

INDICE DE CONFIANZA
DE MERCADOS EMERGENTES

11ª Edición
Abril 2006

INDICE DE CONFIANZA DE MERCADOS EMERGENTES

Abril 2006

El índice de confianza de mercados emergentes se elabora a partir de una encuesta realizada entre directivos de las empresas del Club de Exportadores e Inversores. En dicha encuesta, los directivos valoran una serie de factores (perspectivas de crecimiento, de solvencia, de estabilidad política, importancia política para España, etc.) para siete grandes zonas emergentes del mundo (Asia, Latinoamérica, Europa del Este, CEI, Oriente Medio, Magreb y África subsahariana). La presente es la undécima edición del Índice, que se realiza dos veces al año.

Algunos resultados destacados

- **Latinoamérica** repite la mejor valoración global. Recupera dos décimas y se sitúa en 7,4 frente al 7,2 de la edición anterior, acercándose a su valoración histórica máxima. Este aumento en la valoración global está causado por una mejoría en todos los índices parciales, excepción hecha de las perspectivas de estabilidad política, que caen, como vienen haciéndolo ininterrumpidamente a lo largo de varias ediciones, dos décimas y la potencialidad de la oferta española, que se mantiene constante y, de manera destacada, como la región con mayor valoración por este concepto.
- El **Magreb** repite una vez más su valoración, situándose en 6,2. En las valoraciones parciales, todas ascienden excepto las perspectivas de estabilidad política, que descienden dos décimas con respecto a la edición anterior y la importancia política para España, que desciende una décima hasta 7,0. Resulta espectacular el aumento de la valoración del tamaño de la economía, aunque, posiblemente, este aumento esté muy influido por el importante componente energético de la economía argelina y el aumento de precio del petróleo.

- La zona de **Europa del Este** repite en la segunda posición en cuanto a valoración global, mejorando su posición una décima respecto a la edición anterior, hasta 6,7. Para ello, todos los índices parciales consolidan su tendencia a la mejoría, con la excepción de la potencialidad de la oferta española que muestra un ligero descenso. Este es un signo particularmente preocupante por cuanto implica que los exportadores españoles consideran que un mayor grado de desarrollo de los mercados de destino pueden implicar una reducción en el atractivo para los consumidores locales de los productos españoles. Dadas las características generales de la oferta española de bienes de consumo, centrada, básicamente, en el segmento de alta elasticidad renta, cabe pensar que esta valoración se concentra en la oferta de bienes de equipo y bienes de consumo duradero, proyectando sombras sobre el componente tecnológico de estos segmentos.
- **Asia** repite, una vez más, en su valoración global y se vuelve a situar en 6,3 como la tercera opción de los exportadores españoles. Los índices parciales indican un incremento en perspectivas de crecimiento, que pasa de 7,5 a 7,8, y potencialidad de la oferta española, del 5,3 de la edición anterior al 5,4. Decrecen en una décima las valoraciones en lo referente al tamaño de la economía, hasta 7,8, perspectivas de solvencia hasta 7,1 y perspectivas de estabilidad política hasta 6,8 y se mantiene la importancia política para España en el quinto puesto, repitiendo con un 5,8, poniendo de manifiesto, posiblemente, una insuficiencia en la actividad de los poderes públicos en esta área.
- **Oriente Medio**, continúa siendo la segunda zona menos valorada después de África Subsahariana, distanciándose en una décima de la región mencionada, incrementándose su valoración hasta 5,3. Se incrementa la puntuación en todas las valoraciones parciales, incluyendo la de perspectivas de estabilidad política y con la excepción del índice de importancia política para España que repite valoración.
- La región de **África Subsahariana** vuelve a tener la puntuación más baja de todas las zonas recogidas en el Índice, con una notable diferencia sobre la región que le precede en esta valoración global, y, lo que, posiblemente, sea más significativo, repitiendo en puntuación con respecto a la edición anterior, al situarse en 4,1. Si bien mejora su puntuación en los índices parciales en cuanto al tamaño de su economía, la perspectiva de crecimiento y de solvencia, y empeora su puntuación en cuanto a la perspectiva de estabilidad política, la importancia política para España y la potencialidad de la oferta española.
- La **Comunidad de Estados Independientes CEI** mejora su valoración global en dos décimas con respecto a la edición anterior, rompiendo así la tendencia decreciente que ha sufrido desde hace 24 meses. En

particular, registra importantes mejoras en las perspectivas de tamaño de la economía, posiblemente ligado al potencial energético de algunos de los países de la zona, y en las de estabilidad política. Mejora en todas sus valoraciones parciales, salvo la importancia política para España, que se mantiene constante, poniendo de manifiesto, una vez más, que un aumento en la valoración global de esta región puede depender de la actividad pública.

- Por último, el **Índice Global de Valoración** de los Mercados Emergentes muestra una ligera mejora, pasando de un valor de 5,13 a 5,21.

Algunos comentarios sobre los resultados del Índice de Confianza de Mercados Emergentes

La nota más destacada de la presente edición del Índice de Confianza de los Mercados Emergentes es la de una cierta recuperación del optimismo por parte de los exportadores españoles en torno al atractivo de la oferta exportadora española en estos mercados. A su vez, resulta muy difícil identificar las regiones o los factores que motivan dicho optimismo, en la medida en que, sin grandes variaciones, éste tiene un claro carácter generalizado. Aunque hay excepciones puntuales, prácticamente todos los índices parciales para todas las regiones consideradas muestran valores constantes o ligeras mejorías, apuntalando dicho clima de optimismo.

Sin embargo, podría resultar un tanto paradójico el contraste entre este optimismo y la realidad y perspectivas inmediatas de la exportación española, caracterizada una progresiva pérdida de competitividad. No obstante una interpretación más pausada y despersonalizada de los resultados de la encuesta, posiblemente, obliguen a una reinterpretación de los mismos, en el sentido de que los resultados de la encuesta no reflejan tanto las perspectivas que los empresarios españoles tienen de sus posibilidades comerciales en cada una de las zonas como una valoración de la evolución de las mismas, con plena independencia de sus expectativas de exportación.

En este sentido, una mejoría de las valoraciones globales de cada una de las regiones que no estén acompañadas por aumentos de las exportaciones, forzosamente, han de interpretarse como oportunidades perdidas para la oferta exportadora española que se espera sí sean aprovechadas por otros competidores. En general, ha de interpretarse que una situación de optimismo coincidente con una cuota de mercado constante en estas áreas implica que los exportadores, implícitamente, valoran la existencia de una serie de oportunidades perdidas y, aunque los márgenes de política económica y de política de fomento de las exportaciones son escasos y más a corto plazo, si la primera ha de preocuparse de la pérdida de competitividad de la oferta española, la segunda ha de reflexionar en torno al "gap" que aprecian los exportadores entre las oportunidades que ofrecen los mercados y las posibilidades que aquellos tienen de aprovecharlas.

Por este motivo, es necesario que, de manera periódica, los poderes públicos valoren y cuestionen los mercados que ellos han identificado como prioritarios en un intento de contribuir a cerrar este "gap". ¿Valoran los exportadores la existencia de oportunidades perdidas en un determinado mercado? ¿Existen posibilidades de que una acción más

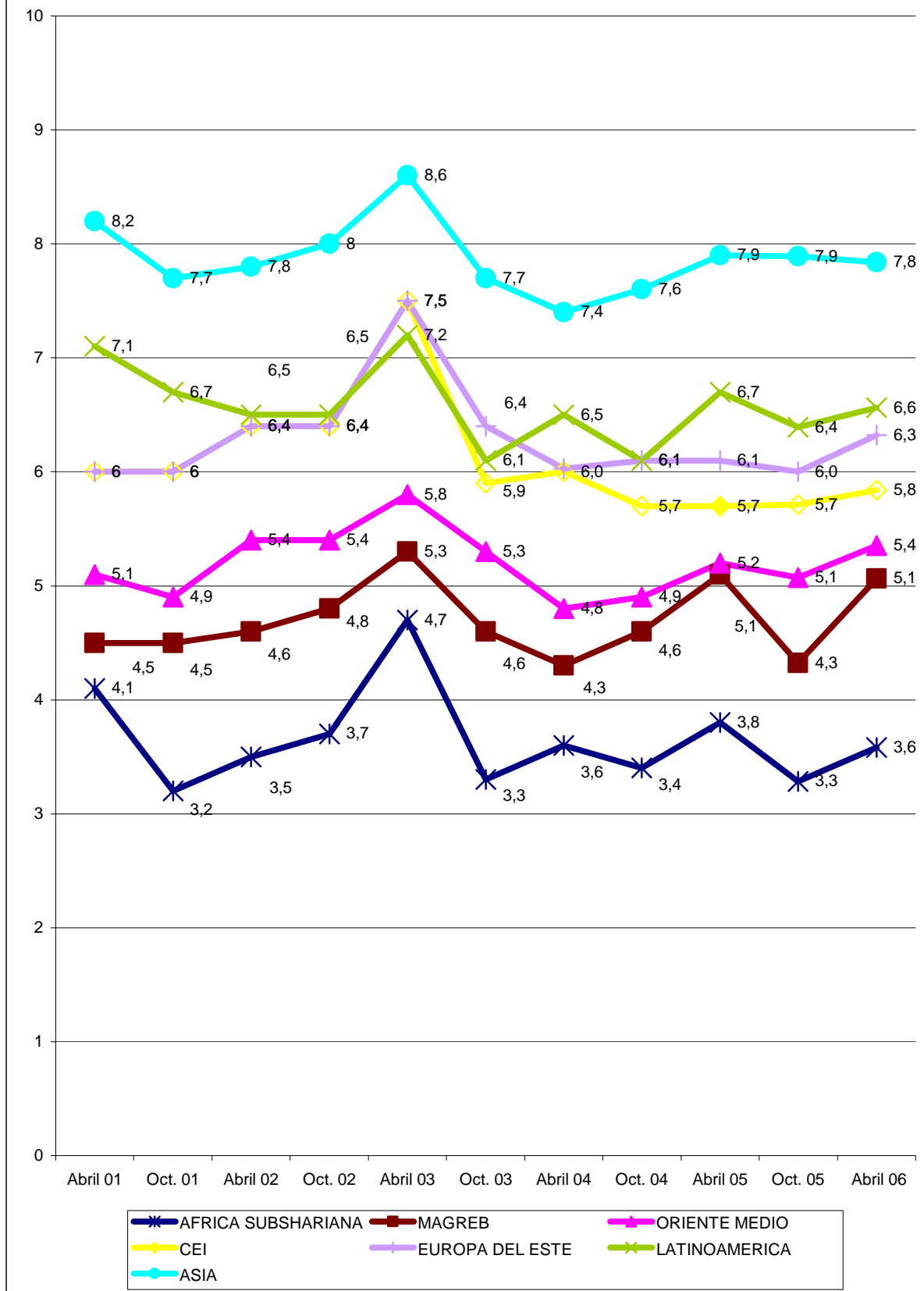
intensa de la política de fomento de las exportaciones en un determinado mercado contribuya a reducir dicho "gap"?

Según esta interpretación, los exportadores españoles entienden que las oportunidades perdidas más significativas se producen en aquellas regiones que más han incrementado su valoración global. Este es el caso de América Latina y de la CEI, aunque cada una de ellas por motivos diferentes. En el caso de América Latina se ha producido un espectacular avance de las perspectivas de crecimiento económico, compensado, en gran parte, con unas peores expectativas de estabilidad política, que consolida su tendencia a la baja puesta de manifiesto a lo largo ya de varias ediciones el índice. En el caso de la CEI, unas perspectivas más moderadas de crecimiento económico se combinan con un importante aumento en la valoración de la estabilidad política.

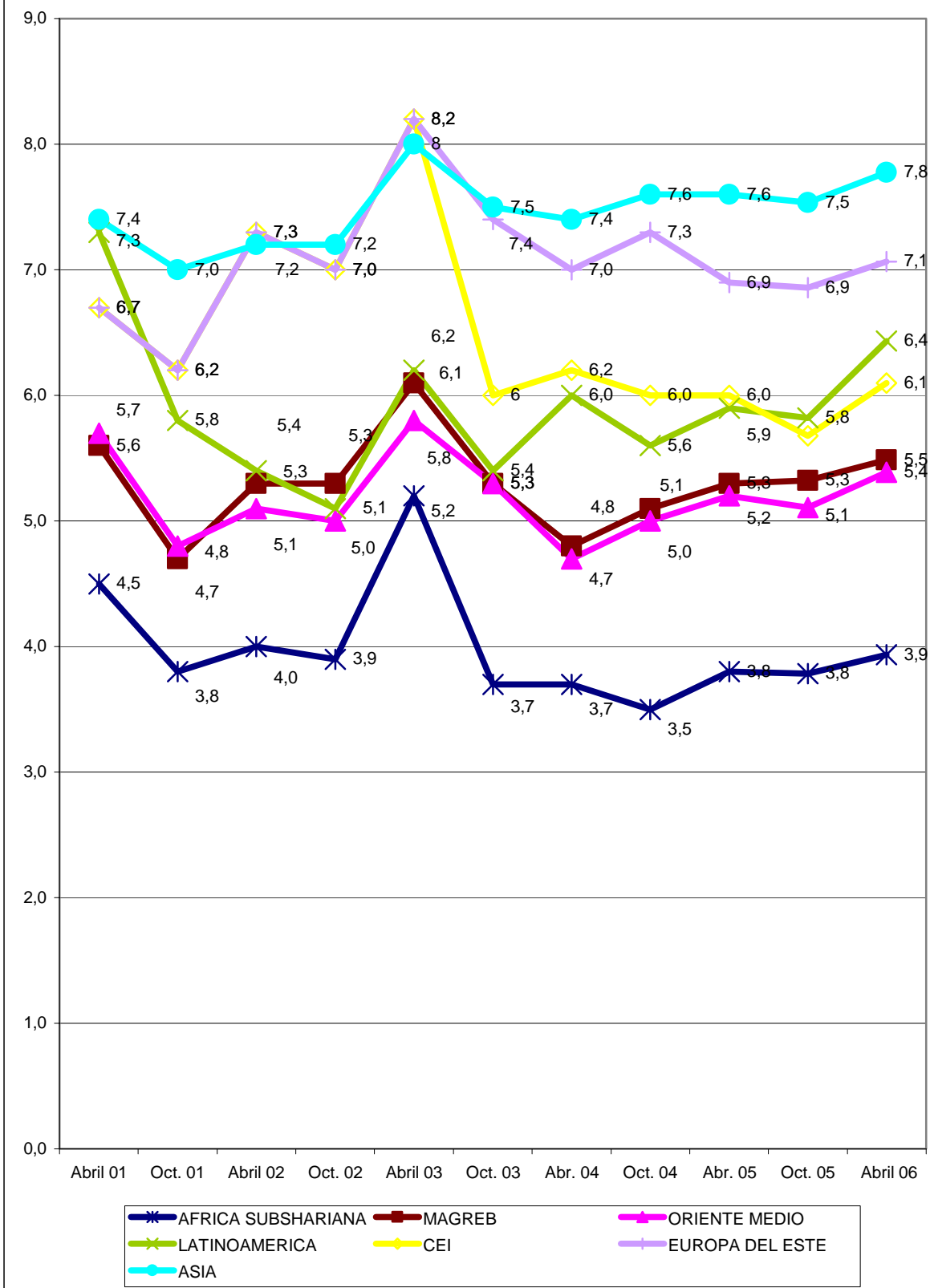
Finalmente, cabe apuntar la relativa insensibilidad que las empresas exportadoras muestran ante las iniciativas de la administración en materia de selección de mercados prioritarios para el fomento de la exportación. Este es un fenómeno que, en esta edición del índice, tan sólo deseamos apuntar, pero que será objeto de una reflexión más amplia en ediciones sucesivas. En esta ocasión baste con señalar que ninguna de las regiones, con excepción de América Latina, que incorporan países para los cuales se han definido Planes Integrales de Desarrollo de Mercado han registrado aumentos en la valoración de la importancia política para España. El caso más extremo, posiblemente, se registre en el Magreb, que incorpora a dos países para los que se ha estructurado un PIDM y que, sin embargo, muestra una reducción en la valoración que para los exportadores merece este concepto.

Cierto es que el hecho de que la encuesta y el consiguiente Índice de Mercados Emergentes se elaboren sobre regiones y no sobre países específicos hace que se pierdan multitud de datos y matices de enorme significado. Posiblemente, una vez consolidado el Índice como un instrumento al servicio de los ámbitos tanto público como privado del esfuerzo exportador español, haya llegado el momento de intentar refinar este análisis, intentando reducir esa pérdida de datos.

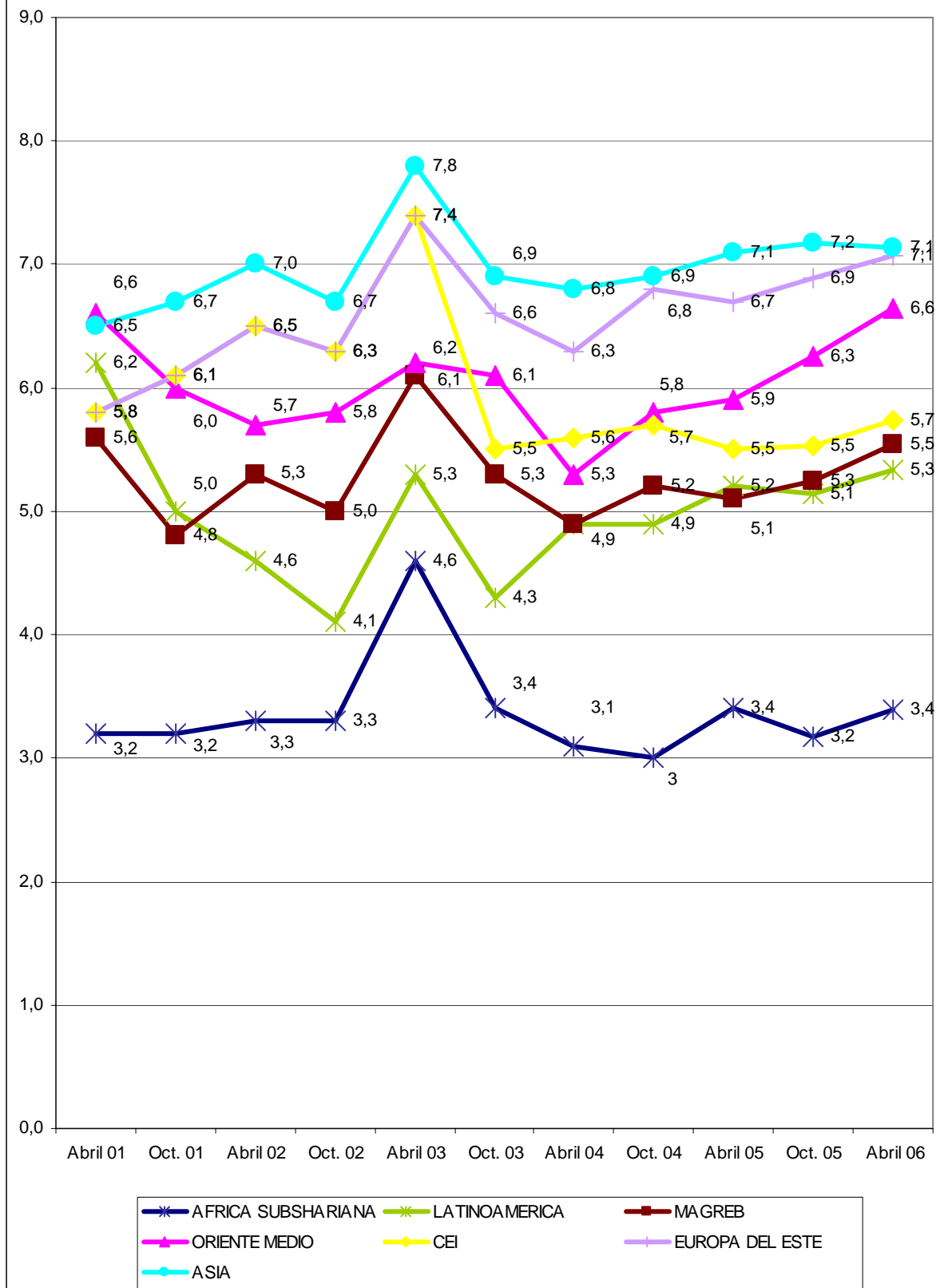
1. Tamaño de la economía



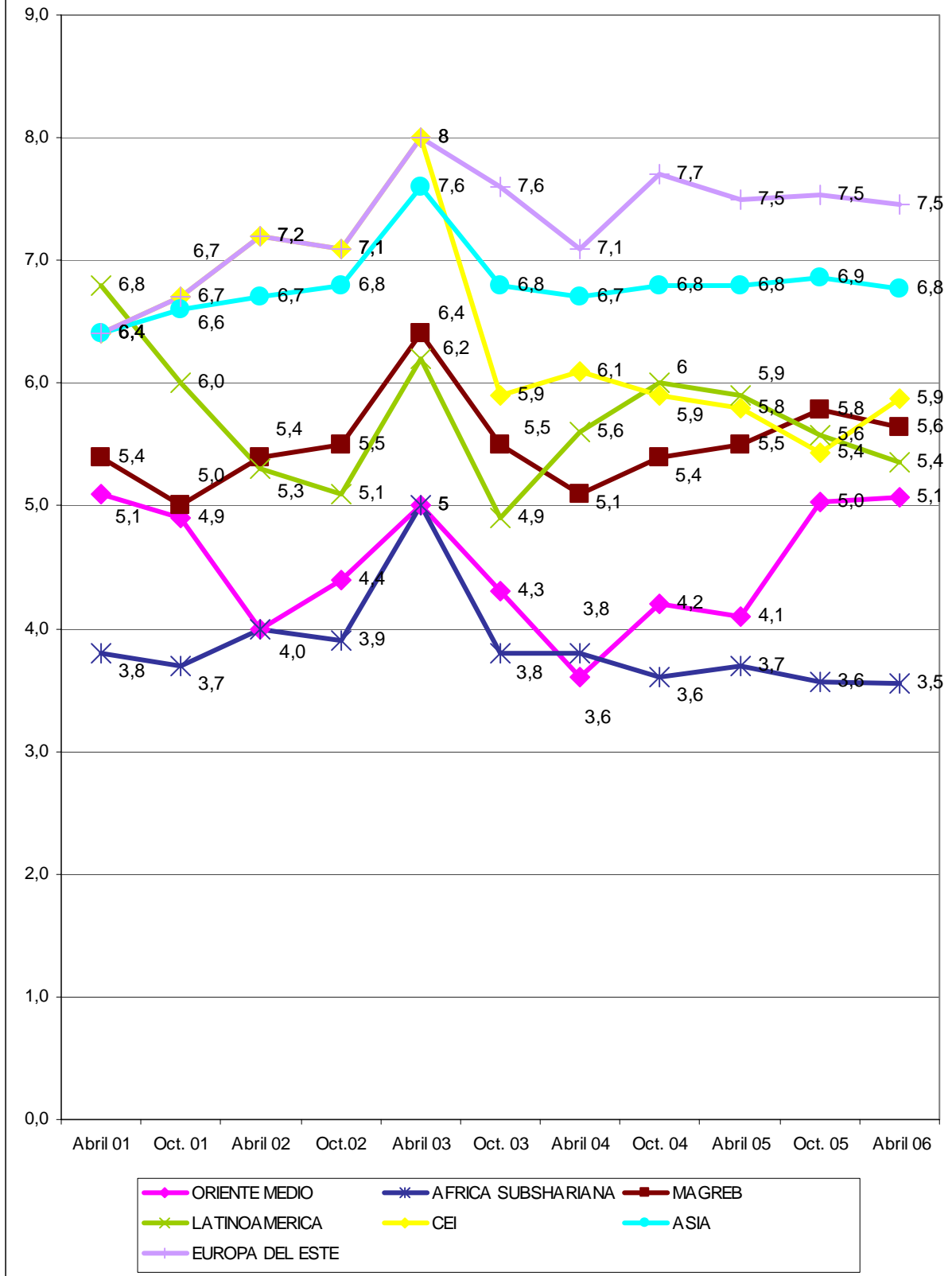
2. Perspectivas de crecimiento



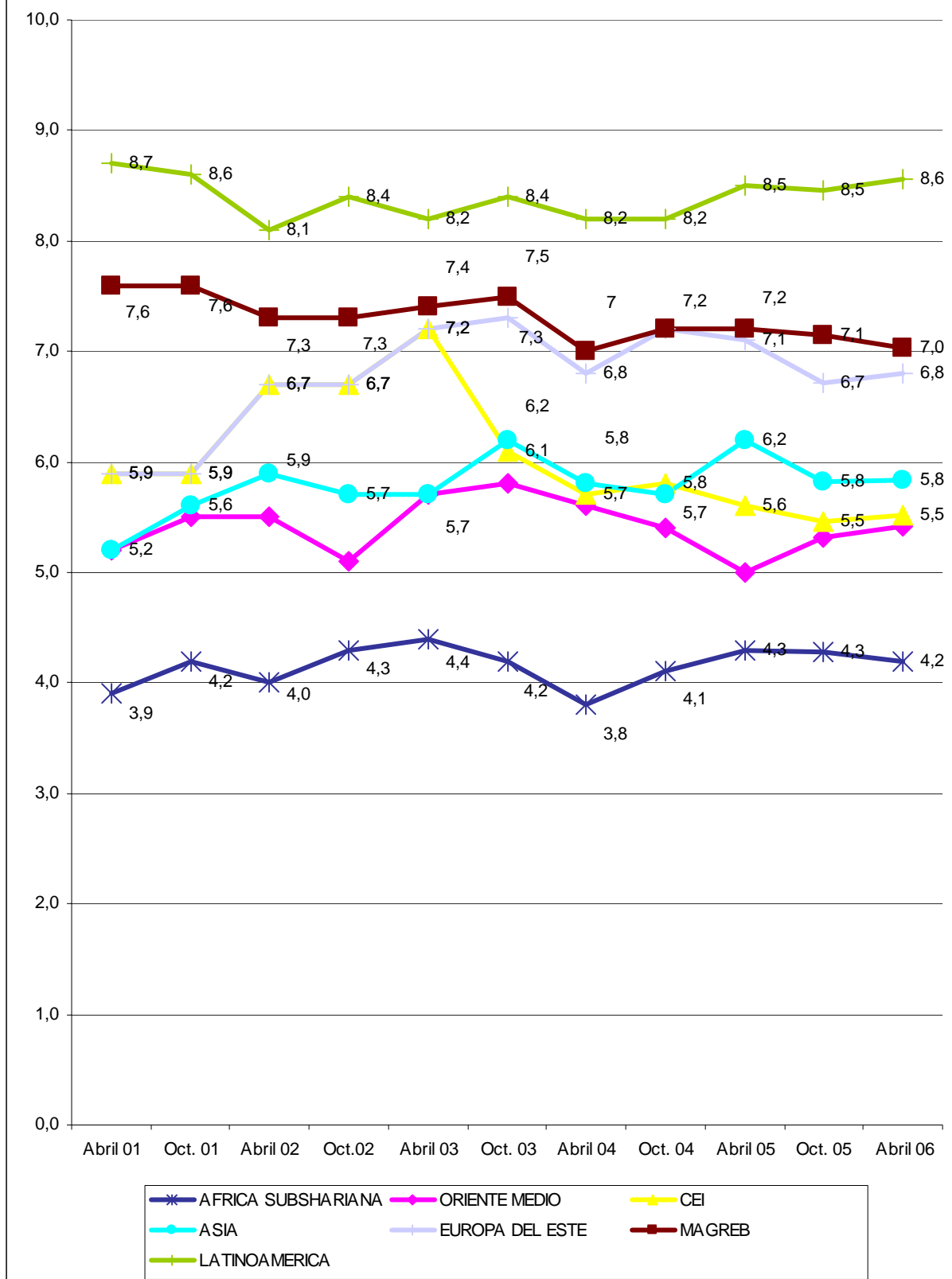
3. Perspectivas de solvencia



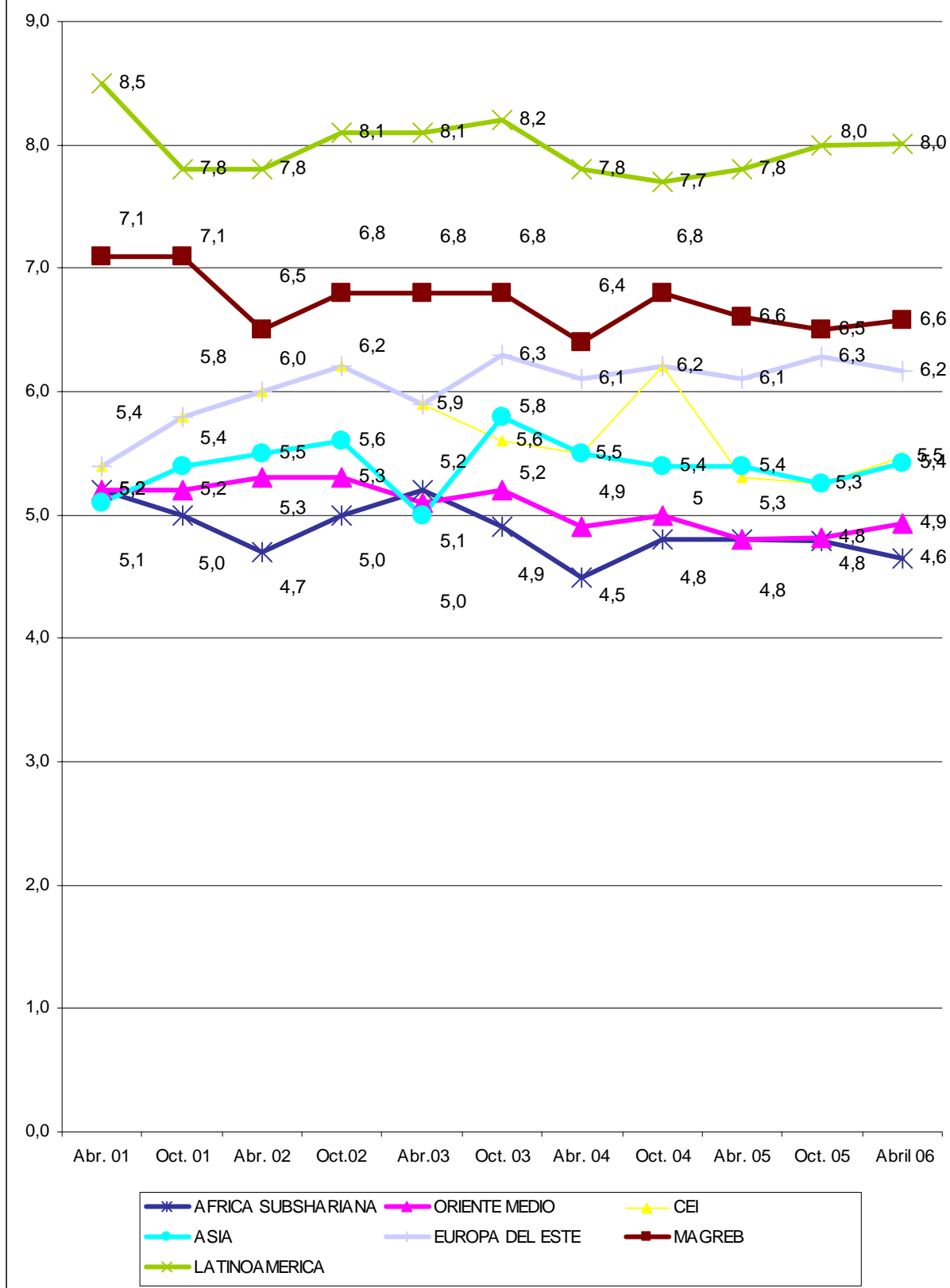
4. Perspectivas de estabilidad política



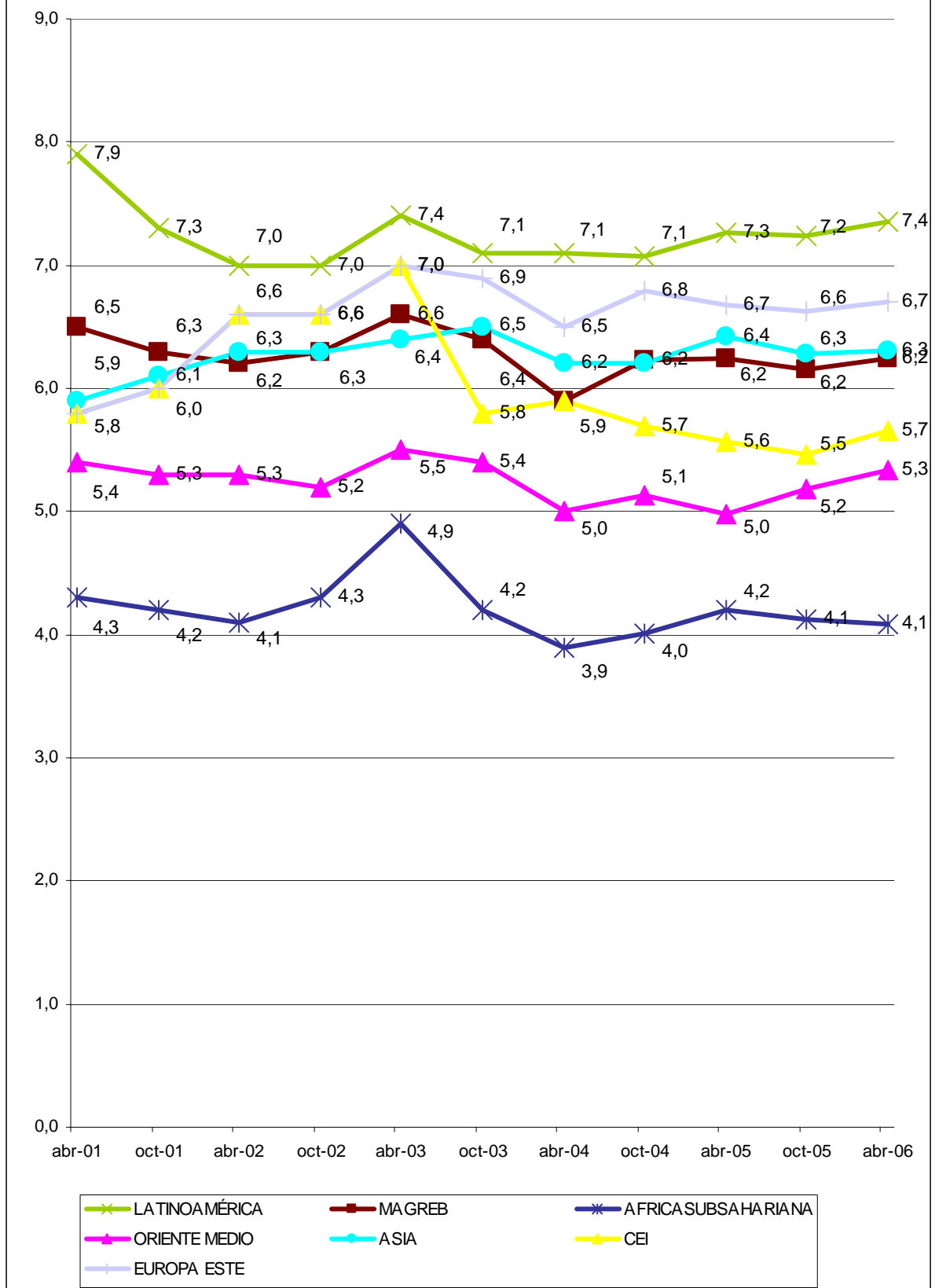
5. Importancia política para España



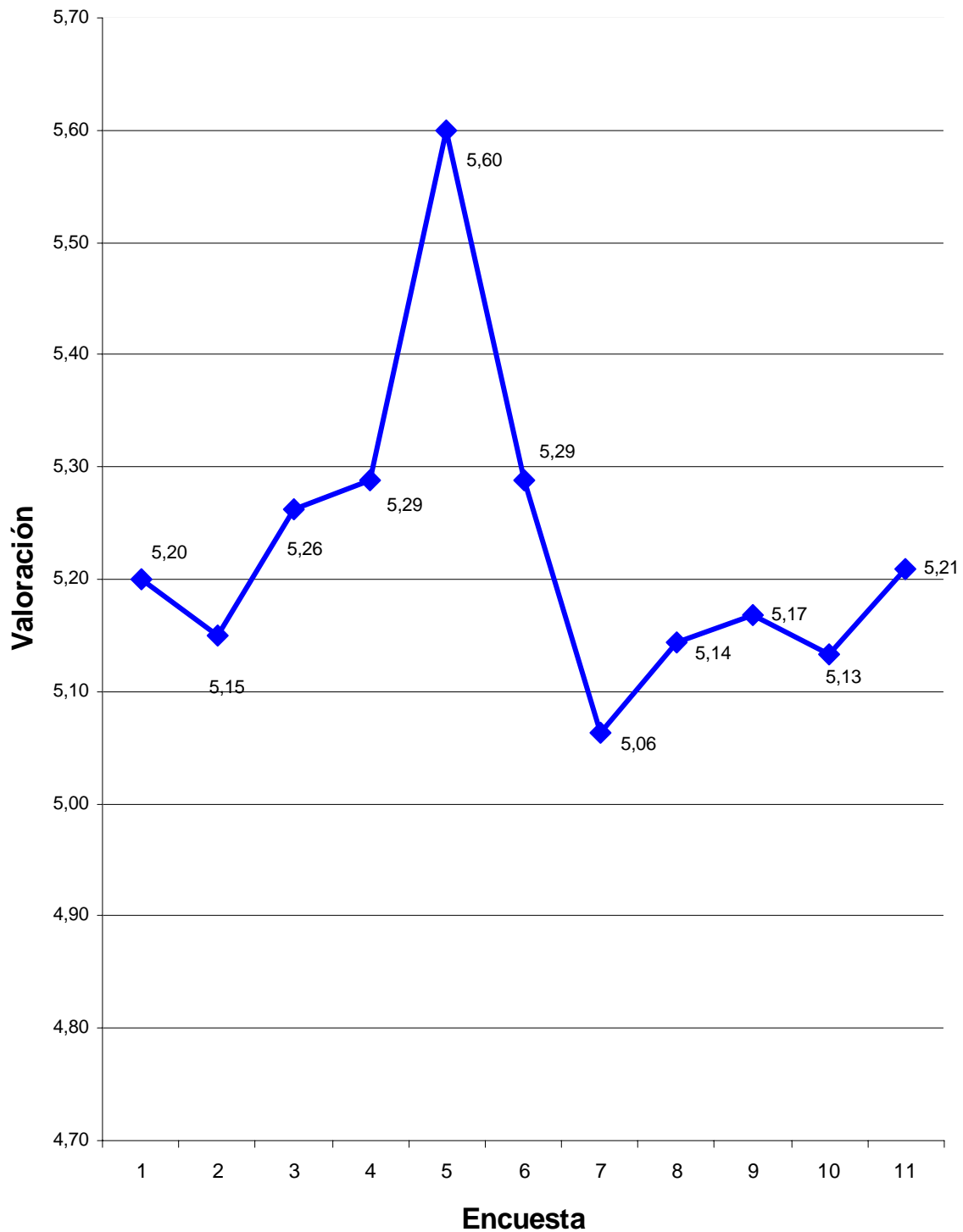
6. Potencialidad de la oferta española



7. Totales



8. Índice global de valoración de los mercados emergentes



ANEXO: METODOLOGÍA

- Analizar y valorar los diferentes mercados emergentes del mundo tiene un indudable interés, tanto para la Administración comercial para las empresas. Este tipo de análisis admite enfoques muy diversos. Uno de ellos consiste en considerar la opinión de las empresas españolas que operan en estos mercados.

- Por ello, el Club de Exportadores e Inversores Españoles (integrado por unas 100 empresas que operan de manera muy fundamental en los mercados emergentes) e Iberglobal han acordado establecer una línea conjunta de trabajo, con el fin de elaborar un índice de confianza de las empresas españolas en los mercados emergentes, índice que se elabora mediante una encuesta que se realiza de forma periódica entre directivos de las empresas del Club, y que ofrece una valoración de las principales zonas geográficas y países emergentes del mundo desde el punto de vista de su interés económico y comercial para España. En abril de 2001 se realizó la primera edición del índice. Ahora se presentan los resultados de la décima encuesta.

- Este índice de confianza tiene algunas características que es importante tener en cuenta:

- Recoge la valoración de las empresas consultadas no sólo desde un punto de vista general, sino también para cada uno de los diferentes aspectos individuales que se consideran la encuesta (perspectivas de solvencia o perspectivas de estabilidad política, por ejemplo).
- La valoración de las zonas es esencialmente relativa. Es decir, el resultado sustancial de la encuesta no es tanto, por ejemplo, que Latinoamérica tenga un índice de 7,1, sino comparar esta valoración con la de las demás zonas geográficas.
- Igualmente, la evolución a lo largo del tiempo permitirá conocer cómo va cambiando, según la percepción de las empresas encuestadas, la valoración de las zonas y países. Esta evolución temporal del índice puede ser un elemento de información de utilidad tanto para el diseño de estrategia de las empresas como para el diseño de la política comercial.
- Desde la séptima edición del Índice se calcula la dispersión de las valoraciones realizadas por las empresas encuestadas, de manera que se pueda valorar la generalización de dichas valoraciones.
- Desde la octava edición se incluyó un Índice Global de Valoración de los Mercados Emergentes, que mide la evolución de la opinión de los empresarios a lo largo de todas las ediciones del Índice, para cuya realización se toman en consideración los índices totales de cada una de ellas.

Zonas consideradas

- El índice se refiere a mercados emergentes. No se han incluido por tanto la UE y Estados Unidos, por cuanto presentan unas condiciones muy diferenciadas en lo que se refiere a características de la exportación, incidencia de la política económica exterior, etc.
- Se estimó oportuno separar las regiones de Europa del Este y CEI (Comunidad de Estados Independientes), ya que así se puede puntuar de forma independiente esta área geográfica, cada vez con una mayor relevancia en el comercio internacional.
- Las zonas consideradas, y los países valorados individualmente dentro de cada una de ellas, son las siguientes:
 - **Latinoamérica**
 - **Magreb**
 - **África subsahariana**
 - **Oriente Medio**
 - **Asia**
 - **Europa del Este**
 - **CEI (Comunidad de Estados Independientes)**

Criterios de valoración

- Se han considerado tres grandes criterios de valoración, que se explican a continuación:

1- Potencialidad del mercado

Con este criterio se engloban factores que determinan la capacidad de negocio de una zona o un país. A su vez, se ha considerado que dentro de este criterio se pueden distinguir cuatro aspectos principales:

- 1.1. Tamaño del mercado:** volumen de población, extensión, nivel de desarrollo, grado de apertura y propensión a importar, etc.
- 1.2. Perspectivas de crecimiento e impacto de éste en las relaciones económicas con el exterior:** previsiones de crecimiento económico, seguimiento de una política económica ortodoxa, seguimiento de una política económica que favorece la apertura al exterior.
- 1.3. Perspectivas de solvencia de la balanza de pagos.** Un país puede tener un gran tamaño económico y un alto crecimiento, pero si éste no tiene unas bases apropiadas de solvencia, se producirá tarde o temprano una crisis de

balanza de pagos que repercutirá en su crecimiento económico y en su potencialidad de mercado.

1.4. Perspectivas de estabilidad política. Aunque los anteriores factores fueran positivos, los conflictos políticos pueden lógicamente afectar negativamente el crecimiento de una economía y su potencial de mercado.

2- Importancia política para España. Con este criterio se consideran serie de factores que no son estrictamente políticos, sino también culturales, históricos, de seguridad, etc. (Por ejemplo, cabe esperar que Latinoamérica obtenga una valoración relativamente alta en este punto, por sus vinculaciones históricas y culturales con España, así como Marruecos la obtendría por sus implicaciones de seguridad).

3- Potencialidad de la oferta española. Este criterio pretende recoger las posibilidades-ventajas que pueden tener las empresas y productos españoles en función de aspectos como: imagen y conocimiento que se tenga de España; referencias y éxitos obtenidos previamente en el mercado por parte de España; existencia en la zona o país de demanda de un tipo de productos en los que España es competitiva a nivel internacional; existencia en la zona o país de una presencia dominante de otros competidores, por razones políticas, culturales, histórica, lo cual podría suponer una mayor dificultad para la entrada de las empresas españolas.