

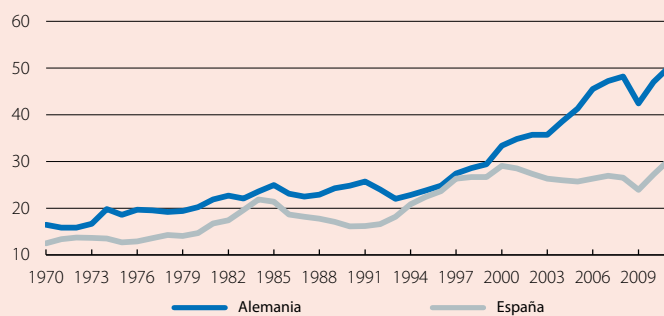
## El motor exportador alemán: de escarabajo a Cayenne

En teoría, el peso de la exportación sobre el PIB tiende a ser menor cuanto mayor sea la economía en cuestión. La explicación es simple: el comercio internacional permite expandir mercado para sacar partido a ventajas comparativas, economías de escala o división internacional del trabajo. No obstante, cuanto mayor es el país, menor necesidad tiene de explotar esas ventajas más allá de sus fronteras. Alemania vendría a ser la excepción que confirma la regla: el peso de la exportación es muy superior a la de otras economías de tamaño similar. Lejos de menguar, ese peso excepcional del sector exportador alemán se ha acentuado en la última década hasta superar el 52% del PIB; una cifra muy superior al 14% de EE. UU., el 15% de Japón, el 28% de Francia, el 30% de Italia o el 32% de España. ¿Cómo lo ha logrado?

Los exportadores alemanes han sabido combinar con éxito tres ingredientes clave: (1) diferenciación de producto, (2) presencia en mercados boyantes y (3) competitividad en costes. Sin duda, una de las ventajas competitivas de Alemania radica en la especialización de sus empresas manufactureras en productos de elevado valor añadido, mayoritariamente bienes de capital o duraderos. A diferencia de EE. UU., Francia o Singapur, con un sector exportador más orientado a *high-tech*<sup>(1)</sup>, la exportación alemana se concentra en sectores de tecnología media-alta: vehículos, otro material de transporte, maquinaria y productos químicos representan el 65% de su exportación de bienes<sup>(2)</sup>. Sin embargo, las empresas alemanas compiten en el segmento superior de la gama sectorial; ofertando una excelente ingeniería técnica, altamente especializada y con garantía de calidad y duración.

### El peso del sector exterior alemán es extraordinario

Exportación (% del PIB)



Fuentes: World Bank WDI, fuentes nacionales y "la Caixa" Research.

mayores márgenes de explotación sino que, además, les ha otorgado una clara ventaja para copar cuota de mercado en las economías emergentes. La mayoría de ellas, y China en particular, han basado su despegue económico en un modelo claramente sesgado hacia la inversión y la exportación de manufacturas de consumo, producidas con maquinaria importada y tecnología ajena —el paradigma sería la empresa china que produce manufacturas con trabajadores chinos, máquinas alemanas y *high-tech* norteamericano—. Gracias a esa complementariedad, las exportaciones germanas son, entre las europeas, las que han logrado una mayor exposición a los BRIC (Brasil, Rusia, India y China): el 35% de las exportaciones de la UE (bienes) hacia dichos mercados provienen de factorías alemanas. Con todo, se trata de una historia de crecimiento más que de importancia de la región como destino exportador. En otras palabras: el peso de las exportaciones a los BRIC sobre el total exportado por Alemania es todavía reducido —en torno a un 12%, *versus* el 58% que se dirige a la UE—. Sin embargo, su dinamismo es una baza a favor de Alemania, en especial cuando su principal mercado atraviesa una doble recesión.

Otra fortaleza de la exportación alemana radica, cómo no, en su competitividad-coste. Una extraordinaria contención de los costes de producción ha permitido a las empresas alemanas ser supercompetitivas, a pesar de localizarse en un país y especializarse en unos productos relativamente caros. A principios de 2008, los costes laborales unitarios de Alemania habían retrocedido un 1% respecto a su nivel en el 2000. En España, en cambio, habían aumentado un 32%; en el Reino Unido, un 20%; en Francia, un 19%; y en EE. UU., un 11%. Dicha contención se ha nutrido tanto de mejoras en productividad y eficiencia, como de la moderación salarial. Entre 2000 y 2007, la productividad alemana aumentó a un ritmo promedio anual del 1,8%, mientras la remuneración salarial hacía lo propio a un más contenido 1,2% anual. Aunque dicho patrón se ha visto alterado por la crisis —desde 2008, la productividad ha aumentado un escueto 0,3% en tanto que los salarios lo han hecho en un 2,6%, reflejando un mercado laboral muy próximo al pleno empleo—, aún se preservan algunas de las ganancias de competitividad cosechadas antes de la crisis.

Hasta aquí, los determinantes inmediatos del éxito exportador alemán: diferenciación en calidad, una demanda dinámica y competitividad. Pero ¿qué le ha permitido jugar esas cartas? Además de un enclave geográfico idóneo para el comercio —con ríos

(1) Según datos del Banco Mundial, el 18%, 24% y 45% de sus exportaciones manufactureras, respectivamente, *versus* el 15% de Alemania, es en sectores considerados de alto contenido tecnológico. Dichos sectores incluyen aeronáutica, ordenadores, productos farmacéuticos, instrumentos científicos y maquinaria eléctrica.

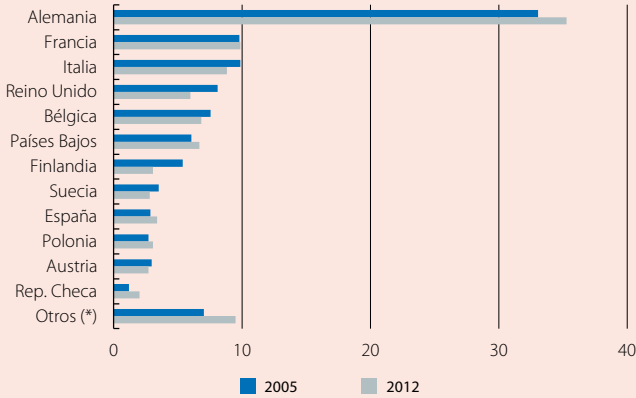
(2) Las exportaciones de mercancías representan un 84% del total exportado. El 16% restante son servicios.

navegables, puertos globales y una ubicación privilegiada para explotar la fragmentación de la cadena de valor europea, con acceso directo a la vieja y nueva Europa— y de un euro relativamente barato, la mayoría de analistas coincide en tres factores clave: su sistema educativo dual, su particular tejido empresarial y una buena dosis de reformas estructurales.

### Exposición emergente y competitividad, claves para el poderío exportador alemán

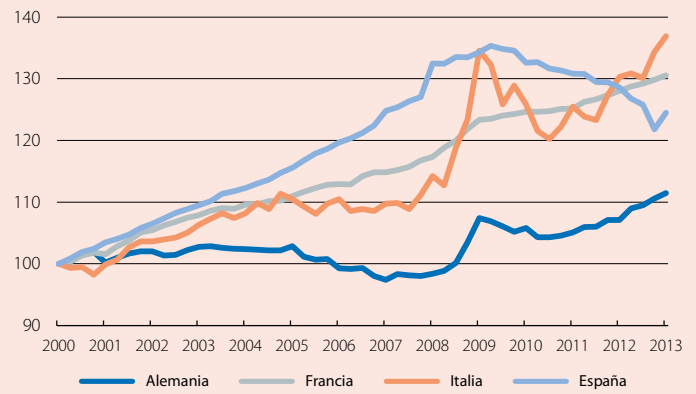
Exportación de mercancías hacia los BRIC

Porcentaje del total exportado por la UE hacia los BRIC



Costes laborales unitarios

1T2000 = 100



Nota: (\*) Incluye otros países de la UE cuya exportación hacia los BRIC es inferior a un 1% sobre el total exportado por la UE hacia dichos países.

Fuentes: FMI DOTS, fuentes nacionales y "la Caixa" Research.

Un sistema educativo eficiente y de calidad en todas sus vertientes pero, especialmente, en la formación profesional y de aprendizaje, ha facilitado la especialización en sectores intensivos en capital humano técnicamente preparado. La importancia de la formación vocacional está impresa en el ADN del *Mittelstand*, el modelo industrial alemán por excelencia y que ocupa a más del 70% del empleo privado. Este entramado de empresas medianas y no tan medianas —en medio millar de casos, auténticos campeones globales— ha contribuido un buen trecho a la historia de éxito alemana. Se caracterizan por ser mayoritariamente familiares, muy dinámicas y competitivas —constantemente innovando para adaptarse a un entorno cambiante sin perder esa ventaja— y por estar altamente especializadas en nichos poco glamurosos —utensilios, partes y componentes—, prácticamente imperceptibles para el consumidor medio pero muy rentables. Mantienen una clara orientación exportadora para lograr economías de escala que les permitan sacar partido a su extremada especialización y desarrollan extensas y estrechas redes de producción, distribución y servicios relacionados para maximizar su agilidad. Entre las ventajas que aporta ese modelo, destacan la estabilidad y la estrategia a largo plazo que les otorga su naturaleza familiar y la flexibilidad, agilidad e intensidad innovadora derivadas de su focalización en nichos de mercado. El objetivo es: hacer solo una cosa pero bordarlo.

Las reformas estructurales, y en particular del mercado laboral, implementadas en 2003 y propiciadas por la mayor crisis alemana desde la Segunda Guerra Mundial, aportaron ese plus de competitividad tan valioso para hacerse un hueco en segmentos de alto valor añadido, con factores productivos relativamente caros. Aun partiendo de salarios elevados, se ha logrado que crecieran poco mediante la concertación entre los distintos actores sociales —conscientes de que su vigor económico depende crucialmente de preservar esa ventaja competitiva—. Las reformas también introdujeron flexibilidad, esencial para triunfar en la era de la globalización y, según estudios recientes, también clave para ganar ventaja comparativa en sectores cuya demanda es más volátil. Curiosamente, entre dichos sectores se incluyen varios tipos de maquinaria: industrial especializada, equipamiento eléctrico o componentes electrónicos<sup>(3)</sup>.

En definitiva, cuando hace unos meses, un renombrado analista instaba a España a convertirse en la nueva Alemania, aludía a la posibilidad de reproducir el exitoso modelo exportador alemán. No se trata de imitar el modelo al detalle aunque sí, como Alemania, podría aprovecharse la oportunidad que brinda una crisis histórica para flexibilizar estructuras; o podría primarse la visión a largo plazo, la innovación recurrente y la inversión en formación. Pero, sobre todo, de lo que se trata es de explotar, eficientemente y al máximo, las ventajas comparativas propias, persiguiendo la excelencia como estrategia de diferenciación. España no debe aspirar a ser la nueva Alemania, sino una nueva España: más flexible, más eficiente, más sólida, orientada a largo plazo, más competitiva, más global.

Marta Noguer

Departamento de Economía Internacional, Área de Estudios y Análisis Económico, "la Caixa"

(3) Véase Cuñat, A. y Melitz, M. (2007). «Volatility, labor market flexibility, and the pattern of comparative advantage», NBER WP#13062.