

Luis Verdesoto  
Coordinador

# Un debate acerca de las relaciones entre la Región Andina y España



---

Seminario Internacional “La Región Andina y España: hacia una reformulación de sus relaciones (2010 : mar. 3 y 4 : Quito)

Un debate acerca de las relaciones entre la Región Andina y España / coordinado por Luis Verdesoto Custode. Quito : FLACSO, Sede Ecuador, 2012

208 p. : gráficos, mapas y tablas

ISBN: 978-9978-67-359-1

COOPERACIÓN ECONÓMICA : AMÉRICA LATINA : PAÍSES ANDINOS : ESPAÑA :  
UNIÓN EUROPEA : AYUDA AL DESARROLLO : MIGRACIÓN : POLÍTICAS  
MIGRATORIAS : COMERCIO EXTERIOR : POLÍTICA EXTERIOR :  
RELACIONES INTERNACIONALES.

337.1 - CDD

---

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador  
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro  
Quito-Ecuador  
Telf.: (593-2) 323 8888  
Fax: (593-2) 323 7960  
[www.flacso.org.ec](http://www.flacso.org.ec)

AECID  
Avda. Reyes Católicos s/n  
28001 Madrid-España  
Secretaría General de la AECID  
Telf.: 91 583 8149/ 8182/ 8139  
Fax: 91 583 8234  
[www.aecid.es](http://www.aecid.es)

ISBN: 978-9978-67-359-1  
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena  
Imagen de portada: © Jorge Perugachy, 2011  
Serie Mujeres Andinas  
Imprenta: Rispergraf C. A.  
Quito, Ecuador, 2012  
1ª. edición: mayo 2012

---

El presente libro es una obra de divulgación y no forma parte de las series académicas de FLACSO-Sede Ecuador.

# Índice

<b>Introducción</b> .....	7
<i>Luis Verdesoto</i>	

## **Parte I** **Unión Europea**

---

La presidencia española de la Unión Europea: su visión hacia América Latina .....	19
<i>Ricardo Peidró Conde</i>	

De la subsidiariedad emocional al diálogo entre pares .....	27
<i>Ana María Sanjuán</i>	

## **Parte II** **Planteamientos generales**

---

La cooperación española en la Región Andina .....	33
<i>Gustavo Pedraza</i>	

## **Parte III** **Casos nacionales**

---

La década de oro de la cooperación internacional con España .....	53
<i>Grace Jaramillo</i>	

Descolonizando las relaciones Bolivia-España. Continuidades y cambios en los procesos migratorios actuales .....	59
<i>Alfonso Hinojosa y Germán Guaygua</i>	

De la apertura comercial y la liberalización de las inversiones a las nuevas formas de integración económica y productiva . . . . .	71
<i>Victor Álvarez</i>	

**Parte IV**  
**Migraciones**

---

El derecho a la movilidad espacial y la migración entre la Región Andina y España . . . . .	91
<i>Luis Eduardo Guarnizo</i>	

**Parte V**  
**Comercio**

---

El comercio entre España y la Región Andina. Análisis gravitatorio . . . . .	107
<i>Rodrigo Madrazo García de Lomana</i>	

**Parte VI**  
**Cultura**

---

Desarrollo cultural . . . . .	145
<i>Fernando Vicario</i>	
Cultura y desarrollo: España y los países andinos . . . . .	153
<i>Luis Guillermo Lumbreras</i>	
La coproducción cinematográfica como alternativa iberoamericana . . . . .	169
<i>Sebastián Cordero</i>	

**Parte V**  
**Comercio**

# El comercio entre España y la Región Andina. Análisis gravitatorio

Rodrigo Madrazo García de Lomana<sup>1</sup>

## Introducción

La profunda vinculación e incluso hermanamiento entre España y la Región Andina se manifiesta en ámbitos de diversa índole. Entre otros, cabe citar los nexos históricos, marcados por un pasado colonial, la cercanía cultural y el idioma en común. A nivel social, también, se puede señalar la migración, como fenómeno masivo de finales de siglo XX y principios del XXI. En España residen, actualmente, un millón y medio de personas de Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela<sup>2</sup>.

En cambio, el comercio bilateral no refleja tal hermanamiento interregional. Por lo que se refiere al comercio exterior español, tan sólo el 1% del total corresponde a la Región Andina. Por otro lado, España está lejos de los primeros socios comerciales andinos y ostenta solo una cuota del 2%<sup>3</sup>. De las cifras anteriores se colige que la relación comercial entre las dos regiones desmerece claramente del hermanamiento arriba mencionado.

El objetivo de este trabajo es identificar las causas de este pobre desempeño comercial y, en tono positivo, analizar los factores que pueden dina-

---

1 Consejero jefe de la oficina económica y comercial de España en Ecuador.

2 Datos del Padrón Municipal publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España, en 2010.

3 Fuentes: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y Bancos Centrales de los países citados.

mizar el comercio. Para tal fin, se plantea un modelo gravitatorio del comercio internacional, que goza de alta capacidad explicativa en lo relativo al patrón geográfico de los intercambios comerciales. Este modelo proporciona pistas adicionales. Más allá de identificar las variables que inciden en la geografía del comercio, se realiza un estudio sobre la forma en la que operan tales variables y sobre las posibilidades de actuar sobre ellas para reforzar la gravitación del comercio bilateral.

Existen algunas condiciones prácticamente imposibles de salvar, que entorpecen la relación comercial como los más de 10 000 kilómetros que separan ambas regiones. El escaso peso en la escena económica mundial, fundamentalmente de los países andinos, es otro obstáculo de tipo estructural que perjudica el intercambio. Sin embargo, a lo largo de este opúsculo, se destacan varias fuerzas que operan en sentido contrario y que representan las verdaderas oportunidades para el comercio futuro. Entre otras, se profundiza en la integración económica andina, o latinoamericana; el mercado español; las asociaciones binacionales, sobre todo las de índole económica; los acuerdos comerciales; los nuevos sectores de oportunidad, como el CO<sub>2</sub>; la migración; y la financiación del comercio. Todos estos factores pueden multiplicar la relación comercial y llevarla a un lugar más acorde con la estrecha relación histórica, cultural y social.

En el primer epígrafe se desarrolla el marco teórico gravitatorio mencionado. El segundo epígrafe constituye el cuerpo central del ensayo. En él se abunda en cada uno de los determinantes reales y potenciales del comercio bilateral. Finalmente, el trabajo se cierra con la exposición de las conclusiones.

### El marco teórico económico. La ecuación de gravedad en el comercio internacional

El modelo de gravedad del comercio internacional es la referencia teórica más utilizada en la literatura económica para evaluar el patrón geográfico del comercio exterior. Tal aproximación es similar a otros modelos de gravedad en otras ciencias. Predice que los flujos con origen en *i* y destino *j* dependen de fuerzas económicas en el origen y destino del flujo, así como

de las fuerzas económicas que entorpecen o favorecen tal flujo desde el origen hasta el destino.

La especificación más habitual de la ecuación de gravedad del comercio internacional hace depender los flujos comerciales de la renta de los países, de la distancia entre ellos y de otros factores que pueden facilitar u obstaculizar el comercio:

$$(1) \quad PX_{ij} = \beta_0(Y_i)^{\beta_1}(Y_j)^{\beta_2}(D_{ij})^{\beta_3}(A_{ij})^{\beta_4}\mu_{ij}$$

Donde  $PX_{ij}$  es el valor (expresado en unidades monetarias) del flujo entre el país *i* y el *j*,  $Y_i$  ( $Y_j$ ) es el valor en unidades monetarias del PIB en términos nominales del país *i* (*j*).  $D_{ij}$  es la distancia entre los centros económicos de los países *i*, *j*.  $A_{ij}$  recoge cualquier otro factor que pueda agilizar o entorpecer el comercio entre *i* y *j*. Finalmente,  $\mu_{ij}$  es un término de error con una distribución lognormal y  $E(\ln \mu_{ij})=0$ .

En las especificaciones empíricas de la ecuación de la gravedad, el contenido teórico de la variable denominada  $A_{ij}$ , suele aproximarse mediante los aranceles, la existencia de frontera entre los países, historia vinculada, lenguaje común, tratados comerciales y apertura de las economías, entre otras variables. Asimismo, en este tipo de modelos se incluyen con frecuencia otros argumentos como la renta per cápita, el tipo de cambio e índices de precios.

El modelo fue utilizado de forma pionera en el ámbito económico por Walter Isard en 1954. Desde entonces, se ha caracterizado por el éxito en la estimación empírica de los flujos de comercio internacional. Ya desde los años sesenta empezó a ser utilizado por diversos autores, como Tinbergen (1962), Poyhonen (1963), Pulliainen (1963), Geraci y Prewo (1977), Prewo (1978), Abrams (1980), y Bergstrand (1985). La capacidad explicativa del modelo ha quedado patente en estos trabajos y en otros más modernos que les han sucedido. Las relaciones predichas por el mismo han sido sistemáticamente contrastadas, hallándose coeficientes significativos y estables a lo largo del tiempo.

Asimismo, la fundamentación microeconómica del modelo ha sido objeto de amplio estudio entre la comunidad económica. La modelización de Bergstrand (1985) ha quedado como una referencia en la mate-

ria<sup>4</sup>. Se parte de un modelo de equilibrio general del comercio internacional en el que el agente económico maximiza funciones de utilidad y producción en  $N$  países, asumiendo que existe un factor de producción único e inmóvil en cada país. Este supuesto de la inmovilidad del factor de producción ha sido revisado por otros autores, como Gould (1994), con el objeto de introducir la migración en el modelo de gravedad.

El desarrollo del planteamiento de Bergstrand (1985) da lugar, por el lado de la demanda, a una serie de ecuaciones de demanda agregada bilateral de importaciones y de ecuaciones de demanda doméstica. Por el lado de la oferta, se obtienen igualmente un conjunto de ecuaciones de oferta agregada bilateral de exportación y de ecuaciones de oferta domésticas. La igualación de las ecuaciones de demanda bilateral de importaciones y oferta bilateral de exportaciones genera, bajo determinados supuestos laxos, el flujo comercial de equilibrio entre pares de países, que puede representarse mediante una ecuación como la (1).

Así, el valor agregado de comercio bilateral depende de una serie de variables que pueden agruparse en tres categorías. La primera se refiere a la renta, que refleja el potencial de la oferta y la demanda. La segunda son los costes de transporte, los aranceles y la escasez informativa sobre los mercados exteriores. Esto es, los factores que facilitan o entorpecen el flujo. Y, en tercer lugar, los precios, que recogen los efectos sustitución. Dentro de esta tercera categoría está el tipo de cambio nominal y los precios, referidos a la economía doméstica a la exportación y la importación.

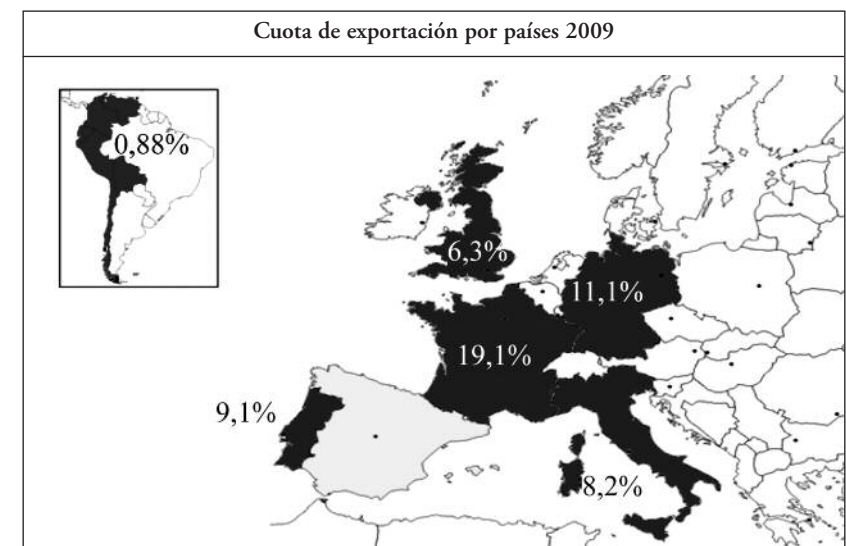
Más allá de las virtudes teóricas y empíricas de la ecuación de gravedad del comercio internacional, el Mapa N.1 resulta muy ilustrativo, en la medida en que muestra que los principales socios comerciales de España son aquellos países cercanos, grandes y con los que se comparte una cultura y marco institucional comercial, que es la pertenencia a la UE. De hecho, los cinco principales clientes de España, por orden, son Francia, Alemania, Portugal, Italia y Reino Unido, los que suman el 54% del total de las exportaciones españolas. Por su lado, los seis países andinos, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela suman tan sólo el 0,9% del total de la exportación española.

4 Existen otros análisis sobre la fundamentación teórica de la ecuación de la gravedad en el comercio internacional, como Helpman y Krugman (1985).

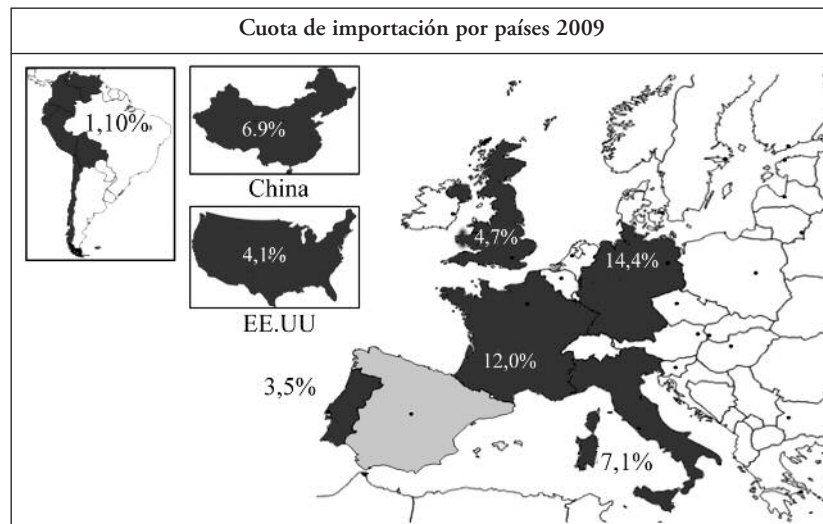
Por el lado de la importación, el patrón geográfico del comercio exterior español es muy parecido. Los cinco países europeos anteriormente citados ostentan el 42% de las compras españolas. La particularidad en cuanto a las importaciones españolas estriba en la aparición de China y EEUU en la cuarta y quinta posición de proveedores españoles, con unas cuotas respectivas del 6,9% y 4,1%. La cuota andina se queda en un 1,1%.

Por lo que se refiere a los países andinos, el patrón geográfico del comercio internacional, recogido en el anexo I, confirma también las predicciones del modelo teórico de gravedad. Los países andinos tienen como principales socios comerciales a las grandes potencias sudamericanas y, adicionalmente, a los grandes actores del comercio pacífico, EEUU, China y Japón, principalmente.

Mapa N. 1  
Patrón geográfico del comercio exterior español







Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España.

### Los factores para la dinamización del comercio bilateral

A la vista de las relaciones teóricas apuntadas, preguntarse por la gravedad que ejerce la Región Andina sobre el comercio exterior español equivale a preguntarse por los factores arriba apuntados.

### La integración económica

La primera de las categorías de las variables de la ecuación (1), la renta, cabe englobarse en el concepto general de masa económica, entendida como el peso relativo de cada país en la escena mundial. Evidentemente, a mayor masa económica de cada país, mayores flujos esperables se producirán. La masa económica, desde el punto de vista empírico, puede aproximarse por el PIB. Existen estudios econométricos que introducen variables adicionales en la ecuación de gravedad para aproximar el concepto de masa económica, como la renta per cápita, por ejemplo Dunlevy y Hutchinson (2006), y Girma (2002), o la población, Gould (2004).

Del razonamiento anterior, se colige que el crecimiento económico de la región andina reforzaría el efecto gravitatorio sobre el comercio exterior español. En cambio, los efectos producidos por la vía del crecimiento económico son, prácticamente, inapreciables a menos que se pudiera observar un diferencial de crecimiento muy elevado entre los países andinos y el resto de países que comercian con España.

Es poco realista pensar que algún país pueda, en un breve lapso de tiempo, aumentar su peso dentro del PIB o de la población mundial de forma notoria. Esto es, ganar una cuota suficientemente cuantiosa como para desnivelar el patrón geográfico del comercio internacional. No obstante lo comentado, existe una vía por la que la Región Andina podría multiplicar su masa económica y, en consecuencia, la gravedad ejercida sobre el comercio bilateral con España. Tal vía es la integración económica.

Realizar una exportación a España equivale a introducir un producto o servicio en un mercado de unos 500 millones de personas con 12 168 billones<sup>5</sup> de euros de renta<sup>6</sup>. Es decir, la región económica más grande del mundo. En cambio, el lento e imperfecto proceso integrador andino hace que la región aparezca en la escena global no como la suma de los seis países de referencia, esto sería un mercado de 127 millones de personas con 705 000 millones de renta<sup>7</sup>, sino como un área fragmentada en seis sub-mercados independientes.

De la comparación realizada se desprende que la UE ha alcanzado un nivel de integración muy profundo frente a los inacabados procesos andinos. Mientras el mercado único es una realidad en Europa, los países andinos ni siquiera han conseguido cristalizar una unión aduanera. Las ventajas de pertenecer a un mercado más amplio son incuestionables. Sin ánimo de exhaustividad, por el lado de la exportación, la producción doméstica puede beneficiarse de economías de escala en la producción. Por citar un mero ejemplo, para un productor ecuatoriano no es lo mismo lanzar un producto en el mercado local, de aproximadamente 50 000 millones de dólares, que lanzar el producto para un hipotético mercado andino de unos 700 000 millones de dólares. Evidentemente, el segundo

<sup>5</sup> Billón equivale a un millón de millones.

<sup>6</sup> Eurostat.

<sup>7</sup> Datos procedentes de los Bancos Centrales e Institutos de Estadística de cada país.

mercado permite un aprovechamiento de las economías de escala en la producción, con la consiguiente reducción de costes y ganancia de productividad que, a su vez, abre la puerta para competir en los mercados globales.

Por el lado de la importación, un área económica integrada ofrece mejores atractivos al exportador internacional que un mercado pequeño y aislado. Para muchos productos, los países pequeños no tienen una masa crítica de demanda que compense los costes del comercio internacional, desde el transporte hasta los aranceles. El resultado es desabastecimiento de algunos productos. Si el mercado andino estuviera verdaderamente integrado, una importación, una vez ingresada en la región, podría circular libremente por todo el territorio. En la actualidad, esa circulación sería imposible por el pago de aranceles cada vez que se cruza una frontera y, todavía peor, por la necesidad de pasar reglamentaciones técnicas, sanitarias y fitosanitarias, que no están armonizadas en la zona andina.

El argumento integrador aguanta otra vuelta de tuerca. Una integración económica más profunda, por ejemplo, bajo la forma de un mercado único, sirve de acicate para la inversión extranjera y ésta tiene a su vez efectos comerciales. La inversión directa, dependiendo de si se produce en algún sector exportador o no, puede tener un efecto precomercial o anticomercial. Las políticas nacionales pueden desempeñar un papel fundamental a la hora de determinar tal efecto mediante la incentivación de los sectores de bienes comercializables y el refuerzo de la capacidad exportadora.

### El mercado del castellano

La segunda de las categorías analizadas en el marco teórico de la gravedad se refiere a las fuerzas que favorecen o dificultan los flujos comerciales. Algunas de estas fuerzas son exógenas al planteamiento efectuado y, por otra parte, difícilmente influenciadas mediante políticas públicas o acciones empresariales. Un claro ejemplo es la distancia entre los países, que mide los costes asociados al transporte. Indudablemente, las mejoras tecnológicas asociadas al transporte reducen los costes del comercio. En cam-

bio, es poco realista esperar que este factor pueda jugar a favor de la región andina y en detrimento del resto de regiones del mundo.

Del mismo modo que la distancia perjudica los intercambios comerciales hispánico-andinos, existen otros factores, también exógenos y difícilmente manipulables, que claramente benefician las prácticas comerciales entre las regiones mencionadas. Los aspectos que mejor ilustran este argumento son el idioma y la historia, elementos que no pueden ser modificados de la noche a la mañana y que otorgan una clara ventaja comparativa respecto a terceros países.

El idioma y la historia común pueden reducir los costes transaccionales del comercio, puesto que producen un estrechamiento de la relación bilateral del que pueden emerger oportunidades para los negocios y para el comercio internacional. Los vínculos culturales e históricos generan información y confianza, dos de los requisitos necesarios para el intercambio internacional. El primero se refiere al conocimiento de las oportunidades comerciales. El exportador necesita identificar mercados potenciales y obtener acceso a los canales de distribución en ambientes desconocidos. El importador, a su vez, requiere proveedores fiables. Estas actividades se basan en el conocimiento de las costumbres, normas, instituciones y prácticas económicas locales.

Rhee y Soulier (1989) llegan a conclusiones similares relativas a la importancia de la información en el comercio internacional. Se basan en un estudio sobre Hong Kong para concluir que el recurso más importante que poseen las empresas de tipo *import-export* es su conocimiento profundo sobre los mercados exteriores, los compradores exteriores, bien sean importadores o distribuidores, y sobre la producción y oferta exterior. Sin tal información, este tipo de empresas difícilmente podrían hacer contactos entre importadores foráneos y productores nacionales y viceversa. En palabras de Rauch (2001) esta intermediación puede ser interpretada como la venta y uso de un acceso a una red de contactos.

Cuando los países tienen elementos culturales e históricos comunes, es habitual que aparezcan, asimismo, instituciones tendentes a fomentar los intercambios comerciales. Tal es el caso de las Cámaras de Comercio Binacionales y otras asociaciones privadas, que contribuyen a diseminar la información necesaria para los negocios y a contactar potenciales compra-

dores y vendedores a través de la difusión de oportunidades de negocio entre sus afiliados. En el caso de la región andina, existen Cámaras Oficiales Españolas de Comercio en Santiago de Chile, Lima, La Paz, Guayaquil, Quito, Bogotá y Caracas.

De todo lo anterior se deduce que, una forma de aumentar el intercambio hispánico-andino consiste en potenciar al máximo todas las asociaciones, nexos y acuerdos interinstitucionales bilaterales, que son más propensos a aparecer en las condiciones descritas. Se ha citado como ejemplo las Cámaras de Comercio, pero existen multitud de posibilidades, como los centros sociales, asociaciones de inmigrantes o reuniones o Cumbres bilaterales, oficiales o informales, que surgen por diversos motivos.

Pero, las ventajas derivadas de la lengua y la cultura común no acaban en el asunto de los costes transaccionales. Existe un mercado cuya principal característica es el uso del idioma y cuyos bienes y servicios abarcan desde productos editoriales hasta producciones audiovisuales, pasando por el sector educativo, la elaboración de software y, en general, cualquier bien o servicio para el que se requiera leer, hablar o escuchar el castellano.

Las estadísticas contenidas en las Tablas N.7 y N.8 muestran la importancia del comercio relacionado con el castellano. El rubro industrias culturales está en el *top ten* de la exportación española a todos los países andinos y, en su conjunto, suma casi sesenta millones de euros. Este mercado del castellano funciona de forma unidireccional ya que la exportación andina de este tipo de productos a España es muy reducida, se sitúa en 1,5 millones de euros<sup>8</sup>.

### El marco jurídico comercial

Al margen del idioma, la cultura y la historia común, existen fuerzas relacionadas con el marco jurídico y tributario de las transacciones internacionales que pueden potenciar o dificultar los flujos bilaterales. El arancel es el ejemplo más clásico de barrera que entorpece el comercio. En cambio, existen multitud de figuras tributarias o legales que cumplen fines

8 Datos de 2009 del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

similares, entre otras, los contingentes aplicados al comercio y, en muchos casos, las normativas técnicas, sanitarias y fitosanitarias.

En el caso de los aranceles, es fácil cuantificar el grado de obstaculización del comercio mediante el cálculo del arancel medio (o medio ponderado) aplicado. En el caso de las barreras pararancelarias resulta más complicado realizar el cálculo anterior, de ahí que en la literatura se utilice la existencia o no de tratados comerciales como método para modular el efecto gravitatorio que una región o país ejercen sobre el comercio. Los tratados comerciales, además de clarificar el marco jurídico aportan seguridad y confianza, ingredientes básicos para un comercio dinámico.

El mapa de los acuerdos bilaterales entre la Región Andina y la UE muestra una forma muy desigual<sup>9</sup>. Chile es el país que mayor integración comercial ha alcanzado con la UE gracias al Acuerdo de Asociación firmado el 18 de noviembre de 2002, que entró en vigor de forma interina el 1 de febrero de 2003 y de forma definitiva el 1 de marzo de 2005. El resto de países andinos parten de la misma base común para las relaciones comerciales, el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) de la UE, que permite el acceso al mercado comunitario en condiciones preferenciales a los productos provenientes de países en vías de desarrollo (PVD). En cambio, en varios momentos se ha hecho patente la intención de disponer de un Acuerdo de Asociación birregional, como en la Declaración de Guadalajara de la III Cumbre UE-América Latina y El Caribe: “En vista del avance logrado, reconfirmamos la señal positiva dada por la Declaración de Madrid respecto a la negociación de los Acuerdos de Asociación, incluyendo acuerdos de libre comercio. Esos Acuerdos de Asociación son nuestro objetivo estratégico común” (28-29 de mayo de 2004, Guadalajara, México).

Como suele ser habitual, los hechos han discurrido por senderos distintos que las palabras y, a pesar de la citada declaración de voluntades, seis años después encontramos que sólo Perú y Colombia esperan firmar un Acuerdo Comercial con la UE en mayo de 2010, el cual complementará al Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación entre la Comunidad

9 En el caso de los acuerdos bilaterales, se alude a la UE y no a España porque la negociación de tales acuerdos es una competencia que los países miembros han transferido a la UE.

Europea y la Comunidad Andina, suscrito en Roma el 15 de diciembre de 2003.

Por otro lado, las Repúblicas de Bolivia y Venezuela se han alejado de la posibilidad de negociar un Acuerdo Comercial con la UE y la República de Ecuador se halla en un plano intermedio, no descarta la negociación de tal acuerdo pero tampoco ha dado pasos firmes en pos de él.

Lógicamente, la ausencia del marco jurídico que proporcionan este tipo de acuerdos omnicomprendivos genera una desventaja comparativa respecto a otras regiones del globo. Evidentemente, el mejor marco jurídico para el comercio exterior es el que disfrutaban los países miembros de la UE, que se benefician de un mercado único y de una unión monetaria. Los países que no han alcanzado acuerdos con la UE tienen una desventaja adicional frente a los países que sí lo han hecho, como México, Sudáfrica o la mayoría de los países ribereños del Mediterráneo meridional y oriental. Por tanto, de cara al futuro próximo se abre una fisura entre los países andinos con acuerdo con la UE y aquellos sin acuerdo, existiendo una ventaja a favor de los primeros gracias a la seguridad y confianza que estos acuerdos proporcionan y a las preferencias que otorgan, más allá del habitual trato comercial de Nación Más Favorecida o, en su caso, del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG+). Además, no debe perderse de vista que este último sistema es transitorio y está sujeto a prórrogas, no así los Acuerdos Comerciales y de Asociación, que proporcionan un marco amplio, estable y duradero para el comercio internacional.

### Aprovechamiento de las ventajas comparativas

La tercera y última de las categorías que influyen en la gravedad del comercio son los precios y los efectos sustitución que producen. En el caso que nos ocupa, la variable tipo de cambio es absolutamente incontrolable para España y para Ecuador, por no tener monedas propias, y difícilmente manejable para el resto de países andinos, excepción hecha de los controles de cambios impuestos por Venezuela. En consecuencia, los precios de exportación marcan los sectores en los que los países han adquirido

ventajas. La explotación de tales ventajas es una manera de abundar en la relación comercial hispánico-andina.

Por lo que se refiere a la exportación española, el patrón sectorial se caracteriza por la explotación de tres nichos concretos (Tabla N.7). El primero, se refiere a bienes de tecnología media y alta, normalmente maquinaria para la industria y, en concreto, los rubros de tecnología industrial, industria química e industria auxiliar mecánica y de la construcción. Junto a tales productos, el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) está igualmente muy presente en la exportación española a la Región Andina. Todos ellos suman una cuota del 64% de la exportación española a la Región Andina.

El segundo sector protagonista no es tan intensivo en tecnología, pero aporta un elemento fundamental y creciente en la estructura productiva española: el diseño. En los mercados del mueble (hábitat) y moda, la competitividad exterior no pasa necesariamente por el precio. La calidad del producto, en muchas oportunidades identificada con el diseño, es el factor crucial para ganar cuota de mercado internacional. España exporta a la Región Andina un valor de 270 millones de euros, aproximadamente el 14% de las exportaciones totales a tal región.

Finalmente, el tercer nicho es el denominado mercado del castellano y está representado por las industrias culturales, cuya exportación asciende a casi sesenta millones de euros, un 3% del total. El Anexo II ofrece una mayor precisión sobre los datos comentados con cada país andino.

Tabla N. 1  
Exportación española a la Región Andina

Exportaciones totales a región andina (Miles de euros)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	732 489	37,90%
Industria química	244 497	12,65%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	183 717	9,51%
Moda	160 235	8,29%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	121 409	6,28%
Hábitat	109 636	5,67%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	69 736	3,61%
Medio ambiente y producción energética	58 890	3,05%
Industrias culturales	58 251	3,01%
Pescado y marisco	52 884	2,74%
<b>Total exportaciones</b>	<b>1 932 445</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

En lo atinente a la exportación andina (Tabla N.8), los productos energéticos son el rubro principal, 30% del total, seguido por las materias primas, 26%. Pescado y marisco es otro rubro de gran importancia para Chile, Perú y Ecuador, no en vano, existen multitud de empresas transnacionales españolas operando en tales países, principalmente en los subsectores atunero y camarero. Finalmente, los productos hortofrutícolas son una constante en la exportación de cada uno de los países andinos. Esas cuatro categorías suman el 82% de la exportación andina a España. Los datos desagregados por países se ofrecen en el anexo III.

El patrón sectorial es claramente interindustrial. Las exportaciones españolas se caracterizan por su mayor contenido tecnológico, editorial y de diseño, mientras que la exportación andina tiende claramente a los bienes primarios.

Tabla N. 2  
Exportación andina a España

Exportaciones totales a región andina (Miles de euros)	2009	% sobre total
Medio ambiente y producción energética	943 567	29,60%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	837 458	26,27%
Pescado y marisco	464 036	14,56%
Productos hortofrutícolas	370 386	11,62%
Tecnología industrial	167 898	5,27%
Industria química	93 764	2,94%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	71 180	2,23%
Panadería y otros	45 705	1,43%
Plantas vivas y productos de floricultura	38 486	1,21%
Moda	31 432	0,99%
<b>Total exportaciones</b>	<b>3 188 074</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Más allá de las ventajas comparativas reflejadas en las Tablas N.7 y N.8, existen nuevos y pujantes sectores que proporcionan evidentes posibilidades comerciales. Es el caso del mercado del dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>).

España, a diferencia de los países andinos, pertenece al Anexo I del Protocolo de Kyoto y, en consecuencia, debe afrontar restricciones cuantitativas a la emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en el período 2008-2012. La realidad muestra un muy pobre desempeño español en la materia. De hecho, uno de los desequilibrios más flagrantes del largo ciclo expansivo de la economía española, 1993-2008, ha sido el desaforado incremento de las emisiones de GEI, hasta el punto que España padece un déficit anual de aproximadamente cien millones de toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>.

Para enjugar tal déficit se requieren medidas domésticas de ahorro y eficiencia energética pero, también, el recurso a los mecanismos de flexibilidad del Protocolo de Kyoto. Para el caso de los países andinos, el Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) supone una oportunidad de con-

seguir y vender Reducciones Certificadas de Emisiones (RCEs), lo que equivale a financiación, a la par que se mejora el estándar de tecnología y eficiencia de las industrias contaminantes. Para España, el MDL es ya más una obligación que una oportunidad. Más de la mitad del citado déficit de CO<sub>2</sub> ha de ser eliminado mediante los mencionados mecanismos de flexibilidad, lo que supone para España compras anuales de más de cien-cuenta millones de toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>. Por tanto, existe comunión de intereses en este mercado de GEI y, consiguientemente, amplio potencial para la relación comercial bilateral.

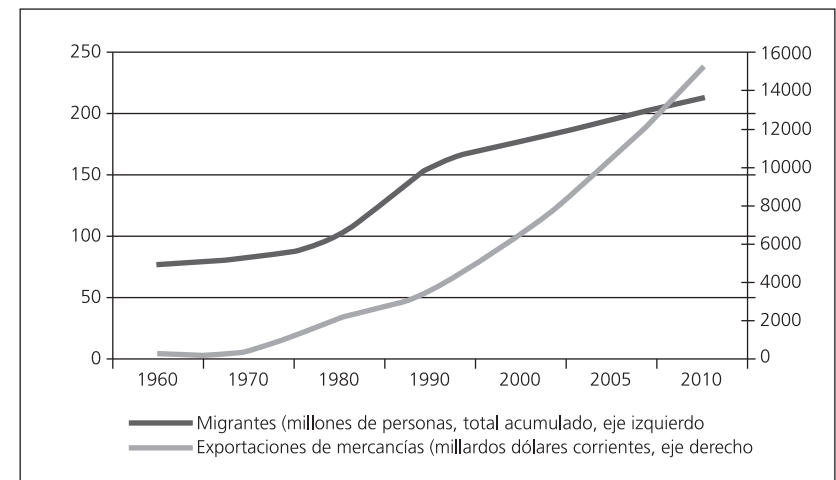
### La migración

Hasta el momento, el análisis de las potencialidades de la relación comercial bilateral se ha ceñido a los determinantes tradicionales de la gravedad del comercio internacional, esto es, los factores habituales del patrón geográfico del comercio. En cambio, la ecuación de gravedad puede ampliarse mediante la inclusión de nuevas variables susceptibles de impactar en los flujos comerciales.

La inmigración se ha convertido en un fenómeno social masivo en España desde la segunda mitad de la década de los noventa y, precisamente, la mayor comunidad inmigrante es la latinoamericana. Hecho que refuerza los vínculos interregionales. Más allá de los lazos sociales entre inmigrantes, familiares y amigos en el país de origen, la migración ocasiona evidentes manifestaciones económicas, por ejemplo, el flujo financiero de las remesas o el impacto indirecto sobre el comercio internacional. Este aspecto ha sido menos estudiado, pero, no por ello debe ser obviado.

El Gráfico N.7 muestra la convivencia histórica de fuertes aumentos en los flujos comerciales y del crecimiento de la migración internacional. El carácter complementario entre ambos fenómenos se produce fundamentalmente por dos vías.

Gráfico N. 1  
Evolución de la exportación y migración mundial



Fuente: OMC y NNUU.

La primera es la vía de las preferencias. Esto es, la demanda que los inmigrantes realizan de los productos típicos de sus países de origen. Este canal de impacto de la inmigración sobre el comercio se denomina vía de la nostalgia, precisamente porque las preferencias aludidas de los migrantes provienen de esa percepción sentimental.

La segunda vía se refiere a los costes de transacción del comercio internacional. El desarrollo exitoso de las operaciones económicas internacionales requiere de una serie de trámites que las encarecen e inhiben. Por citar ejemplos concretos, una operación comercial requiere en primer lugar de información sobre las características de mercado. Asimismo, es necesario entablar contactos de negocios, esto es, contrapartes que aseguren los canales de provisión y distribución. El conocimiento del entorno institucional también resulta clave, lo que abarca desde la regulación económica hasta las prácticas mercantiles habituales. La confianza también es necesaria en la medida en que las contrapartes de una operación internacional necesitan saber que los contratos serán cumplidos y que no existirán comportamientos oportunistas.

Las redes de contactos que genera la inmigración, a veces llamadas redes étnicas, propician factores que abaratan los costes transaccionales del comercio internacional, esto es, información, contactos, conocimiento recíproco y confianza. En otras palabras, “la inmigración como fenómeno económico genera una externalidad positiva sobre el comercio, tanto sobre las exportaciones como las importaciones” (Madrazo, 2009: 180).

La estimación econométrica de la ecuación de gravedad aumentada, permite cuantificar estos efectos de la migración sobre el comercio. Dependiendo de los países de referencia, y bajo el marco de modelos de elasticidad constante, las elasticidades entre migración y exportación, y migración e importación se sitúan entre el 0,1 y el 0,4. Estas estimaciones son significativas, en casi todos los trabajos, a niveles superiores al 5% (Dunlevy, 2006; Gould, 1994; Rauch y Trindade, 2002; Wagner, Head y Ries, 2002).

Para el caso español, país en el que la inmigración se ha convertido en un caso digno de estudio por el abultado volumen de los flujos, la elasticidad de la exportación y la importación respecto de la inmigración se sitúan en 0,14 y 0,33 respectivamente, como se aprecia en la Tabla N.9. Para ciertos tipos de productos para los que las vías de impacto de la inmigración son más fuertes, como los alimentos y los productos manufacturados, tales elasticidades ascienden aproximadamente a 0,2 y 0,5 (Madrazo, 2009).

Tabla N. 3  
Principales estimaciones cuantitativas de la relación  
entre inmigración y comercio español

Autores	Muestra y período	Complejidades de interés	Elasticidad de la exportación	Elasticidad de la importación
Blanes (2004)	España y 42 socios, 1991-1998.	Efecto relativo en función de la procedencia y cualificación del inmigrante.	0,14	No significativo
Madrazo (2009)	España y 92 socios, 2005 y 2007.	Análisis sectorial del impacto de la inmigración.	0,14	0,33

Fuente: Elaboración propia.

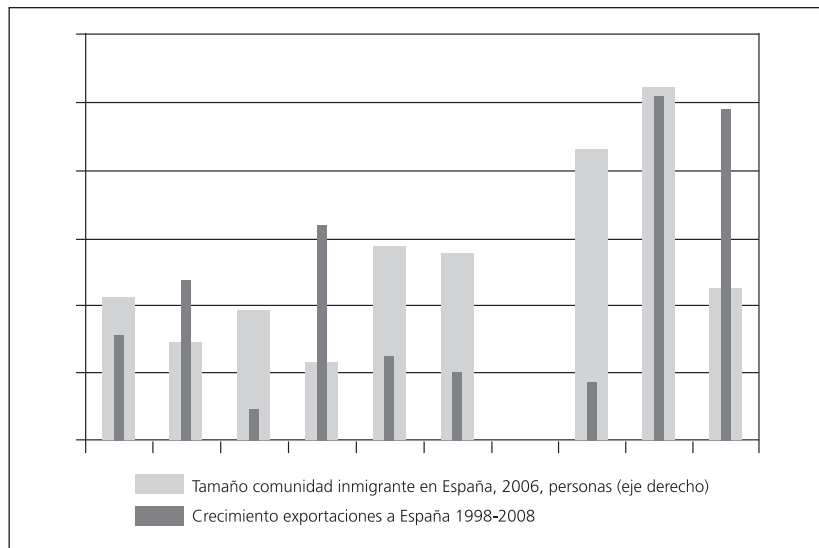
Por tanto, la inmigración brinda también oportunidades para el comercio bilateral. El aprovechamiento del mercado de la nostalgia, que se refiere a las exportaciones de los países originarios de los migrantes, depende de la promoción que se haga de los productos ‘nostálgicos’, normalmente alimentarios, textil y confección, artesanías y manufacturas destinadas al consumo final.

Por otro lado, la reducción que la migración puede implicar sobre los costes transaccionales del comercio, a través de las denominadas redes étnicas, propicia oportunidades para el comercio bilateral en ambos sentidos.

En el Gráfico N.8 se muestra el tamaño de la comunidad inmigrante de cada país<sup>10</sup>, y el crecimiento de las exportaciones de cada país hacia España entre 1998 y 2008. Las funciones del gráfico son meramente ilustrativas y no se pretende, en modo alguno, reflejar una relación de causalidad estricta. Por citar un ejemplo, el crecimiento de las exportaciones rumanas no se debe exclusivamente al tirón ejercido por los inmigrantes rumanos sino que existen otras causas, como la incorporación a la UE. Más allá de esta consideración, puede apreciarse que hay países, como la propia Rumania o República Dominicana, cuyas exportaciones han experimentado un elevado crecimiento, en consonancia con el tamaño creciente de la comunidad inmigrante. Existe un segundo grupo de países, compuesto por Perú, Venezuela, Chile y Bolivia, también con comunidades inmigrantes representativas, cuyas exportaciones han tenido un buen desempeño. Finalmente, Colombia, Marruecos y, particularmente, Ecuador no han conseguido desarrollar sus exportaciones en consonancia con el tamaño de las colonias de sus compatriotas residentes en España. Por tanto, para este último grupo de países existen buenas oportunidades para sacar mayor partido del mercado de la nostalgia que, como se dijo anteriormente, se plasma de manera especial en los bienes alimentarios, productos textiles, prendas de vestir y bienes de consumo final. Cabe decir que la exportación ecuatoriana a España de manufacturas de consumo se situaba en 1998 en seis millones de dólares y en 2008 solo se alcanzó la cifra de cinco millones y medio de dólares.

10 Se trata del número de personas nacidas en tales países. Tal número incluye a los que tienen la nacionalidad de su país de nacimiento, a los que tienen la nacionalidad doble y a los españoles nacidos en países extranjeros, si bien esta última categoría es cuantitativamente muy reducida.

Gráfico N. 2  
Crecimiento de las exportaciones y tamaño de la comunidad inmigrante



Fuente: OMC y NNUU.

### La financiación del comercio internacional.

Al margen del marco teórico propuesto y como ampliación al mismo, debe apuntarse que la práctica del comercio internacional requiere de una relación financiera entre exportador e importador bien directa, bien a través de entidades de crédito o bien a través de los propios Estados.

Para el caso de las operaciones comerciales de tamaño pequeño y mediano, el uso de la carta de crédito-pago elimina, o al menos amortigua, los problemas de seguridad y confianza aludidos, mediante la traslación de parte del riesgo comercial al banco y permiten al comprador diferir los pagos hasta que las mercancías pasen las aduanas o los controles de calidad pactados.

Las grandes operaciones del comercio internacional suelen requerir, adicionalmente, crédito de exportación y seguro de crédito a la exportación para salvar las restricciones financieras del importador.

En este sentido la apuesta por una estrecha relación financiera bilateral entre los gobiernos asegura las condiciones para un comercio internacional dinámico. Cabe destacar que Colombia tiene firmado un Programa Financiero por 253 millones de euros con España. Perú, por su lado, tiene vigente un programa similar por valor de 235 millones de euros. Ambos países y Chile cuentan, adicionalmente, con cobertura de crédito a la exportación por parte del Estado español sin restricciones. Estas favorables condiciones crean el caldo de cultivo apropiado para el florecimiento del comercio internacional.

### Conclusión

El modelo de gravedad del comercio internacional proporciona un marco adecuado para analizar por qué la relación comercial entre España y la Región Andina desmerece de la cercanía histórica, cultural y social que se da entre ambas regiones. A lo largo del ensayo se han analizado los distintos factores que pueden dotar al comercio interregional de un mayor dinamismo:

- La integración. Un primer determinante del escaso peso relativo del comercio bilateral es la escasa masa económica de cada uno de los países de la Región Andina. En cambio, esta limitación podría convertirse en una oportunidad mediante la integración regional.
- El castellano. El lenguaje común podría reforzar también el efecto gravitatorio sobre el comercio exterior interregional. En efecto, el hecho de compartir idioma no sólo reduce los costes de transacción asociados al comercio y facilita el establecimiento de nexos comerciales sino que abre en sí mismo múltiples oportunidades. Por un lado, la cercanía cultural favorece la aparición de instituciones birregionales de todo tipo, entre ellas las cámaras de comercio, con el consiguiente efecto facilitador sobre el comercio. Por otro lado, el idioma es la llave para acceder a determinados mercados: editorial, software, audiovisual, etc. Es lo que se denomina el mercado del castellano. Las empresas españolas están sacando bastante partido de este mercado, aunque no ocurre lo mismo con sus contrapartes andinas.



- Sectores emergentes. Junto a los sectores que caracterizan el comercio bilateral, marcando un patrón interindustrial, existen nuevos nichos de los que se desprenden oportunidades mutuas, como el mercado del CO<sub>2</sub>.
- La migración. El fenómeno reciente que más ha reforzado la vinculación entre la región andina y España es la migración. Las oportunidades pro-comerciales de la migración derivan de la reducción de los ya citados costes transaccionales del comercio y, por otro lado, de otro mercado emergente con oportunidades de crecimiento, el de la nostalgia.
- Marco jurídico y financiero bilateral. Los acuerdos comerciales bilaterales o, en el caso de la UE, los Acuerdos de Asociación reducen costes y proporcionan la confianza y seguridad que el comercio internacional requiere. Por su lado, la cooperación y existencia de acuerdos financieros bilaterales facilitan liquidez a las operaciones comerciales.

## Bibliografía

- Abrams, Richard K. (1980). "International Trade Flows under Flexible Exchange Rate" *Economic Review, Federal Reserve Bank of Kansas City*: 3-10.
- Bergstrand, Jeffrey H. (1985), "The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence". *The Review of Economics and Statistics* Vol. 67(3): 474-481.
- Blanes, J.V. (2004). "El nexo entre la inmigración y el comercio en España". *ICE*, N° 814.
- Dunlevy, James A. y William K. Hutchinson (2006). "The influence of corruption and language on the protrude effect of immigrants: evidence from the American states". *Review of Economics and Statistics* Vol. 88.
- Geraci, Vincent J. y Prewo, Wilfried (1977). "Bilateral Trade Flows and Transport Costs" *REVIEW* No. 59: 67-74.
- Girma, S. y Yu, Z. (2002). "The link between immigration and trade: Evidence from the United Kingdom". *Review of World Economics (WeltwirtschaftlichesArchiv) Springer* Vol. 127(1): 115-130.

- Gould, David M. (1994). "Immigration links to the home country: empirical implications for US bilateral trade flows". *Review of economics and statistics* Vol. 76: 302-16.
- Helpman, E y Krugman, P. (1985). *Market Structure and Foreign Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Madrazo, Rodrigo (2009). "El Impacto de la Inmigración sobre el Comercio Exterior Español". *ICE* N° 849.
- Poyhonen, Pentti (1963). "A Tentative Model for the Volume of Trade between Countries". *WeltwirtschaftlichesArchiv, Band* 90: 93-100.
- Prewo, Wilfried (1978). "Determinants of the Trade Pattern among OECD Countries from 1958 to 1974". *Jahrbucher fur National-ökonomie und Statistik* 193: 341-358.
- Pullaiainen, Kyosti (1963). "A World Trade Study: An Econometric Model of the Pattern of the Commodity Flows of International Trade in 1948-60". *EconomiskaSamfundetsTidskrift* 16: 78-91.
- Rauch, James E. (2001). *Business and Social Networks in International Trade*. *Journal of Economic Literature, American Economic Association*, vol. 39(4): 1177-1203, December.
- Rauch, J.E. y Trindade, V. (2002). "Ethnic Chinese Networks In International Trade". *The Review of Economics and Statistics* Vol. 84(1): 116-130.
- Rhee, Y.-W. and C. Soulier (1989). *Small Trading Companies and a Successful Export Response: Lessons from HongKong*. Working Paper, Industry and Energy Department, Industry Series paper No. 16.
- Tinbergen, Jan (1962). *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*. New York: The Twentieth Century Fund.
- Wagner, D., Head, K., Ries, J. (2002). "Immigration and the trade of provinces". *Scottish Journal of Political Economy* No. 49 (5): 507-525.

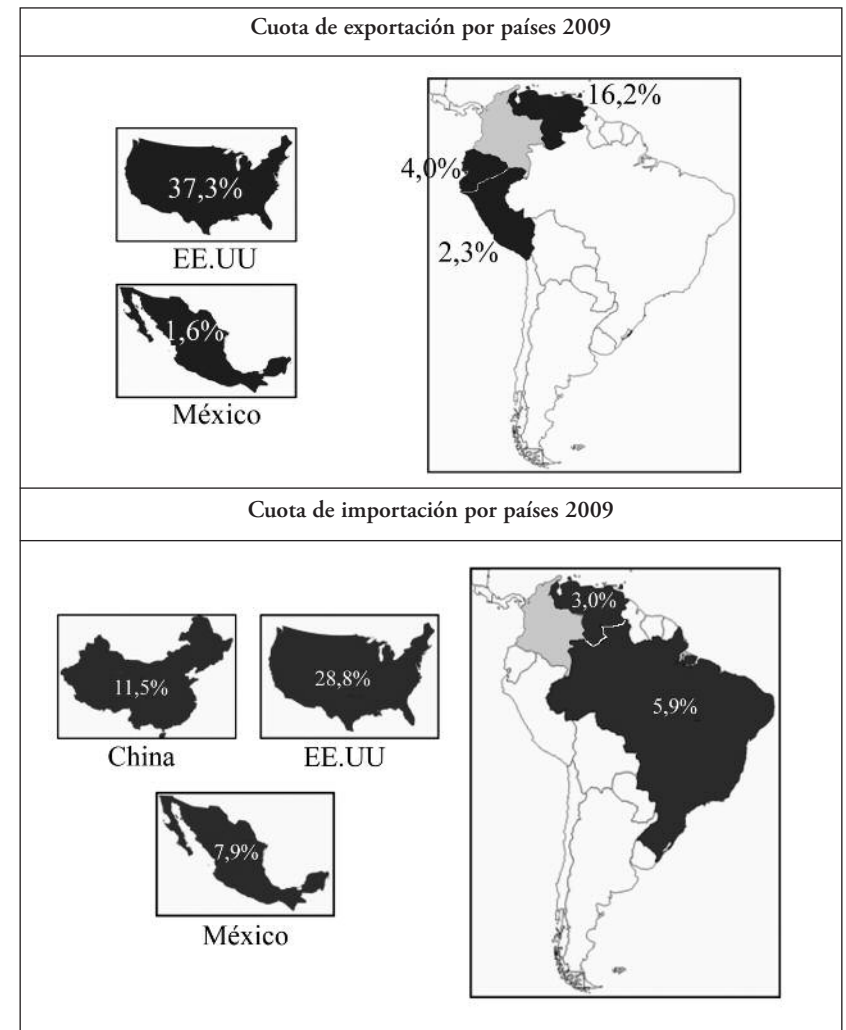
Anexo I  
Patrón comercial geográfico de los países andinos

Mapa A1  
Patrón geográfico del comercio exterior boliviano



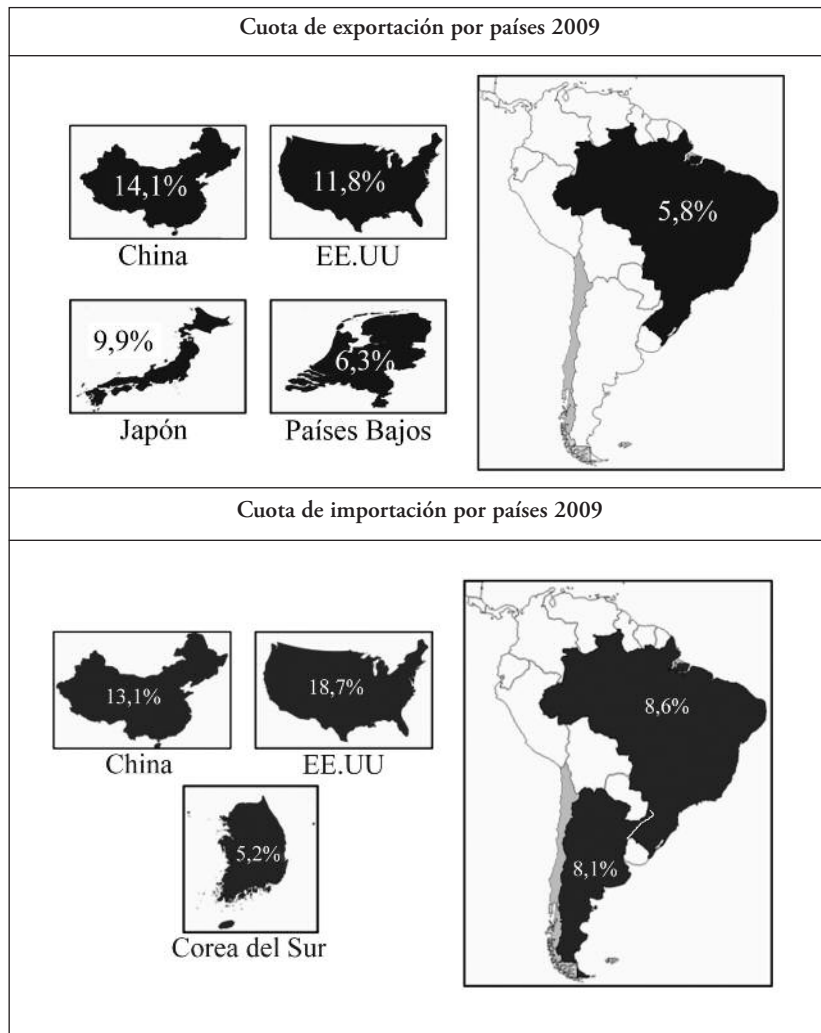
Fuente: Banco Central de Bolivia

Mapa A2  
Patrón geográfico del comercio exterior colombiano



Fuente: Banco Central de Bolivia

Mapa A3  
Patrón geográfico del comercio exterior chileno



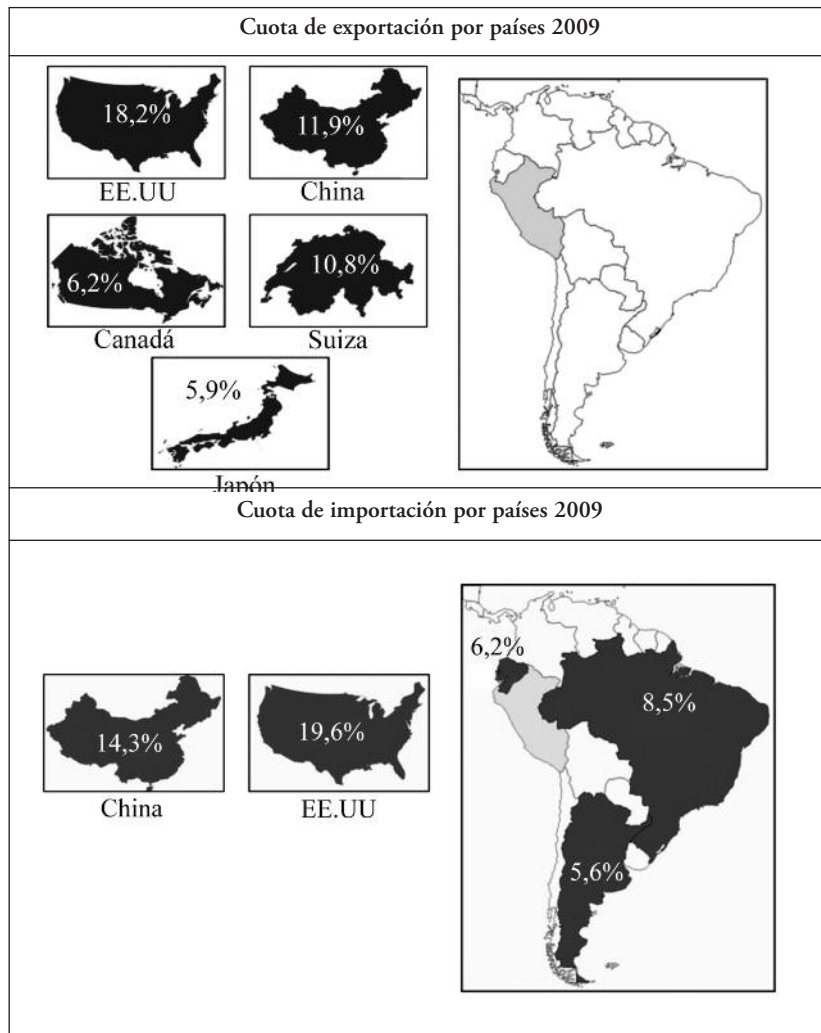
Fuente: Banco Central de Chile

Mapa A4  
Patrón geográfico del comercio exterior ecuatoriano



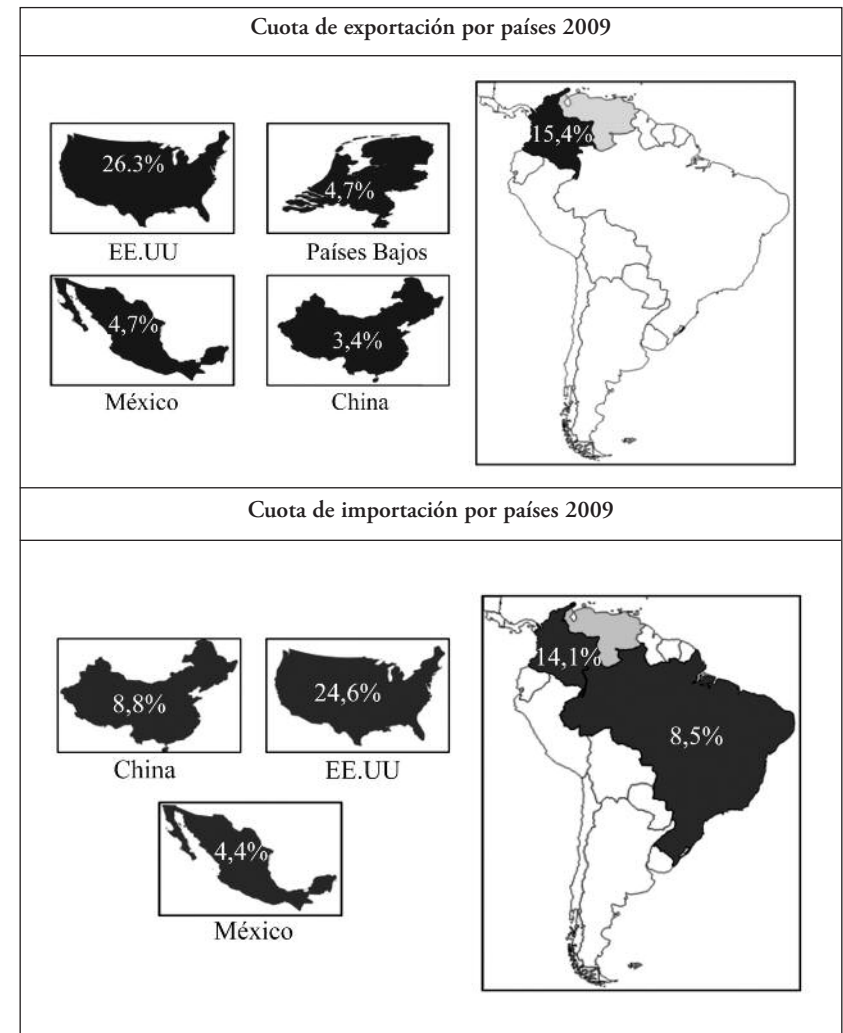
Fuente: Banco Central de Ecuador

Mapa A5  
Patrón geográfico del comercio exterior peruano



Fuente: Banco Central de Perú

Mapa A6  
Patrón geográfico del comercio exterior venezolano



Fuente: Banco Central de Venezuela

## Anexo II

## Patrón sectorial de la exportación española a la Región Andina

Tabla A1. Exportación española Bolivia

Exportaciones de España a Bolivia (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	16 961	49,34%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	3 269	9,51%
Industria química	2 684	7,81%
Moda	2 117	6,16%
Hábitat	2 081	6,05%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	1 734	5,04%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	1 269	3,69%
Industrias culturales	1 124	3,27%
Ocio	873	2,54%
Panadería y otros	630	1,83%
<b>Total exportaciones</b>	<b>34 379</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A2. Exportación española a Colombia

Exportaciones de España a Colombia (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	90 996	28,92%
Industria química	53 143	16,89%
Moda	39 483	12,55%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	30 553	9,71%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	25 511	8,11%
Hábitat	17 431	5,54%
Industrias culturales	12 886	4,09%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	12 087	3,84%
Grasas y aceites	8 777	2,79%
Panadería y otros	7 738	2,46%
<b>Total exportaciones</b>	<b>314 698</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A3. Exportación española a Chile

Exportaciones de España a Chile (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	349 480	51,89%
Industria química	67 064	9,96%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	65 841	9,78%
Moda	38 480	5,71%
Hábitat	33 164	4,92%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	28 669	4,26%
Medio ambiente y producción energética	24 995	3,71%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	23 399	3,47%
Industrias culturales	15 431	2,29%
Panadería y otros	9 454	1,40%
<b>Total exportaciones</b>	<b>673 491</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A4. Exportación española a Ecuador

Exportaciones de España a Ecuador (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Pescados y marisco	52 884	28,74%
Tecnología industrial	34 450	18,72%
Industria química	24 436	13,28%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	21 245	11,55%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	15 349	8,34%
Hábitat	8 452	4,59%
Industrias culturales	6 108	3,32%
Moda	5 272	2,87%
Panadería y otros	3 450	1,88%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	3 400	1,85%
<b>Total exportaciones</b>	<b>183 979</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A5. Exportación española a Perú

Exportaciones de España a Perú (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	70 948	35,92%
Industria química	31 445	15,92%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	17 574	8,90%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	16 252	8,23%
Hábitat	11 289	5,72%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	10 114	5,12%
Industrias culturales	9 028	4,57%
Moda	7 769	3,93%
Panadería y otros	7 556	3,83%
Ocio	5 576	2,82%
<b>Total exportaciones</b>	<b>197 504</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A6. Exportación española a Venezuela

Exportaciones de España a Venezuela (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Tecnología industrial	169 654	32,11%
Moda	67 114	12,70%
Industria química	65 725	12,44%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	53 131	10,06%
Hábitat	37 219	7,04%
Medio ambiente y producción energética	33 895	6,41%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	26 463	5,01%
Tecnología de la información y de las telecomunicaciones	19 002	3,60%
Industrias culturales	13 674	2,59%
Panadería y otros	9 698	1,84%
<b>Total exportaciones</b>	<b>528 394</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

### Anexo III

#### Patrón sectorial de la exportación andina

Tabla A7. Exportación boliviana a España

Exportaciones de Bolivia a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	28 887	76,17%
Productos hortofrutícolas	5 477	14,44%
Otras bebidas alcohólicas	1 841	4,85%
Moda	725	1,91%
Panadería y otros	429	1,13%
Industria química	186	0,49%
Tecnología industrial	170	0,45%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	111	0,29%
Hábitat	51	0,13%
Industrias culturales	21	0,06%
<b>Total exportaciones</b>	<b>37 924</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A8. Exportación colombiana a España

Exportaciones de Colombia a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Medio ambiente y producción energética	198 030	50,53%
Panadería y otros	45 893	11,71%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	29 282	7,47%
Pescados y marisco	27 862	7,11%
Plantas vivas y productos de floricultura	22 759	5,81%
Productos hortofrutícolas	20 460	5,22%
Industria química	20 048	5,12%
Moda	10 119	2,58%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	5 455	1,39%
Bebidas sin alcohol	2 664	0,68%
<b>Total exportaciones</b>	<b>391 918</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A9. Exportación chilena a España

Exportaciones de Chile a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	526 325	57,31%
Pescados y marisco	145 095	15,80%
Productos hortofrutícolas	137 628	14,98%
Industria química	60 871	6,63%
Productos cárnicos	16 151	1,76%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	10 802	1,18%
Tecnología industrial	8 556	0,93%
Grasas y aceites	2 592	0,28%
Vinos	2 071	0,23%
Animales vivos y sus productos	1 981	0,22%
<b>Total exportaciones</b>	<b>918 461</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A10. Exportación ecuatoriana a España

Exportaciones de Ecuador a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Pescados y marisco	217 075	65,91%
Productos hortofrutícolas	52 975	16,08%
Medio ambiente y producción energética	20 858	6,33%
Plantas vivas y productos de floricultura	15 727	4,78%
Panadería y otros	5 625	1,71%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	4 965	1,51%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	4 611	1,40%
Moda	3 254	0,99%
Grasas y aceites	2 137	0,65%
Tecnología industrial	877	0,27%
<b>Total exportaciones</b>	<b>329 358</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A11. Exportación peruana a España

Exportaciones de Perú a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	235 025	44,89%
Productos hortofrutícolas	152 196	29,07%
Pescados y marisco	59 993	11,46%
Panadería y otros	39 651	7,57%
Moda	17 334	3,31%
Grasas y aceites	6 479	1,24%
Industria química	6 307	1,20%
Industrias culturales	1 512	0,29%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	1 256	0,24%
Tecnología industrial	1 179	0,23%
<b>Total exportaciones</b>	<b>673 491</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Tabla A12. Exportación venezolana a España

Exportaciones de Venezuela a España (Miles de EUR)	2009	% sobre total
Medio ambiente y producción energética	724 679	73,43%
Tecnología industrial	165 672	16,79%
Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios	37 155	3,76%
Industria auxiliar mecánica y de la construcción	24 764	2,51%
Pescados y marisco	14 011	1,42%
Otras bebidas alcohólicas	9 215	0,93%
Industria química	6 352	0,64%
Hábitat	1 977	0,20%
Productos hortofrutícolas	1 650	0,17%
Bebidas sin alcohol	495	0,05%
<b>Total exportaciones</b>	<b>986 863</b>	

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)