

**LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN
CASTILLA-LA MANCHA EN LOS SECTORES
AGROALIMENTARIO Y DE BIENES DE CONSUMO**



2001

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Objetivos de la investigación.....	3
1.2. Metodología.....	5
1.3. Ficha Técnica.....	6
2. ESTRUCTURA SOCIODEMOGRÁFICA DE CASTILLA-LA MANCHA	8
2.1. Economía en Castilla-La Mancha	10
3. ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR EN CASTILLA-LA MANCHA ...	18
3.1. Introducción.....	18
3.2. Diferencias con otras regiones.....	29
3.2.1. Diferencias en cuanto a flujos comerciales	29
3.2.2. Diferencias regionales en cuanto al Grado de Apertura de Castilla-La Mancha	32
4. ANÁLISIS SECTORIAL DE LA EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN.....	35
4.1. Exportación e Importación de productos agroalimentarios (vinos, quesos, aceite de oliva y cárnicos).....	49
4.1.1. Subsector de Vinos:	51
4.1.2. Subsector de Quesos:.....	54
4.1.3. Subsector de Aceite de Oliva:	57
4.1.4. Subsector de cárnicos	62
4.2. Exportación e Importación de bienes de consumo (calzado, textil y mobiliario).	66
4.2.1. Subsector del Calzado	67
4.2.2. Subsector del Textil.....	70
4.2.3. Subsector del Mobiliario	73
5. EVOLUCIÓN DEL EMPLEO Y EL COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES EN CASTILLA-LA MANCHA.....	79
5.1. El empleo y el comercio exterior en Castilla-La Mancha	81

5.2. Características de las pymes exportadoras e importadoras castellano-manchegas	89
6. GRADO DE INSERCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INTER- NACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES CASTELLANO-MANCHEGAS.	101
7. ANÁLISIS PROVINCIAL DE LOS FLUJOS COMERCIALES INTERNACIONALES.	126
7.1. Albacete: exportación e importación de los sectores más característicos:	129
7.2. Ciudad Real: exportación e importación de los sectores más característicos: ..	131
7.3. Cuenca: exportación e importación de los sectores más característicos:	132
7.4. Guadalajara: exportación e importación de los sectores más característicos	134
7.5. Toledo: exportación e importación de los sectores más característicos	136
8. ANÁLISIS GEOGRÁFICO DE COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES OBJETO DE ESTUDIO, CON ESPECIAL INTERÉS EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA	140
8.1. Distribución del comercio exterior de Castilla-La Mancha por áreas geográficas.....	152
8.1.1. Distribución del comercio exterior por áreas geográficas según los sectores objeto de estudio.....	155
8.1.2. Distribución del comercio exterior por países.....	166
9. CONCLUSIONES GENERALES Y PERSPECTIVAS A CORTO PLAZO	182
BIBLIOGRAFIA	207
Páginas web visitadas	208

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos de la investigación

El objetivo del presente estudio es analizar detalladamente la situación actual de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. A partir de estos datos nos será posible adaptar nuestra oferta formativa a la demanda de esta comunidad autónoma en cuanto a la creación y consolidación de empleo, en las dos vertientes/ líneas de actuación de la EOI: cursos online y cursos de formación presenciales. Para el presente estudio es necesario atender a los siguientes aspectos que se exponen a continuación y que hemos identificado como:

Necesidades de formación

Se trata de efectuar un aproximación a las carencias formativas en lo relativo a la exteriorización de las pymes de esta región a través de una serie de factores de consolidación como son: aquellos elementos que confieren competitividad a las Pymes que trabajan en el exterior. Se dividen en los siguientes apartados:

- Análisis sectorial de la exportación e importación
- Internacionalización de las Pymes
- Externalización de servicios en la propia empresa
- La innovación tecnológica en las empresas

Análisis sectorial de la exportación e importación: se estudiará la exportación e importación de las Pymes castellano-manchegas dedicadas al sector agroalimentario (vinos, quesos, aceite de oliva y cárnicos), así como las dedicadas al sector de bienes de consumo (calzado, textil y mobiliario).

La innovación tecnológica en las empresas: se examinarán concretamente cuáles son los sectores más dinámicos, los empleos creados en el ámbito de la Sociedad de la Información, así como la adaptación de las Pymes a ésta, destacando la incorporación

del comercio electrónico, (business to business, business to customer) de la empresa en red, internet. Así mismo, las tecnologías de la información como elemento de cambio en procesos y organizaciones en las Pymes. En definitiva, la tecnología no sólo genera valor añadido, es esencial para la supervivencia y competitividad de toda empresa sobre todo aquellas que se dedican al plano internacional.

Internacionalización de las Pymes: se trata de evaluar el grado de orientación al exterior que tienen las Pymes castellano-manchegas, en cualquiera de las formas estratégicas de llevar a cabo los negocios y de organizarse, así como averiguar cuales son las causas y dificultades por las que no pueden iniciar el proceso de internacionalización de la empresa.

Externalización de servicios en la propia empresa: cada vez es mayor el número de empresas que gestionan determinados servicios a través de otras empresas especializadas para ahorrar costes.

El mayor o menor grado de participación en los respectivos campos o ámbitos arriba indicados, determinará en qué medida estas empresas se han adaptado favorable o desfavorablemente a las necesidades del nuevo entorno empresarial y su competitividad ante la nueva economía cada vez más global.

Parámetros

Para la elaboración de la muestra en esta comunidad autónoma hemos seleccionado los sectores de actividad económica más relevantes que inciden tanto en volumen total de exportación como en la importación de esta región teniendo en cuenta aquellos cuya aportación hubiera sido más significativa en relación con los siguientes parámetros:

- Mayor grado de aportación al PIB nacional.
- Los más importantes en la internacionalización de las empresas castellano-manchegas
- Principales sectores de actividad económica que inciden en la creación de empleo.

Sectores económicos

Entre los sectores de mayor internacionalización que tiene en esta región se encuentran la industria de productos agroalimentarios con los productos típicos manchegos más representativos, a saber: vinos, quesos, aceite de oliva, y productos cárnicos. De la industria de los bienes de consumo los productos más característicos en el plano internacional de esta comunidad son: el calzado, el textil y el mobiliario.

Estos sectores son los más destacados en la internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha.

1.2. Metodología

Para la realización del presente estudio han sido empleados tanto datos primarios como secundarios.

Los datos primarios se han basado en una investigación de campo, mediante técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas

a) Cualitativas

Entrevistas en profundidad a expertos a:

- Especialistas de comercio exterior
- Profesionales expertos en las distintas áreas de la empresa
- Consultores

b) Cuantitativas

- Encuestas extensivas a diversas empresas pertenecientes a los sectores objeto de estudio sitas en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.
- Entrevistas formuladas mediante cuestionario estructurado a empresas de esta región internacionales, a través del método C.A. T .1. (entrevista telefónica).

Por otra parte se ha procedido a la realización de un análisis documental a partir de la recopilación de datos procedentes de fuentes secundarias:

- Anuarios estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Boletines Estadísticos e Informes Anuales del Banco de España
- Datos facilitados por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio. (Camerdata)
- Instituto Español de Comercio Exterior de Castilla-La Mancha
- Estadísticas del INEM
- Datos Eurostat
- Información facilitada por la Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha (Servicios de Información Estadística, Información Pública, Consejería de Industria Consejería de Agricultura, Consejería de Economía, Consejería de Hacienda, etc.).
- Informes del BBV A.
- Etc.

1.3. Ficha Técnica

Universo: empresas entre 10 y 250 empleados ubicadas en Castilla-La Mancha (las 5 provincias), que mantengan en la actualidad actividades de comercialización en mercados exteriores o que estén en disposición de iniciarlas a corto plazo (próximos 2 años), de los sectores económicos:

Sector de actividad	Código CNAE
- <i>Industria agroalimentaria</i>	15
- <i>Industrias de bienes de consumo:</i> <i>(Textil confección, cuero y calzado,</i> <i>madera, y corcho y muebles)</i>	17, 18, 19, 20, 36

Persona a entrevistar: Director de Exportaciones (o persona responsable que se ocupa de los temas de exportación), Director Comercial o Director General/Gerente.

Tamaño muestral: 200 entrevistas positivas, que en términos estadísticos supone asumir un margen de error máximo del $\pm 7,1$ % para los resultados totales, con un

nivel de confianza del 95,5% y en el caso más desfavorable en que $p=q=50\%$. La muestra se ha segmentado en función de sector de actividad y tamaño de empresa.

Técnica de entrevista: Entrevista telefónica asistida por ordenador mediante cuestionario precodificado, con la mayor parte de las preguntas cerradas.

Trabajo de campo: El trabajo fue realizado durante el mes de junio del presente año, por TASKPHONE, empresa del Grupo Inmark especializada en la aplicación de encuestas telefónicas.

En el sondeo participaron 6 entrevistadores telefónicos, todos ellos con una dilatada experiencia en esta técnica de recogida de datos. Antes de iniciar el trabajo, recibieron un *briefing* sobre los objetivos de la investigación, el perfil de las personas a contactar y la estructura y características del cuestionario. El cuestionario constaba de 30 preguntas, utilizando también preguntas abiertas y semicerradas.

Variables de tabulación: se han tomado como cabecera en la explotación estándar del cuestionario dos tipos de variables:

Variables de caracterización	Variables dicotómicas
- Actividad económica (agrupada en 4 sectores)	- Situación sectorial
- Tamaño de empresa	- Ámbito de actuación
- Facturación	- Conocimiento de ayudas a la exportación

A partir de los datos obtenidos, se analizarán y obtendrán conclusiones, destinadas a la internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas de los sectores de actividad tratados, con la finalidad de que éstas sean más competitivas en sus principales ámbitos de actuación. De este modo, se pretende obtener una visión global en esta comunidad autónoma, de cuál es la situación en la que se encuentran las PYMEs pertenecientes a los sectores económicos principales que representan las mayores fuentes de empleo y riqueza en el marco territorial respectivo, y que exportan o importan los productos pertenecientes a estos sectores objeto de estudio evaluando, a su vez, la evolución futura y su adaptación al nuevo entorno empresarial.

2. ESTRUCTURA SOCIODEMOGRÁFICA DE CASTILLA-LA MANCHA

La Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, se sitúa en una porción meridional de la meseta castellana, limitada por los sistemas penibético, central e ibérico. Su superficie total alcanza los 79.225 Km², constituyéndose como la tercera Comunidad Autónoma en extensión –por detrás de Andalucía y Castilla-León-, y ocupando el 14,3% de la superficie total del territorio nacional.

Castilla-La Mancha cuenta, según el último censo de 1998, con una población de derecho de 1.716.152 habitantes, teniendo una densidad demográfica de las más bajas de España, con 21,61 habitantes por kilómetro cuadrado.

La climatología en Castilla-La Mancha puede calificarse como mediterránea-continental en la mayoría de su territorio. En general, las diferencias térmicas estacionales son bastante acusadas y existen grandes áreas con precipitaciones inferiores a 500 mm., que alcanzan los valores mínimos en época estival. Los niveles pluviométricos sólo superan los 700 mm. anuales en zonas de elevada altitud –Montes de Toledo, Sierra de San Vicente-.



En cuanto a su poder económico, Castilla-La Mancha aporta al PIB Nacional en torno al 3,5%, siendo la provincia de Toledo la que más peso tiene dentro del producto total regional (30,8%), seguida de Ciudad Real (28,2%), Albacete (19,3%), Guadalajara

(11,3%) y Cuenca (10,4%). Sobre una media nacional de 100, el índice por habitante del Producto Interior Bruto (PIB) en Castilla-La Mancha se sitúa en el 85,83%.

La distribución del PIB por sectores, muestra como elemento principal el elevado porcentaje relativo a la Agricultura, incluyendo la ganadería y la explotación forestal. Todo ello unido constituye, salvo en años agrícolas excesivamente buenos, alrededor del 12% del Producto total, frente a la aportación del 4,5% de la Agricultura en el total de la economía nacional.

Esta circunstancia hace que la economía castellano-manchega sea más sensible que el resto a las circunstancias climatológicas.

En cuanto a la Industria y la Construcción, en Castilla-La Mancha representa en torno al 22% y 11%, respectivamente, de su Producto Total, frente al 21 % y 7,5% del Producto de la economía nacional.

Destacamos igualmente que la industria castellano-manchega está especializada en productos de demanda débil, como son el calzado, textil y los referidos al sector de alimentación. La demanda de estos productos crece a un ritmo inferior al de la renta, por lo que es necesario un esfuerzo añadido para igualarse al resto de Comunidades. El sector Servicios aporta a la economía regional alrededor de un 55% de su producto, frente al 67% que representa en el total de la economía nacional.

Por lo que respecta al tejido empresarial de la región se pone de manifiesto la importancia de las pequeñas y medianas empresas. El 55,7% de las 99.423 empresas de Castilla-La Mancha no tienen asalariados, y de las 43.976 que sí tienen, el 58,0% cuenta con uno o dos trabajadores y sólo el 21,1% tienen entre tres y cinco asalariados.

Otra característica importante es que la economía de Castilla-La Mancha aparece volcada al mercado nacional, lo que hace supeditar excesivamente sus resultados a la demanda interna. Por eso, esta región no se caracteriza en ser una comunidad autónoma internacional. Mientras que las restantes regiones españolas exportan como media el 13% de su producto regional, Castilla-La Mancha vende al extranjero tan sólo el 5% de su producción. A mediados de 1999, la tasa de cobertura se situaba en el 55,11%, descendiendo con relación al mismo periodo del año anterior, que fue del 60,06%.

Por otra parte, la situación socioeconómica de Castilla-La Mancha en el conjunto de la Unión Europea experimentó en el año 2000 una ligera mejoría. Todo apunta a que la economía de España seguirá creciendo por encima de la media europea en el próximo año.

2.1. Economía en Castilla-La Mancha

Según datos facilitados por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria así como por los facilitados por la propia Cámara de Comercio e Industria de Toledo, la actividad económica de Castilla-La Mancha, durante 1999, mostró un ritmo de crecimiento sostenido que se situó en torno al 3,5%, siendo inferior a la media nacional, que fue del 3,7%.

El sector más importante de 1999 fue el industrial, con un crecimiento interanual del 6,4%, seguido del sector terciario (4,3%) y de la construcción (3,9%). En términos de medias anuales, la economía no agraria regional creció un 4,4% sobre la base de un fuerte crecimiento de todos los sectores. Así, la industria creció un 5,9%, la construcción un 3,8% y los servicios un 3,5%.

En el año 2000 la economía de Castilla-La Mancha ha mantenido un crecimiento favorable, aunque con una tasa ligeramente moderada respecto al año pasado.

El consumo continuó aumentando a buen ritmo, si bien a finales del ejercicio diversos indicadores ya mostraban una cierta desaceleración de su tasa de crecimiento.

El comportamiento de la demanda exterior ha mejorado respecto a 1999, con una notable recuperación del ritmo de crecimiento de las exportaciones (-10,3% y 14,7% acumulado hasta septiembre en 1999 y 2000, respectivamente) y una sensible moderación del incremento de las importaciones (del 24% al 17%).

Por lo que respecta a la *demandas de consumo*, éste continuó mostrando un comportamiento expansivo en el ejercicio de 1999, gracias a la confianza mostrada por los consumidores. Así, la matriculación de turismos se incrementó en un 21,6% con respecto al año anterior, ascenso superior al de la media nacional, que fue del 17,9%.

El consumo de energía residencial también mostró un comportamiento ascendente, incrementándose durante el periodo enero-septiembre de 1999 en un 9,4%. Durante el año 2000, el consumo continuó su crecimiento en Castilla-La Mancha, como lo demuestra que la tasa de variación interanual durante el segundo trimestre de 2000 alcanzara el 28,78%.

Por lo que respecta a las *inversiones*, la matriculación de vehículos industriales (camiones y furgonetas) aumentó en un 14,7% durante 1999, manteniendo la tendencia positiva de este indicador con cierta desaceleración, ya que en el año anterior su ascenso fue del 16,1%. Las inversiones extranjeras durante el periodo enero-diciembre de 1999 registraron un crecimiento del 39,2% (22,9% para el conjunto de España), frente a un descenso en igual periodo de 1998 del 50,2%.

Con referencia a la *demanda exterior*, las exportaciones experimentaron un descenso en 1999 del 6,1%, con una cifra de 264.274 millones de pesetas frente a los 281.428 millones del año anterior. Las importaciones, por su parte, aumentaron un 22,4%, registrando la cifra de 451.555 millones de pesetas, frente a los 368.969 millones del ejercicio precedente. Las importaciones de bienes de capital se mantuvieron frente a los aumentos constatados en bienes de consumo e intermedios.

Durante el periodo enero-septiembre de 2000, las importaciones se han cifrado en 376.977 millones de pesetas, incrementándose un 16,9% respecto al mismo periodo del año anterior. Las exportaciones también aumentaron, en dicho periodo un 14,6%, situándose en 216.214 millones.

Con relación al *sector agrícola*, las condiciones meteorológicas no fueron muy favorables, lo que afectó negativamente a los principales cultivos de Castilla-La Mancha, condicionando los resultados productivos y situando las estimaciones de las producciones agrícolas para 1999 en términos de valor añadido bruto con una caída en torno al 12%. Por otra parte, en viñedo, la zona occidental de Castilla-La Mancha registró producciones análogas al año anterior mientras que la zona oriental registró importantes caídas.

En cuanto al subsector ganadero, las producciones experimentaron pocos cambios, si bien hay que señalar la desaceleración de los precios del ganado porcino por los reducidos precios de sus importaciones.

Consecuencia de lo anterior, las estimaciones de crecimiento del PIB sectorial en 1999 se situaron en torno al 1,5%. La EPA (Encuesta de Población Activa), nos muestra un número de ocupados en el sector durante 1999 de 64.625, resultando un descenso en tasa de variación anual del 6,9%, frente a un ascenso del 6,5% en el año anterior. Se experimentó un incremento en las exportaciones agrícolas, lo que permitió mantener buenas expectativas de crecimiento para el sector. Durante el año 2000, en lo que respecta al sector agrícola, las condiciones meteorológicas ya apuntadas y la escasez de lluvias continuaron siendo un grave problema para la región. No obstante, algunos subsectores han registrado crecimientos aceptables.

En el *sector industrial*, durante 1999 se registró un ascenso en la producción, situándose su ritmo de crecimiento, según la encuesta de coyuntura industrial del MINER, en el 9%, y manteniendo una importante contribución al PIB regional.

El subsector de bienes de consumo fue básico para mantener la fortaleza industrial, lo que se manifestó en un incremento en los niveles de stocks y en un aumento de la capacidad productiva.

El subsector de bienes de equipo fue el más dinámico de los industriales a nivel regional, con un crecimiento interanual del 3,7%. A ello, hay que sumar el buen comportamiento del sector de bienes intermedios. En cuanto al nivel de ocupación, según la EPA, la industria disponía de un total de 117.525 ocupados de media, con un crecimiento del 11,6% (2,8% de media en España), mientras que en el año anterior se registró un ascenso del 11,2%.

En lo referido a la creación de nuevas empresas, se crearon en esta región durante 1999 más de 3.500 empresas, lo que supuso un incremento del 2,9% con respecto a 1998. El número de empresas disueltas fue de 295, descendiendo en un 67,3% con relación al año precedente.

En el año 2000, en la industria se ha registrado un acelerado ritmo de producción debido a la fortaleza de la demanda interna y a los buenos resultados exportadores de la región. Si bien, el número total de empresas activas de la región se situó para el año 2000 en 99.423 empresas.

Empresas activas en Castilla-La Mancha. Años 1999 y 2000

SECTOR	Año 1999		Año 2000	
		%		%
Industria	12.271	12,5	12.398	12,5
Construcción	13.679	14	14.438	14,5
Comercio	33.388	34	32.845	33
Resto Servicios	38.809	39,5	39.742	40
TOTAL	98.147	100	99.423	100

Fuente: Directorio Central de Empresas del INE.

El número de pequeñas y medianas empresas de esta región es de 10.385, lo que hace ocupar a Castilla-La Mancha el puesto séptimo con relación al resto de comunidades autónomas. Cataluña ocupa el primer lugar de este *ranking* de número de pymes por comunidades autónomas con 83.618, seguida de Madrid con 67.118 empresas.

Número de Pymes por Comunidades Autónomas

CATALUÑA	83.618
MADRID	67.118
VALENCIA	37.016
ANDALUCÍA	36.123
GALICIA	19.887
PAÍS VASCO	15.339
CASTILLA-LA MANCHA	10.385
CASTILLA Y LEÓN	8.302

Fuente: Base de datos Infotel.

Según datos de la base de datos Infotel, el número de empresas exportadoras alcanza la cifra de 6.600 empresas. La cuarta parte de ellas están asentadas en tierras catalanas. La Comunidad Valenciana sería la segunda región en cuanto al número de empresas exportadoras seguida de la Comunidad de Madrid, Andalucía, País Vasco, Canarias, y Castilla-La Mancha.

Número de empresas exportadoras por Comunidades Autónomas

CATALUÑA	1.682
COMUNIDAD VALENCIANA	1.403
MADRID	761
ANDALUCÍA	730
PAÍS VASCO	394
CANARIAS	214
CASTILLA-LA MANCHA	190
CASTILLA-LEÓN	138

Fuente: Base de datos Infotel.

El sector industrial, en definitiva, ha mantenido un buen tono, como confirman los incrementos registrados por el IPI. Sin embargo, la tendencia desacelerada de ciertos indicadores, como el grado de utilización de la capacidad instalada o el ritmo de crecimiento del número de ocupados en el sector, constituyen un signo de cierta moderación en la actividad industrial.

El *sector de la construcción* mantuvo un comportamiento bastante positivo a lo largo de 1999, siendo uno de los principales motores de la evolución de la economía de Castilla-La Mancha, con un crecimiento del PIB sectorial en torno al 8%. Esta tendencia quedó patente a la vista de diversos indicadores, tales como el consumo de cemento, que registró un incremento interanual del 9,4%.

En cuanto a la licitación oficial, pasó a registrar una tasa de crecimiento negativa en 1999 del 27,5%, mientras que los datos de viviendas iniciadas y terminadas registraron tasas de variación del 4,3% y del 8,8% respectivamente durante el periodo enero-

septiembre de 1999, frente a unas caídas del 24,5% y del 2,9% en igual periodo del año anterior.

Por contra, el nivel de ocupación del sector según la EPA experimentó un descenso medio del 0,4% durante 1999, pasando de 78.300 ocupados en 1998 a 77.950 en 1999. Las expectativas, al margen de las inversiones en infraestructuras, se situaron por la vía de la promoción privada, las rehabilitaciones y obras menores. El dinamismo de los consumidores en compra de vivienda está disparando la vertiente residencial, donde están creciendo tanto la obra terminada como la licitación oficial a un gran ritmo, quizás influido por la inminente llegada del euro.

A medio plazo, las previsibles inversiones en infraestructuras, sobre todo de comunicaciones, junto al mantenimiento de la demanda de vivienda pueden revitalizar el crecimiento sectorial, convirtiendo a la construcción en el sector más dinámico de la economía regional en el año 2002.

El sector servicios mantuvo una evolución aceptable a lo largo de 1999 con un crecimiento en torno al 4%. El nivel medio de ocupados se incrementó durante 1999 un 4,1 %, pasando de una media de 290.825 ocupados en el año anterior a una cifra de 302.800 en 1999. En el sistema financiero, la cifra de depósitos registrados aumentó una media del 7,2%, superior al dato del mismo periodo del año anterior, que fue del 1,9%. Por su parte, los créditos experimentaron un alza del 13,5%, frente a un 11,2% en 1998. Durante 1999, fue muy importante la evolución de los subsectores turístico y de transporte.

En otro orden de cosas, las pernoctaciones en hoteles alcanzaron la cifra de 2.688.782 personas, mientras que en 1998 fueron 1.972.015, lo que representa un crecimiento del 36,3% frente al 7,7% de 1998.

Por otra parte, hay que destacar el gran dinamismo mostrado también por el subsector de los transportes, que tuvo una tasa de variación en torno al 6%, gracias, en gran parte, al fuerte incremento experimentado por el transporte de mercancías por carretera (superior al 12%).

En el año 2000, el sector terciario ha destacado por la confianza mostrada por los consumidores y por el aumento de la renta disponible por las familias, lo que continuará produciendo un aumento sostenido de los servicios, con buenas perspectivas de los sectores hoteleros y de restauración, en los que se pronostica un crecimiento de los ingresos para el trienio 2000-2002.

Referido a el transporte regional, hay que señalar que éste puede sufrir una desaceleración relativa, aunque manteniendo unas buenas tasas de crecimiento por su dependencia de otros sectores en clara expansión. El comportamiento menos dinámico corresponderá al subsector público, donde la contención del gasto ocasionará una moderación del crecimiento a corto plazo.

Por lo que se refiere a los *precios*, éstos experimentaron una aceleración, pasando del 0,5% registrado para el conjunto de 1998 al 3,0% de 1999, dato superior a la media nacional del 2,9%.

Por otra parte, el aumento salarial pactado en convenios ha registrado un incremento ligeramente inferior al del año anterior, quedando en un 2,4%, valor que indica una continuación en la moderación salarial similar a la tendencia manifestada a nivel nacional. En el año 2000 se ha producido un repunte inflacionista, aunque este ha sido generalizado en el conjunto de España.

En términos interanuales, el IPC aumentó hasta noviembre un 4,2% (un 4,1% en la media nacional), frente al 2,7% registrado en igual periodo de 1999. Destacan, como en España, los incrementos más elevados de la vivienda y el transporte, este último ligado a la escalada del precio del petróleo.

En cuanto al *mercado laboral*, a lo largo de 1999 se constató una estabilización en la población activa, así como ciertas diferencias en la evolución sectorial de la ocupación. Hay que resaltar que el incremento de la población activa se situó en el 1,0%, frente al 3,3% correspondiente a 1998. En cuanto a la población ocupada, ésta se incrementó en un 3,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística la tasa de paro en Castilla-La Mancha, se situó en un 15% en 1999 (15,4% para el conjunto de España), y en el 2000 en el 12,61%.

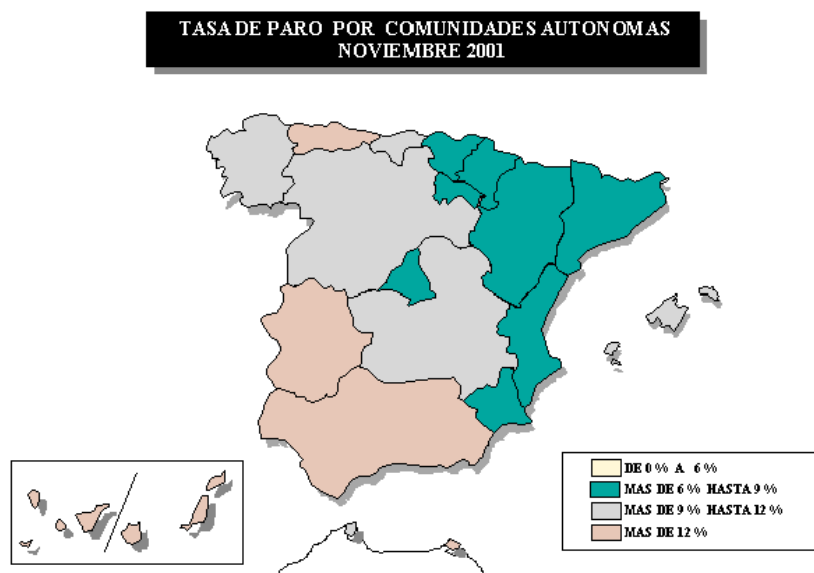
Tasa de paro en Castilla-La Mancha. En porcentaje

1999	2000
15,02	12,61

Fuente: INE

Igualmente, hay que indicar que la afiliación a la Seguridad Social en 1999 se situó en 511.700 personas, frente a las 480.050 del año anterior, lo que supone un incremento del 5,3% (4,1% en 1998).

Durante el año 2000, en el mercado laboral cabe mencionar el elevado crecimiento del empleo (5,4% de media anual hasta el tercer trimestre) y de los activos (2,3%) y el descenso del paro (-15,2%), todo ello acorde con el buen ritmo de crecimiento de la economía de la región. Sólo el paro registrado muestra una tendencia desacelerada respecto al año anterior (-9,6% y -1,7% de variación acumulada hasta noviembre en 1999 y 2000, respectivamente).



Fuente: INEM. Noviembre 2001

3. ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR EN CASTILLA-LA MANCHA

3.1. Introducción

La internacionalización puede definirse como el compromiso estratégico de la empresa en los mercados exteriores, lo que supone el establecimiento de vínculos estables - cuyas formas pueden ser muy diversas-, entre ella y esos mercados.

La pequeña y mediana empresa que se internacionaliza es así un entidad que, a la vez que proyecta su capacidad para competir más allá del mercado interno, aprovecha las oportunidades y ventajas que ofrecen otros países.

Aunque durante mucho tiempo la internacionalización parecía una posibilidad reservada a las grandes firmas, en los últimos años, al hilo de la creciente interrelación de las economías nacionales y de los procesos de integración económica, se ha ido afirmando una participación cada vez más intensa de las pymes en ese fenómeno, pues no en vano estas han puesto en juego nuevas fórmulas institucionales y organizativas de acceso a los mercados internacionales.

Las empresas que se internacionalizan son, en general, aquellas que, con independencia de su tamaño, ocupan posiciones aventajadas dentro de su mercado de origen. Así, los estudios sobre este tema muestran que esas empresas, antes de adoptar la decisión de proyectarse hacia el mercado exterior, suelen tener un mayor nivel de productividad que las que no lo hacen y que, una vez que han salido hacia ese mercado no solo conservan sino que acrecientan esa diferencia.

Sin embargo, internacionalizarse no es un efecto automático que se derive de la capacidad competitiva de la empresa.

Todo lo contrario, es la consecuencia de una decisión estratégica que se adopta asumiendo riesgos y comprometiendo recursos, cuyos resultados, como en toda determinación innovadora, son inciertos.

Pese a ello, este mercado de incertidumbre puede reducirse si se tienen en cuenta los factores que inciden sobre la salida de la empresa hacia el exterior.

Cuatro son, a este respecto, los elementos a considerar:

- Las ventajas competitivas de la empresa. estas ventajas se derivan de los logros obtenidos con respecto a los productos o servicios que se ofertan -por su diseño, calidad, prestaciones, exclusividad u originalidad-, a las tecnologías que se han desarrollado, a la capacitación y experiencia de los empleados o al conocimiento de los mercados. Se alude en definitiva al carácter innovador de la empresa.
- La organización de la empresa. Esta ha de movilizar recursos de naturaleza organizativa para conocer los mercados exteriores, controlar las operaciones que se realizan en ellos y resolver los problemas logísticos, financieros, jurídicos y administrativos inherentes a tales operaciones.
- La capacitación y actitudes de la gerencia. Uno de los hallazgos más interesantes de los estudios recientes sobre el tema que ahora nos ocupa, alude al papel crucial de este elemento. Así, las decisiones de internacionalización dependen en una buena medida tanto de los conocimientos adquiridos por los responsables de la gerencia -en particular sobre los mercados exteriores-, como de su actitud favorable a la asunción de riesgos racionales.
- Las oportunidades que ofrecen los países hacia los que la empresa puede dirigirse. Es el caso de la capacidad de compra que exista en esos mercados, de los recursos de que pueda disponerse dentro de ellos, de los costes de la mano de obra, las materia primas y otros suministros, de las infraestructuras de transporte o de los sistemas de comercialización. estas ventajas de localización pueden conocerse mejor, normalmente, cuando los países hacia los que la empresa está próximos o existe una gran afinidad cultural e institucional con ellos, lo que no excluye que, a veces, las oportunidades se revelen en naciones lejanas.

Centrándonos en la realidad de la región objeto de estudio, hay que decir que la suma de las exportaciones e importaciones de Castilla-La Mancha en el año 2000 se situaba entorno al 22 por ciento, cifra esta bastante inferior con respecto a la media nacional que alcanza el 51,20 por ciento.

El volumen total de las exportaciones en esta región aumentó respecto al año 1999, lo mismo ocurrió con las ventas totales a nivel nacional. Creció, igualmente, las importaciones que experimentaron un notable aumento de las mismas, empujado quizás, por la tendencia alcista a nivel de todo el territorio nacional.

En lo concerniente al grado de cobertura de las exportaciones respecto de las importaciones, éste fue del 56,74% en el caso de Castilla-La Mancha -lo que supone una pérdida de 1,25 puntos con respecto al año pasado-, en clara contraposición al alcanzado a nivel nacional 74,09%.

Sin embargo, durante 1999, la actividad económica de Castilla-La Mancha mostró un ritmo de crecimiento sostenido que se situó en torno al 3,5 % siendo inferior a la media nacional, que fue del 3,7 %. Esta desaceleración -sobre todo en el primer semestre del año anterior tuvo su origen en el decrecimiento de la economía mundial durante 1998.

No obstante y pese a que la crisis financiera del sudeste asiático se trasladó al área hispanoamericana, afectando por tanto, a las economías de la mayoría de los países empezando por Brasil -donde las empresas españolas tienen uno de sus mejores destinos de internacionalización- que se vio obligado a devaluar su moneda para hacer frente a la competitividad exterior, y la más reciente crisis en Argentina; lo cierto es que se observó una paulatina recuperación de la economía mundial y por tanto de los flujos comerciales. Aunque a raíz de los atentados del 11 de Septiembre la sombra de la recesión está planeando sobre la mayoría de las economías mundiales, aunque una vez superado los primeros días de incertidumbre, se vislumbra una pequeña luz en la economía americana y por ende en la mundial.

La encuesta anual de las Cámaras de Comercio e Industria y Navegación sobre Perspectivas Empresariales, pone de manifiesto el elevado nivel de confianza de los empresarios europeos para el próximo año, lo que permite prever un avance en el ritmo de crecimiento económico de la zona y un comportamiento favorable gracias al fortalecimiento de las exportaciones, una vez superadas las dificultades de la crisis internacional de ejercicios precedentes. Este crecimiento repercutirá positivamente en las exportaciones de la región que se verá facilitado por la participación en la Unión Monetaria y la aparición del euro como moneda única, aunque exigirá como

contrapartida un mayor control de costes, precios y mejoras permanentes de la productividad.

Aunque si bien es cierto que las exportaciones en esta región, según los datos disponibles por las Cámaras de Comercio e Industria de la región, experimentaron un descenso en 1999 del 6,1% -con respecto al año 1998-, con una cifra de 264.274 millones de pesetas frente a los 281.428 millones del año anterior, en contra del ligero aumento de experimentado a nivel nacional (+5,55%).

Las ventas castellano-manchegas al exterior alcanzaron en el año 2000 un incremento del 16,07% más con respecto a 1998 levemente inferior respecto de la tasa de variación registrada en el resto del territorio español (19,12%). Por lo que el año pasado ha permitido recuperar el ritmo alcanzado en 1998.

Por su parte, las importaciones, por su parte, aumentaron en 1999 un 22,4%, registrando la cifra de 451.555 millones de pesetas, frente a los 368.969 millones alcanzados en 1998. Las importaciones de bienes de capital se mantuvieron frente a los aumentos constatados en bienes de consumo e intermedios.

Sin embargo, en el año 2000, las importaciones en esta región se han cifrado en 3249,37 millones de euros, incrementándose un 19,73% más respecto al año anterior.

En este esfuerzo de mejorar el grado de apertura de Castilla-La Mancha al exterior, es destacable la conciencia generalizada de la importancia que tiene la internacionalización de la economía, que ha supuesto que los empresarios de Castilla-La Mancha hayan duplicado el valor de sus exportaciones en la anterior década, rompiendo su tendencia tradicional a dirigir sus producciones y ventas sólo hacia el mercado nacional.

Según un estudio sobre Especialización Exportadora de España y de las Comunidades Autónomas (1986-1998), elaborado por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Castilla-La Mancha ha registrado un gran cambio en estos 12 años, en la estructura de exportaciones perdiendo peso los sectores de menor intensidad tecnológica a favor de aquellos con mayor intensidad económica. Estas mismas previsiones se mantienen para el año 2001, pues las exportaciones de intensidad tecnológica alta (material electrónico

y eléctrico, telecomunicaciones y aparatos de precisión) e intensidad tecnológica baja (textil, alimentación, etc.) seguirán teniendo un peso superior en esta región que en la media nacional.

Estos sectores de demanda alta y mayor intensidad tecnológica han ganado 18 puntos porcentuales frente a los 2,4 de la media española.

Castilla-La Mancha es la segunda región con mayor peso en exportación de productos de alta tecnología, con un 31,05% del total de las exportaciones, tras Madrid (35,66%) y muy por encima de 17,57% de peso que suponen en el conjunto de la economía española.

Por otra parte el efecto sobre la balanza comercial castellano-manchega ha puesto de manifiesto la mayor fragilidad y falta de madurez del tejido empresarial de la región si lo comparamos con el resto de comunidades del estado español.

Indicadores Globales en el año 1999. (En millones de pesetas).

Indicadores Globales	Castilla-La Mancha	España	CLM Esp %
Exportaciones	264.674	17.194.856	1,54
Importaciones	451.557	22.606.254	2,00
Saldo PIB (%)	-5,50	-5,42	101,47
Grado de Apertura	21,07	39,84	52,87

Fuente: Estacom/Dirección General de Comercio en Castilla-La Mancha (M° de Economía)/FUNCAS.

Si observamos el cuadro anterior nos percataremos que el saldo comercial en Castilla-La Mancha en 1999 arroja un déficit de alrededor de 187 millones de pesetas, que si lo comparamos con los 87 millones de déficit de 1998 supone un incremento del mismo del 114%. A esto hay que añadir que en 1998 el déficit comercial regional fue de un 17,70% superior al registrado en 1997. No obstante el comportamiento de cada una de las cinco provincias no ha sido el mismo, como se verá más adelante.

Este saldo comercial deficitario se mantiene en el año 2000, pues el déficit comercial regional alcanzaba el 25%, y el 32% a nivel nacional. Según la *Dirección Regional de Castilla-La Mancha* perteneciente a la *Secretaría de Estado de Comercio y Turismo* del *Ministerio de Economía*, estos datos no deben considerarse del todo negativos, pues, se ha incrementado el grado de internacionalización empresarial, con un importante crecimiento de las exportaciones en todas las comunidades autónomas que ha provocado una fuerte disminución de la contribución negativa del aumento de las importaciones.

Indicadores Globales en el año 2000. (En millones de pesetas).

Indicadores Globales	Castilla-La Mancha	España	CLM Esp	%
Exportaciones	306.741	20.482.040	249	
Importaciones	540.650	27.643.097	326	
Saldo PIB (%)	-1.120	-1.205	15.391	
Grado de Apertura	4.055	8.093	8.338	

Fuente: Estacom/Dirección General de Comercio en Castilla-La Mancha (M^o de Economía)/FUNCAS.

La misma fuente consultada destaca que las principales causas del déficit comercial son: el encarecimiento del precio del barril de petróleo en un 60% respecto al precio medio del año anterior, aunque en los primeros meses del año 2001 -sobre todo a partir del segundo semestre- ha disminuido el precio del oro negro. Asimismo, la depreciación del euro respecto al dólar en un 15% durante el año 2000, fruto de la fuerte economía norteamericana en contraposición con el estancamiento de la economía europea, sobre todo la alemana, es otra de las causas del déficit comercial.

El mayor de los productos de la zona dólar ha sido contrarrestado con el aumento de las exportaciones a dicha zona en más de un 24%, y las de Castilla-La Mancha se sitúa entorno al 50%.

Con respecto al volumen total de importaciones en 1999 respecto a 1998 fue de claro aumento casi el doble que a nivel de España (+13,95). Esto se traduce en una caída

importante de la cobertura exterior de esta región que llegó a ser del 76% de media en 1998. Recordemos que en 1998 las importaciones castellano-manchegas aumentaron un 20,52% con respecto al año anterior, superando en 10 puntos el incremento experimentado por las compras españolas procedentes del exterior (+10,42%).

En el 2000 las importaciones aumentaron de forma moderada en esta región (3249,37 millones de euros, lo que representa un 19,73% más respecto a 1999), continuando así la tendencia alcista a nivel nacional (+22,28%). Estos datos, junto con los citados anteriormente en lo referente a las exportaciones, reflejan una leve caída de la cobertura exterior de la región que alcanzó el 75% de media en 1999.

De estas indicaciones se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- ✓ El comercio exterior de Castilla-La Mancha es bastante más sensible a cualquier efecto externo; en periodo de bonanza crece más que el español en conjunto, pero en momentos de crisis se desacelera rápidamente.
- ✓ En 1999 y 2000 las importaciones vuelven a incrementarse con respecto a las exportaciones.
- ✓ Cabe destacar, igualmente, que no sólo el comportamiento del tejido empresarial de esta región, más sensible a aceptar riesgos derivados de "shocks externos" sino también influencia de la crisis internacional en las exportaciones a algunos países extracomunitarios y la ralentización del crecimiento económico detectada en los últimos meses de 1998 y principios de 1999 en algunos países comunitarios como Francia y Alemania, de indudable importancia en los flujos comerciales de esta comunidad autónoma.

Hemos visto anteriormente que el saldo comercial en Castilla-La Mancha es claramente negativo, llegando a un déficit de 1405,82 millones de euros, que si lo comparamos con los 1125,59 millones de euros de déficit en 1999 supone un incremento del mismo del 25%, bastante alejado de lo alcanzado en el período 98-99 que superó el 100% (114%), aunque superior al déficit del año 1998 en 8 puntos.

Por lo que respecta al grado de apertura, obtenido mediante la relación de los flujos comerciales con los niveles de renta medios en términos de Valor de Añadido Bruto (VAB) o de Producto Interior Bruto (PIB), podemos obtener las siguientes conclusiones:

- La participación comercial de Castilla-La Mancha sigue siendo muy baja según su cuota de PIB o en comparación con otras comunidades autónomas.

Así el Grado de Apertura de esta región en 2000 (24,37) es la mitad a nivel nacional (48,64%) recuperando 2y5 puntos, respectivamente, en relación al año 1999.

- El PIB/VAB regional a precios de mercado por habitante de esta comunidad ocupa la decimocuarta posición en el "ranking" de las españolas. Igualmente ocurrió en términos de renta familiar bruta disponible (RFBD) por habitante, que suele utilizarse como indicador de la capacidad de compra y, por tanto, del nivel de bienestar. Esto da cierta idea de que aún queda un largo camino por recorrer, al menos en términos relativos, de Castilla-La Mancha dentro del conjunto nacional, a pesar del notable comportamiento demostrado por esta región durante toda una década.

El año 2000 ha supuesto un mejor año que el anterior, tanto en lo relativo a la economía nacional como en la castellano-manchega.

Con respecto a las **provincias** de Castilla-La Mancha y su significación en cuanto al comercio exterior se refiere, destaca su cercanía con Madrid como destino tradicional de ventas de las empresas de la región y punto obligado para muchas de estas empresas de cara a su comercio exterior, y por otra parte la importancia de los sectores agroalimentarios y de bienes de consumo, especialmente significativos, son dos elementos claves para entender la evolución que, tanto las exportaciones como las importaciones han experimentado en los últimos años en la región castellano-manchega.

La participación que tiene Castilla-La Mancha en el Producto Interior Bruto español en torno al 4%, queda un largo trecho para que el sector exterior alcance cifras similares.

Madrid, como centro de atracción respecto a las provincias limítrofes, el eje Ciudad Real-Toledo-Albacete y la influencia comercial de Murcia siguen representando los polos de mayor desarrollo.

El comportamiento general a nivel regional no significa que todos los sectores ni todas las provincias se hayan comportado de manera heterogénea, sino que, más bien, se aprecian claras diferencias en lo que se refiere al:

- Grado de apertura al exterior
- La especialización comercial de cada sector y,
- Las ventajas comparativas de la economía regional. recuperación.

Destacan, en lo referente a las exportaciones, Ciudad Real y Albacete; que fueron las provincias que mayor incremento experimentaron en el año 2000, aunque si bien es cierto que no logran alcanzar los niveles de Toledo.

En relación con las importaciones, Guadalajara y Toledo fueron las provincias que mayor compras realizaron en el extranjero, ocupando, así, los primeros puestos en el "ranking" de las provincias castellano-manchegas importadoras.

En lo referente a los **sectores** más característicos de Castilla-La Mancha que se comercializan internacionalmente, destaca en primer lugar el sector agroalimentario, cuya especialización comercial se situó el año pasado en el 2,11, lo que se situaría dentro de la especialización fuerte en lo que a la exportación se refiere, dentro de la senda de crecimiento iniciada en 1997.

El sector agroalimentario representó en el año 2000 el 29,30% de las exportaciones totales de esta región, destacando el subsector de las carnes y despojos cárnicos y los vinos que conjuntamente representan el 44% de las exportaciones del sector agroalimentario.

El subsector del aceite de oliva y de quesos son factores determinantes en lo relacionado con las exportaciones castellano-manchegas. En lo referido a las importaciones del sector agroalimentario, y concretamente a las del subsector de carnes y despojos comestibles se sitúan entorno al 18% de las importaciones regionales agroalimentarias. Las importaciones de aceite de oliva han destacado por una clara disminución, concentrándose la mayoría de ellas en la provincia de Toledo, por ser esta la provincia olivarera por excelencia donde se concentra el 83% de las exportaciones de este afamado líquido. Lo mismo ha ocurrido con los vinos y los quesos, pues las importaciones han ido paulatinamente disminuyendo, siendo destacable el caso de los vinos cuyo peso específico de las importaciones de esta región representan el 0,1% de las compras totales en el extranjero.

En relación con el sector de las materias primas se observa el continuado crecimiento a tasas superiores al 20%, tanto de las importaciones como de las exportaciones, pone de relieve la progresiva apertura de este sector.

Otro sector a tener en cuenta en la economía de esta región es el sector de semifacturas, que alcanza el 25% de las exportaciones castellano-manchegas, siendo el subsector más importante el de productos químicos cuyas exportaciones han sobrepasado la media nacional, siendo Ciudad Real la provincia abanderada de este subsector. Por el contrario las importaciones de este sector siguen en aumento.

Por lo que respecta a los productos manufacturados, y en el apartado de los bienes de equipo, hay que señalar que experimentaron un ligero incremento con respecto a 1999 en lo que se refiere a las exportaciones, alcanzando así el 20,56% de las exportaciones de esta región.

Pero no llegando, ni de lejos, a los valores de las importaciones de este sector que se sitúan en el 63,07% del total de las compras castellano-manchegas realizadas en el exterior.

Sin embargo, los bienes de consumo representan el 18,64% de las exportaciones castellano-manchegas, destacando el subsector de las peletería con una gran recuperación en el pasado año.

En el apartado de las importaciones hay que manifestar que éstas alcanzan el 4,69% del total regional. Destacando el subsector de textiles con una ligera disminución de las importaciones.

Tanto las exportaciones del subsector del calzado como las del subsector del mobiliario representan un 5% de las ventas totales, y siendo aproximadamente de un 0,4% el valor de las importaciones regionales de estos subsectores. Siendo Albacete líder provincial en el subsector del calzado, en lo que a las exportaciones se refiere, y Toledo en lo referente a mobiliario.

En lo referente a vehículos destacan las importaciones, con un valor que supera el 37% de las importaciones totales, destacando como el primer producto importado en la región en los últimos años. La exportación de vehículos suponen el 4% del total de las exportaciones regionales.

En lo relacionado con las **zonas geográficas** internacionales –como veremos más adelante-, y sobretudo europeas que realizan comercio con Castilla-La Mancha, hay que indicar primeramente, que los países de la Unión Europea, lógicamente, tienen una presencia más que importante en dicho comercio internacional. Destacando Francia y Alemania como principales compradores y vendedores de los productos castellano-manchegos.

Francia es el país que más compra productos de esta región y Alemania es el que más vende. Portugal y Reino Unido son países destacados en lo referente a las exportaciones y las importaciones respectivamente.

Después de los países de la Unión Europea, les sigue en el "ranking" los países de la Europa del Este, seguidos del continente americano y del asiático. Cabe señalar que los países africanos han incrementado en el año 2000 las compras de los productos castellano-manchegos, produciéndose un aumento del 30,7% con respecto al año 1999.

3.2. Diferencias con otras regiones

3.2.1. *Diferencias en cuanto a flujos comerciales*

En cuanto a los flujos de exportación, la actividad económica de Castilla-La Mancha arroja los siguientes datos obtenidos por el Instituto de Comercio Exterior:

- El peso específico de Castilla-La Mancha en el contexto nacional en el año 2000 fue de 1,50%, retrocediendo a los valores de 1997 que se situaban en 1,52%, perdiendo la ganancia obtenida en 1998 (1,73%), en 1999 fue de 1,50%. Si bien el efecto de la crisis internacional es evidente, el hecho de que otras comunidades españolas de parecida estructura empresarial y de similares antecedentes en cuanto a comercio exterior se refiere como pudieran ser Castilla y León, Extremadura, etc., hayan encajado mejor el impacto pone de manifiesto que existen en Castilla-La Mancha razones internas que hacen que su estructura empresarial sea más sensible a los "impactos" externos.

No obstante, las disparidades regionales en este tema son muy marcadas y, por supuesto, hay comunidades autónomas que han mostrado una mayor debilidad en su balanza comercial como pudiera ser el caso de Asturias, Aragón, Andalucía, etc., y por el contrario otras regiones como Baleares, Galicia, Madrid, etc., han mejorado su posición relativa en plena crisis creciendo por encima de la media nacional.

Disparidades regionales en cuanto a las exportaciones (En millones de pesetas).

C. Autónoma	1999	% 98/99	Saldo	
	Total		1998	1999
Andalucía	1.388.924	4,59	128.988	30.537
Aragón	795.587	-4,08	121.863	6.710
Asturias	217.276	-2,08	-26.558	-36.424
Baleares	141.463	79,53	-77.644	-108.359
Canarias	106.623	6,27	-360.714	-412.321
Cantabria	183.272	1,90	-50.456	-49.770
C.-La Mancha	264.274	-6,10	-87.541	-187.283
Castilla y León	1.229.828	1,43	3.234	-63.828
Cataluña	4.574.015	4,60	-1.392.919	-1.939.267
Extremadura	103.858	13,37	47.834	46.903
Galicia	969.546	9,81	-140.291	-106.389
La Rioja	128.308	2,41	45.896	36.325
Madrid	1.862.396	8,68	-3.082.750	-3.799.555
Murcia	444.772	7,31	112.016	103.679
Navarra	617.637	-5,86	181.092	94.738
País Vasco	1.622.574	2,70	465.289	394.193
Valencia	2.249.290	6,51	600.061	517.858
Total España	17.194.856	5,56	-3.548.411	-5.411.398

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (M° de Economía).

Como se puede apreciar en la tabla, correspondiente al año 1999, las regiones con una economía más saneada y con un tejido empresarial más maduro en el contexto internacional, han sobrellevado mejor los efectos de la crisis de 1998-1999 y cualquier mediada de política económica que se encamine a crear un escenario de estabilidad generará mejores resultados que las tradicionales acciones vía transferencia directa de recursos sobre los agentes económicos.

Por lo que respecta a las importaciones, el peso específico de Castilla-La Mancha en el contexto nacional en el año 2000 se situaba en torno al 1,96%, disminuyendo con respecto a 1999 que se situó en el 2%, y un 1,86% en 1998 y en 1997 un 1,70%. Aunque esta región se situaba en el año 2000 en el duodécimo puesto en el "ranking" de regiones por cuota importadora. El crecimiento de las importaciones de esta región en el año 2000, se situó por debajo de la media nacional, como la mayoría de las regiones españolas.

Disparidades regionales en cuanto a las importaciones (En millones de pesetas).

C. Autónoma	1999	% 98/99	Saldo	
	Total		1998	1999
Andalucía	1.358.387	13,30	110,76	102,25
Aragón	788.877	11,50	117,22	100,85
Asturias	253.700	2,11	89,3	185,64
Baleares	249.822	59,69	50,37	56,63
Canarias	518.944	12,56	21,76	20,50
Cantabria	233.042	1,18	78,09	78,64
C.-La Mancha	451.557	2,38	76,27	58,53
Castilla y León	1.293.656	17,56	100,29	95,07
Cataluña	6.513.291	12,997	5,84	70,23
Extremadura	56.955	30,12	209,28	182,35
Galicia	1.740.935	5,15	186,28	90,10
La Rioja	91.983	15,85	157,80	139,49
Madrid	5.661.951	18,05	35,73	32,89
Murcia	341.093	12,77	137,03	130,40
Navarra	522.899	10,09	138,13	118,12
País Vasco	1.228.381	10,20	141,74	132,09
Valencia	1.731.432	14,53	139,69	129,91
Total España	22.606.254	13,95	82,11	76,06

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

3.2.2. Diferencias regionales en cuanto al Grado de Apertura de Castilla-La Mancha

Conviene decir que el Grado de apertura se calcula mediante el porcentaje que representan dentro del producto interior bruto (PIB), la suma de los flujos de importación y exportación, encontramos que el valor obtenido para Castilla-La Mancha es sensiblemente inferior que el promedio nacional.

Esta región es bastante poco abierta, 22,51% en 1998, 21,07% en 1999, y 24,37% en el año 2000, la mitad que a nivel del Estado. Sin embargo esta apreciación ha de ser matizada con dos argumentos que actúan con signo opuesto:

- El hecho de que el comercio internacional es sólo una parte del comercio exterior de Castilla-La Mancha, nos indica que las cifras representativas del grado de apertura han de ser mayores que las presentadas.
- Es evidente que el criterio de asignación de las corrientes comerciales, seguido por la Dirección General de Aduanas, y basado en la sede social de las empresas participantes, normalmente sesga hacia arriba el valor de los coeficientes que hemos calculado ya que parte de los flujos comerciales de esta región se generan en Madrid.

En segundo lugar, y dado que el PIB influye de forma inversamente proporcional en el índice de apertura exterior, cabe señalar que a pesar de que el comportamiento de esta comunidad autónoma en términos de renta es ciertamente positivo, su crecimiento no le permite alcanzar la media comunitaria. Otro dato a tener en cuenta, es el estancamiento del proceso de convergencia en los niveles de producción que ha tenido lugar en España a partir de la década de los ochenta, de tal forma que las regiones relativamente menos desarrolladas han experimentado empeoramiento en sus niveles de riqueza, mientras que han mejorado aquellas otras relativamente más avanzadas.

Se aprecia una aceleración destacable en el proceso de convergencia en los últimos años de la década de los noventa y, pese a ello, también se constata que regiones como Castilla-La Mancha cuyo comportamiento en términos de renta es ciertamente positivo, su crecimiento no alcanza el de la media nacional: en 1999 la renta de esta región, que se situaba en el 71,1% de la media comunitaria, tuvo un crecimiento del 2,6% respecto

a 1998, España, que se sitúa en el 83,1% de la renta media de la UE tuvo un crecimiento de casi el 4%.

Ello se debe fundamentalmente a la concentración de los crecimientos del PIB por encima de la media en el arco mediterráneo, el eje del Ebro, Madrid, y los archipiélagos, matizado, en cualquier caso, por el cambio que las tasas de crecimiento demográfico han experimentado en los últimos años como consecuencia de las menores tasas de natalidad que progresivamente se han ido registrando, junto a la detención de los significativos flujos migratorios que habían tenido lugar en las décadas de los sesenta y setenta en regiones como Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla y León. En cambio, Madrid, País Vasco y Cataluña, que en mencionadas décadas eran los principales polos de atracción de los movimientos migratorios, han pasado a registrar a partir de los ochenta salidas netas de población, dando lugar a tasas de crecimiento demográfico inferiores o muy ligeramente por encima de la media.

Debido a la creciente vinculación comercial con la Unión europea, es evidente que aquellas regiones que mantengan un mayor grado de apertura exterior intracomunitario serán las más beneficiadas por la eliminación de los costes de transacción que el proceso integrador conlleva. Por tanto, calculados los correspondientes índices de apertura exterior para todas las comunidades autónomas españolas, y según datos del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, a lo largo del periodo 1993-1998, se observa en relación con el comercio exterior de la UE, los siguientes hechos:

- ✓ Se produce un aumento prácticamente generalizado de las relaciones comerciales de nuestras comunidades autónomas con la UE (siendo Navarra, Aragón, Cataluña, y País Vasco las regiones con los vínculos comerciales más intensos), lo que de continuar en el futuro, y es de esperar que así sea, implicará que todas las comunidades verán incrementadas sus ganancias por la desaparición de los costes de transacción en todas sus operaciones comerciales y financieras intracomunitarias.
- ✓ Por otra parte y dado que el ritmo de crecimiento del grado de apertura exterior también ha diferido entre regiones, es obvio que no todas ellas saldrán igualmente beneficiadas; en concreto y de continuar la tendencia exhibida en los últimos años, las que proporcionalmente incrementarán en mayor medida sus

ganancias, serán la Rioja, Navarra, Extremadura, Castilla y León y Galicia, mientras que Canarias y País Vasco lo hará en menor medida.

- ✓ Los beneficios obtenidos no afectan por igual a todas las regiones -es evidente que las regiones del nororiental del país son las más desarrolladas-. Todo parece apuntar que la supresión de los costes de transacción será un factor que contribuirá en alguna medida a la ampliación de las disparidades regionales en nuestro país.

4. ANÁLISIS SECTORIAL DE LA EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN

En lo concerniente a *las ventas realizadas al exterior* desde Castilla-La Mancha es evidente su evolución positiva, que continúa consolidándose con una tasa de crecimiento de 19,12 por ciento, siendo el sector de la alimentación el más exportador de la región con cerca de un 30% del total de las exportaciones de Castilla-La Mancha.

El ligero punto de inflexión producido en el año 1999 ha venido producido por la crisis financiera internacional, agravada por la fuerte subida de los precios del petróleo, así como a la fragilidad del euro frente al dólar.

Las exportaciones de esta región en 1999 alcanzaron un valor de 264.274 millones de pesetas, lo que representa una disminución respecto a 1998 del 6,10%, lo cual rompe el periodo de crecimiento de los últimos años, pues en 1998 las exportaciones castellano-manchegas experimentaron un crecimiento del 21,42% con respecto a 1997.

Además, las exportaciones a nivel nacional en 1999 crecieron un 5% con respecto a 1998, pese a la situación, antes expuesta, de la crisis financiera internacional y la fuerte subida de los precios del petróleo.

Se observará que donde se concentra el mayor número de las exportaciones castellano-manchegas del año 2000 se refieren a las manufacturas y el sector primario (agroalimentarios y materias primas), acaparando los 2/3 de las exportaciones, con un alto grado de especialización en ambos sectores.

No obstante, examinando los datos referidos al año 2000 se constata que se ha remontado esta situación con un crecimiento superior al 19,00 %.

Evolución del comercio Exterior en Castilla-La Mancha (En millones de pesetas)

	Exportaciones	Variación (%)	Importaciones	Variación (%)	Saldo	Tasa Cobertura
1992	79.043	-3,43%	126.316	6,96%	-47.273	62,58%
1993	111.671	41,28%	137.853	9,13%	-26.182	81,01%
1994	140.342	25,67%	155.862	13,06%	-15.520	90,04%
1995	149.279	6,37%	243.619	56,30%	-94.340	61,28%
1996	187.946	25,90%	259.086	6,35%	-71.140	72,54%
1997	231.780	23,32%	306.162	18,16%	-74.381	75,71%
1998	281.427	21,41%	368.968	20,51%	- 87.541	76,27%
1999	264.274	-6%	451.557	22,38 %	-187.283	58,53%
2000	306.741	16,06%	540.649	19,72%	-233.908	56,74%

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía.

Como se aprecia en la gráfica, el valor de las exportaciones y de las importaciones han ido aumentando con el paso de los años. En el año 1992 las exportaciones de esta región alcanzaron un valor total de 79.043 millones de pesetas y en el año 2000 aumentaron hasta 306.741 millones de pesetas.

El crecimiento de la importación de semimanufacturas en Castilla-La Mancha junto con el sector de bienes de equipo ha sido una consecuencia del fuerte empuje de las importaciones durante el año 2000.

En cuanto a la clasificación por productos exportadores en Castilla-La Mancha en el año 2000, observamos la siguiente gráfica:

Clasificación de productos exportadores de Castilla-La Mancha en el año 2000.
(En millones de pesetas).

ORDEN	PRODUCTO	EXPORTACIONES
1	Productos químicos	44.152
2	Equipos, componentes y accesorios automoción	25.374
3	Vinos	24.283
4	Calzado	15.905
5	Electrónica e informática	15.097
6	Carnes y despojos frescos y congelados	14.289
7	Muebles	14.289
8	Otros productos no comprendidos en otro sector	9.842
9	Bebidas sin alcohol	8.777
10	Material Eléctrico	8.373
	SUBTOTAL	180.381
	TOTAL	306.741

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía.

Como se refleja en el gráfico anterior los productos de esta región que más se exportaron durante el ejercicio del año anterior, fueron los derivados de la industria química, seguidos de equipos y componentes y accesorios de automoción, seguidos muy de cerca de los vinos -uno de los sectores objeto de estudio-, y del calzado -otro sector muy pujante en Castilla-La Mancha-. En quinto puesto destacan los materiales y componentes de electrónica e informática.

Teniendo en cuenta los productos importados en Castilla-La Mancha, observamos algunas diferencias con respecto a los productos exportados, pues si bien los vehículos automóviles, seguido a gran distancia por los productos químicos, electrónica e informática, en cuarto puesto los equipos y componentes de automoción y en quinto puesto maquinaria de obras públicas, construcción y minería, hasta hacer un valor total de todas las importaciones realizadas en el año 2000 de 540.649 millones de pesetas.

Con respecto a las *importaciones* la evolución fue similar en 1992 las importaciones alcanzaban la cantidad de 126.316 millones de pesetas y ocho años después aumentaron a 540.649 millones de pesetas.

***Clasificación de productos importados por Castilla-La Mancha en el año 2000.
(En millones de pesetas).***

ORDEN	PRODUCTO	IMPORTACIONES
1	Vehículos de transporte	136.991
2	Productos químicos	43.169
3	Electrónica e informática	82.969
4	Equipos, componentes y accesorios de automoción	39.626
5	Maquinaria obras públicas, construcción y minería	20.971
6	Otras bebidas alcohólicas	20.833
7	Productos sin elaborar	17.579
8	Material eléctrico	14.149
9	Semimanufacturas de madera y papel	13.379
10	Artículos de parafarmacia, limpieza e higiene	11.202
	SUBTOTAL	420.868
	TOTAL	540.649

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía.

Como se pone de manifiesto en el gráfico anterior, las importaciones en el año 2000 sumaron un total de 540.649 millones de pesetas, con un crecimiento del 19,72% sobre 1999. En este punto interesa resaltar los datos que refleja la provincia de Guadalajara, en donde la implantación de un gran número de multinacionales en el sector industrial, en el denominado Corredor de Henares, supone que las importaciones de esta provincia representen cerca del 58% del total de las operaciones de compra realizadas desde nuestra región con terceros países.

Estas oscilaciones de los flujos comerciales se verá parcialmente contrarrestada con la consolidación de los programas de internacionalización que se están acometiendo por las empresas castellano-manchegas, para mejorar su estructura comercial y su base exportadora.

Con respecto a las provincias que integran la región de Castilla-La Mancha, destaca la provincia de Toledo, siendo esta la que mayor actividad comercial exterior tiene de las cuatro provincias restantes.

Exportaciones por provincias de Castilla-La Mancha (En millones de pesetas).

PROVINCIAS	1996	1997	1998	1999	2000	Variación 1996-2000 (%)
Albacete	32.715	38.492	44.025	45.393	57.155	74,71
Ciudad Real	40.050	58.221	60.221	63.652	80.727	101,57
Cuenca	26.584	30.149	37.206	27.790	20.195	-24,03
Guadalajara	37.494	38.550	42.897	44.893	50.963	35,92
Toledo	51.103	69.018	104.116	83.126	97.701	91,18
Castilla-La Mancha	187.946	234.430	288.465	264.854	306.741	63,21
Nacional	12.931.008	15.267.643	16.289.593	17.195.357	20.482.040	58,39

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Se aprecia en la tabla anterior, que Toledo es la provincia con mayor volumen en lo referente a las exportaciones con un total de 97.701 millones de pesetas, seguida de Ciudad Real con 80.727 millones de pesetas, y de Albacete con 57.155 millones de pesetas.

Observando, igualmente, la evolución de las exportaciones en las provincias castella-manchegas a lo largo de los últimos cinco años, destaca como hecho relevante, que si bien, la capital de la región ha tenido siempre la misma importancia exportadora, sin ser relevada -a lo largo de estos últimos cinco años-, del primer puesto en cuanto a

provincias de la región se refiere, y Ciudad Real le ha seguido en orden de importancia exportadora, vemos, que tanto Albacete como Guadalajara han tenido un comportamiento similar, pues al igual que el resto de provincias han ido aumentando su cuota exportadora a lo largo de este último lustro, pero también, han mantenido siempre una escasa diferencia exportadora entre ambas provincias. Destacando en 1996 y 1997 Guadalajara de Albacete, aunque con un muy estrecho margen que se traduce en unos pocos millones más de exportación, si bien es cierto, que a partir del año 1998 hasta el año 2000, Albacete gana terreno exportador a Guadalajara y adquiere una escasa pero notoria diferencia.

En la última posición del "ranking" de las provincias exportadoras se sitúa Cuenca, cuya diferencia es más que notable, -y constada a lo largo de estos años, no sólo con respecto a la primera provincia exportadora, sino también en relación con Guadalajara y Albacete, que a lo largo de estos años, se han ido intercambiando el penúltimo puesto, en lo relativo al *ranking* de exportaciones de las provincias de Castilla-La Mancha.

Por lo que respecta a las *importaciones* observamos que en estos cinco últimos años las importaciones en todas las provincias la tónica constante ha sido el aumento anual de las mismas. Así, observamos como existen notables diferencias provinciales en cuanto a las que más importan en esta región. Aquí, la provincia más importadora es Guadalajara, provincia esta que a lo largo de estos cinco últimos años ha mantenido esta primera posición importadora con un volumen total de 310.916 millones de pesetas, seguida de Toledo con 125.243 millones de pesetas, y seguida a distancia por Albacete con una cantidad de valor de bienes importados de 47.039 millones de pesetas.

La evolución en este lustro, en cuanto a las importaciones no admite dudas, Guadalajara siempre se ha mantenido en cabeza seguida de Toledo; la tercera posición, la han alternado Cuenca y Albacete, esta última ha conseguido en los dos últimos años destacar sobre Cuenca, y dejando la última posición a Ciudad Real.

El peso específico de las importaciones en Castilla-La Mancha en el contexto nacional en el año 2000 (2%), como hemos apuntado anteriormente, manteniendo la senda de crecimiento de 1.998 (1,8%) y 1999 (2%).

Este creciente flujo de las importaciones viene producido por la mayor competencia resultante de la globalización de la economía y de la flexibilización de los mercados de productos. Todo ello unido al clima social y a la mayor competitividad del sistema productivo regional, hace que se estén sustituyendo bienes nacionales, por bienes importados.

Lo dicho anteriormente se puede ver más claramente en la siguiente tabla de importaciones de las provincias de Castilla-La Mancha.

Importaciones por provincias de Castilla-La Mancha (En millones de pesetas).

PROVINCIAS	1996	1997	1998	1999	2000	Variación 1996-2000 (%)
Castilla-La Mancha						
Albacete	24.370	30.210	37.269	43.882	47.039	93,02
Ciudad Real	20.502	19.310	21.819	22.904	23.392	14,10
Cuenca	29.127	38.550	39.151	41.052	34.059	16,93
Guadalajara	114.895	146.192	198.745	239.752	310.916	170,61
Toledo	70.192	71.060	79.431	105.119	125.243	78,43
Castilla-La Mancha	259.086	305.322	376.415	452.709	540.649	108,68
Nacional	15.435.699	17.966.455	19.838.004	22.606.255	27.643.098	79,09

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Estos cuadros reflejan la gran concentración geográfica y sectorial de las exportaciones e importaciones castellano-manchegas.

En este sentido el 76,82% de las exportaciones van dirigidas a países de la Unión Europea. Esta misma tendencia, incluso más acusada, se observa en las importaciones,

en donde el 90,38% de los productos importados, tienen el origen en sólo diez países (de los cuales ocho pertenecen a la Unión Europea.)

Asimismo un estudio de la tasa de crecimiento a nivel provincial, pone de manifiesto que el grado de apertura hacia el exterior no es homogéneo, ya que inciden factores como la profesionalidad de los equipos directivos, el grado de apertura del sector, el reducido grado de penetración comercial, de ahí la importancia que tiene la adaptación de la empresa castellano manchega a los mercados exteriores y a las nuevas formas de comercialización como garantía para consolidar su presencia exterior incidiendo en temas como la identificación de la marca, la presentación, el envase, la calidad.

Toledo, Ciudad Real y Albacete fueron las provincias más exportadoras de la región. Aunque Ciudad Real y Albacete fueron las provincias que más incremento experimentaron en las exportaciones en el año 2000.

Con respecto a las importaciones, Guadalajara y Toledo fueron las que más aumentaron, ocupando los dos primeros puestos en cuanto al "ranking" importador.

Si analizamos más detenidamente la diferencia entre las pequeñas y medianas empresas de las cinco provincias castellano-manchegas y su relación con el comercio exterior, observamos las siguientes conclusiones, obtenidas de la Dirección de Comercio Exterior de Castilla-La Mancha:

- ✓ **Albacete:** El volumen de exportación para el año 2000 fue de 343,51 millones de euros, que representa cerca de un 27,6% de incremento con respecto a 1999.

Este dato es importante, puesto que en 1999 sólo se produjo un incremento en el conjunto de las exportaciones de esta provincia de únicamente un 3,7% con respecto a 1998. El peso del volumen de la exportación de la provincia sobre la región es del 19%, inferior al de Toledo (32%), pero superior al de Cuenca (7%).

Continúa la fuerte sectorialización en la provincia, donde el calzado, con un volumen en 1999 de 11.450 millones exportados, representó el 26% de las exportaciones de la provincia, y el 87% de lo que dicho sector exporta en el total regional, y en el 2000 alcanzó la cifra de los 85 millones de euros, lo que se

traduce en un 25% de las exportaciones de la provincia y más del 90% del total regional en dicho sector. Existen otros sectores de gran arraigo en esta provincia como el vino, los productos hortofrutícolas frescos, los productos relacionados con el subsector del metal y las armas deportivas, ocupan las primeras posiciones de los sectores más dinámicos de la provincia.

En relación con las importaciones sigue su trayectoria ascendente a lo largo de los últimos años, pero su peso específico con relación a las importaciones de la región, no alcanza el 9%. El volumen de las mismas alcanzó los 282,71 millones de euros. Los sectores más importados son la electrónica y la informática, sector este último con un volumen total de 62,18 millones de euros -aproximadamente un 22% de la importación total provincial, siendo en 1999 de 8.238 millones de pesetas, es decir, un 19% de la importación provincial para ese año.

Los sectores como el de los productos semifabricados de madera y papel y material eléctrico, no alcanzan los 27 millones de euros junto con los productos químicos.

- ✓ **Ciudad Real** presenta un volumen de exportaciones de 80.727 millones de pesetas para el año 2000, con un incremento de un cerca de un 29% con respecto al año 1999.

El peso de la provincia sobre la región es de más del 26% del total de las exportaciones, lo que corrobora las buenas perspectivas de la provincia, efecto de la mejora de las comunicaciones.

Los sectores exportadores más relevantes siguen siendo los productos químicos, nótese que Puertollano destaca en este sentido, y los vinos que conjuntamente representan el 56 % de las exportaciones de toda la provincia. Y las exportaciones de vinos representa el 60% de las exportaciones totales provinciales.

Con la mejora de las infraestructuras de comunicación las perspectivas en cuanto a las exportaciones se refiere son del todo optimistas.

Por lo que se refiere a las importaciones, Ciudad Real continúa representando los menores valores de importación de la región, con un 4% del total regional. El sector que destaca sigue siendo el sector químico representando un 32% del total, en el año 2000, seguido muy lejanamente del material eléctrico y materiales textiles, que escasamente representan cada uno de estos dos sectores el 9% de las importaciones totales

- ✓ La provincia de **Cuenca** presenta un volumen de exportación de 20.195 millones de pesetas en el ejercicio del año 2000, alrededor de unos 121 millones de euros, cerca de un 28% menos con respecto al año 1999 que se facturó la cantidad de 27.790 millones de pesetas. En año 1998 y 1997 se exportó un total de 37.206 y 30.149 millones de pesetas. Esto es un signo clarificador de la economía conquense, pues este último año ha sido el peor en cuanto al valor de las exportaciones, se refiere de los últimos cinco años analizados. El valor de las exportaciones del año 2000 de la provincia de Cuenca, alcanzó el 7% del volumen total de las exportaciones, es decir, el valor más bajo de todas las provincias castellano-manchegas. Aunque conviene decir, que con la aprobación del trazado del AVE en su paso hacia Valencia, podrá disfrutar esta capital de una considerable mejora en sus comunicaciones, que rápidamente esperemos, incida en un incremento de las exportaciones.

El sector de electrodomésticos es el puntero en esta provincia como sector exportador, con un 30% de las exportaciones realizadas en la provincia. Sin embargo, el descenso del 62% en las exportaciones de este sector, como consecuencia de los cambios experimentados por la principal empresa del sector en la provincia, ha afectado de un manera directa a la caída de las exportaciones de esta provincia.

Si hablamos de las importaciones de Cuenca, observamos que su peso específico con respecto a la región se sitúa en un 6%, cifra esta muy baja, aunque supera a Ciudad Real que como hemos señalado anteriormente (4%) es la provincia que menos dinero destina a las importaciones extranjeras. El volumen total de las importaciones de Ciudad Real alcanzó los 204,7 millones de euros, es decir, un 16,7% menos que el año anterior. En relación con los productos más importados,

destacan los relativos a los sectores de otras bebidas alcohólicas -excepto vinos-, y el sector de bienes de consumo, sobretodo el subsector de electrónica e informática que representan conjuntamente el 73% de las compras hechas por esta provincia en el extranjero.

- ✓ **Guadalajara** ostenta un peso no muy relevante en lo referido a las exportaciones, si lo comparamos con la hegemonía que tiene sobre el resto de las provincias en la vertiente importadora. Las exportaciones del año 2000 sumaron un total de 50.963 millones de pesetas, representando un 16,9% aproximadamente del peso total de las exportaciones castellano-manchegas, o dicho de otra manera unos 306,29 millones de euros. Al haber tanta diferencia entre el volumen exportador y el importador, hace que su balanza comercial sea deficitaria de forma crónica.

Los sectores más relevantes en el campo de la exportación, son los pertenecientes a los subsectores industriales y los bienes de consumo, donde los equipos, componentes y accesorios de automoción, así como los productos químicos absorben cerca del 44% del total de las exportaciones del total de la provincia.

En lo referente a las importaciones, el volumen para el año 2000 fue de 310.916 millones de pesetas, aproximadamente unos 1.868,64 millones de pesetas, un 57% del total de las importaciones regionales. Este peso específico de las importaciones de Guadalajara con relación al peso regional es excepcional, y ello contribuye como hemos indicado antes, al déficit comercial de la región.

Aunque si observamos la evolución con respecto a las importaciones de esta provincia en estos cinco años últimos, cabe señalar que esta provincia, siempre se ha caracterizado por ser la primera de las cinco provincias regionales. La automoción y en especial los vehículos transportes, representan el 50% de las importaciones de la provincia y cerca del 98% de las importaciones regionales de este sector, siguiéndoles a la zaga los productos de electrónica-informática y los equipos, componentes y accesorios de automoción, con el 15% y 12% del total de las importaciones provinciales, respectivamente.

- ✓ La capital regional, **Toledo**, sigue la tendencia de la región en este último año en cuanto al crecimiento de las exportaciones. El volumen total de las exportaciones de la región asciende a la cantidad de 97.701 millones de pesetas, representando esta cantidad un valor del 32% del total de las exportaciones regionales. Lo que representa unos 587,19 millones de euros. Asimismo, se ha experimentado un incremento en las exportaciones de esta provincia que alcanzó el 20% respecto a 1999.

Los sectores exportadores pujantes de esta provincia son por orden de importancia el sector de carnes y despojos con 66,04 millones de euros, superando así al sector del mueble con un valor en el año 2000 de 63,5 millones de euros, siendo su valor en 1999 de 10.500 millones de pesetas, con lo que se situó en el primer puesto del "ranking" exportador de esta provincia en ese año. A estos dos sectores les sigue de la electrónica e informática con 50,8 millones de euros. Estos 3 sectores representaron en el 2000 un 31% del total de las exportaciones.

Han experimentado un crecimiento destacable el sector de la carne y los despojos frescos, siendo superior al 50% con respecto a 1998, considerando que representó en esa fecha el 75% del volumen total de exportaciones de ese sector en la comunidad castellano-manchega. El sector de la electrónica e informática, aunque aún tiene un peso muy importante sobre el total de las exportaciones regionales con un 82%.

Las importaciones de esta provincia para el año 2000, fueron de 125.243 millones de pesetas, unos 752,73 millones de euros, ocupando el segundo puesto de las provincias importadoras, detrás de Guadalajara (310.916 millones de pesetas).

Los sectores más relevantes, son casi los mismos que los registrados en el año 1999, productos químicos, electrónica e informática, así como el segmento de productos sin elaborar y cárnicos.

**Clasificación de productos exportados en el año 2000 en Castilla-La Mancha
(En millones de pesetas).**

ORDEN	PRODUCTO	EXPORTACIONES
1	Productos químicos	44.152
2	Equipos, componentes y accesorios automoción	25.374
3	Vinos	24.283
4	Calzado	15.905
5	Electrónica e informática	15.097
6	Carnes y despojos frescos y congelados	14.289
7	Muebles	14.289
8	Otros productos no comprendidos en otro sector	9.842
9	Bebidas sin alcohol	8.777
10	Material Eléctrico	8.373
	SUBTOTAL	180.381
	TOTAL	306.741

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (M° de Economía).

Como se observa en la tabla anterior, el producto de esta región con mayor número de ventas en el extranjero (44.152 millones de pesetas) son los derivados de los productos químicos, anteriormente ya se ha hecho referencia a la explicación de esto, pues en Ciudad Real, concretamente Puertollano, las buenas y modernas instalaciones de las refinerías y empresas químicas allí instaladas son la causa de que estos tipos de productos sean los más exportados de toda la región.

El segundo lugar destacan los equipos y componentes de automoción (25.374 millones de pesetas en el año 2000), y en tercer puesto aparecen un sector típico en esta región como son los vinos (24.283 millones de pesetas). Con Ciudad Real a la cabeza en este último sector.

En el cuarto y quinto puesto se sitúan el calzado (15.905 millones de pesetas), y los materiales de informática y electrónica (15.097 millones de pesetas).

En cuanto a los **productos importados** en el año 2000, en Castilla-La Mancha, observamos las siguientes diferencias reflejadas en el siguiente gráfico.

Clasificación de productos importados en el año 2000 en Castilla-La Mancha
(En millones de pesetas).

ORDEN	PRODUCTO	IMPORTACIONES
1	Vehículos de transporte	136.991
2	Productos químicos	43.169
3	Electrónica e informática	82.969
4	Equipos, componentes y accesorios de automoción	39.626
5	Maquinaria obras públicas, construcción y minería	20.971
6	Otras bebidas alcohólicas	20.833
7	Productos sin elaborar	17.579
8	Material eléctrico	14.149
9	Semimanufacturas de madera y papel	13.379
10	Artículos de parafarmacia, limpieza e higiene	11.202
	SUBTOTAL	420.868
	TOTAL	540.649

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (M° de Economía).

Los productos castellano-manchegos comprados en el extranjero alcanzaron un valor total de 540.649 millones de pesetas, de los cuales 136.991 correspondieron al primer producto comprado en el exterior que son los automóviles, seguido a gran distancia por los productos químicos con un valor total de 82.969 millones de pesetas.

El tercer puesto en cuanto a productos importados, lo ocupa los materiales de electrónica e informática con un total de 43.169 millones de pesetas, por delante de los elementos y accesorios de vehículos de automoción que se sitúan en 39.626 millones de pesetas con el cuarto puesto. El quinto lugar es para la maquinaria de obras públicas, construcción y minería con 20.971 millones de pesetas.

Cabe concluir este apartado, significando que los elementos claves para mantener esta senda de evolución positiva y lograr la consolidación definitiva de la estructura comercial exterior de las empresas de la región, vienen representados por la diversificación de los mercados y por la mejora de la red interior de comunicaciones, con la vertebración regional de Castilla-La Mancha a través de la línea de Alta Velocidad, con la conexión entre sí de las capitales de provincia y con el centro y levante de España, que permitirá un incremento del grado de apertura exterior y, por ende, del crecimiento económico de la región.

4.1. Exportación e Importación de productos agroalimentarios (vinos, quesos, aceite de oliva y cárnicos).

Conviene detenerse, ahora, a estudiar los sectores más representativos de la región, en cuanto a productos exportadores e importadores, comenzando por el sector mayoritario en lo referente a las exportaciones que es el sector agroalimentario.

El sector agroalimentario es un sector de enorme importancia en Castilla-La Mancha. Es un sector que ocupa a cerca de 19.000 personas, con unas ventas de productos superiores a 482.405 millones de pesetas, y un consumo de materias primas de más de 326.811 millones de pesetas, los gastos de personal superan los 50.000 millones de pesetas y las inversiones en activos materiales los 21.346 millones de pesetas.

Toledo es la provincia líder en Castilla-La Mancha en el sector agroalimentario en todos sus apartados -luego más adelante lo veremos en las exportaciones e importaciones-, no en vano el 80% de la economía de esta provincia está relacionada con la agricultura y la ganadería, base de la agroalimentación.

Producción bruta de la industria agroalimentaria

AÑOS	P.B. (*) en miles de millones de pesetas cada año	VARIACIÓN DE PRECIOS (%)		VARIACIÓN DE PRODUCCIÓN (%)		
		Deflactor Implícito del sector	IPC	En términos físicos (2)	En valores corrientes	Pesetas constantes (3)
1.989	5.919	7.01	6.9	-1.54	6.4	-1.43
1.990	6.200	1.39	6.5	3.24	4.7	-1.71
1.991	6.570	2.31	5.5	3.61	6.0	0.40
1.992	6.880	2.65	5.4	2.01	4.7	-0.65
1.993	7.028	4.36	4.9	-2.08	2.2	-2.58
1.994	7.390	4.32	4.3	0.04	5.1	0.81
1.995	7.887	1.89	4.3	4.75	6.7	2.33
1.996	8.254	3.12	3.2	1.38	4.5	1.30
1.997	8.768	1.26	2.0	5.02	6.3	4.26
1.998	8.923	1.07	1.4	0.69	1.8	0.36
1.999	9.048	1.50	2.9	-0.10	1.4	-0.146
2.000	9.155	2.10	4.0	-0.91	1.2	-2.71

Fuente: INE y D.G. Aduanas

(*) Ventas Netas de Productos a precios fábrica

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, cada año se ha producido más cantidad en la industria agroalimentaria.

Dentro de dicho sector los subsectores más representativos son el de vinos, quesos, aceite de oliva y los productos cárnicos. Comenzaremos por el subsector de vinos.

4.1.1. Subsector de Vinos:

Según los datos de la Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha, este producto sigue teniendo un balance positivo respecto al saldo exportación/importación con un superávit de 143,9 millones de euros, aunque se ha apreciado en este último año (2000), un descenso de las **exportaciones** de un 7%, rompiendo la tendencia alcista registrada en los dos últimos años, y muy a pesar de que la producción de vino de la región se incrementó en un 28,5% en ese mismo año.

El peso específico de los vinos sobre la economía regional sobre el total regional exportado es de un 8%, ocupando el tercer puesto dentro del "ranking" de los productos más exportados de Castilla-La Mancha, como se ha visto en las últimas gráficas. El peso específico de esta bebida a nivel nacional representa aproximadamente el 12% de la totalidad de vino exportado.

La exportación de vinos en el año 2000 se situó en 145,9 millones de euros aproximadamente. Ya hemos comentado que Ciudad Real es la provincia que más exportó este producto a nivel regional con más de un 60% del total exportado en la región, seguida de Albacete y Toledo. Conviene destacar que las ventas en el extranjero del vino han experimentado un descenso, por segundo año consecutivo, en más de un 25%, circunstancia esta que ha sido copiada por todas las provincias salvo Cuenca que ha registrado un incremento en las exportaciones y se aproxima a las cifras de Toledo.

Si hacemos hincapié en las **importaciones** se aprecia que estas disminuyeron en más de un 51% con respecto al año 1999, representando aproximadamente 2,04 millones de euros, algo así como el 0,1% del total de productos importados en la región., aunque dichas cifras están un poco lejos de las recogidas en 1998 con menos de un millón de euros el total de lo importado.

Por provincias y siguiendo con las importaciones, destaca Toledo como la menos importadora comparado con los registros de 1999, pues se ha producido un descenso de casi un 50%, es decir del valor de 3,28 millones de euros que se importó en 1999 se ha reducido a 1,65 millones de euros. Las demás provincias han continuado esa corriente reductora de las importaciones de vino a excepción de Ciudad Real cuyos valores no

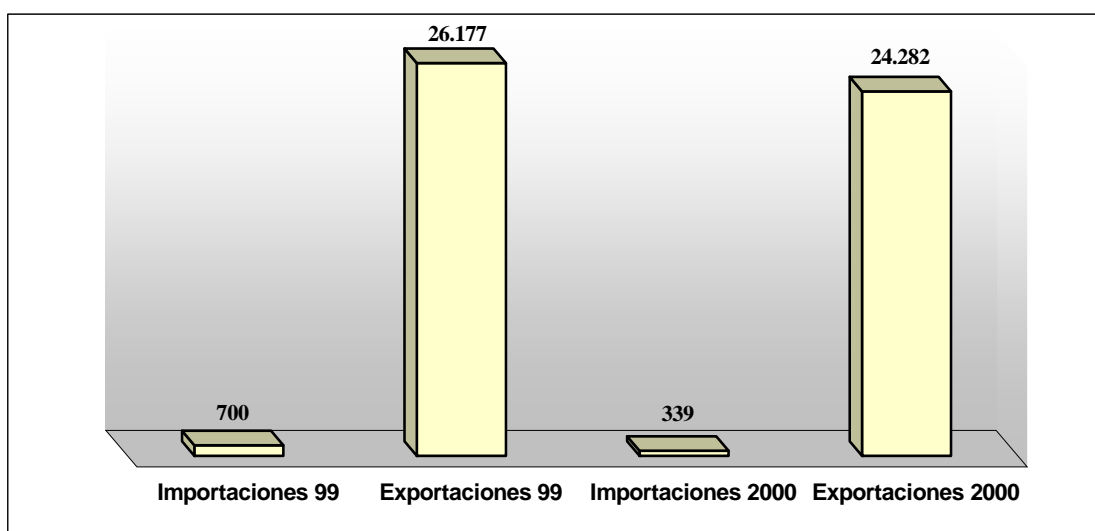
son muy significativos, siendo Albacete la que más disminuyó, cuando tradicionalmente es la que más importa.

La *tasa de cobertura* de los vinos castellano-manchegos ha aumentado hasta un valor de 7142% consecuencia del descenso de las importaciones (51%) muy superior al de las exportaciones (7%), situándose muy por encima de la media nacional (1596%).

Comercio Exterior de Vino en Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta2204 - Vino de uva fresca, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Como ya se ha indicado anteriormente, y como se muestra en la anterior gráfica el saldo exportación/importación del vino en esta región alcanzó un balance positivo de 143,9 millones de euros, aunque con cierta disminución de las exportaciones con respecto a 1999.

Exportación/importación de Vinos por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	111	5.302	42	4.397
Ciudad Real	8	15.322	12	14.785
Cuenca	5	1.501	0	2.140
Guadalajara	28	161	12	140
Toledo	547	3.888	274	2.820
CASTILLA-LA MANCHA	700	26.177	339	24.282
ESPAÑA	16.853	222.914	12.870	205.420

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Como se ha reflejado en el anterior cuadro, Ciudad Real ocupa el primer puesto en el *ranking* provincial en lo que se refiere a la exportación, con un valor total de 88,86 millones de euros; cifra esta inferior a la registrada en año anterior con más de 92 millones de euros, pues también a nivel nacional se ha experimentado un descenso tanto en exportaciones como en lo referente a las importaciones. El siguiente puesto, y muy alejado del primero, lo ocupa Albacete con 26,43 millones de euros, aunque igualmente como ocurre con Ciudad Real los registros del año 1999 son superiores con 31,87 millones de euros. La tercera provincia con más exportación de vino en el año 2000 fue Toledo con 16,95 millones de euros, también redujo su cuota exportadora con respecto a 1999.

La siguiente provincia sería Cuenca que es la única que ha experimentado un aumento de las exportaciones en el 2000 con un total de 12,86 millones de euros.

Cerrando este *ranking* situamos a Guadalajara que no ha sido muy significativa su reducción de las exportaciones si lo comparamos con el año pasado pues prácticamente se ha mantenido en los niveles exportadores de esa fecha.

Con respecto a las importaciones, hemos visto anteriormente que la provincia que más importó en el año 2000 fue Toledo con más de un millón y medio de euros, cifra esta bastante inferior a la producida en el año 1999 en el que se facturó en esa provincia un poco más del doble de lo alcanzado en el año 2000. La siguiente provincia en la lista es Albacete con 0,25 millones de euros, cifra inferior de la producida el año anterior. Ciudad Real y Guadalajara obtuvieron las mismas cifras importadoras en el año 2000, aunque conviene destacar que la única provincia que ese año experimentó un ligero aumento en sus importaciones de vino fue precisamente Ciudad Real, provincia vinícola por excelencia de esta región. Cuenca ha sido la única provincia castellano-manchega que no ha registrado ninguna importación de este producto en el año 2000.

4.1.2. Subsector de Quesos:

Estos productos -quesos y requesón, según el código de arancel Taric - han tenido siempre un comportamiento positivo en esta región, pues no olvidemos la acreditada fama que tienen los quesos manchegos. No presentan cambios relevantes en lo referido a la balanza comercial con respecto a 1999, pues se ha alcanzado un valor de 22,41 millones de euros en el año 2000, es decir un 5% más que el año anterior. Aunque se observa un descenso en lo relacionado con la cuota de mercado exportador, pues en 1998 el peso específico de estos productos castellano-manchegos era del 23% del total de los quesos españoles exportados, en 1999 y 2000 se ha reducido a un 19%. Este dato viene a corroborar que los quesos de esta región pierden cuota con respecto a otros quesos nacionales, toda vez que el mercado nacional sigue importando quesos -en el año 2000 se incrementó en un 3% con respecto a 1999-, para completar la demanda interna.

Las **exportaciones** de quesos alcanzaron los 221 millones de euros, aunque dicho valor sólo representa el 1,5% del total de las exportaciones de esta región.

Por provincias destaca Toledo y Albacete las cuales representan aproximadamente el 76% del total exportado. Ciudad Real alcanza los 5 millones de euros y Guadalajara y Cuenca no han experimentado gran diferencia con respecto a 1999, si bien esta última ha incrementado sus cifras en un 200%.

Si atendemos a las **importaciones** observamos el descenso producido con respecto a 1999 que se sitúa en un 25%, en contra de la tendencia a nivel nacional que ha incrementado sus importaciones en un 3%.

Albacete es la provincia que destaca pues con 4,27 millones de euros, ha disminuido en más de un 42% sus importaciones, presentando una tasa de cobertura por encima de 100% por segundo año consecutivo.

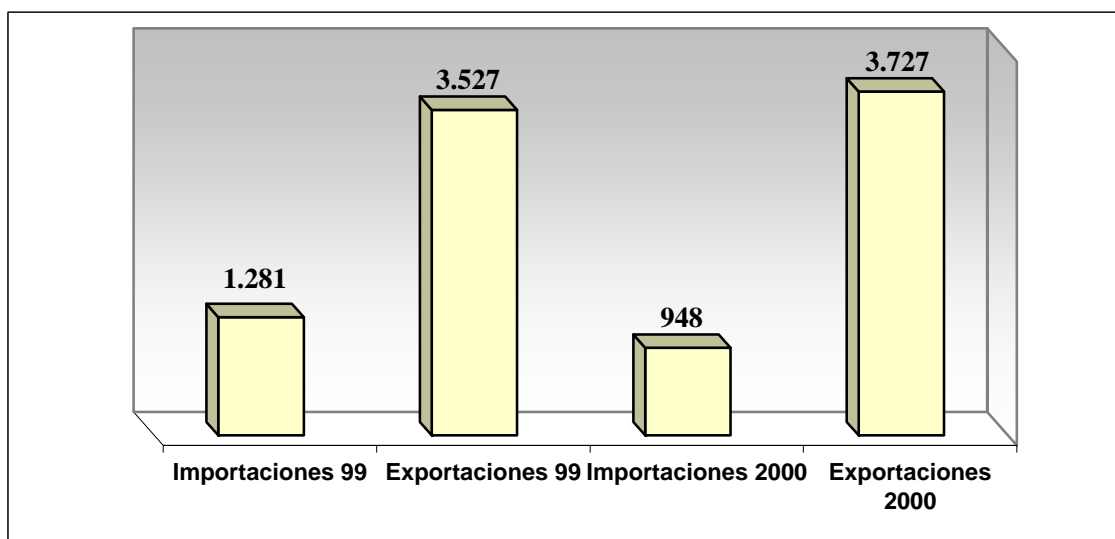
Toledo y Cuenca presentaron valores prácticamente nulos para la importación de quesos, y Ciudad Real incrementa dicho valor en un 67%, mientras que Guadalajara sorprende con un aumento de más del 500%.

En lo relativo a la tasa de cobertura, hay que decir que se ha incrementado en más de un 100 puntos con respecto a 1999, con valor de 390%, muy por encima de la nacional, donde se sigue mostrando un claro déficit comercial con tasas de cobertura entorno al 27%.

Comercio exterior de Quesos en Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta0406 - Quesos y Requesón



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Como se aprecia en el gráfico, las exportaciones de quesos de Castilla-La Mancha se ha experimentado con respecto a 1999 un leve incremento de apenas el 5% referido anteriormente. Con respecto a las importaciones, se refleja una disminución de un 25%.

Las exportaciones en 1999 alcanzaron los valores de 157 millones de euros y en el año 2000 disminuyeron a 145 millones de euros. Con las importaciones ocurrió lo mismo, en 1999 se registraron un total de 4,21 millones de euros pero en el siguiente año se redujeron a escasamente 2 millones de euros.

Exportación/importación de Quesos por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	1.229	1.314	712	1.331
Ciudad Real	17	784	28	838
Cuenca	0	5	0	15
Guadalajara	33	27	205	22
Toledo	0	1.413	0	1.522
CASTILLA-LA MANCHA	1.281	3.542	955	3.730
ESPAÑA	65.496	19.000	67.293	18.244

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Como se ha manifestado anteriormente y como se aprecia en el cuadro, Castilla-La Mancha ha exportado un total de 22 millones de euros en quesos y requesón en el año 2000, y por el contrario en total nacional ha sido de 109 millones de euros. En 1999 las exportaciones castellano-manchegas fueron de 21 millones uno menos que en el 2000, y las nacionales de estos productos de 114 millones de euros. Con respecto a las importaciones el total de esta región han sido de 5,74 millones de euros para el año 2000 y de algo más de siete millones para el año anterior, pero si analizamos los datos de 1999 del conjunto nacional, observamos que las importaciones han experimentado en el año 2000 un ligero crecimiento, pasando de 393 millones de euros a 404.

Si desglosamos estos datos por provincias observamos que la provincia que ocupa el primer lugar, en lo que se refiere a las exportaciones regionales, es Toledo con un valor de más de 9 millones de euros, incrementándose los valores obtenidos en 1999 de casi ocho millones y medio de euros. Le sigue Albacete con 8 millones, también esta provincia experimentó un ligero incremento con respecto al año anterior, y después Ciudad Real. La única provincia que redujo sus valores con respecto al año 1999 fue Guadalajara, aunque esta disminución fue escasa.

Si atendemos a las importaciones de estos productos es merecido resaltar la reducción de las mismas con respecto a 1999, como ya se ya dicho anteriormente, de cerca de un 25%, pasando de 7,70 millones de euros a 5,74. Por provincias importadoras destacan Albacete con un valor de más de 4 millones de euros seguida de Guadalajara con algo más de un millón de euros. Destaca Toledo que tanto en 1999 y en el año 2000 consiguió no variar sus importaciones dejando valores nulos en ambos ejercicios.

4.1.3. Subsector de Aceite de Oliva:

El subsector del aceite de oliva ha experimentado un considerable aumento en las exportaciones en más de un 100%, con respecto al año 1999, junto con un descenso en las importaciones cercano al 86% comparadas con ese mismo año.

Castilla-La Mancha es la segunda región productora de aceite de oliva después de Andalucía, siendo Toledo, como ya se ha dicho anteriormente, la provincia con mayor producción y con mayor exportación de aceite de ellas. La producción media española de aceite de oliva es de 650.000 toneladas y el consumo interno -nacional- alcanza las 430.000 toneladas, Castilla-La Mancha junto con Andalucía, Madrid y Extremadura son las regiones que más consumen aceite de oliva, superando la media nacional.

España representa el 33% de la producción mundial de aceite de oliva y el 44% de la comunitaria.

Es por ello, por lo que las **exportaciones** de aceite de oliva muestran la gran especialización de dicho producto en la provincia de Toledo que con 31,7 millones de euros, representó el 83% del total de exportaciones de este preciado líquido en el año

2000, recuperándose así las cotas alcanzadas en el año 1998. Con la aprobación de la denominación de origen "Montes de Toledo" , que engloba a los pueblos de esta comarca con tradición olivarera, se ha dado un impulso muy importante tanto a la producción como a las exportaciones del aceite de oliva.

Después de Toledo la siguiente provincia es Ciudad Real que muy de lejos se sitúa en el segundo puesto exportador con un valor de 5,41 millones de euros en el año 2000. El resto de las provincias tienen valores de exportación muy similares a excepción de Cuenca que es la peor situada no pudiendo mantener el avance exportador del año anterior -1999-.

Con respecto a la cuota exportadora a nivel nacional, los aceites de Castilla-La Mancha únicamente representaron el pasado año 2000 el 4% sobre el total exportado nacional, siendo esta cantidad inferior a la alcanzada en 1998 que fue del 7%, pero superior al 2% de 1999. La comunidad con mayor cuota exportadora es Andalucía con más del 80% del total exportado.

En esta región el olivar ocupa el segundo puesto en la lista de los cultivos más importantes por superficie productiva, ocupando el primer lugar el cereal, rey indiscutible de los campos castellano-manchegos.

La tasa de cobertura de este producto ha pasado a ser del 4.943%, contrastando este dato con los recogidos en 1999 en el que dicha tasa fue del 347%, reflejando una recuperación intensa de la producción destinada a la exportación.

Por tanto, estos datos son indicadores del aumento de las exportaciones del año pasado y que a buen seguro disminuirán en el año 2001, debido a que a mitad del año 2001 se detectaron en el aceite de oliva de orujo varias partículas de *benzopileno* cuyo componente en ciertas dosis es cancerígeno.

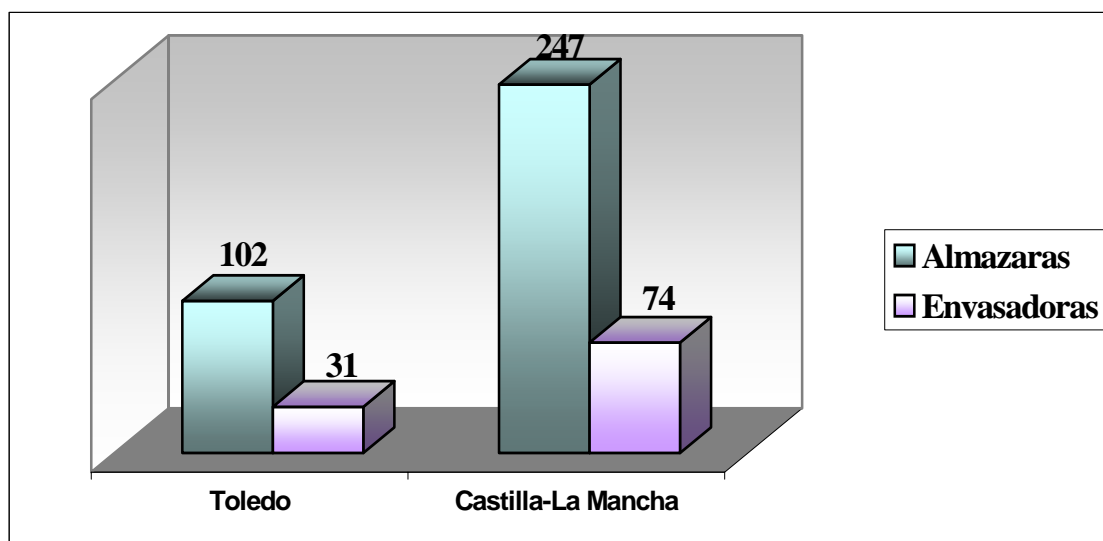
Durante unos días se cerraron las fronteras y no se permitió la exportación de dicho aceite y si bien sólo fueron unos pocos días, aunque suficientes para provocar el recelo en los consumidores tanto nacionales como extranjeros, que se traducirá en una disminución de las exportaciones.

En lo referido a las **importaciones** de aceite de oliva, se ha experimentado una gran disminución con respecto al ejercicio anterior, en correspondencia con el resto de la nación, pues de 5 millones de euros que fue el valor por el cual se realizaron compras en el exterior de este producto, no superó el millón de euros en el año 2000.

El total de las importaciones realizadas corresponden a Toledo por ser esta provincia, como ya hemos comentado, la más significativa a nivel regional en cuanto a lo que se refiere al aceite de oliva.

La siguiente gráfica es representativa de la importancia que tiene Toledo en la región respecto al aceite de oliva.

Número de industrias del Aceite de Oliva en Toledo y en Castilla-La Mancha



Fuente: Adison. Año 2000

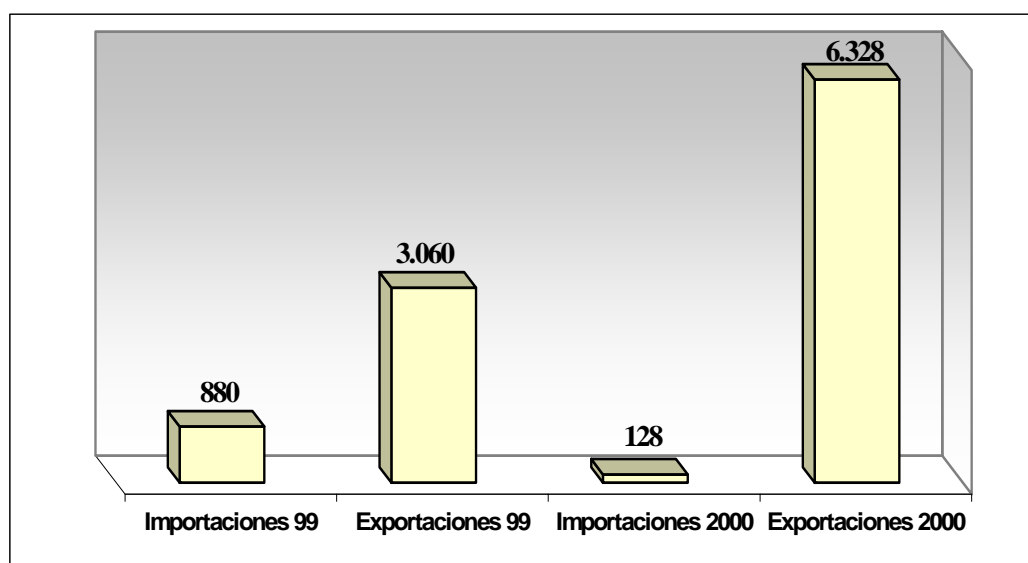
Como se puede apreciar, Toledo tiene un peso importantísimo con respecto al resto de la región pues tanto el número de empresas que se dedican a envasar el aceite o bien a elaborarlo en esta provincia suponen aproximadamente el 42% del total regional, lo que refleja que Toledo es un referente en lo que se refiere a la producción y consumo del aceite de oliva tanto a nivel regional como nacional.

Con respecto a las cantidades exportadas en el año 1999 y en el 2000 la siguiente gráfica es bastante ilustrativa al respecto.

Comercio exterior de Aceite de Oliva en Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta1509- Aceite de Oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente. Ta1510- Demás aceites obtenidos exclusivamente de la aceituna y sus fracciones.



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Las exportaciones de aceite de oliva experimentaron un gran crecimiento en el año 2000, como se puede apreciar en el gráfico, unos 10 millones de euros más con respecto al año 1999. Las importaciones también descendieron con respecto al año anterior al igual que descendieron a nivel nacional.

Con respecto al volumen de lo exportado e importado tanto en el año 1999 como en el 2000, atendemos al siguiente cuadro.

Exportación/importación de Aceite de Oliva por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	0	35	0	70
Ciudad Real	0	213	0	900
Cuenca	0	13	0	3
Guadalajara	0	0	0	78
Toledo	880	2.799	128	5.276
CASTILLA-LA MANCHA	880	3.060	128	6.328
ESPAÑA	38.771	114.756	17.221	150.736

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Las exportaciones aumentaron con respecto al año 2000, siendo Toledo con más de 31 millones de euros la provincia que más exportó seguida de Ciudad Real con más de 5 millones de euros. Estas dos provincias fueron las que más crecieron con respecto al año anterior junto con Albacete.

Asimismo, las exportaciones regionales también aumentaron pasando de 18,39 millones de euros en 1999 a 38,03 en el 2000, es decir más del 50% de incremento con respecto a 1999.

A nivel nacional también se ha notado ese incremento en las exportaciones de un año a otro, pues en 1999 las exportaciones de aceite de oliva alcanzaron los 689,70 millones de euros, en el 2000 fueron 905 millones. Esperemos que la retirada del mercado del aceite de orujo por la citada partícula cancerígena, durante unos días, no afecte en demasía a la buena trayectoria de las exportaciones en estos años del aceite de oliva.

En lo referente a las importaciones, también se observa una clara desaceleración, pues la única provincia que importó aceite de oliva en el año 2000 fue Toledo con un valor total de 0,77 millones de euros, siendo dicho valor en el año anterior de 5,29 millones, también la única provincia que realizó importaciones de este producto en dicho año.

A nivel nacional las importaciones bajaron de un total de 233 millones de euros en el año 1999 a 103 millones aproximadamente que se registraron en el año siguiente, es decir se produjo una disminución de más del 44% del total importador de aceite de oliva.

4.1.4. Subsector de cárnicos

Este subsector sigue siendo muy importante en la economía regional representando casi el 44% del total de las exportaciones agroalimentarias junto con el subsector del vino.

Como luego se podrá apreciar en las siguientes gráficas, el comportamiento general de la región para este tipo de productos -incluidos los productos cárnicos-, ha sido de un incremento tanto de las exportaciones como en las importaciones, alcanzando las primeras un 74% comparado con el año 1999 y un 14% de incremento en las segundas con respecto a dicho año.

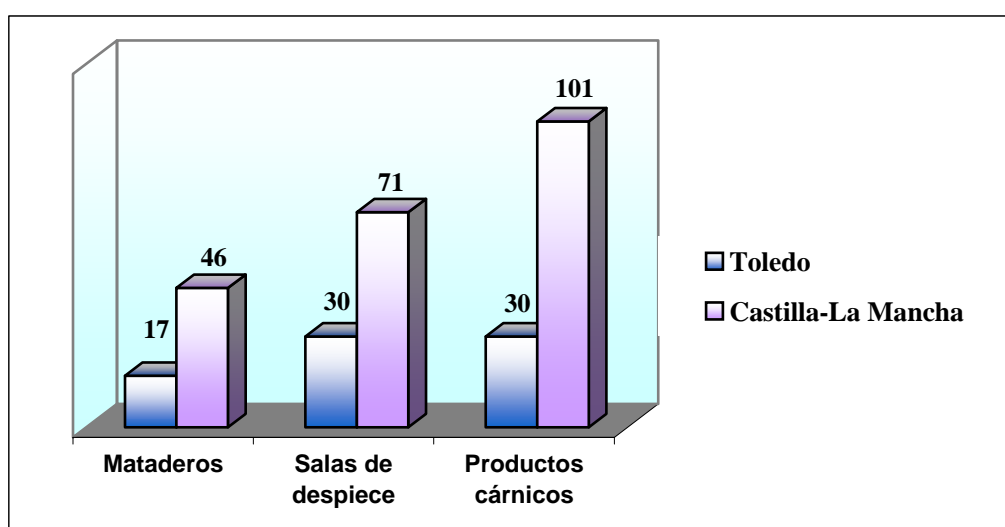
Este dato contrasta con el comportamiento que estos productos han tenido en el resto del país, pues descendieron tanto las exportaciones como las importaciones con respecto a los datos de 1999. En las exportaciones nacionales se apreció un descenso en torno a un 4%, pero más significativo fue este descenso en las importaciones que cayeron un 18% comparado con dicho año.

En lo referente a las **exportaciones**, hay que decir que la mayoría de ellas corresponden a la carne bovina (Ta-0201 y 0202), con más de 32 millones de euros, lo que viene a representar más del 35% del total de las exportaciones. Es significativo el aumento de preparados cárnicos exportados (Ta-16), ya que se ha pasado de un poco más de ocho millones de euros en el año 1999 a treinta y nueve y medio en el año 2000.

Aunque resulta paradójico este aumento de las exportaciones, pues la crisis de las "vacas locas" -recordemos que el primer caso en España apareció en noviembre-, y la amenaza de la *fiebre aftosa* no han afectado a las exportaciones cárnicas de la región en el 2000, sino que éstas han aumentado, -como consecuencia, creemos, de que en esta región se han dado muy pocos casos de la primera enfermedad en este tipo de carne-.

En el ámbito provincial destaca nuevamente Toledo con el 84% de las exportaciones regionales de carne en el año 2000 con un total de 113,24 millones de euros. Este dato comparado con el año 1999 en el que exportó por valor de 60,71 millones de euros refleja un aumento del 87% en el 2000. Esta hegemonía provincial en cuanto a las exportaciones de productos cárnicos tiene una fácil explicación, pues estos son los indicadores de la industria cárnica en la provincia de Toledo.

Número de industrias Cárnicas en Toledo y en Castilla-La Mancha



Fuente: Adison. Año 2000.

En este gráfico se aprecia que la provincia de Toledo es la que más número de mataderos y salas de despiece presenta con más del 37% y el 43% respectivamente.

La aportación de carne y despojos de la provincia de Toledo sobre el total de los productos agrarios es del 35,4%, con cerca de 58.740 millones de pesetas. El número de explotaciones de ganadería independientes que se encuentran dadas de alta en la provincia de Toledo en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.) es de un total de 2.270, siendo el mayor número de ellas las dedicadas a explotaciones ganado bovino con 792, a ganado porcino con 542 a ganadería ovina y caprina con 282 entre otras. Cifras estas que se traducen en el importante peso específico de estos productos en la región.

Otra provincia que destacó por su comportamiento positivo generalizado fue la provincia de Guadalajara que incrementó el total de sus exportaciones de estos productos en más de un 161%, con más de un millón de ventas en el extranjero, aunque sin llegar a los niveles del año 1998 con 305 millones de pesetas o lo que es lo mismo un millón ochocientos mil euros.

Ciudad Real es la segunda provincia en importancia por volumen de dinero de las exportaciones con más de 18 millones de euros en el año 2000. Si bien hay que destacar que tanto Guadalajara como Albacete y Cuenca no presentan conjuntamente más del 3% del total regional exportado.

Con respecto a las **importaciones** resaltar que las carnes y despojos comestibles representan entorno al 18% de las importaciones del total de productos importados de la región. La mayoría de estas importaciones se trata de carne porcina que supusieron un total de 47,35 millones de euros.

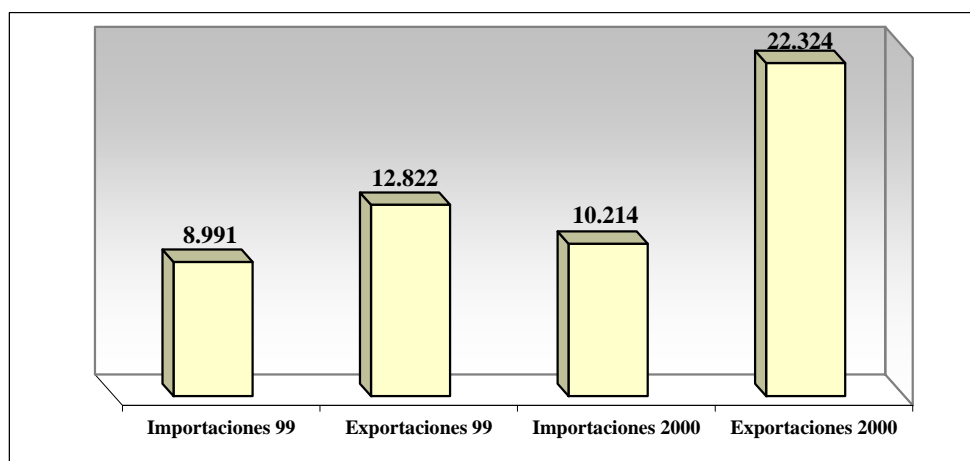
Las provincias castellano-manchegas que realizaron más compras en extranjero fueron Toledo con más de 51 millones de euros y Guadalajara con cerca de siete millones en el año 2000. Ciudad Real llegó a importar por valor de dos millones y medio, y el resto de las provincias no alcanzaron el millón de euros. Con respecto al año 1999 las importaciones aumentaron en Toledo con el valor más destacado, Cuenca y Ciudad Real.

La tasa de cobertura para las carnes de la región aumentado en 76 puntos porcentuales con respecto a 1999, con un valor de 218%, superando la tasa de cobertura nacional que se situó entorno al 173%, constatando así la importancia de estos productos en la balanza comercial de la región.

En la siguiente gráfica observamos tanto las importaciones como las exportaciones de Castilla-La Mancha en el subsector de carnes y despojos en los años 1999 y 2000.

**Comercio exterior de Carnes y Despojos en Castilla-La Mancha
(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).**

Código Taric: Ta-02 Carnes y Despojos. Ta-1601 Embutidos y similares. Ta-1602 Otras preparaciones y conservas de carne.



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Las exportaciones en esta región alcanzaron un valor de 134,17 millones de euros en vez de los 77 millones alcanzados en el año 1999. En cuanto a las importaciones se observa un ligero aumento de éstas pasando de 54 millones de euros a 61,39 millones.

En cuanto al desglose por provincias en lo referente al subsector de carnes y despojos obtenemos el siguiente cuadro.

Exportación/importación de Carnes y Despojos por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	61	100	51	105
Ciudad Real	331	2.404	406	3.016
Cuenca	43	155	60	191
Guadalajara	1.870	65	1.150	170
Toledo	6.684	10.01	8.547	18.841
CASTILLA-LA MANCHA	8.991	12.822	10.214	22.324
ESPAÑA	164.223	244.316	135.114	234.603

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Como aparece reflejado en el cuadro anterior, y como se ha dicho anteriormente la provincia que más exporta es Toledo, seguida de Ciudad Real. Y la que menos es Albacete que se mantiene en los valores de 1999 aunque con un ligero incremento. Ya se ha hecho un análisis de la importancia que tiene la provincia de Toledo tanto en las exportaciones como en las importaciones de estos productos, que se pone nuevamente de manifiesto en este cuadro al representar más del 83% de las exportaciones regionales de éste subsector.

Con respecto a las importaciones, Toledo sigue siendo la que más compras realiza en el extranjero con más de 51 millones de euros en el 2000. Es seguida muy de lejos por Guadalajara con cerca de 7 millones, las demás provincias no son significativas en este sentido.

4.2. Exportación e Importación de bienes de consumo (calzado, textil y mobiliario).

Este sector es un sector tradicional en la economía castellano-manchega, con un importante peso que sustenta una importante mano de obra, y en el que sí se dan unos índices de clara ventaja competitiva en términos de internacionalización en relación con otros sectores del tejido empresarial de Castilla-La Mancha.

Aunque los resultados del sector de bienes de consumo no duraderos se ven influenciados por la depreciación del euro -y por ende la peseta-, frente al dólar, sobre todo en productos muy sensibles a los precios relativos, así como una fuerte competencia en los productos provenientes del Sudeste Asiático.

Se ha experimentado un aumento en lo referido a las exportaciones de los bienes de equipo, del 7,4% con respecto a 1999, alcanzando la región los 319,74 millones de euros, es decir, dos puntos más que el crecimiento del año anterior.

Estas cifras representaron en el año 2000 el 18,6% de las exportaciones de la región y el 2,05% del total de las exportaciones españolas del sector.

Se pone así de manifiesto el continuo buen comportamiento del sector desde 1998, con un incremento del 56,97% de las exportaciones del sector de peletería, cuya

recuperación se ha hecho patente tanto a nivel nacional como regional, después del retroceso de 1999 (-30,29% y -2,49% respectivamente).

4.2.1. Subsector del Calzado

Este subsector sigue teniendo un comportamiento positivo, con un superávit en su balanza comercial de 90,59 millones de euros. Fruto de ello ha sido que las **exportaciones** han aumentado considerablemente, en más de un 22%, superándose la recesión exportadora que aparecía a nivel nacional a comienzos de 1999.

Se cifra en más del 5% el peso de las exportaciones regionales de estos productos sobre el total regional exportado, ocupando un meritorio cuarto puesto en el ranking de los productos más exportados durante el 2000 en Castilla-La Mancha como ya reflejamos anteriormente.

Las exportaciones de calzado regionales representan también el 5% de las exportaciones nacionales de este subsector, es decir cifra superior a la conseguida el año anterior.

El volumen total de las exportaciones de calzado alcanzó en el 2000 la cifra de 102,87 millones de euros, concretamente el 5,5% del total de las exportaciones de esta comunidad.

Por provincias la que destaca por un alto índice de especialización es sin duda Albacete, con una amplia tradición en calzado sobre las demás provincias, que presenta el mayor volumen de exportaciones de dicho sector, con más de un 83% del total exportado de la región, destacando por el aumento de sus exportaciones (24%). Le sigue, aunque muy alejada, la provincia de Toledo con un 16% del total de la región. El resto de las provincias no tienen peso específico relevante, pues incluso han disminuido sus exportaciones con respecto a los valores de 1999 y 1998, y en el 2000 en más de la mitad.

En cuanto a las **importaciones**, éstas han aumentado ligeramente (2%), con un valor de algo más de 12 millones de euros. Las importaciones de este sector representan menos

del 0,4% del total importado en la región, situándose en los últimos puestos del "ranking" de productos importados.

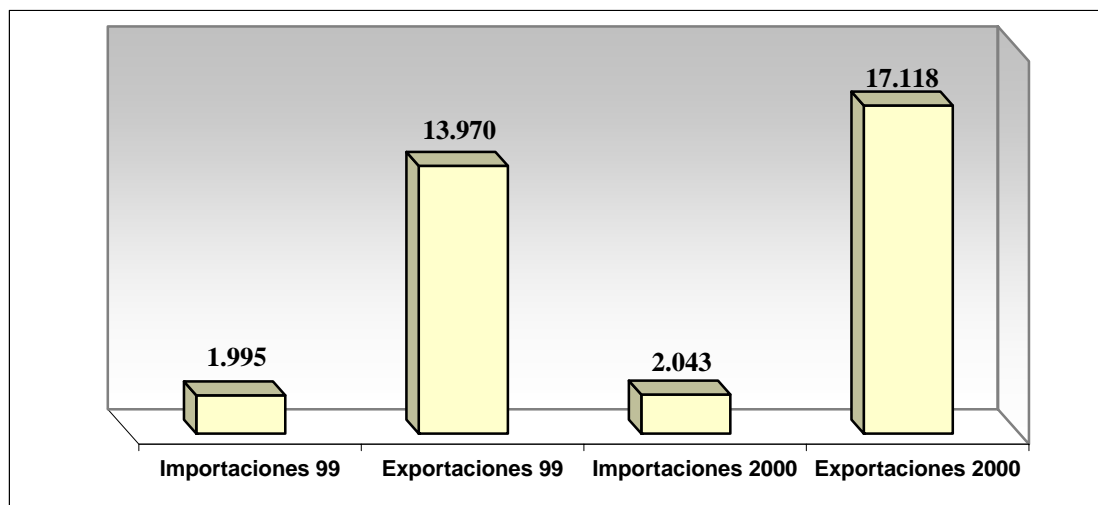
Por provincias destaca como la más importadora Toledo, a pesar del descenso de poco más del 1% en sus importaciones, ya que dichas importaciones representan el 77% del total importado. Albacete ha incrementado en el 2000 el porcentaje importado pero no es significativo respecto al volumen exportado.

En lo relativo a la tasa de cobertura para este sector, hay que decir que ha aumentado hasta un valor de 837% , consecuencia del marcado aumento de las exportaciones (22%) y del ligero de las importaciones (2,4%).

Comercio exterior de Calzado Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta-64 Calzado, polainas, botines y artículos análogos.



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Con respecto a las importaciones también aumentaron aunque fue de forma casi representativa, un 2,4% con respecto al año anterior, pasando así de 11,99 millones de euros a 12,28, según la fuente consultada.

Exportación/importación de Calzado por provincias. (En millones de euros).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	196	11.502	394	14.324
Ciudad Real	23	2	17	7
Cuenca	0	5	0	0
Guadalajara	180	17	52	17
Toledo	1.597	2.444	1.582	2.784
CASTILLA-LA MANCHA	1.995	13.969	2.043	17.118
ESPAÑA	102.479	322.969	120.533	340.669

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Las exportaciones regionales de calzado durante el año 2000 alcanzaron un valor total de 102,88 millones de euros, siendo el volumen total nacional de dicho producto de 2.047,46 millones. En 1999 fue menor el volumen de las exportaciones tanto a nivel regional como nacional, 83,96 millones de euros y 1.941,08 respectivamente.

La provincia que más exportó en el pasado año fue, como ya hemos hecho mención, Albacete con un valor total de 86 millones de euros, superando los 69,13 millones de 1999. La siguiente provincia que sigue a mucha distancia a Albacete es Toledo, cuyo valor en millones de euros en el año 2000 en este subsector fue de 16,73 millones, aumentando los valores registrados el año anterior que fueron de 14,69 millones de euros.

El resto de las provincias tienen valores muy bajos, destacando negativamente Cuenca con valores nulos en el 2000.

Si atendemos a las importaciones, la cosa cambia, pues en el año 2000 han aumentado muy ligeramente, ya hemos hecho referencia a ese 2,4% de incremento. Los valores regionales se han situado para ese año en 12,28 millones de euros frente a los 11,99 del año anterior.

En cuanto a los valores nacionales de este producto hay que resaltar que también han aumentado pasando de 615,9 millones de euros en 1999 a 724,4 millones en el año siguiente.

Con respecto a las provincias importadoras, la cosa cambia con respecto a las exportaciones, pues aquí Toledo gana la partida a Albacete con nueve millones y medio de euros en el 2000, frente a los 2,37 millones de Albacete. El resto de las provincias no han superado el millón de euros en su volumen importador de calzado. Con respecto al año anterior, 1999, Albacete aumentó las importaciones y Toledo las redujo mínimamente como se puede apreciar en el anterior cuadro.

4.2.2. Subsector del Textil

Este subsector acarrea todavía la crisis de los últimos años, aunque tiene visos de cambio pues en los dos últimos las exportaciones se han visto incrementadas. En el año 1999 se incrementaron las **exportaciones** en un 10%, mientras el año pasado -2000-, fue de sólo un 4%. Aunque si bien, se va reduciendo el déficit comercial en más de 23,43 millones de euros, debido tanto al incremento de las exportaciones y sobre todo al fuerte descenso de las importaciones -en más de un 26%-.

El peso específico de la exportación de este subsector sobre el total regional es de casi un 2%, si bien es cierto que el peso específico de las exportaciones regionales no superan el 0,5% de las nacionales para dicho subsector.

Las exportaciones de textiles alcanzaron en el año 2000 la cantidad de algo más de 4.000 millones de pesetas, y en el año 1999 no llegaron a los cuatro mil millones.

En este subsector se incluyen toda clase de tejidos y materiales sintéticos. Desde seda hasta géneros de punto, pasando por todo tipos de lanas, algodón, fibras y filamentos sintéticos, guata, fieltro, pelo fino u ordinario, alfombras, tejidos impregnados, etc.

Respecto a las diferentes provincias de la región, observamos que Albacete y Toledo representan más del 84% del total exportado en la región aumentando en un 20% las exportaciones de la primera en el año 2000, y disminuyendo ligeramente las exportaciones de la segunda en ese mismo año.

A nivel nacional, las exportaciones se incrementaron en un poco más del doble que las castellano-manchegas, fruto de la buena recuperación del subsector en el panorama nacional.

En lo referente a las **importaciones**, éstas se redujeron en el año 2000 más del 26%, representando menos del 2% del total importado en la región. Aunque si es cierto que sigue habiendo déficit comercial de éstos productos en el balance comercial regional

Aunque la mayoría de las provincias castellano-manchegas registraron disminuciones en las importaciones de estos productos en el pasado año, las más importadoras fueron Toledo que representa el 40% de las importaciones regionales de estos productos, incrementándose en más de un 15% con respecto al año anterior, y Guadalajara con una disminución de más del 66%.

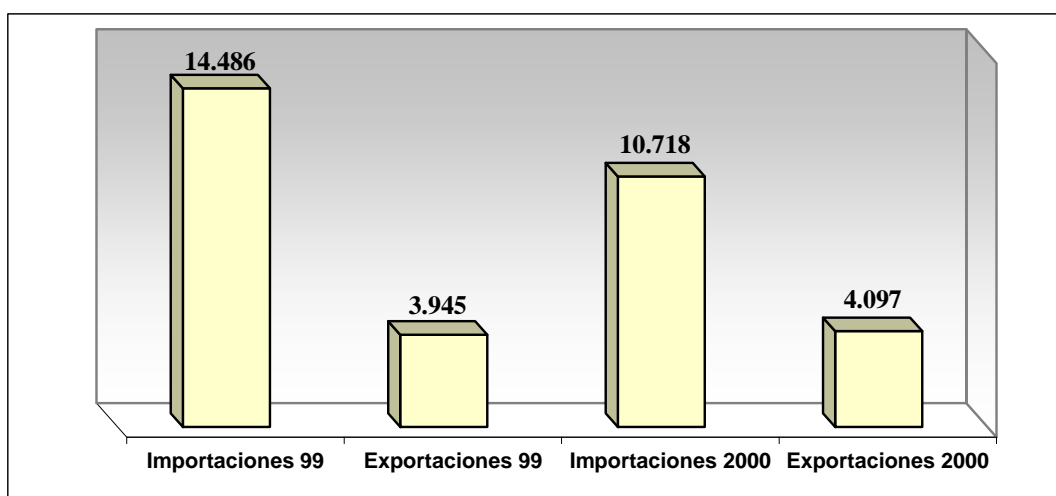
En cuanto a la tasa de cobertura para los textiles, ésta está por debajo de 100, pero ha aumentado sustancialmente con respecto al año 1999, en once puntos, hasta un valor del 38,23%, aunque todavía está muy debajo de la tasa nacional, que supera el 70%.

Consecuencia de esto, es el resultado deficitario comercial antes mencionado, pues al no ser cubiertas las importaciones con las exportaciones, arroja estos resultados negativos pero que se van corrigiendo poco a poco.

Comercio exterior de Textiles en Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta-50 a 63



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Se aprecia en la gráfica que el comportamiento de este subsector, aún siendo deficitario, muestra signos de ir recuperándose poco a poco, pues las importaciones disminuyen de una manera bastante acusada y las exportaciones suben aunque muy tímidamente.

En el año 2000 se exportó por un valor de 24,62 millones de euros, y en 1999 fueron de 23,70 millones. En lo referente a las importaciones estas disminuyeron bastante pues en 1999 el valor de ellas ascendía a 87,06 millones de euros, en el 2000 fueron de 64,41 millones.

Exportación/importación de Textiles por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	1.871	1.355	1.843	1.353
Ciudad Real	2.048	334	2.214	527
Cuenca	29	9	20	21
Guadalajara	6.736	509	2.267	107
Toledo	3.797	1.739	4.374	2.090
CASTILLA-LA MANCHA	14.486	3.945	10.718	4.097
ESPAÑA	1.090.425	803.529	1.276.267	911.095

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

Ya se ha hecho referencia al ligero aumento de las exportaciones y a la gran disminución de las importaciones. Con respecto a las exportaciones, vemos que la que presenta mayor valor en el año 2000 es Toledo, como hemos dicho antes, con 2.090 millones de pesetas, aproximadamente 12,56 millones de euros. Le sigue Albacete con 1.353 millones de pesetas, unos 8,13 millones de euros, y Ciudad Real con 527 millones de pesetas (3,16 millones de euros). El resto de las provincias no aportan valores significativos. Con respecto al año anterior Toledo incrementó sus exportaciones, Albacete se quedó prácticamente igual, Ciudad Real pasó de los 334

millones de pesetas a los 527, y la única provincia que disminuyó sus exportaciones en el año 2000 fue Guadalajara que pasó de 509 millones de pesetas, unos 3,05 millones de euros, a 107 millones de pesetas, aproximadamente más de medio millón de euros.

A nivel nacional las exportaciones también aumentaron significativamente, pues de 803.529 millones de pesetas en el año 1999, se ha pasado a los 1.276.267 millones en el 2000.

En lo referente a las importaciones, ya hemos hecho mención a la disminución de éstas con respecto a 1999, pues al contrario de lo que ocurrió a nivel nacional, pues las importaciones pasaron de 1.090.425 millones de pesetas en el 99, a 1.276.267 en el año 2000.

Con respecto a las provincias más importadoras, destaca otra vez Toledo, con 4.374 millones de pesetas (26,28 millones de euros) que incluso ha incrementado sus resultados comparado con el año 1999, en los que alcanzó la cifra de 3.797 millones de pesetas (22,82 millones de euros). Albacete, al igual de lo que ocurría con sus exportaciones, se ha mantenido en los mismos valores que los de 1999. La que ha experimentado una gran disminución de sus importaciones, ha sido Guadalajara que ha pasado de 6.736 millones de pesetas, 40,48 millones de euros, a 2.267 millones de pesetas (13,62 millones de euros), en el 2000, es decir, una disminución de un 66% con respecto a 1999.

4.2.3. Subsector del Mobiliario

Este es otro subsector característico de la economía castellano-manchega, pues ocupa el sexto puesto por productos exportados.

Los resultados de comercio exterior del mueble relativos al ejercicio 2000, facilitados por la Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España, ANIEME, confirman que en el pasado ejercicio la exportación de mueble español alcanzó los 262.618 millones de pesetas, cifra que representa un crecimiento del 15,41 por ciento respecto a los resultados de 1999.

Asimismo, la importación en España durante el 2000 fue de 166.680 millones de pesetas, incrementándose de este modo un 24,94% frente al ejercicio anterior.

Por Comunidades, Castilla-la Mancha ha exportado mobiliario por valor de 14.468 millones de pesetas, en el año 2000, cifra que representa un crecimiento del 5,05 por ciento respecto a 1999.

La consecución de estos resultados sitúa a esta autonomía en el sexto puesto entre las más exportadoras a nivel nacional, precedida por la Comunidad Valenciana, Cataluña, País Vasco, Madrid y Andalucía, mientras que la Rioja, Murcia, Aragón, Navarra y Galicia completan el "ranking" de las principales comunidades españolas en cuanto a las exportaciones de mueble se refiere.

La pujanza del sector del mueble y la madera en Castilla-La Mancha, donde representa en torno al 13% de la industria regional y emplea a cerca de 9.000 personas.

Por productos, Castilla-La Mancha produce alrededor del 60% del total nacional en puertas y molduras, y son las empresas toledanas las que encabezan la clasificación nacional de exportadores de muebles para comedores y cuartos de estar.

Los productos derivados del sector de la madera y el mueble en el desarrollo económico de la región ocupan el quinto lugar en la lista de exportaciones. Así, durante 1997, Castilla-La Mancha exportó muebles por valor de 11.529 millones de pesetas, un 11% más que el año anterior.

Consciente de la influencia del sector del mueble y la madera para la economía regional, el Gobierno de Castilla-La Mancha creó en 1996 el Centro Tecnológico de la Madera, uno de los tres que existen en España en su especialidad.

Consta de dos unidades de trabajo: el centro de Toledo y una Unidad Técnica dependiente de él ubicada en la localidad toledana de Villacañas, especializada en puertas y ventanas.

Con respecto a las **exportaciones** parece que ya se han superado los difíciles momentos del año 1998, pues en el año 2000 se registró un superávit de 75,48 millones

de euros, a pesar de la estabilidad de las exportaciones que únicamente incrementaron su valor en algo más de 4 millones de euros respecto a los valores registrados en 1999.

El peso de la exportación regional de este sector sobre el total regional exportado es ligeramente inferior al 5%. Casi el mismo tanto por ciento que ocupa las exportaciones castellano-manchegas de este subsector sobre el total nacional, es decir algo más del 4%.

En el año 2000 se alcanzó la cifra de 89,14 millones de euros por las exportaciones de mobiliario de esta región. En el desglose provincial, Toledo sigue ocupando el primer puesto en cuanto a volumen exportado, representando más del 72% del total exportado de la región. Prueba de ello es que es la provincia que tiene más de la mitad de las empresas castellano-manchegas dedicadas a la fabricación de muebles, con más de 1.320, del total de las 2.500 empresas regionales que se encuentran dadas de alta en esta actividad.

Toledo, donde los productos de la madera y el mueble ocupan el primer lugar entre las exportaciones, vendió muebles por valor de 9.457 millones de pesetas durante 1997, concentrando el 82% de las exportaciones regionales de muebles.

Le sigue a mucha distancia Ciudad Real con una cuota del 17% del total regional y Albacete con cerca del 8%.

Si se experimentó un gran incremento en las **importaciones**, pues aumentaron con respecto al año anterior un 67%, aunque como contrapartida no representan más que el 0,4% del total importado en la región. Este incremento en las compras en el extranjero es debido al fuerte aumento de las importaciones de Toledo, Guadalajara y Ciudad Real, ya que el resto de provincias no presentan un valor significativo de las importaciones de dicho sector. Toledo presenta, por sí sola, más de la mitad del total de las importaciones de este subsector en la región.

Toledo superó los 8 millones de euros en el año 2000, y Guadalajara, la segunda provincia en cuanto a volumen importador, más de 3 millones de euros.

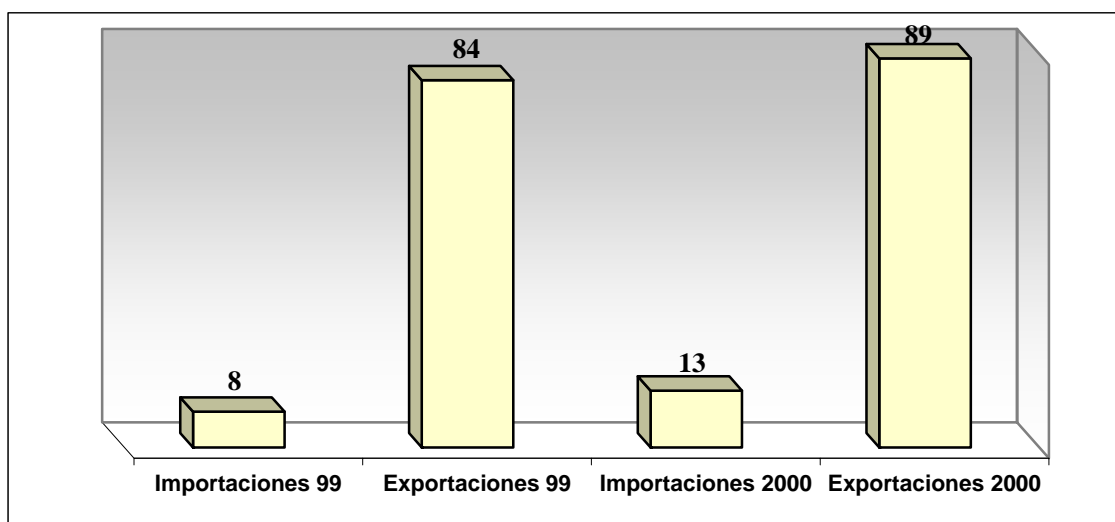
En lo relacionado con la tasa de cobertura para este subsector, se observa que ha disminuido hasta un valor de 652%, como consecuencia del fuerte incremento de las importaciones (67%) que no fue compensado con un ligero incremento más bien anecdótico de menos del 5%.

Muestras de todo ello es la gráfica siguiente sobre las importaciones y exportaciones de los años 1999 y 2000 del subsector del mobiliario.

Comercio exterior de Mobiliario en Castilla-La Mancha.

(Año 1999 y 2000; en millones de pesetas).

Código Taric: Ta-94 Muebles y demás artículos



Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (Mº de Economía).

Las exportaciones pasaron de 84,90 millones de euros en 1999 a 89,14 en el 2000. Y las importaciones aumentaron hasta los 13,66 millones de euros, fruto de las compras realizadas por Toledo, Guadalajara y Ciudad Real.

Con respecto al comportamiento de las cinco provincias observamos en siguiente cuadro.

Exportación/importación de Mobiliario por provincias. (En millones de pesetas).

PROVINCIAS CLM	AÑO 1999		AÑO 2000	
	IMPORT	EXPORT	IMPORT	EXPORT
Albacete	120	1.383	113	1.216
Ciudad Real	171	1.705	261	2.612
Cuenca	3	200	3	198
Guadalajara	291	63	562	61
Toledo	777	10.777	1.333	10.743
CASTILLA-LA MANCHA	1.361	14.126	2.273	14.832
ESPAÑA	184.372	307.631	222.391	359.893

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha (M^o de Economía).

En cuanto a las exportaciones, observamos que a nivel nacional tampoco han sido muy significativas los aumentos con respecto a 1999, pues se ha pasado de 1.848,9 millones de euros a 2.163 millones.

Se observa, igualmente, que Toledo aún siendo la provincia más exportadora prácticamente no ha variado con respecto a los resultados obtenidos en 1999, cosa que Ciudad Real, en cambio, si lo ha hecho pues de unas cifras de 10,25 millones de euros se ha pasado a 15,70. Las demás provincias prácticamente quedan igualadas respecto a los valores obtenidos en 1999.

Respecto a las importaciones, se aprecia claramente la fuerte subida en las mismas, siendo Guadalajara la que más incrementó sus compras en el extranjero, pues pasó de 1,75 millones de euros en 1999 a 3,38 millones en el siguiente año.

Lo mismo que ha ocurrido con Toledo que pasó de importar mobiliario por valor de 4,67 millones de euros en 1999, a poco más de 8 millones de euros en el año siguiente. El resto de las provincias se mantienen en sus importaciones del año 1999, salvo con muy ligeras variaciones.

En cuanto a las importaciones a nivel nacional, éstas aumentaron levemente, pues de unas cantidades en 1999 de 1.108,1 millones de euros, se ha pasado a 1.336,6 millones de euros en el 2000.

5. EVOLUCIÓN DEL EMPLEO Y EL COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES EN CASTILLA-LA MANCHA.

Para estudiar la evolución del empleo en su relación con las pymes que tienen algún tipo de relación comercial con el exterior de Castilla-La Mancha, vamos a tomar como fuente directa las entrevistas realizadas sobre una muestra de 200 empresas castellano-manchegas con alguna vinculación con los mercados extranjeros.

De esas 200 empresas consultadas se consideran empresas internacionales 167 de ellas y las 33 restantes se consideran únicamente como empresas nacionales. En lo relacionado con los sectores el de alimentación ha sido el sector entrevistado con mayor número de representantes, 103, seguido del de madera y mueble y el de cuero y calzado ambos con 35 representantes, el de textil y confección únicamente fue representado por 20 empresas de dicho sector. El resto de empresas que restarían hasta completar las 200 empresas entrevistadas corresponderían a otros sectores.

Por lo que respecta a la situación económica –conviene recordar que el muestreo se realizó en el mes de Junio del presente año-, la mayoría de los encuestados afirman que la situación actual en su sector se puede calificar de estable con algo más de la mitad de los encuestados, frente al pequeño 11% que sostuvo que la situación económica se podía calificar como en declive. Conviene resaltar también que un 35% afirmó que la situación se podía tildar como de en crecimiento.

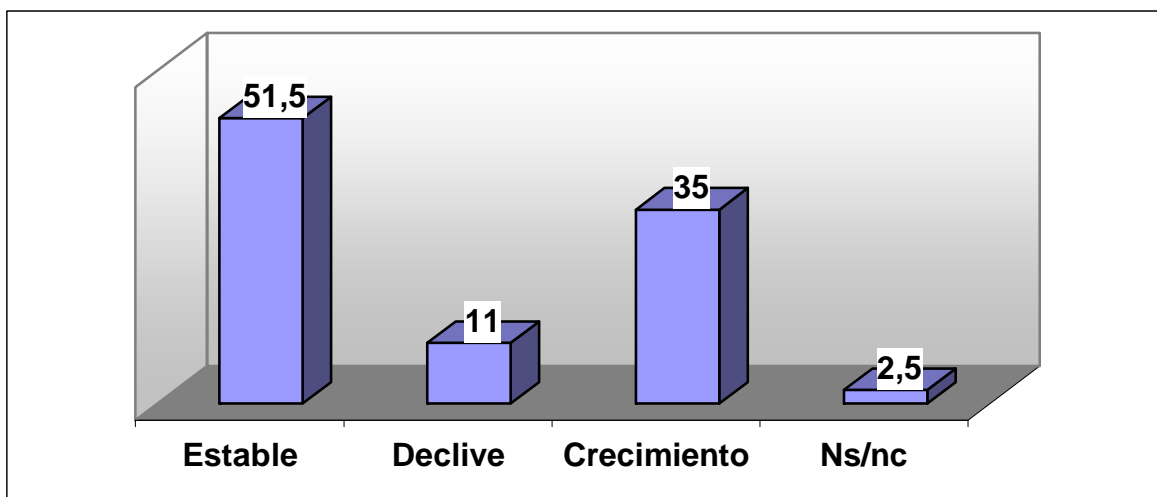
Los sectores más optimistas con la situación económica, es decir aquellos que catalogaron a la actividad de su sector como de crecimiento, fueron el de alimentación con un 64% de ese total, seguido del sector de madera y muebles con un 18,6% el cuero y calzado con un 7,1%, y el de textil y confección con 5,7%. Aquellos que apostaron por tachar a la actividad económica de su sector como en declive, fue igualmente el sector de la alimentación con 50% de los que afirmaron esa mala situación económica sectores de actividad, aunque también el sector de la madera y muebles se mostró igualmente pesimista con un 27,3%.

En relación al nivel de facturación de las empresas, conforme va subiendo el volumen de negocio de estas empresas, más optimistas son en cuanto a la situación económica

de su sector. Aunque del total de las empresas consultadas, las más numerosas se refieren a aquellas cuya facturación se sitúa entre los 250 y los 500 millones de pesetas anuales, con 98 empresas representantes del total, algo más de la mayoría de estas empresas considera la situación económica actual en su sector como de estable, frente a un 31% de esas 98 empresas que afirman que la situación económica se encuentra en crecimiento. Como hemos hecho mención antes, conforme sube el nivel de facturación de las empresas, éstas son más optimistas en cuanto a la situación económica de su sector.

Situación de la actividad económica de los sectores de actividad objeto de estudio.

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

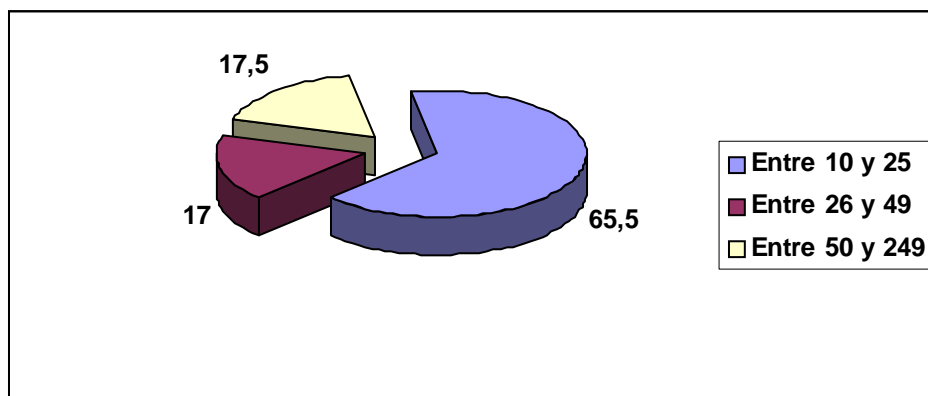
Con respecto al ámbito de actuación de las empresas consultadas, no existen mayores diferencias entre aquellas que se denominan empresas internacionales de las que se catalogan como nacionales, pues se observan casi el mismo porcentaje cuando se les pregunta sobre la situación económica de la empresa en su sector, la mayoría de ellas afirman que la situación se puede calificar de estable y en crecimiento, frente al 10% de las empresas internacionales que respondieron como en declive frente al 12% de aquellas que respondieron lo mismo pero en este caso fueron empresas autodenominadas como nacionales.

5.1. El empleo y el comercio exterior en Castilla-La Mancha

Referente a las cuestiones relacionadas con el empleo y para un mejor análisis del mismo, se ha estudiado las variables de los diferentes cargos de la empresa.

De las 200 empresas consultadas, 131 corresponden a aquellas que afirman tener entre 10 y 25 empleados, 34 empresas disponen en su plantilla de entre 26 y 49 trabajadores y 35 de las empresas entrevistadas entre 50 y 249 asalariados.

Número de trabajadores de las pymes objeto de estudio. (En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Para los directivos de las empresas consultadas, una amplia mayoría, 90,1%, afirman que conservará sus puestos o que los aumentará frente al escaso 6,5% del total consultado que sostiene que perderá dichos puestos de trabajo.

Por sectores destaca el de alimentación que con más de un 90% de las empresas de este sector, afirma que los puestos de los directivos en su sector de actividad, se mantendrá o bien se conservarán, frente al escaso 8,7% que sostiene que perderá puestos de trabajo en la escala de directivos.

Para el sector textil y de confección igualmente un 90% sostiene que se conservarán los puestos para los directivos frente al 10% de las empresas de ese sector que afirmó que perderá puestos de trabajo para los directivos. En el sector del cuero y el calzado se confirma la misma tendencia sobre el 90% de los encuestados de este sector afirman

que los directivos de su sector mantendrán sus puestos de trabajo o bien los aumentarán; si bien es cierto que ningún representante de este sector de actividad ha manifestado que los directivos perderán puestos de trabajo. El sector de la madera y el mueble sigue la tendencia de los demás sectores.

Si nos referimos ahora al personal técnico, vemos que más del 93% de las empresas encuestadas de todos los sectores estudiados afirman igualmente que conservarán los puestos de trabajo o bien que aumentarán éstos. Por sectores se observa lo mismo que sucedía anteriormente, es decir la inmensa mayoría –más del 90%-, de los representantes de todos los sectores consultados manifiestan que el sector para los administrativos hará que conserven o incrementen puestos de trabajo.

Atendiendo ahora a los administrativos, nos encontramos con más de lo mismo un 90% considera que los puestos administrativos se mantendrán o bien se incrementarán. Así y desglosado por sectores, más o menos se vuelve a repetir los mismos porcentajes que se dieron en los directivos y los técnicos, aunque si bien es cierto, que con ciertos matices. El sector de la industria alimentaria continúa con porcentajes más bien altos – en torno a un 90%- los que afirman que se conservarán o se incrementarán puestos de trabajo de los administrativos.

En cambio para los sectores objeto de estudio de los bienes de consumo, los porcentajes aún siendo muy altos, van bajando. Así, el 85% de los representantes del sector textil y de confección, afirma que se conservarán o aumentarán dichos puestos de trabajo. Este porcentaje sube para el sector del cuero y el calzado a un 91%, y baja de nuevo a un 88% para el sector de madera y mueble.

Atendiendo ahora a los operarios, se observa que vuelve a bajar el porcentaje de los que opinaron que conservarían puestos de trabajo de esta cualificación o aumentarían, hasta un 85%. Por sectores destacaría uno del gran grupo de los bienes de consumo, el sector de la madera y el mueble con un 94% de los que afirman que se conservarán o crecerán estos puestos de trabajo, el sector de alimentación baja en esta cuestión al 86,4%. El sector textil y de confección obtiene un 70% los representantes del mismo que afirman que se aumentarán o se mantendrán los puestos de operarios en su sector, y el sector del cuero y el calzado que obtiene un 82,9%.

Observando todos estos porcentajes, podemos establecer que aunque si bien es cierto que la mayoría de los representantes de los sectores consultados, afirman que desde el punto de vista de la empresa e independientemente del puesto de trabajo que se tenga en su sector, se van a mantener o incluso se van a incrementar los mismos, dada la actividad económica de estos sectores. También es cierto que a medida que se baja en el organigrama de la empresa desde los puestos más elevados –directivos-, hasta los más bajos –operarios-, la opinión referente a la consolidación e incremento de los puestos de trabajo va cambiando; así, los operarios son –aún teniendo mayorías en torno al 80% dependiendo de su sector-, los que menos optimistas ven la consolidación e incremento de sus puestos de trabajo.

Con respecto a como evolucionará en futuro inmediato (entre 2 y 5 años), estos empleos, las empresas consultadas han respondido que los referidos a los directivos, aumentarán o se mantendrá el nivel de empleo en un 80%, los empleos de los técnicos igualmente se mantendrán o bien se incrementarán en un 85%, los de los administrativos en un 80% y los de los operarios en 75%.

Esto demuestra, que a medio plazo la impresión de las empresas sobre los puestos de trabajo es que aún siendo grandes las mayorías –en torno al 80%-, que sostienen que se conservarán o bien se incrementarán los puestos de trabajo tanto de directivos, técnicos, administrativos como de operarios, esos porcentajes son inferiores a los referidos a la situación actual de la actividad económica de cada sector, donde los porcentajes sobre el incremento o conservación de dichos puestos de trabajo se situaban en el 90% aproximadamente, poniendo de relieve la ralentización de la economía o el estancamiento de la misma en un período corto de tiempo.

En relación a la cuestión referente a si las empresas consultadas disponen actualmente de departamento de exportaciones, de un total de 200 empresas sometidas al cuestionario, 104 han contestado afirmativamente, 82 han respondido en sentido negativo y 14 no sabían o no contestaban a la cuestión planteada.

Teniendo en cuenta la actividad de la empresa, las dedicadas a la industria alimentaria señalan si disponer en su empresa de departamento para la exportación en un 47,6%, mientras que un 41,7% ha señalado no tenerlo, un porcentaje del 10,7% han señalado no saber o no contestar.

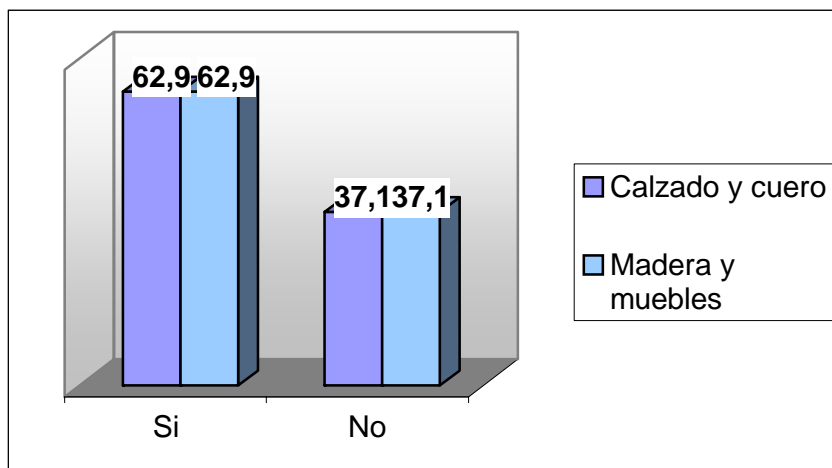
Las empresas dedicadas al sector textil y confección han contestado a la cuestión planteada señalando que en un 55,0% sus empresas no disponen de departamento dedicado a la exportación de sus productos y un 30,0% de ellas si señalan poseerlo.

A través de estos resultados, se puede destacar, que aunque estos dos sectores, el dedicado a la industria alimentaria y el sector textil y confección han experimentado un incremento considerable en cuanto a exportaciones se refiere, y ello se ve reforzado con la presencia de departamentos dedicados a la exportación en sus empresas, aún no se alcanzan los porcentajes de otros sectores como el dedicado a la industria de la madera y el mueble , o el de cuero y calzado.

Respecto al sector dedicado al cuero y calzado, un 62,9% de las empresas consultadas, han contestado afirmativamente a la cuestión de si disponen o no en su empresa de departamento de exportación, y un 37,1% de las encuestadas han señalado no tenerlo aún.

Lo mismo se refleja en el sector de la madera y el mueble, que junto al anterior ha contestado en los mismos porcentajes, un 62,9% han reflejado a través del estudio si poseer departamento de exportación en sus empresas y un 37,1% señalan aún no tenerlo.

Presencia del departamento de exportación en las pymes dedicadas a los sectores madera y mueble, cuero y calzado. En porcentaje.



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

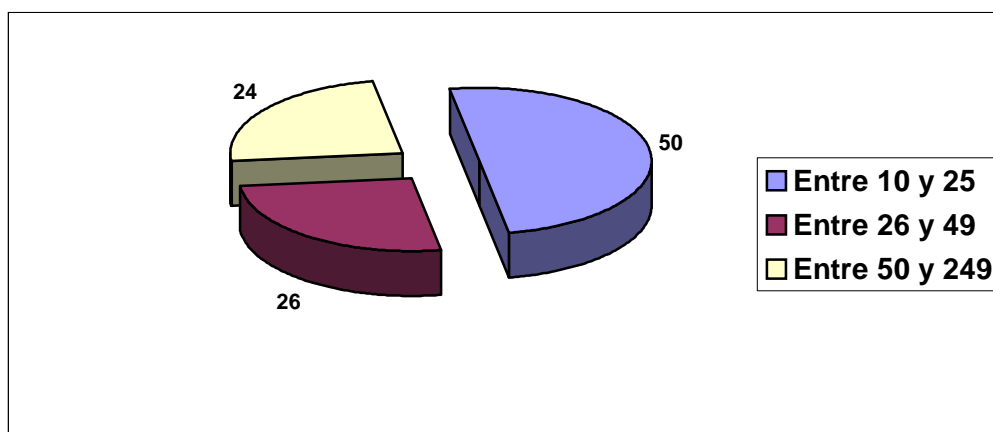
Como vemos el crecimiento o la presencia de departamentos de exportación en estos sectores implica una importante evolución con respecto a otros sectores anteriormente mencionados y no son sino otra muestra más de la creciente expansión de los mismos en el área de la exportación en Castilla-La Mancha.

Refiriéndonos ahora a la presencia actual de departamentos de exportación, teniendo en cuenta el número de trabajadores de las empresas se observa lo siguiente, las empresas con una plantilla comprendida entre los 10/25 trabajadores han contestado con un porcentaje del 39,7% afirmativamente y con un 51,9% negativamente a la cuestión.

Las empresas con una plantilla de entre 26 y 49 trabajadores han contestado si poseer departamento de exportaciones en sus empresas y representan un porcentaje del 79,4% de las empresas encuestadas, un 20,6% de las empresas con esta plantilla han respondido no poseerlo.

Preguntadas las empresas con un número de trabajadores entre 50 y 249, han respondido a la cuestión planteada del siguiente modo, un 71,4% han manifestado contar en sus empresas con departamento de exportación, mientras que un 20,0% han manifestado no tenerlo.

Presencia de departamentos de exportación en función del número de trabajadores en empresas objeto de estudio. En porcentaje.



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Atendiendo ahora a la facturación de las empresas, aquellas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas han contestado que un 53,1% no disponen de departamento de exportación, mientras que 37,8% si que cuenta con él para la gestión de sus temas internacionales.

De las 32 empresas encuestadas que facturan entre 501/1000 millones de pesetas, el 71,9% ha manifestado contar con departamento de exportación en su gestión, mientras que un 28,1% lo han hecho negativamente, se sigue así observando que las empresas con mayor facturación cuentan con una mayor presencia en el área de comercialización internacional, necesitando por tanto en su gestión de herramientas como departamentos especializados en éste área para la consecución de sus objetivos.

Esta creciente presencia de departamentos de exportación, se sigue manifestando en empresas con una facturación de 1001/2000 millones de pesetas anuales, lo que apoya lo anteriormente señalado, y así las empresas con esta facturación manifiestan contar con departamento de exportación con una porcentaje del 63,2%, frente al 36,8% que han señalado no contar con este tipo de departamentos para su gestión diaria.

Sin duda, las empresas con una facturación comprendida entre los 2001 y los 3000 millones de pesetas anuales, son las que cuentan en un porcentaje mayor alcanzando el 100% de las encuestadas con presencia de departamentos de exportación en previsión de la mejora del comercio exterior en la región de Castilla-La Mancha como apoyo a la internacionalización de sus productos.

Presencia de departamentos de exportación en relación con la facturación.

(Facturación en millones de pesetas).

	250/500	501/1000	1001/2000	2001/3000
SI	37,8%	71,9%	63,2%	100%
NO	53,1%	28,1%	36,8%	0
NS/NC	9,2%	0	0	0

Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

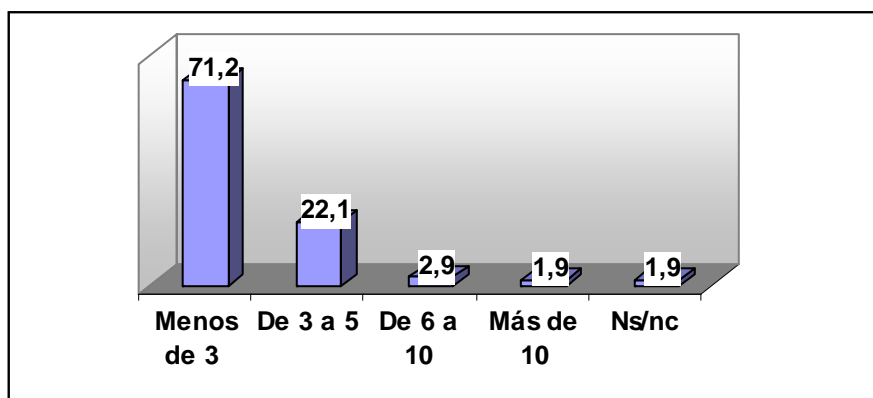
Respecto a la cuestión planteada a cerca de cuántas personas trabajan en el departamento de exportaciones de las empresas, observamos que un 71,4% de las 104 empresas que han afirmado anteriormente disponer de un departamento de exportación, sostiene que en dicho departamento dispone de un plantilla de trabajadores inferior a 3 personas. Un escaso 22% de las empresas anteriores mantiene que en el referido departamento de exportación tienen entre 3 y 5 personas en diferentes funciones del mismo.

Atendiendo, ahora, a los sectores de actividad, el dedicado a la industria alimentaria señala poseer con un porcentaje del 77,6% menos de tres trabajadores en este departamento, este porcentaje disminuye a un 16,3% si se trata contar con un número de trabajadores entre tres y cinco.

Se observa por tanto en este sector, que el número de personas dedicadas al comercio exterior son mayoritariamente menos de tres y sólo un 2% de las consultadas para este sector han respondido tener más de 10 personas en estos departamentos.

Número de trabajadores adscritos al departamento de exportación de las empresas.

(En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

En el sector textil y confección se aprecia un incremento en cuanto al número de trabajadores de estos departamentos y así un 33,3% de las empresas encuestadas, señalan tener entre 3 y 5 personas en ellos como máximo.

El sector a la cabeza en lo referente a esta cuestión, sigue siendo el de madera y mueble junto con el de cuero y calzado, si bien esto es lógico pues como ya apuntamos anteriormente, ambos contaban con una mayor presencia de departamentos de exportación en sus empresas para la gestión de su comercio exterior.

Así un 9,1% de las empresas del sector de la madera señalan contar con un número de trabajadores comprendido entre 6 y 10, y un 4,5% han contestado llegar a tener más de 10 personas en dichos departamentos, cosa de momento imposible en otros de los sectores mencionados con anterioridad.

Número de trabajadores en departamento de exportación.

(En porcentaje).

	Menos de 3	De 3 a 5	De 6 a 10	Más de 10
Alimentación	77,6	16,3	2	2
Textil y confección	66,7	33,3	0	0
Calzado y cuero	63,6	36,4	0	0
Madera y muebles	72,7	9,1	9,1	4,5

Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

En cuanto al número de trabajadores de la empresa, se observa, que las empresas con una plantilla de entre 10 y 25 operarios, han contestado en un 82,7% tener menos de tres personas en el departamento de exportación, si bien este porcentaje disminuye a un 11,5% si aumentamos el número de personas empleadas en dicho departamento de tres a cinco.

En las empresas con una plantilla de 26 a 49 trabajadores, se percibe un claro incremento en cuanto al porcentaje de trabajadores empleados en el departamento de exportación y así el porcentaje es de un 29,6%. Si la plantilla supera los 50 trabajadores, el porcentaje en este caso aumenta hasta un 36%.

De todo ello se deduce que las empresas con un mayor potencial en recursos humanos, pueden destinar un mayor número de trabajadores a los departamentos de exportación, mientras que en empresas menores esto no es posible por falta de medios personales.

En lo que respecta a la facturación empresarial, las empresas que facturan de 250 a 500 millones de pesetas anuales, el mayor porcentaje de las mismas –89,2%-, se refiere a aquellas empresas que tienen menos de 3 personas en su departamento de exportación.

Aquellas que han manifestado que su volumen de negocio se encuentra entre 501 millones de pesetas y 1000 millones, el mayor porcentaje –65,2-, de éstas se refiere a aquellas empresas que disponen de menos de 3 personas en su departamento de exportación, otro 30% sostiene que a su departamento de exportación se dedican entre 3 y 5 personas. Las empresas que han afirmado tener una facturación anual de entre 1001 millones de pesetas y 2000 millones de pesetas tienen repartido a partes iguales sus porcentajes entre aquellas que afirman disponer de 3 empleados en su departamento de exportación y aquellas otras que afirman disponer de entre 3 y 5 empleados. Igualmente sucede con aquellas empresas castellano-manchegas que han manifestado que su volumen de negocio anual se sitúa entre los 2001 millones de pesetas y los 3000.

Como pequeña conclusión en lo relativo al volumen de facturación podemos decir, que se vislumbra una pequeña relación lógica entre el volumen de negocio que mueven las empresas anualmente y el número de trabajadores que disponen las mismas en su departamento de exportación. Así a medida que las empresas van creciendo en lo relacionado con la facturación anual, van teniendo más trabajadores dedicados al departamento de exportación.

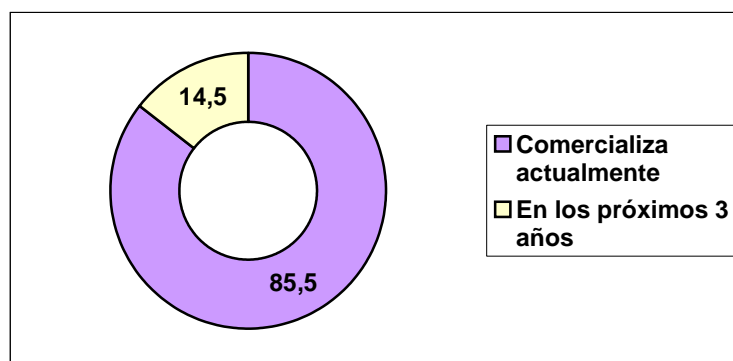
5.2. Características de las pymes exportadoras e importadoras castellano-manchegas

Ya hemos hablado anteriormente que las pymes castellano-manchegas no se caracterizan por tener una relevancia internacional muy marcada.

Así del total de las empresas consultadas, es decir 200, 171 de ellas han manifestado que actualmente comercializan sus productos con el extranjero, y por otro lado 21

empresas de ese total de las doscientas encuestadas, afirmó que lo haría en un período corto de tiempo no superior a los tres años siguientes.

Empresas objeto de estudio que actualmente comercializan sus productos en el extranjero. (En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Hemos constatado, asimismo, que no todas las empresas que actualmente mantiene algún tipo de relación comercial internacional, disponen de departamentos de exportaciones, pues si como hemos señalado anteriormente son 171 las empresas que han manifestado que en la actualidad mantienen algún vínculo comercial en el extranjero, únicamente 104 empresas afirman disponer de un específico departamento de exportaciones. Siendo el mayor porcentaje de dichas empresas las que afirman que en el referido departamento disponen de menos de tres trabajadores realizando esas funciones.

Los sectores más internacionales son por este orden, el de cuero y calzado pues la totalidad de las empresas encuestadas representantes de este sector han afirmado comerciar en la actualidad sus productos fuera de España. Le sigue el sector de la madera y el mueble con un porcentaje de un 94,3%. Después el de la industria alimentaría con un porcentaje también muy alto del 78,6%. La industria textil y de confección se situaría después con el 75% de sus representados.

Las empresas castellano-manchegas que actualmente mantienen relación comercial fuera de España, son empresas con poca experiencia en el comercio internacional, pues

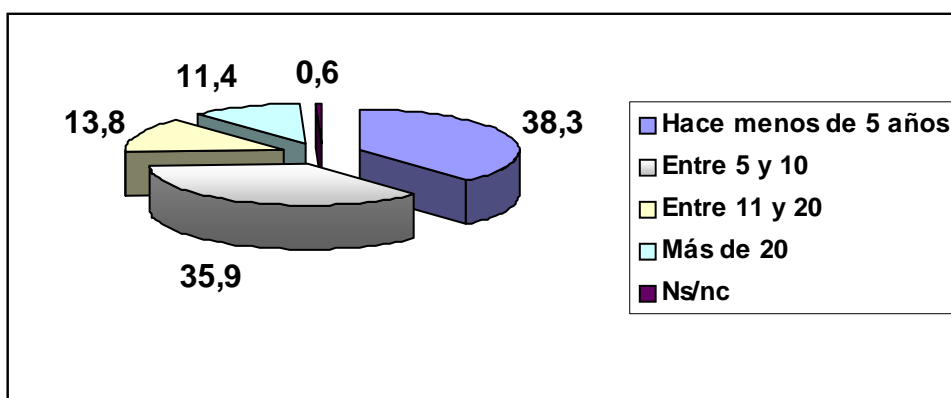
el mayor porcentaje de éstas, con un 38,3%, corresponde aquellas empresas que iniciaron su proceso de internacionalización de su empresa hace menos de 5 años, seguido de aquellas que lo hincaron entre 5 y 10 años antes, con un 35,9%. Un escaso 11%, corresponde aquellas empresas que afirmaron iniciar su proceso de internacionalización hace más de 20 años.

Por el contrario aquellas empresas que esperan iniciar la comercialización de sus productos en menos de tres años, destacan por sectores el de textil y confección como el más lento de los encuestados para iniciar esa expansión de sus productos, seguido del sector alimentario y en menor medida el sector de la madera y el mueble.

Por tanto si realizamos una diferenciación de las empresas castellano-manchegas objeto de estudio por sectores, observamos que los sectores más internacionales son los bienes de equipo -la industria del calzado y el cuero-, seguido del sector alimentario.

Inicio del proceso de internacionalización de las empresas castellano-manchegas.

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Respecto a la relación existente entre el número de trabajadores totales que tienen las empresas castellano-manchegas y su relación comercial internacional, nos damos cuenta que a medida que se incrementa el número de trabajadores totales de la empresa éstas son más internacionales.

Así, de aquellas empresas que afirmaron tener relación comercial en la actualidad con el extranjero, es decir 171 empresas del total de las 200 consultadas, las más internacionales son aquellas que sostienen tener una plantilla de entre 50 y 249 trabajadores, seguidas de aquellas que afirmaron disponer de entre 26 y 49 trabajadores como plantilla total.

Ocurre lo mismo con relación al volumen de facturación pues a medida que se incrementa la facturación en las empresas están se vuelven más internacionales.

Las dificultades para la internacionalización de los bienes o productos de las empresas castellano-manchegas son variados, pero se podían sintetizar en los siguientes: falta de recursos humanos, falta de medios económicos, poco conocimiento del mercado y falta de asesoramiento.

Preguntado a las empresas por la causa de los problemas que tienen las empresas de la región para internacionalizar sus productos, respondieron que el principal problema sería el desconocimiento de los mercados con un 34% del total de los encuestados, el segundo puesto sería para la falta de ayudas a la internacionalización con un 28%, seguido de la falta de competitividad con 21% y de la falta de formación del personal con un 13,5%. Cabe destacar que un 7,5% de los encuestados afirmaron no tener ninguna dificultad, mientras que el porcentaje de los que no se decantaron por ninguna alternativa fue del 16,5%.

Problemas que tienen las empresas castellano-manchegas para internacionalizar sus productos. (En porcentaje).

Falta de medios tecnológicos	27
Falta de ayudas a la internacionalización	28,5
Falta de competitividad	21
Desconocimiento de mercados exteriores	34
Falta de formación personal	13,5
Otros	13,5
No tienen dificultad/ninguna	7,5
Ns/nc	16,5

Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Conviene destacar que para la mayoría de los sectores, el principal obstáculo es el antes aludido desconocimiento de los mercados exteriores, a excepción del sector del calzado y el cuero que propone como principal causa la falta de medios tecnológicos.

Para el sector de alimentación, las 3 principales causas serían por este orden el desconocimiento de los mercados, con un 31,1% del total de los representantes de este sector, la falta de ayudas a la internacionalización con un 27,2%, y la falta de medios tecnológicos con un 24,3%.

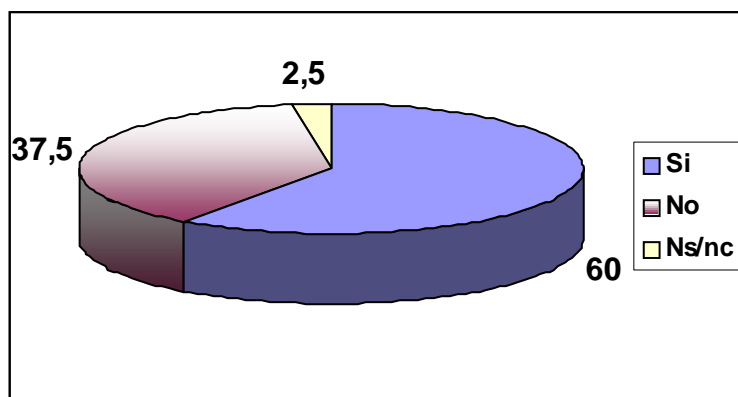
Para el grupo de los bienes de equipo y empezando por el sector textil y de confección, la primera causa o dificultad sería igualmente el desconocimiento de los mercados con un 35%, seguido de la falta de medios tecnológicos y el desconocimiento de ayudas a la internacionalización, ambas causas con un 30% de los representantes de este sector.

Para el sector del cuero y el calzado, ya hemos visto que la primera causa que esgrimió dicho sector ha sido la falta de medios tecnológicos con un 37,1%, seguido del desconocimiento de los mercados con un 34% y la falta de ayudas a la internacionalización.

Para el sector de la madera y el mueble la primera causa o motivo fue el desconocimiento de los mercados por un porcentaje superior que al resto de los sectores de un 45,7%, seguido de la falta de ayudas a la internacionalización con un 34,3% y la falta de medios tecnológicos con un 28,6% de los representantes de dicho sector.

Ya hemos expuesto que la segunda gran dificultad que encuentran las empresas castellano-manchegas a la hora de internacionalizar sus productos ha sido el desconocimiento de las ayudas tanto a la exportación como a la importación. Del total de las 200 empresas consultadas, 120 de ellas, es decir un 60% afirma conocer este tipo de ayudas, frente a 75 empresas –37,5%-, que mantienen que no conocen tales ayudas e incentivos.

Conocimiento por parte de las empresas de las ayudas al fomento de la exportación o importación de su actividad. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Por sectores, el mayor conocimiento de estos incentivos corresponden a las empresas dedicadas a alimentación, con un 63,1% del total de las de este sector, seguidas de los representantes del sector de cuero y calzado con 60%, y el de madera y muebles con un 57,1%. El sector de textil y confección obtiene un escaso 50%.

Por el contrario, el sector que menos conocimiento tienen de este tipo de ayudas corresponde al sector de textil y confección, con un porcentaje de un 45%, seguido del de madera y muebles y el de cuero y calzado ambos con el mismo porcentaje, un 40% de los representantes consultados de su sector. El sector de alimentación es el que denota, por tanto un mayor conocimiento de las ayudas e incentivos a la exportación como a la importación.

Si establecemos ahora, la diferenciación en cuanto al número de trabajadores de las empresas, observamos que conforme las empresas tienen más número de trabajadores, el grado de conocimiento de estas ayudas e incentivos es mayor, e incluso se llega a porcentajes del 85,3% del total de las empresas que tienen entre 26 y 49 trabajadores.

Al contrario, pasa lo mismo, es decir el grado de desconocimiento de dichas ayudas e incentivos es mayor en las empresas que disponen de menor número de trabajadores que en las empresas que disponen de más trabajadores. A modo de ejemplo, del total de las empresas que han contestado que no conocen estas ayudas e incentivos al fomento

de la exportación e importación, el 82,7% de éstas correspondieron a aquellas empresas que disponían de una plantilla total de trabajadores de entre 10 y 25.

Sucede lo mismo, si establecemos la diferenciación en cuanto al volumen de facturación anual de las empresas, conforme las empresas tienen más volumen de negocio, existe un mayor conocimiento de las ayudas e incentivos al fomento de la exportación e importación.

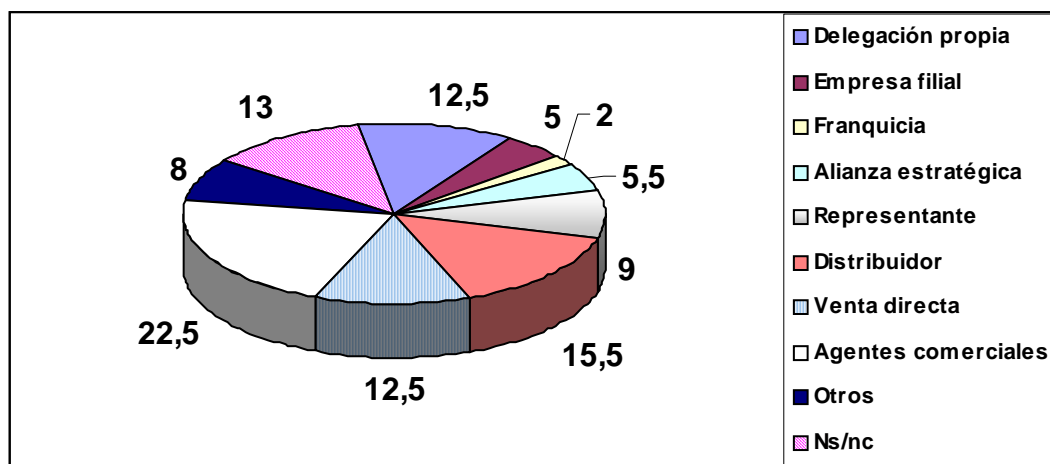
Analizando a continuación los métodos que utilizan las empresas para llegar a los mercados extranjeros, observamos que dependiendo de cada empresa estos métodos van cambiando y no existe un método concreto seguido por la mayoría de las empresas consultadas, sino que aquí los porcentajes se encuentran muy repartidos.

Aún así, la mayoría de las pymes consultadas castellano-manchegas, se han decantado por los agentes comerciales en un 22,5%, como primer método utilizado para introducir sus bienes o productos en el extranjero. Tenemos que señalar, que a esta pregunta han contestado tanto las empresas que ya han iniciado su proceso de internacionalización, como de aquellas que manifestaron que lo harían en menos de tres años, por tanto, a esta cuestión respondieron la totalidad de la muestra, es decir las 200 empresas consultadas.

El segundo mayor porcentaje, un 15,5%, es el de aquellas empresas que afirmaron que la idea mejor para introducir su gama de productos o bienes en el extranjero sería a través de un distribuidor. El tercer medio más empleo se reparte con el mismo porcentaje, aproximadamente un 12,5%, entre las delegaciones propias en el país donde se quiere abrir mercado y la venta directa, ambas formas de expansión internacional muy parecidas.

El resto de los porcentajes se reparten entre otras diversas formas de intentar penetrar en el mercado extranjero, ya sea a través de representantes, a través de alianzas estratégicas (joint venture), con empresas o empresarios de ese mercado extranjero, o ya sea a través de franquicias.

Métodos utilizados por las pymes para internacionalizar sus productos o servicios. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Por sectores, señalar que cada sector tiene sus mecanismos para introducir los productos o bienes que comercializa en el extranjero. Así el sector de alimentos bebida y tabaco, tiene como principal medio de introducción de sus productos o servicios el del distribuidor con un 20,4%, seguido del de la venta directa con algo más del 17%, las delegaciones propias es el tercer método más utilizado por las empresas consultadas representantes de este sector.

En cambio, dentro del gran sector de los bienes de equipo y más concretamente para las empresas pertenecientes al sector del textil y la confección, nos damos cuenta que el primer medio más utilizado en la expansión de sus productos o servicios en el extranjero son los agentes comerciales con un claro 25%, seguido de los representantes y de las alianzas estratégicas ambos con un 15%, la empresa filial se constituye como tercera opción más utilizada en este sector de la industria textil y de confección.

Para el sector del calzado y el cuero el primer medio empleado en la referida expansión de sus productos, es claramente los agentes comerciales con un 37%, seguido de las empresas filiales con un 14%, y como tercera opción los representante con un 11%.

Para el sector de la madera y muebles, vuelve a ser relevante los agentes comerciales, esta vez con un 40% de los representantes de este sector, seguido de la empresa filial con un 14,3% y los representantes de la firma con un 11,4%.

Atendiendo ahora, al número de trabajadores que tienen las empresas, ya hemos señalado que el mayor número de las encuestadas pertenecen a aquellas que disponen como plantilla total de trabajadores de entre 10 y 25 empresas es decir las más pequeñas de las pymes en cuanto al número de trabajadores. Pues bien, de éstas el mayor porcentaje corresponde, lógicamente si tenemos en cuenta que esta forma de intentar introducir los productos o bienes en mercados extranjeros es menos costosa que otras aunque más lenta, a los agentes comerciales con un porcentaje superior al 21,4%, seguido de los distribuidores, otra forma más económica que abrir centros propios, etc., con un 16%, la tercera opción elegida por este grupo de empresas sería la venta directa.

Si escogemos las empresas que disponen de una plantilla total de trabajadores de entre 26 y 49, la cosa está más repartida, se vuelve a repetir como primera opción la de los agentes comerciales con un porcentaje de un 26,5%, y como segunda, tercera y cuarta opción elegida, se situaría los representantes, la venta directa, y los distribuidores, los tres con idéntico porcentaje del 11,8%.

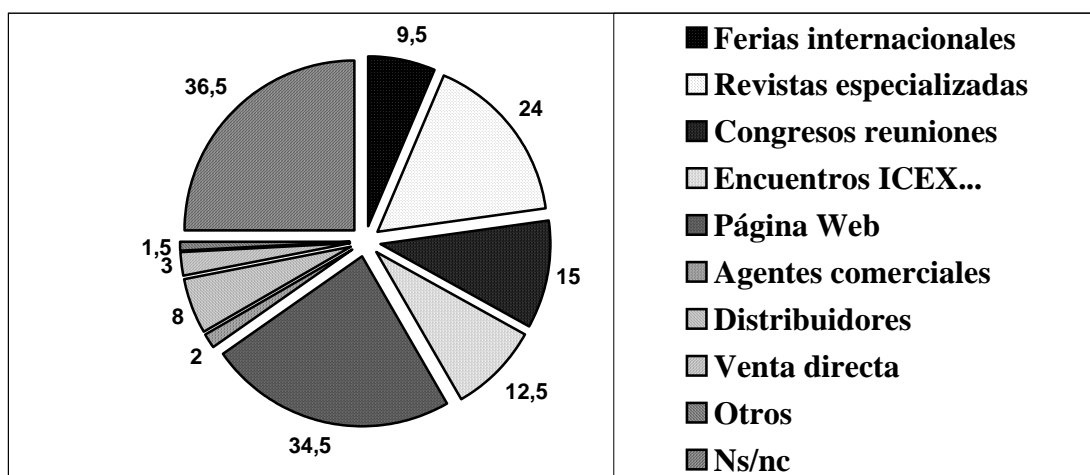
Esta cuestión cambia, al estudiar ahora las empresas que afirman tener una plantilla total de entre 50 y 249 trabajadores, pues no cabe duda que si disponen de un gran número de trabajadores deben disponer asimismo de capital para invertir en mercados extranjeros a través de delegaciones propias. Es por ello por lo que esta última opción es la segunda más elegida por este grupo de empresas por detrás de los ya nombrados agentes comerciales.

Con el nivel de facturación de las empresas ocurre lo mismo que hemos planteado con el número de trabajadores, a medida que las empresas obtienen más facturación, van dejando como primera opción de penetrar en mercados extranjeros a los agentes comerciales en pos de otras formas más costosas pero más eficaces como son las delegaciones propias, o las alianzas estratégicas.

Bien, hemos hablado anteriormente de los métodos o formas para introducir los bienes o productos de las empresas en los mercados extranjeros. Ahora toca el turno para los canales a través de los cuales se introducen en ese mercado esos productos o bienes.

Como no podía ser de otra manera y en plena era de las nuevas tecnologías, el primer canal elegido por las empresas para introducir sus productos o sus bienes ha sido la página web, aunque no con un porcentaje muy amplio –un 34,5%–, la segunda opción más elegida fueron las revistas especializadas con un 24%, seguidas de las reuniones sectoriales o congresos temáticos con un 15%. Los encuentros promovidos por los organismos oficiales tales como Cámaras de Comercio, ICEX, etc. Obtuvieron un porcentaje del 12%. Conviene destacar que el porcentaje de los que no supieron responder a esta cuestión o de los que se encontraban indecisos fue del 36%.

Canales para dar a conocer en el extranjero los bienes o productos de las empresas. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Con respecto a los sectores objeto de estudio, la mayoría de ellos se ha decantado como ya hemos observado por la página web como el canal más utilizado para dar a conocer esos productos o bienes que comercializan. Aunque no podemos olvidar que el índice de los que no se han decantado por ninguna de las opciones ha sido muy elevado.

El sector de la alimentación, utiliza la página web propia en un 34%, como primer canal utilizado, seguido del de las revistas especializadas con un 26,2% y las reuniones sectoriales o congresos especiales con un 18,4%.

Dentro de los bienes de consumo, el sector de textil y confección utiliza igualmente la página web propia como primer canal de introducción de sus bienes o productos, con un 30%, seguido de las revistas especializadas con un 20% y de las reuniones o congresos sectoriales con un 15%.

El sector del calzado y el cuero ha elegido como canal principal con el mismo porcentaje, tanto a la página web propia como a las revistas especializadas, ambas con un 31,4%, los encuentros promocionales promovidos por organismos oficiales se situarían en el siguiente lugar con un 11,4%.

Por último en lo relacionado con los sectores, quedaría el sector de la madera y el mueble, que de nuevo vuelve a utilizar como canal principal el de la página web propia con un 37,1%, seguido de las revistas especializadas y de las reuniones o congresos sectoriales con un 14,3% y 11,4% respectivamente.

Fijándonos, en el número de trabajadores de las empresas, nos percatamos que las pequeñas empresas –de entre 10 y 25 trabajadores-, utilizan como primer canal para introducir sus productos o bienes en el extranjero a la página web propia, seguida de las revistas especializadas y las reuniones o congresos especializados.

Las empresas con un número mayor de empleados –entre 25 a 49-, utilizan igualmente como primer canal la página web propia, seguida de las revistas especializadas y como tercer canal elegido los encuentros promovidos por organismos públicos.

Las grandes empresas en cuanto al número de trabajadores se refiere –entre 50 y 249-, utilizan en cambio como primer canal, a las revistas especializadas seguidas de los encuentros promovidos por organismos oficiales y la página web propia.

Muy parecido es lo que ocurre con el volumen de facturación de estas empresas. Se nota claramente que la página web propia es el primer canal elegido por la mayoría de las empresas, seguido de las revistas especializadas. Pero conviene destacar igualmente

que según vayan teniendo las empresas mayor nivel de facturación, estas van eligiendo otros canales para dar a conocer esos productos o bienes en el extranjero, diferentes a la página web propia, como son las revistas especializadas y los encuentros promovidos por órganos oficiales.

6. GRADO DE INSERCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES CASTELLANO-MANCHEGAS.

La gran repercusión que ha tenido Internet en la sociedad ha roto con los esquemas tradicionales de comportamiento de personas y empresas. Las empresas españolas no son ajenas a esto y sus efectos se nos muestran cada vez con mayor cercanía y realidad.

Nos encontramos inmersos en el siglo de la revolución tecnológica, ante una nueva época, en la que empresas y ciudadanos pueden realizar todo tipo de operaciones mediante una serie de herramientas e instrumentos (hardware, software, redes, telecomunicaciones, servicios de valor añadido, etc.) los cuales utilizados en toda su amplitud, permiten una mayor competitividad en las empresas y una mejor calidad de vida.

Hoy los consumidores tienen ante sí más oportunidad de elegir, tienen productos cada vez más completos y las empresas se encuentran con más competencias en mercados cada vez más duros. Pero también más abiertos.

Por eso la nueva situación ofrece a las pequeñas y medianas empresas más oportunidades de crecer y de consolidarse si apuestan por el cambio, si apuestan por la innovación. Pero si la actitud de los empresarios es conservadora o si no son capaces de poner en juego la imaginación necesaria para adaptarse a los nuevos tiempos, esas empresas, tarde o temprano, desaparecerán y dejarán su lugar a otra iniciativa u a otra idea. y si, por el contrario, las empresas se sirven de las nuevas tecnologías, de las nuevas formas de venta y de comunicación, si utilizan la información que ahora tienen a su alcance, si introducen mejoras organizativas y de gestión, si se atreven con nuevas ideas, podrán crecer y asegurar su participación en mercados nacionales e internacionales.

Internet/correo electrónico es la nueva tecnología más difundida entre las empresas industriales ya que en 1998 era aplicada por el 13 por ciento de las mismas y se espera que a finales de este año lo hagan 13.000 empresas más. Dentro del ámbito de las comunicaciones, también es muy empleada la tecnología de red de área local (LAN)

para el intercambio de información técnica entre los departamentos de diseño e ingeniería.

El grado de utilización de nuevas tecnologías aumenta considerablemente con el tamaño de las empresas. Así, en el ámbito de las grandes empresas, es decir, de las que tienen al menos 250 ocupados, un 40 por ciento emplea máquinas herramientas de control remoto en sus cadenas de montaje y un 33 por ciento utiliza la robótica.

La información es un recurso básico para la competitividad de la empresa. Su necesidad, desde la perspectiva de la gestión de la innovación, se basa en los siguientes aspectos:

- La capacidad para identificar nuevas oportunidades de negocio.
- La capacidad para conocer las necesidades de los clientes.
- La capacidad para identificar las actuaciones de la competencia.
- La capacidad para que exista una buena comunicación entre todos los elementos integrantes de la empresa.

De acuerdo con ello, la información condiciona la efectividad de la gestión del proceso de innovación, y puede clasificarse en:

- Información interna: generada por la empresa.
- Información externa: procedente del entorno.
- Información corporativa: enviada al exterior por la empresa.

Para lograr que la información se obtenga y circule por la empresa de la forma más eficiente posible, es necesario utilizar *las tecnologías de la información*.

Estas tecnologías abren un amplio conjunto de posibilidades en el ámbito interno y en el de las relaciones con los proveedores y con los clientes, a la vez que obligan a modificar los tradicionales métodos de transmisión de información hacia el exterior - publicidad, promociones-.

El papel que deben desempeñar las tecnologías de la información ha de basarse en su utilidad para cada caso concreto; es decir, tienen que estar contempladas en términos de las necesidades del negocio.

Las necesidades de información de la empresa, por tanto, llevan a considerar diferentes aplicaciones que pueden aplicarse alrededor de los siguientes puntos:

- En el ámbito interno de la organización, se necesita integrar y distribuir la información mediante el desarrollo de un Sistema de Información. Este sistema se define como el conjunto de procesos desarrollados en ordenadores, que, operando sobre el conjunto de los datos de la empresa, recopilan, procesan y distribuyen la información de forma selectiva para que la empresa sea operativa.
- Con respecto al exterior de la organización, se necesita más rapidez a la hora de recibir o enviar información a otros agentes. Las tecnologías de la información permiten tener un contacto más estrecho con los clientes, lo que facilitará recibir pedidos desde distintos puntos geográficos, y con los proveedores, lo que posibilita la realización de pedidos de forma más eficiente y cómoda.
- Con respecto a la distribución, el cada vez mayor nivel de exigencia de los clientes está incrementando la calidad del servicio final que se les ofrece, por lo que la empresa necesita optimizar los medios de transporte y de distribución de sus productos.

Las tecnologías de la información proporcionan una mayor fiabilidad a la hora de diseñar rutas críticas y una mayor garantía en la regularidad de los suministros.

El Comercio Electrónico significa realizar negocios electrónicamente. bajo esta acepción, se engloba cualquier forma de transacción comercial que se ejecute a través de redes de telecomunicaciones, de forma que la comunicación entre las partes - empresa, cliente, proveedor-, se realiza electrónicamente en toda la operación o parte de ella.

La denominación Comercio Electrónico ha aparecido hace relativamente poco tiempo como una extensión del intercambio electrónico de datos (EDI), que comenzó a ser utilizado en los años ochenta.

Con el auge de la red de Internet y, en especial, con el desarrollo y crecimiento de las páginas *Web*, el Comercio Electrónico amplía su alcance e importancia. por ello, Internet se ha convertido en una "ventanilla virtual" en la que las empresas, Instituciones y Administraciones atienden y realizan operaciones con sus clientes y/o administrados.

Por tanto, el Comercio Electrónico está llamado a instalarse en el mundo empresarial, pues a través de la red podemos buscar proveedores, intercambiar información, dar servicio a los clientes, realizar reservas, ventas y pagos, etc.

Con el empleo de herramientas del tipo EDI (Intercambio Electrónico de Datos), se permite automatizar las operaciones del proceso de compra de componentes, materiales o equipos, con lo que se gana en tiempo y se reducen costes y se disminuyen errores.

Por otro lado, son ya más de 3 millones y medio los españoles que acceden a Internet, más del 10 por ciento de la población. La edad media del internauta se sitúa entre los 25 y 34 años, hombres mayoritariamente -61,6 por ciento-, aunque las mujeres van acortando distancias.

Estos datos reflejan el enorme potencial del negocio que hay en la red, pero también es sintomático que más del 30 por ciento de los jóvenes de entre 20 y 24 años, y más del 25 por ciento de los que tienen de 16 a 20 acceden a Internet.

Según datos extraído del informe CommerceNetl AC Nielsen, patrocinado por el portal *Baquia.com*, sólo el dos por ciento de los españoles de entre 16 y 65 años (tengan o no acceso a Internet) residentes en municipios de más de 30.000 habitantes, ha comprado alguna vez a través de Internet. Entre la población internauta, el porcentaje sube al 9,4 por ciento.

Por el momento, los hombres (10,5 por ciento) muestran mayor inclinación para las compras en la red que las mujeres (7,6 por ciento). No obstante, a medida que aumenta

la penetración de Internet en la sociedad española es previsible que, tal y como ocurre en los Estados Unidos (en el mundo real), las mujeres tomen en relevo.

Algunas de las razones por las que las compras en la red no han proliferado como cabía esperar son las necesidades de ver el producto físicamente o la ausencia del trato personal y la desconfianza de la entrega. Pero sin duda, la sensación de inseguridad de las transacciones y la falta de confidencialidad de los datos personales son la principal barrera, aún a fecha de hoy.

El objetivo principal a medio plazo de la implantación de modelos de negocio *on line* es lograr una mayor eficiencia en la organización y el funcionamiento interno de las empresas, que se traducirá en un ahorro de los costes y una mejor atención al cliente.

La empresa puede promover sus productos o servicios con la posibilidad de realizar pedidos, pagos, cobros, etc., a través de la tienda virtual. A menudo está combinada con los canales tradicionales de marketing. Su objetivo es aumentar la demanda y también reducir los costes de ventas y promoción.

En el pasado, el término *empresa multinacional* era sinónimo de "gran empresa", en la red Internet esto ya no es cierto, puesto que todos los sitios Web son multinacionales y accesibles a usuarios y a clientes de todo el mundo, durante las veinticuatro horas del día.

Por todo ello, la oportunidad para las pequeñas y medianas empresas es clara y, aprovechando este nuevo canal, pueden encontrar una vía de salida al mercado internacional en condiciones similares a las de cualquier gran empresa.

En España, las empresas empiezan a darse cuenta de que tienen que tener presencia en Internet, el 16 por ciento ya tienen presencia en la red pero aún no saben exactamente por qué. Según el último estudio de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), el 63,8 por ciento de las empresas afirman que su motivo para estar en la red es mejorar su imagen de marca y la atención al cliente, pero aún son realmente pocas las empresas que apuestan por el comercio electrónico. En 1999 y según un estudio de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) Estados Unidos copaba el 80 por ciento del comercio electrónico mundial.

De las 93.600 empresas que tienen presencia en la red -el 16 por ciento del total, según el estudio realizado por la AECE, sólo 52.650 afirman tener ingresos por comercio electrónico, es decir, un 9 por ciento del total.

El mismo estudio calcula que se alcanzará la cifra a últimos de este año de 29.877 millones de pesetas y para el 2002 se espera que superen los 335.000 millones de pesetas. En 1999 las empresas españolas con presencia en la red generaron unos ingresos de 11.951 millones de pesetas, un incremento del 351 por ciento con respecto a 1998, según los datos del 1/1 *Estudio sobre Comercio Electrónico en España*, elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE).

Según el Estudio General de Medios en nuestro país, 3,6 millones de personas tienen acceso a Internet y 2,8, son usuarios activos. Otro estudio sobre comercio electrónico realizado por Andersen Consulting para el Banco Santander-Central Hispano, señala que con la aparición de los teléfonos móviles con acceso a Internet supondrá un incremento considerable de usuarios, de forma que las cifras estimadas para el año 2002 se multiplicarán.

Los productos más vendidos son los relacionados con el ocio -22 por ciento-, De hecho, el 20 por ciento de las ventas *on line* son libros, seguidos de cerca por los programas.

Las empresas que han optado por comerciar a través de Internet perciben la tecnología como una ventaja competitiva que mejora sus infraestructura, reduce costes, aumenta ingresos y aporta valor añadido a la formación de su personal, según el informe *España on line* elaborado por Andersen Consulting y BSCH.

Más de la mitad de las empresas españolas (55 por ciento), consideran que es necesario el uso del comercio electrónico para competir, mientras que otras tantas (el 53 por ciento), lo percibe como arma estratégica. Sólo una de cada tres empresas espera utilizar el comercio electrónico para transformar y reinventar su negocio. Casi dos tercios (60 por ciento), lo percibe como una vía más barata para interrelacionarse con el resto del mercado, y un porcentaje similar como una forma de explotar nuevas fuentes de ingresos y reducir gastos.

Casi un 60 por ciento cree firmemente que permite acceder a nuevos mercados.

Aunque tímidamente, las pequeñas y medianas empresas españolas comienzan a utilizar el comercio electrónico como herramienta de trabajo. Así, según datos del Instituto Nacional de Estadística, el 41,24 por ciento de las empresas 10 emplea para realizar compras, el 36 por ciento para efectuar ventas. Muy superior es la implantación en el sector de grandes superficies, donde se utiliza en el 89,19 por ciento de las empresas. Por comunidades autónomas, las ubicadas en Cataluña y en la Comunidad Valenciana son las principales empresas usuarias, tal y como se señala en el siguiente gráfico.

Distribución de empresas usuarias de Comercio Electrónico por Comunidades Autónomas . (En porcentaje).

Comunidades Autónomas	Porcentaje
Cataluña	19
C. Valenciana	18
Madrid	13
Andalucía	13
País Vasco	8
Castilla-León	7
Galicia	6
Aragón	5
Baleares	4
Castilla-La Mancha	2
La Rioja	1
Resto	4

Fuente: INE. Año 1999

Por otra parte, el 17 de julio del 2.000, entró en vigor la directiva comunitaria sobre comercio electrónico. Su objetivo es *contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior, garantizando la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre los Estados miembros*. España, que tan sólo cuenta hasta ahora con un auténtico proyecto de ley, tiene de plazo hasta antes del 17 de enero del 2.002 para adaptar las disposiciones legales, reglamentarias, y administrativas de la directiva comunitaria a su ordenamiento jurídico.

La normativa europea pretende favorecer el libre desarrollo de las transacciones a través de la red, por lo que "las medidas previstas se limitan al mínimo necesario para conseguir el objetivo del correcto funcionamiento del mercado interior". No obstante, garantiza un alto nivel de protección de los menores y la dignidad humana, de los consumidores y de la salud pública.

Volviendo a la realidad específica de las empresas internacionales castellano-manchegas, y antes de profundizar en el grado de inserción de las nuevas tecnologías en las pymes de Castilla-La Mancha debemos analizar primeramente, el estado de los equipos informáticos así como de sus aplicaciones de las empresas.

En primer lugar, tenemos que decir que la mayoría de las pymes consultadas –cerca del 80%-, estima que sus equipos informáticos (hardware) se pueden considerar como nuevos o seminuevos, siendo un porcentaje bastante inferior –7%- el de aquellas empresas que consideran que sus equipos son viejos o semiviejos.

Por tanto, la inmensa mayoría de las pymes castellano-manchegas poseen unos equipos informáticos más o menos novedosos. De los sectores objeto de estudio que más cuida el estado de estos equipos informáticos es el de alimentación, seguido del de calzado y cuero y el de la industria textil y confección. Siendo el sector de la madera y el mueble el que menos dinero invierte –de los sectores anteriores- en la actualización de sus equipos informáticos.

Con respecto al nivel de facturación de las empresas y a su número de trabajadores, observamos la relación proporcional que existe entre el estado de los equipos informáticos de las empresas y su nivel facturación y número de trabajadores que

tienen. Pues a mayor nivel de facturación de las empresas y mayor número de trabajadores en la misma, más nuevo son los equipos informáticos.

Referente a las aplicaciones o al desarrollo informático (software), la mayoría –76%-, de las empresas aluden disponer de un software más o menos nuevo o seminuevo, siendo también un porcentaje ínfimo –7%-, el de aquellas empresas que manifestaron tener un software viejo o semiviejo. El resto del porcentaje hasta completar cien corresponden a aquellas empresas que valoran a su software como ni nuevo ni viejo, es decir como normal.

Con respecto a los sectores objeto de estudio, el sector que posee un software más moderno y nuevo es el de calzado y cuero con el 57% de los representantes de dicho sector, seguido del sector de alimentación con un 47,6%, el de madera y muebles con un 37,1% y el de textil y confección con un 35%.

Ocurre lo mismo, en relación con el número de empleados de las empresas y su nivel de facturación con respecto al estado de los software, de lo que pasaba con los equipos informáticos, cuanto la empresa es mayor por volumen de facturación o bien por número de empleados, más novedosos o mayor preocupación tienen estas empresas por actualizar sus aplicaciones informáticas.

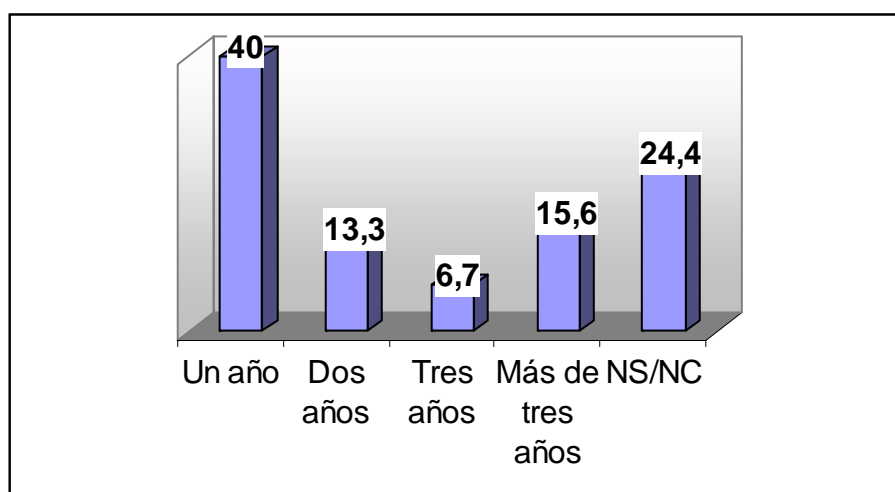
Sobre la idea de renovar estos equipos informáticos y sus aplicaciones informáticas, hay que señalar que los porcentajes son menores, pues de las 200 empresas consultadas, 45 de ellas –22,5%-, afirmó que si tenía pensado renovar sus equipos informáticos. Por sectores la mayoría corresponde a las empresas del sector de alimentación con 62,2%, seguidas de las empresas pertenecientes al sector del cuero y el calzado y la madera y los muebles con un 13,3%, un 6,7% corresponde al sector de la industria textil y la confección.

La renovación de las aplicaciones informáticas, parece que no es tan prioritaria para las empresas como pueda ser la renovación de los equipos informáticos, pues únicamente un 19% del total de las empresas consultadas han manifestado su deseo de renovar las aplicaciones informáticas.

Por sectores vuelve a predominar el sector de la alimentación seguido de, otra vez, el sector del cuero y el calzado. Estos sectores son los que mayor importancia dan tanto a los equipos informáticos como a las aplicaciones y/o desarrollos informáticos.

De las 45 empresas que tienen pensado renovar sus equipos informáticos, el 40% de estas sostienen que lo realizarán en un año, mientras que el 15,6% afirma que hasta dentro de más de tres años no lo llevará a cabo.

Periodo de tiempo en el que tienen previsto las empresas renovar sus equipos informáticos. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Éste gráfico demuestra que el mayor porcentaje de los encuestados tienen pensado renovar sus equipos informáticos en menos de un año, mientras que los que no se han definido por ningún periodo de tiempo, es decir los que no saben o no han contestado a la cuestión, suponen el 24,4% de ese total de 45 empresas.

Los sectores que más prisa tienen por renovar sus equipos informáticos, en el plazo de menos de un año, son en este caso el sector de madera y muebles, seguido del de calzado y cuero, el de alimentación y por último el de textil y confección.

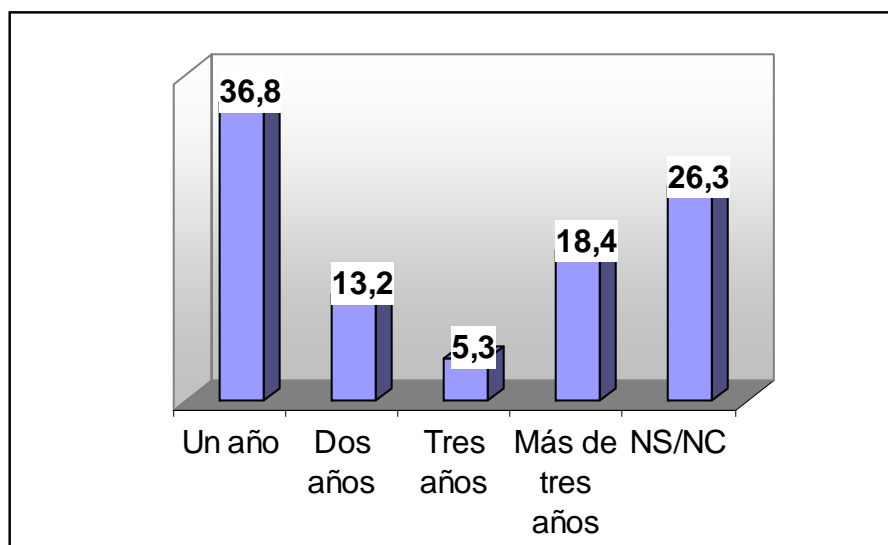
Por lo que respecta a la renovación de las aplicaciones y/o desarrollo informático, tenemos que señalar que del total de las 38 empresas que afirmaron tener intención de

practicar esta renovación, el mayor porcentaje de las mismas se refiere a aquellas empresas que tienen pensado renovar dichas aplicaciones en menos de un año con un 36,8%, seguido de aquellas que lo llevarán a cabo en más de tres años. El porcentaje de los que no se han definido por ninguna de las alternativas planteadas es del 26,3%.

Por sectores, vuelven a destacar el de madera y muebles y el de cuero y calzado como aquellos que más prisa se dan a la hora de realizar la renovación de sus aplicaciones y/o desarrollo informático.

Por el contrario, los sectores que manifestaron realizar esta renovación en un periodo de tiempo más largo, es decir más de tres años, fueron el sector de calzado y cuero y el de alimentación.

Periodo de tiempo en el que tienen previsto las empresas renovar sus aplicaciones y/o desarrollo informático. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Por otra parte, observamos que cada vez más las empresas se apoyan en soportes informáticos tanto en su gestión interna como en sus relaciones con otras empresas y clientes.

Tanto es así que el principal soporte de gestión informática al que recurren estas es de contabilidad y finanzas, pues el 98% de las empresas encuestadas afirman disponer de programas informáticos relacionados con la contabilidad empresarial. Únicamente un 1% de las empresas, es decir dos del total de las 200 consultadas, manifestaron que carecían de dichas aplicaciones informáticas.

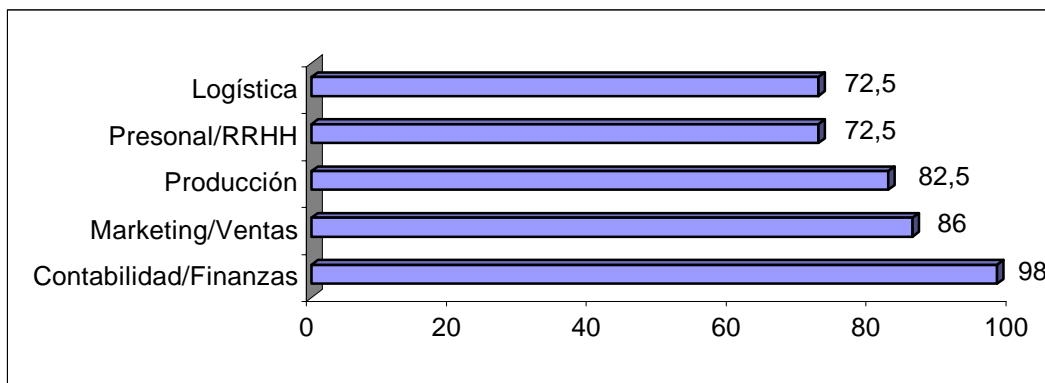
La segunda aplicación informática más utilizada por las empresas es la referida al área de marketing y ventas, donde el 86% de las empresas consultadas afirmaron disponer de este tipo de herramientas informáticas, mientras que sólo un 12% de las mismas manifestaron carecer de dichas aplicaciones en su gestión.

Menor aceptación se observó en los soportes informáticos relacionados con producción, donde el 82,5% de las empresas consultadas afirmaron disponer de estas aplicaciones, mientras que un 16% de ellas contestaron en sentido negativo.

Las herramientas informáticas de aplicación en el área de personal y recursos humanos, en las empresas encuestadas, obtuvo un 72,5% del total de las empresas, mientras que aquellas que afirmaron carecer de estas aplicaciones informáticas en dicha área fueron un 25%.

Por último destacar que, los soportes informáticos del área de logística son los que menor desarrollo tienen en las empresas, pues un 72,5% de las encuestadas, afirmaron disponer de estas herramientas en su gestión, mientras que aquellas empresas que carecen de ellas no alcanza el 25%.

Desarrollo de las aplicaciones informáticas en la gestión de las empresas.



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

En cuanto a la aplicación de las herramientas informáticas en el área de contabilidad y finanzas de las empresas, se observa que, tanto la totalidad de las empresas consultadas del sector de cuero y calzado así como del sector textil y de confección afirmaron disponer de tales herramientas para la gestión de esa área.

Por el contrario, el sector de madera y muebles es el que menos tiene desarrolladas tales aplicaciones informáticas en su gestión.

Atendiendo ahora a las aplicaciones informáticas en el área de marketing y ventas, señalamos que las empresas representadas por el sector de cuero y calzado son las que mayor desarrollo presentan, mientras que por el contrario, el sector de alimentación sería aquel con menor desarrollo en este tipo de aplicaciones de gestión.

En el área de producción el sector predominante por la aplicación de soportes informáticos es el dedicado al cuero y calzado, seguido del sector dedicado a la madera y muebles. El sector de textil y confección, se presenta como el que menor desarrollo sostiene en este campo.

En relación con el área de personal y recursos humanos, destacar que es de nuevo el sector de cuero y calzado el que mayor desarrollada tiene esta aplicación informática. Por el contrario el sector de textil y confección es de nuevo el sector en el que con menor incidencia se encuentra implantada dicha aplicación.

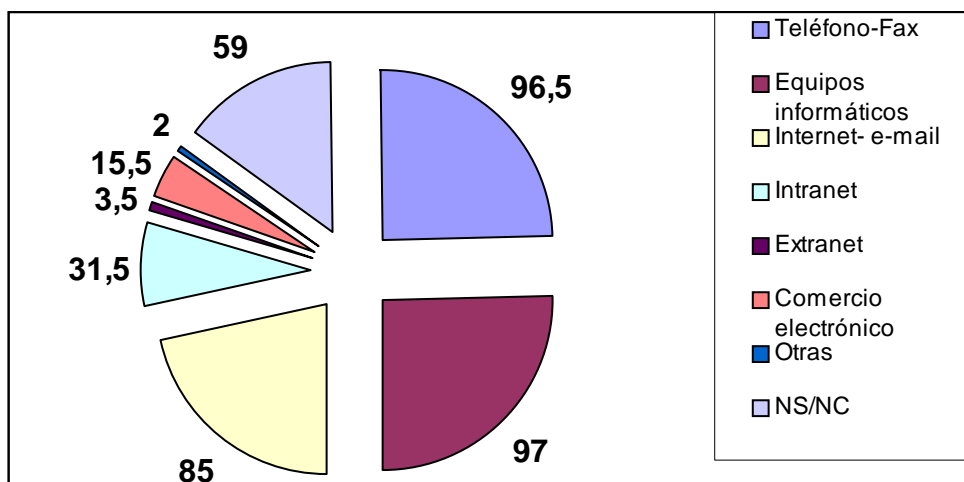
El soporte informático en el área de logística, se ha desarrollado más en el sector del cuero y calzado que en los demás sectores objeto de estudio.

En lo referente a las herramientas de gestión que utilizan las empresas objeto de estudio, destacamos que los equipos informáticos han desbancado al teléfono-fax en el primer puesto del ranking.

Señalar que la incorporación de las nuevas tecnologías al mundo empresarial ha revolucionado por completo la gestión de las mismas. A simple modo de ejemplo, el 85% de las pymes consultadas afirma, disponer de correo electrónico e internet; este porcentaje en pocos años se incrementará hasta alcanzar la cifra del 100%.

Herramientas de gestión utilizadas por las empresas.

(En porcentaje, respuesta múltiple).

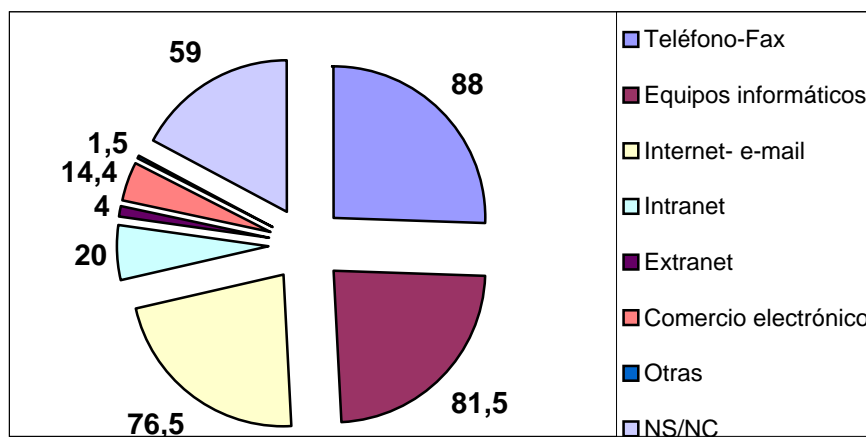


Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Con respecto a las herramientas de gestión que las empresas utilizan o que en un futuro próximo prevén utilizar en sus operaciones de comercio internacional, observamos en cambio que el teléfono-fax sigue acaparando el primer lugar por delante de los equipos informáticos y el correo electrónico-Internet.

No cabe duda que las relaciones entre empresas están cambiando a medida que las aplicaciones informáticas se desarrollan en las distintas áreas de las mismas, aunque todavía se prefiere la comunicación directa a tiempo real a través del teléfono o fax que cualquier otra aplicación relacionada con Internet. No obstante en un futuro próximo las previsiones apuntan a que esto cambiará y las aplicaciones relacionadas con Internet o el correo electrónico, así como el comercio electrónico ocuparán los primeros puestos en lo que a nuevas tecnologías se refiere.

Herramientas de gestión que utilizan o utilizarán las empresas para sus operaciones comerciales internacionales. (En porcentaje, respuesta múltiple).



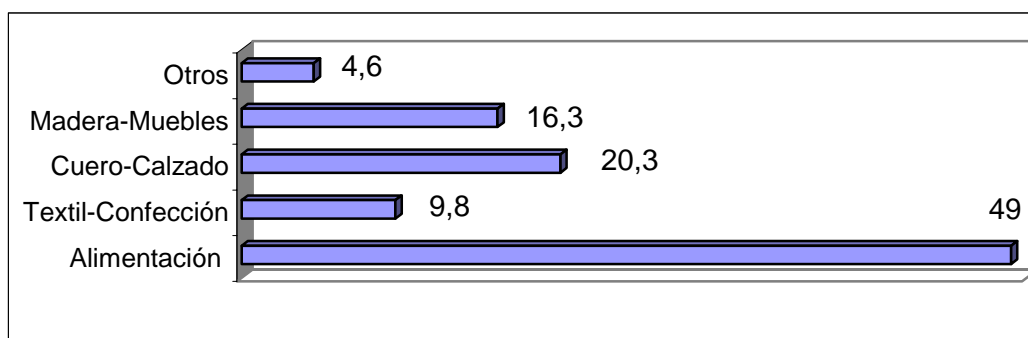
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Con respecto a la utilización del teléfono–fax, se observa que es una herramienta bastante utilizada en el sector de textil y confección, mientras que con en relación a los equipos informáticos el sector de la madera y el mueble se presenta como el mayor usuario de esta herramienta.

Los sectores que más utilizan el correo electrónico- Internet como herramienta de gestión en sus operaciones comerciales internacionales son los dedicados al cuero y calzado, en cambio, el sector textil y de confección utiliza en mayor medida Intranet con relación a los demás sectores objeto de estudio.

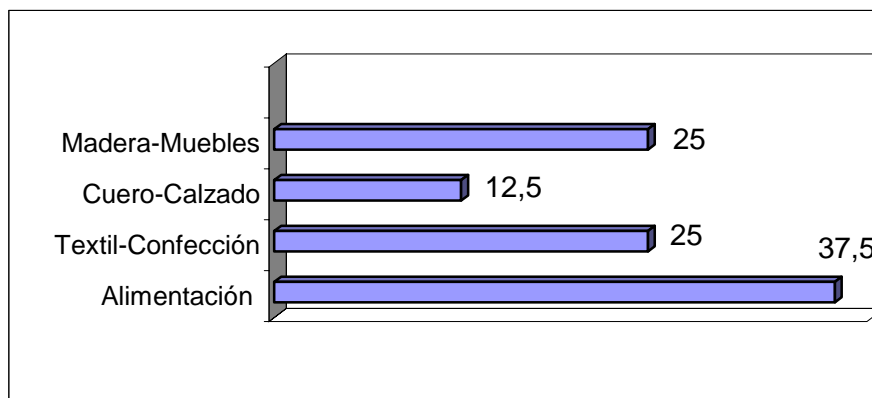
Extranet, es utilizado mayormente por el sector textil y de confección; y el comercio electrónico por el sector de alimentación.

Utilización del correo electrónico- Internet por sectores. (En porcentaje)



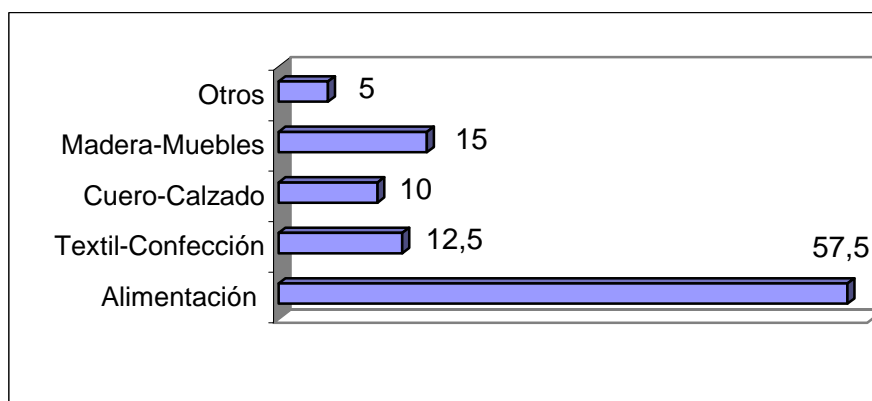
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001..

Utilización del comercio electrónico por sectores. (En porcentaje)



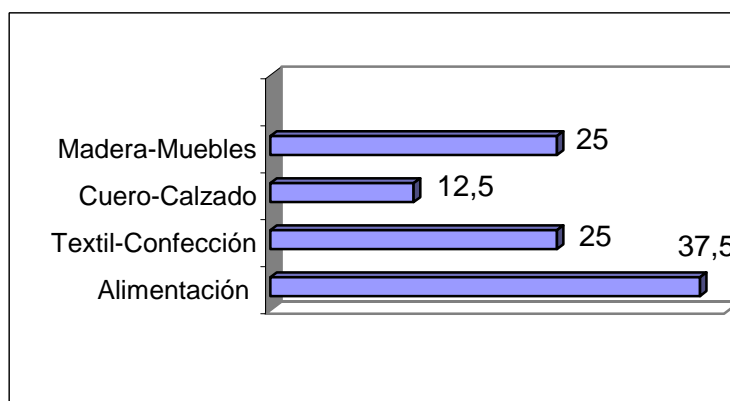
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Utilización de conexión en red (Intranet) por sectores. (En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Utilización de Extranet (entre empresas) por sectores. (En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Como hemos visto en los gráficos anteriores, la utilización de algunas de las aplicaciones de Internet, no están todavía muy desarrolladas en la gestión de las empresas. Quizás la más utilizada sea la referida al uso del correo electrónico, pues las demás herramientas de Internet acaban como quien dice de aterrizar y su uso no está, todavía extendido en las empresas.

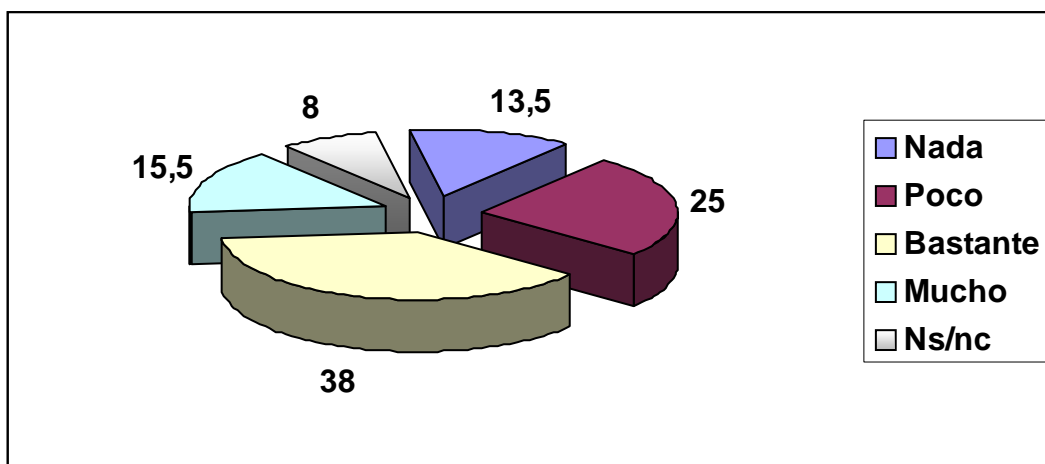
Destacar igualmente, que el uso del comercio electrónico sea más utilizado por aquellas empresas del ramo de la alimentación. En cambio sobre la utilización de Intranet en la propia empresa, parece que está más asentado su práctica en los diferentes sectores objeto de estudio, siendo el sector del cuero y el calzado aquel en el se experimenta un menor uso.

Menor uso se detecta de extranet (diferentes empresas en red), siendo el sector de la industria textil y confección el que más utiliza dicha aplicación de los sectores estudiados.

La importancia del cambio que se está produciendo en la gestión de las empresas es enorme, afectando incluso a las actividades internacional de las mismas. Aunque si bien es cierto, que este cambio no es tan rápido como se quisiera, pues existe cierto recelo en cambiar de prácticas comerciales a otras más novedosas tecnológicamente que hacen que todavía las empresas duden de la eficacia de las mismas, pero con el paso del tiempo estos recelos se irán subsanando.

Como hemos dicho las empresas son conscientes de la importancia de las herramientas y aplicaciones de Internet que están teniendo en la actividad internacional de las mismas. Así la mayoría de las empresas encuestadas, afirman que el cambio de Internet en su actividad internacional se puede calificar como de mucho o bastante, pues un 53,5% de los encuestados así lo afirmaron, frente al 38,5% que se decantaron por considerar dicho cambio como de poco o nada.

Importancia de Internet en el cambio de gestión de la actividad internacional de las empresas. (En porcentaje).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Por sectores destacamos que los que dan mayor importancia al cambio de Internet en la gestión de la actividad internacional de las empresas, son los sectores de la industria textil y de confección y el sector del cuero y el calzado; por lo que podríamos decir que son los más realistas con el cambio que produce las aplicaciones de Internet a su actividad diaria como empresas internacionales.

En cambio, el sector que más considera que los cambios que se producirán por la aplicación de las herramientas informáticas no van a afectar en nada a los procesos de gestión de la actividad internacional de las empresas, es el de la madera y el mueble.

En relación a esta cuestión y atendiendo a la diferenciación que se produce con respecto al número de trabajadores de las empresas, observamos que los mayores porcentajes corresponden a la calificación de esos cambios en la actividad internacional de las empresas como de bastante. Así, para las empresas que disponen de una plantilla total de entre 10 y 25 empleados, un 38,2% de los encuestados pertenecientes a este tipo de empresas, mantiene que el cambio se puede tachar de bastante. Para aquellas empresas que tienen entre 25 y 49 trabajadores a su cargo, un 35,3% de las mismas apuntó que el cambio de Internet en su actividad de gestión también se puede tachar como de bastante, mientras que el mismo apelativo utilizaron un 40% de las empresas que disponían de entre 50 y 249 empleados de plantilla.

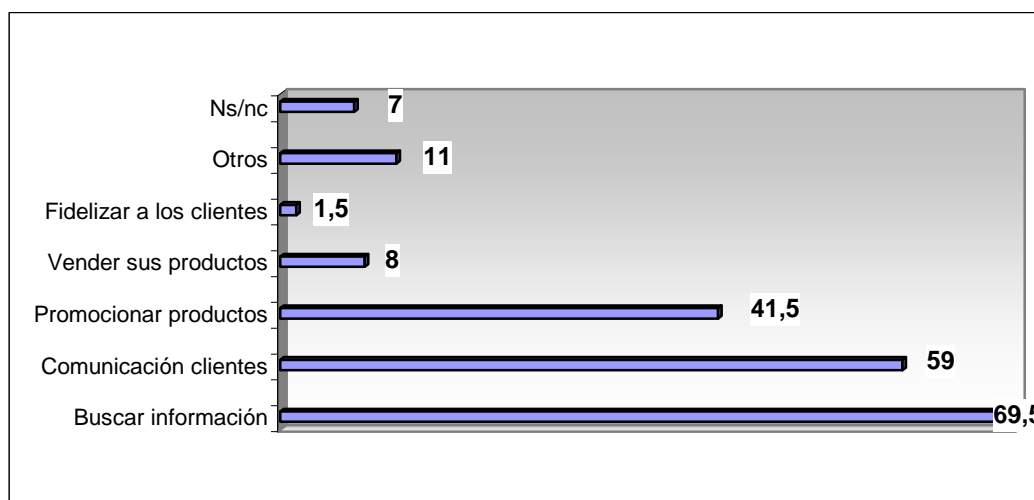
Todos estos porcentajes, nos indican que las empresas que disponen de un mayor número de trabajadores, apuestan porque el cambio de las aplicaciones de Internet en los procesos de gestión en la actividad internacional de las empresas, es un cambio calificado como de bastante.

Algo parecido sucede con el volumen de facturación de las empresas, cuanto las empresas tienen mayor facturación, mayor es la concienciación del enorme cambio que las herramientas de Internet está teniendo en la actividad internacional de las empresas.

Esto nos lleva como conclusión sobre el cambio que está produciendo tanto las herramientas como las aplicaciones de Internet en los procesos de gestión de la actividad internacional de las empresas, que las empresa que tienen mayor facturación y mayor número de empleados son aquellas que están más concienciadas sobre el efecto de Internet en la actividad de las empresas.

Estudiando, ahora, la utilidad de Internet en relación con los mercados exteriores, vemos que la mayor utilización de la misma, se refiere a la búsqueda de información – con un 69,5% del total encuestado-. El segundo uso mayoritario de Internet en relación con los mercados extranjeros, sería aquel encaminado a la comunicación con sus clientes, distribuidores, etc., con un 59%, promocionar los productos sería el tercer uso mayoritario con un 41,5% del total encuestado.

**Utilización de Internet por las empresas en relación a los mercados exteriores.
(En porcentaje, respuesta múltiple).**



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Hemos visto, que la búsqueda de información sobre mercados extranjeros es la función que más se utiliza en Internet por parte de las empresas internacionales de esta comunidad. Los sectores más destacados en esta búsqueda de la información sobre mercados extranjeros son en primer lugar el sector de la madera y muebles con un 74% del total de las empresas consultadas de este sector, seguido del sector de textil y confección con un 70% , y de los sectores de alimentación y del sector del cuero y el calzado con un 68% y 65,7% respectivamente.

La segunda función más utilizada de Internet, como hemos podido ver en el gráfico anterior, es la referida a la comunicación con sus clientes o bien distribuidores. Los sectores que más utilizan Internet para esta comunicación son en este caso el sector de la industria del cuero y del calzado con un total del 68,6% del total de los representantes de este sector consultados, seguidos del sector de alimentación con un total del 61,2%, y del sector de la madera y mobiliario con un 48,6%.

Como tercera función más utilizada por las empresas en Internet está la de promocionar sus productos a los mercados extranjeros. En este apartado destaca en primer lugar, el sector del cuero y calzado con un 42,7% del total de las empresas representadas por

este sector, seguido del sector de alimentación, del sector textil y de confección y del sector de madera y muebles.

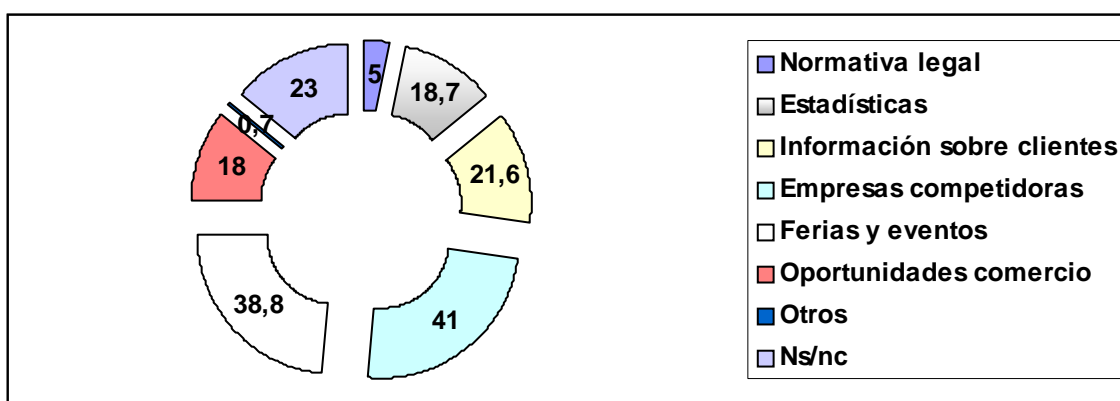
Atendiendo al tamaño de las empresas según su nivel de facturación y según el número de trabajadores del que disponen, volvemos a observar que a medida que las empresa son mayores, mayor es el uso del que dan estas empresas a Internet y también mayor es el uso de sus aplicaciones como la búsqueda de información sobre mercados exteriores o la comunicación con sus clientes o proveedores o bien la promoción de sus productos a través de sus páginas web.

La información que obtienen las empresas castellano-manchegas con actividad comercial internacional, es múltiple y variada.

Así, la mayoría de las empresas consultadas admiten que la información que buscan en Internet sobre los mercados extranjeros, es la referida a las empresas y productos competidores, siendo el segundo mayor porcentaje el dedicado a la información ferias y eventos promocionales, y el tercer mayor porcentaje tiene relación con la localización e información sobre clientes potenciales.

Clase de información obtenida en Internet por las empresas sobre mercados exteriores.

(En porcentaje, respuesta múltiple).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Hemos visto anteriormente que la principal información que se recoge en Internet sobre mercados exteriores por parte de las empresas, es la relativa a las empresas competidoras y a sus productos competidores. Por sectores, destaca en este apartado tanto el de alimentación como el de la industria textil y de confección, pues ambos alcanzan el 50% del total de las empresas que representan a dichos sectores.

En el lado opuesto se encontraría el sector de madera y muebles que sería el que menos información ha recopilado sobre las empresas competidoras y sus productos en los mercados exteriores.

La segunda principal información que las empresas buscan en Internet es la relacionada con la organización de ferias y eventos promocionales. Los sectores que hacen mayor hincapié en la búsqueda de dicha información son , el referido al textil y confección con un 35,7% de las empresas dedicadas a dicho sector, en segundo lugar, las empresas relacionadas con la industria de la madera y el mueble, y en tercer lugar el sector de alimentación.

La tercera información más solicitada por las empresas en su búsqueda de nuevos mercados exteriores es la relativa a la localización e información sobre clientes potenciales, siendo el sector de textil y confección el que representa un mayor porcentaje de las empresas consultadas, seguido de la industria del cuero y del calzado; el sector de alimentación y el de madera y muebles ocuparían el tercer y cuarto puesto respectivamente.

Otra información relevante o de especial interés para las empresas en su gestión con los mercados exteriores, es la relativa a la búsqueda de información sobre estadísticas y situación económica de tales mercados. Así, el sector de la alimentación, sería el más interesado en la obtención de este tipo de informaciones, seguido del sector textil y de confección, así como el de cuero y calzado.

Con respecto al tamaño de las empresas por volumen de facturación y por número de empleados, observamos que no existen grandes diferencias con lo anteriormente expuesto, pues si la primera información de interés sobre mercados exteriores que obtenían las empresas era la referida a las empresas y productos competidores, aquí

sucede lo mismo, ya que independientemente del número de trabajadores que tengan las empresas castellano-manchegas consultadas, todas ellas coinciden en señalar que la prioritaria información es aquella referida a las empresas y productos competidores.

Lo mismo ocurre con la información relativa a las ferias y eventos promocionales, así como con la localización e información sobre los clientes potenciales, puesto que independientemente de la magnitud de las empresas -ya sea por volumen de facturación o bien por número de trabajadores en plantilla -, éstas destacan la importancia que tiene la información referida a ferias y eventos promocionales y localización sobre clientes potenciales.

Como conclusión a este epígrafe destacamos en primer lugar que las nuevas tecnologías y la sociedad de la información ya se están asentando en las pymes castellano-manchegas que comercian con los mercados exteriores, aunque en algunas con mayor o menor intensidad.

Se ha constatado igualmente que en lo relacionado con los equipos informáticos y las herramientas y aplicaciones derivadas de Internet, la mayoría de las empresas encuestadas, afirmaron disponer de unos equipos y programas catalogados como nuevos o seminuevos. Además un porcentaje bastante elevado de éstas mismas empresas esperan renovar sus equipos informáticos y las aplicaciones o herramientas informáticas en un plazo breve de tiempo que no superaría el año.

El acceso de las empresas a Internet no está concluido al cien por cien, puesto que el porcentaje de las empresas consultadas que disponían de Internet (correo electrónico) era del 85%, cifra esta no muy abultada si la comparamos con algunas otras regiones, donde el referido porcentaje llegas casi al cien por cien.

El teléfono/fax sigue siendo una herramienta bastante utilizada en la gestión de éstas empresas, con un porcentaje del 96,5%.

Por detrás de los equipos informáticos que están presentes y son utilizados por el 97% de las empresas en su gestión diaria.

La conexión en red de la propia empresa es una herramienta de gestión utilizada por el 31,55 de las empresas consultadas, cifra inferior si la comparamos con otras comunidades autónomas.

El comercio electrónico todavía no se ha asentado mayoritariamente en las empresas de esta región, pues son pocas el número de las mismas que utilizan esta herramienta de Internet, quizás porque todavía existen algunos recelos y desconfianza sobre este comercio virtual.

En lo relacionado con los programas informáticos que utilizan estas empresas de esta región en su gestión comercial, casi la totalidad de las empresas consultadas disponen de soportes informáticos de contabilidad y finanzas, siendo los segundos y siguientes programas informáticos por este orden más utilizados, los referidos al márketing y ventas, los de producción y los de logística y recursos humanos.

Por el contrario, las herramientas más utilizadas en las operaciones comerciales internacionales, son por este orden el teléfono/fax con un 88% del total encuestado, seguido de los equipos informáticos con un 81,5% de los mismos y del correo electrónico/internet con un porcentaje menor -76,5%-, conexión en red (Intranet) un 40%, comercio electrónico con un 14,5% y extranet (entre empresas) con un porcentaje del 4%.

Aquellas empresas que consideran que Internet está cambiando mucho o bastante los procesos de gestión de la actividad internacional de las empresas, llegan a más del 53% del total encuestado.

La principal función en la utilización de Internet por las empresas en relación a los mercados exteriores es la búsqueda de información, seguida de la comunicación con los clientes o proveedores que sería la segunda función. Promocionar los productos a través de su páginas web ocuparía la tercera función en la utilización de Internet con un 41,5%.

Únicamente la venta de los productos de las empresas ocupa el quinto puesto con un porcentaje del 8%, siendo el último porcentaje para la labor de fidelización de los clientes con un único 1%.

La información solicitada en Internet por las empresa consultadas es la relativa a sus empresas competidoras y sus productos competidores, con un porcentaje del 41%. En segundo lugar buscan información sobre la organización de ferias y eventos promocionales, y la localización de posibles clientes potenciales.

7. ANÁLISIS PROVINCIAL DE LOS FLUJOS COMERCIALES INTERNACIONALES.

Partimos del objetivo de analizar la relevancia que tienen cada una de las cinco provincias en los volúmenes totales de exportación e importación de Castilla-La Mancha, así como la especialización sectorial existente en cada una de ellas, de forma que podamos extraer algunas conclusiones en cuanto a las cifras comparativas y los sectores de mayor importancia tanto a nivel nacional, como regional y provincial.

Las exportaciones regionales aumentaron con respecto a 1999 un 16,07%, siendo Ciudad Real y Albacete las provincias cuyas exportaciones experimentaron un mayor crecimiento. Además, Toledo, Ciudad Real y Albacete ocuparon los primeros lugares del ranking ex-portador.

Las importaciones regionales aumentaron un 19,73%, siendo Guadalajara y Toledo las provincias cuyas importaciones experimentaron un mayor aumento. Además, estas dos provincias ocuparon los primeros lugares del ranking importador.

Con el resultado de la evolución de las exportaciones e importaciones descrita anteriormente, se produjo un aumento del déficit en la balanza comercial regional del 13%, mucho menor al aumento del 114% registrado en 1999. No obstante, se mantienen las diferencias provinciales de periodos anteriores, repartiéndose el déficit y superávit de la balanza comercial de forma diferente, mientras que Albacete y Ciudad Real siguen mostrando un comportamiento muy positivo en el saldo de su balanza comercial, Guadalajara continúa con su creciente déficit comercial.

Los elementos que definen la estructura comercial de las cinco provincias y que pueden resumir tanto sus diferencias como sus similitudes, vienen determinados por:

La significación de una provincia como Madrid, destino tradicional de ventas de las empresas de la región y punto obligado para muchas de estas empresas de cara a su comercio exterior.

Evolución provincial de las Exportaciones por sectores. (En millones de Euros).

EXPORTACIONES	Total CLM		Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
	Productos químicos	202,22	265,36	7,75	13,21	113,26	181,55	4,18	4,28	52,79	45,49	24,22
Automoción	120,06	152,50	11,51	15,82	25,24	33,64	0,25	0,63	79,23	90,18	3,86	12,23
Vinos	157,33	145,94	31,87	26,43	92,08	88,86	9,02	12,86	0,97	0,84	23,37	16,96
Calzado	78,82	95,59	68,82	85,15	0,01	0,04	0,03	0,00	0,10	0,01	9,87	10,40
Electrónica-informática	57,91	90,73	9,42	28,72	0,00	0,61	0,81	0,75	0,20	9,86	47,48	50,80
Muebles	81,11	85,86	8,30	7,13	8,56	14,30	0,85	0,73	0,29	0,23	63,11	63,50
Carnes frescas	59,72	85,88	0,07	0,13	13,59	17,63	0,93	1,12	0,32	0,95	44,80	66,04
Otros productos	35,99	59,15	0,00	0,07	34,34	53,93	0,00	0,02	0,02	2,58	1,62	2,56
Bebidas sin alcohol	62,43	52,75	0,04	0,07	18,91	15,40	18,96	15,34	0,00	0,00	24,52	21,94
Electrodomésticos	96,52	50,32	0,07	0,13	0,01	0,04	93,04	35,64	2,04	0,94	1,36	2,05
Subtotal	952,14	1.084,11	137,85	176,87	306,05	406,03	128,06	71,37	135,97	151,07	244,22	267,26
TOTAL	1.588,32	1.843,55	289,31	343,51	375,62	485,18	166,58	121,37	286,17	306,25	490,63	587,19

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha

Evolución provincial de las Importaciones por sectores. (En millones de Euros).

IMPORTACIONES	Total CLM		Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
	Vehículos transporte	836,43	943,53	10,54	6,95	0,50	0,56	1,01	0,58	817,87	927,76	6,51
Electrónica-informática	235,38	498,65	49,51	62,18	0,42	1,01	73,75	34,65	31,33	281,36	80,37	119,45
Productos químicos	237,66	259,45	22,76	26,32	51,77	44,89	3,60	6,44	40,33	58,14	119,21	123,65
Automoción : equipos...	179,64	238,16	4,98	6,28	3,86	5,84	0,63	1,05	168,69	207,41	1,48	17,59
Maquinaria obras pub...	126,01	126,04	1,45	2,89	0,72	1,09	0,04	0,14	109,90	103,56	13,91	18,35
Otras bebidas alcohólic	134,24	125,21	0,00	0,00	4,52	0,14	121,72	115,65	5,49	5,02	2,51	4,39
Productos sin elaborar	82,48	105,65	3,35	3,84	5,54	10,68	2,15	3,20	10,75	11,79	60,69	76,15
Material eléctrico	66,84	85,04	20,67	21,65	9,31	11,84	14,62	15,93	12,33	14,60	9,92	21,01
Semimanufac. madera	71,17	80,41	22,23	22,82	1,41	1,23	0,18	0,09	18,75	21,91	28,60	34,36
Parafarmacia-limpieza	53,84	67,33	0,36	0,36	0,02	0,69	0,01	0,00	29,52	34,15	23,94	32,12
Subtotal	2.023,69	2.529,47	135,84	153,30	78,07	77,98	217,71	177,73	1.244,94	1.665,71	347,13	454,74
TOTAL	2.713,91	3.249,37	261,93	282,71	133,71	140,58	245,83	204,70	1.440,75	1.868,64	631,70	762,73

Fuente: Estacom/Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha

Tanto su cercanía física como la mejora en las comunicaciones entre la capital del reino y la región castellano-manchega" han propiciado el asentamiento de la sede social de numerosas empresas de la región en Madrid, como plataforma de control de sus operaciones en mercados exteriores.

En muchos casos, ese mejor emplazamiento de Madrid y sus buenas comunicaciones en el centro de la Península, compensa la desventaja que tiene respecto a las ayudas que puede ofrecer Castilla-La Mancha como zona de objetivo 1 para la Unión Europea. Evidentemente, el desarrollo paulatino de una moderna red de comunicaciones intra-regionales y con otras zonas del Estado, irán paliando este hecho.

La importancia de los sectores agroalimentario y de bienes de consumo, especialmente significativos, son dos elementos claves para poder entender la evolución que, tanto las exportaciones como las importaciones han experimentado en los últimos años en la región castellano-manchega.

Dada la participación que tiene esta región en el Producto Interior Bruto español (3,5%), vemos que aún queda un largo trecho para que el sector exterior alcance cifras similares. Sin duda en este proceso de crecimiento deberá jugar un papel cada vez más importante la mejora en la red interior de comunicaciones, que con toda seguridad ya se está produciendo en Castilla-La Mancha, pero que deberá irse completando a medio plazo, con la incorporación de los ramales del AVE que terminará de llegar a Toledo y Cuenca.

Madrid, como centro de atracción respecto a las provincias limítrofes, el eje Ciudad Real- Toledo-Albacete y la influencia comercial de Murcia siguen representando los polos de mayor desarrollo.

A continuación, se analizará la exportación e importación por provincias, atendiendo a los sectores generales más representativos de Castilla-La Mancha para permitir un análisis comparativo, tanto a nivel regional como provincial, que permita extraer consecuencias de índole económica y comercial.

Desglosando las cinco provincias castellano-manchegas obtenemos los siguientes datos en cuanto a los sectores más característicos de esta región.

7.1. Albacete: exportación e importación de los sectores más característicos:

En lo relativo a las exportaciones, el volumen de para el año 2000 fue de 343,51 millones de euros, que representa un incremento el 27,6% respecto a 1999. El peso del volumen de la exportación de la provincia sobre el total regional es del 19%, inferior al de Toledo (32%) y Ciudad Real (26%) pero por delante de Guadalajara (17%).

Continúa la fuerte sectorialización en las exportaciones de la provincia, donde el calzado, con un volumen de 85,15 millones de euros exportados en 2000, representa el 25% de las exportaciones de la provincia y más del 90% del total regional para dicho sector.

***Exportaciones durante todo el año del 2000 realizadas por ALBACETE.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
CALZADO, POLAINAS, BOTINES, ARTÍCULOS ANÁLOGOS; Y SUS PARTES	14.324
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS ,MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; Y SUS PARTES	8.095
ALUMINIO Y MANUFACTURAS DE ALUMINIO	5.382
BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	5.145
HERRAMIENTAS, CUCHILLERÍA, CUBIERTOS DE MESA, DE METALES COMUNES	2.947

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

Tras el calzado, los sectores de productos semielaborados metálicos, electrónica-informática, vinos y equipos, componentes y accesorios de automoción ocupan las primeras posiciones como sectores más dinámicos en cuanto a la exportación, con un 40% del total de las exportaciones de la provincia. Cabe destacar el fuerte aumento experimentado por las exportaciones de electrónica-informática (205%).

En cuanto a las importaciones, y siempre según Dirección Regional de Comercio de Castilla-La Mancha, Albacete presenta un volumen de importaciones para el 2000 de 282,71 millones de euros, con un incremento del 8,7% respecto a 1999. El peso de las importaciones de la provincia sobre el total regional es del 8%.

Entrando en un análisis de los sectores importadores, al igual que en el ranking exportador, la electrónica y la informática es el sector que ocupa un papel más relevante, con un volumen de 62,18 millones de euros(22% de la importación provincial) lo cual es indicativo de un significativo comercio intraindustrial en este sector.

El resto de sectores, como el de productos químicos, semi-manufacturas de madera y papel y material eléctrico, presenta valores importados por debajo de los 27 millones de euros, siendo subsectores que nutren de materias primas y productos semielaborados a otros subsectores que, tras un perfeccionamiento industrial, exportan productos elaborados con un mayor valor añadido.

Importaciones durante todo el año del 2000 realizadas por ALBACETE.

(Ordenadas por valor).

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS;Y SUS PARTES	14.008
MAQ.APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	4.865
PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O DE CARTÓN	3.947
PIELES (EXCEPTO LA PELETERÍA) Y CUEROS	3.697
[39] MATERIAS PLÁSTICAS Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS	2.428

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

7.2. Ciudad Real: exportación e importación de los sectores más característicos:

Ciudad Real presenta un volumen de exportaciones de 485, 18 millones de euros para 2000, con un incremento del 29,2% respecto a 1999, lo que corrobora las buenas perspectivas de la provincia, efecto de la mejora en la infraestructura de comunicaciones, manifestada ya en años anteriores.

El peso de las exportaciones provinciales sobre las regionales es de un 26% del total de las exportaciones.

Los sectores más relevantes siguen siendo el de productos químicos y vinos, que conjuntamente representan el 56% del total de las exportaciones de la provincia. Las exportaciones provinciales de vino representan el 60% del total de vino exportado en Castilla-La Mancha y las de productos químicos el 68% del total regional exportado para ese sector.

El resto de sectores presenta unos valores exportados menos significativos, con valores inferiores, en cada sector, inferiores al 12% del total exportado en la provincia: equipos, componentes y accesorios de automoción, carnes y despojos frescos y congelados, bebidas sin alcohol y muebles.

***Exportaciones durante todo el año del 2000 realizadas por CIUDAD REAL.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
MATERIAS PLASTICAS Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS	24.436
BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	18.550
RESERVADA PARA CIERTOS USOS ESPECÍFICOS DETERMINADOS POR LAS AUTORIDADES COMUNITARIAS COMPETENTES	8.974
MAQ.APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN	5.525
PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	5.438

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

Por lo que se refiere a la importación, Ciudad Real continúa presentando los menores valores de importación de la región con 140,59 millones de euros(4% del total regional) lo que se traduce en un superávit en la balanza de pagos de 344,59 millones de euros.

Entrando en el análisis de los sectores importadores, el principal sector importador es el de productos químicos que supone el 32% del total de las importaciones, seguido de lejos por otros sectores que presentan unos valores menos significativos, cada uno de ellos inferiores al 9% del total importado en la provincia: material eléctrico y materias textiles.

***Importaciones durante todo el año del 2000 realizadas por CIUDAD REAL.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS ,APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; Y SUS PARTES	3.101
PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS	2.853
PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	2.196
MAQ.APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	2.101
MATERIAS PLÁSTICAS Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS	1.666

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

7.3. Cuenca: exportación e importación de los sectores más característicos:

La provincia de Cuenca presenta un volumen de exportaciones para 2001 de 121,37 millones de euros, un 27% menos que el ejercicio anterior. Dicho valor, representa un 7% del volumen total de exportaciones de Castilla-La Mancha, es decir, el valor más bajo de todas las provincias castellano- manchegas.

El sector de electrodomésticos continua siendo el puntal que soporta el sector exportador, con un 30% de las exportaciones realizadas en la provincia. No obstante, el descenso del 62% en las exportaciones de este sector, como consecuencia de los cambios experimentados por la principal empresa del sector en la provincia, ha repercutido sensiblemente en la caída de las exportaciones totales principales.

El resto de sectores que aparecen entre los diez primeros en el ranking alcanzan cifras inferiores, con porcentajes individuales por debajo del 13%: bebidas sin alcohol, vinos y semi-manufacturas de madera y papel.

***Exportaciones durante todo el año del 2000 realizadas por CUENCA.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
MAQ. APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	7.826
LEGUMBRES Y HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS	2.977
PREP. DE LEGUMBRES U HORTALIZAS, DE FRUTOS O OTRAS PARTES DE PLANTAS	2.704
BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	2.218
MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA	2.173

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

El peso del volumen de importación de la provincia sobre la región de Castilla-La Mancha es muy bajo, en torno al 6%, con un volumen de importaciones de 204,7 millones de euros, un 16,7% menos que el año anterior.

A pesar del descenso de las importaciones, la sensible disminución de las exportaciones ha hecho , que la balanza comercial siga presentando un saldo deficitario, que para el año 2000 ha sido de 83,31 millones de euros.

Entre los sectores importadores más relevantes se encuentran el de otras bebidas alcohólicas (no incluidos vinos), electrónica e informática, que conjuntamente representan el 73% de las importaciones de la provincia. Cada uno de los otros sectores que aparecen en el ranking de los principales importadores como el de material eléctrico o el de envases y embalajes presentan porcentajes inferiores al 8% sobre el total de importaciones provinciales.

***Importaciones durante todo el año del 2000 realizadas por CUENCA.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	19.242
MAQ. APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	9.344
PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O DE CARTÓN	782
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS ;Y SUS PARTES	746
ABONOS	642

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

7.4. Guadalajara: exportación e importación de los sectores más característicos

El peso de las exportaciones de la provincia sobre el total regional ha alcanzado el 17%, aunque sigue siendo sensiblemente bajo en comparación con su gran peso importador en el total la región, lo que hace que su balanza comercial sea deficitaria de forma crónica.

El volumen de las exportaciones para 2000 fue de 306,29 millones de euros, lo que representa un incremento del 7% sobre el año 1999.

Respecto a los sectores más relevantes en el campo de la exportación, destacan los pertenecientes a los subsectores industriales y de bienes de consumo, donde los equipos, componentes y accesorios de automoción los productos químicos, así como los productos químicos absorben el 44% del total de las exportaciones de la provincia, Cada uno de los otros sectores incluidos entre los principales importadores representa menos del 9% de las exportaciones provinciales, destacando el de material eléctrico y semi-manufacturas de madera y papel.

El sector automovilístico sigue teniendo una gran relevancia en la provincia y en la región, representando el 59% del total de exportación regional para dicho sector, donde el subsector vehículos despunta con un volumen exportado de 54,22 millones de euros.

***Exportaciones durante todo el año del 2000 realizadas por GUADALAJARA.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
MAQ. APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	10.621
VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, CICLOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	9.923
VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO	5.053
EXTRACTOS CURTIENTES O TINTÓREOS; TANINOS Y DERIVADOS; PIGMENTOS COLORANTES; PINTURAS Y BARNICES; MASTIQUES; TINTAS	4.481
MATERIAS PLÁSTICAS Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS	2.849

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

En cuanto a la importación, el volumen para 2000 fue de 1.868,64 millones de euros, lo que representa un incremento de más de un 30% sobre el período anterior.

El peso de las importaciones de Guadalajara sobre el total de la región sigue siendo excepcionalmente fuerte, con un 57% del total de las importaciones regionales, y contribuyendo al déficit comercial en más de 1.562 millones de euros.

Los vehículos de transporte representan el 50% de las importaciones de la provincia y el 8% de la importaciones de la región. Le siguen los productos de electrónica-informática y los equipos, componentes y accesorios de automoción, con el 15% y 12% del total de las importaciones provinciales, respectivamente.

Así pues, los sectores de bienes de consumo e industriales son los que juegan un papel más dinámico en cuanto a la importación en Guadalajara.

***Importaciones durante todo el año del 2000 realizadas por GUADALAJARA.
(Ordenadas por valor).***

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, CICLOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	196.469
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; Y SUS PARTES	61.099
MAQ. APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	8.316
PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O DE CARTÓN	4.602
EXTRACTOS CURTIENTES O TINTÓREOS; TANINOS Y DERIVADOS; PIGMENTOS COLORANTES; PINTURAS Y BARNICES; MASTIQUES; TINTAS	4.531

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

7.5. Toledo: exportación e importación de los sectores más característicos

El volumen de exportaciones en Toledo y su provincia ha aumentado un 20% respecto a 1999. Sigue así ocupando el primer lugar en el ranking de provincias exportadoras de

la región durante 2000, con un valor exportado de 587,19 millones de euros y representando el 32% del total de las exportaciones castellano-manchegas.

Respecto a la exportación por sectores, mencionar que el sector de carnes y despojos frescos es el líder de las exportaciones de la provincia, por un valor de 66,04 millones de euros, seguido de muebles y electrónica e informática con 63,5 y 50,8 millones de euros, respectivamente.

Estos tres sectores representan pues el 31% del total de las exportaciones de la provincia.

Las exportaciones de carnes y despojos frescos aumentaron significativamente respecto al año anterior (47%), desplazando a las de mobiliario del primer lugar del ranking exportador.

Además, supusieron el 77% del volumen total de las exportaciones de dicho sector en la Comunidad. Las exportaciones de muebles apenas experimentaron variación respecto al pasado año (aumento del 0,6%) pero el peso relativo del sector sobre el total de las exportaciones de Castilla-La Mancha sigue siendo muy significativo, representando el 74% del total de las exportaciones de dicho sector en la región.

Por segundo año consecutivo, la participación de las exportaciones provinciales de electrónica e informática en el total regional, ha experimentado un fuerte descenso, pasando de representar el 82% de las mismas en 1999 al 56% en el último año.

Parece que va confirmándose un cierto proceso de deslocalización de los centros de exportación de dicho sector hacia otras provincias de la región, observando que Albacete ha incrementado, para este sector, sus exportaciones en 1999 y 2000 en un 205% y un 243% respectivamente, o bien hacia otras zonas geográficas, tanto nacionales como fuera de nuestras fronteras.

**Exportaciones durante todo el año del 2000 realizadas por TOLEDO.
(Ordenadas por valor).**

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLE	12.479
MUEBLES; MOBILIARIO MEDICO-QUIRURGICO; ART.CAMA; APARATOS ALUMBRADO	10.744
MAQ. APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	10.284
PREPARACIONES DE CARNE, PESCADO O CRUSTACEOS, MOLUSCOS O INVERTEBRADOS ACUÁTIC	6.363
MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA	5.520

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

Las importaciones de Toledo y provincia en 2000 fueron de 752,73 millones de euros, incrementándose en un 19% respecto al año anterior. Se sitúa, pues, en el segundo puesto en el "ranking" de provincias importadoras, detrás de Guadalajara, con el 23% del total de las importaciones regionales.

Respecto a los sectores más relevantes, destacan los mismos sectores que en el año 1999, como son el de productos químicos (123,65 millones de euros) y el de electrónica e informática (119,45 millones de euros) que representan el 32% de los productos importados por la provincia.

Se observa que la mayoría de los sectores de importación coinciden con los de exportación, reflejando la tendencia a importar para "manufacturar" y reexportar productos con un valor añadido.

**Importaciones durante todo el año del 2000 realizadas por TOLEDO.
(Ordenadas por valor).**

CAPÍTULO	VALOR (Millones de Ptas.)
MAQ APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN Y SUS PA	26.174
MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA	11.347
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	11.256
REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MAQUINAS APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; Y SUS ARTES	9.196
CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	8.377

Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación

8. ANÁLISIS GEOGRÁFICO DE COMERCIO EXTERIOR DE LAS PYMES OBJETO DE ESTUDIO, CON ESPECIAL INTERÉS EN LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

A nivel nacional, en el año 2000 se ha observado una acusada ralentización, -ya iniciada en 1999, por áreas geográficas-, de los intercambios comerciales con países terceros, los más afectados por la crisis internacional.

Este comportamiento ha provocado que se haya producido una intensificación de la concentración de las compras y ventas españolas en la Unión Europea.

Tanto con la UE como con terceros países se ha registrado en el año anterior un empeoramiento del saldo comercial y un descenso de la tasa de cobertura, siendo de mayor intensidad este deterioro con la UE debido al fuerte dinamismo que han mantenido las compras realizadas en esta área geográfica.

Exportaciones nacionales en el año 2000 por países. (En millones de pesetas)

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	3.984.893,00
2	ALEMANIA	2.533.985,22
3	PORTUGAL	1.921.142,60
4	REINO UNIDO	1.828.667,81
5	ITALIA	1.795.873,07
6	ESTADOS UNIDOS	995.716,44
7	PAISES BAJOS	764.856,66
8	BÉLGICA	556.359,28
9	TURQUÍA	354.273,59
10	MÉXICO	250.491,05

Fuente: Instituto de Comercio Exterior. (ICEX).

Como apreciamos en la tabla anterior de los 10 primeros países a quienes vendemos nuestros productos nacionales, 7 de ellos corresponden a países de la Unión Europea.

Entre los cuales destaca nuestro vecino del norte Francia en primer puesto, siguiendo la tónica de los últimos años, y Alemania en segundo puesto en lo referido al valor de las exportaciones. Les sigue Portugal, Reino Unido, Italia y Estados Unidos como primer país no europeo en el sexto puesto.

Esto que se ha reflejado anteriormente, tiene una lectura muy clarificadora, y es que las exportaciones españolas se dirigen en su mayoría a nuestros vecinos más próximos, siendo Estados Unidos, lógicamente por ser la mayor potencia comercial, el que ocupa el sexto puesto por delante de países europeos como Bélgica, Países Bajos, etc.

Con respecto a las exportaciones del año anterior –1999-, vemos las siguientes diferencias:

Exportaciones nacionales en el año 1999 por países. (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	3.364.446,54
2	ALEMANIA	2.272.496,75
3	PORTUGAL	1.702.983,02
4	ITALIA	1.560.807,55
5	REINO UNIDO	1.500.914,35
6	ESTADOS UNIDOS	753.524,23
7	PAISES BAJOS	640.948,76
8	BELGICA	479.399,05
9	BRASIL	214.357,33
10	SUECIA	202.084,78

Fuente: Instituto de Comercio Exterior. (ICEX).

Los tres primeros países que en 1999 nos compraron nuestros productos nacionales, son los mismos que repiten en el año 2000. Se constata un muy pequeño aumento de 1999 al 2000, en el valor de las exportaciones con todos los ocho primeros países a los que exportamos destacando como elemento diferenciador por un lado que en el puesto noveno y en el décimo aparecen en el año 2000 Turquía y México, en vez de Brasil y Suecia que obtuvieron dicho puesto en el pasado año.

Por otro lado el país que más compras de productos españoles ha realizado en el año 2000, comparándolo con el valor de 1999, ha sido Francia que de comprar en 1999 por valor de 3.364.446.000.000 pesetas ha pasado a 3.984.893.000.000 en el 2000.

Respecto a las importaciones observamos las siguientes tablas:

Importaciones nacionales en el año 2000 por países. (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	4.738.530,89
2	ALEMANIA	4.109.695,74
3	ITALIA	2.428.353,12
4	REINO UNIDO	1.971.566,09
5	ESTADOS UNIDOS	1.452.549,12
6	PAISES BAJOS	1.039.495,54
7	BÉLGICA	879.594,13
8	CHINA	832.719,38
9	JAPÓN	799.640,20
10	PORTUGAL	748.343,08

Fuente: Instituto de Comercio Exterior. (ICEX).

Francia y Alemania vuelven a repetir primeros puestos, esta vez en lo relativo al valor de las importaciones, si bien se observa que con respecto al valor de las exportaciones del año 2000 obtenemos un saldo negativo, como ya hemos comentado en anteriores epígrafes.

Italia aparece como tercer país importador y Reino Unido y Estados Unidos como cuarto y quinto respectivamente. Merece destacar que después de realizar compras a nuestros vecinos de la Unión Europea y a Estados Unidos, el tercer gran mercado es el asiático, evidenciado por países como China y Japón que se sitúan en los puestos octavo y noveno respectivamente.

Si comparamos estos resultados con los obtenidos un año antes, destacamos las siguientes diferencias.

Importaciones nacionales en el año 1999 por países. (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	4.106.678,16
2	ALEMANIA	3.558.561,96
3	ITALIA	2.086.604,18
4	REINO UNIDO	1.729.606,40
5	ESTADOS UNIDOS	1.231.176,11
6	PAISES BAJOS	948.624,78
7	BÉLGICA	821.445,28
8	JAPÓN	712.465,22
9	CHINA	639.698,77
10	PORTUGAL	622.669,05

Fuente: Instituto de Comercio Exterior. (ICEX).

Apenas existen diferencias en cuanto al orden de puestos de los países a los que compramos, aunque Japón y China han alternado sus puestos con relación a los de 1999.

En lo relativo al valor de las compras hechas en el extranjero observamos que éstas han aumentado con respecto a las obtenidas en 1999 en torno a un 15% más o menos. Pues a Francia le hemos comprado más de un 15% con respecto al año anterior, y a Alemania entorno a un 15,5% más. Italia y Estados Unidos han aumentado hasta un 16% comparado con las importaciones efectuadas en 1999. Reino Unido aumento un ligero 14% con respecto a las compras efectuadas a dicho país por España en 1999.

Analizaremos a continuación las zonas o regiones principales del comercio español, para así realizar un contexto adecuado a la hora de estudiar las zonas y áreas del comercio exterior de Castilla-La Mancha.

En 2000 las *ventas* a los países de la Unión Europea (UE) se han mostrado más dinámicas que el total de exportaciones (3,6% a la UE, frente a 1,8% en el total en los nueve primeros meses), aunque este crecimiento de las ventas a otros países de la Unión Europea es el menor registrado en la década de los noventa.

Por trimestres, el crecimiento de nuestras ventas al resto de países comunitarios se ha incrementado de modo sostenido, especialmente significativo en el caso de los países no integrantes de la Unión Monetaria Europea (UME).

En el ámbito comunitario el mayor dinamismo exportador se canalizó hacia Irlanda, Finlandia, Grecia, Suecia y los Países Bajos. Sin embargo, y atendiendo a nuestros destinos más relevantes, las ventas en Francia, Reino Unido, Alemania e Italia tuvieron un crecimiento muy reducido, como ya hemos expuesto anteriormente, aproximadamente entrono al 15%.

En conjunto, las ventas en países de la Unión Europea representaron en el periodo analizado el 73,8% del total de nuestras ventas al exterior, frente a un 72,5% hace un año, lo cual reafirma la progresiva concentración de nuestras ventas exteriores en el ámbito comunitario (de este porcentaje, el 83,4% se dirige hacia los países de la zona euro, mientras que el resto se concentra en países no integrantes de la UME).

Es significativo destacar que en este periodo han perdido peso en la cifra total de ventas españolas al exterior las dirigidas a Italia, Reino Unido, Francia y Alemania.

En sentido contrario, Irlanda y los Países Bajos han registrado notables avances en su participación en el conjunto de ventas españolas en países comunitarios. Las ventas en la Unión Europea durante los nueve primeros meses de 2000 se han concentrado fundamentalmente en el grupo de bienes de consumo (45,1 % del total de ventas en la Unión Europea).

Las principales ventas en países comunitarios en los nueve primeros meses de 2000 correspondieron a las secciones del arancel "material de transporte" (30,9% del total de ventas en la Unión Europea), "máquinas y aparatos, material eléctrico" (15,2%) y "productos del reino vegetal" (7,5%).

Entre los diez capítulos de ventas en la Unión Europea con mayor peso ha destacado el crecimiento en "vehículos automóviles, tractores, etc", que suponen el 29,4% del total de nuestras ventas en la UE y de "caucho y manufacturas de caucho", "materias plásticas y sus manufacturas", "calzados y artículos análogos" y "reactores nucleares, calderas,...".

Los descensos más acusados entre los principales capítulos de venta en la UE se han dado en "fundición, hierro y acero" y "frutos comestibles".

Las *compras* procedentes de la Unión Europea han seguido aumentando en 2000 a un fuerte ritmo, por encima de la media de importaciones totales. Y por encima también de los valores alcanzados en 1999 que se situaban entorno a un 12% de media y en 2000 ascendieron a un 15%, volviendo a los valores registrados en 1998.

Las compras realizadas en los países comunitarios experimentaron un crecimiento en todos ellos en los nueve primeros meses de 2000.

Como consecuencia de este comportamiento, en 2000 –y como ya ocurrió en 1999–, se ha registrado una mayor concentración de nuestras compras en la Unión Europea, que ya suponen el 68,2% del total (de las cuales, el 84,6% proceden de países de la UME).

Las mayores compras a países comunitarios en el periodo correspondieron a bienes intermedios (50,9% del total) y, en menor medida, a bienes de consumo (27,4%) y de capital (20,5%).

Destacan los fuertes incrementos en las compras a países de la Unión Europea que se han registrado en las secciones de "grasas y aceites" y "armas y municiones", pero en mayor medida conviene resaltar el crecimiento experimentado por las compras en las secciones de "máquinas y aparatos, material eléctrico" y "material de transporte", dado

el peso que ambas secciones tienen en el total de nuestras compras a países de la Unión Europea (49,9% del total).

Entre los capítulos de compras en la UE más importantes entre enero y septiembre de 2000, destacan el crecimiento moderado de "vehículos automóviles, tractores, etc." y "máquinas y aparatos eléctricos" y en menor proporción las de "instrumentos y aparatos de óptica" y "productos farmacéuticos".

Por su parte, los descensos más acusados de las compras en la UE entre los principales capítulos se han producido en "fundición, hierro y acero".

Las mayores tasas de cobertura del período han correspondido a las secciones de "calzado, sombrerería, etc." y "objetos de arte"; mientras que "óptica, fotografía y cine", "armas y municiones" y "productos de las industrias químicas" presentaron unas ventas muy inferiores a las compras, por lo que sus tasas de cobertura fueron notablemente reducidas.

En 7 de los 10 capítulos que registraron un mayor volumen de intercambios comerciales con países comunitarios en los nueve primeros meses de 2000 se produjo una reducción en su tasa de cobertura.

De los 10 capítulos con mayor volumen de comercio con la Unión Europea en dicho período, únicamente "vehículos automóviles, tractores, etc.", "caucho y sus manufacturas" y "frutos comestibles" presentaron tasas de cobertura superiores a 100.

Mientras que en 1999 el *saldo comercial* y la correspondiente tasa de cobertura con el resto de la Unión Europea han registrado un sensible empeoramiento, sobre todo con los países de la UE que no forman parte del área euro.

En los nueve primeros meses de 1999 el resultado de estos intercambios comerciales con el resto de países de la Unión Europea ha sido un saldo negativo para España. la tasa de cobertura frente a los países comunitarios descendió desde el 82,9% registrado entre enero y septiembre de 1998 hasta el 76,5% del mismo período de 1999.

Con el área del euro, el desequilibrio comercial en los nueve primeros meses de 2000 ha crecido en menor medida (63%) que el correspondiente a los intercambios

comerciales con los países comunitarios no integrantes de la UME (crecimiento del déficit del 430,8%).

España únicamente mantuvo un superávit comercial en el período analizado con respecto a Portugal y Grecia, siendo la cuantía del déficit especialmente elevada con relación a Alemania, Francia e Italia.

A lo largo de 2000, la tasa de cobertura se ha reducido notablemente con respecto a Grecia, Austria y Alemania; mientras que han registrado un leve incremento las tasas correspondientes a Irlanda, Finlandia y Países Bajos.

Con respecto a las *exportaciones* españolas a terceros países han tenido un comportamiento muy adverso, siendo inferiores a las registradas el año anterior. Las exportaciones españolas dirigidas hacia terceros países, pese a la disminución experimentada por el precio de nuestras ventas a dichos países (-5,8%), se han visto reducidas en un 2,6% en pesetas corrientes.

Nuestras exportaciones a terceros países representan el 28,3% de nuestra cifra exportadora total, reduciéndose este porcentaje de participación en más de un punto con relación al correspondiente a los nueve primeros meses de 1998 (28,5%), lo cual confirma la paulatina pérdida de peso de las ventas a terceros países en nuestra cifra de exportaciones totales, manifestada en los últimos años.

Es destacable la progresiva recuperación del flujo exportador hacia los países asiáticos, consecuencia de la salida de la recesión económica en la que se hallaban inmersos desde el año 1997: en el caso del Japón, con un incremento interanual entre enero y septiembre de 1999 del 23,4% (frente al-13,1% registrado en el mismo periodo de 1998) y hacia los países del sudeste asiático (5,8% frente al -48,1% de los primeros nueve meses de 1998).

Por el contrario, las exportaciones dirigidas hacia Oriente Medio han caído un 4%.

Las exportaciones a China, tras un comienzo de año positivo, parecen haber declinado en los últimos meses, ocupando el puesto décimo octavo del ranking de los países que compran.

Las exportaciones a Europa del Este y América Latina se han visto mermadas en términos interanuales en los nueve primeros meses de 1999, en un 11,6% y 12,0%,

respectivamente, lo cual reafirma el paulatino estancamiento de nuestras ventas a dichas zonas desde el año 1998. Destaca especialmente la caída de las ventas a Rusia (-47,5%) Y Argentina (-23,2%). No obstante en el tercer trimestre de ese año se han mostrado ciertos signos de mejoría. Aunque en el 2000 siguió la misma tónica que en el año 1999 con respecto a los países del este europeo.

Por último, las exportaciones a Estados Unidos, han ido recuperando terreno paulatinamente, alcanzando así el puesto quinto del ranking y mejorando éste con respecto a 1999 cuando se situaban dichas exportaciones en el sexto lugar. Marruecos, Grecia y México, han sido países en los que se ha incrementado el valor de las exportaciones españolas comparándolas con las del período de 1999.

El intercambio de bienes intermedios es el más importante en las relaciones comerciales de España con terceros países (50% y 40,6% del total de exportaciones e importaciones). Los bienes de consumo suponen el 29% de las exportaciones y 27% de las importaciones, los bienes de capital el 17,1 % y 15,2%, respectivamente, y los productos energéticos el 3,8% y 17,2%.

Por secciones arancelarias, la mayor parte de las exportaciones a países extracomunitarios son "máquinas y aparatos, material eléctrico" (21,1 % del total de exportaciones a dichos países), "material de transporte" (15,3%) y "productos de las industrias químicas y derivados" (9,1 %).

Por capítulos destacan las ventas de "reactores nucleares, calderas, etc." (12,5% del total de exportaciones a dichos países), "vehículos automóviles, tractores, etc." (10,5%) y "máquinas y aparatos eléctricos" (8,6%).

Los mayores descensos se han registrado en "grasas y aceites" y "calzado, sombrerería, etc.", -23,6y-20,7%, respectivamente. Aunque con menor intensidad, (-8,8%) también han descendido las exportaciones de una de las secciones con mayor peso en nuestras ventas a terceros países en el período, "material de transporte".

Entre los capítulos más importantes de nuestras exportaciones a terceros países destaca en el período el crecimiento de nuestras ventas de "productos químicos orgánicos", con un aumento del 10,7%.

Por el contrario, los mayores descensos, entre los diez primeros capítulos de ventas a terceros países, se han dado en "vehículos automóviles, tractores, etc." y "navegación marítima o fluvial", con caídas del orden del 6,9 y 6,0%, respectivamente.

El ritmo de crecimiento de *importaciones* procedentes de terceros países ha sido en el 2000 similar al registrado en el año anterior con un claro perfil ascendente según avanzaba el ejercicio.

Durante los nueve primeros meses de 2000 las compras a terceros países se vieron incrementadas en un 8,4%, con relación al mismo período del año precedente.

Destacan las importaciones desde Japón (crecimiento interanual del 30%), países del Este de Europa asociados a la Unión Europea, América Latina y sudeste asiático. En idéntico sentido, hemos de señalar el incremento en términos interanuales experimentado por las importaciones procedentes de Argelia, Nigeria, y Rusia.

A esta favorable evolución ha contribuido el efecto renta derivado de la fortaleza de la demanda interna española, así como, en ciertos casos, el efecto precio derivado de las ganancias de competitividad de ciertos países (por ejemplo, en el sudeste asiático).

Las importaciones con origen en países extracomunitarios representaron el 33,8% de nuestra cifra total de compras del período al exterior. Entre terceros países, los que supusieron una mayor cuota de nuestras importaciones durante el período analizado fueron Estados Unidos (5,4%), Latinoamérica (4%), Japón (3,3%), China (2,7%) y Corea del Sur (1,3%).

Las secciones del arancel con mayor peso en las importaciones de terceros países han sido "productos minerales", "máquinas y aparatos, material eléctrico" y "material de transporte".

Con un mayor grado de desagregación, los capítulos que supusieron un mayor volumen de importaciones de países terceros fueron "combustibles, aceites, etc.", "reactores nucleares, calderas, etc." y "máquinas y aparatos eléctricos".

Por su parte, los mayores descensos se han dado en las secciones de "animales vivos y productos del reino animal" y "productos de las industrias químicas", del 6,2 y 4,4%, respectivamente.

Entre los diez primeros capítulos de importaciones de terceros países destaca el crecimiento en "navegación aérea o espacial" "vehículos automóviles, tractores, etc." y "reactores nucleares, calderas,..."

Por su parte, los descensos más significativos en las importaciones de terceros países se han producido en los capítulos de "fundición, hierro y acero" y "productos químicos orgánicos".

El deterioro de los *saldos comerciales* con terceros países ha sido generalizado por secciones de arancel en 2000. En los nueve primeros meses ha empeorado el saldo comercial en 17 de las 21 secciones existentes, siendo especialmente destacable en los sectores de "manufacturas de piedra, cemento, etc.", "grasas y aceites, etc." y "objetos de arte".

Entre las secciones que obtuvieron una mayor cobertura en el comercio exterior de España con terceros países destaca "armas y municiones", "manufacturas de piedra, cemento, etc." y "objetos de arte".

Entre los 10 capítulos en los que se registró un mayor volumen de intercambios con terceros países en el periodo, únicamente en 3 de ellos se han producido mejoras en el saldo comercial. Las reducciones más significativas en la tasa de cobertura se han dado en "vehículos automóviles, tractores, etc." y "navegación aérea o espacial".

Además, entre dichos 10 capítulos, únicamente en uno de ellos, 'materias plásticas y sus manufacturas', las exportaciones han superado a las importaciones desde países terceros, por lo que su tasa de cobertura es superior a 100.

Los mayores déficit en los intercambios comerciales con terceros países se producen con Estados Unidos, Japón, China y Corea del Sur. Por el contrario, los mayores superávits se dan con Cuba, Egipto, Marruecos, Polonia, Andorra, México y Turquía.

La tasa de cobertura frente a terceros países se ha visto reducida en los nueve primeros meses de 2000, con respecto al mismo período del año anterior.

Comercio exterior de España por áreas geográficas en 1999 (Enero-Septiembre).

	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES			PORCENTAJE DE COBERTURA
	Millon. Pts.**	%	Variación 99/98	Millon. Pts.**	%	Variación 99/98	
ESTADOS UNIDOS	537,4	4,4	3,1	871,6	5,4	-2,2	61,7
JAPÓN	128,4	1,0	23,4	534,4	3,3	22,7	24,0
UNIÓN EUROPEA	8.901,1	72,1	3,6	10.847,4	67,2	12,0	82,1
ZONA EURO	7.487,1	60,7	3,4	9.173,8	56,9	10,9	81,6
Francia	2.434,5	19,7	1,9	2.928,6	18,1	10,8	83,1
Alemania	1.640,9	13,3	0,02	2.549,7	15,8	14,0	64,4
Italia	1.139,2	9,2	-0,01	1.474,0	9,1	5,1	77,3
Portugal	1.215,8	9,9	9,2	440,1	2,7	5,3	276,3
Países Bajos	451,4	3,7	10,5	642,2	4,0	4,0	70,3
Bélgica	349,3	2,8	3,7	576,8	3,6	19,5	60,6
Luxemburgo	14,3	0,1	-	18,3	0,1	-	78,1
Austria	110,0	0,9	1,3	194,4	1,2	26,0	56,6
Irlanda	84,2	0,7	31,1	217,5	1,3	8,6	38,7
Finlandia	47,5	0,4	14,2	132,2	0,8	8,6	35,9
ZONA NO EURO	1.414,0	11,5	4,2	1.673,6	10,4	19,1	84,5
Reino Unido	1.047,3	8,5	1,7	1.199,1	7,4	11,3	87,3
Suecia	150,0	1,2	13,3	324,8	2,0	65,0	46,2
Grecia	127,4	1,0	14,2	33,2	0,2	41,6	383,7
Dinamarca	89,3	0,7	8,2	116,5	0,7	8,0	76,7
EUROPA DEL ESTE Y EX-URSS	299,7	2,4	-11,6	355,5	2,2	11,1	84,3
P. asociados UE	253,8	2,1	1,5	208,8	1,3	16,3	121,6
Rusia	45,9	0,4	-47,5	146,7	0,9	10,3	31,3
ÁFRICA	403,2	3,3	2,9	738,9	4,6	2,6	54,6
Magreb	236,7	1,9	-3,8	374,4	2,3	6,6	63,2
Resto	166,5	1,3	7,2	364,5	2,3	-2,0	45,7
ASIA	882,0	7,1	22,2	2.234,7	13,8	17,9	39,5
Próximo Oriente	454,5	3,7	-3,1	426,6	2,6	8,2	106,5
N.E.I. Asia	178,2	1,4	5,8	533,7	3,3	9,1	33,4
China	55,8	0,5	-3,2	440,1	2,7	21,7	12,7
Resto	193,5	1,6	16,4	834,3	5,2	15,4	23,2
AMÉRICA LATINA	718,3	5,8	-12,0	637,4	4,0	10,3	112,7
OCEANÍA	59,0	0,5	6,8	57,7	0,4	5,3	102,3
RESTO	536,4	4,3	-	392,6	2,4	-	136,6
TOTAL	12.337,1	100,0	1,8	16.135,8	100,0	10,5	76,5

Fuente: Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria y Navegación.

8.1. Distribución del comercio exterior de Castilla-La Mancha por áreas geográficas

La Unión Europea sigue siendo teniendo una importante presencia en el comercio internacional de España y por lógica extensión de Castilla-La Mancha.

Cuestión esta que puede representar una lógica dependencia de mercado, y una excesiva concentración.

Según la Dirección General de Comercio de Castilla-La Mancha, la exportación de esta región hacia los países de la **Unión Europea** creció un 13,1% (año 2000) respecto al 3,8% del año anterior, mientras que la importación registró un aumento del 18,2%, rebajando así el ritmo de crecimiento registrado el pasado año que fue del 24,36%.. La tasa de cobertura con la Unión Europea en el año 2000 se situó en el 49,6%, ligeramente inferior a la alcanzada en 1999 (51,8%) pero frenando la fuerte caída producida desde 1998 en que recordemos que las exportaciones de Castilla-La Mancha cubrían el 62,1% del valor de todo lo importado del área geográfica de la Unión Europea.

Sin duda todo ello refleja el ritmo contenido de crecimiento que se está produciendo entre los socios comunitarios desde mediados de 1999, lo que está dificultando un mayor crecimiento de las exportaciones a este área.

Dentro del marco europeo y por lo que se refiere a las exportaciones a los **Países del Este**, éstas crecieron un 5,7% en el año 2000 después de la fuerte caída (-42,74%) registrada en 1999, sin duda como resultado de la paulatina recuperación del pulso económico en estas economías y de la proximidad de la futura adhesión de estos países a la Unión Europea, lo que va provocando una toma de posiciones por parte de nuestras empresas en estos mercados, aunque a un ritmo aún muy lento.

En el análisis desgregado por bloques de países no europeos, destaca el relanzamiento de la actividad exportadora de Castilla-La Mancha en 2000 con un crecimiento del 30,7% , recuperando así el fuerte incremento de las exportaciones a África alcanzado en 1998, fruto de la desaceleración producida en las restantes áreas geográficas, y que en 1999 disminuyó sensiblemente alcanzando un ratio del crecimiento de apenas el 3% sobre el total de exportaciones.

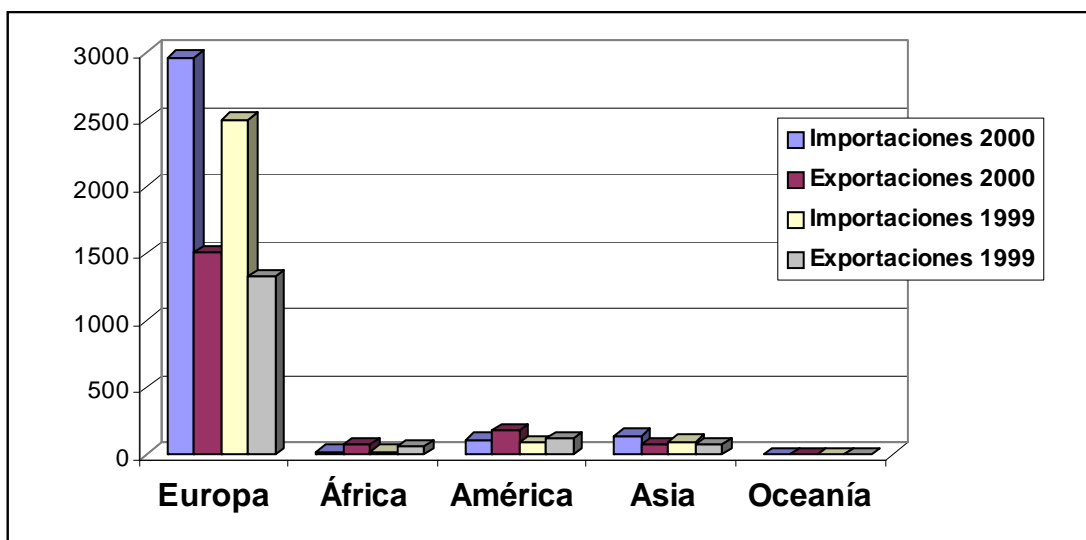
*El Comercio Exterior de Castilla-La Mancha: distribución por áreas geográficas.
(Datos en millones de euros).*

Zona	1999		2000		Saldo		% s/Total 1999		% s/Total 2000	
	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.	1999	2000	EXP.	IMP.	EXP.	IMP.
Europa	1332,50	2499,25	1507,01	2961,43	-1168,75	-1454,41	83,89	92,09	81,75	91,14
Unión Europea	1253,10	2418,59	1417,97	2859,89	-1165,49	-1441,91	78,90	89,12	76,92	88,01
Países EFTA	14,60	30,02	13,11	41,18	-15,42	-28,08	0,92	1,11	0,71	1,27
Europa Oriental	41,95	39,42	44,36	50,56	2,53	-6,20	2,84	1,45	2,41	1,56
Resto Europa	22,84	11,21	31,57	9,81	11,62	21,76	1,44	0,41	1,71	0,30
África	60,26	25,16	78,77	26,00	36,09	62,77	3,79	0,93	4,27	0,80
África del Norte	34,60	5,96	51,49	7,56	28,64	43,93	2,18	0,22	2,79	0,23
África Central	3,56	9,30	3,76	11,39	-5,73	-7,63	0,22	0,34	0,20	0,35
África Occidental	6,83	6,23	10,83	5,31	0,60	5,52	0,43	0,23	0,59	0,16
África Oriental	2,22	0,38	1,22	0,07	1,83	1,15	0,14	0,01	0,07	0,00
África Austral	13,05	3,29	11,47	1,67	9,75	9,80	0,82	0,12	0,82	0,05
América	118,68	91,32	179,16	115,59	27,35	63,57	7,47	3,37	9,72	3,56
América del Norte	61,53	66,03	99,86	86,00	-4,50	13,87	3,87	2,43	5,42	2,65
Islas del Caribe	15,02	0,46	20,96	0,37	14,56	20,59	0,95	0,02	1,14	0,01
América Central	10,13	12,33	18,46	14,18	-2,21	4,29	0,84	0,45	1,00	0,44
América del Sur	32,00	12,50	39,87	15,04	19,50	24,83	2,01	0,46	2,16	0,46
Asia	73,73	97,75	74,69	145,63	-24,03	-70,94	4,64	3,60	4,05	4,48
Próximo Oriente	13,93	4,75	16,26	7,76	9,18	8,52	0,88	0,17	0,88	0,24
Península Arábiga	16,61	0,22	20,12	0,33	16,39	19,79	1,05	0,01	1,09	0,01
Lejano Oriente	38,57	69,65	32,49	105,90	-31,08	-73,41	2,43	2,57	1,76	3,26
Asia Central	1,41	0,00	0,56	0,00	1,41	0,56	0,09	0,00	0,03	0,00
Asia del Sur	1,01	10,40	1,26	13,32	-9,39	-12,06	0,08	0,38	0,07	0,41
Sudeste Asiático	2,20	12,74	3,98	18,32	-10,54	-14,35	0,14	0,47	0,22	0,56
Oceania	2,40	0,42	3,35	0,71	1,98	2,64	0,15	0,02	0,18	0,02
Subtotal	1587,56	2713,91	1842,98	3249,36	-1126,36	-1406,39	99,95	100,00	99,97	100,00
Otros	0,76	0,00	0,57	0,01	0,76	0,56	0,05	0,00	0,03	0,00
Total	1588,32	2713,91	1843,55	3249,37	-1125,59	-1405,82	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Estacom/ Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha

Del análisis de estos datos obtenemos la siguiente gráfica:

Gráfica de las Importaciones y Exportaciones de Castilla-La Mancha por áreas geográficas. (Datos en millones de pesetas).



Fuente: Estacom/ Dirección Regional de Comercio en Castilla-La Mancha

Respecto al **continente americano**, en el año 2000 las exportaciones de Castilla-La Mancha registraron un importante crecimiento de casi un 51%. Esto marca una nueva senda de recuperación del ritmo exportador de la región respecto a lo acaecido en 1999 en que, al igual que sucedió para el conjunto de España, aunque de manera más acusada para esta región, las exportaciones de Castilla-La Mancha al continente americano sufrieron un retroceso muy acusado como consecuencia de la recesión de algunos mercados Hispano americanos. Como consecuencia, el saldo superavitario se recuperó en el año 2000, alcanzando una tasa de cobertura del 155%., respecto al 130% de 1999.

Distinguiendo entre las distintas áreas del continente americano, podemos concluir que el comportamiento de los mercados Hispanos del Sur-Centro y Caribe mejoraron en conjunto, aunque es de destacar el fuerte crecimiento de las exportaciones a América del Norte (+ 62,3%) que compensó el también importante crecimiento de las importaciones procedentes de dichos mercados (+ 30,2%).

En conjunto, el comportamiento del comercio exterior entre Castilla-La Mancha y el continente americano, no sólo ha mejorado en su tasa de cobertura, como ya hemos

dicho, sino que lo ha hecho conjugando unos mayores flujos comerciales, tanto de exportación como de importación, situando a esta área geográfica como la segunda en importancia después de los mercados de los países de la Unión Europea.

Finalmente, en el comportamiento de las exportaciones de la región al **Sudeste Asiático**, se acrecienta el saldo negativo, ya que, pese a que el ritmo exportador se mantuvo en los mismos niveles de 1999 (apenas un 1,3% de crecimiento en 2000), las importaciones sufrieron un crecimiento de nada menos que del 50%, con lo que el saldo negativo de la balanza comercial de Castilla-La Mancha, con respecto a los mercados de Asia, casi se ha multiplicado por tres, pasando de tener una tasa de cobertura en 2000 del 51,3% respecto al 75,4% de 1999 y el 119,4% de 1998. Sin duda, la crisis financiera asiática de mediados de 1998 aún se está dejando notar siendo estos resultados el reflejo de una enorme cautela de nuestras empresas hacia estos mercados y una mayor competitividad de las exportaciones asiáticas hacia Occidente.

8.1.1. Distribución del comercio exterior por áreas geográficas según los sectores objeto de estudio.

Antes de proceder al estudio de las áreas geográficas a las que se dirige la actividad comercial de las pymes entrevistadas es conveniente saber a que porcentaje de ámbito internacional se dirige la actividad de dichas empresas.

De las 200 empresas castellano-manchegas entrevistadas, 103 se dedican a la agroalimentación, 20 a la industria textil y de confección, 35 al cuero y calzado, otras 35 a madera y muebles y las últimas 7 a otros sectores.

El mayor número de ellas, (109) aproximadamente un 54,4% sostiene que el mercado de su empresa se dirige al ámbito internacional en un 25% o menos. De este 54,4% la amplia mayoría de estas empresas se considera empresa internacional (73,4%) y unas 29 empresas de las 109 se considera empresa eminentemente de mercado nacional (un 26,6%).

Por sectores, observamos que las más numerosas, de esas pymes que se admiten tener un mercado internacional entorno al 25%, son las empresas dedicadas a la

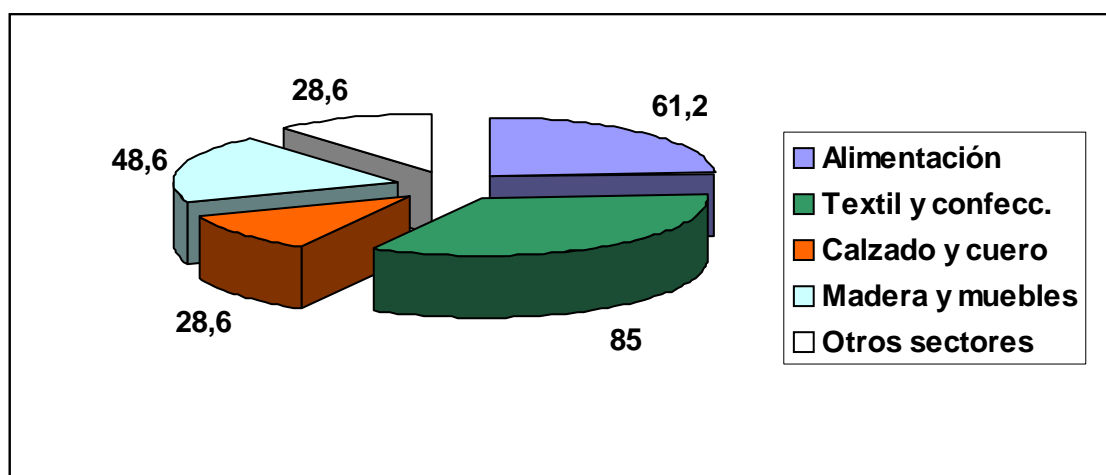
alimentación, bebidas y tabaco, con un 61,2% del total de las dedicadas a este sector, es decir 103.

Es destacable que el 85% de las pymes entrevistadas que sostienen dedicarse el mercado internacional en al menos un 25%, son las dedicadas a la actividad textil y de confección; pues de un total de 20 empresas consultadas de este sector, 17 de ellas afirman dedicarse al mercado internacional en el porcentaje anteriormente citado.

Las industrias dedicadas al calzado y cuero, un 28,6% de estas son las que se dedican a este mercado internacional y las dedicadas a la madera y el mueble –que son las mismas que las que se dedican al calzado y al cuero, es decir 17 empresas entrevistadas-, un 48,6% de ellas afirman que se dirigen al mercado internacional en al menos un 25%.

Para obtener una idea más aproximada de lo que decimos, observamos el siguiente gráfico:

Hasta el 25% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje y por sectores).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Como se aprecia claramente en el gráfico, el mayor porcentaje de las empresas entrevistadas corresponden a las dedicadas a la actividad de textil y confección con

un 85%, seguidas de las de alimentación con algo más de un 61%, que aún siendo las primeras menores en número -únicamente 20- de las dedicadas a alimentación 103 han tenido un porcentaje mucho mayor que las de alimentación que son las empresas entrevistada más numerosas. Les sigue de las de madera y muebles con un 48,6%.

Si atendemos dentro de esta misma variable a las empresas en relación al volumen de facturación anual, observamos que el mayor porcentaje de las respuestas a la cuestión anteriormente planteada corresponden a aquellas empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales aproximadamente. Aunque, aquí hay que tener también en cuenta que las que afirman facturar dichas cantidades son las más numerosas del total de las 200 empresas entrevistadas con 98 empresas. Un 61,2% es el porcentaje de éstas empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anualmente, si bien es cierto que en este apartado las empresas son más reacias a compartir datos referidos a facturación, volumen de negocio, etc., lógicamente debido al excesivo celo con que se guardan estos datos, para no facilitar ningún tipo de información a la competencia más directa.

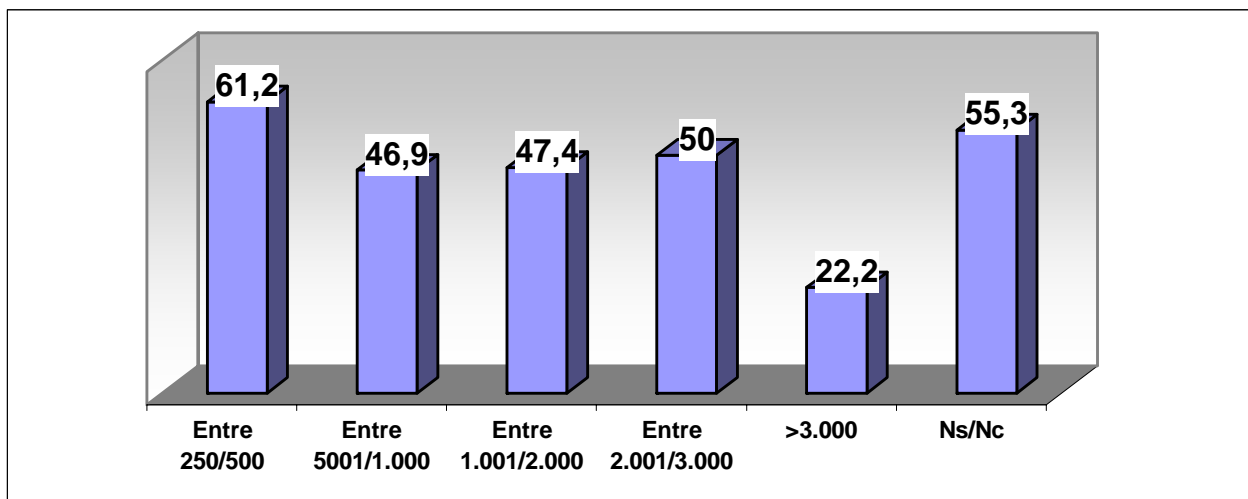
El porcentaje de las empresas que afirman desconocer el volumen de facturación de sus empresas o que no quiere contestar directamente a esa pregunta es de un 55,3%. Desconocimiento no creemos que se trate, pues del total de las 200 empresas consultadas, a 117 de ellas respondieron sus gerentes, a 39 su director comercial y a 44 el responsable de exportación.

Hay un 50% de las que afirman facturar entre 2.001 millón de pesetas y 3.000 millones de pesetas, que sostiene que dichas empresas se dedican a un mercado internacional en hasta un 25%. Aunque parezca muy significativo este dato no lo es pues únicamente de las 200 empresas consultadas sólo 4 afirmaban facturar entre las cantidades señaladas anteriormente.

Respecto a la misma pregunta, un 46,9% de las pymes entrevistadas afirmaba facturar entre 5001 millones de pesetas y 1.000 millones de pesetas. Y un 47,4% entre 1.001 millones de pesetas y 2.000.

Observamos estas variables en el siguiente gráfico:

Hasta el 25% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje, por volumen de facturación y en millones de pesetas)



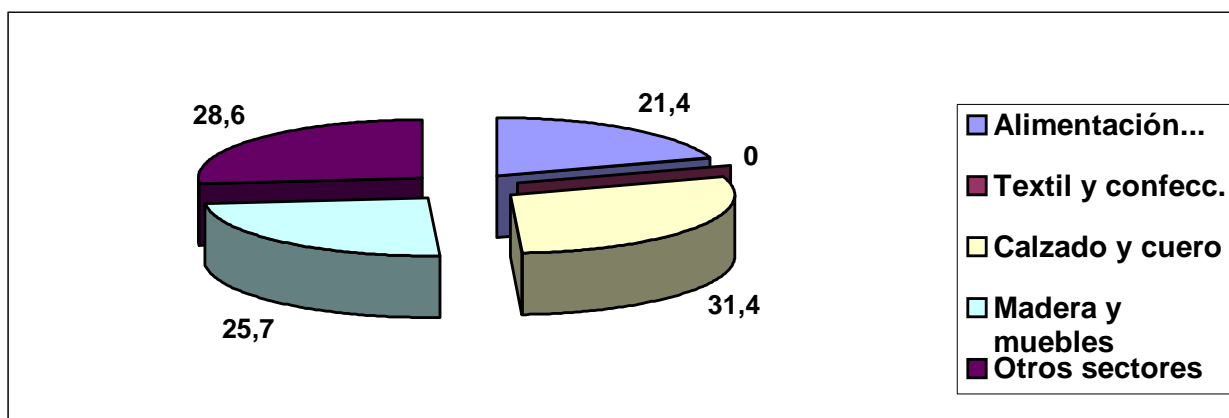
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Cuarenta y cuatro empresas del total de las entrevistadas, han respondido que el porcentaje de su empresa en el ámbito internacional se encuentra entre el 26 y el 50%. La totalidad de estas 44 empresas se considera empresas de ámbito eminentemente internacional.

De éstas el mayor número corresponden, como de costumbre, a las dedicadas a la alimentación con 22 representantes de esas 44, aunque en porcentaje no representan más de un 21%.

De las dedicadas al sector del calzado y el cuero contestaron a esta pregunta un 31,4% del total de las 35 entrevistadas de éste sector. 25,7% corresponden al sector de madera y muebles del total también de las 35 empresas consultadas de este sector.

Del 26 al 50% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje y por sectores).



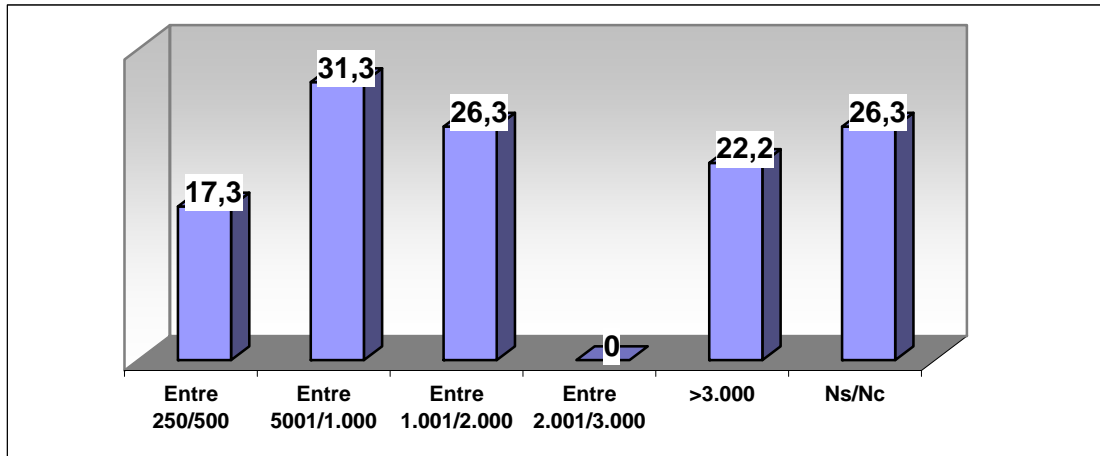
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Si observamos ahora la variable de la facturación anual de las empresas, el mayor porcentaje corresponde a aquellas pymes que afirman facturar entre 501 millones de pesetas y 1.000 millones al año, aunque realmente son sólo 32 las consultadas que sostienen una facturación entre estos intervalos.

Otro porcentaje alto corresponde a aquellas que su facturación oscila entre 1.001 millones de pesetas y 2.000 millones de pesetas, con un 26,3%.

Igual porcentaje tienen las que es este apartado no saben o no contestan, y un 22,2% corresponden a aquellas empresas que afirman facturar más de 3.000 millones de pesetas anuales al año.

Del 26 al 50% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje, por volumen de facturación y en millones de pesetas).



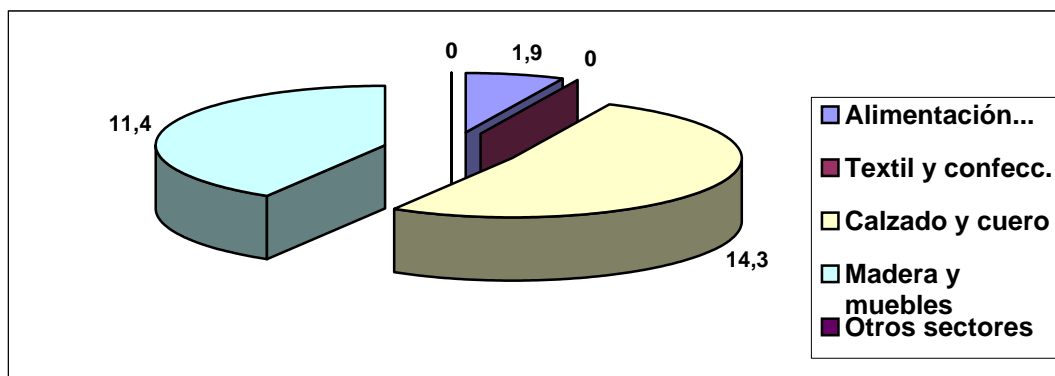
Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Once empresas han sido las que han contestado tener un porcentaje del ámbito internacional de su empresa entre el 51 y el 75%. De estas once empresas el total de ellas se considera empresa internacional. Destacando por sectores las dedicadas al calzado y al cuero con 14,3% del total de 35 empresas representantes de dicho sector y las de madera y muebles con un 11,4% de también 35 empresas de este sector.

Las dedicadas a la alimentación, en cambio, en este apartado son inferiores pues sólo un 1,9% -2 empresas de las 103 entrevistadas de este sector-, afirman situarse en dichos parámetros.

En el siguiente gráfico observamos lo manifestado anteriormente referido al porcentaje entre el 51% y el 75% del ámbito internacional de las empresas.

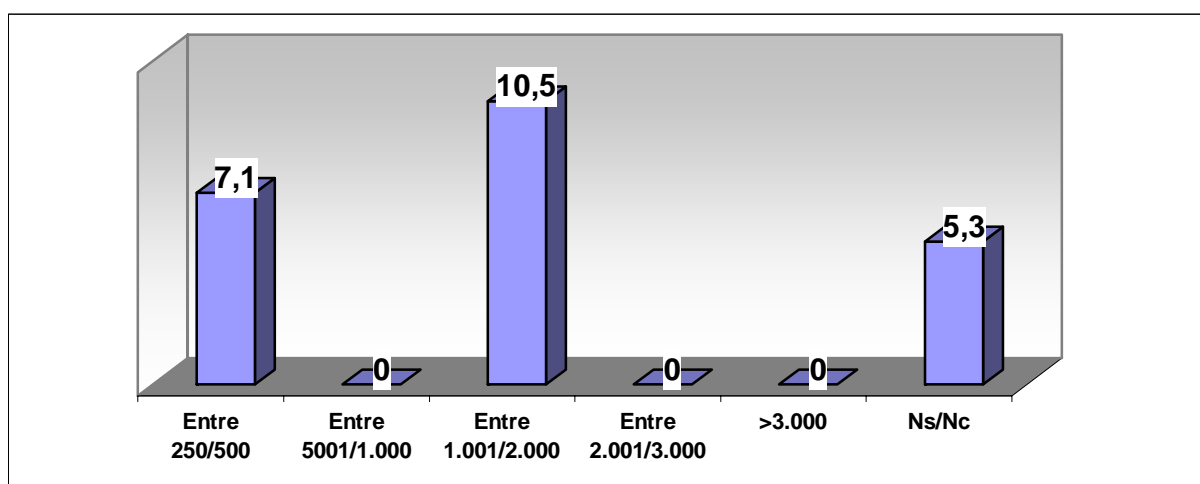
Del 51 al 75% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje y por sectores).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Atendiendo nuevamente al volumen de facturación, observamos que un 10,5% corresponde a aquellas empresas que afirman facturar entre 1.001 millones de pesetas y 2.000 millones de pesetas, un 7,1% a las que responden facturar entre 250 y 500 millones de pesetas y un 5,3% a las que no saben o no contestan sobre la facturación anual de su empresa.

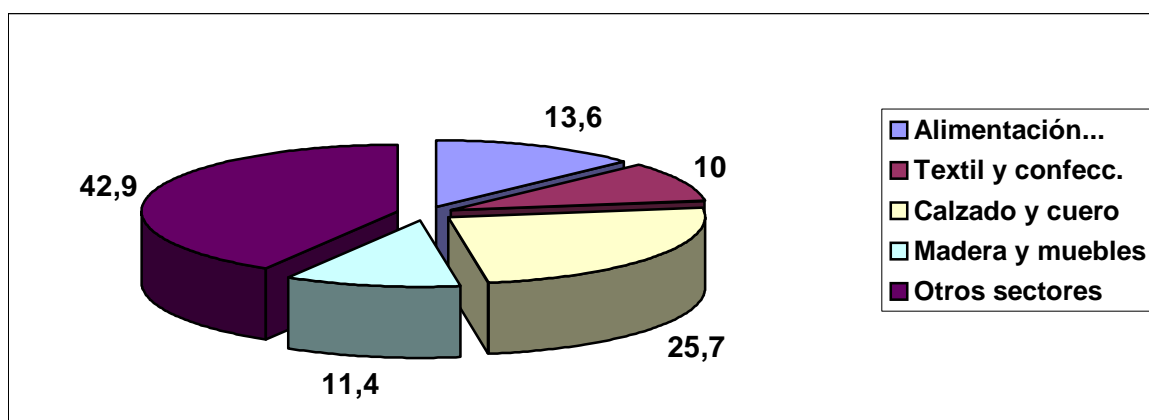
Del 51 al 75% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje, por volumen de facturación y en millones de pesetas).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Las empresas que afirman tener un porcentaje superior al 75% son 32, es decir un 16% del total de las consultadas. Lógicamente la totalidad de esas 32 empresas se considera empresa internacional, pues como venimos observando a medida que va aumentando el porcentaje del ámbito internacional del mercado de las empresas éstas se consideran eminentemente internacionales. Por sectores destaca el de calzado y cuero con un 25,7%, seguido del de alimentación, bebidas y tabaco con un 13,6%, el de madera y muebles con un 11,4 y el de textil y confección con un ligero 10%.

Del 51 al 75% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje y por sectores).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Con respecto al volumen de facturación, observamos que los mayores porcentajes corresponden a empresas que tienen una facturación anual bastante fuerte, pues como es lógico, si afirman tener más de un 75% de ámbito internacional de sus empresas, es normal que se trate de empresas que dispongan de gran capital para acometer una internacionalización de su empresa tan grande.

Por tanto, un 50% de las empresas que afirman facturar anualmente entre 2.001 y 3.000 millones de pesetas, sostienen tener más de un 75% de ámbito internacional en el mercado de su empresa, aunque si bien estas empresas que facturan estos niveles son sólo 4 del total de las 200 consultadas –un 2%–.

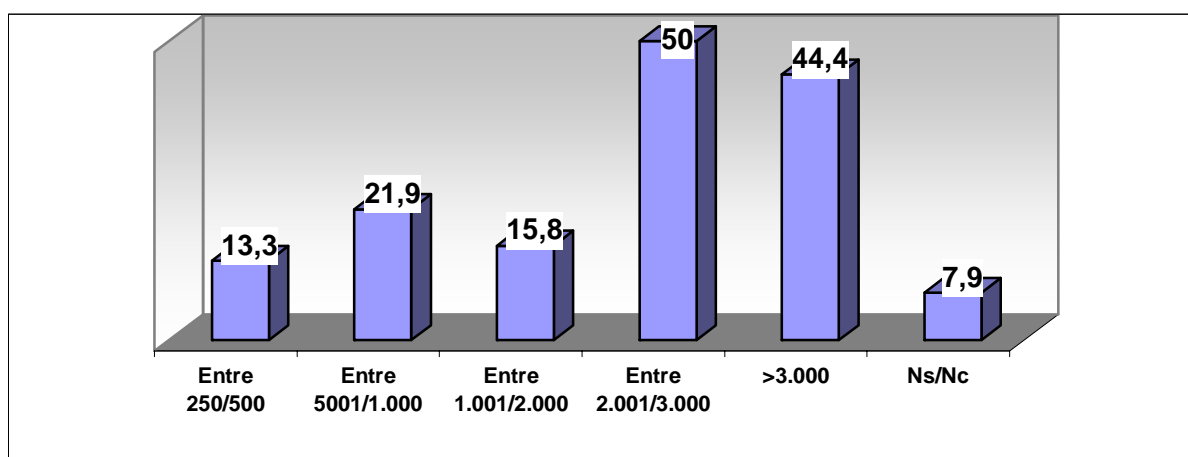
Igualmente de las 9 empresas que afirman tener una facturación anual de más de 3.000 millones de pesetas, un 44,4% sostiene tener más de ese 75% de ámbito internacional.

Un 21,9% corresponden a las que facturan entre 5001 y 1.000 millones de pesetas, sólo 7 empresas de las 32 que afirman estar entre estos niveles de facturación.

Un 15,8% son aquellas que facturan entre 1.001 y 2.000 millones de pesetas y que afirman dedicarse a más de un 75% de ámbito internacional, aunque realmente son únicamente 19 empresas del total entrevistado, lo que viene a representar un 9,5% del total.

Y un 13,3% son las que afirman facturar entre 250 y 500 millones de pesetas anuales, y dedicarse a más de un 75% de ámbito internacional. Estas empresas que sostienen facturar las cantidades antes señaladas, son las más numerosas del total de las consultadas, pues de las 200 que representan la totalidad de la muestra efectuada, 98 de ellas, es decir un 49% del total, pertenecen al grupo que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales.

Más del 75% de porcentaje del ámbito internacional se dirige la actividad de las empresas (En porcentaje, por volumen de facturación y en millones de pesetas).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Este análisis diferenciador de los sectores objeto de estudio (alimentación, textil y confección, calzado y cuero, madera y corcho) y así como de su facturación, en lo relativo al porcentaje del ámbito internacional al que se dedican las empresas, no arroja grandes diferencias que las estudiadas anteriormente para el total de empresas de esta región que se dedican al comercio exterior.

Atendiendo ahora ya, a las regiones o zonas geográficas adonde se dirigen el mercado de las pymes castellano-manchegas consultadas obtenemos, los siguientes resultados:

Con respecto a la **Unión Europea**, del total de las empresas consultadas (200), dedicadas a estos sectores objeto de estudio, la mayor parte de ellas 110, afirman que iniciarán o incrementarán su actividad hacia dicha zona geográfica, si bien es cierto que se trata de una pregunta con respuesta múltiple, pues una misma empresa puede exportar a 2 zonas geográficas diferentes.

Dentro de esta zona geográfica se observa que el sector que más relación comercial tiene con la Unión Europea es el sector del cuero y calzado con un 71,4% de las empresas de dicho sector, seguido del sector de la alimentación, bebidas y tabaco con un 67,8%, y el de textil y confección con un 66,7%, y en último puesto quedaría el sector de la madera y muebles con un 54,8% del total de las empresas entrevistadas de este sector.

Otra dato a destacar es que la mayor parte de estas empresas que realizan comercio con esta área geográfica son empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales, es decir 55 empresas. Si bien es cierto que otra importante cantidad de ellas 18 concretamente no facilita datos sobre su facturación. El segundo gran grupo de empresas que iniciará o incrementará su comercio con la Unión europea corresponde a un grupo de 21 empresas que afirman facturar entre 501 y 1.000 millones de pesetas. El tercer grupo, por orden de importancia, de empresas que comercializan con esta zona geográfica es aquel que sostiene tener una facturación entre 1.001 y 2.000 millones de pesetas anuales.

La segunda gran zona o área geográfica sería el **resto de Europa** con 58 empresas, siendo el sector mayoritario, el de alimentación, bebidas y tabaco con 28 de ese total,

seguido del sector de madera y muebles con 13 empresas dirigidas a esta zona geográfica.

Si tomamos como referencia el nivel de facturación de estas pequeñas y medianas empresas, se vuelve a repetir lo dicho anteriormente, pues la mayoría de las empresas consultadas son aquellas que menos facturación anual tienen, es decir entre 250 y 500 millones de pesetas. Aunque si bien es cierto que son las más numerosas, del total de las entrevistadas con 98 empresas.

Con respecto a **América del Norte** (Estados Unidos y Canadá), observamos que 49 empresas son el total que han contestado a la pregunta de si iniciará o incrementarán su actividad hacia dicha zona. De las cuales, 26 corresponden al sector de la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, y 12 al de la madera y muebles.

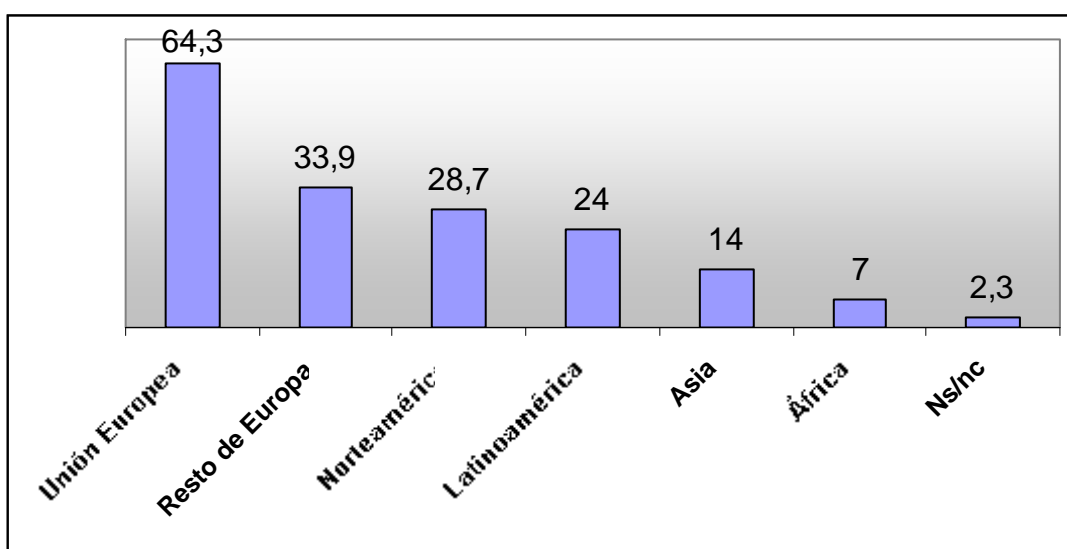
Si analizamos la variante relativa a la facturación, observamos de nuevo que la mayoría de esas 26 empresas corresponden a las que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales, seguidas de aquellas que afirman realizar una facturación anual de entre 501 y 1.000 millones de pesetas.

Latinoamérica, es la tercera zona geográfica de las pymes entrevistadas, pues un total de 41 de éstas afirman tener relación comercial con esta zona. Aunque, si bien es cierto, que la mayoría de estas cuarenta y una empresas pertenecen al sector de la alimentación, bebidas y tabaco con 24, seguido nuevamente del sector de la madera y muebles con 9 empresas. En lo relacionado con la facturación, volvemos a constatar lo anteriormente dicho, pues la mayor parte de esas 24 empresas (16) corresponden a aquéllas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas, seguidas de las que facturan entre 50 y 249 millones con 12 empresas representantes que afirman comerciar con Latinoamérica.

Asia es la penúltima zona geográfica con 24 pymes que se inician o incrementan relaciones comerciales con dicho continente, de las que 10 corresponden a la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, siendo igualmente las pequeñas y medianas empresas que facturan anualmente entre 250 y 500 millones de pesetas las que más relación comercial tienen o van a tener con dicha zona de ese total de 24 empresas.

África la última zona geográfica con 12 pequeñas y medianas empresas. De las cuales 6 corresponden al sector de alimentación y 3 al sector de la madera y el mueble. Con respecto al nivel de facturación observamos la misma tónica que lo manifestado anteriormente para las empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales.

Áreas geográficas en las que se van a iniciar o incrementar la actividad, las empresas consultadas. (En porcentaje. Respuesta múltiple).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

8.1.2. Distribución del comercio exterior por países.

El estudio del "ranking" de los principales países proveedores y clientes de Castilla-La Mancha muestra la importancia de Francia-Mónaco y Alemania en las relaciones comerciales con ambos países. Así, mientras que los Francia-Mónaco concentra el 20,8% de las exportaciones castellano-manchegas, y suministra el 9,8% de las importaciones, Alemania ocupa la primera posición en el ranking importador, con una participación superior al 48,1%, mientras que es destinatario del 11,6% de las exportaciones castellano-manchegas.

De los demás países, es de destacar la evolución reciente del mercado luso, como segundo receptor de las exportaciones castellano-manchegas, con un crecimiento continuado en torno al 20% anual, situándose casi a la par que el mercado francés, y el británico, por el lado de las importaciones, tras Francia y Mónaco pero, lógicamente, muy por detrás de la importancia de Alemania como origen de nuestras importaciones.

Por otra parte, se produjo un significativo aumento (24,17%) de las ventas a Estados Unidos, producto de la depreciación del euro frente al dólar y del tirón de la demanda interna estadounidense.

Dentro del área asiática, hay que destacar que se produjo un significativo retroceso de los intercambios con Japón y un aumento de los mismos con China.

La traducción de este retroceso, en el caso de Japón, se cifra en un descenso en las exportaciones del 51, 77% y un aumento de las importaciones de solo un 3,91%. A pesar de la recesión que atravesó este país asiático en 1998, las exportaciones castellano-manchegas al mismo se duplicaron, probablemente porque en dicho año se materializaron operaciones que habían sido comprometidas el año anterior.

Sin embargo, el progresivo deterioro de las expectativas de las empresas exportadoras sobre las posibilidades del mercado japonés condujo al descenso mencionado para 1999, prueba de que son mercados de "a medio plazo" y de más difícil penetración. Esta evolución de las exportaciones de la Comunidad Autónoma a Japón difiere de la seguida por las exportaciones españolas en conjunto, demostrando, una vez más, que la menor tradición exportadora de las empresas castellano-manchegas les hace reaccionar de manera más acusada y con un cierto retardo a "shocks" externos.

Por lo que se refiere al comportamiento seguido por los intercambios comerciales con China, este país no sólo se encuentra entre los doce principales países origen de las importaciones sino también entre los doce principales países destino de las exportaciones, siendo uno de los mercados objetivo de la Política Comercial de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo (Ministerio de Economía).

Conviene destacar que, a diferencia de 1998, Marruecos aparece en el puesto decimosegundo de principales clientes e Irlanda en el noveno de principales proveedores.

Países de destino de las exportaciones castellano-manchegas (En millones de pesetas).

ORDEN	PAÍS	EXPORTACIONES
1	FRANCIA Y MÓNACO	63.769
2	PORTUGAL	62.457
3	ALEMANIA	35.474
4	ITALIA	22.676
5	REINO UNIDO	19.731
6	ESTADOS UNIDOS	15.299
7	PAÍSES BAJOS	9.199
8	SUECIA	6.836
9	DINAMARCA	4.466
10	BÉLGICA	4.030
	SUBTOTAL	243.939
	TOTAL PAÍSES	306.647
	OTROS	93
	TOTAL	306.741

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía.

Países origen de las importaciones castellano-manchegas (En millones de pesetas).

ORDEN	PAÍS	IMPORTACIONES
1	ALEMANIA	260.123
2	FRANCIA Y MÓNACO	52.916
3	REINO UNIDO	47.709
4	ITALIA	39.216
5	PORTUGAL	21.273
6	BÉLGICA	19.752
7	PAÍSES BAJOS	14.083
8	ESTADOS UNIDOS	12.793
9	IRLANDA	8.553
10	CHINA	7.328
	SUBTOTAL	483.747
	TODOS LOS PAÍSES	540.649
	OTROS	0
	TOTAL	540.649

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía.

En cuanto a los sectores objeto de estudio, encontramos bastantes diferencias según sea el país origen/destino de los productos de las pymes castellano-manchegas.

Así, en lo relacionado con el sector del aceite de oliva y en lo relativo a las exportaciones, observamos el siguiente “ranking”

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Aceite de Oliva. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	ITALIA	4.241,22
2	FRANCIA	680,78
3	JAPÓN	333,78
4	ESTADOS UNIDOS	161,18
5	PORTUGAL	154,22
6	REINO UNIDO	152,02
7	ARABIA SAUDITA	129,12
8	CANADA	113,76
9	MARRUECOS	78,27
10	BÉLGICA	35,28

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M° de Economía

Aquí la mayoría de los países representados en esta tabla coinciden con los representados a nivel nacional en las exportaciones de este sector del aceite de oliva, pues Italia, Francia y Japón son los destinatarios de este preciado líquido a nivel nacional.

La Región de Castilla La Mancha cuenta con una extensión aproximada de 275.000 Hectáreas destinadas al cultivo del olivar, lo que supone una producción que, en los años de clima favorable, puede alcanzar las 80.000 toneladas, siendo la segunda productora a nivel nacional.

Las variedades de cultivos de olivar son diferentes, dependiendo de la zona. No obstante la aceituna que más predomina es de la variedad denominada “cornicabra”.

En cuanto a las importaciones, observamos que el listado es mucho menor, pues lógicamente España es una potencia en la producción de este tipo de aceite, por tanto la importación es menor.

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Aceite de Oliva. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	59,48
2	TURQUÍA	48,80
3	TÚNEZ	19,70

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Carnes y despojos frescos y congelados. Año 2000 (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	PORTUGAL	7.263,93
2	REINO UNIDO	2.452,27
3	FRANCIA	1.416,16
4	ALEMANIA	861,15
5	AUSTRIA	463,60
6	ARABIA SAUDITA	319,80
7	ITALIA	267,09
8	BENIN	210,99
9	PAÍSES BAJOS	208,76
10	KUWAIT	190,36

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Ya nos hemos referido al potencial tan grande que tiene esta región en lo relativo al sector de carnes y despojos, pues algunas industrias cárnicas de ubicadas en la provincia de Toledo son líderes nacionales. Pues esta es una provincia muy ganadera.

Por poner un ejemplo, la empresa L y O de capital alemán, tiene su fábrica principal en Toledo y se encarga de abastecer entre otros clientes a la cadena de restaurantes Mc

Donald's tanto a los de España como a los de algunos países extranjeros como Francia, Italia, Portugal, etc.

A pesar de la crisis suscitada por el Mal de las "Vacas Locas" (Encefalopatía Espongiforme Bovina, EEB), las exportaciones de productos y derivados cárnicos en Castilla-La Mancha han aumentado un 40% durante el año 2000.

Este aumento de las ventas al exterior de los productos de la región se debe, fundamentalmente, al incremento en las exportaciones de productos cárnicos preparados y tratados (embutidos curados, adobados y frescos, etc). Los principales países de destino de las exportaciones castellano-manchegas han sido Portugal, con el 50% del total, Reino Unido y Francia.

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Carnes y despojos frescos y congelados. Año 2000 (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	PAÍSES BAJOS	4.807,88
2	FRANCIA	2.323,23
3	HUNGRÍA	589,60
4	DINAMARCA	431,19
5	ALEMANIA	388,17
6	PORTUGAL	243,97
7	REINO UNIDO	156,16
8	IRLANDA	91,63
9	ITALIA	90,66
10	BÉLGICA	29,08

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Quesos. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	1.655,58
2	ESTADOS UNIDOS	412,52
3	PAISES BAJOS	398,52
4	ITALIA	242,57
5	ANDORRA	239,08
6	ALEMANIA	226,32
7	SUIZA	198,76
8	REINO UNIDO	77,12
9	BELGICA	64,36
10	VENEZUELA	31,90

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M° de Economía

Esta región, como hemos visto anteriormente, destaca por su importante actividad ganadera, tanto ovina como bovina, y por tanto en la fabricación y el desarrollo del queso. Prácticamente en todas las localidades de esta región se elaboran quesos, industriales, artesanales o de granja, y entre estos últimos cabe destacar algunas explotaciones de ganado donde también se fabrican quesos de magnífica calidad por procedimientos artesanales. La importancia y fuerza del queso manchego es tal que en todas las zonas circundantes se elaboran quesos más o menos manchegos y similares, y no referimos aquí a los que se hacen con mezclas de leche de oveja y vaca en toda clase de proporciones.

Puede decirse que el queso manchego es el prototipo del queso español, sin duda el más conocido.

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Quesos. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	DINAMARCA	369,61
2	PAÍSES BAJOS	241,06
3	REINO UNIDO	187,25
4	ALEMANIA	97,30
5	BÉLGICA	36,13
6	FRANCIA	11,11
7	ITALIA	6,34
8	PORTUGAL	3,27
9	IRLANDA	0,86
10	ANDORRA	0,71

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía.

La industrialización de las empresas queseras de Castilla-La Mancha frente a la desaparición de muchas explotaciones ganaderas de leche ha provocado por primera vez una escasez de materia prima, que ha dado lugar a una subida de la leche del 15% según Proagro.

Respecto al volumen de negocio que genera este sector las cifras han superado los 80.000 millones de pesetas. La característica principal de estas sociedades son empresas artesanales con una media de entre 4 y 5 empleados por empresa. La producción aproximada de quesos en el año superó las 100.000 toneladas, el número de empleados del sector era en 1999 de 2.500 personas, según el INE.

Mientras que las ventas de quesos han aumentado ligeramente en el territorio nacional respecto del año anterior, según Proagro las exportaciones se convierten en la salida de este producto, cada vez más excedentario por el alto grado de industrialización en la región.

En los cuatro primeros meses del presente año (2001) las exportaciones de quesos han aumentado un 46% en Castilla-La Mancha, según la delegación territorial del Instituto de Comercio Exterior ICEX. Los datos indican que las exportaciones, en millones de pesetas, han evolucionado de 2.114 millones en los cuatro primeros meses del ejercicio anterior a los 3.144 del presente. La principal provincia exportadora de queso el pasado ejercicio fue Toledo, que logró sacar fuera de las fronteras nacionales piezas por valor de 1.522 millones de pesetas, seguida muy de cerca por Albacete, con 1.331 millones, mientras que Ciudad Real aparece en tercer lugar con 839 millones y Cuenca y Guadalajara exportaron 15 y 22 millones de pesetas.

***Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Vinos. Año 2000
(En millones de pesetas).***

Orden	País	Importe
1	PORTUGAL	5.217,80
2	FRANCIA	4.201,20
3	ALEMANIA	3.285,31
4	DINAMARCA	1.860,80
5	REINO UNIDO	1.838,81
6	SUECIA	1.785,82
7	PAISES BAJOS	1.327,12
8	CHINA	737,86
9	FINLANDIA	526,63
10	SUDAFRICA	475,29

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Vinos. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	324,73
2	POLONIA	5,02
3	ITALIA	3,78
4	PORTUGAL	2,58
5	ALEMANIA	1,32
6	AUSTRALIA	0,61
7	LUXEMBURGO	0,53
8	NUEVA ZELANDA	0,40
9	REINO UNIDO	0,29
10	CHILE	0,22

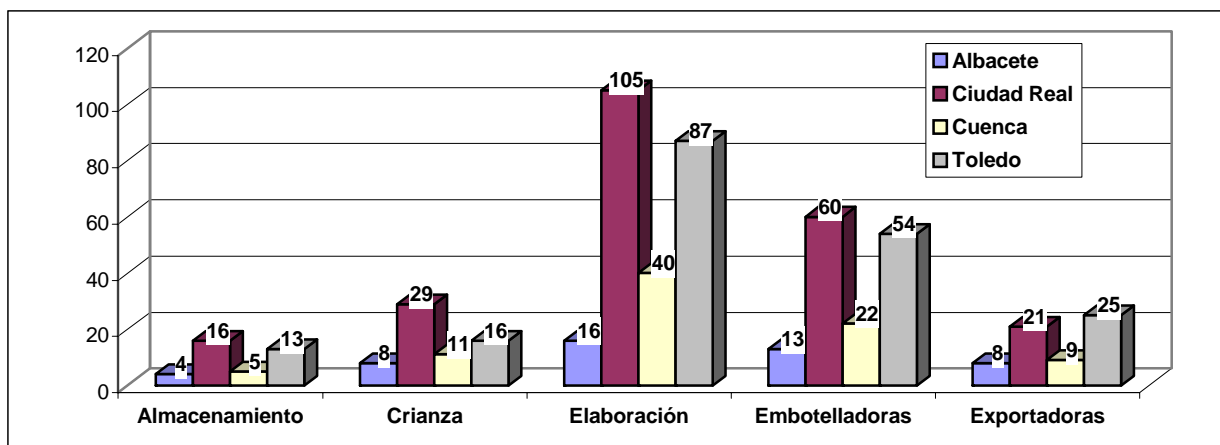
Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía

Al referirnos a los vinos de Castilla-La Mancha, es imposible no hacer mención de los vinos con denominación de origen que en esta región tienen a su máximo exponente en los caldos manchegos. Durante el pasado año 2000 la comercialización de los vinos manchegos ha experimentado un aumento del 8,5% en las exportaciones de vino embotellado, alcanzándose la cifra de las 10 millones de botellas exportadas con denominación de origen La Mancha.

Desde 1974 en el que fue aprobado la denominación por el Consejo de Denominación de Origen, los vinos “La Mancha”, dando cabida con esta nomenclatura a un total de 182 términos municipales; 12 en la provincia de Albacete, 58 en Ciudad Real, 66 en Cuenca y 46 en Toledo.

Esta es la región vitivinícola más extensa del mundo, con 191.468 hectáreas acogidas a esa denominación de origen, pertenecientes a 21.920 viticultores. Cuenta también con 291 bodegas y cooperativas inscritas, toda una industria del vino difícilmente igualable que supone uno de los principales motores económicos de la región.

Registro de bodegas por tipos de vino, denominación de origen La Mancha



Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria.

Por lo que respecta a los bienes de consumo en los sectores objeto de estudio, observamos las siguientes diferenciaciones en estos cuadros de exportación e importación por países.

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Muebles. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	ALEMANIA	4.755,41
2	FRANCIA	4.450,50
3	PORTUGAL	2.049,40
4	RUSIA	734,55
5	CUBA	604,45
6	REINO UNIDO	301,89
7	BÉLGICA	204,63
8	MÉXICO	168,90
9	REPUBLICA CHECA	138,22
10	ISRAEL	129,59

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Alemania, Francia, Portugal y Rusia son los primeros destinos de los muebles castellano-manchegos para el año 2000. Si bien estos destinos varían si hablamos de la exportación a nivel nacional, pues aquí Francia, Portugal, Reino Unido, Alemania y Bélgica son los principales destinos del mueble español.

Por comunidades, Valencia ocupa el primer lugar en volumen de exportación (71.793 millones de pesetas), seguida de Cataluña (48.619 millones). A gran distancia se sitúan el País Vasco (16.588 millones), Castilla-La Mancha (13.771 millones), Madrid (13.314 millones), La Rioja (12.671 millones) y Andalucía (12.053 millones), según los datos facilitados por la Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España (ANIEME).

La provincia de Toledo exporta muebles por valor de 10.565 millones de pesetas, lo que representa el 73% de las exportaciones de toda Castilla-La Mancha.

El principal mercado del mueble toledano es Alemania, que asume prácticamente el 50% de las exportaciones, con 4.755 millones, seguido de Francia y el Principado de Mónaco, con 4.448 millones importados en el año 2000.

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector de Muebles. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	ITALIA	498,47
2	PORTUGAL	293,06
3	ALEMANIA	265,40
4	CHINA	136,66
5	FRANCIA	73,45
6	INDIA	47,58
7	INDONESIA	34,24
8	REPUBLICA CHECA	31,59
9	FILIPINAS	29,90
10	CUBA	19,63

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Calzado. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	ESTADOS UNIDOS	4.857,83
2	FRANCIA	2.867,59
3	REINO UNIDO	1.303,07
4	ALEMANIA	893,95
5	PAÍSES BAJOS	762,51
6	BÉLGICA	581,80
7	ARABIA SAUDITA	549,88
8	PORTUGAL	509,98
9	ITALIA	412,24
10	GRECIA	290,86

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía

En Castilla-La Mancha existen 283 empresas dedicadas a la fabricación de calzado, representando el 3% del Valor Añadido Bruto regional, frente al 1,5% a nivel nacional. Se concentran en dos focos fundamentales que son la zona de Fuensalida (Toledo) y Almansa (Albacete). Además, es un sector que da empleo a 5.100 personas, con una media de 18 trabajadores por empresa y una facturación anual de 22.000 millones de pesetas.

Su mercado es principalmente nacional, si bien, aunque están creciendo el número de exportaciones.

Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Calzado. Año 2000
(En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	ITALIA	279,74
2	CHINA	248,93
3	FRANCIA	89,79
4	COREA DEL SUR	87,95
5	MALASIA	82,54
6	INDONESIA	65,28
7	INDIA	65,03
8	REINO UNIDO	55,10
9	PORTUGAL	27,59
10	NORUEGA	7,06

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Exportación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Textil
(materias y manufacturas). Año 2000 (En millones de pesetas).

Orden	País	Importe
1	FRANCIA	298
2	ARABIA SAUDITA	195
3	PORTUGAL	186
4	ITALIA	186
5	ALEMANIA	148
6	GRECIA	107
7	BULGARIA	90
8	BÉLGICA	87
9	REINO UNIDO	73
10	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	70

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

Las exportaciones de textiles, con 24,62 millones de euros., suponen casi el 2% del total de exportaciones de la comunidad.

Toledo y Albacete representan más del 84% del total exportado en la región aumentando en un 20% las exportaciones de la primera y disminuyendo ligeramente las exportaciones de la segunda. A nivel nacional, las exportaciones se incrementaron en un poco más del doble que las castellano-manchegas, indicando la buena "recuperación" del sector en el panorama nacional.

Las importaciones de textiles se redujeron en más del 26%, representando menos del 2% del total importado de la región.

A nivel provincial, la mayoría de las provincias presentaron una disminución en las importaciones, destacando la lograda por Guadalajara, de más de un 66%. Toledo representa el 40% de las importaciones en dicho sector para la región, con 26,28 millones de euros., incrementándose en más de un 15% .

***Importación de Castilla-La Mancha con respecto al sector del Textil
(materias y manufacturas). Año 2000 (En millones de pesetas).***

Orden	País	Importe
1	ITALIA	2.620
2	INDIA	552
3	BÉLGICA	449
4	FRANCIA	405
5	PORTUGAL	312
6	COREA DEL SUR	302
7	REPUBLICA CHECA	244
8	TURQUÍA	201
9	CHINA	188
10	AUSTRIA	179

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Mº de Economía

9. CONCLUSIONES GENERALES Y PERSPECTIVAS A CORTO PLAZO

En el presente estudio se ha analizado la situación de las empresas castellano-manchegas que actualmente operan en el extranjero o tienen algún tipo de vinculación comercial con los mercados exteriores y también de aquellas que en breve desean iniciar esa expansión internacional, centrándonos en aquellos aspectos considerados claves para situar las mismas en el contexto nacional y así poder adaptar nuestra oferta formativa a la demanda de esta comunidad autónoma, al ser esta una región poco exportadora pero con un gran futuro sobre todo en algunos sectores agroalimentarios y en determinados bienes de consumo, en las dos vertientes o líneas de actuación de la EOI: cursos online y cursos de formación presencial.

Un total de 26.132 empresas españolas exportan con regularidad, según el informe elaborado por las Cámaras de Comercio. De las 54.873 empresas que han exportado en 1999, castellano manchegas hay pocas. En esta Comunidad Autónoma sólo un 8,7% de las empresas venden fuera, frente al 33,6% de la Comunidad de Madrid o el 31,2% de Cataluña, registrándose en ambas comunidades la mayor participación de empresas en la exportación.

El peso específico de las exportaciones castellano-manchegas en el contexto nacional en el año 2000 y con respecto a las exportaciones se sitúa, según algunas fuentes, en el 1,50%. Cifra esta muy parecida a la registrada el año anterior en el que se llegó al 1,54%. El crecimiento de las exportaciones se situó aproximadamente en el 16%, por debajo de la media nacional que sobrepasó el 19%. Si bien hay que advertir que fueron 10 las Comunidades Autónomas cuyo crecimiento fue inferior a la media nacional.

Con respecto a las importaciones de esta región y su peso específico en el contexto nacional en el año 2000, hay que decir que se situó en el 2%, casi el mismo porcentaje que el año anterior.

Estos datos que se pueden calificar de escasos comparándolos con el resto de regiones, no pueden valorarse de forma aislada, sino que se debe analizar conjuntamente con la evolución que ha tenido la internacionalización de las empresas de Castilla-La Mancha en los años anteriores. Así, los datos acumulados que se reflejan en la evolución del

comercio exterior muestran una tendencia positiva, con un notable incremento de las exportaciones, pasando de 149.279 millones de pesetas en el año 1995 a 306.741 millones de pesetas en el año 2000, lo que significa un incremento porcentual del 51,33%, muy por encima de la media nacional en esos años.

Evolución del comercio Exterior en Castilla-La Mancha (En millones de pesetas)

	Exportaciones	Variación (%)	Importaciones	Variación (%)	Saldo	Tasa Cobertura
1992	79.043	-3,43%	126.316	6,96%	-47.273	62,58%
1993	111.671	41,28%	137.853	9,13%	-26.182	81,01%
1994	140.342	25,67%	155.862	13,06%	-15.520	90,04%
1995	149.279	6,37%	243.619	56,30%	-94.340	61,28%
1996	187.946	25,90%	259.086	6,35%	-71.140	72,54%
1997	231.780	23,32%	306.162	18,16%	-74.381	75,71%
1998	281.427	21,41%	368.968	20,51%	- 87.541	76,27%
1999	264.274	-6%	451.557	22,38 %	-187.283	58,53%
2000	306.741	16,06%	540.649	19,72%	-233.908	56,74%

Fuente: Instituto de Comercio Exterior (ICEX). M^o de Economía.

En este esfuerzo de mejorar el grado de apertura de Castilla-La Mancha al Exterior, conviene señalar la conciencia generalizadora de la importancia que tiene la economía, que ha supuesto que los empresarios de Castilla-La Mancha hayan duplicado el valor de sus exportaciones en la presente década rompiendo así su tendencia tradicional a dirigir sus producciones y ventas sólo al mercado nacional.

Cabe destacar que Castilla-La Mancha es la primera región exportadora de zumos de frutas y hortalizas; segunda en exportaciones de calzado; tercera en exportación de aceite de oliva; cuarta Región española en exportaciones de vino y muebles, quinta en exportación de material electrónico (equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones), y en semimanufacturas de madera.

Según el estudio sobre Especialización Exportadora de España y de las Comunidades Autónomas (1986-1998), elaborado por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, y al que ya hemos aludido en el presente documento, Castilla-La Mancha ha registrado en estos 12 años un gran cambio en la estructura de sus exportaciones, perdiendo peso los sectores de menor intensidad tecnológica, a favor de aquellos con mayor intensidad tecnológica.

Los sectores de demanda alta y mayor intensidad tecnológica han ganado 18 puntos porcentuales frente a los 2,4 de la media española.

Castilla-La Mancha es la segunda región con mayor peso en exportación de productos de alta tecnología, con un 31,05% del total de las exportaciones, tras Madrid (35,66%) y muy por encima de 17,57% de peso que suponen en el conjunto de España.

Como se observa es evidente la evolución positiva de las exportaciones, que continúa consolidándose con una tasa de crecimiento de 16,06 por ciento, siendo el sector de la alimentación el más exportador de la región con 28,6 por ciento del total de las exportaciones de Castilla-La Mancha. El ligero punto de inflexión producido en el año 1999 ha venido producido por la crisis financiera internacional, agravada por la fuerte subida de los precios del petróleo, así como a la fragilidad del Euro frente al dólar. No obstante, examinando los datos referidos al año 2000 se constata que se ha remontado esta situación con un crecimiento superior al 16,06 %

En cuanto a las Importaciones, en el año 2000 sumaron un total de 540.649 millones de pesetas, con un crecimiento del 19,72% sobre 1999.

Estas oscilaciones de los flujos comerciales se verá parcialmente contrarrestada con la consolidación de los programas de internacionalización que se están acometiendo por las empresas castellano-manchegas, para mejorar su estructura comercial y su base exportadora.

Este creciente flujo de las importaciones viene producido por la mayor competencia resultante de la globalización de la economía y de la flexibilización de los mercados de productos. Todo ello unido al clima social y a la mayor competitividad del sistema

productivo regional, hace que se estén sustituyendo bienes nacionales, por bienes importados más competitivos.

Asimismo un estudio de la tasa de crecimiento a nivel provincial, pone de manifiesto que el grado de apertura hacia el exterior no es homogéneo, ya que inciden factores como la profesionalidad de los equipos directivos, el grado de apertura del sector, el reducido grado de penetración comercial, de ahí la importancia que tiene la adaptación de la empresa castellano manchega a los mercados exteriores y a las nuevas formas de comercialización como garantía para consolidar su presencia exterior incidiendo en temas como la identificación de la marca, la presentación, el envase, la calidad.

Uno de elementos claves para mantener esta senda de evolución positiva y lograr la consolidación definitiva de la estructura comercial exterior de las empresas de la región, viene dado por la mejora de la red interior de comunicaciones, con la vertebración regional de Castilla-La Mancha a través de la línea de Alta Velocidad, con la conexión entre sí de las capitales de provincia y con el centro y levante de España, que permitirá un incremento del grado de apertura exterior y, por ende, del crecimiento económico de la región.

Por lo que se refiere a la **estructura del comercio exterior** y según datos de la Dirección General de Comercio en Castilla-La Mancha (Ministerio de Economía), el volumen total de exportaciones en el año 2000 respecto a 1999 registró un aumento tanto a nivel regional como a nivel del Estado español (19,12%).

Conviene recordar que las ventas castellano-manchegas al exterior disminuyeron en un -6,01% en 1999 respecto al valor de exportación del año 1998, frente al crecimiento moderado registrado en el resto del Estado (5%), por lo que el año 2000 ha permitido recuperar el ritmo exportador hasta casi alcanzar las cifras de 1998.

Por su parte, el volumen total de importaciones en el 2000 respecto a 1999 presentó un moderado aumento en el caso de Castilla-La Mancha (un 19,73 % más respecto a 1999), siguiendo la tendencia a nivel de España (+ 22,28%). Valor significativo este si recordemos que en 1999 las importaciones castellano-manchegas aumentaron un

22,38% con respecto al año anterior, superando en 8,43 puntos el incremento experimentado por las compras españolas procedentes del exterior (+ 13,95%).

No obstante, se observa una ralentización del ritmo importador consecuencia de las peores perspectivas de crecimiento a nivel mundial apuntadas en el 2000.

En lo referido al grado de cobertura de las exportaciones respecto de las importaciones, éste fue del 56,74% con una pérdida de 1,76 puntos respecto a 1999), en contraposición al 74,09% alcanzado a nivel nacional (pérdida de 1,25 puntos respecto a 1999).

Estos datos ponen de manifiesto la recuperación de la actividad comercial en la región, pero con un ligero descenso del grado de cobertura (export/import) durante el 2000, tras la caída de casi 18 puntos en el periodo 98-99, que podemos considerar que se ha frenado o, al menos amortiguado, en el año 2000.

El comportamiento del saldo comercial en Castilla-La Mancha ha alcanzado en el 2000 un déficit de 1405,82 millones de euros, que si lo comparamos con los 1125,59 millones de euros de déficit en 1999 supone un incremento del mismo del 25%, bastante alejado del incremento del déficit comercial del período 98-99 que superó el 100%. Entre las causas del déficit comercial se destaca el encarecimiento del precio del barril de petróleo en un 60% respecto al precio medio del año 1999 y la depreciación del euro respecto al dólar en un 15,6% durante el 2000, aunque en este caso el efecto negativo es menor que en el primero.

El mayor valor de los productos de la zona dólar ha sido compensado con el aumento de las exportaciones españolas a dicha zona en más de un 24%, y las de Castilla-La Mancha entorno al 50%.

En el aspecto macroeconómico, dicho déficit comercial se sitúa en torno al 5% del PIB de Castilla-La Mancha. La cifra apuntada, además, permite anticipar bajos niveles de inversión exterior en ambos sentidos, considerando que el mero intercambio comercial con el exterior es un eslabón lógico, pero básico, de la cadena económica. Castilla-La Mancha está ahora adentrándose en la etapa comercial y todavía no ha desarrollado la de inversión en el exterior, salvo algunas excepciones contadas.

Analizando el Grado de Apertura de Castilla-La Mancha al exterior, cabe decir en el año 2000 el Grado de apertura se situó en el 24,37%, la mitad que a nivel del Estado. Esta región es, pues, bastante poco abierta ya que el grado de apertura de países considerados como de economía abierta al exterior está en cifras en torno al 60%.

En lo referente al **análisis sectorial** de las exportaciones e importaciones de Castilla-La Mancha se vuelve a constatar la tradicional débil especialización exportadora, en el contexto español, de la región, ha dado un giro. El sector agroalimentario, con un valor del índice de especialización comercial de 2,11 en el 2000, estaría ya dentro de la especialización fuerte por lo que a la exportación se refiere, dentro de una senda de continuo crecimiento desde 1997.

No cabe duda que existe una clara relación opuesta entre los dos índices de especialización calculados, de tal forma que una mayor especialización productiva viene acompañada por una baja especialización exportadora con relación a aquélla, lo que induce a pensar que la producción de estos sectores está destinada, en su mayor parte, al consumo interno nacional.

Las exportaciones de los productos agroalimentarios, alcanzaron en el año 2000 en esta región los 89.887 millones de pesetas con un incremento con respecto al año anterior del 14,38% -78.589 millones de pesetas-, superando la caída registrada del año anterior 0,35%, y superando igualmente en más de 4 puntos el crecimiento registrado a nivel nacional (10,22%).

En volumen total de las exportaciones estas cifras del sector agroalimentario representaron el 29,30% del total de las exportaciones castellano-manchegas, coincidiendo con el mismo porcentaje que se alcanzó en el año 1999. A nivel nacional estas exportaciones supusieron el 3,16% de las exportaciones nacionales del sector agroalimentario. Sin duda las exportaciones de zumos de frutas y hortalizas, donde esta región se sitúa a la cabeza en cuanto a las exportaciones de dichos productos, contribuyeron en gran medida a alcanzar los valores del año 1999, en lo relacionado con el sector agroalimentario.

Las importaciones de productos agroalimentarios fueron en el 2000 en Castilla-La Mancha de 54.428 millones de pesetas, es decir, el 1,90% menos que en 1999. Este sector representa el 10,07% de las importaciones castellano-manchegas (12,29 en 1999) y el 2,09% del total de importaciones agroalimentarias españolas (2,25 en 1999).

El incremento negativo en el valor de las importaciones de Agroalimentarios se debe a diversas partidas arancelarias, destacando las importaciones del subsector de "Grasas y Aceites Animales y Vegetales" que han disminuido un 63%, pasando a representar el 0,8% de las importaciones de agroalimentarios de la región en el 2000 frente al 2,20% del año 1999.

Por lo que respecta al resto de productos castellano-manchegos con relevancia en las exportaciones regionales, y en lo concerniente al sector del *vino*, se ha experimentado en el último año (2000), un descenso de las exportaciones de un 7%, rompiendo la tendencia alcista registrada en los dos últimos años, y muy a pesar de que la producción de vino de la región se incrementó en un 28,5% en ese mismo año.

El peso específico de los vinos sobre la economía regional sobre el total regional exportado es de un 8%, ocupando el tercer puesto dentro del "ranking" de los productos más exportados de Castilla-La Mancha. El peso específico de esta bebida a nivel nacional representa aproximadamente el 12% de la totalidad de vino exportado.

La exportación de vinos en el año 2000 se situó en 145,9 millones de euros aproximadamente, unos 24.276 millones de pesetas. Ciudad Real es la provincia que más exportó este producto a nivel regional con más de un 60% del total exportado en la región, seguida de Albacete y Toledo.

En cuanto a las importaciones de este líquido, se aprecia que estas disminuyeron en más de un 51% con respecto al año 1999, representando aproximadamente 339 millones de pesetas, algo así como el 0,1% del total de productos importados en la región., aunque dichas cifras están un poco lejos de las recogidas en 1998 con menos de un millón de euros el total de lo importado.

Respecto al sector del queso y sus derivados, estos productos han tenido siempre un comportamiento positivo en esta región. No presentan cambios relevantes en lo

referido a la balanza comercial con respecto a 1999, pues se ha alcanzado un valor de 3.729 millones de pesetas en el año 2000, es decir un 5% más que el año anterior. Aunque se observa un descenso en lo relacionado con la cuota de mercado exportador, pues en 1998 el peso específico de estos productos castellano-manchegos era del 23% del total de los quesos españoles exportados, en 1999 y 2000 se ha reducido a un 19%.

Este dato viene a corroborar que los quesos de esta región pierden cuota con respecto a otros quesos nacionales, toda vez que el mercado nacional sigue importando quesos -en el año 2000 se incrementó en un 3% con respecto a 1999-, para completar la demanda interna.

Con relación a las importaciones observamos el descenso producido con respecto a 1999 que se sitúa en un 25%, en contra de la tendencia a nivel nacional que ha incrementado sus importaciones en un 3%.

Albacete es la provincia que destaca pues con 710 millones de pesetas, ha disminuido en más de un 42% sus importaciones, presentando una tasa de cobertura por encima de 100% por segundo año consecutivo.

Toledo y Cuenca presentaron valores prácticamente nulos para la importación de quesos, y Ciudad Real incrementa dicho valor en un 67%, mientras que Guadalajara sorprendió con un aumento de más del 500%.

El sector del *aceite de oliva* ha experimentado un considerable aumento en las exportaciones en más de un 100%, con respecto al año 1999, junto con un descenso en las importaciones cercano al 86% comparadas con ese mismo año.

Castilla-La Mancha es la segunda región productora de aceite de oliva después de Andalucía, siendo Toledo, como ya se ha dicho anteriormente, la provincia con mayor producción y con mayor exportación de aceite de ellas.

Las exportaciones de este preciado líquido muestran la gran especialización de dicho producto en la provincia de Toledo que con 5.274 millones de pesetas, representó el 83% del total de exportaciones en el año 2000, recuperándose así las cotas alcanzadas en el año 1998.

Por tanto, estos datos son indicadores del aumento de las exportaciones del año pasado y que a buen seguro disminuirán en el año 2001, debido a que a mitad del año 2001 se detectaron en varias partidas de determinados tipos de aceite de oliva de orujo partículas de *benzopileno* cuyo componente en ciertas dosis es cancerígeno.

En lo referido a las importaciones de aceite de oliva, se ha experimentado una gran disminución con respecto al ejercicio anterior, en correspondencia con el resto de la nación, pues de 831 millones de pesetas que fue el valor por el cual se realizaron compras en el exterior de este producto.

El total de las importaciones realizadas corresponden a Toledo por ser esta provincia, como ya hemos comentado, la más significativa a nivel regional en cuanto a lo que se refiere al aceite de oliva.

El sector de productos cárnicos sigue siendo muy importante en la economía de Castilla-La Mancha representando casi el 44% del total de las exportaciones agroalimentarias junto con el subsector del vino.

El comportamiento general de la región para este tipo de productos ha sido de un incremento tanto de las exportaciones como en las importaciones, alcanzando las primeras un 74% comparado con el año 1999 y un 14% de incremento en las segundas con respecto a dicho año.

Sin embargo, descendieron tanto las exportaciones como las importaciones con respecto a los datos de 1999. En las exportaciones nacionales se apreció un descenso en torno a un 4%, pero más significativo fue este descenso en las importaciones que cayeron un 18% comparado con dicho año.

En lo referente a las exportaciones, hay que decir que la mayoría de ellas corresponden a la carne bovina (Ta-0201 y 0202), con más de 5.324 millones de pesetas, lo que viene a representar más del 35% del total de las exportaciones.

Aunque resulta paradójico este aumento de las exportaciones, pues la crisis de las "vacas locas" -recordemos que el primer caso en España apareció en noviembre-, y la amenaza de la *fiebre aftosa* no han afectado a las exportaciones cárnicas de la región en

el 2000, sino que éstas han aumentado, -como consecuencia, creemos, de que en esta región se han dado muy pocos casos de la primera enfermedad en este tipo de carne-.

Síntoma de la llegada de la tranquilidad a los mercados es que actualmente el precio de la carne de bovino ha logrado alcanzar el mismo nivel, que tenía antes de producirse los primeros casos de dicha enfermedad.

En el ámbito provincial destaca nuevamente Toledo con el 84% de las exportaciones regionales de carne en el año 2000 con un total de 18.841 millones de pesetas. Este dato comparado con el año 1999 en el que exportó por valor de 18.841 millones de pesetas refleja un aumento del 87% en el 2000.

Con respecto a las importaciones resaltar que las carnes y despojos comestibles representan entorno al 18% de las importaciones del total de productos importados de la región. La mayoría de estas importaciones se trata de carne porcina que supusieron un total de 7.878 millones de pesetas.

Las provincias castellano-manchegas que realizaron más compras en extranjero fueron Toledo con más de 8.486 millones de pesetas y Guadalajara con cerca de 1.164 millones de pesetas en el año 2000. Ciudad Real llegó a importar por valor de dos millones y medio, y el resto de las provincias no alcanzaron el millón de euros. Con respecto al año 1999 las importaciones aumentaron en Toledo con el valor más destacado, Cuenca y Ciudad Real.

Por otro lado y en lo concerniente a los bienes de consumo La exportación en dicho sector fue en el 2000 en Castilla-La Mancha de 57.167 millones de pesetas, experimentando un aumento del 7,45% respecto a 1999, 2 puntos más que el crecimiento de 1999. Estas cifras representan en 2000 el 18,64% de las exportaciones castellano-manchegas (20,13% en 1999) y el 2,05% del total de exportaciones españolas del sector (2,23% en 1999).

El sector de bienes de consumo se ha beneficiado del período económico expansivo y han seguido creciendo a tasa moderadas pero recuperándose del período de crisis 98-99.

Por lo que respecta al sector del *calzado* sigue teniendo un comportamiento positivo, con un superávit en su balanza comercial de 15.073 millones de pesetas. Fruto de ello ha sido que las exportaciones han aumentado considerablemente, en más de un 22%, superándose la recesión exportadora que aparecía a nivel nacional a comienzos de 1999.

Se cifra en más del 5% el peso de las exportaciones regionales de estos productos sobre el total regional exportado, ocupando un meritorio cuarto puesto en el "ranking" de los productos más exportados durante el 2000 en Castilla-La Mancha. Las exportaciones de calzado regionales representan también el 5% de las exportaciones nacionales de este subsector, es decir cifra superior a la conseguida el año anterior.

El volumen total de las exportaciones de calzado alcanzó en el 2000 la cifra de 102,87 millones de euros, concretamente el 5,5% del total de las exportaciones de esta comunidad.

En cuanto a las importaciones, éstas han aumentado ligeramente (2%), con un valor de algo más de 1.997 millones de pesetas. Las importaciones de este sector representan menos del 0,4% del total importado en la región, situándose en los últimos puestos del "ranking" de productos importados.

Por provincias destaca como la más importadora Toledo, a pesar del descenso de poco más del 1% en sus importaciones, ya que dichas importaciones representan el 77% del total importado. Albacete ha incrementado en el 2000 el porcentaje importado pero no es significativo respecto al volumen exportado.

El sector textil ha incrementado las exportaciones en un 4%. Aunque si bien, se va reduciendo el déficit comercial en más de 3.898 millones de pesetas, debido tanto al incremento de las exportaciones y sobre todo al fuerte descenso de las importaciones - en más de un 26%-.

El peso específico de la exportación de este subsector sobre el total regional es de casi un 2%, si bien es cierto que el peso específico de las exportaciones regionales no superan el 0,5% de las nacionales para dicho subsector.

En lo referente a las importaciones, éstas se redujeron en el año 2000 más del 26%, representando menos del 2% del total importado en la región. Aunque si es cierto que sigue habiendo déficit comercial de éstos productos en el balance comercial regional

Aunque la mayoría de las provincias castellano-manchegas registraron disminuciones en las importaciones de estos productos en el pasado año, las más importadoras fueron Toledo que representa el 40% de las importaciones regionales de estos productos, incrementándose en más de un 15% con respecto al año anterior, y Guadalajara con una disminución de más del 66%.

Por lo que respecta al sector de muebles y mobiliario, Castilla-la Mancha es una de las principales exportadoras de muebles y productos de madera habiendo exportado mobiliario por valor de 14.468 millones de pesetas, en el año 2000, cifra que representa un crecimiento del 5,05 por ciento respecto a 1999.

Por provincias destaca Toledo, donde los productos de la madera y el mueble ocupan el primer lugar entre las exportaciones, vendió muebles por valor de 9.457 millones de pesetas durante 1997, concentrando el 82% de las exportaciones regionales de muebles.

En relación con las importaciones, destacar que se experimentó un gran incremento, pues aumentaron con respecto al año anterior un 67%, aunque como contrapartida no representan más que el 0,4% del total importado en la región. Este incremento en las compras en el extranjero es debido al fuerte aumento de las importaciones de Toledo, Guadalajara y Ciudad Real, ya que el resto de provincias no presentan un valor significativo de las importaciones de dicho sector. Toledo presenta, por sí sola, más de la mitad del total de las importaciones de este subsector en la región.

Toledo superó los 1.331 millones de pesetas en el año 2000, y Guadalajara, la segunda provincia en cuanto a volumen importador, más de 500 millones de pesetas.

Como conclusión tanto a las exportaciones como a las importaciones de estos sectores más característicos de la economía internacional castellano-manchegas, diremos que esta región adolece de una gran concentración de las exportaciones en un reducido número de capítulos, donde las manufacturas y el sector agroalimentario siguen

acaparando las dos terceras partes de las exportaciones castellano-manchegas con un alto grado de especialización.

En las importaciones predomina la misma concentración de los productos, argumentada anteriormente en las exportaciones, los diez capítulos más significativos de las importaciones regionales del año 2000 suponen más del 75% del total de las importaciones de esta región. El crecimiento de las importaciones de semimanufacturas, junto con los bienes de equipo, explican el incremento de las importaciones, y el déficit comercial acumulado en el período en esta región, respecto a los datos nacionales.

Por otra parte y en lo relacionado con el **empleo** y el comercio exterior de las pymes en Castilla-La Mancha, este estudio refleja que la mayoría de las empresas castellano-manchegas son empresas con un número pequeño de trabajadores; un 65,5% de dichas empresas afirma disponer de una plantilla total de entre 10 y 25 trabajadores.

Se deduce, igualmente, que las empresas con un mayor potencial en recursos humanos, pueden destinar un mayor número de trabajadores a los departamentos de exportación, mientras que en empresas menores esto no es posible por falta de medios personales.

Por sectores destaca el sector de la industria alimentaria como el que menos trabajadores de media tienen, pues un 71,8% de los representantes de este sector afirmó en la referida encuesta que su plantilla de trabajadores se situaba entre los 10 y 25 empleados, mientras que los otros sectores estudiados como el de la industria textil y confección alcanzaron porcentajes más bajos (un 55%), o el sector de la madera y muebles y el de cuero y calzado con un 54,3% y un 65,7% respectivamente.

Por el contrario, los sectores con más número de empleados –entre 50 y 249 trabajadores-, son por este orden, el textil y de confección con un 25% de sus representados, el del calzado y el cuero con un 22,9%, el de la madera y mueble con un 14,3% y el de la industria alimentaria con un 14,6%.

En lo que respecta a la facturación empresarial, las empresas que facturan de 250 a 500 millones de pesetas anuales, el mayor porcentaje de las mismas –89,2%-, se refiere a aquellas empresas que tienen menos de 3 personas en su departamento de exportación.

Aquellas que han manifestado que su volumen de negocio se encuentra entre 501 millones de pesetas y 1000 millones, el mayor porcentaje -65,2-, de éstas se refiere a aquellas empresas que disponen de menos de 3 personas en su departamento de exportación, otro 30% sostiene que a su departamento de exportación se dedican entre 3 y 5 personas.

Las empresas que han afirmado tener una facturación anual de entre 1001 millones de pesetas y 2000 millones de pesetas tienen repartido a partes iguales sus porcentajes entre aquellas que afirman dispones de 3 empleados en su departamento de exportación y aquellas otras que afirman disponer de entre 3 y 5 empleados.

Igualmente sucede con aquellas empresas castellano-manchegas que han manifestado que su volumen de negocio anual se sitúa entre los 2001 millones de pesetas y los 3000.

Como pequeña conclusión en lo relativo al número de trabajadores de las empresas de esta región que tienen actividad comercial con mercados internacionales, podemos decir, que se vislumbra una relación lógica entre el volumen de negocio que mueven las empresas anualmente y el número de trabajadores que disponen las mismas en su departamento de exportación.

Así a medida que las empresas van creciendo en lo relacionado con la facturación anual, van teniendo más trabajadores dedicados al departamento de exportación, aunque como hemos apuntado anteriormente el mayor porcentaje de los entrevistados (más de un 65%) disponen de plantilla total entre 10 y 25 trabajadores, siendo otro 17% el representado para las empresas que afirman tener entre 26 y 49 empleados y el 17,5% restante para las que disponen de entre 50 y 249 trabajadores.

Las pymes castellano-manchegas no se caracterizan por tener una relevancia internacional muy marcada.

Así del total de las empresas consultadas en el estudio EOI 2001 sobre la internacionalización de las pymes castellano-manchegas, es decir 200, 171 de ellas han manifestado que actualmente comercializan sus productos con el extranjero, y por otro

lado 21 empresas de ese total de las doscientas encuestadas, afirmó que lo haría en un período corto de tiempo no superior a los tres años siguientes.

Así del total de las empresas consultadas, es decir 200, 171 de ellas han manifestado que actualmente comercializan sus productos con el extranjero, y por otro lado 21 empresas de ese total de las doscientas encuestadas, afirmó que lo haría en un período corto de tiempo no superior a los tres años siguientes.

Hemos constatado, asimismo, que no todas las empresas que actualmente mantiene algún tipo de relación comercial internacional, disponen de departamentos de exportaciones, pues si como hemos señalado anteriormente son 171 las empresas que han manifestado que en la actualidad mantienen algún vínculo comercial en el extranjero, únicamente 104 empresas afirman disponer de un específico departamento de exportaciones. Siendo el mayor porcentaje de dichas empresas las que afirman que en el referido departamento disponen de menos de tres trabajadores realizando esas funciones.

Los sectores más internacionales son por este orden, el de cuero y calzado pues la totalidad de las empresas encuestadas representantes de este sector han afirmado comerciar en la actualidad sus productos fuera de España. Le sigue el sector de la madera y el mueble con un porcentaje de un 94,3%. Después el de la industria alimentaria con un porcentaje también muy alto del 78,6%. La industria textil y de confección se situaría después con el 75% de sus representados.

Las empresas castellano-manchegas que actualmente mantienen relación comercial fuera de España, son empresas con poca experiencia en el comercio internacional, pues el mayor porcentaje de éstas, con un 38,3%, corresponde aquellas empresas que iniciaron su proceso de internacionalización de su empresa hace menos de 5 años, seguido de aquellas que lo hincaron entre 5 y 10 años antes, con un 35,9%. Un escaso 11%, corresponde aquellas empresas que afirmaron iniciar su proceso de internacionalización hace más de 20 años.

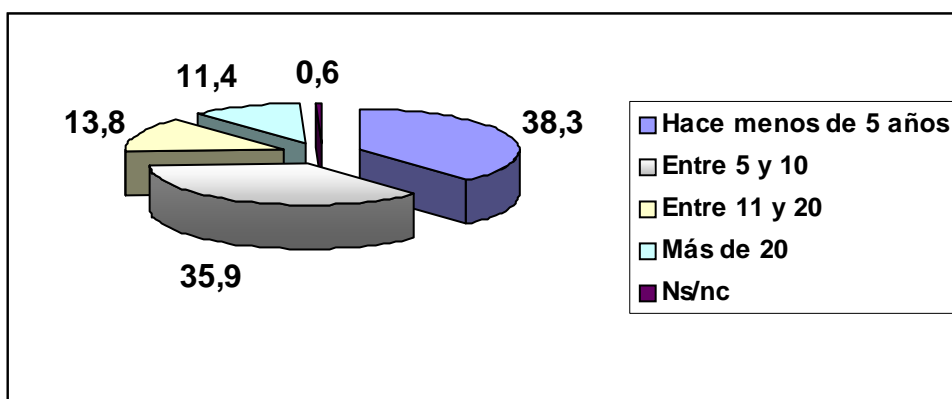
Por el contrario aquellas empresas que esperan iniciar la comercialización de sus productos en menos de tres años, destacan por sectores el de textil y confección como

el más lento de los encuestados para iniciar esa expansión de sus productos, seguido del sector alimentario y en menor medida el sector de la madera y el mueble.

Por tanto si realizamos una diferenciación de las empresas castellano-manchegas objeto de estudio por sectores, observamos que los sectores más internacionales son los bienes de equipo -la industria del calzado y el cuero-, seguido del sector alimentario.

Inicio del proceso de internacionalización de las empresas castellano-manchegas.

(En porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

Respecto a la relación existente entre el número de trabajadores totales que tienen las empresas castellano-manchegas y su relación comercial internacional, nos damos cuenta que a medida que se incrementa el número de trabajadores totales de la empresa éstas son más internacionales.

Así de aquellas empresas que afirmaron tener relación comercial en la actualidad con el extranjero, es decir 171 empresas del total de las 200 consultadas, las más internacionales son aquellas que sostienen tener una plantilla de entre 50 y 249 trabajadores, seguidas de aquellas que afirmaron disponer de entre 26 y 49 trabajadores como plantilla total.

Las dificultades para la internacionalización de los bienes o productos de las empresas castellano-manchegas son variados, pero se podían sintetizar en los siguientes: falta de

recursos humanos, falta de medios económicos, poco conocimiento del mercado y falta de asesoramiento.

Los problemas que tienen las empresas de la región para internacionalizar sus productos, se pueden resumir en primero el desconocimiento de los mercados con un 34% del total de los encuestados, el segundo puesto sería para la falta de ayudas a la internacionalización con un 28%, seguido de la falta de competitividad con 21% y de la falta de formación del personal con un 13,5%. Cabe destacar que un 7,5% de los encuestados afirmaron no tener ninguna dificultad, mientras que el porcentaje de los que no se decantaron por ninguna alternativa fue del 16,5%.

El programa Interpyme, puesto en marcha por la Confederación de Empresarios de Castilla-La Mancha, tiene como objetivo promover y facilitar la cooperación entre empresas, como estrategia de internacionalización y exportación de sus productos. El desconocimiento de los mercados foráneos es el principal obstáculo con el que se encuentran los empresarios manchegos a la hora de salir al exterior.

Sobre el **grado de inserción de las nuevas tecnologías** en la internacionalización de las pymes de esta región podemos concluir que la inmensa mayoría de las pymes castellano-manchegas poseen unos equipos informáticos más o menos novedosos. De los sectores objeto de estudio que más cuida el estado de estos equipos informáticos es el de alimentación, seguido del de calzado y cuero y el de la industria textil y confección. Siendo el sector de la madera y el mueble el que menos dinero invierte –de los sectores anteriores- en la actualización de sus equipos informáticos.

Existe una relación proporcional entre el estado de los equipos informáticos de las empresas así como de las aplicaciones informáticas y su nivel facturación y número de trabajadores que tienen. Pues a mayor nivel de facturación de las empresas y mayor número de trabajadores en la misma, más nuevo son los equipos informáticos.

Por otra parte, observamos que cada vez más las empresas se apoyan en soportes informáticos tanto en su gestión interna como en sus relaciones con otras empresas y clientes.

El principal soporte de gestión informática al que recurren estas empresas de actividad internacional es el de contabilidad y finanzas, pues el 98% de las empresas encuestadas afirman disponer de programas informáticos relacionados con la contabilidad empresarial. Únicamente un 1% de las empresas, es decir dos del total de las 200 consultadas, manifestaron que carecían de dichas aplicaciones informáticas.

Aplicaciones informáticas de márketing y ventas, producción, logística y personal y recursos humanos son por este orden las que más valoran y disponen actualmente las empresas.

En lo referente a las herramientas de gestión que utilizan las empresas objeto de estudio, destacamos que los equipos informáticos han desbancado al teléfono-fax en el primer puesto del ranking. Aunque que la incorporación de las nuevas tecnologías al mundo empresarial ha revolucionado por completo la gestión de las mismas, todavía las empresas utilizan muy poco el comercio electrónico (un 14,4%) Si bien es cierto que el correo electrónico está instalado en la mayoría de las empresas, a modo de ejemplo, el 85% de las pymes consultadas afirma, disponer de correo electrónico e internet.

La importancia del cambio que se está produciendo en la gestión de las empresas es enorme, afectando incluso a las actividades internacional de las mismas. Aunque si bien es cierto, que este cambio no es tan rápido como se quisiera, pues existe cierto recelo en cambiar de prácticas comerciales a otras más novedosas tecnológicamente que hacen que todavía las empresas duden de la eficacia de las mismas, pero con el paso del tiempo estos celos se irán subsanando.

Si se desprende que las empresas son conscientes de la importancia de las herramientas y aplicaciones de Internet que están teniendo en la actividad internacional de las mismas. Así la mayoría de las empresas encuestadas, afirman que el cambio de Internet en su actividad internacional se puede calificar como de mucho o bastante, pues un 53,5% de los encuestados así lo afirmaron, frente al 38,5% que se decantaron por considerar dicho cambio como de poco o nada.

La utilidad de Internet en relación con los mercados exteriores, constatamos que la mayor utilización de la misma, se refiere a la búsqueda de información –con un 69,5% del total encuestado-. El segundo uso mayoritario de Internet en relación con los mercados extranjeros, sería aquel encaminado a la comunicación con sus clientes, distribuidores, etc., con un 59%, promocionar los productos sería el tercer uso mayoritario con un 41,5% del total encuestado.

La información que solicitan de Internet las pymes internacionales castellano-manchegas es la referida a las empresas y productos competidores (con un 41%), siendo el segundo mayor porcentaje el dedicado a la información ferias y eventos promocionales, y el tercer mayor porcentaje tiene relación con la localización e información sobre clientes potenciales.

En lo relacionado con el análisis de las **provincias** de Castilla-La Mancha, hemos de señalar que en relación con Albacete, el volumen de exportación para el año 2000 fue de 57.155 millones de pesetas, que representa un incremento del 27,6% respecto a 1999. El peso del volumen de la exportación de la provincia sobre la región castellano-manchega es del 19%.

Continúa la fuerte sectorialización en la provincia, donde el calzado, con un volumen de 14.167 millones de pesetas exportados en 2000, representa el 25% de las exportaciones de la provincia y más del 90% del total regional para dicho sector. Tras el calzado, los sectores de productos semielaborados metálicos, electrónica-informática, vinos y equipos, componentes y accesorios de automoción ocupan las primeras posiciones como sectores más dinámicos en cuanto a la exportación, con un 40% del total de las exportaciones de la provincia.

Albacete presenta un volumen de importaciones para el 2000 de 47.038 millones de pesetas, con incremento del 8,7% respecto a 1999. El peso de las importaciones de la provincia sobre el total regional es del 8%.

Ciudad Real presenta un volumen de exportaciones de 80.727 millones de pesetas para 2000, con un incremento del 29,2% respecto a 1999, lo que corrobora las buenas perspectivas de la provincia, efecto de la mejora en la infraestructura de

comunicaciones, manifestada ya en años anteriores. El peso de las exportaciones provinciales sobre las regionales es de un 26% del total de las exportaciones

Los sectores más relevantes siguen siendo el de productos químicos y vinos, que conjuntamente representan el 56% del total de las exportaciones de la provincia. Las exportaciones provinciales de vino representan el 60% del total de vino exportado en Castilla-La Mancha y las de productos químicos el 68% del total regional exportado para ese sector.

Por lo que se refiere a la importación, Ciudad Real continúa presentando los menores valores de importación de la región con 23.392 millones de pesetas (4% del total regional) lo que se traduce en un superávit en la balanza de pagos de 57.335 millones de pesetas.

La provincia de Cuenca presenta un volumen de exportaciones para 2000 de 20.194 millones de pesetas, un 27% menos que el ejercicio anterior. Dicho valor, representa un 7% del volumen total de exportaciones de Castilla-La Mancha, es decir, el valor más bajo de todas las provincias castellano-manchegas.

El peso del volumen de importación de la provincia sobre la región de Castilla-La Mancha es muy bajo, en torno al 6%, con un volumen de importaciones de 34.059 millones de pesetas, un 16,7% menos que el año anterior.

Respecto a Guadalajara, el peso de las exportaciones de la provincia sobre el total regional ha alcanzado el 17%, aunque sigue siendo sensiblemente bajo en comparación con su gran peso importador en el total de la región, lo que hace que su balanza comercial sea deficitaria de forma crónica. El volumen de las exportaciones para 2000 fue de 50.962 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 7% sobre el año 1999.

En cuanto a la importación, el volumen para el 2000 fue de 310.915 millones de pesetas, lo que representa un incremento de más de un 30% sobre el período anterior. El peso de las importaciones de Guadalajara sobre el total de la región sigue siendo excepcionalmente fuerte, con un 57% del total de las importaciones regionales, y contribuyendo al déficit comercial en más de 259.895 millones de pesetas.

El volumen de exportaciones en Toledo y su provincia ha aumentado un 20% respecto a 1999. Sigue así ocupando el primer lugar en el "ranking "de provincias exportadoras de la región durante el 2000, con un valor exportado de 97.700 millones de pesetas y representando el 32% del total de las exportaciones castellano-manchegas.

Respecto a la exportación, el sector de carnes y despojos frescos es el líder de las exportaciones de la provincia, por un valor de 10.988 millones de pesetas, seguido de muebles y electrónica e informática con 10.566 millones de pesetas.

Las importaciones de Toledo y provincia en 2000 fueron de 125.243 millones de pesetas, incrementándose en un 19% respecto al año anterior.

En lo concerniente a las **áreas geográficas** origen y destino de los productos de las empresas castellano-manchegas, señalamos la excesiva concentración en el mercado europeo, así con respecto a la *Unión Europea*, del total de las empresas consultadas (200), dedicadas a estos sectores objeto de estudio, la mayor parte de ellas 110, afirman que iniciarán o incrementarán su actividad hacia dicha zona geográfica.

Dentro de esta zona geográfica se observa que el sector que más relación comercial tiene con la Unión Europea es el sector del cuero y calzado con un 71,4% de las empresas de dicho sector, seguido del sector de la alimentación, bebidas y tabaco con un 67,8%, y el de textil y confección con un 66,7%, y en último puesto quedaría el sector de la madera y muebles con un 54,8% del total de las empresas entrevistadas de este sector.

Otra dato a destacar es que la mayor parte de estas empresas que realizan comercio con esta área geográfica son empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales, es decir 55 empresas.

La segunda gran zona o área geográfica sería el *resto de Europa* con 58 empresas, siendo el sector mayoritario, el de alimentación, bebidas y tabaco con 28 de ese total, seguido del sector de madera y muebles con 13 empresas dirigidas a esta zona geográfica.

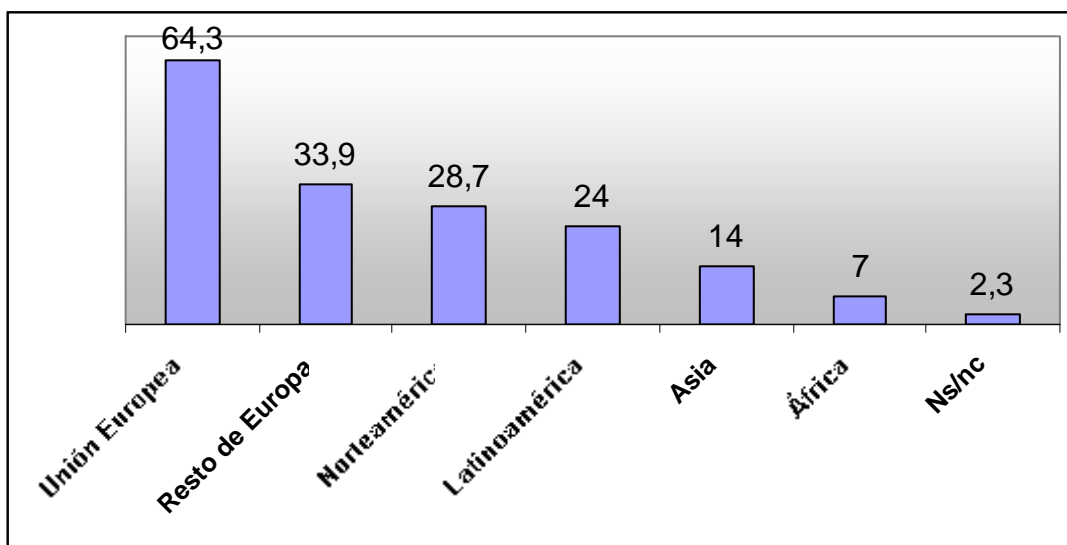
Con respecto a *América del Norte* (Estados Unidos y Canadá), observamos que 49 empresas son el total que han contestado a la pregunta de si iniciará o incrementarán su actividad hacia dicha zona. De las cuales, 26 corresponden al sector de la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, y 12 al de la madera y muebles.

Latinoamérica, es la tercera zona geográfica de las pymes entrevistadas, pues un total de 41 de éstas afirman tener relación comercial con esta zona. Aunque, si bien es cierto, que la mayoría de estas cuarenta y una empresas pertenecen al sector de la alimentación, bebidas y tabaco con 24, seguido nuevamente del sector de la madera y muebles con 9 empresas. En lo relacionado con la facturación, volvemos a constatar lo anteriormente dicho, pues la mayor parte de esas 24 empresas (16) corresponden a aquéllas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas, seguidas de las que facturan entre 50 y 249 millones con 12 empresas representantes que afirman comerciar con Latinoamérica.

Asia es la penúltima zona geográfica con 24 pymes que se inician o incrementan relaciones comerciales con dicho continente, de las que 10 corresponden a la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, siendo igualmente las pequeñas y medianas empresas que facturan anualmente entre 250 y 500 millones de pesetas las que más relación comercial tienen o van a tener con dicha zona de ese total de 24 empresas.

África la última zona geográfica con 12 pequeñas y medianas empresas. De las cuales 6 corresponden al sector de alimentación y 3 al sector de la madera y el mueble. Con respecto al nivel de facturación observamos la misma tónica que lo manifestado anteriormente para las empresas que facturan entre 250 y 500 millones de pesetas anuales.

Áreas geográficas en las que se van a iniciar o incrementar la actividad, las empresas consultadas. (En porcentaje. Respuesta múltiple).



Fuente: Encuesta EOI. La Internacionalización de las PYMES en Castilla-La Mancha, 2001.

El estudio del "ranking" de los principales países proveedores y clientes de Castilla-La Mancha muestra la importancia de Francia-Mónaco y Alemania en las relaciones comerciales con ambos países. Así, mientras que los Francia-Mónaco concentra el 20,8% de las exportaciones castellano-manchegas, y suministra el 9,8% de las importaciones, Alemania ocupa la primera posición en el ranking importador, con una participación superior al 48,1%, mientras que es destinatario del 11,6% de las exportaciones castellano-manchegas.

De los demás países, es de destacar la evolución reciente del mercado luso, como segundo receptor de las exportaciones castellano-manchegas, con un crecimiento continuado en torno al 20% anual, situándose casi a la par que el mercado francés, y el británico, por el lado de las importaciones, tras Francia y Mónaco pero, lógicamente, muy por detrás de la importancia de Alemania como origen de nuestras importaciones.

Por otra parte, se produjo un significativo aumento (24,17%) de las ventas a Estados Unidos, producto de la depreciación del euro frente al dólar y del tirón de la demanda interna estadounidense.

Dentro del área asiática, hay que destacar que se produjo un significativo retroceso de los intercambios con Japón y un aumento de los mismos con China.

La traducción de este retroceso, en el caso de Japón, se cifra en un descenso en las exportaciones del 51, 77% y un aumento de las importaciones de solo un 3,91%. A pesar de la recesión que atravesó este país asiático en 1998, las exportaciones castellano-manchegas al mismo se duplicaron, probablemente porque en dicho año se materializaron operaciones que habían sido comprometidas el año anterior.

Sin embargo, el progresivo deterioro de las expectativas de las empresas exportadoras sobre las posibilidades del mercado japonés condujo al descenso mencionado para 1999, prueba de que son mercados de "a medio plazo" y de más difícil penetración. Esta evolución de las exportaciones de la Comunidad Autónoma a Japón difiere de la seguida por las exportaciones españolas en conjunto, demostrando, una vez más, que la menor tradición exportadora de las empresas castellano-manchegas les hace reaccionar de manera más acusada y con un cierto retardo a "shocks" externos.

Por lo que se refiere al comportamiento seguido por los intercambios comerciales con China, este país no sólo se encuentra entre los doce principales países origen de las importaciones sino también entre los doce principales países destino de las exportaciones, siendo uno de los mercados objetivo de la Política Comercial de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo (Ministerio de Economía).

Conviene destacar que, a diferencia de 1998, Marruecos aparece en el puesto decimosegundo de principales clientes e Irlanda en el noveno de principales proveedores.

Los esfuerzos realizados por las diferentes instituciones del tejido empresarial abanderado por el esfuerzo de las empresas de Castilla-La Mancha han sido los principales agentes responsables de que las exportaciones hayan aumentado en la región un 13% en el primer cuatrimestre de 2001, según datos facilitados por el Instituto de Comercio Exterior en Castilla-La Mancha. Todas las provincias castellano-manchegas, excepto Toledo, han conseguido aumentar su flujo de exportaciones, respecto al mismo período del año anterior.

A pesar de este buen indicador, la balanza comercial de la región continúa siendo negativa, registrando en dicho período un déficit de -45.592 millones de pesetas, es decir, una cobertura de las exportaciones sobre las importaciones del -69%.

En su conjunto, el total del volumen exportado en Castilla-La Mancha durante el primer cuatrimestre ha ascendido a 105.989 millones de pesetas, lo que representa un 1,2% de la producción total nacional.

Por tanto, las perspectivas de futuro de las empresas castellano-manchegas en su actividad internacional pasa en primer lugar por desterrar la idea de que los productos de esta región siempre se han identificado por tener un destino nacional en vez de internacional, en segundo lugar evitar la excesiva concentración de las áreas geográficas, con la búsqueda de nuevos mercados. Pero antes deben ser competitivas y para ello deben ir de la mano de la tecnología, aprovechando las innumerables aplicaciones que tiene Internet en relación con el comercio, diversificando su oferta de productos.

La sombra de la recesión economía mundial agravada por los atentados del 11 de septiembre debe ser tenida en cuenta y confiar en la venida de tiempos mejores, que bien pudiera ser la llegada del euro. Todo apunta a que en el segundo semestre del año 2001 se empezará a superar poco a poco esta crisis en la que ningún mercado ni sector escapa.

BIBLIOGRAFIA

La Economía Internacional de Castilla-La Mancha 2000-2001. Instituto Español de Comercio Exterior. (ICEX). Dirección Regional en Castilla-La Mancha de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo (Ministerio de Economía).

El Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial. Hacia la Economía Digital. Ed. RA-MA, 2000.

Tecnología, Productividad y Empleo. Documento IADE. Universidad Autónoma de Madrid 1996.

Dirección de Empresas Pequeñas y Medianas en el siglo XXI. Ed. LID Editorial Empresarial S.L. 1999. Elosúa de Juan, M.

PYMES. Su Economía y Organización. Ed. Macchi. 1998.

El Comercio Exterior en España. Año 2000. Ed.: Servicios de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.

Toledo en cifras 2000. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Toledo.

Sector Exterior en 1998. Ed. Ministerio de Economía y Hacienda. 1999.

Calidad Empresarial. La Respuesta a la Globalización. Ed. Puzzle, S.L. 1999. Zapatero L.

Las Pequeñas y Medianas Empresas: Tecnología y Competitividad. OCDE. Madrid 1995.

Creación y Dirección de PYMEs. Sanchis Palacio, J.R/ Ribeiro Soriano. Madrid 1999.

Gestión Internacional de las PYMEs. Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial. Madrid 1997.

Indicadores Básicos de Castilla-La Mancha. Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. 2000.

Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha. Memoria 2000-

III Pacto Industrial Castilla-La Mancha 2000-2003. Consejería de Industria de Castilla-La Mancha.

Plan Regional de Fomento de la Actividad Exterior del año 2001. Consejería de Industria.

Castilla-La Mancha un Lugar para Invertir. Consejería de Industria.

Plan de Competitividad. Consejería de Industria.

Revista Actualidad Económica n° 2.223. Ed. Recoletos Compañía Editorial S.A.

Revista Economistas n° 16/77. Ministerio de Economía y Hacienda. “La Internacionalización de la empresas en España”. 1998. Fernández Norriella.

Revista Economistas n°16/77. Ministerio de Economía y Hacienda. “Las PYMEs y la creación de Empleo”1998.

Revista Dirección y Progreso n° 165. Dirección General de la Pequeña y mediana Empresa 1999. “Las PYMEs ante el próximo milenio”. Isabel Mariño.

Revista de Madera y Mueble en Formación. Ed. Confemadera-Feoim. Año 2001

Revista de Economía n°171.. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. 1998.

Páginas web visitadas

www.elmundo.es Diario El Mundo del siglo XXI

www.elpaís.es Diario El País

www.bbva.es Banco Bilbao Vizcaya Argentaria

www.cscamaras.es Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

www.icex.es Instituto de Comercio Exterior

www.jccm.es Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

www.me.com Ministerio de Economía

www.emprendedores.navegalia.com Revista Emprendedores

www.inem.es Instituto Nacional de Empleo

www.ine.es Instituto Nacional de Estadística

www.interpyme.com Interpyme

www.cscamaras.es/albacete Cámara de Comercio e Industria de Albacete.

www.cscamaras.es/ccicreal Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real.

www.cscamaras.es/cuenca Cámara de Comercio e Industria de Cuenca.

www.cscamaras.es/ccitoledo Cámara de Comercio e Industria de Toledo.

www.cecarn.es Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha.