDIO ANUAL 1997-2005

País	Empresas	Entradas	Salidas	País	Empresas	Entradas	Salidas
Portugal	2950	401	295	Australia	659	182	154
Francia	2943	436	315	Hungría	646	210	151
Alemania	2274	371	292	Rusia	623	290	232
Italia	2202	444	338	R. Dominicana	622	207	177
Reino Unido	2085	366	282	Colombia	614	187	176
Estados Unidos	2001	496	409	Arabia Saudi	591	201	181
Bélgica	1622	321	261	Sudáfrica	575	168	147
Países Bajos	1608	320	259	Argelia	567	213	159
Suiza	1416	405	328	Túnez	550	176	141
México	1334	378	278	China	546	231	167
Marruecos	1231	359	275	Chipre	526	168	149
Grecia	1168	255	180	Singapur	524	158	153
Suecia	918	205	164	Taiwán	523	164	158
Austria	913	226	183	Líbano	502	161	147
Polonia	904	265	188	Perú	472	149	137
Dinamarca	895	218	181	Rep. Corea	464	160	144
Chile	886	242	243	Egipto	462	159	154
Israel	862	226	222	Uruguay	443	131	150
Japón	833	225	204	Malta	411	133	109
Argentina	830	232	262	Cuba	392	139	124
Turquía	767	231	194	India	390	152	110
Irlanda	753	204	150	Panama	381	143	122
Rep. Checa	744	237	169	Ecuador	372	130	114
EAU	725	224	188	Kuwait	370	133	118
Brasil	720	209	210	Costa Rica	353	111	93
Noruega	698	192	160	Romania	342	147	84
Venezuela	690	231	226	Bulgaria	341	136	77
Hong Kong	680	206	201	Tailandia	325	109	96
Finlandia	673	161	129	Eslovenia	323	120	87
Canadá	670	217	182	Jordania	288	116	103

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

que la mayoría de exportadores regulares está vendiendo en Francia y Portugal. A medida que nos desplazamos hacia mercados menos populares las diferencias entre la tasa de entrada y la tasa de salida bruta tienden a aumentar.

La cuarta regularidad en los datos es que las tasas de entrada y salida entre los países que podríamos calificar de «menos populares» son muy dispares, en el sentido de ser muy altas para unos países y muy bajas para otros países. Una posible interpretación es que resulta cada vez más difícil evaluar la probabilidad de éxito en estos mercados «de baja popularidad» por parte de las empresas ya que la información disponible es cada vez menor o de peor calidad y credibilidad. Asimismo, también podría ocurrir que las condiciones de esos destinos son más volátiles.

Relacionado con la existencia de costes hundidos asociados a la exportación, la elevada heterogenei-

dad entre empresas, con unas entrando y otras saliendo en cada mercado de exportación, es consistente con la idea de que los costes iniciales asociados a convertirse en exportador son mucho mayores que los costes de modificar la cartera de destinos de exportación.

¿Existe una «jerarquía de destinos»? ↓

A continuación analizamos si existe una jerarquía de destinos de exportación, de modo que es más probable que cuando una empresa aumente su cartera de destinos, comience exportando a los que se encuentran entre los «más preferidos» del ranking y no entre aquellos que forman el grupo de mercados «menos preferidos». Eaton *et al.* (2005) sugieren un simple mecanismo que genera una jerarquía de destinos a partir de un modelo donde el factor que diferencia a las empresas exportadoras es la pro-

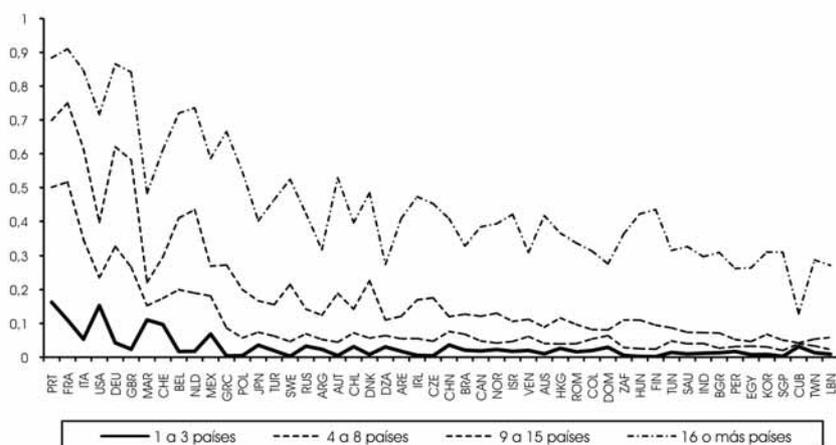


GRÁFICO 1
PORCENTAJE DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR PREFERENCIA DE DESTINO RANKING DE LOS PRIMEROS 50 DESTINOS. AÑO 2005

Nota: En el eje de abscisas aparecen los países por orden de preferencia según el Censo de empresas Exportadoras del año 2005 (Cámaras de Comercio, 2006)

FUENTE:
 Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

ductividad, de modo que cada empresa tiene un coste unitario diferente. Si los costes de entrada son diferentes para cada mercado (e idénticos para todos los entrantes), la diferencia en costes unitarios entre empresas llevará a que unas empresas entren en el mercado y otras no lo hagan.

En concreto, cada mercado tendrá un umbral de entrada, es decir existirá un coste mínimo de entrada mercado-específico y solamente las empresas lo suficientemente eficientes podrán entrar en ciertos mercados. Lógicamente, si una empresa puede entrar en un mercado de exportación *i*, entonces por definición también lo podrá hacer en cualquier otro mercado cuyo coste de entrada sea inferior al del mercado *i*. La hipótesis de una jerarquía de países de exportación se verifica si los países pueden ser estrictamente ordenados de acuerdo con los factores que actúan como barreras al comercio, de modo que las empresas exportarán primero al mercado más popular, y si después añaden un nuevo mercado, éste será el segundo mercado más popular del ranking, y así sucesivamente.

Eaton *et al.* (2005) observan que el ranking de países de exportación de las empresas francesas en 1986 se desvía de forma considerable de la jerarquía estricta que propone su modelo teórico, y en otro trabajo con empresas irlandesas, Lawless (2007) también observa que no hay un ranking riguroso de países de exportación.

En el caso de las empresas exportadoras españolas, se aprecia cierta evidencia que apoya la existencia de una secuencia de destinos de exportación, aunque como en los trabajos citados no existe una jerarquía estricta de destinos. Esto puede verse dividiendo las empresas en cuatro grupos según el número

de países a los que exportan (de 1 a 3 mercados, de 4 a 8 mercados, de 9 a 15 mercados y 16 o más mercados). A continuación ordenamos los países según el número de empresas que exportan a cada uno de ellos. Para cada grupo de empresas, la proporción de empresas exportando a cada mercado se representa en el gráfico 1.

El país que ocupa la primera posición en el ranking de mercados ("el más popular") es Portugal, seguido de Francia. Casi el 46,9% de las empresas españolas que exportaron en 2005 incluían como uno de los países de destino a Portugal, y un 46,3% incluían a Francia. Sin embargo, menos del 16% de las empresas que exportan a tres o menos países lo hacían a Portugal, mientras que casi el 90% de las empresas con más de 16 destinos, el 70% de las empresas entre 8 y 15 destinos y el 50% de las empresas entre 4 y 8 destinos incluyeron a Portugal en su cartera de países de exportación. El segundo país en el ranking total es Francia, siendo elegido por el 91% de las empresas con más de 16 mercados, el 70% de las empresas que tienen entre 8 y 15 mercados y el 50% de las empresas que tienen entre 4 y 8 mercados. Mientras que Portugal ocupa la primera posición en el ranking para el conjunto de todas las empresas, la primera opción de las empresas que exportan a más de tres mercados es Francia.

El gráfico 1 muestra cómo las líneas que representan a cada grupo de empresas no se cortan, lo que podría interpretarse como una primera evidencia de que existe una jerarquía de destinos en el sentido de que las empresas sólo exportan a destinos menos populares después de estar en destinos más populares, aunque no necesariamente esta jerarquía es la misma para todas las empresas. Detrás de la

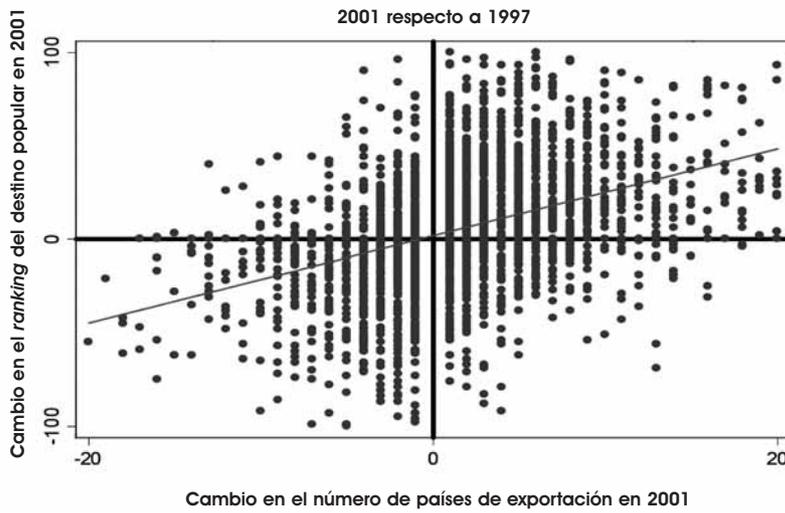
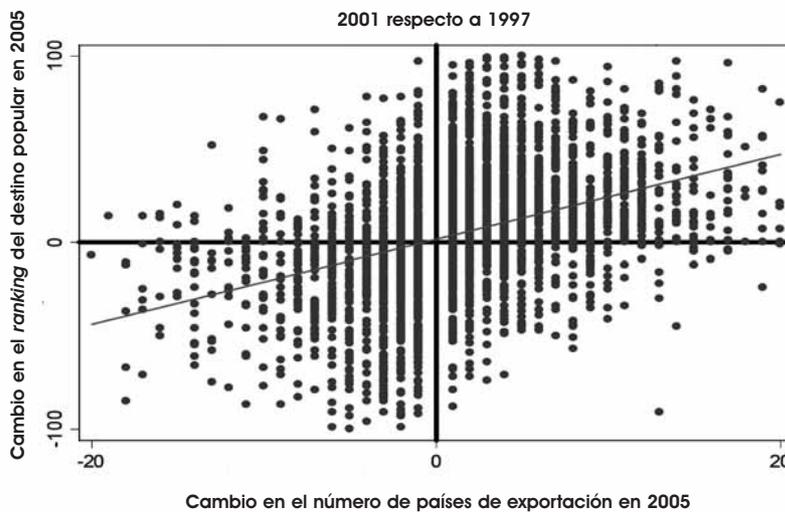


GRÁFICO 2

ENTRADA, SALIDA Y CAMBIO
EN EL RANKING DE DESTINOS



FUENTE:
Elaboración propia a partir de los datos del Directorio.

ausencia de una jerarquía única para todas las empresas podría encontrarse el hecho de que las preferencias por los productos españoles en cada uno de los países de exportación no sea la misma. Otra explicación sería que las barreras al comercio que aplican los países no son las mismas para todos los productos.

La dimensión temporal de nuestra base de datos nos permite evaluar la existencia de una jerarquía de mercados de exportación analizando directamente los cambios en la composición de la cartera de destinos de exportación de las empresas. Para ello, nos hacemos dos preguntas. Primero, cuando una empresa expande su cartera de destinos ¿tiende a incluir de forma sistemática destinos cada vez «menos populares»? Segundo, cuando una empre-

sa reduce su cartera de destinos, ¿tiende a excluir de forma sistemática destinos que son cada vez «menos populares»?

Para llevar a cabo este ejercicio los mercados de exportación se han ordenado de 1 a 100, siendo 1 el mercado más popular (Portugal) y 100 el menos popular (Líbano). De ese modo podemos identificar en cada año para cada empresa el destino de exportación con menor ranking. Si existe una jerarquía de destinos, deberíamos de esperar que cuando una empresa decida entrar en un nuevo mercado la entrada se produzca en un mercado «menos popular» comparado con los que ya está vendiendo. Del mismo modo, las empresas que abandonan un mercado de exportación saldrán primero de los mercados «menos populares».

Este contraste es menos fuerte que otros que proponen un patrón de entrada o de salida estricto siguiendo un orden tal que si una empresa está en el mercado k el siguiente mercado al que debería de entrar es el mercado $k+1$ en el ranking de mercados de exportación. Sin embargo, permite validar la hipótesis de la existencia de un «orden» en el proceso de entrada y salida de los mercados de exportación. Así pues, aunque el patrón de entrada o de salida no sea estrictamente el mismo para todas las empresas, sí que existe un ranking de destinos, de modo que las empresas exportan primero a los mercados situados en las primeras posiciones del ranking para luego exportar a mercados situados en posiciones inferiores (y viceversa para las empresas que salen de los mercados de exportación).

El gráfico 2 ilustra el cambio en el ranking del mercado previo «menos popular» en ese año después de un cambio en la cobertura de mercado en el año 2001 respecto a 1997 y en el año 2005 respecto a 2001. La evidencia muestra que se cumple la hipótesis de un ranking de destinos ya que la tendencia es a que las empresas que expanden su número de destinos de exportación tienden a hacerlo hacia los mercados «menos populares» (cuadrante superior-derecho) y las empresas que disminuyen su número de destinos de exportación tienden a abandonar primero los mercados «menos populares» (cuadrante inferior-izquierda). A pesar de que existe una correlación positiva entre cambio en el número de destinos y el cambio en el ranking del destino menos popular, todavía hay una proporción muy elevada de empresas para las que esta relación se invierte. En el gráfico 2, la línea de regresión tiene pendiente positiva pero su pendiente es inferior a los 45 grados. Por lo tanto la evidencia a favor de esta hipótesis es débil.

Podemos concluir que hay una cierta evidencia a favor de una jerarquía de destinos, pero es débil. Esto es debido a la existencia de heterogeneidad no solo entre empresas sino también en productos y mercados, lo que puede atribuirse, entre otros factores, a diferencias en las preferencias hacia los productos españoles o al tipo de barreras a la entrada existentes en cada país de destino.

CONCLUSIONES

Este trabajo analiza la cartera de destinos de exportación de las empresas españolas en el período 1997-2005, y también examina la dinámica de entrada y salida de los destinos de exportación. Los resultados sugieren la existencia de una serie de regularidades en el comportamiento exportador de las empresas españolas que relacionamos con los

modelos teóricos existentes, y que nos permite obtener recomendaciones de política de promoción de las exportaciones.

En primer lugar, la rotación en los distintos mercados de exportación a nivel de empresa es muy superior a la rotación en su estatus exportador. Por lo tanto, la alta persistencia en el status exportador que han encontrado otros trabajos coexiste con un proceso muy dinámico de ajuste de la cartera de destinos entre las empresas exportadoras. La literatura sobre dinámica de exportación y costes hundidos (Roberts y Tybout, 1997) enfatiza que el aprendizaje sobre cada uno de los destinos de exportación separadamente puede ser una barrera significativa para empezar a exportar. El hecho de que las empresas exportadoras cambien frecuentemente su cartera de destinos sugiere que la importancia de este tipo de costes de entrada es menos importante de lo que tradicionalmente se venía pensando, al menos entre las empresas que exportan regularmente.

En segundo lugar, la matriz de transiciones de mercado durante el periodo de nueve años analizado proporciona una descripción detallada sobre la evolución del patrón de exportación de las empresas. La mayor parte de empresas comienzan exportando a un solo mercado y progresivamente van añadiendo mercados. Las empresas exportadoras con mayor cobertura de mercado son las que con mayor frecuencia e intensidad ajustan su cartera de destinos.

Por último, la evidencia sobre la existencia de una «jerarquía» de destinos de exportación es débil para el caso español, lo que sugiere que hay mucha heterogeneidad no sólo entre empresas exportadoras sino también entre mercados de exportación. Esto puede explicar por qué empresas que están presentes en muchos mercados son capaces de cambiar su cartera de destinos más frecuentemente que el resto de empresas. En caso de perturbaciones, las empresas que exportan a muchos mercados tienen una mayor probabilidad de experimentar una perturbación negativa en uno de esos mercados y abandonarlo.

Al mismo tiempo, estas empresas tienen una mayor tasa de entrada en nuevos mercados como consecuencia de la mayor probabilidad de tener una mejora de productividad (o cualquier otro shock positivo específico a la empresa). Otra explicación para las elevadas tasas de entrada entre las empresas que cubren muchos mercados es que la actividad exportadora requiere un proceso de aprendizaje, lo que explicaría que una vez superado cierto nivel de experiencia las empresas son más propensas a entrar en nuevos mercados.

Finalmente, de lo anterior pueden derivarse potenciales implicaciones para la política de promoción de las exportaciones. La primera recomendación surge al observar que las empresas tienden a desarrollarse gradualmente como exportadores, por lo general entrando primero en un solo mercado y añadiendo poco a poco nuevos mercados. Esto sugiere que los organismos de apoyo a la actividad exportadora deben asistir a las empresas en todas las etapas de su internacionalización. Por lo tanto, en contra de lo que defiende la literatura sobre la existencia de costes irre recuperables a la entrada inicial en el mercado de exportación y la necesidad de concentrar recursos públicos en las etapas iniciales de la internacionalización de la empresa, la estrategia gradualista de internacionalización requiere un apoyo a las empresas que ya están exportando en su esfuerzo de conquista de nuevos mercados.

Por otra parte, el presente trabajo revela que la composición de las empresas que exportan a cada país tiende a cambiar con bastante frecuencia. Por ello, las políticas de promoción de exportaciones a un destino particular no debieran concentrarse de forma exclusiva en las empresas que están actualmente en el mercado, sino que deben tomar en consideración a las empresas que tienen potencial para entrar en ese mercado. Las campañas de promoción de nuevos mercados de exportación deberían ser suficientemente flexibles como para responder al cambio de empresas que constantemente se está produciendo en cada uno de esos mercados.

Una tercera implicación proviene de la observación de una entrada y salida simultánea de empresas en todos los mercados de exportación. Esto constituye una señal de advertencia a políticas de promoción de exportaciones que sistemáticamente concentran sus esfuerzos en unos determinados mercados. Los gestores de las políticas de promoción de exportación deberían de ser conscientes de la importancia que tienen los factores específicos de cada empresa, de modo que hay empresas que por sus características nunca prosperarán en un mercado particular a pesar de estar exportando con éxito a otros países.

Por último, la falta de información sobre la distribución de las ventas de cada empresa por países de exportación impide hacer una descomposición del crecimiento de las ventas totales de exportación según provengan de un aumento de las mismas en los mercados existentes o de su incremento en nuevos mercados. Disponer de esta información permitiría investigar la eficacia relativa de dos tipos bien diferentes de políticas: las políticas que asisten a las empresas para que se internacionalicen más (actúen en un mayor número de mercados exteriores)

frente a las políticas dirigidas a que las empresas aumenten sus ventas en los destinos en las que ya están presentes.

La evidencia empírica para otros países (Gleeson y Ruane (2006) para Irlanda y Wagner (2004) para Alemania) demuestra que la entrada en nuevos mercados tiene una contribución modesta al crecimiento de las exportaciones totales, siendo el aumento de las ventas en los mercados existentes la fuerza dominante detrás del crecimiento de las exportaciones totales. Esta evidencia conduce a afirmar que el apoyo a los exportadores regulares en el esfuerzo por crecer en sus mercados tradicionales debe tener al menos tanta importancia como las políticas de promoción a la entrada en mercados adicionales.

En cualquier caso, la doble heterogeneidad que viene generada por la multiplicidad de perfiles de las empresas exportadoras, por un lado, y la disparidad de las características de los destinos, por otro, revela la elevada dificultad que afrontan las autoridades públicas en el diseño de políticas de promoción de exportaciones. Ciertamente, a medida que estas políticas centran sus esfuerzos en mercados menos escrutados se exagera esa dificultad. Es ineludible combinar las conclusiones transversales (a empresas y destinos), como las derivadas de estudios como el presente, con las que se obtengan de estudios específicos para cada destino y en cada momento del tiempo. En un mundo en proceso de cambio y adaptación constante, en el entorno competitivo generado por la actual oleada globalizadora, las soluciones universales pierden parte de su vigencia a favor de un análisis más detallado de los casos específicos.

NOTAS

- [1] Véase Giles y Williams (2000) para un panorama reciente del tema que recoge los resultados de 150 trabajos empíricos.
- [2] Wagner (2007) recoge los resultados de 54 trabajos empíricos con datos microeconómicos con un común denominador: las empresas exportadoras son más productivas que las empresas no exportadoras.
- [3] El Programa PIPE es fruto del acuerdo entre el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), las Comunidades Autónomas y las Cámaras de Comercio. El objetivo para el periodo 2001-2006 era conseguir 3.000 nuevas *pymes* exportadoras.
- [4] En nuestro trabajo se excluyen los siguientes destinos del Directorio: Andorra, Gibraltar, «Países no determinados» o «Avtuallamiento».
- [5] Con datos de empresas manufactureras, el número medio de países de exportación en EEUU en 2000 era de 3 (Bernard *et al.*, 2007); en Francia en 1986 era de 5 (Eaton *et al.*, 2004); y en Irlanda en 2004 era de 6 (Gleeson and Ruane, 2006).

- 6] Para Colombia, Roberts y Tybout (1997) observan una tasa media de entrada y de salida de 2,7% y 11% respectivamente. Bernard y Wagner (2001) encuentran tasas de entrada y salida entre las empresas alemanas de un 2,4% y un 2,3%, respectivamente. En Estados Unidos las tasas de transición son más elevadas, con una tasa de entrada y salida de un 13,9% y un 12,6%, respectivamente (Bernard y Jensen, 2004b).

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (1997): *Competir en el Exterior. La empresa española y los mercados internacionales*, Ed. ICEX, Madrid.

ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (2000): «Modelización del Comportamiento de la Empresa Exportadora Española», *Información Comercial Española*, 788, 35-58.

BERNARD, A.B., JENSEN, J., REDDING, S.J. y SCHOTT, P. (2007): «Firms in International Trade», *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105-130.

BERNARD, A.B. y JENSEN, J. (2004a): «Entry, Expansion and Intensity in the US Export Boom, 1987-1992», *Review of International Economics*, 12(4), 662-675.

BERNARD, A.B. y JENSEN, J. (2004b): «Why some firms export», *Review of Economics and Statistics*, 86 (2), 561-569.

BERNARD, A.B. y WAGNER, J. (2001): «Export Entry and Exit by German Firms», *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137 (1), 105-123.

CÁMARAS DE COMERCIO DE ESPAÑA (2003): *La Empresa Exportadora Española: 1997-2002*

CÁMARAS DE COMERCIO DE ESPAÑA (2004): *La Empresa Exportadora Española: 1998-2003*.

CÁMARAS DE COMERCIO DE ESPAÑA (2005) *La Empresa Exportadora Española: 1999-2004*.

CÁMARAS DE COMERCIO DE ESPAÑA (2006) *La Empresa Exportadora Española: 2000-2005*.

CASTILLO, J. y REQUENA F. (2003): «Estrategias de diversificación en las exportaciones manufactureras», *Revista de Economía Aplicada*, 33 (vol XI), 101-120

DE LOECKER, J. (2007): «Do exports generate higher productivity? Evidence from Slovenia», *Journal of International Economics*, vol 73(1), 69-98,

EATON, J.; KORTUM, S. y KRAMERZ, F. (2004): «Dissecting Trade: Firms, Industries and Export Destinations», *American Economic Review*, 94 (2) 150-154.

EATON, J.; KORTUM, S. y KRAMERZ, F. (2008): «An Anatomy of International Trade: Evidence from French Firms», NBER Working Paper, nº 14610, December.

EVENETT, S. y VENABLES A. J. (2002): «The Geographic Spread of Trade: Evidence from Twenty Four Developing Countries» mimeo, World Trade Institute.

GLEESON, A.M. y RUANE, F. (2006): «Export dynamics in Small Open Economies: Indigenous Irish Manufacturing Exports, 1985-2003», IIS Discussion Paper 140, May.

GILES J.A. y WILLIAMS C.L. (2000): «Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results. Part I», *Journal of International Trade & Economic Development*, 9(3) 265-341.

LAWLESS, M. (2006): «Geography and Firm Exports: New Evidence on the Nature of Sunk Costs», Research Technical Paper 2/RT/07, Central Bank and Financial Services Authority of Ireland.

LAWLESS, M. (2007): «Export Activities of Irish-Owned Firms», Quarterly Bulletin, Central Bank and Financial Services Authority of Ireland.

MÁÑEZ, J., ROCHINA, M.E. y SANCHIS, J.A. (2008): «Sunk costs hysteresis in Spanish manufacturing exports», *Review of World Economics*, 144(2), 272-294.

ROBERTS, M.J. y TYBOUT J.R. (1997): «The Decision to Export in Columbia: An Empirical Model of Entry with Sunk Costs», *American Economic Review* 87 (4), 545-564.

RUANE, F. y SUTHERLAND, J. (2005): «Export Performance and Destination Characteristics of Irish Manufacturing Industry», *Review of World Economics*, 141(3), 442-459.

TROFIMENKO, N. (2008): «Learning by Exporting: Does It Matter Where One Learns?», *Economic Development and Cultural Change*, 56 (4), 871-894.

WAGNER, J. (2004): «On the Microstructure of the German Export Boom: Evidence from Establishment Panel Data, 1995-2002», *Review of World Economics*, 140(3): 496-509.

WAGNER, J. (2007): «Productivity and Size of the Export Market Evidence for West and East German Plants, 2004», *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 227 (4), 403-408

APÉNDICES

APÉNDICE A.1 NÚMERO DE EMPRESAS EN EL DIRECTORIO DE EXPORTADORAS E IMPORTADORAS

Año	Todas las empresas			Periodo	Exportadores regulares		
	(1) Directorio	(2) Censo	(1)/(2) %		(1) Directorio	(2) Censo	(1)/(2) %
1997	6837	n.d.	–				
1998	7014	59494	11,8				
1999	7501	60862	12,3				
2000	8095	66368	12,2	1997-2000	5849	28743	20,3
2001	8698	68746	12,7	1998-2001	6208	29518	21,0
2002	9202	73381	12,5	1999-2002	6679	31288	21,3
2003	9064	75318	12,0	2000-2003	7138	32007	22,3
2004	8778	76819	11,4	2001-2004	7440	32886	22,6
2005	8556	77300	11,1	2002-2005	7591	33663	22,5

Nota: Los datos del «Censo» se han tomado de la publicación «La Empresa Española Exportadora» (varios años), publicada por Cámaras de Comercio.

APÉNDICE A.2
NÚMERO DE EMPRESAS POR PAÍSES EN EL DIRECTORIO DE EXPORTADORAS E IMPORTADORAS
Y CENSO DE EXPORTADORAS. AÑO 2005

País	ISO3	Directorio año 2005	Censo año 2005	País	ISO3	Directorio año 2005	Censo año 2005
Portugal	PRT	3100 (1)	17532 (1)	Ecuador	ECU	418 (51)	1580 (53)
Francia	FRA	3066 (2)	16922 (2)	Panamá	PAN	393 (52)	1495 (55)
Italia	ITA	2437 (3)	11970 (3)	Costa Rica	CRI	386 (53)	1348 (59)
Alemania	DEU	2408 (4)	11612 (5)	Lituania	LTU	383 (54)	1216 (69)
Estados Unidos	USA	2193 (5)	11679 (4)	Ucrania	UKR	382 (55)	1374 (58)
Reino Unido	GBR	2145 (6)	10177 (6)	Rep. Eslovaca	SVN	381 (56)	1262 (66)
Bélgica	BEL	1770 (7)	7708 (9)	Malta	MLT	375 (57)	1254 (67)
Países Bajos	NLD	1739 (8)	7601 (10)	Uruguay	URY	375 (58)	1460 (56)
Suiza	CHE	1659 (9)	7759 (8)	Eslovenia	SVK	372 (59)	1247 (68)
Marruecos	MAR	1529 (10)	10146 (7)	Tailandia	THA	363 (60)	1346 (61)
México	MEX	1412 (11)	6903 (11)	Guatemala	GTM	356 (61)	1280 (64)
Grecia	GRC	1322 (12)	4934 (12)	Cuba	CUB	354 (62)	1814 (49)
Polonia	POL	1045 (13)	4012 (13)	Kuwait	KWT	344 (63)	1275 (65)
Suecia	SWE	1009 (14)	3702 (16)	Irán	IRN	327 (64)	1092 (73)
Austria	AUT	984 (15)	3610 (19)	Estonia	EST	319 (65)	973 (76)
Dinamarca	DNK	982 (16)	3595 (21)	Malasia	MYS	319 (66)	1083 (74)
Japón	JPN	935 (17)	3962 (14)	Letonia	LVA	304 (67)	1005 (75)
Turquía	TUR	922 (18)	3852 (15)	Nueva Zelanda	NZL	297 (68)	1098 (72)
Rusia	RUS	914 (19)	3652 (17)	Luxemburgo	LUX	295 (69)	885 (79)
Irlanda	IRL	913 (20)	3278 (24)	Croacia	HRV	284 (70)	1318 (62)
China	CHN	890 (21)	3150 (26)	Jordania	JOR	281 (71)	1149 (71)
Chile	CHL	877 (22)	3601 (20)	Indonesia	IDN	254 (72)	912 (77)
Rep. Checa	CZE	873 (23)	3154 (25)	Filipinas	PHL	253 (73)	849 (80)
EAU	ARE	810 (24)	3327 (23)	Guinea Ecuatorial	GNQ	251 (74)	1560 (54)
Israel	ISR	799 (25)	2976 (30)	Senegal	SEN	235 (75)	1346 (60)
Noruega	NOR	792 (26)	3003 (29)	Islandia	ISL	233 (76)	819 (81)
Canadá	CAN	768 (27)	3098 (28)	El Salvador	SLV	232 (77)	765 (84)
Australia	AUS	746 (28)	2828 (33)	Serbia y Montenegro	YUG	230 (78)	523 (93)
Hong Kong	HKG	745 (29)	2826 (34)	Qatar	QAT	218 (79)	692 (85)
Brasil	BRA	734 (30)	3122 (27)	Honduras	HND	213 (80)	648 (86)
Finlandia	FIN	730 (31)	2597 (40)	Pakistán	PAK	207 (81)	793 (83)
Hungría	HUN	728 (32)	2616 (39)	Siria	SYR	199 (82)	1438 (57)
Argentina	ARG	700 (33)	3627 (18)	Nigeria	NGA	186 (83)	904 (78)
Venezuela	VEN	682 (34)	2837 (32)	Bahrain	BHR	180 (84)	638 (87)
Argelia	DZA	674 (35)	3340 (22)	Bolivia	BOL	165 (85)	546 (91)
Sudáfrica	ZAF	664 (36)	2624 (38)	Libia	LYB	154 (86)	511 (94)
Rumanía	ROM	663 (37)	2786 (35)	Ghana	GHA	139 (87)	797 (82)
Colombia	COL	644 (38)	2694 (36)	Omán	OMN	138 (88)	420 (96)
R. Dominicana	DOM	635 (39)	2670 (37)	Costa de Marfil	CIV	133 (89)	538 (92)
Túnez	TUN	629 (40)	2495 (41)	Nicaragua	NIC	125 (90)	387 (99)
Arabia Saudi	SAU	608 (41)	2470 (42)	Kazajistán	KAZ	121 (91)	383 (100)
India	IND	572 (42)	2116 (43)	Kenia	KEN	114 (92)	403 (97)
Bulgaria	BGR	571 (43)	2086 (44)	Mauritania	MRT	110 (93)	1288 (63)
Rep. Corea	KOR	561 (44)	1950 (47)	Sri Lanka	LKA	107 (94)	316 (105)
Taiwán	TWN	533 (45)	1782 (50)	Vietnam	VNM	100 (95)	562 (89)
Singapur	SGP	511 (46)	1857 (48)	Bielorrusia	BLR	98 (96)	329 (104)
Perú	PER	505 (47)	2002 (45)	Angola	AGO	97 (97)	472 (95)
Líbano	LBN	489 (48)	1740 (51)	Bosnia-Herzegovina	BIH	96 (98)	394 (98)
Egipto	EGY	476 (49)	1976 (46)	Paraguay	PRY	91 (99)	359 (102)
Chipre	CYP	465 (50)	1599 (52)	Camerún	CMR	86 (100)	358 (103)

Nota: Entre paréntesis figura el ranking del país según el número de empresas exportadoras.