

INFORME ELCANO DE PRESENCIA GLOBAL 2015



REAL INSTITUTO

elcano

ROYAL INSTITUTE

© 2015 Real Instituto Elcano
C/ Príncipe de Vergara, 51
28006 Madrid
www.realinstitutoelcano.org

ISSN: 2340-7557
Depósito Legal: M-27814-2013

INFORME ELCANO DE PRESENCIA GLOBAL 2015

ILIANA OLIVIÉ

CAROLA GARCÍA-CALVO

MANUEL GRACIA

(Coords.)¹



¹ Iliana Olivié, investigadora principal; Carola García-Calvo, investigadora y Manuel Gracia, ayudante de investigación del Real Instituto Elcano. Para más información véase www.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es/contacto

CONTENIDOS

12

1. Ralentización de la globalización y reconcentración de la presencia global
Iliana Olivé y Manuel Gracia

23

2. De lo global a lo local: la arquitectura de la proyección exterior de la Unión Europea
Iliana Olivé y Manuel Gracia

La Unión Europea lidera el ranking de presencia global (por ahora)
¿Cómo se construye la presencia? La contribución relativa de los estados miembros a la proyección exterior de la Unión

36

3. La presencia económica global de Europa frente a los mercados emergentes
Miguel Otero Iglesias

Europa baja, los BRICS suben y los N11 se quedan planos
El G5E sigue dominando los servicios y las inversiones
El ascenso de 'Chimania'
Italia y España siguen descendiendo



49

4. El papel de Asia en la globalización,
mucho más que China y la economía
Mario Esteban

58

5. Análisis comparado de estrategias de
política exterior y presencia global: los
casos de Australia y Sudáfrica
Carola García-Calvo

Hacia una Australia próspera: la 'liberalización competitiva' de los
mercados
El caso sudafricano: ¿liderazgo regional para una mayor influencia?

66

6. Midiendo la presencia blanda: el caso de
las agencias de noticias
Ángel Badillo y Manuel Gracia

¿Por qué las agencias? Las noticias y la geopolítica de la información
Estudio de caso: las noticias del mundo en la mirada de las agencias
Presencia por países

76

Anexo metodológico

Principales elementos del Índice Elcano de Presencia Global
La incorporación de la Unión Europea al Índice Elcano de Presencia Global
La contribución de cada miembro a la presencia global de la Unión Europea
La contribución de las comunidades autónomas a la presencia global de España



LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

Página 13	Gráfico 1.1	Ranking 2014 de presencia global
Página 14	Cuadro 1.1	Ranking de presencia global 2014 y variaciones respecto de 2013
Página 17	Cuadro 1.2	Ranking de presencia europea 2014 y variaciones respecto de 2013
Página 18	Gráfico 1.2	Índice de presencia global del Reino Unido y de Alemania (2005-2014)
Página 18	Gráfico 1.3	Ranking de presencia económica, 2014 (top 20)
Página 19	Gráfico 1.4	Ranking de presencia militar, 2014 (top 20)
Página 20	Gráfico 1.5	Ranking de presencia blanda, 2014 (top 20)
Página 21	Gráfico 1.6	Presencia global total por dimensiones (1990-2014)
Página 21	Gráfico 1.7	Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) de concentración, por dimensiones (2013-2014)
Página 22	Gráfico 1.8	Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) de concentración, por dimensiones y sub-períodos (1990-2014)
Página 24	Gráfico 2.1	Top 20 de presencia global, 2014 (incluyendo la Unión Europea y excluyendo los Estados miembros)
Página 24	Gráfico 2.2	Principales variaciones positivas de presencia global, 2013-2014 (incluyendo la Unión Europea y excluyendo los Estados miembros)
Página 25	Gráfico 2.3	Principales variaciones negativas de presencia global, 2013-2014 (incluyendo la Unión Europea y excluyendo los Estados miembros)
Página 26	Gráfico 2.4	Principales variaciones de presencia global, 2005-2014 (incluyendo la Unión Europea y excluyendo los Estados miembros)
Página 26	Gráfico 2.5	Presencia global de Estados Unidos y de la Unión Europea por dimensiones, 2014
Página 27	Cuadro 2.1	Presencia global de la Unión Europea por Estado miembro, 2014 (en %)
Página 28	Cuadro 2.2	Variaciones de la contribución a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, puntos porcentuales)
Página 28	Cuadro 2.3	Contribuciones económicas de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)
Página 29	Cuadro 2.4	Variaciones de la contribución económica a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, puntos porcentuales)
Página 30	Cuadro 2.5	Contribuciones militares de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)
Página 31	Cuadro 2.6	Contribuciones blandas de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)
Página 31	Cuadro 2.7	Variaciones de la contribución blanda a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, puntos porcentuales)
Página 32	Gráfico 2.6	Contribuciones por Estado miembro y variables a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)
Página 33	Cuadro 2.8	Ranking de contribuciones por comunidades autónomas a la presencia global de España en 2014 (en %)
Página 34	Cuadro 2.9	Variaciones de contribuciones por comunidades autónomas a la presencia global de España (2005-2014)
Página 35	Gráfico 2.7	Contribuciones por comunidades autónomas y variables a la presencia global de España, 2014 (en %)
Página 37	Gráfico 3.1	Cuotas de presencia global (1990-2014)
Página 38	Gráfico 3.2	Cuotas de presencia económica (1990-2014)
Página 38	Gráfico 3.3	Contribuciones de presencia económica (1990-2014)
Página 39	Cuadro 3.1	Ranking de presencia económica (1990-2014)

Página 40	Gráfico 3.4	Presencia en energía (1990-2014, en valor índice)
Página 41	Gráfico 3.5	Presencia en bienes primarios (1990-2014, en valor índice)
Página 41	Gráfico 3.6	Presencia en manufacturas (1990-2014, en valor índice)
Página 42	Gráfico 3.7	Presencia en servicios (1990-2014, en valor índice)
Página 42	Gráfico 3.8	Presencia en inversiones (1990-2014, en valor índice)
Página 43	Gráfico 3.9	Presencia económica (1990-2014, en valor índice)
Página 44	Gráfico 3.10	Presencia en energía (1990-2014, en valor índice)
Página 44	Gráfico 3.11	Presencia en bienes primarios (1990-2014, en valor índice)
Página 45	Gráfico 3.12	Presencia en manufacturas (1990-2014, en valor índice)
Página 45	Gráfico 3.13	Presencia en servicios (1990-2014, en valor índice)
Página 46	Gráfico 3.14	Presencia en inversiones (1990-2014, en valor índice)
Página 49	Cuadro 4.1	Cuotas de presencia global por regiones y variación (1990-2014, puntos porcentuales)
Página 50	Gráfico 4.1	Variaciones de cuota de presencia entre 1990 y 2014 (en puntos porcentuales)
Página 50	Gráfico 4.2	Peso de cada país en la presencia global de la región (en %)
Página 51	Gráfico 4.3	Variación de cuota de presencia global 1990-2014 (en puntos porcentuales)
Página 52	Gráfico 4.4	Variación entre 2011 y 2014 de la presencia asiática según dimensiones (en puntos porcentuales)
Página 52	Gráfico 4.5	Principales variaciones entre 1990 y 2014 de cuota de presencia militar (en puntos porcentuales)
Página 53	Cuadro 4.2	Posición en el ranking 2014 de presencia global y por dimensiones
Página 54	Cuadro 4.3	Variaciones de posición entre 2013 y 2014
Página 55	Gráfico 4.6	Variaciones de cuota por dimensiones y grupos regionales (1990 y 2014, en puntos porcentuales)
Página 56	Gráfico 4.7	Principales variaciones de cuota de presencia blanda (1990-2014, en puntos porcentuales)
Página 56	Gráfico 4.8	Principales variaciones absolutas entre 2013 y 2014 de presencia blanda (en valor índice)
Página 60	Gráfico 5.1	Contribuciones de cada dimensión a la presencia global de Australia (2014, en %)
Página 61	Gráfico 5.2	Variación simple de presencia económica y blanda por sub-períodos (en valor índice)
Página 62	Gráfico 5.3	Contribución de las principales variables a la presencia global de Australia (2014, en %)
Página 64	Cuadro 5.1	Ranking de presencia global y por dimensiones de África Subsahariana (2014)
Página 65	Cuadro 5.2	Contribución de cada dimensión a la presencia global de Sudáfrica (2014, en %)
Página 65	Gráfico 5.4	Contribución de las principales variables a la presencia global de Nigeria y Sudáfrica (2014, en %)
Página 69	Cuadro 6.1	Principales agencias de noticias en el mundo (2014)
Página 70	Cuadro 6.2	Proporción de noticias anuales por agencia (2012-2014, %)
Página 71	Cuadro 6.3	Los 10 países más citados en las agencias de noticias
Página 71	Cuadro 6.4	Evolución reciente de la presencia de ciertos países en las noticias de agencia (%)
Página 72	Gráfico 6.1	Noticias distribuidas por las agencias que mencionan a Rusia y Ucrania (2013-2014)
Página 73	Cuadro 6.5	Presencia informacional comparada: infraestructura y noticias
Página 74	Cuadro 6.6	Efecto de los cambios del indicador de información en el índice
Página 78	Cuadro A.1	Lista de países del Índice Elcano de Presencia Global
Página 79	Cuadro A.2	Variables, indicadores y fuentes del Índice Elcano de Presencia Global
Página 80	Cuadro A.3	Ponderaciones por áreas e indicadores
Página 82	Cuadro A.4	Variables, indicadores y fuentes del Índice Elcano de Presencia Global calculado para la Unión Europea
Página 87	Cuadro A.5	Variables, indicadores y fuentes para el cálculo de la presencia global de España por comunidades autónomas

Resumen ejecutivo

El Reino Unido sube un puesto, Alemania baja uno

La edición de este año del Índice Elcano de Presencia Global ordena 80 países según la medida en la que los países están 'ahí fuera', moldeando y participando en el proceso de globalización. Dado que este índice refleja, sobre todo, tendencias estructurales más que elementos coyunturales, no es sorprendente que prácticamente no haya cambios en las 10 primeras posiciones del ranking de 2014 en relación con el del año anterior. El único cambio reseñable es que el Reino Unido escala una posición, colocándose en 2º lugar, mientras que Alemania pasa al 3º puesto. Como resultado, Estados Unidos (que lidera el ranking desde 1990) encabeza el top 5, seguido del Reino Unido, Alemania, China y Francia. Cabe destacar, no obstante, que la subida del Reino Unido responde en buena medida a una venta masiva de oro a Suiza en 2013, posiblemente un hecho aislado que no permitirá al país mantener su nueva posición en futuras ediciones del índice.

De lo global a lo local: debilidades y fortalezas internas y su impacto en la presencia global de los países

Si consideráramos a la Unión Europea como un único actor –agregando la presencia global de sus 28 Estados miembros y restando sus proyecciones intra-europeas–, esta región lideraría el ranking de presencia global. Con un valor de 1.214,9 puntos, este dato es el resultado de las contribuciones relativas de todos los Estados miembros a la presencia global agregada. El Reino Unido es el primer contribuyente (con el 19,8%), seguido de Alemania (16,9%) y Francia (14,7%), lo que significa que estos tres países explican más de la mitad de la presencia global de la Unión Europea. Estos registros son el resultado de distintas especializaciones nacionales y fortalezas: inversiones, exportaciones de servicios y de bienes primarios y cooperación al desarrollo británicas; manufacturas y servicios alemanes; e inversiones francesas fuera de las fronteras de la Unión. Estos perfiles de presencia también se pueden desagregar nacionalmente. En el caso de España, la proyección exterior de España es en buena medida el resultado del turismo internacional en Cataluña, Baleares, Canarias y Andalucía, así como de la inversión extranjera canalizada desde Madrid y de la actividad exportadora catalana.

'Chimania', más que el G5 europeo versus los BRICS

Como se ha señalado en ediciones previas, el índice ilustra la tendencia a una presencia creciente en el escenario global de países emergentes, en paralelo al declive de las potencias occidentales (y particularmente europeas). Un análisis más detallado de estos dos grupos (el G5 europeo y los emergentes BRICS) muestra un nivel de concentración significativo, dentro de cada grupo. A este respecto, deberíamos más bien hablar del despunte de 'Chimania', por el cual Alemania y China (líderes en sus respectivas regiones) pueden haber estado alimentando recíprocamente su presencia global a lo largo de los últimos años. Este análisis también revela diferencias en los perfiles de presencia global de estos dos grupos de países: Europa sigue dominando en servicios e inversiones, a pesar del espectacular auge de los BRICS, mientras que estos últimos –o más bien China– son líderes en las exportaciones de manufacturas.

Asia, más que China y la economía

La preeminencia de China en la escena global y especialmente en la dimensión económica no significa que sea el único país emergente asiático con una participación consistente en el proceso de globalización, ni que la internacionalización de los países asiáticos se limite a la esfera económica. Los datos para el conjunto de la región muestran una tendencia al alza de las dimensiones militar y blanda de la presencia global. Mientras que el crecimiento de la proyección exterior de Asia en el terreno militar responde básicamente a la de Japón y China, la presencia blanda se reparte entre un mayor número de países, con Corea del Sur, Singapur, Tailandia y Malasia mostrando aumentos de presencia blanda a lo largo del período 1990-2014.

La política exterior y la presencia global de Australia y Sudáfrica

El Índice Elcano de Presencia Global es también una herramienta útil para analizar la política exterior de los países para los que se calcula. ¿Están las políticas exteriores de los países orientadas a lidiar con las debilidades de su proyección exterior? En el caso de Australia, la conexión es evidente: el giro hacia un perfil internacional más económico, con acento liberal, en una región que se ha convertido en el epicentro de la actividad económica mundial, explica hasta cierto punto el hecho de que la dimensión económica se haya convertido en la dimensión dominante de la presencia global del país. En cuanto a Sudáfrica, su principal fortaleza y la base para ejercer su influencia regional (o incluso global) ha sido la diversificación de su presencia global en variables económicas y blandas. En este sentido, la creciente presencia global de Nigeria, que está basando su proyección en las exportaciones energéticas, puede suponer un reto.

La medición de la presencia de los países en términos de información: de una aproximación de insumos a otra de resultados

La metodología del índice calcula la presencia de los países en el terreno de la información partiendo de una aproximación de *input* –registrando el ancho de banda instalado para el acceso a Internet–. Una nueva metodología podría aproximar esta medición desde la óptica de los resultados: ¿hasta qué punto los países están presentes en los medios internacionales? Este dato puede calcularse con la presencia relativa de todos los países analizados en los ítems informativos generados por las principales agencias de noticias; teniendo en cuenta que éstas son una fuente importante de contenidos para el resto del sector de la comunicación. Si aplicáramos este criterio, seleccionando un pequeño número de agencias ‘grandes’ pero diversas –Agence France Presse, ANSA, Associated Press, Reuters, Deutsche Presse-Agentur, EFE, ITAR-TASS y Xinhua–, llegaríamos a un ranking de información 2013 distinto del que se ofrece con la metodología en vigor. En tal caso, los países en el top 5 serían Estados Unidos, España, Alemania, China y el Reino Unido.

1. Ralentización de la globalización y reconcentración de la presencia global

Iliana Oliví y Manuel Gracia¹

La edición de este año del Índice Elcano de Presencia Global ordena 80 países de acuerdo a su proyección exterior. De nuevo, Estados Unidos lidera el ranking, con un valor índice de 1.099,6 puntos. Le siguen el Reino Unido –404,9–, Alemania –400,5–, China –363,5– y Francia –321,3–. España se sitúa en la 11ª posición, entre Italia y Arabia Saudí, con una presencia global de 169,0 puntos (Gráfico 1.1).

A diferencia de lo que ha ocurrido en ediciones previas, hay cambios en los primeros 10 puestos del ranking. El Reino Unido ha ganado una posición –pasando de la 3ª a la 2ª– lo que significa que Alemania ha bajado de la 2ª posición en 2013 a la 3ª en 2014. Ambos países han ganado presencia global –31,8 puntos en el caso del Reino Unido y 14,3 en el de Alemania– pero el aumento del Reino Unido es mayor que el de Alemania tanto en términos absolutos como relativos (Cuadro 1.1).

Aunque no haya grandes cambios en las posiciones ocupadas por la mayor parte de los países, pequeñas variaciones apuntan a un cambio de tendencia ya que, en términos generales, los países europeos fortalecen sus posiciones frente a los emergentes. Así, por ejemplo, Bélgica, Polonia, Dinamarca, Irlanda, Finlandia, Rumanía, Bulgaria y Croacia suben una posición cada uno, Portugal dos, Grecia y Eslovaquia escalan tres, Luxemburgo 4 y Hungría 5. Por otra parte, Corea del Sur, Turquía, Kuwait y Chile pierden un puesto, Nigeria dos, Indonesia y Perú tres, Venezuela 4 e Irán 5 (Cuadro 1.1).

Estos resultados pueden parecer sorprendentes, puesto que en ediciones previas de este informe se ha resaltado la emergencia de Oriente y la decadencia de Occidente en términos de presencia global –véase, por ejemplo, Oliví y Gracia (2013)–². Este cambio de tendencia responde a distintos factores. En primer lugar, los países europeos registran, en general, una recuperación en sus variables económicas de presencia global –notablemente en los campos de las manufacturas y de los servicios–. En distintos casos, esto puede significar que la demanda externa está ganando peso frente a los componentes internos de la demanda agregada. En paralelo, los países exportadores de petróleo están perdiendo presencia global a través de la variable energética, lo que se debe sobre todo a la evolución de los precios de la energía. Esto causa una pérdida de presencia global relativa y absoluta para Indonesia, Nigeria, Kuwait y Venezuela. En cuanto a Perú y Chile, la menor presencia global de estos dos países latinoamericanos en 2014 se debe a menores registros en la variable de bienes primarios –de nuevo, debido en parte a la evolución de los precios de las materias primas– (Cuadro 1.1).

¹ Iliana Oliví, investigadora principal, y Manuel Gracia, ayudante de investigación del Real Instituto Elcano.

² Iliana Oliví y Manuel Gracia (2013), *Índice Elcano de Presencia Global 2012*, Real Instituto Elcano.

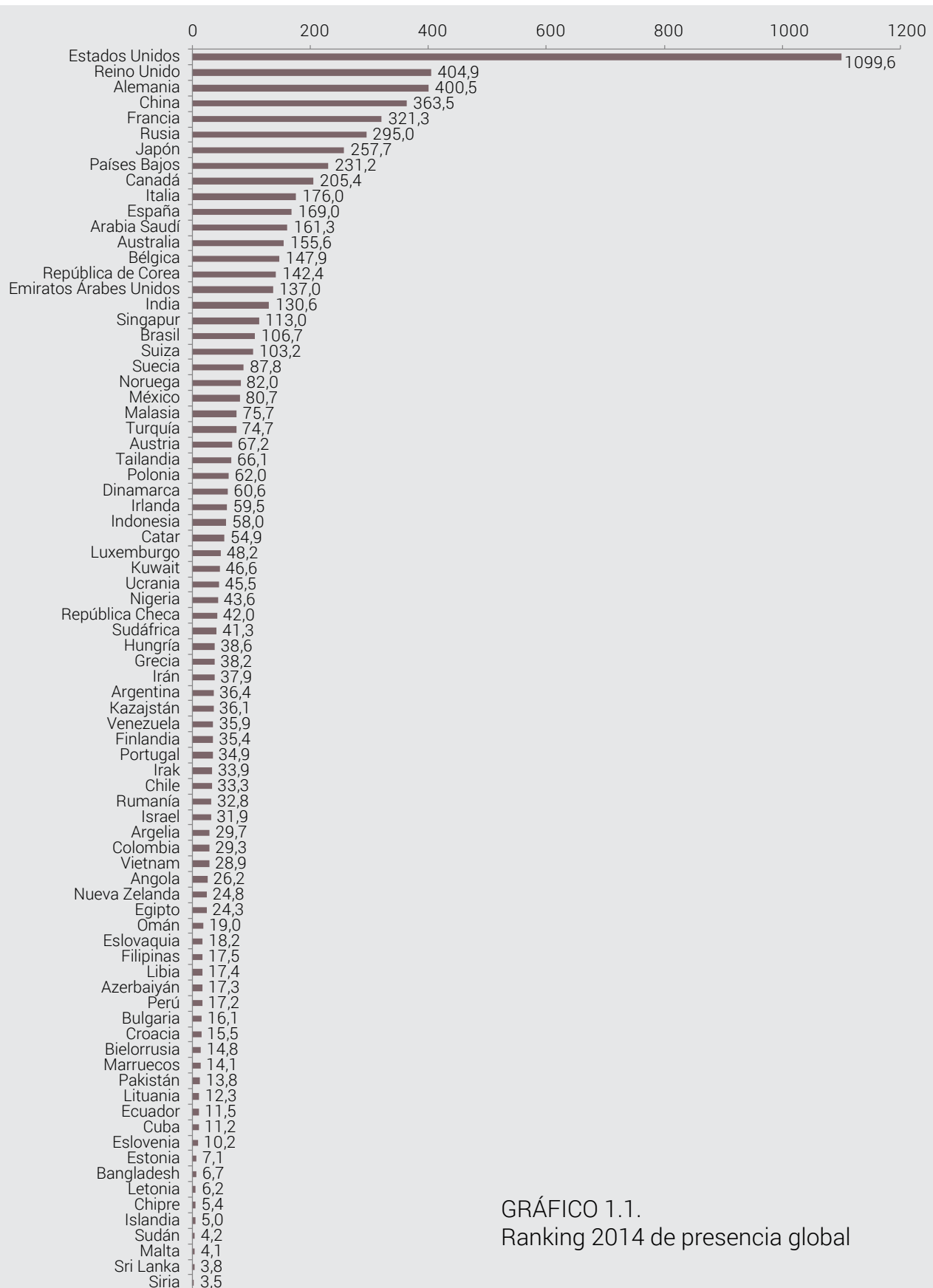


GRÁFICO 1.1.
Ranking 2014 de presencia global

Como se verá en el Capítulo 2, en 2014 la presencia global de la Unión Europea decrece respecto de 2013. Esta caída se concentra en la dimensión económica y responde a un menor valor del euro respecto del dólar en diciembre de 2013, respecto de finales de 2012. Si los países europeos y los Estados miembros han aumentado su presencia global en 2013-2014 mientras que la Unión Europea la ha perdido, debería significar que los miembros estarían reforzando la orientación europea de su proyección exterior, lo que resultaría en una intensificación del proceso de integración europea. Esto debería redundar en un aumento en el Índice de Elcano de Presencia Europea –que tiene en cuenta la proyección exterior de los Estados miembros dentro del perímetro de la Unión–. Y, de hecho, lo hace. El Cuadro 1.2 muestra que prácticamente todos los países ven aumentar su presencia europea. En cuanto a Alemania, este crecimiento es significativo –de casi 20 puntos–.

Hay dos excepciones importantes a esta tendencia general, que son el Reino Unido y los Países Bajos. Es más, el hecho de que Alemania esté fortaleciendo su orientación europea mientras que el Reino Unido esté profundizando en sus relaciones extra-comunitarias puede estar explicando, al menos parcialmente, el hecho de que este último haya ascendido a la 2ª posición del ranking mientras que Alemania baja a la 3ª. Alemania ha recuperado sus niveles de presencia global de 2012 –su proyección exterior total era de 391,8 en 2012 y es de 400,5 en 2014–. La pérdida registrada entre 2012 y 2013 en variables económicas –

CUADRO 1.1.
Ranking de presencia global 2014 y
variaciones respecto de 2013

# País	Presencia global 2014	Presencia global 2013	Variación de valor índice	Variación de posición
1 Estados Unidos	1099,6	1060,1	39,5	=
2 Reino Unido	404,9	373,1	31,8	+1
3 Alemania	400,5	386,2	14,3	-1
4 China	363,5	341,4	22,1	=
5 Francia	321,3	315,2	6,1	=
6 Rusia	295,0	290,0	4,9	=
7 Japón	257,7	256,7	1,0	=
8 Países Bajos	231,2	213,1	18,0	=
9 Canadá	205,4	205,2	0,2	=
10 Italia	176,0	171,8	4,3	=
11 España	169,0	164,2	4,8	=
12 Arabia Saudí	161,3	158,3	3,0	=
13 Australia	155,6	157,7	-2,1	=
14 Bélgica	147,9	134,3	13,6	+1

#	País	Presencia global 2014	Presencia global 2013	Variación de valor índice	Variación de posición
15	República de Corea	142,4	140,4	1,9	-1
16	Emiratos Árabes Unidos	137,0	121,2	15,7	=
17	India	130,6	117,0	13,6	=
18	Singapur	113,0	112,5	0,5	=
19	Brasil	106,7	107,2	-0,5	=
20	Suiza	103,2	100,4	2,9	=
21	Suecia	87,8	86,3	1,5	=
22	Noruega	82,0	84,0	-2,0	=
23	México	80,7	79,7	0,9	=
24	Malasia	75,7	73,5	2,2	+1
25	Turquía	74,7	73,6	1,1	-1
26	Austria	67,2	63,4	3,8	=
27	Tailandia	66,1	63,3	2,8	=
28	Polonia	62,0	59,4	2,5	+1
29	Dinamarca	60,6	58,4	2,3	+1
30	Irlanda	59,5	55,0	4,5	+1
31	Indonesia	58,0	60,3	-2,3	-3
32	Catar	54,9	52,9	2,0	=
33	Luxemburgo	48,2	44,5	3,7	+4
34	Kuwait	46,6	48,2	-1,7	-1
35	Ucrania	45,5	45,2	0,3	=
36	Nigeria	43,6	47,5	-3,9	-2
37	República Checa	42,0	41,3	0,7	-2
38	Sudáfrica	41,3	42,2	-0,9	=
39	Hungría	38,6	36,7	1,9	+5
40	Grecia	38,2	36,8	1,4	+3
41	Irán	37,9	44,7	-6,7	-5
42	Argentina	36,4	36,9	-0,5	=
43	Kazajstán	36,1	38,1	-2,0	-2
44	Venezuela	35,9	39,1	-3,2	-4
45	Finlandia	35,4	34,1	1,3	+1
46	Portugal	34,9	33,1	1,9	+2
47	Irak	33,9	35,6	-1,7	-2
48	Chile	33,3	33,3	0,0	-1
49	Rumanía	32,8	30,7	2,1	+1
50	Israel	31,9	30,3	1,6	+1
51	Argelia	29,7	31,8	-2,1	-2

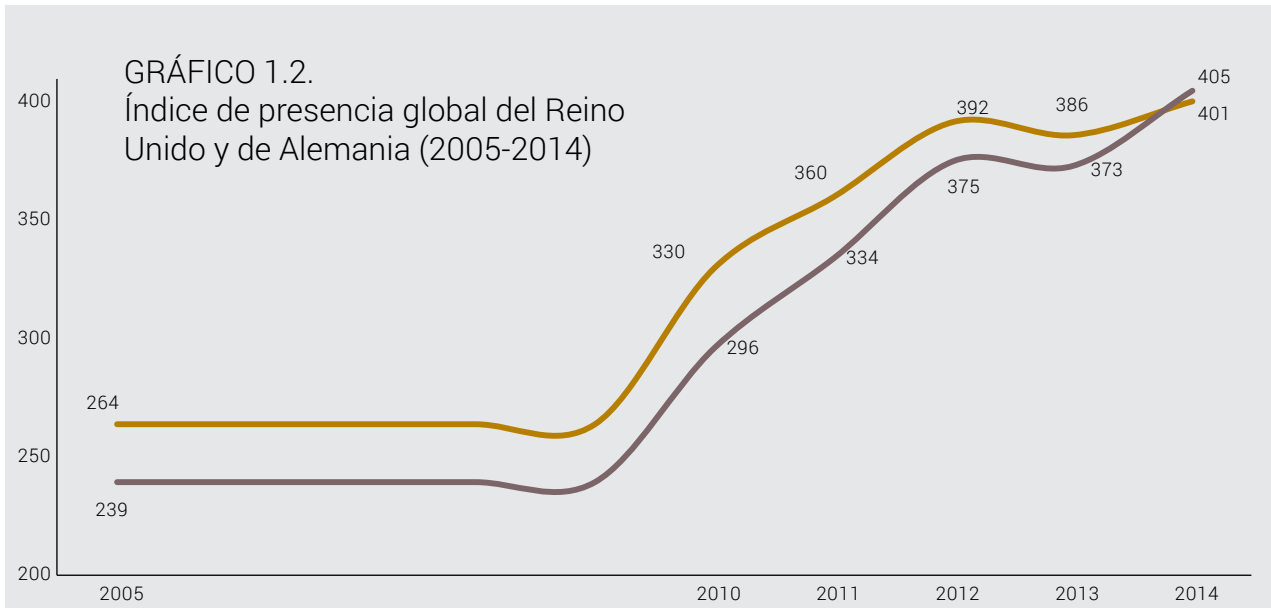
#	País	Presencia global 2014	Presencia global 2013	Variación de valor índice	Variación de posición
52	Colombia	29,3	28,6	0,7	=
53	Vietnam	28,9	25,2	3,6	+2
54	Angola	26,2	26,8	-0,6	=
55	Nueva Zelanda	24,8	24,3	0,5	+1
56	Egipto	24,3	26,9	-2,7	-3
57	Omán	19,0	18,6	0,4	+1
58	Eslovaquia	18,2	17,3	0,9	+3
59	Filipinas	17,5	16,3	1,2	+4
60	Libia	17,4	23,8	-6,4	-3
61	Azerbaiyán	17,3	17,7	-0,4	-1
62	Perú	17,2	18,1	-0,9	-3
63	Bulgaria	16,1	15,4	0,7	+1
64	Croacia	15,5	15,1	0,4	+1
65	Bielorrusia	14,8	16,5	-1,7	-3
66	Marruecos	14,1	13,7	0,4	+1
67	Pakistán	13,8	13,9	-0,1	-1
68	Lituania	12,3	11,6	0,7	=
69	Ecuador	11,5	10,9	0,6	+1
70	Cuba	11,2	11,4	-0,2	-1
71	Eslovenia	10,2	10,1	0,1	=
72	Estonia	7,1	6,9	0,1	=
73	Bangladesh	6,7	6,2	0,4	=
74	Letonia	6,2	5,9	0,3	=
75	Chipre	5,4	5,2	0,2	=
76	Islandia	5,0	4,6	0,4	=
77	Sudán	4,2	3,0	1,2	+3
78	Malta	4,1	4,2	-0,1	-1
79	Sri Lanka	3,8	3,4	0,4	=
80	Siria	3,5	4,0	-0,5	-2

bienes primarios, manufacturas, servicios– se recupera este año, así como otros elementos de la dimensión blanda tal y como la cooperación al desarrollo. En cuanto al Reino Unido, el significativo aumento de 31,8 puntos entre 2013 y 2014 se debe al fortalecimiento de sus relaciones no europeas. La contribución más importante a este incremento es la de los bienes primarios, que crecen un 116%, seguida de la cooperación al desarrollo –28,5%–, el turismo –12%– y las inversiones –algo más de 8%– (Gráfico 1.2). Este aumento de los bienes primarios se corresponde con un volumen importante de exportaciones de oro, sobre todo a Suiza, durante 2013. Puesto que se trata posiblemente de un fenómeno coyuntural, no es previsible que se mantenga esta tendencia al alza en futuras ediciones del índice.³

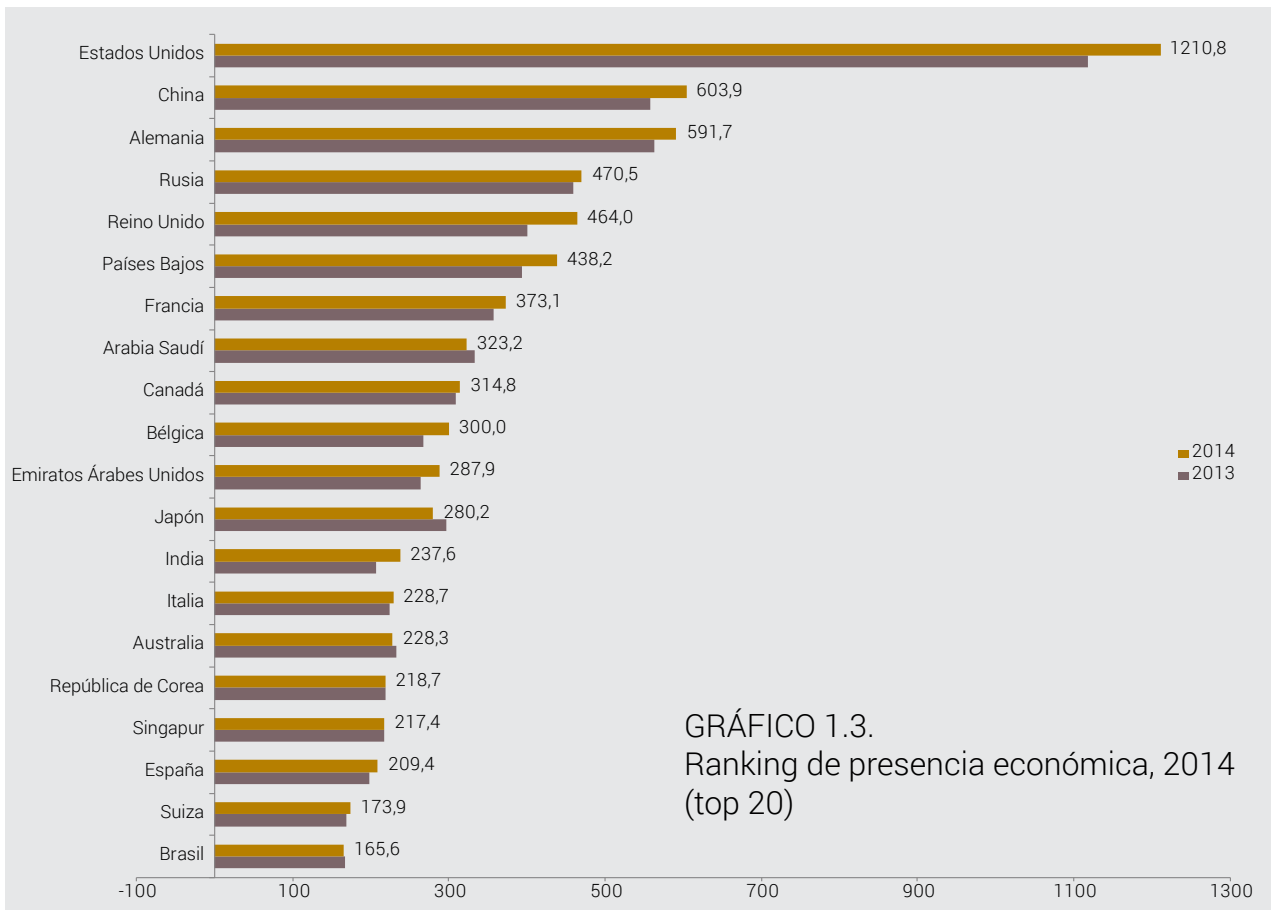
3 "UK gold exports surge tenfold this year", *Financial Times*, 19/VIII/2013, <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/876af37c-08dd-11e3-ad07-00144feabdc0.html#axzz3RH9dCjPR>.

CUADRO 1.2.
Ranking de presencia europea 2014 y
variaciones respecto de 2013

#	País	Presencia europea 2014	Presencia europea 2013	Variación de valor índice
1	Alemania	754,9	735,2	19,7
2	Reino Unido	688,5	700,1	-11,5
3	Francia	552,3	545,9	6,4
4	Países Bajos	467,9	479,8	-11,8
5	España	344,9	340,6	4,4
6	Italia	309,3	311,3	-2,1
7	Bélgica	302,7	295,1	7,6
8	Luxemburgo	187,8	184,8	3,0
9	Suecia	160,7	161,1	-0,4
10	Austria	155,3	152,8	2,5
11	Irlanda	125,2	125,0	0,2
12	Polonia	120,1	115,0	5,2
13	Dinamarca	113,7	113,4	0,3
14	República Checa	91,7	91,8	-0,1
15	Hungría	86,5	86,9	-0,4
16	Grecia	72,9	70,6	2,3
17	Portugal	69,6	65,7	3,9
18	Finlandia	68,1	64,5	3,6
19	Rumanía	47,6	42,9	4,7
20	Eslovaquia	37,0	36,2	0,8
21	Croacia	34,6	31,5	3,0
22	Eslovenia	23,5	23,3	0,2
23	Bulgaria	23,0	22,5	0,5
24	Lituania	21,7	22,1	-0,4
25	Estonia	14,1	13,8	0,3
26	Chipre	10,9	10,7	0,2
27	Letonia	10,7	10,0	0,7
28	Malta	7,6	7,6	0,0



El análisis por dimensiones muestra que el top 20 del ranking de presencia económica en 2014 sufre cambios importantes respecto de 2013. India supera a Singapur e Italia deja atrás a Australia, al igual que Bélgica a Japón y China sube una posición, hasta la 2ª, dejando a Alemania en la 3ª (Gráfico 1.3).



El cambio más significativo en el top 20 del ranking de presencia militar es la caída de la proyección de España, que baja de la 9ª posición en 2013 a la 15ª en 2014. Además, Brasil pierde una posición mientras que Corea del Sur e Indonesia suben tres y dos respectivamente; unos resultados que vendrían a confirmar el proceso de militarización de diversos países de Asia oriental (Gráfico 1.4).

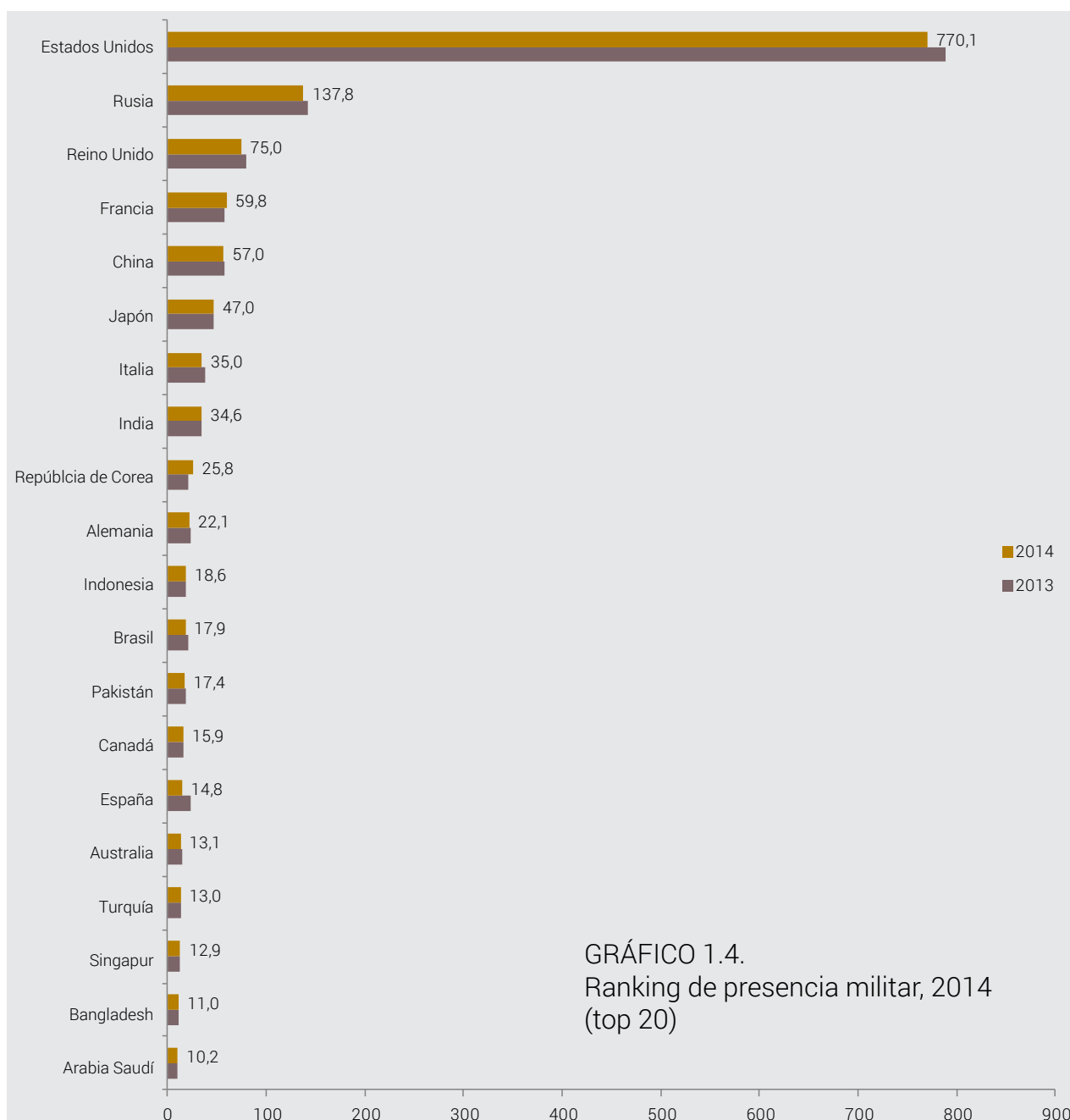


GRÁFICO 1.4.
Ranking de presencia militar, 2014
(top 20)

Por último, en lo que respecta a la dimensión blanda, cabe señalar que Alemania, España, Italia y Turquía suben una posición y Arabia Saudí dos en el top 20 del ranking por valor índice. Por el contrario, Francia, Bélgica y la India pierden una y Canadá dos (Gráfico 1.5).

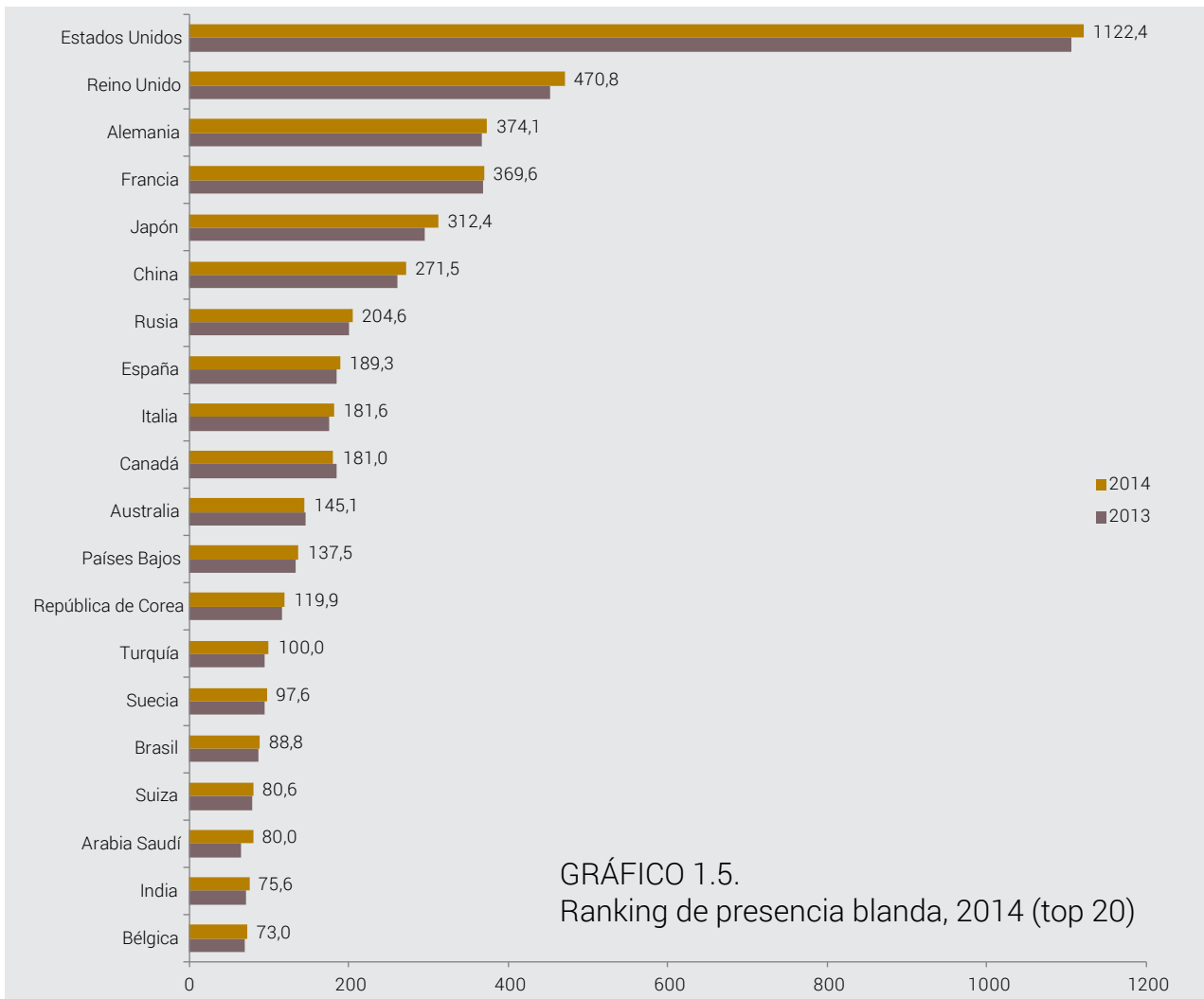


GRÁFICO 1.5.
Ranking de presencia blanda, 2014 (top 20)

La edición del año pasado mostraba la desaceleración del proceso de globalización (Oliví *et al.*, 2014).³ Aunque los datos para 2014 muestran una cierta recuperación del ritmo de globalización, el aumento de la presencia agregada de los 80 países es significativamente menor que las tasas de crecimiento registradas en períodos previos (Gráfico 1.6). Al igual que el año pasado, el estancamiento del proceso de globalización podría estar resultando en una reconcentración de la presencia global –y de varias de sus dimensiones– en un menor número de países. De hecho, la reconcentración entre 2013 y 2014 es mayor que entre 2012 y 2013 y afecta no solamente a la presencia económica sino también a la militar⁴ y, como resultado, a la proyección total. El índice Herfindahl-Hirschman (IHH) de presencia global es de 7,5. De hecho, la única dimensión que continúa su tendencia a la desconcentración es la blanda, con un IHH de -10 (Gráfico 1.7). A pesar de los resultados para el año pasado, y dado el intenso grado de desconcentración a principios de este decenio hay, de media, una mayor dispersión de la presencia económica y blanda en el período 2010-2014; aunque ésta sea mucho menos intensa que en períodos previos para el caso concreto de la presencia económica (Gráfico 1.8).

3 Iliana Oliví, Manuel Gracia y Carola García-Calvo (2014), *Informe Elcano de Presencia Global 2014*, Real Instituto Elcano.

4 Cabe destacar que se parte de un proceso de desconcentración militar en la edición anterior. Este cambio de tendencia se debe, sobre todo, al hecho de que otros países han seguido la pauta de Estados Unidos en la repatriación de tropas. Esto lleva a una recuperación de los máximos históricos de Estados Unidos en lo que se refiere a cuotas de presencia militar.

GRÁFICO 1.6.
Presencia global total por dimensiones
(1990-2014)

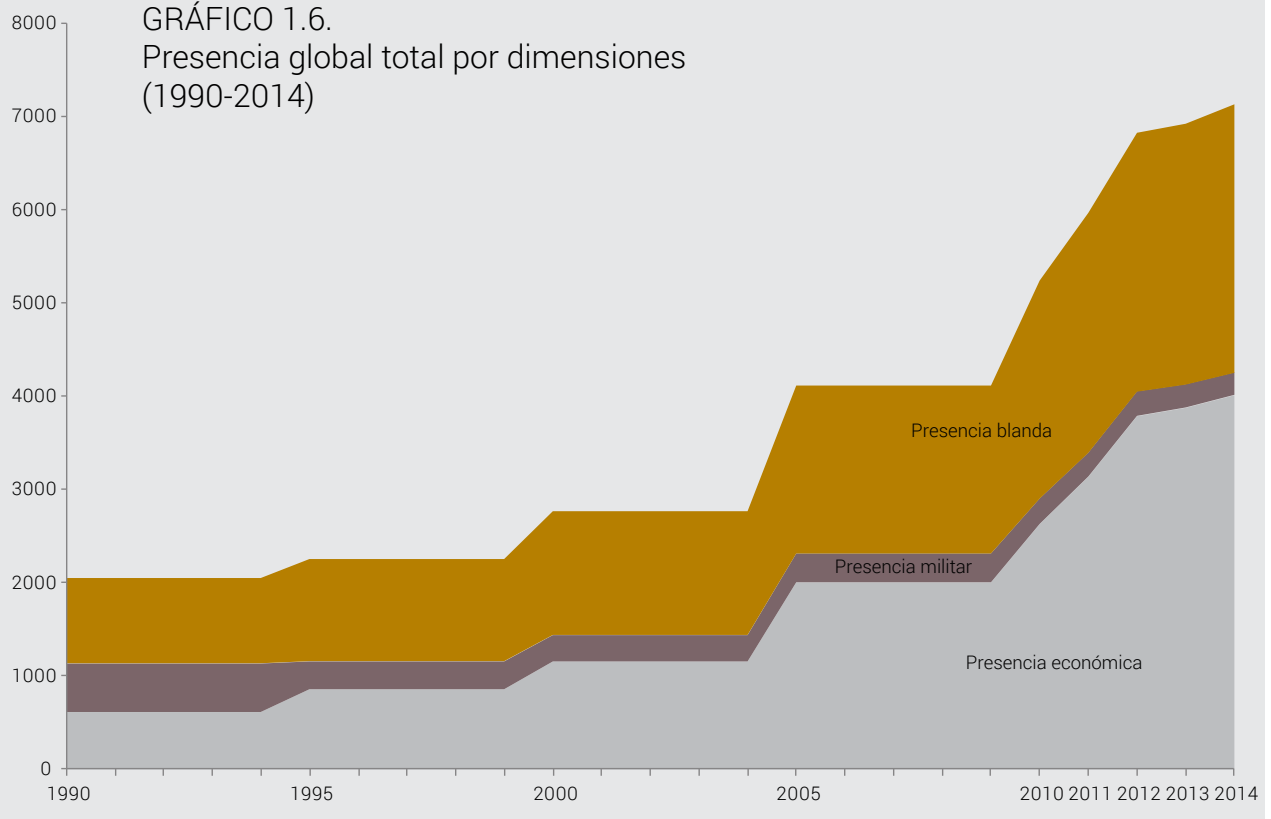
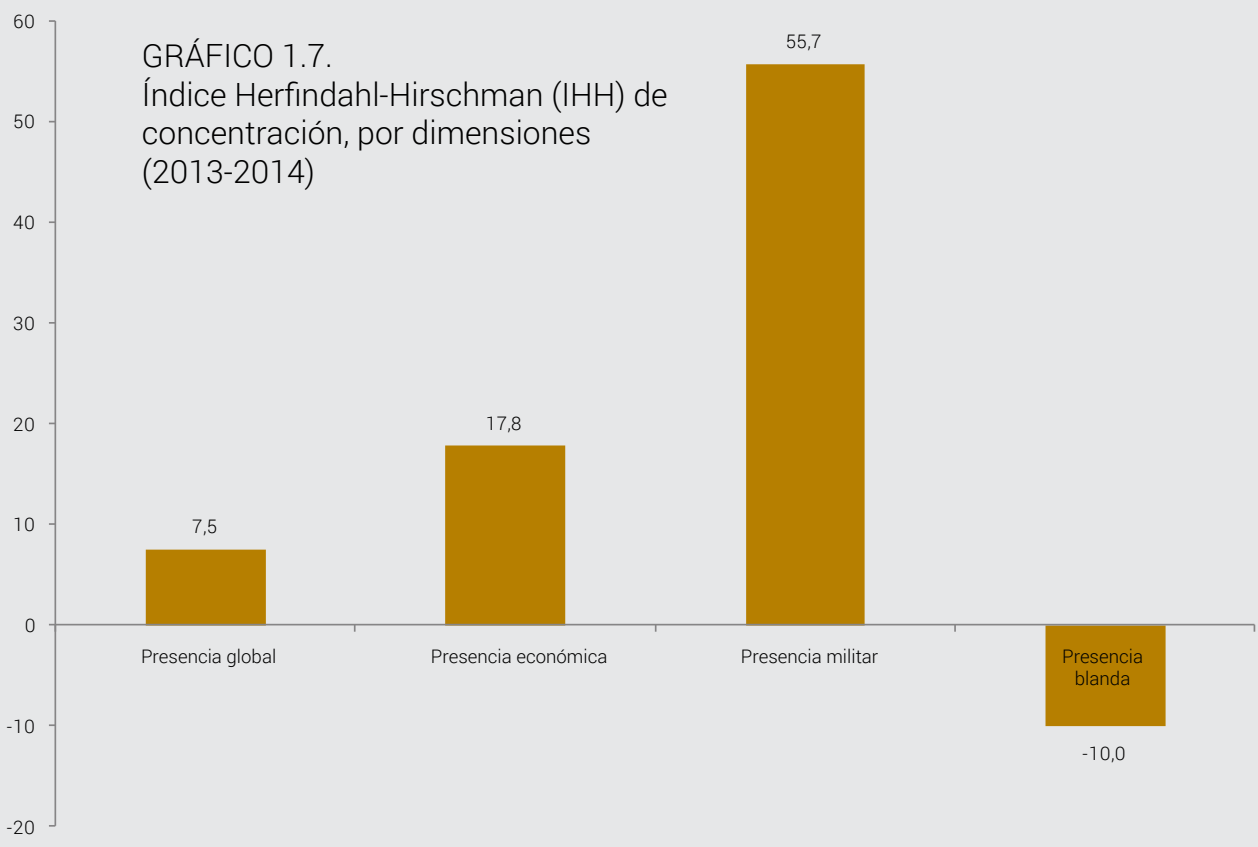
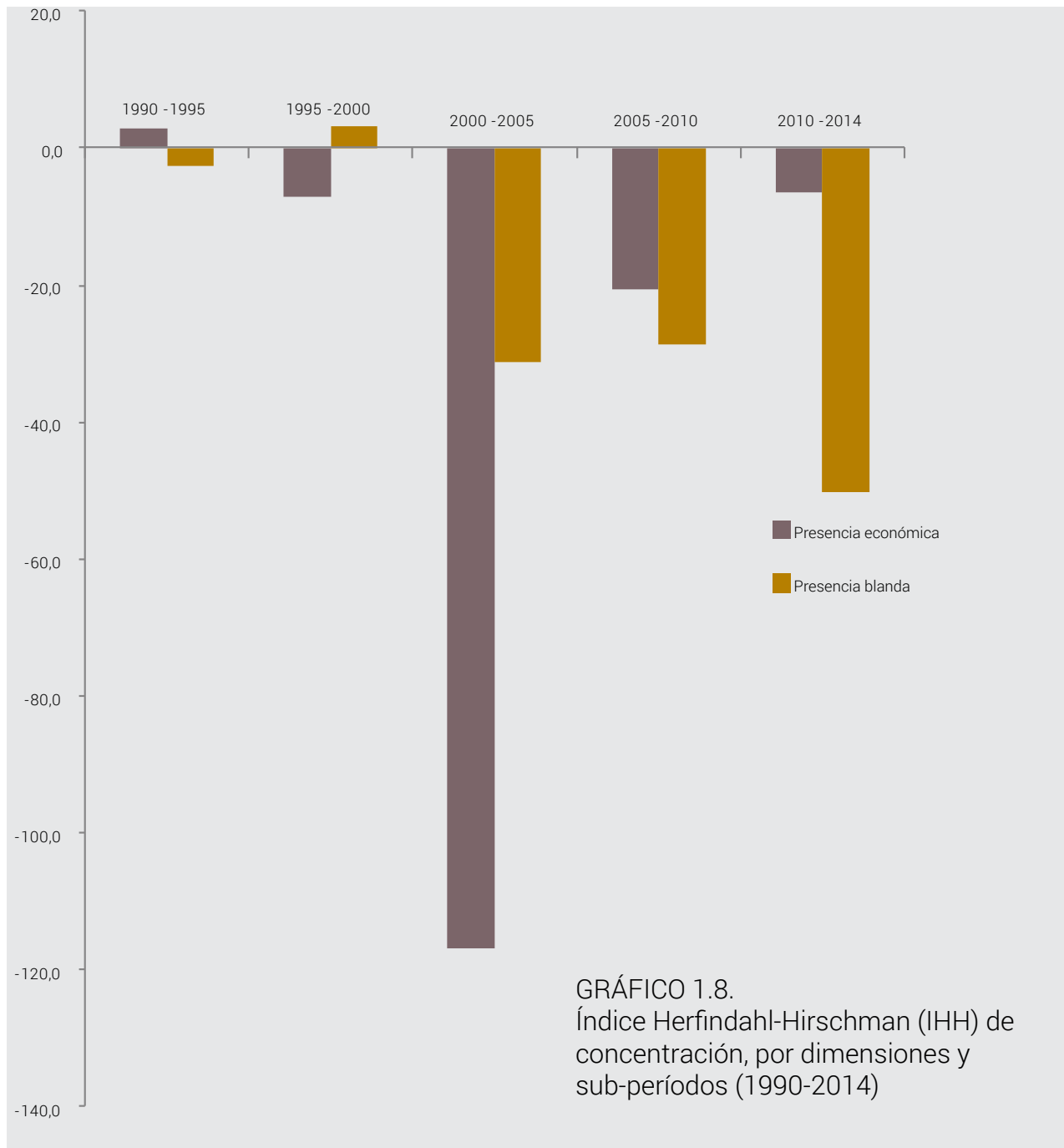


GRÁFICO 1.7.
Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) de
concentración, por dimensiones
(2013-2014)





2. De lo global a lo local: la arquitectura de la proyección exterior de la Unión Europea

Iliana Olivé / Manuel Gracia¹

Análisis previos del Real Instituto Elcano (Molina, coord., 2014)² hacen hincapié en el vínculo entre la esfera nacional de los sistemas económico, político y social y la proyección exterior de los países y, por tanto, en la conexión entre las políticas internas y exteriores.

Una forma de capturar la intensidad y forma de este vínculo es con el Índice Elcano de Presencia Global. Esto es así porque índices sintéticos como el de la presencia global de la Unión Europea pueden desagregarse tanto desde el punto de vista sectorial –analizando la contribución relativa de cada variable o de cada dimensión económica, militar y blanda– como desde el geográfico –tomando en cuenta la contribución relativa de cada Estado miembro a la proyección total de la Unión–. Asimismo, para cada Estado miembro, tanto su presencia europea como la global y su contribución a la de la Unión Europea son el resultado de la proyección exterior de sus regiones y comunidades.

El objetivo de esta sección es comprender el vínculo global-local, ejemplificado en el caso de la Unión Europea, la contribución relativa de los Estados miembros a su presencia global, y la composición geográfica y sectorial de un país europeo en particular, que es España.

La Unión Europea lidera el ranking de presencia global (por ahora)

También en esta edición, la Unión Europea sigue siendo la unidad política con la mayor presencia global. La proyección externa total de los Estados miembros fuera de los límites de la Unión asciende a 1.214,9 en 2014 (Gráfico 2.1). Por lo tanto, la Unión Europea ha sufrido un descenso –de 4,9 puntos– de presencia global durante el último año puesto que su índice de presencia global ascendía a 1.219,8 en 2013. Este descenso del 0,4% puede no parecer demasiado importante pero es el 3º mayor registrado por un país o territorio durante el último año. Irán lidera esta lista con un descenso de presencia global de 6,7 puntos, seguido de Libia, cuya presencia global retrocede 6,4 puntos (Gráfico 2.3).

¹ Iliana Olivé, investigadora principal, y Manuel Gracia, ayudante de investigación del Real Instituto Elcano.

² Ignacio Molina (coord.) (2014), "Hacia una renovación estratégica de la política exterior española", *Informes Elcano*, nº15, Real Instituto Elcano.

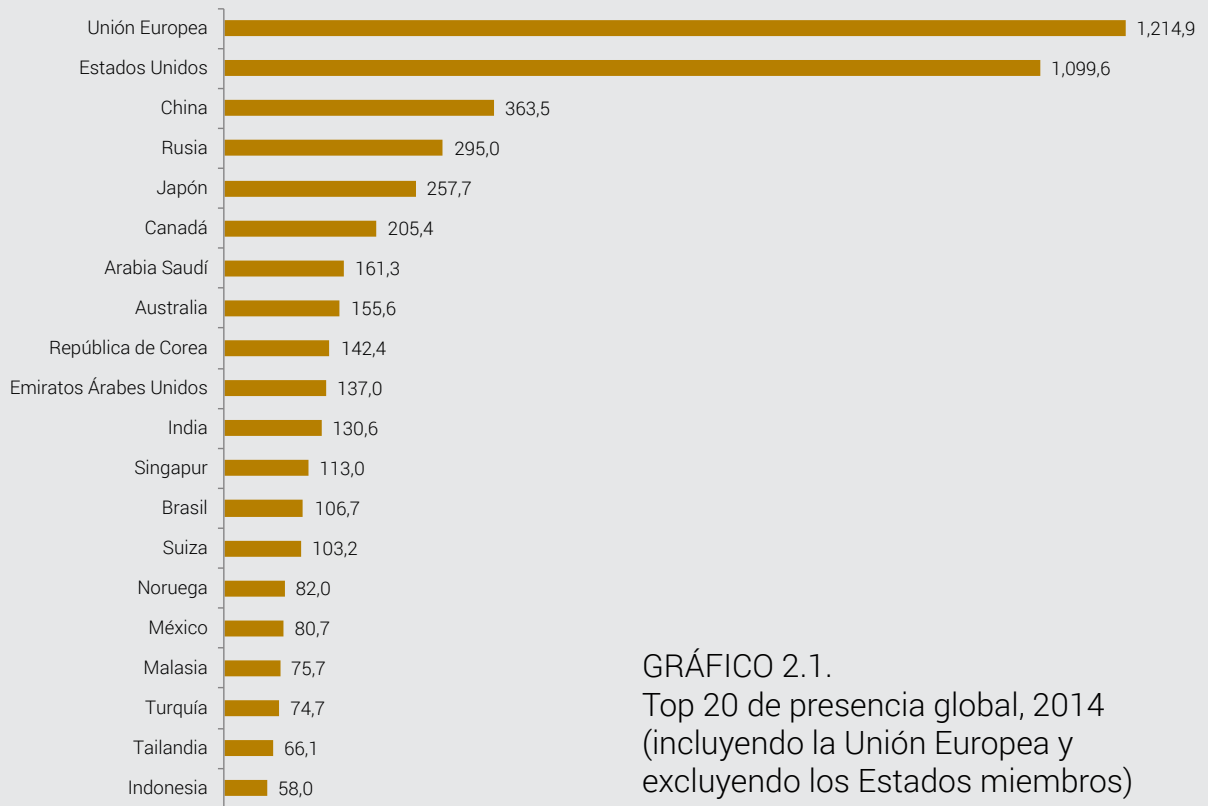


GRÁFICO 2.1.
Top 20 de presencia global, 2014
(incluyendo la Unión Europea y
excluyendo los Estados miembros)

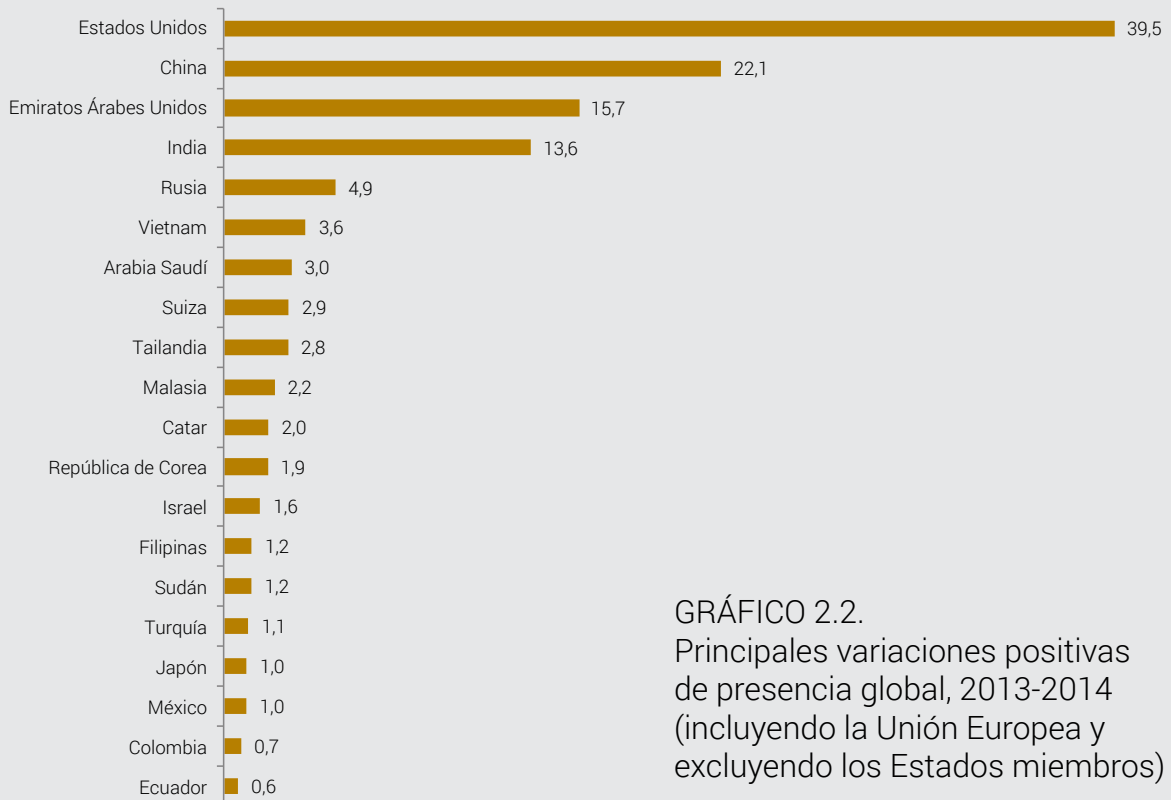
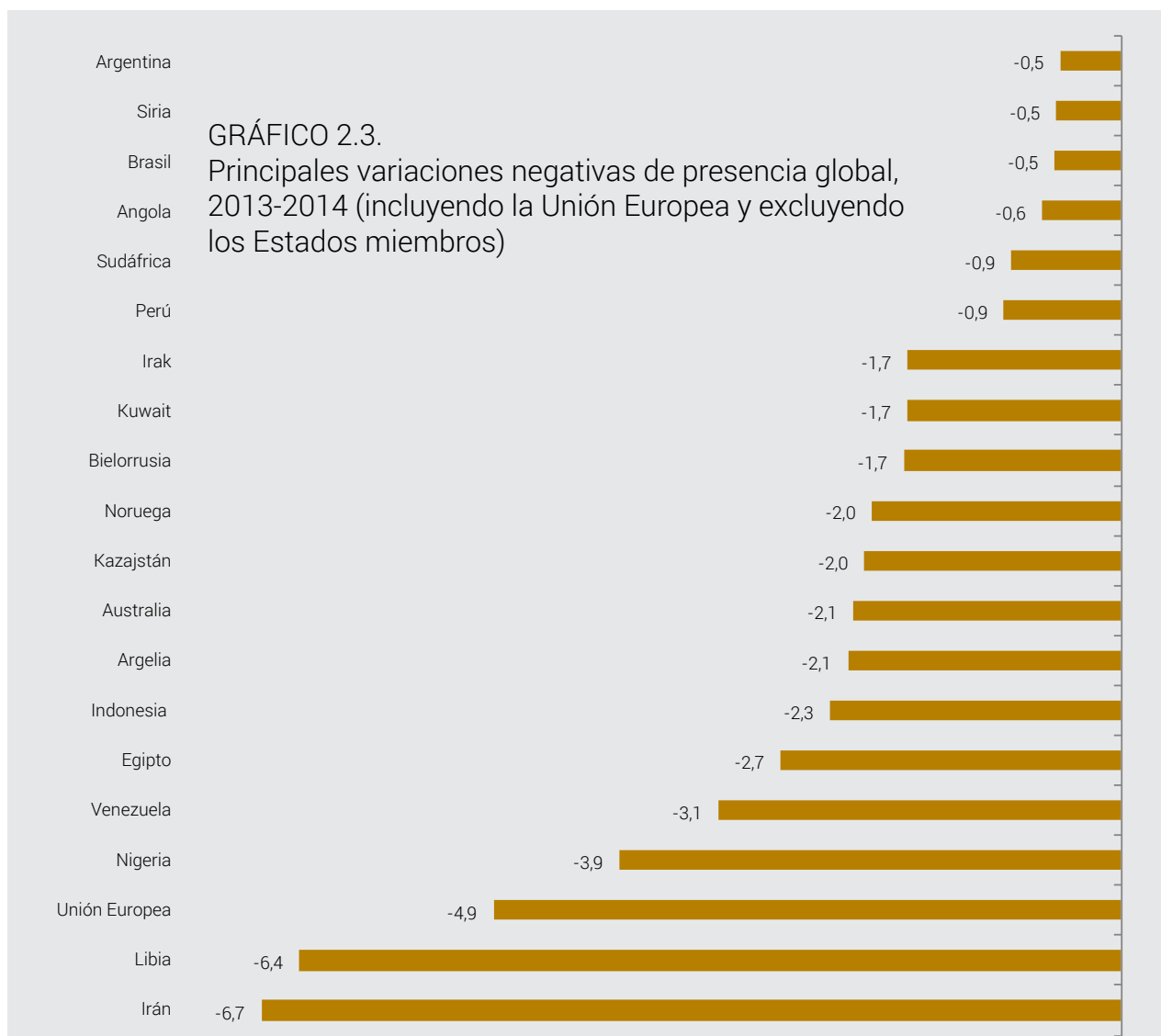
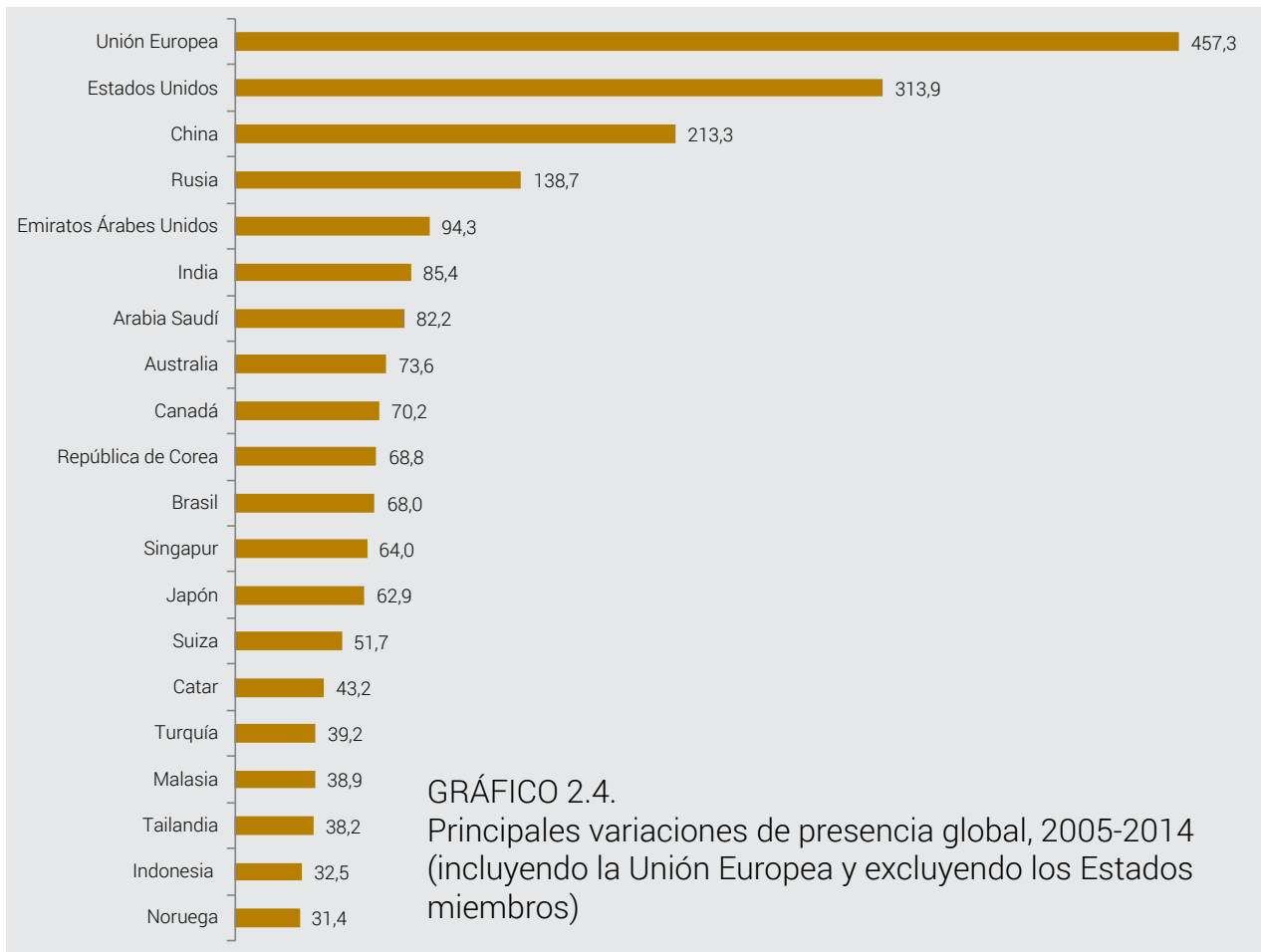


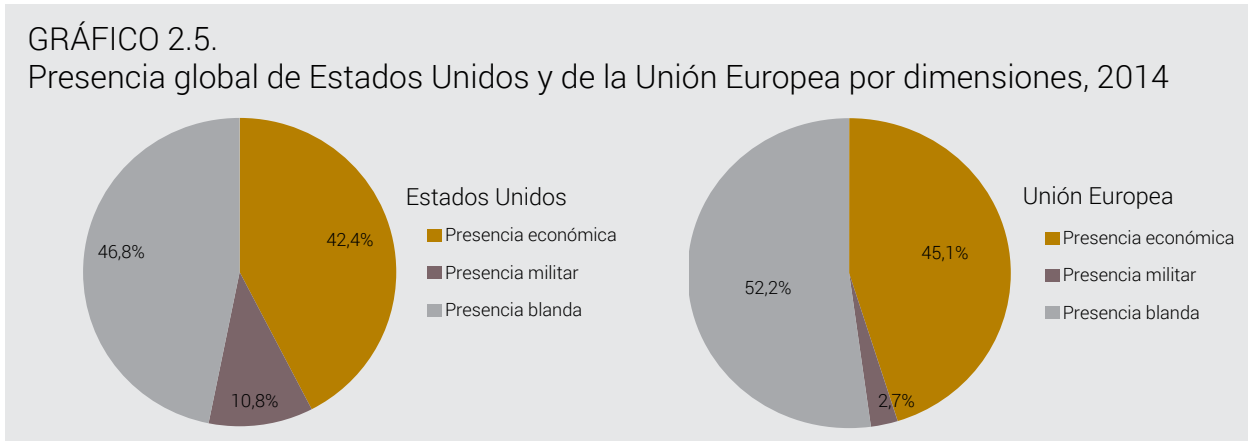
GRÁFICO 2.2.
Principales variaciones positivas
de presencia global, 2013-2014
(incluyendo la Unión Europea y
excluyendo los Estados miembros)



Esta tendencia contrasta con la de otros países, incluyendo Estados Unidos –cuya presencia global se ha incrementado en 39,5 puntos entre 2013 y 2014–, China –22,1– y otras economías emergentes o potencias regionales o medias como los Emiratos Árabes Unidos –15,7– la India –13,6–, Rusia –4,9–, Vietnam –3,6– y Arabia Saudí –3,0– (Gráfico 2.2). En otras palabras, la brecha de presencia global entre la Unión Europea y Estados Unidos se ha reducido de 159,7 puntos en 2013 a 115,2 en 2014. Esto se debe, en buena medida, a las variaciones de tipo de cambio euro-dólar puesto que el euro registraba a finales de 2013 un menor valor que a finales de 2012. Esto ha tenido un impacto negativo en los países de la eurozona así como en aquellos con una moneda propia cuyo valor se vincula al del euro. No obstante, cabe señalar que la Unión Europea sigue siendo el territorio que registra un mayor aumento de presencia global desde 2005, el primer año para el que calculamos su proyección exterior. Durante el período 2005-2014 la presencia global de la Unión Europea se ha incrementado en 457 puntos, comparados con 314 de Estados Unidos y poco más de 213 para China (Gráfico 2.4).



En cuanto a las características de la presencia global de la Unión Europea, como hemos señalado con antelación (Olivié *et al.*, 2014), ésta se basa sobre todo en sus variables blandas –que suman el 52% de la presencia global total– y en las económicas –el 44,8%–. La presencia militar contribuye un 2,7% a la proyección exterior europea. Estos datos contrastan con la composición de la presencia global de Estados Unidos. A pesar de la reducción en las variables militares en el período 2012-2013, esta dimensión sigue representando más del 10% de la presencia global del país. De manera similar a lo que ocurre en la Unión Europea, la dimensión más importante es la blanda, seguida de la económica (Gráfico 2.5).



¿Cómo se construye la presencia? La contribución relativa de los Estados miembros a la proyección exterior de la Unión

Aparte de su composición sectorial, la presencia global de la Unión Europea también se puede analizar desde el punto de vista geográfico. Es posible calcular hasta qué punto cada uno de los 28 Estados miembros contribuye a la proyección externa total del conjunto del territorio. Los datos para 2014 muestran que el Reino Unido es el primer contribuyente a la proyección global europea, seguido de Alemania, Francia, Italia, los Países Bajos y España. Los primeros tres países explican más del 51% de la presencia global europea (Cuadro 2.1). Este ranking no ha sufrido apenas cambios a lo largo del último decenio. En cualquier caso, los primeros 9 puestos en 2014 los ocupan los mismos países –y en el mismo orden– que en 2005.

CUADRO 2.1.

Presencia global de la Unión Europea por Estado miembro, 2014 (en %)

#	País	Contribución (%)	País	Contribución (%)	
1	Reino Unido	19,8	15	Finlandia	1,4
2	Alemania	16,9	16	Portugal	1,2
3	Francia	14,7	17	Rumanía	1,2
4	Italia	7,5	18	República Checa	1,1
5	Países Bajos	6,9	19	Luxemburgo	0,7
6	España	6,6	20	Croacia	0,6
7	Bélgica	3,5	21	Bulgaria	0,6
8	Suecia	3,5	22	Eslovaquia	0,5
9	Dinamarca	2,5	23	Lituania	0,5
10	Polonia	2,2	24	Eslovenia	0,4
11	Irlanda	2,2	25	Letonia	0,4
12	Austria	1,8	26	Estonia	0,3
13	Grecia	1,4	27	Chipre	0,2
14	Hungría	1,4	28	Malta	0,2

Aunque el Reino Unido viene fortaleciendo su posición desde 2005 –con un aumento de su contribución a la presencia global de la Unión Europea de 0,7 puntos–, los grandes Estados miembros han tenido la evolución contraria. Cabe destacar que los dos países que más descienden su contribución en el período 2005-2014 son Alemania –1,9 puntos– y Francia –1,2– (Cuadro 2.2).

La fotografía del ranking de contribuciones económicas de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea es muy similar. Cinco grandes economías lideran el ranking: el Reino Unido –9,3% de la presencia global–, Alemania –7,8%–, Francia –5,4%–, Países Bajos –4,2%– e Italia –3,2%– (Cuadro 2.3). Es más, hay un nivel de concentración similar al que se da con la presencia global puesto que los primeros tres contribuyentes explican prácticamente la mitad de la contribución agregada de la dimensión económica a la presencia global. Esto podría estar reflejando también la capacidad de los países para reorientar sus exportaciones fuera de la Unión Europea en un período de crisis económica y financiera.

CUADRO 2.2.

Variaciones de la contribución a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, puntos porcentuales)

#	País	Variación 2005-2014	País	Variación 2005-2014	
1	Rumanía	1,2	15	Países Bajos	0,0
2	Reino Unido	0,7	16	Estonia	0,0
3	Croacia	0,6	17	Malta	0,0
4	Bulgaria	0,6	18	Suecia	0,0
5	Irlanda	0,6	19	Eslovaquia	0,0
6	Polonia	0,4	20	Bélgica	-0,1
7	España	0,4	21	Finlandia	-0,2
8	Luxemburgo	0,3	22	Letonia	-0,2
9	Portugal	0,2	23	Italia	-0,2
10	Lituania	0,1	24	Hungría	-0,2
11	República Checa	0,1	25	Austria	-0,3
12	Chipre	0,0	26	Grecia	-0,5
13	Dinamarca	0,0	27	Francia	-1,2
14	Eslovenia	0,0	28	Alemania	-1,9

CUADRO 2.3.

Contribuciones económicas de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)

#	País	Contribución (%)	#	País	Contribución (%)
1	Reino Unido	9,3	15	Luxemburgo	0,4
2	Alemania	7,8	16	Portugal	0,4
3	Francia	5,4	17	Hungría	0,3
4	Países Bajos	4,2	18	Rumanía	0,3
5	Italia	3,2	19	República Checa	0,3
6	España	2,9	20	Bulgaria	0,2
7	Bélgica	2,3	21	Lituania	0,2
8	Suecia	1,5	22	Croacia	0,1
9	Irlanda	1,5	23	Eslovenia	0,1
10	Dinamarca	1,2	24	Eslovaquia	0,1
11	Austria	0,8	25	Letonia	0,1
12	Grecia	0,7	26	Estonia	0,1
13	Polonia	0,6	27	Chipre	0,1
14	Finlandia	0,6	28	Malta	0,0

No obstante, la evolución de las contribuciones económicas a la presencia global ha sido diferente a la de las contribuciones totales a la presencia global. En primer lugar, la mayor parte de los países han incrementado su contribución económica a la presencia global –lo que significa una mayor importancia de la dimensión económica en la proyección exterior de la Unión Europea–. Concretamente, todos los Estados miembros con la excepción de Finlandia aumentan su contribución económica en el período 2005-2014 (Cuadro 2.4). En segundo lugar, las mayores variaciones son las de los Estados miembros de mayor tamaño económico y demográfico. El Reino Unido, España, Alemania, Países Bajos e Irlanda lideran este ranking (Cuadro 2.5).

Las contribuciones militares muestran un patrón similar. Francia –con una contribución militar de 0,7% de la presencia global de la Unión Europea–, el Reino Unido –0,6–, Italia –0,4–, Alemania –0,3– y España –0,2– lideran el ranking. Como es habitual, la dimensión militar muestra un mayor grado de concentración en unos pocos Estados miembros. Francia, el Reino Unido e Italia explican el 1,7% de una contribución militar total del 2,7% por parte de los 28 Estados miembros a la proyección exterior total de la Unión Europea (Cuadro 2.5).

CUADRO 2.4.

Variaciones de la contribución económica a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, en puntos porcentuales)

#	País	Variación 2005-2014	#	País	Variación 2005-2014
1	Reino Unido	1,4	15	Grecia	0,1
2	España	1,0	16	Lituania	0,1
3	Alemania	0,9	17	Austria	0,1
4	Países Bajos	0,9	18	Suecia	0,1
5	Irlanda	0,6	19	Letonia	0,0
6	Francia	0,5	20	República Checa	0,0
7	Italia	0,4	21	Hungría	0,0
8	Rumanía	0,3	22	Estonia	0,0
9	Bulgaria	0,2	23	Eslovaquia	0,0
10	Polonia	0,2	24	Malta	0,0
11	Dinamarca	0,2	25	Chipre	0,0
12	Portugal	0,1	26	Bélgica	0,0
13	Luxemburgo	0,1	27	Eslovenia	0,0
14	Croacia	0,1	28	Finlandia	-0,1

CUADRO 2.5.

Contribuciones militares de los estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)

#	País	Contribución (%)	País	Contribución (%)	
1	Francia	0,7	15	Austria	0,0
2	Reino Unido	0,6	16	Irlanda	0,0
3	Italia	0,4	17	Suecia	0,0
4	Alemania	0,3	18	Eslovenia	0,0
5	España	0,2	19	Eslovaquia	0,0
6	Países Bajos	0,1	20	Finlandia	0,0
7	Letonia	0,1	21	Hungría	0,0
8	Grecia	0,1	22	Lituania	0,0
9	Rumanía	0,1	23	Luxemburgo	0,0
10	Polonia	0,0	24	Croacia	0,0
11	Dinamarca	0,0	25	Estonia	0,0
12	Portugal	0,0	26	República Checa	0,0
13	Bulgaria	0,0	27	Malta	0,0
14	Bélgica	0,0	28	Chipre	0,0

De nuevo, se da un fuerte paralelismo entre los rankings de presencia global y económica y el de presencia blanda. Los cuatro primeros puestos son los mismos. El Reino Unido contribuye con su presencia blanda al 9,9% de la proyección exterior de la Unión Europea. Alemania está en el 2º puesto –8,8%–, seguida de Francia –8,5%– e Italia –3,9%–. España se encuentra en la 5ª posición. Cabe destacar que España es el 8º contribuyente en presencia global al índice de presencia global de la Unión Europea (Cuadro 2.1). Esto pone de manifiesto el perfil blando de la proyección de este país –una característica que ya ha sido destacada en informes previos (Olivié *et al.*, 2013 y 2014)–. De nuevo, los tres primeros países acumulan más de la mitad de las contribuciones del conjunto de los Estados miembros (Cuadro 2.6).

Como resultado, el 49,7% de la presencia global de la Unión Europea es fruto de las proyecciones económica y blanda del Reino Unido, Alemania y Francia fuera de las fronteras de la Unión. Por lo tanto, estos tres países tienen la llave para la configuración de la Unión Europea como un actor global. La importancia de estos tres países también se hace evidente en el Gráfico 2.6, que muestra las principales contribuciones a la presencia global de la Unión por variables y países.

CUADRO 2.6.

Contribuciones blandas de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)

#	País	Contribución (%)	País	Contribución (%)	
1	Reino Unido	9,9	15	Finlandia	0,8
2	Alemania	8,8	16	Portugal	0,7
3	Francia	8,5	17	Grecia	0,7
4	Italia	3,9	18	Irlanda	0,6
5	España	3,5	19	Croacia	0,5
6	Países Bajos	2,6	20	Eslovaquia	0,4
7	Suecia	1,9	21	Bulgaria	0,3
8	Polonia	1,5	22	Luxemburgo	0,3
9	Dinamarca	1,2	23	Eslovenia	0,3
10	Bélgica	1,2	24	Lituania	0,3
11	Hungría	1,1	25	Estonia	0,2
12	Austria	1,0	26	Letonia	0,2
13	República Checa	0,8	27	Malta	0,2
14	Rumanía	0,8	28	Chipre	0,2

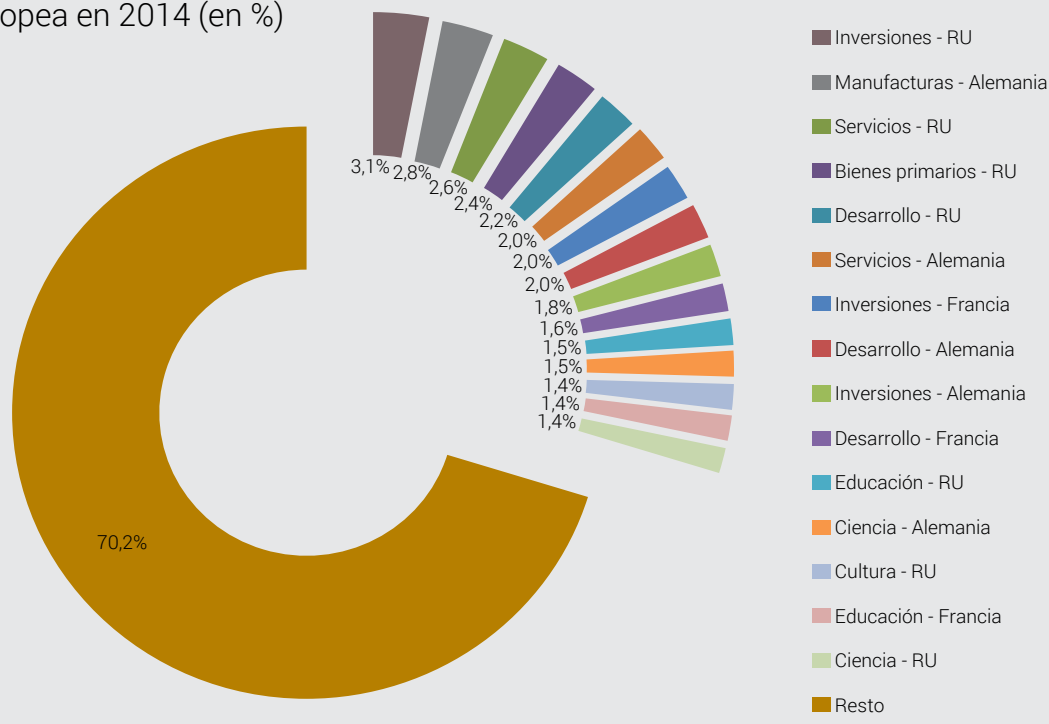
CUADRO 2.7.

Variaciones de la contribución blanda a la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros (2005-2014, en puntos porcentuales)

#	País	Variación 2005-2014	País	Variación 2005-2014	
1	Rumanía	0,8	15	Malta	-0,1
2	Reino Unido	0,5	16	Eslovaquia	-0,1
3	Croacia	0,5	17	Finlandia	-0,1
4	Bulgaria	0,3	18	Suecia	-0,1
5	Polonia	0,2	19	Letonia	-0,1
6	Luxemburgo	0,1	20	Dinamarca	-0,2
7	República Checa	0,1	21	Hungría	-0,2
8	Portugal	0,1	22	España	-0,4
9	Irlanda	0,0	23	Austria	-0,4
10	Lituania	0,0	24	Grecia	-0,5
11	Chipre	0,0	25	Italia	-0,6
12	Eslovenia	0,0	26	Países Bajos	-0,8
13	Bélgica	0,0	27	Francia	-0,9
14	Estonia	-0,1	28	Alemania	-2,6

GRÁFICO 2.6.

Contribuciones por Estado miembro y variables a la presencia global de la Unión Europea en 2014 (en %)



La Europa de las regiones. La contribución de las comunidades autónomas a la presencia global de España

Para aquellos países para los que existe información estadística desagregada regionalmente –como Alemania, Estados Unidos, el Reino Unido y España– es posible calcular la contribución de cada región –comunidades autónomas en el caso de España– a la presencia global agregada de cada país.

Como hemos mostrado en análisis previos (Olivé y Gracia, 2014), desde 1990 la presencia global de España ha registrado un crecimiento rápido en términos relativos; por encima del de otros países como Estados Unidos y Portugal. Sin embargo, un análisis más detallado pone de manifiesto las debilidades y los desequilibrios en dicha proyección –la concentración en el turismo y los deportes y las menores contribuciones de la tecnología y la educación a la presencia global agregada–. El análisis de la presencia global de España con un enfoque geográfico debería permitir establecer un perfil regional de dichas fortalezas y debilidades.

La comunidad autónoma que más contribuye a la presencia global de España es Cataluña, con una contribución de casi el 22% a la presencia global española. Le siguen Madrid, Andalucía, la Comunidad Valenciana y el País Vasco. Estas 5 comunidades contribuyen el 70% de la presencia total de España. Por otra parte, las 5 comunidades que menos contribuyen son las ciudades de Melilla y Ceuta así como La Rioja, Extremadura y Navarra (Cuadro 2.8).

De la misma manera que ocurre con la presencia global de los países, parece haber una importante correlación entre el tamaño del territorio –comunidad autónoma, país, grupo de países– en términos geográficos, demográficos y/o económicos y su capacidad para proyectarse fuera de sus fronteras. En términos generales, la contribución de cada comunidad autónoma a la presencia global de España está alineada con su contribución al PIB total (Cuadro 2.8).

CUADRO 2.8.

Ranking de contribuciones por comunidades autónomas a la presencia global de España en 2014 (en %)

Comunidad autónoma	% de presencia global de España	% del PIB
Cataluña	21,59%	18,9%
Madrid	19,50%	18,0%
Andalucía	12,87%	13,5%
Comunidad Valenciana	8,95%	9,5%
País Vasco	5,95%	6,2%
Islas Canarias	5,70%	3,8%
Galicia	4,92%	5,4%
Islas Baleares	4,70%	2,6%
Castilla y León	2,99%	5,2%
Murcia	2,86%	2,6%
Aragón	1,95%	3,2%
Cantabria	1,85%	1,2%
Castilla-La Mancha	1,79%	3,5%
Asturias	1,65%	2,1%
Navarra	1,35%	1,7%
Extremadura	0,86%	1,6%
La Rioja	0,43%	0,8%
Melilla	0,04%	0,1%
Ceuta	0,04%	0,1%

No obstante, algunas comunidades están más orientadas al exterior puesto que su contribución a la presencia global nacional es superior a lo que aportan al PIB nacional. Éste es el caso de Cataluña, Madrid, Canarias, Baleares, Murcia y Cantabria. En algunos casos, como el del País Vasco, la cuota de presencia global es sólo ligeramente superior a la del PIB. En otros, la participación en la presencia global del país casi duplica la contribución al tamaño de la economía. Éste es el caso para Canarias y Baleares; dos importantes destinos de turismo internacional.

Asimismo, hay una importante concentración de la presencia global de España en dos comunidades autónomas, que son Cataluña y Madrid. Estas dos explican más del 41% de la presencia global de España –algo por encima de su participación en el PIB nacional, que se sitúa en algo menos de 38%–.

CUADRO 2.9.

Variaciones de contribuciones por comunidades autónomas a la presencia global de España (2005-2014)

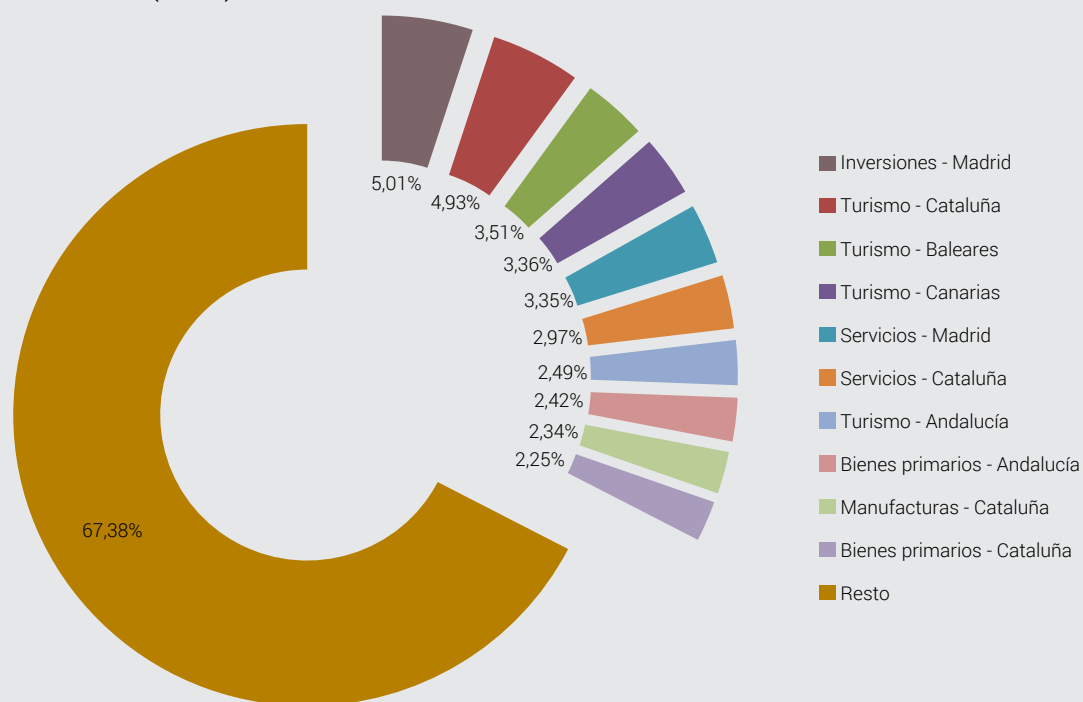
Comunidad autónoma	2014	2005	Variación 2005-2014
Andalucía	12,87%	12,83%	0,03
Aragón	1,95%	2,19%	-0,24
Asturias	1,65%	1,48%	0,17
Islas Baleares	4,70%	6,17%	-1,47
Islas Canarias	5,70%	6,46%	-0,76
Cantabria	1,85%	1,60%	0,25
Castilla y León	2,99%	3,24%	-0,25
Castilla-La Mancha	1,79%	1,48%	0,32
Cataluña	21,59%	22,44%	-0,85
Ceuta	0,04%	0,02%	0,02
Comunidad Valenciana	8,95%	9,29%	-0,33
Extremadura	0,86%	0,82%	0,04
Galicia	4,92%	4,42%	0,50
Madrid	19,50%	18,87%	0,63
Melilla	0,04%	0,02%	0,02
Murcia	2,86%	1,98%	0,89
Navarra	1,35%	1,19%	0,16
País Vasco	5,95%	5,05%	0,90
La Rioja	0,43%	0,47%	-0,04

Como se ha señalado en trabajos previos, el índice de presencia global pretende reflejar cambios estructurales. En este sentido, los elementos más coyunturales difícilmente van a tener un impacto significativo en los valores de presencia global. Ésta es posiblemente la razón por la cual no hay variaciones significativas en las contribuciones de presencia global de cada comunidad autónoma a la nacional durante el período 2005-2013 (Cuadro 2.9). Cataluña registra un leve descenso en su contribución –de 0,85 puntos– y Madrid un ligero ascenso –0,63–. Algunas comunidades registran variaciones más significativas como la de las Baleares –cuya contribución disminuye en 1,22 puntos– y Murcia y el País Vasco, con la evolución opuesta –ascensos de 1,03 y de 1,19 puntos respectivamente–.

Las fortalezas de la presencia global de España son sus exportaciones de bienes primarios y su capacidad para atraer turistas internacionales. Siendo así, cabe esperar que las comunidades autónomas que más contribuyan a la proyección internacional sean precisamente aquellas capaces de generar estas dos modalidades de presencia global. Al margen de las muy importantes contribuciones de Cataluña y Madrid, polos de turismo internacional como Andalucía, Canarias y Baleares tienen una importante participación en la presencia global del país. De forma similar, Murcia contribuye en mayor medida a la presencia global que al PIB, tratándose de un importante productor y exportador de bienes primarios (Cuadro 2.8).

La distribución de la presencia global de España, tanto por variables como por comunidades autónomas, pone en evidencia el bajo valor añadido de la proyección exterior del país. Las inversiones directas en el exterior canalizadas a través de Madrid explican algo más del 5% de la presencia agregada –lo que se explica en buena medida con el hecho de que éste sea el lugar de domiciliación fiscal de buena parte de las empresas transnacionales–. En cuanto a Cataluña, sus exportaciones de manufacturas explican el 2,2% de la presencia global. Sin embargo, el grueso de las principales contribuciones por variable y comunidad –aquellas que ascienden como mínimo al 2% de la presencia global total– son las de menor valor añadido. El turismo catalán, balear, canario y andaluz explica el 14% de la presencia global. Las exportaciones de bienes primarios desde Andalucía y Cataluña representan el 4,6% de la proyección exterior de España. En cuanto a las exportaciones de servicios –con diferentes niveles de complejidad tecnológica– desde Madrid y Cataluña, ascienden al 6,1% de la presencia global total (Gráfico 2.7).

GRÁFICO 2.7.
Contribuciones por comunidades autónomas y variables a la presencia global de España, 2014 (en %)



3. La presencia económica global de Europa frente a los mercados emergentes

Miguel Otero Iglesias¹

Tras la crisis financiera y económica global (2007-2009) y, sobre todo, después de la crisis de deuda en Europa (2009 hasta hoy), muchos académicos y expertos se han lanzado a pronosticar el inexorable declive de Europa, y argumentan que el poder económico, y consecuentemente también el poder político, se está desplazando de Occidente, especialmente de Europa, a Oriente, sobre todo hacia China.² Otros expertos, sin embargo, cuestionan esta narrativa, destacando que Europa todavía sigue siendo uno de los bloques comerciales y de inversión más ricos del mundo y que, por lo tanto, su aparente declive está exagerado por los primeros.³ El objetivo de este capítulo es justamente proporcionar cierta evidencia empírica a este debate.

Gracias a los datos del Índice Elcano de Presencia Global desde 1990 hasta 2014, la idea de este capítulo es comparar la presencia global económica de las 5 economías más grandes de Europa, es decir el G5 europeo (Alemania, el Reino Unido, Francia, Italia y España, a partir de ahora el G5E) con los dos grupos más citados en la literatura cuando se habla de los mercados emergentes: los BRICS (Brasil, Rusia, la India, China y Sudáfrica) y los Next 11 (los próximos 11, que son Bangladesh, Egipto, Indonesia, Irán, Corea del Sur, México, Nigeria, Pakistán, Filipinas, Turquía y Vietnam, a partir de ahora N11).⁴

Los datos demuestran que el grupo de las 5 grandes economías europeas ha perdido peso en presencia económica mundial. Ya más en concreto, si se desglosan los datos, se pueden observar ciertas peculiaridades. El grupo de los BRICS le ha comido mucho más terreno al G5E que el N11, lo que indica que los BRICS siguen siendo mucho más importantes de analizar que el N11. Además, dentro de los BRICS, el país estrella es sin lugar a dudas China. Por lo tanto, más que decir que Occidente está en declive y que el resto del mundo está en ascenso, hay que matizar que quien está realmente escalando a pasos agigantados es

1 Investigador principal del Real Instituto Elcano. Me gustaría expresar mi gratitud a Manuel Gracia por ayudarme con los gráficos de este capítulo.

2 Véanse Kishore Mahbubani (2008), *The New Asian Hemisphere: The Irresistible Power Shift to the East*, New York, Public Affairs; y Danny Quah (2011), "The Global Economy's Shifting Centre of Gravity", *Global Policy*, vol. 2, nº 3, pp. 3-9. Para una revisión de la literatura, leer Cox, Michael (2012) "Power Shifts, Economic Change and the Decline of the West", *International Relations*, vol. 26, nº 4, pp. 369-388.

3 Andrew Moravcsik (2013), "Why Europe is the other Superpower in the 21st Century (and China is Not)", comunicación presentada en la Johns Hopkins School of Advanced International Studies, Baltimore, 6/IX/2013.

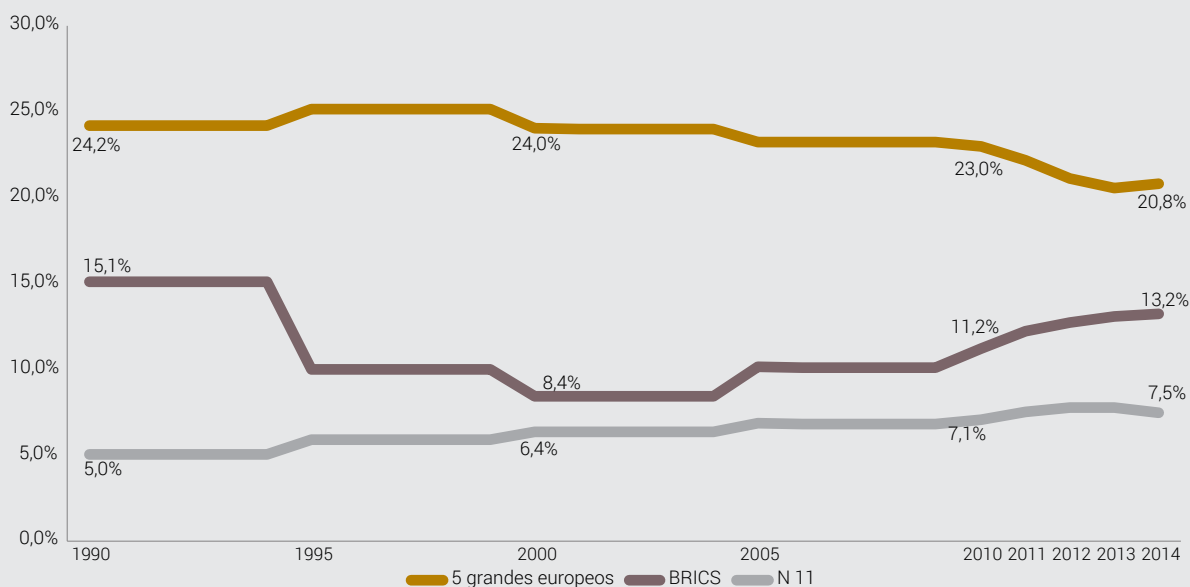
4 Ambos conceptos, tanto el de los BRICS en 2001 como el de los N11, en 2005, fueron inventados por Jim O'Neill, el que fuera el economista principal de Goldman Sachs.

China. Es importante señalar además que la India está cogiendo ritmo y que podría coger el testigo del crecimiento espectacular de China en los próximos años. Rusia, en cambio, se ha estancado y puede incluso ir marcha atrás.

Las diferencias son también notables en el G5 europeo. Aquí el país más destacado es Alemania. Por lo tanto, la conclusión de este capítulo es que en los últimos 25 años los dos campeones de presencia económica global dentro del G5E y los BRICS son Alemania y China, respetivamente. Seguramente que la complementariedad de sus economías ha ayudado a mejorar su rendimiento, lo que a su vez explica los enormes esfuerzos políticos que sus líderes han llevado a cabo en los últimos años para estrechar todavía más si cabe sus relaciones bilaterales.⁵ En definitiva: China y Alemania se retroalimentan mutuamente en presencia económica global.

Dentro del G5E, otro país que también destaca por su dinamismo es el Reino Unido, que después de Alemania es la segunda economía europea con mayor presencia global. Por su parte, pese a considerarse una economía estancada, Francia no ha perdido demasiadas posiciones, sobre todo si se compara con Italia y España, que acaban de ser superadas por la India. Dentro del grupo de los BRICS los que todavía no están explotando todo su potencial son Brasil y Sudáfrica, sobre toda esta última, que prácticamente no ha aumentado su presencia económica global en el último cuarto de siglo.

GRÁFICO 3.1.
Cuotas de presencia global (1990-2014)

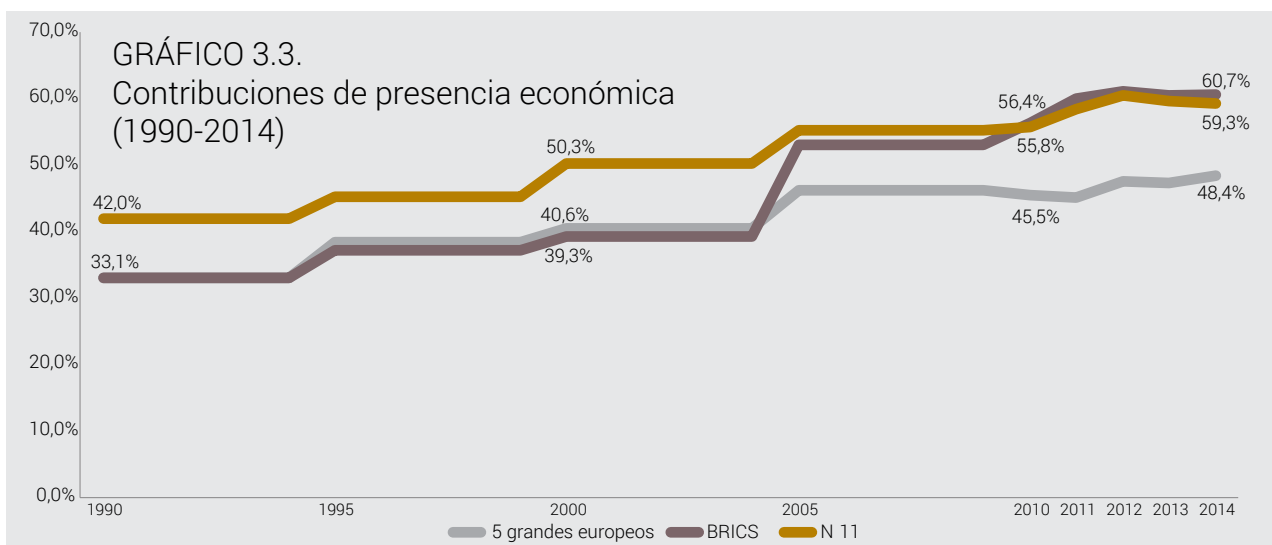
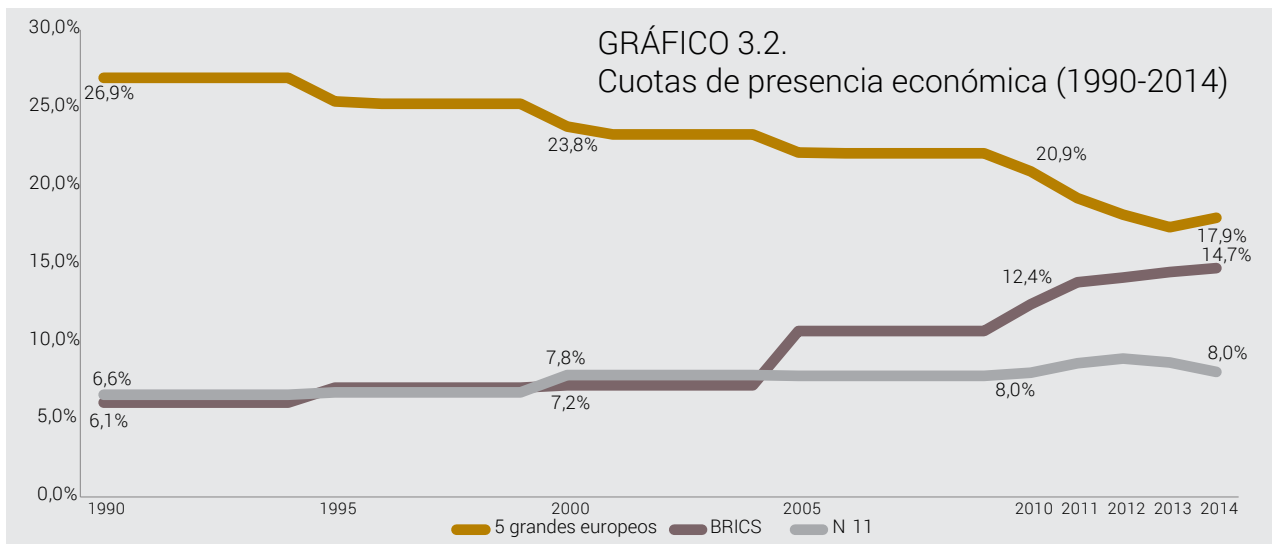


⁵ Hans Kundnani y Jonas Parello-Plesner (2012), "China and Germany: Why the Emerging Special Relationship Matters for Europe", *Policy Brief*, nº 55, ECFR, mayo.

Europa baja, los BRICS suben y los N11 se quedan planos

Como se puede observar en los Gráficos 3.1 y 3.2, el G5E ha perdido terreno tanto en presencia global general como en presencia económica global. No es ninguna sorpresa, además, ver cómo un porcentaje mayor de la pérdida se ha producido en el ámbito económico, donde tanto los BRICS como los N11 son más fuertes, ya que para estos dos grupos la presencia económica representa alrededor del 60% de su presencia total (véase el Gráfico 3.3, que muestra la contribución de la presencia económica en la presencia total). Mientras en el año 1990 la presencia global total del G5E era del 24,2%, dicho porcentaje descendió al 20,8% en 2014. La caída fue todavía más pronunciada en la presencia económica, que pasó del 26,9% al 17,9%. Es decir, se produjo una pérdida de 9 puntos porcentuales.

El Gráfico 3.2 también muestra como los BRICS se han acercado mucho más que los N11 al G5E. Mientras los BRICS pasaron del 6,1% al 14,7% en presencia económica global, los



N11 sólo pasaron del 6,6% (un porcentaje mayor que los BRICS) en 1990 al 8% un cuarto de siglo más tarde. Esta diferencia podría explicar el éxito del acrónimo de los BRICS, así como también el poco interés que ha despertado el de los N11 entre los analistas. La Tabla 3.1 nos ayuda a entender estas diferencias. En ella se puede ver cómo en el grupo de los N11 sólo Corea del Sur y Turquía han escalado posiciones, siendo Corea el indiscutible líder de esta formación. Tampoco esta circunstancia es una sorpresa. En los últimos 25 años Corea del Sur ha pasado de tener una renta per cápita media-baja a alta, y su economía es altamente competitiva y globalizada.⁶ En cambio, países como Irán, Egipto, Pakistán e incluso Filipinas han decepcionado. Por último, países con grandes poblaciones, y por lo tanto con enorme potencial, como Nigeria y México, sólo han podido mantener sus posiciones (y eso que el primero es un gran exportador de petróleo y el segundo una potencia manufacturera).

Todas las economías que forman el G5E han perdido posiciones, aunque algunas más que otras. Alemania y el Reino Unido sólo han perdido un puesto cada una, demostrando que todavía son economías resistentes a la competencia que llega del sur y el este del mundo.

De todas formas, hay que destacar que Alemania es económicamente más global que el Reino Unido. En el año 2000 el Reino Unido era el 2º país con mayor presencia global

CUADRO 3.1.
Ranking de presencia económica (Variación 1990-2014)

	1990	2000	2014	Variación 1990-2014
5 grandes europeos				
Reino Unido	4	2	5	-1
Alemania	2	3	3	-1
Francia	3	4	7	-3
Italia	8	9	14	-6
España	13	13	18	-5
BRICS				
China	17	10	2	+15
Rusia	12	11	4	+8
India	39	31	13	+26
Brasil	23	25	20	+3
Sudáfrica	29	35	43	-14
N 11				
Bangladesh	68	75	73	-5
República de Corea	21	14	16	+5
Egipto	51	55	62	-11
Filipinas	52	48	59	-7
Indonesia	24	23	25	-1
Irán	28	30	41	-13
México	22	15	22	=
Nigeria	30	34	30	=
Pakistán	61	67	70	-9
Turquía	38	40	47	+1

6 Oh-Seok Hyun (2012), "South Korea Miracle sets Shining Example", *The National*, 14/VI/2012.

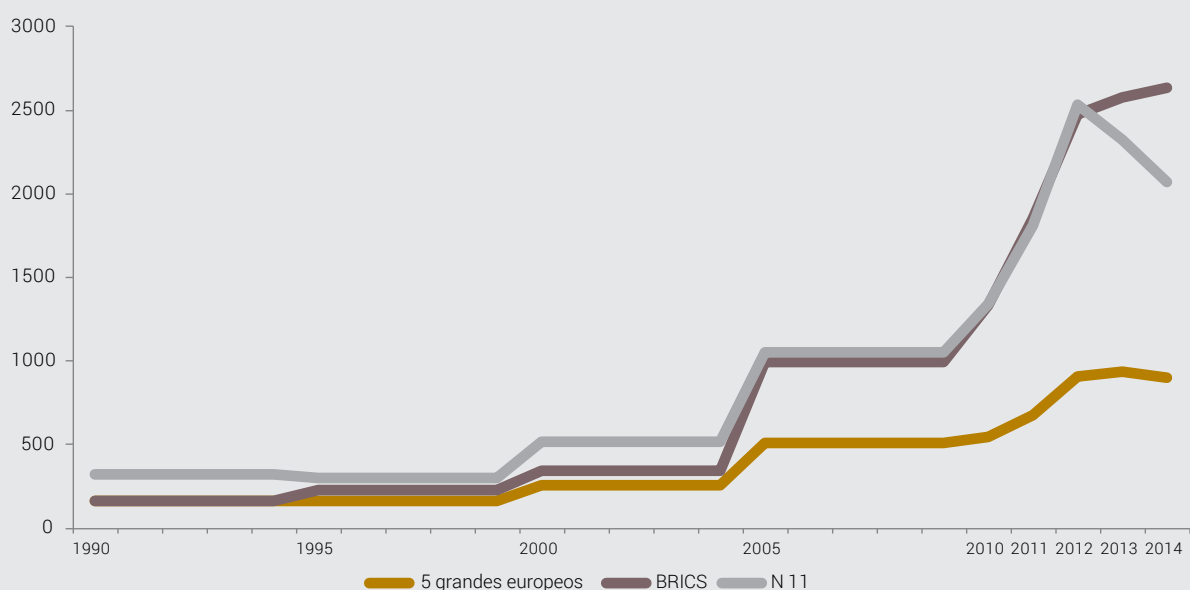
pero hoy es el 5º. Alemania, por su parte, ha mantenido su 3ª posición desde entonces.⁷ Francia, sorprendentemente, ha perdido 'sólo' tres posiciones, menos de lo que algunos podrían pensar. Sin duda lo está haciendo mejor que Italia y España, que han perdido 5 y 6 posiciones, respectivamente.

Los datos, por lo tanto, demuestran que el G5E está en declive, pero también hay que destacar que el Reino Unido y Alemania aguantan el tipo frente a los BRICS. Lo que es preocupante es el rendimiento de Italia y España, que van a tener que realizar una serie de reformas (reindustrialización, una mayor internacionalización y mayor inversión en educación y sectores de alta tecnología) si quieren mantener sus relativamente altos niveles de vida y una importante presencia económica global. Para lograr esto deberán resistir la competencia proveniente de las mejores economías del grupo de los BRICS, sobre todo de China, que desde el año 1990 ha ascendido 15 posiciones, lo que la hace en estos momentos la 2ª economía con mayor presencia global, solo superada por Estados Unidos. Lo interesante, sin embargo, es que a pesar de este enorme ascenso, China ha escalado menos posiciones que la India, que ha ascendido nada menos que del puesto 39 al 13. Esto es muy significativo. Los analistas internacionales, al centrarse demasiado en el espectacular crecimiento de China, se olvidan de los enormes logros de la India.

El G5E sigue dominando los servicios y las inversiones

Ya que los datos de presencia económica global del índice están divididos en 5 sectores (energía, bienes primarios, manufacturas, servicios e inversiones), el siguiente paso en este capítulo es analizar en cuales de estos sectores despuntan más los BRICS y los N11 (ver gráficos del 3.4 al 3.8). Los datos aquí confirman las tendencias generales

GRÁFICO 3.4.
Presencia en energía (1990-2014, en valor índice)



7 A pesar de que el Reino Unido ha superado a Alemania en presencia total (véase el Capítulo 1).

GRÁFICO 3.5.
Presencia en bienes primarios (1990-2014, en valor índice)

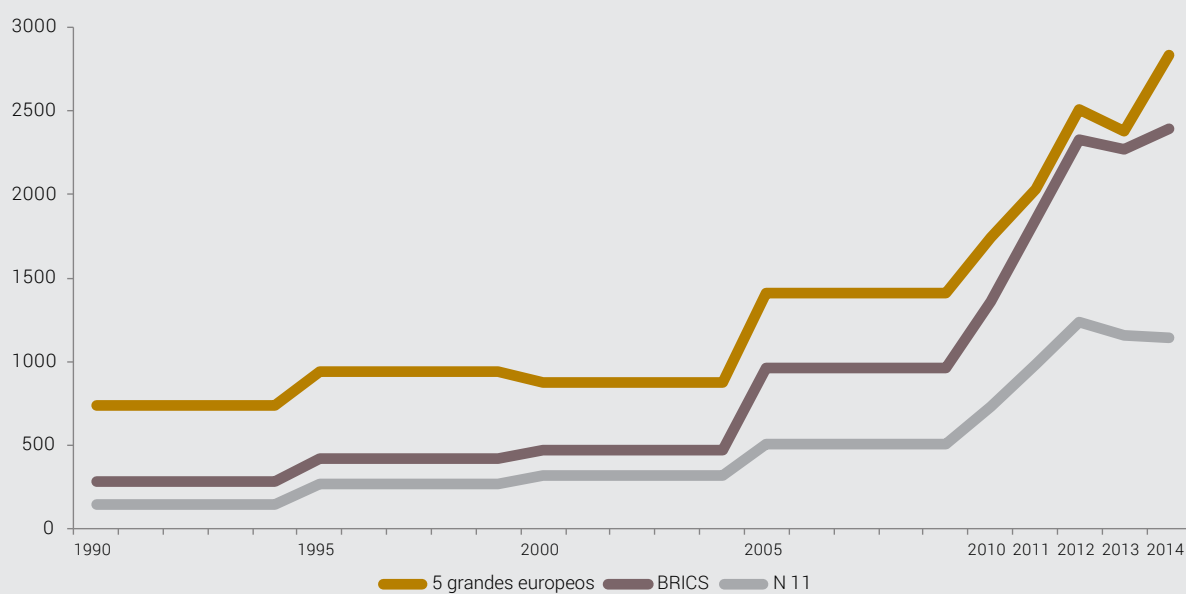


GRÁFICO 3.6.
Presencia en manufacturas (1990-2014, en valor índice)

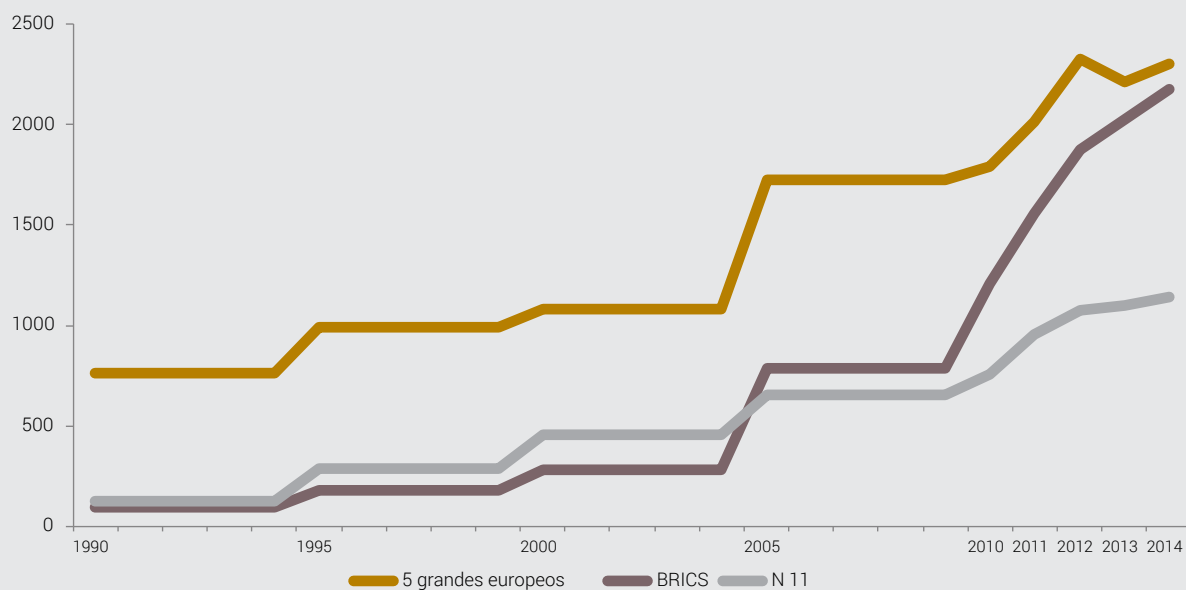


GRÁFICO 3.7.
Presencia en servicios (1990-2014, en valor índice)

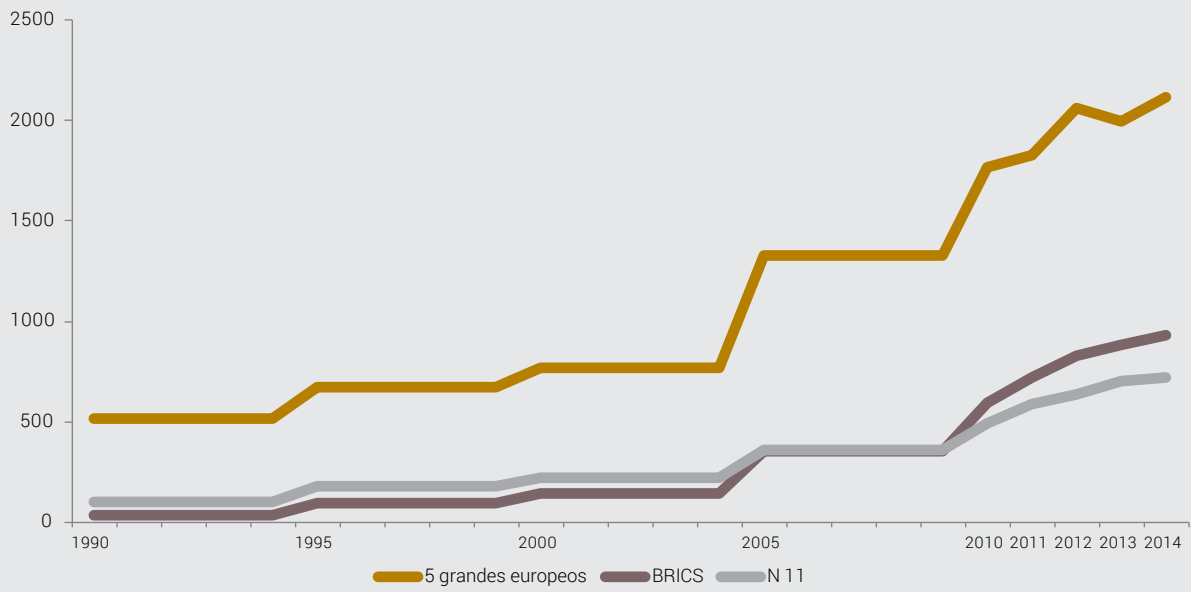
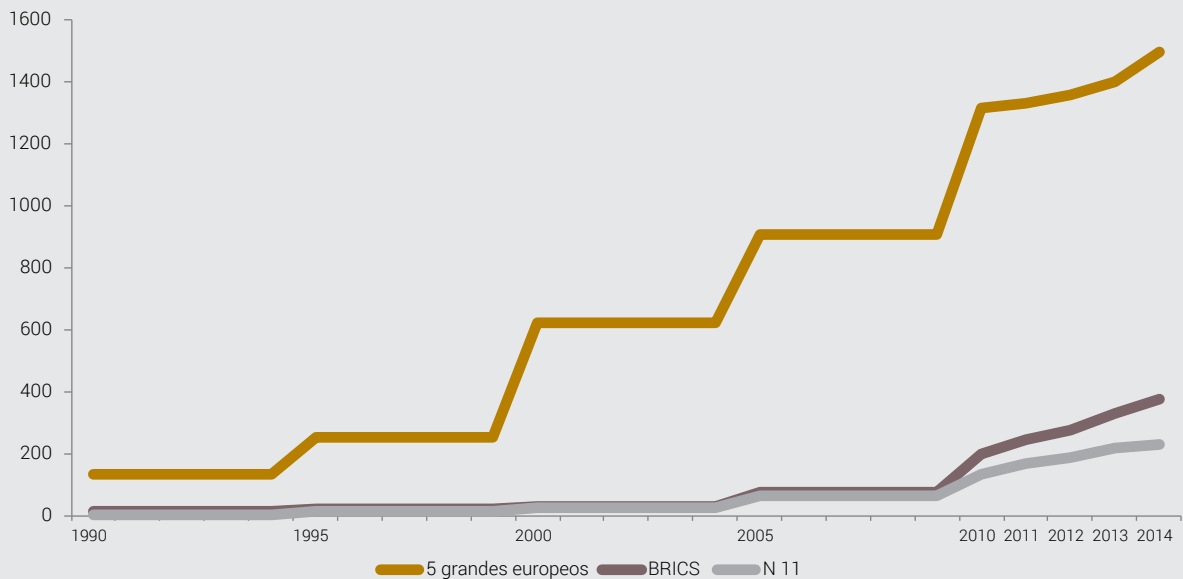


GRÁFICO 3.8.
Presencia en inversiones (1990-2014 en valor índice)



señaladas anteriormente. El grupo de los N11 tiene menor presencia que los BRICS en los 5 indicadores económicos, por lo tanto se puede decir que por el momento los mayores rivales del G5E siguen siendo los BRICS.

En un sector en particular, concretamente en energía, tanto los BRICS como los N11 tienen más presencia que el G5E. Éste es un factor estructural difícilmente reversible a corto plazo, aunque en el largo plazo la promoción de energías renovables y el gas de esquisto puedan cambiar esta tendencia. De todas formas, el sector de la energía es muy volátil y extremadamente dependiente del precio del gas y el petróleo. Por esta misma razón la reciente bajada de los precios de la energía pueden restar mucha presencia económica a los BRICS, sobre todo porque el sector de la energía representa la mayor contribución individual (un 19%) en su presencia global total.

En los sectores de los bienes primarios y las manufacturas, el grupo formado por el G5E sigue dominando, aunque es verdad que los BRICS le están comiendo mucho terreno, sobre todo en manufacturas, donde puede haber un adelantamiento en los próximos años, a pesar de toda la retórica en Europa sobre la necesidad de reindustrializar el Viejo Continente. En los últimos años los líderes del Reino Unido, Francia, Italia y España han prometido que uno de sus principales objetivos es fortalecer de nuevo el sector manufacturero, siguiendo la estela de Alemania, pero por ahora sus palabras no han traído resultados concretos.

Donde todavía el G5E se mantiene fuerte es en el sector de los servicios y en la inversión directa. En estos campos, los europeos no sólo no han perdido terreno frente a los BRICS y los N11, incluso han ampliado su ventaja, sobre todo en las inversiones. Esto es significativo porque, teniendo en cuenta que estos sectores representan un volumen monetario mayor y un valor añadido más alto y, por lo tanto, unos márgenes más elevados, la tesis de que Europa está en declive frente a los BRICS pierde fuerza. Europa sigue siendo un gigante en servicios e inversiones, aunque lógicamente esto también quiere decir que mucha de la inversión europea sale del continente, lo que a su vez explica la preocupante caída del nivel de las inversiones en los últimos años.

El ascenso de 'Chimania'

De todas maneras, analizar los tres grupos en bloque puede llevar a ciertas distorsiones, ya que puede haber diferencias considerables entre los diferentes países que conforman cada uno de los grupos. Para evitar generalidades es necesario analizar cada país tanto en el índice general de presencia económica global, pero también en cada uno de los 5 indicadores que componen ese índice. Los Gráficos del 3.9 al 3.14 muestran estos datos al detalle para las 5 economías que forman el grupo del G5E y los BRICS. También se podría hacer para el grupo de los N11, pero por limitación de espacio no se hará en este informe.

El Gráfico 3.9 quizá sea el más ilustrativo porque muestra cómo las dos mayores potencias exportadoras del mundo, China y Alemania, es decir 'Chimania' (o '*Chermamy*' en inglés),⁸ han dejado atrás al resto de países. Se trata de un éxito conjunto, ya que China y Alemania

⁸ Martin Wolf (2010), "China and Germany unite to Impose Global Deflation", *Financial Times*, 16/III/2010.

se han alimentado mutuamente en los últimos años. Alemania es el país europeo que más ha invertido en China, y por lo tanto ha sido crucial en su crecimiento exponencial. China se ha convertido en la fábrica del mundo sobre la base de la ingeniería alemana. Alemania, por su parte, ha podido afrontar tanto la crisis financiera global como la crisis de deuda europea con una enorme demanda de China por sus productos. Las maquinas fabricadas en Alemania no sólo van al sector manufacturero chino sino que también son esenciales en los sectores de la construcción y las infraestructuras.

GRÁFICO 3.9.
Presencia económica (1990-2014, en valor índice)

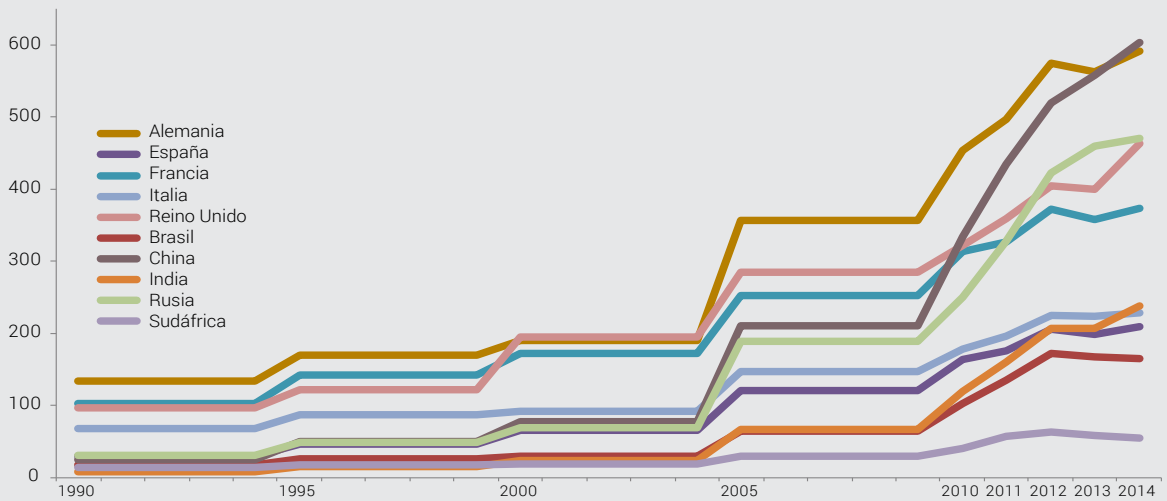


GRÁFICO 3.10.
Presencia en energía (1990-2014, en valor índice)

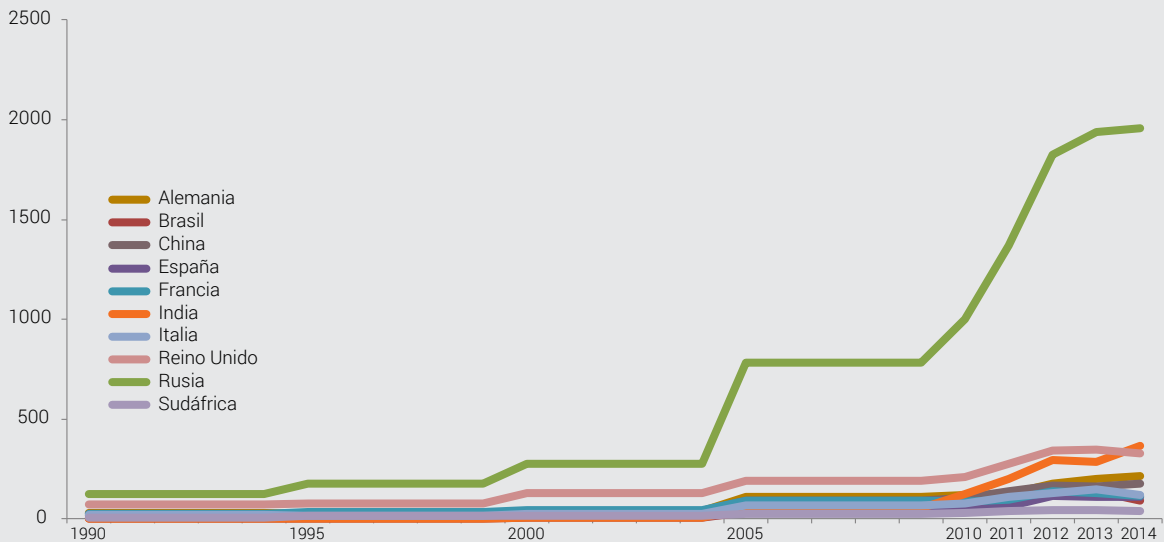


GRÁFICO 3.11
Presencia en bienes primarios (1990-2014, en valor índice)

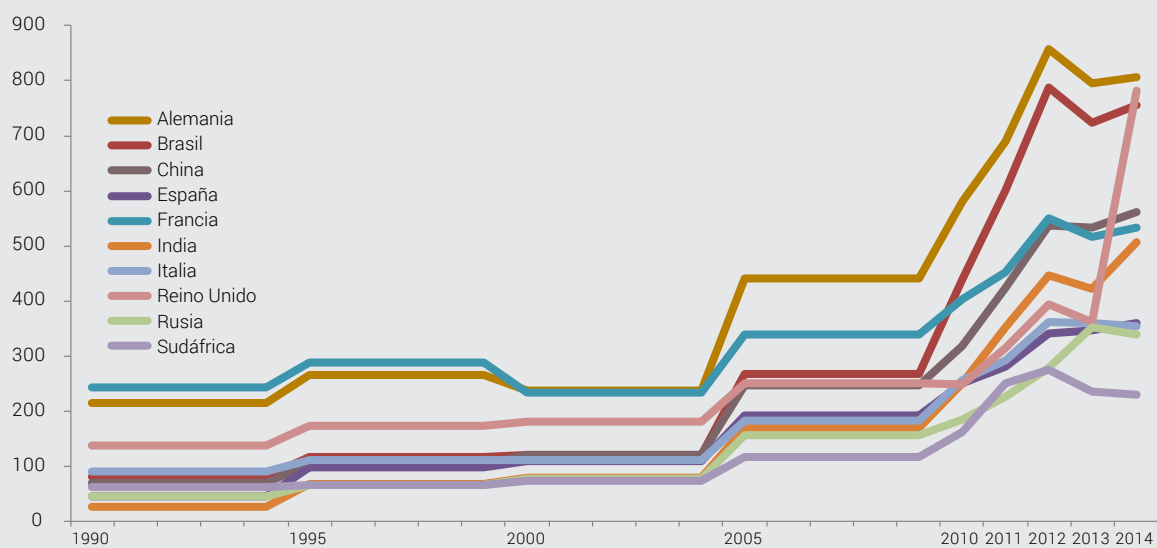


GRÁFICO 3.12.
Presencia en manufacturas (1990-2014, en valor índice)

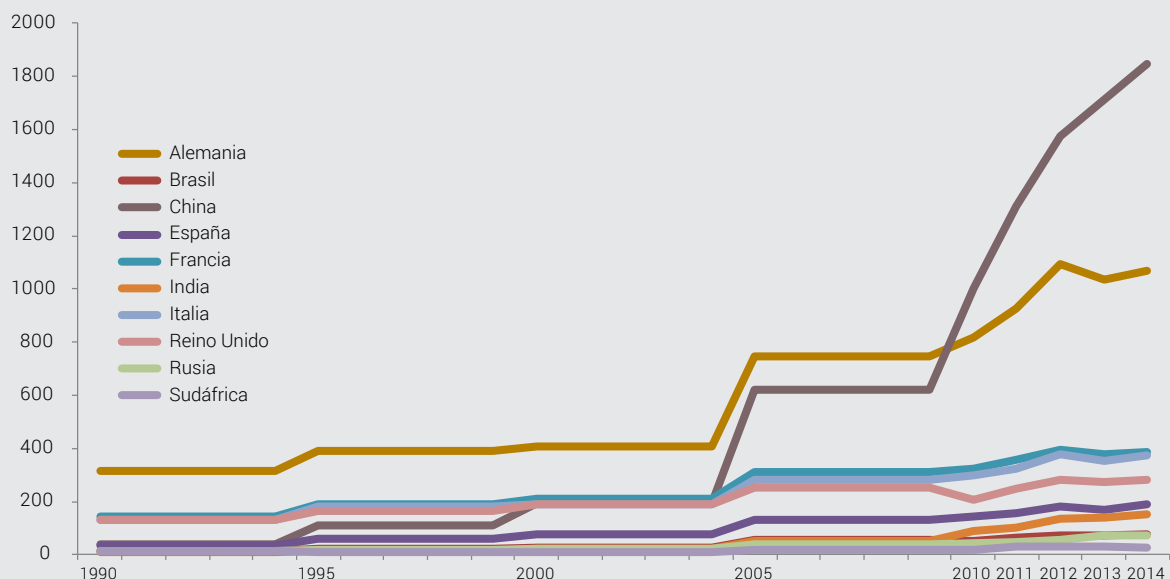


GRÁFICO 3.13.
Presencia en servicios (1990-2014, en valor índice)

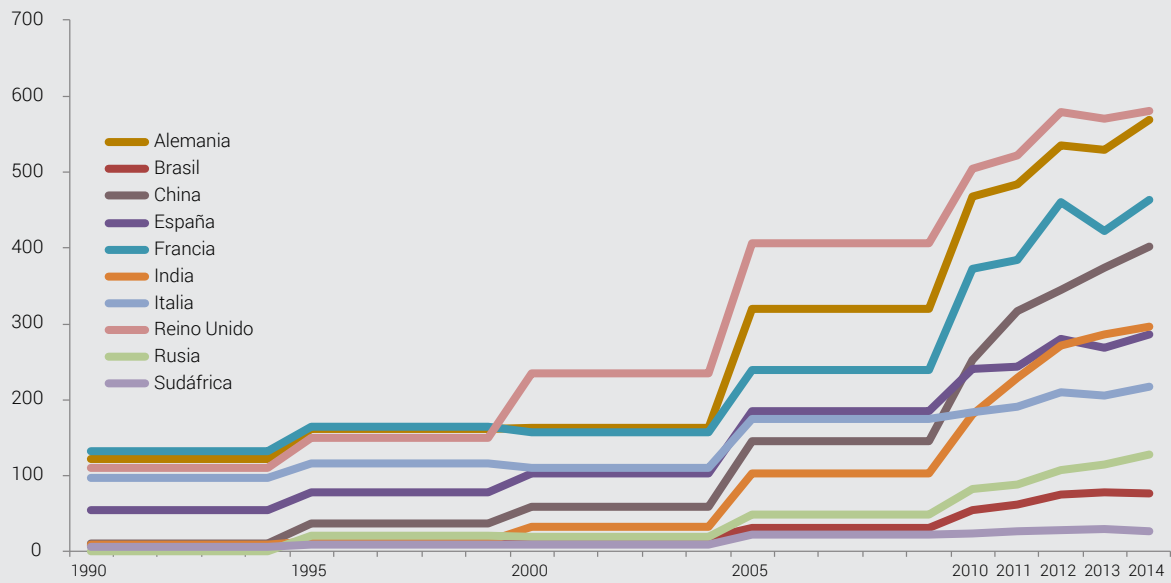
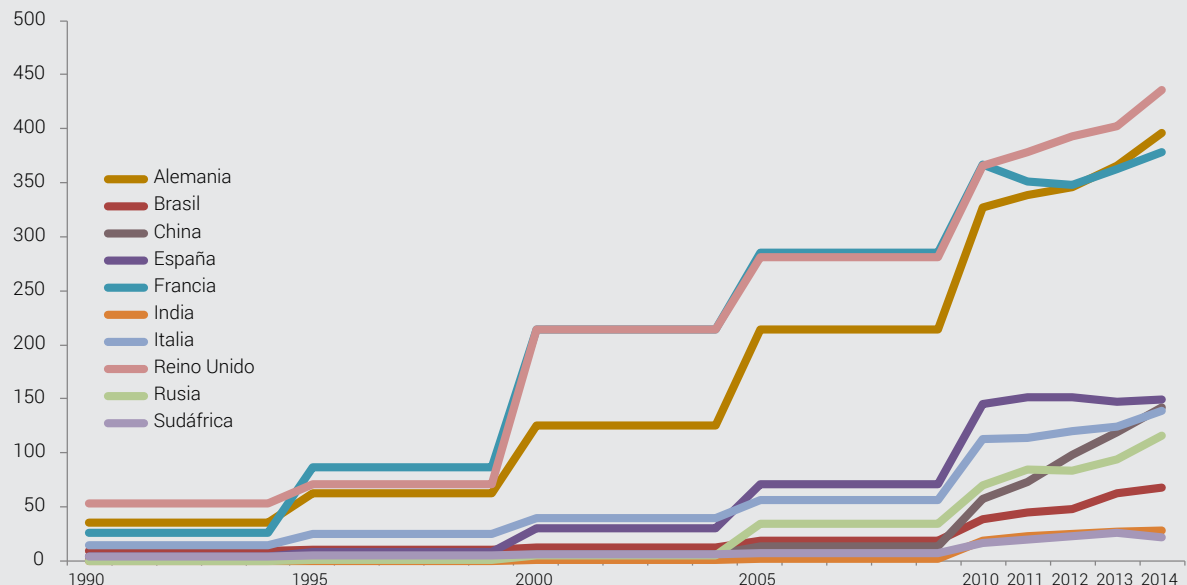


GRÁFICO 3.14.
Presencia en inversiones (1990-2014, en valor índice)



A todo esto hay que añadirle el gran éxito que tienen entre las nuevas clases medias chinas los coches de lujo alemanes. Sus ventas han aumentado enormemente en los últimos años. En contrapartida, las clases medias y bajas alemanas han mantenido su poder de compra gracias a los productos y electrodomésticos baratos manufacturados en China. Todo ello hace que la interdependencia entre China y Alemania sea muy fuerte. Está por ver si esta tendencia continuará en el futuro. Lo que está claro por el momento es que los estrechos lazos económicos han convencido a los líderes políticos tanto en Pekín como en Berlín que las relaciones bilaterales tienen que ir más allá de lo estrictamente económico y convertirse en un partenariado político. Hay que destacar que desde los tiempos de Gerhard Schröder, y esto ha continuado con Angela Merkel, los cancilleres alemanes visitan por lo menos una vez al año la capital china.⁹

Detrás de China y Alemania, los países que tienen mayor presencia económica global son Rusia y el Reino Unido, y después Francia. Como se puede ver en el Gráfico 3.10, Rusia obtiene mucha de su presencia del sector energético, lo que indica que la reciente bajada en los precios del petróleo le va a perjudicar doblemente. El descenso en los precios va a reducir las ganancias y, por lo tanto, la presencia en el sector de la energía, pero a su vez esos menores ingresos van a reducir también otras variables como la de las inversiones. Lógicamente, esto también se puede analizar desde el punto de vista positivo. La bajada de los precios del petróleo puede incentivar a Moscú a diversificar la economía y potenciar, quizá, el sector de las manufacturas. Pero, por ahora, esto es más bien una simple esperanza y no una estrategia bien planificada.

El Reino Unido mantiene mucha presencia económica gracias al sector servicios y las inversiones (véanse los Gráficos 3.13 y 3.14) donde está por encima del resto de países. La City de Londres sigue siendo un activo muy importante que tiene un alcance global sin parangón. El punto débil del Reino Unido es el sector de las manufacturas, aunque en este campo coincide con los demás países, salvando el dúo 'Chimania', claro está (véase el Gráfico 3.12). Otra curiosidad es que el Reino Unido consigue una gran subida en el sector de las materias primas entre 2013 y 2014 (véase el Gráfico 3.11), pero ésta es una tendencia puntual que tiene que ver con la exportación de grandes cantidades de oro de Londres a Asia (sobre todo a la India y China), pasando por Suiza, que tiene gran capacidad de refinado de metales preciosos (véase el Capítulo 1). En el sector de las materias primas destacan Brasil, como gran exportador de productos agrícolas, pero también nuevamente Alemania, que exporta más materias primas (sobre todo materiales de cobre y aluminio, como tubos, pero también comida procesada) de lo que se cree.

Italia y España siguen descendiendo

Estos datos más micro muestran con mayor detalle las debilidades de Italia y España, que en los últimos años no sólo se han visto superados por las dos mayores potencias de los BRICS –China y Rusia– sino que también ya aparecen en el retrovisor de la 3ª economía con mayor presencia de los BRICS: la India. El ascenso de este 2º gigante asiático, con más de 1.000 millones de ciudadanos, se explica por sus pequeños progresos en la exportación de

⁹ Hans Kundnani (2015), *The Paradox of German Power*, Oxford University Press, Oxford.

energía, pero sobre todo por sus avances en la exportación de materias primas y servicios (véanse los Gráficos 3.12 y 3.13). Es de sobra conocido que la India es muy competitiva en el sector de la informática, pero también lo es en muchos campos de la consultoría, desde los centros de telefonía de ayuda al cliente hasta los servicios médicos y educativos en línea. Brasil, en comparación, tiene muy poca presencia en el sector de los servicios, y su poder manufacturero está en declive, entre otras cosas porque la competencia de China está desindustrializando el país.

Italia y España han perdido mucho terreno en el sector de los bienes primarios. En este caso, la mayor competencia viene de Brasil. Llama la atención también cómo los dos países se han estancado en el sector de las manufacturas, aunque Italia está a un nivel mayor que España, lo que explica a su vez su mayor presencia económica global. Este estancamiento se puede ver en el sector de los servicios, donde España tiene más presencia que Italia, que acaba de ser superada por la India. La tendencia es similar en las inversiones. España parece que ha llegado a su techo, mientras que Italia ha sido adelantada por China, que hace 10 años estaba totalmente ausente en este campo, incluso por debajo de Brasil. En general se puede decir que España e Italia lo están haciendo peor que Francia, que también pierde terreno (menos en inversiones) pero de una manera más tenue.

La conclusión es que los tres países –Francia, Italia y España– tienen que introducir una serie de reformas (reindustrialización y mayor inversión en servicios de alto valor añadido) si quieren mantener altos porcentajes en presencia económica global. Es lógico que grandes países como China y la India, e incluso Brasil, adelanten a las economías europeas, pero esto no justifica el estancamiento de algunas de estas economías en los últimos años. Tanto Alemania como el Reino Unido demuestran que Europa puede seguir siendo altamente competitiva y productiva para poder mantener una alta cuota de mercado en manufacturas, bienes primarios, servicios e inversiones.

Eso sí, aunque el G5E mejorase su productividad, aumentase su dinamismo y acelerase sus cuotas de crecimiento, la tendencia estructural indica que la presencia económica global está desplazándose hacia Oriente.¹⁰ La India y China han reducido las distancias enormemente en los últimos 25 años y todo parece indicar que lo van a seguir haciendo. Esto quiere decir que si el G5E quiere seguir marcando las normas y reglas de la gobernanza económica global, va a tener que coordinar mucho más efectivamente sus posiciones y hablar con una sola voz sobre la base del marco de las estructuras de la Unión Europea.

En este sentido, es ciertamente preocupante ver cómo hay cada vez más voces en las economías más punteras, como el Reino Unido y Alemania, pero también en Francia, llamando a la renacionalización de sus economías. En el Reino Unido el debate ha llegado a tal extremo que se habla de una posible salida de la Unión Europea (el denominado *Brexit*). Aunque es verdad que estos tres países tienen todavía mucha presencia económica global y total (incluyendo presencia militar y blanda), no dejan de ser economías de tamaño medio incapaces de competir con Estados Unidos, China y la India si no se unen. Si cada una va por su cuenta, su presencia económica global sólo va a menguar más repentinamente.

¹⁰ Como ya se indicó en Iliana Olivé y Manuel Gracia (2013), *Índice Elcano de Presencia Global 2012*, Real Instituto Elcano.

4. El papel de Asia en la globalización: mucho más que China y la economía

Mario Esteban¹

Como se ha expuesto en el capítulo anterior, Asia, y muy especialmente China, han acaparado gran parte de la globalización económica experimentada tras el final de la Guerra Fría. Ésa es sin duda la faceta más conocida del espectacular proceso de internacionalización en el que se han embarcado la mayor parte de los países asiáticos.² En este capítulo exploraremos otras dimensiones, la militar y la blanda, en las que el peso específico de Asia también está creciendo de forma muy significativa. Veremos, por tanto, que Asia no es sólo China y que la creciente presencia internacional de esta región no se limita, ni mucho menos, al ámbito económico.

Cuando analizamos la evolución de las cuotas de presencia global por regiones desde 1990 resulta muy llamativo tanto el descenso de las grandes potencias tradicionales, Europa y América del Norte, como la emergencia de Asia (Cuadro 4.1). De hecho, el incremento del peso específico asiático es mayor que la suma de la cuota de presencia global ganada por todas las demás regiones que han visto crecer ésta en dicho período. Esta evolución apunta a que en breve Asia superará a Norteamérica como la segunda región del mundo con mayor cuota de presencia global. En 2010, la norteamericana, el 20,5%, era 4 puntos mayor que la asiática, 16,5%. Cuatro años después esta diferencia se ha reducido a apenas 4 décimas, 18,4% frente a 18,0%.

CUADRO 4.1.

Cuotas de presencia global por regiones y variación (1990-2014, en %)

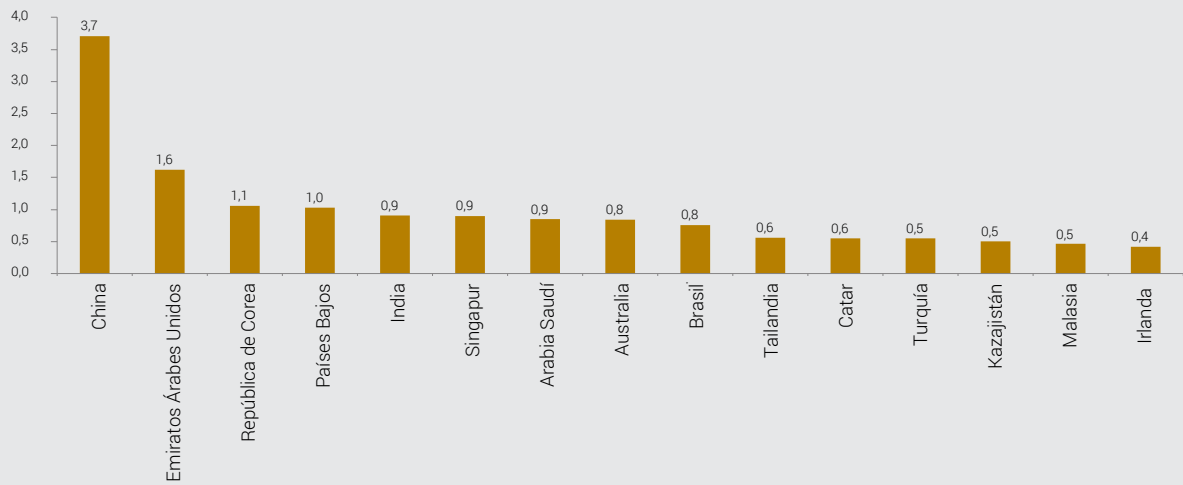
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	Variación 1990-2014
Asia	11,3%	14,5%	14,5%	15,6%	16,5%	18,0%	6,8
Europa	50,8%	48,1%	45,4%	46,7%	47,3%	45,6%	-5,2
América Latina	3,6%	4,1%	4,3%	4,4%	4,7%	5,1%	1,5
Magreb y Oriente Medio	5,5%	4,9%	6,2%	7,0%	6,9%	8,6%	3,1
América del Norte	26,1%	24,9%	25,9%	22,5%	20,5%	18,4%	-7,7
Oceanía	1,7%	2,3%	2,4%	2,4%	2,6%	2,5%	0,8
África Subsahariana	0,9%	1,2%	1,3%	1,4%	1,5%	1,6%	0,7

¹ Investigador principal del Real Instituto Elcano.

² Este fenómeno ya ha sido abordado recientemente a partir de datos de ediciones anteriores del Índice Elcano de Presencia Global. Véase Mario Esteban, Mario (2014), "The Rise of China and Asia: What the Elcano Global Presence Index Tells Us", *ARI*, nº 21/2014, y Mario Esteban, Mario (2014), "La globalización de Asia según el Índice Elcano de Presencia Global", *Comentario Elcano*, nº 34/2014.

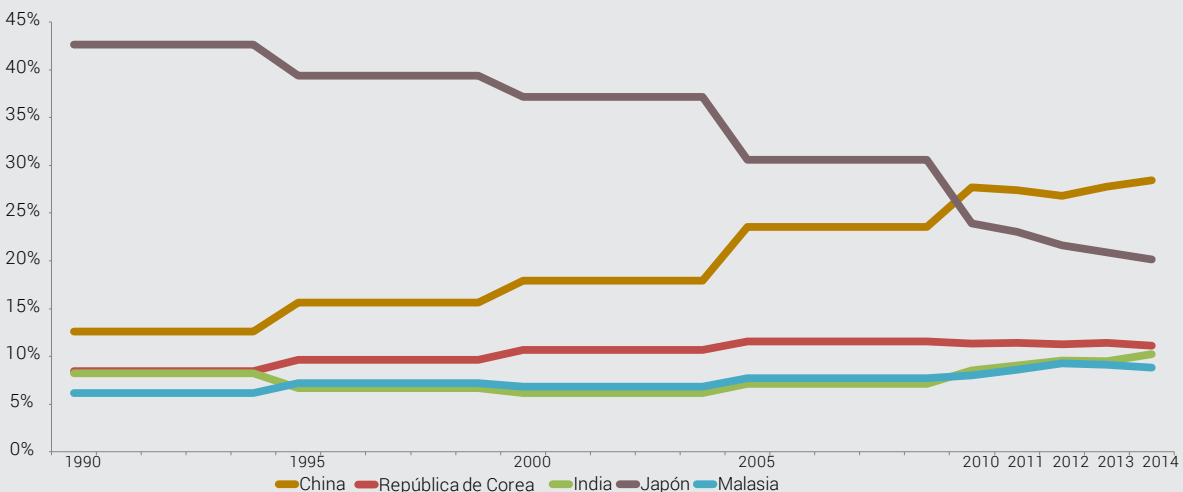
Si observamos el ranking de países que más han aumentado su presencia global desde 1990, veremos confirmada la intuición de que China es el principal responsable del espectacular incremento de la cuota de presencia asiática (Gráfico 4.1). No en vano, es el país que más ha visto crecer su cuota de presencia global en el último cuarto de siglo. El gigante asiático ha aumentado 3,7 puntos su cuota, es decir, el equivalente a la suma de las cuotas de presencia global actuales de Japón e Islandia.

GRÁFICO 4.1.
Variaciones de cuota de presencia entre 1990 y 2014 (en puntos porcentuales)



El destacado crecimiento de la cuota de presencia global de China le ha valido para acaparar actualmente el 28,5% del total de la cuota asiática, por el 12,6% de 1990. Este incremento del peso específico de China en la cuota de presencia global asiática se ha producido fundamentalmente a expensas del descenso de presencia japonesa (Gráfico 4.2). En cualquier caso, China está aún lejos de acaparar el porcentaje de la cuota de presencia asiática que acaparaba Japón en 1990, próximo al 42,7%.

GRÁFICO 4.2.
Peso de cada país en la presencia global de la región (en %)



Sin embargo, esto no debe impedirnos ver que otros países asiáticos también han incrementado su presencia internacional de forma muy sustancial. Es más, China ni siquiera supone el 50% de los incrementos positivos de presencia experimentados por los países asiáticos. Entre los 10 países que más han aumentado su cuota de presencia global hay, además de China, otros 4 asiáticos: Corea del Sur, la India, Singapur y Tailandia. Si ampliamos el rango a los 15 primeros, también aparece Malasia. Si sumamos el incremento de la cuota de presencia de estos 5 países asiáticos obtenemos un resultado de 4 puntos porcentuales, 3 décimas más que los 3,7 puntos de China. En cuanto a los países asiáticos que han perdido cuota de presencia global desde 1990, sólo encontramos 2, Japón y Pakistán. El caso nipón responde al patrón típico de las potencias tradicionales post-industriales, aunque mitigado por su ascenso militar. En cuanto a Pakistán, el principal factor explicativo es el descenso en este país en los años 90 del siglo pasado del número de migrantes internacionales, fundamentalmente refugiados afganos.

Al analizar la evolución de las cuotas de presencia (Gráfico 4.3), lo primero que llama la atención es que Asia es la región que más ha incrementado su cuota, tanto en la dimensión económica como en la militar y en la blanda. Además, vemos que es la dimensión militar (10,9 puntos), no la económica (5,9), en la que ha ganado más puntos la presencia internacional de Asia. Es más, desde 2011 las cuotas de presencia militar y blanda asiáticas, con 3,3 y 0,5 puntos respectivamente, están creciendo más que su cuota de presencia económica, que se ha quedado estancada (Gráfico 4.4). Es decir, ahora mismo la cuota de presencia global asiática está creciendo gracias a las dimensiones militar y blanda, que no se están viendo frenadas por la desaceleración de la internacionalización económica asiática.

GRÁFICO 4.3.

Variación de cuota de presencia global, 1990-2014 (en puntos porcentuales)

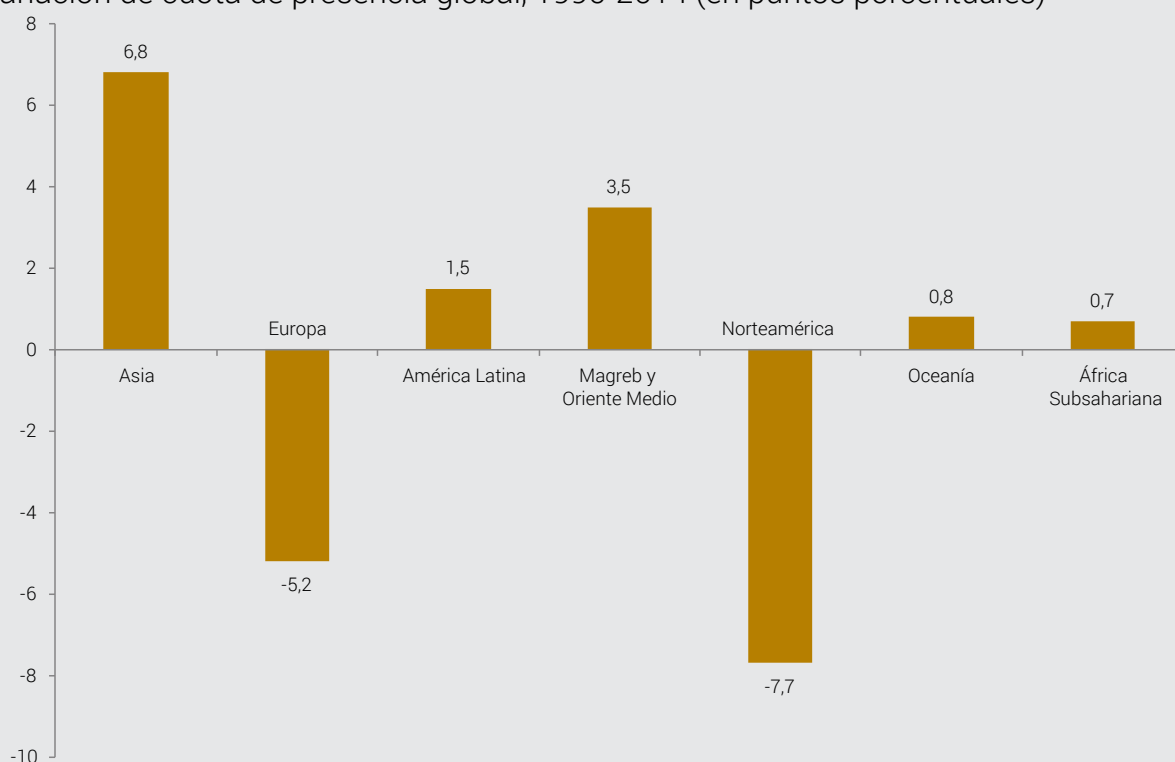
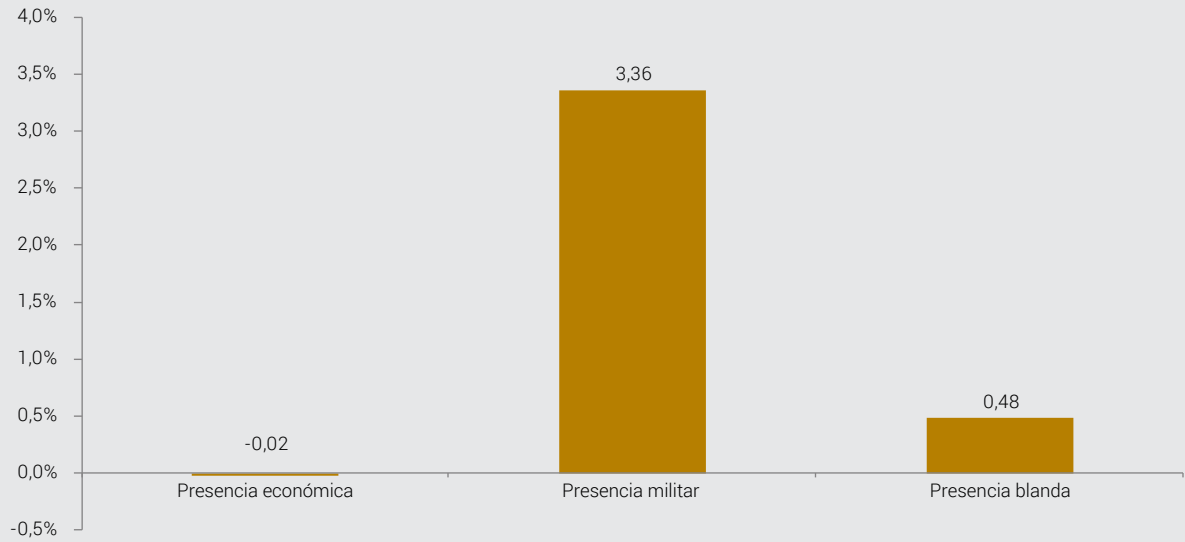


GRÁFICO 4.4.

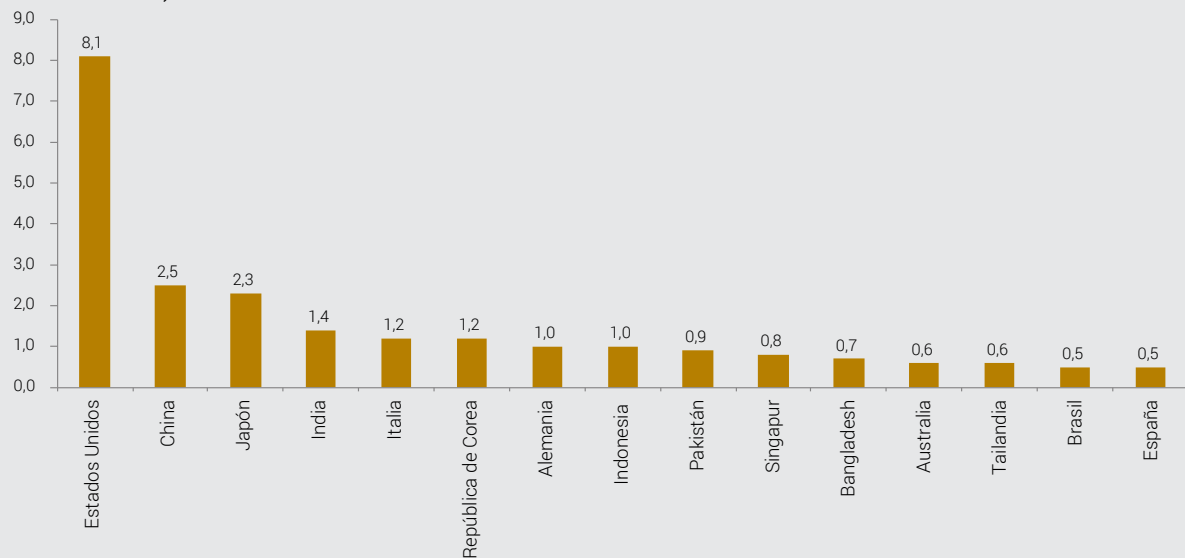
Variación entre 2011 y 2014 de la presencia asiática según dimensiones (en puntos porcentuales)



El ascenso de la presencia militar asiática es tremendamente llamativo. Al observar el ranking de los 15 países que más han aumentado su presencia militar desde 1990 (Gráfico 4.5), nos encontramos con 3 asiáticos entre los 4 primeros (China, Japón y la India), 7 asiáticos entre los 10 primeros (Corea del Sur, Indonesia, Pakistán y Singapur) y, con que los puestos 11 y también 13 están ocupados por dos países asiáticos, Bangladesh y Tailandia. Es más, los puestos uno y 12 corresponden a dos países, Estados Unidos y Australia, que, sin ser asiáticos, también están estrechamente involucrados en las dinámicas de seguridad de la región.³

GRÁFICO 4.5.

Principales variaciones entre 1990 y 2014 de cuota de presencia militar (en puntos porcentuales)



3 Sobre la proyección exterior de Australia, véase el Capítulo 5 de este informe.

Si comparamos cómo se posicionan los Estados asiáticos en los diferentes rankings de presencia (Cuadro 4.2) parece que podríamos apuntar a un especial énfasis por parte de estos países a proyectarse en la esfera militar. De los 13 Estados asiáticos analizados, 6 tienen una presencia militar con un posicionamiento notablemente mayor del que cabría esperar en función de su nivel de presencia global: Bangladesh, Pakistán, Sri Lanka, Indonesia, Filipinas y la India. El posicionamiento de la presencia militar de dos de ellos, Corea del Sur y Tailandia, es moderadamente superior a su ranking de presencia global, y tres de ellos muestran un nivel de presencia militar equilibrado en relación a sus otras dimensiones de presencia: China, Japón, Singapur. Sólo dos muestran un nivel de presencia militar moderadamente inferior al posicionamiento de su presencia global: Malasia y Vietnam.

CUADRO 4.2.
Posición en el ranking de 2014 de presencia global y por dimensiones

	Presencia global	Presencia económica	Presencia militar	Presencia blanda
Bangladesh	73	73	19	75
China	4	2	5	6
India	17	13	8	19
Indonesia	31	25	11	46
Japón	7	12	6	5
República de Corea	15	16	9	13
Malasia	24	24	29	28
Pakistán	67	70	13	57
Filipinas	59	59	47	58
Singapur	18	17	18	25
Sri Lanka	79	76	45	78
Tailandia	27	28	21	31
Vietnam	53	42	56	53

Los datos de esta última edición del Índice Elcano de Presencia Global confirman la continuidad de esta tendencia de los países asiáticos a fomentar su presencia militar, pues ésta es la única de las tres dimensiones de presencia en la que ningún país asiático ha perdido posiciones en el ranking respecto al año anterior (Cuadro 4.3). Es más, de los 13 países asiáticos incluidos en el índice, 7 han ascendido alguna posición en el ranking de presencia militar en la edición de este año respecto al anterior –Malasia, Corea del Sur, Indonesia, Sri Lanka, Bangladesh, Pakistán y Filipinas– y 4 de los 15 países que más han incrementado su presencia militar en 2014 respecto a 2013 han sido asiáticos –Corea del Sur, India, Singapur y Sri Lanka–.

CUADRO 4.3.
Variaciones de posición entre 2013 y 2014

	Presencia global	Presencia económica	Presencia militar	Presencia blanda
Bangladesh	=	+1	+1	=
China	=	+1	=	=
India	=	+4	=	-1
Indonesia	-3	-2	+2	=
Japón	=	-2	=	=
República de Corea	-1	-1	+3	=
Malasia	+1	+1	+1	-1
Pakistán	-1	=	+1	=
Filipinas	+4	+3	+1	=
Singapur	=	-1	=	-1
Sri Lanka	=	=	+2	+1
Tailandia	=	-1	=	+3
Vietnam	+2	+7	-1	+3

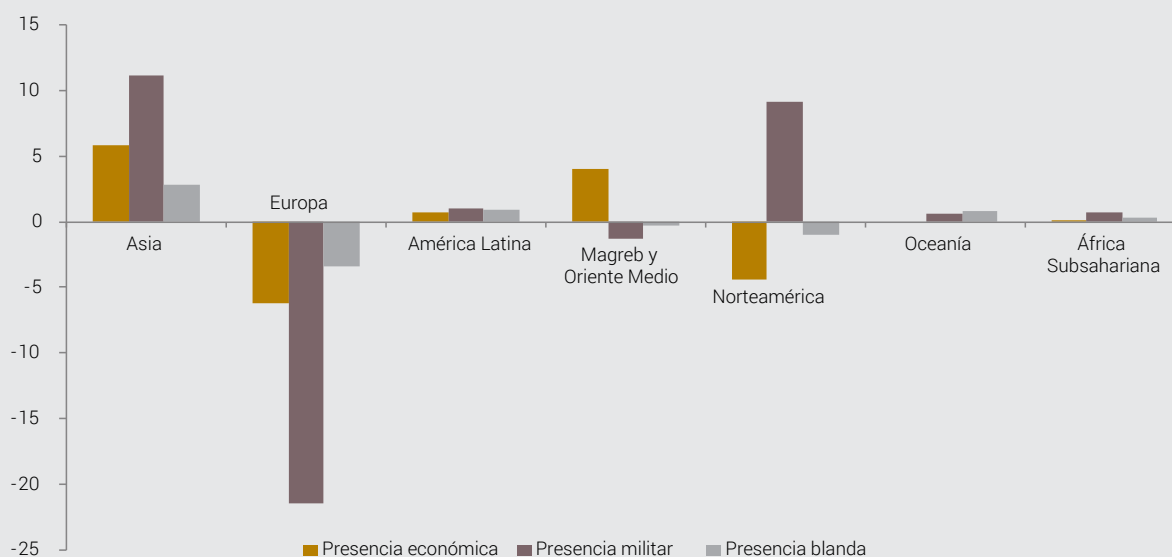
Hay dos procesos interrelacionados que explican la mayor parte del incremento de la presencia militar de Asia: la normalización de las Fuerzas de Autodefensa de Japón y la modernización del Ejército Popular de Liberación en China. A consecuencia de su derrota en la Segunda Guerra Mundial, las fuerzas armadas japonesas han sufrido importantes restricciones tanto en su capacidad para proyectar fuerza como para desplegar tropas fuera de territorio japonés. Estas limitaciones se han ido suavizando progresivamente desde inicios de los años 90 y el actual gobierno espera que se levanten con mayor premura en los próximos años, como indica la estrategia de seguridad nacional aprobada en diciembre de 2013. Este proceso ha llevado a Japón a ser el país que más ha incrementado su presencia militar en términos absolutos entre 1990 y 2014. Esta tendencia se ha acelerado de forma muy notable en los últimos años como respuesta a la modernización del ejército chino. China, a su vez, es el 2º país que más ha incrementado su presencia militar en términos absolutos desde 1990, lo que ha detonado reacciones similares a las japonesas en otros países de su entorno. Estas medidas son comprensibles, ya que Asia es una región con múltiples conflictos internacionales abiertos y carente de un sistema de seguridad eficaz para resolverlos. Por tanto, no podemos dejar de preguntarnos por las implicaciones de este fenómeno.

A la hora de interpretar la creciente presencia militar internacional asiática nos encontramos con dos explicaciones contrapuestas. Algunos hablan de carrera armamentística, que está generando un peligroso proceso de competición militar que podría derivar en una espiral militarista de incierto resultado. Hay quien hace una interpretación más benigna y considera que este aumento de la presencia militar asiática se debe al mayor compromiso que están mostrando varios de los países de la zona con la defensa de la paz internacional, ya sea por intereses derivados de la creciente internacionalización de sus economías o del deseo de disfrutar de un mayor estatus dentro de la comunidad internacional. Los datos que recoge el Índice Elcano de Presencia Global para el período 1990-2014 muestran una situación ambivalente. En un extremo, nos encontramos con Bangladesh, la India y Pakistán, países

que han incrementado de forma espectacular su contribución con tropas a las misiones de paz de Naciones Unidas a la vez que han reducido o aumentado levemente sus medios militares de proyección. Luego tendríamos a China e Indonesia como países que contribuyen en la actualidad con un número bastante mayor de casos azules que en el pasado, pero que también han aumentado notablemente sus medios militares de proyección, especialmente en el caso de China. A continuación tendríamos a Corea del Sur y a Japón, que han aumentado su contribución de personal a las misiones de paz de Naciones Unidas, pero claramente por debajo del incremento que han experimentado sus medios de proyección de fuerza. Por último, estarían Singapur y Tailandia, que no envían tropas, caso de Singapur, o apenas contribuyen con tropas, caso de Tailandia, a las misiones de paz de Naciones Unidas, a pesar de que han aumentado de forma significativa sus medios militares de proyección en este período. En otras palabras, salvo en contadas excepciones, el aumento y la modernización de los medios militares de proyección en Asia ha estado por encima del compromiso de estos países con las misiones de paz internacionales.

GRAFICO 4.6.

Variaciones de cuota por dimensiones y grupos regionales (1990 y 2014, en puntos porcentuales)



En cuanto a la presencia blanda, la evolución de la cuota por regiones (Gráfico 4.6) ha experimentado variaciones mucho más leves que la evolución de la cuota de presencia económica y militar. De ahí que, aunque Asia sea con mucho la región que más ha incrementado su cuota de presencia blanda, sólo lo ha hecho en 2,9 puntos. El país del mundo que más ha aumentado su cuota de presencia blanda entre 1990 y 2014 es China, con 2,8 puntos, con Corea del Sur en 7º lugar, con 0,8 puntos, y otros tres países asiáticos en los 18 primeros puestos: Singapur, Tailandia y Vietnam (Gráfico 4.7).

GRÁFICO 4.7.
Principales variaciones de cuota de presencia blanda (1990-2014, en puntos porcentuales)

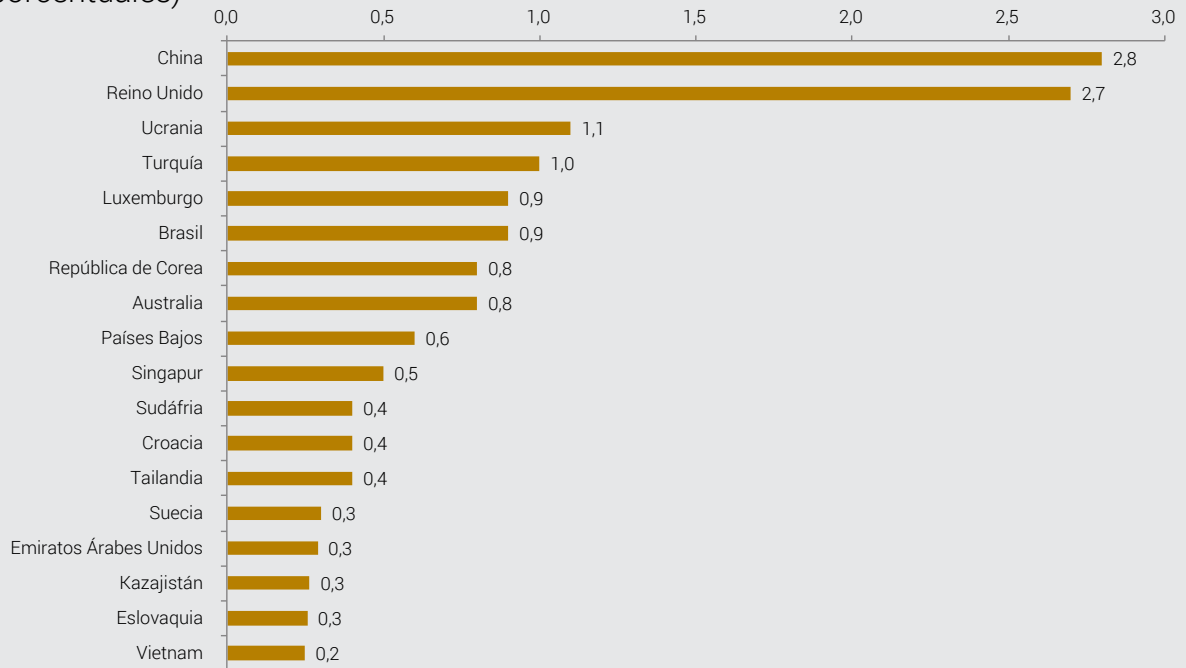
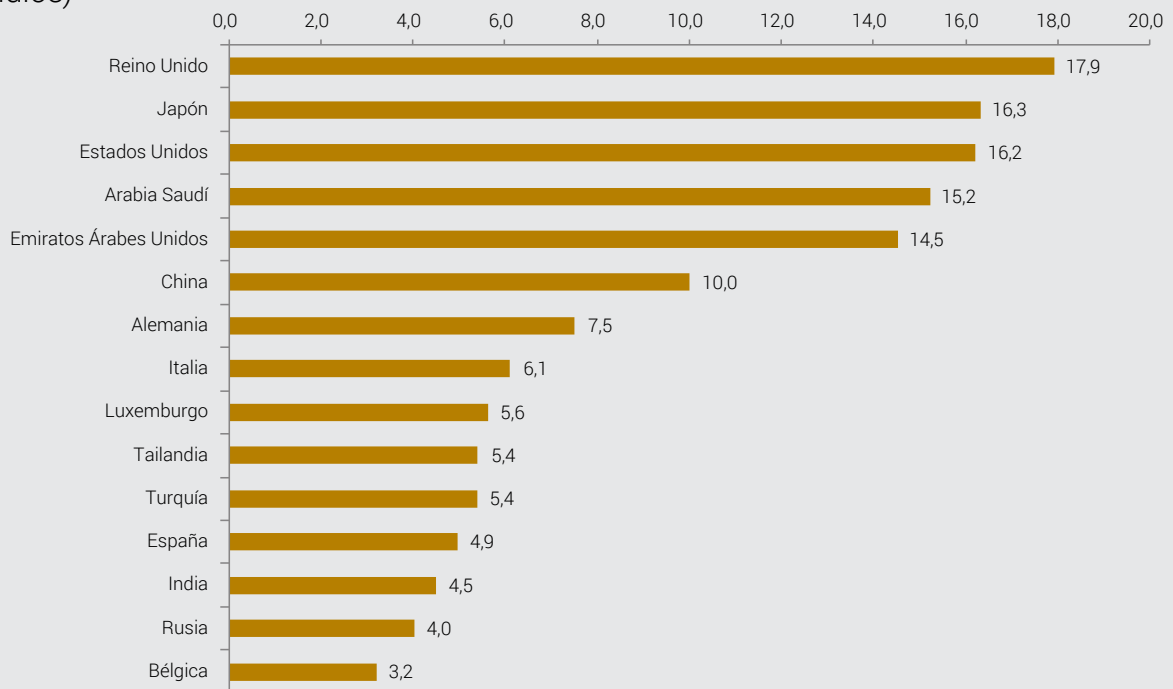


GRÁFICO 4.8.
Principales variaciones absolutas entre 2013 y 2014 de presencia blanda (en valor índice)



Al observar las variaciones absolutas de presencia blanda para este último año (Gráfico 4.8) nos encontramos a tres países asiáticos entre los 10 primeros—Japón, China y Tailandia—, lo que ha permitido a japoneses y tailandeses aumentar en una décima su cuota de presencia blanda respecto al año anterior. China y Tailandia repiten presencia en este grupo respecto a la edición anterior del Índice Elcano de Presencia Global. Lo que resulta bastante llamativo es el caso de Japón que, debido al brusco recorte presupuestario de su cooperación internacional, fue el único país asiático con un descenso absoluto de su presencia blanda internacional entre 2012 y 2013. Esta tendencia se ha revertido y es precisamente el reforzamiento de la cooperación al desarrollo la que explica la mayor parte del crecimiento de la presencia blanda nipona entre 2013 y 2014.

Al identificar las variables que están detrás del ascenso de la presencia blanda de los países asiáticos, el turismo aparece casi como una constante en aquellos países que han aumentado su cuota de presencia. Es más, en los países del sudeste asiático, salvo en Singapur y en Malasia, puede decirse que es el responsable casi exclusivo del aumento de su presencia blanda. Hay otros países, además de los ya citados —Singapur y Malasia—, como China, Corea del Sur y la India, donde el turismo no tiene tanta incidencia o su impacto es complementado por otras variables como la ciencia, la cultura y la educación. También llama la atención que, salvo la India, el resto de Asia del sur muestre una cuota de presencia blanda estancada o en retroceso. Esto se debe a que no han impulsado el turismo como sus vecinos del sudeste asiático y a que son países con un nivel de desarrollo socioeconómico bastante menor, lo que les lastra a la hora de poder desarrollar otras variables.

En conclusión, resulta evidente que la creciente internacionalización de Asia va más allá de China y de la presencia económica, que serían las manifestaciones de la pujante presencia internacional asiática con las que estamos más familiarizados. Sin embargo, mientras que China acapara cada vez un mayor porcentaje de la presencia global asiática, desde 2011 la cuota de presencia económica asiática se ha estancado, lo que ha convertido a la presencia militar y a la presencia blanda en las dos principales fuentes de crecimiento de la cuota de presencia global asiática.

5. Análisis comparado de estrategias de política exterior y presencia global: los casos de Australia y Sudáfrica

Carola García-Calvo¹

En diversas latitudes del planeta, muchos son los países que han reflexionado sobre el papel que pueden jugar en el complejo tablero internacional caracterizado por la globalización, tratando de identificar las oportunidades y riesgos que éste les brinda en la persecución de su interés nacional. De este modo, algunos países han sido capaces de identificar sus fortalezas y debilidades, recogiendo en documentos estratégicos o libros blancos una serie de objetivos y mecanismos a desarrollar con el fin de optimizar su posicionamiento en el ámbito global, en un ejercicio de planificación que busca no sólo responder a las transformaciones del escenario internacional, sino también contribuir a una política exterior más transparente, inclusiva y previsible.²

Además de una herramienta útil para descodificar el proceso de globalización –su evolución y tendencias–, el Índice Elcano de Presencia Global es también un eficaz instrumento para el análisis de la política exterior. Determinando la presencia global de los distintos países estudiados en el índice en las tres dimensiones y diversas variables que la componen, podemos trazar los perfiles de presencia por países o bloques. Así, comprobaremos si un Estado (o conjunto de ellos) configura su proyección exterior sobre variables de la dimensión blanda –como la investigación científica, la cooperación al desarrollo o el turismo– o si, por el contrario, la define mediante las dimensiones duras, económica o militar –como la energía, las inversiones o el equipamiento militar–. Los perfiles de presencia representan por tanto una radiografía que nos permite conocer la naturaleza de la inserción exterior –fortalezas y debilidades– al detallar en la práctica la forma en que los Estados extienden internacionalmente su concepción de la globalización y del papel que éstos pueden jugar en ella, tratando de maximizar las oportunidades que ésta le ofrece en pos de su interés nacional, ya esté éste orientado bien al ejercicio de influencia bien a la consecución de agendas nacionales.

¿Definen efectivamente las estrategias de política exterior el perfil de los países más allá de sus fronteras? ¿Evolucionan los perfiles de política exterior de acuerdo a los objetivos

¹ Investigadora del Real Instituto Elcano.

² Ignacio Molina (coord.)(2014), "Hacia una renovación estratégica de la política exterior española", *Informes Elcano*, nº 15, Real Instituto Elcano.

dibujados en los documentos estratégicos? Para responder a estas cuestiones analizaremos las características de la proyección exterior (a partir de sus documentos de referencia) de dos países que reflejan sendas formas de existir en la globalización: una potencia media, Australia, y otra emergente, Sudáfrica.

Hacia una Australia próspera: la 'liberalización competitiva' de los mercados

Los principios filosóficos y prácticos que guían la política exterior y de comercio australiana se recogen por primera vez en 1997 en el documento *In the National Interest*,³ cuya revisión y, por el momento, única actualización se publicó en el año 2003 bajo el título *Advancing the National Interest: Australia's Foreign and Trade Policy White Paper*. Desde entonces se han sucedido diversos documentos, igualmente estratégicos, si bien sectoriales, que no ofrecen una panorámica de su amplitud.

En el Libro Blanco, el país se define como una potencia media inserta en la globalización, la cual analiza de manera ciertamente optimista, como una oportunidad en 'tiempos de incertidumbre' que comporta sustanciales ganancias para los países. Australia continúa definiéndose como "una democracia liberal orgullosa de su compromiso con los valores de la libertad política y económica" que ha fortalecido su lugar en el mundo. Un país que, dado su origen inmigrante y su comunidad multicultural, mira más allá de sus fronteras. Un Estado insular, occidental, ubicado en la región Asia-Pacífico, con grandes afinidades y lazos con América del Norte y Europa, cuyo interés nacional es "la seguridad y prosperidad de Australia y los australianos"⁴

Los objetivos estratégicos de su inserción internacional pasan, de este modo, fundamentalmente por la integración económica. El documento propone una ambiciosa agenda comercial de "liberalización competitiva" de los mercados –teniendo en cuenta "los canales bilaterales y multilaterales"– ante la competencia que suponen los países en desarrollo, no sólo en lo referido a los productos agrícolas o textiles sino también por la creciente puesta en el mercado de productos manufacturados. Así, se proponen una inserción netamente económica, basada en las exportaciones de bienes primarios (productos agrícolas, minería y vino), servicios y manufacturas (relacionadas, por ejemplo, con su incipiente sector automotriz) y energéticas, así como en las inversiones.⁵

Dentro de la dimensión blanda, se señala el potencial de la sociedad multicultural australiana para establecer las "relaciones interpersonales que contribuyen a nuestro estatus internacional"⁶, otro objetivo estratégico. En este sentido, se cuenta tanto con los australianos nacidos en el exterior como los residentes en terceros países, así como también en la capacidad de atracción de estudiantes extranjeros, y el turismo. También se busca proyectar la imagen de un país exitoso y sofisticado a través de sus aportaciones al conocimiento científico y los logros deportivos. La cooperación al desarrollo entra en la agenda blanda australiana en tanto que "deber moral para erradicar la pobreza", aunque está primordialmente focalizada en la buena gobernanza en la región.

3 Commonwealth of Australia (2003), *Advancing the National Interest: Australia's Foreign and Trade Policy White Paper*, <http://australianpolitics.com/foreign/elements/whitepaper.pdf>.

4 *Advancing the National Interest*, pp. vii-ix.

5 *Advancing the National Interest*, 25-30.

6 *Advancing the national Interest*, p. 13.

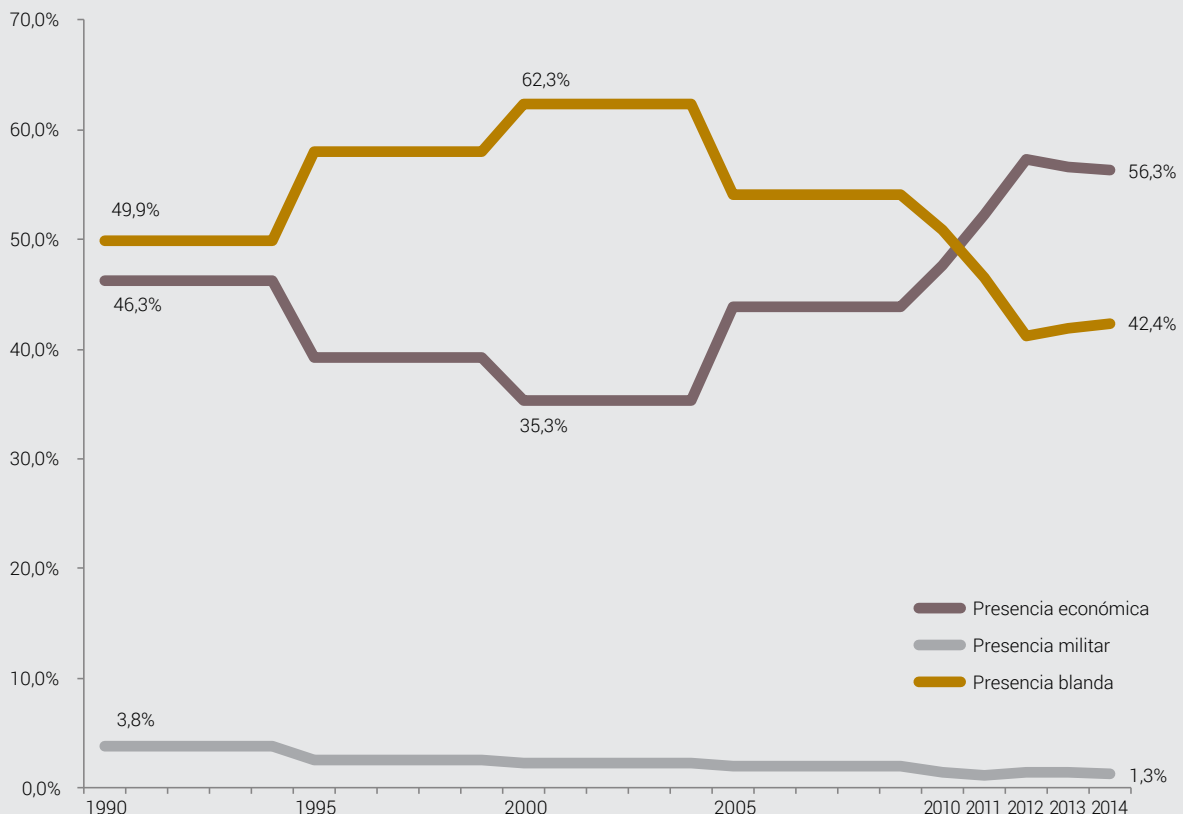
En lo referente al particular de la seguridad, Australia muestra en su documento estratégico un firme compromiso con la guerra contra el terrorismo impulsada por su aliado Estados Unidos tras los atentados del 11-S en Nueva York y Washington.⁷

¿Ha evolucionado la naturaleza de la proyección exterior australiana de acuerdo a estas orientaciones estratégicas?

En 2005, dos años después de la aprobación de su Libro Blanco, Australia, ocupaba el 12º puesto del ranking de presencia global de los 80 países que cuantifica y ordena el Índice Elcano de Presencia Global. Su perfil de presencia estaba entonces principalmente construida sobre la dimensión blanda, que representaba el 54,1%, seguida de la económica (43,9%) y la militar (2%). Transcurridos 5 años, en 2010, mantiene idéntica posición, si bien las variables económicas incrementan su peso en 3,7 puntos porcentuales, en detrimento de blandas y militares, que decrecen 3,2 y 0,5 puntos, respectivamente. En el último Índice (2014), el país desciende un puesto en el ranking general, ocupando la 13ª posición, al tiempo que se consolida la tendencia hacia un perfil económico de proyección exterior (Gráfico 5.1). Por vez primera dicha dimensión supera a la blanda, suponiendo más de la mitad de la presencia global australiana (concretamente, el 56,3%). La contribución relativa de la presencia militar continúa descendiendo, no quedando reflejada en términos de presencia la participación australiana en la guerra contra el terrorismo global.

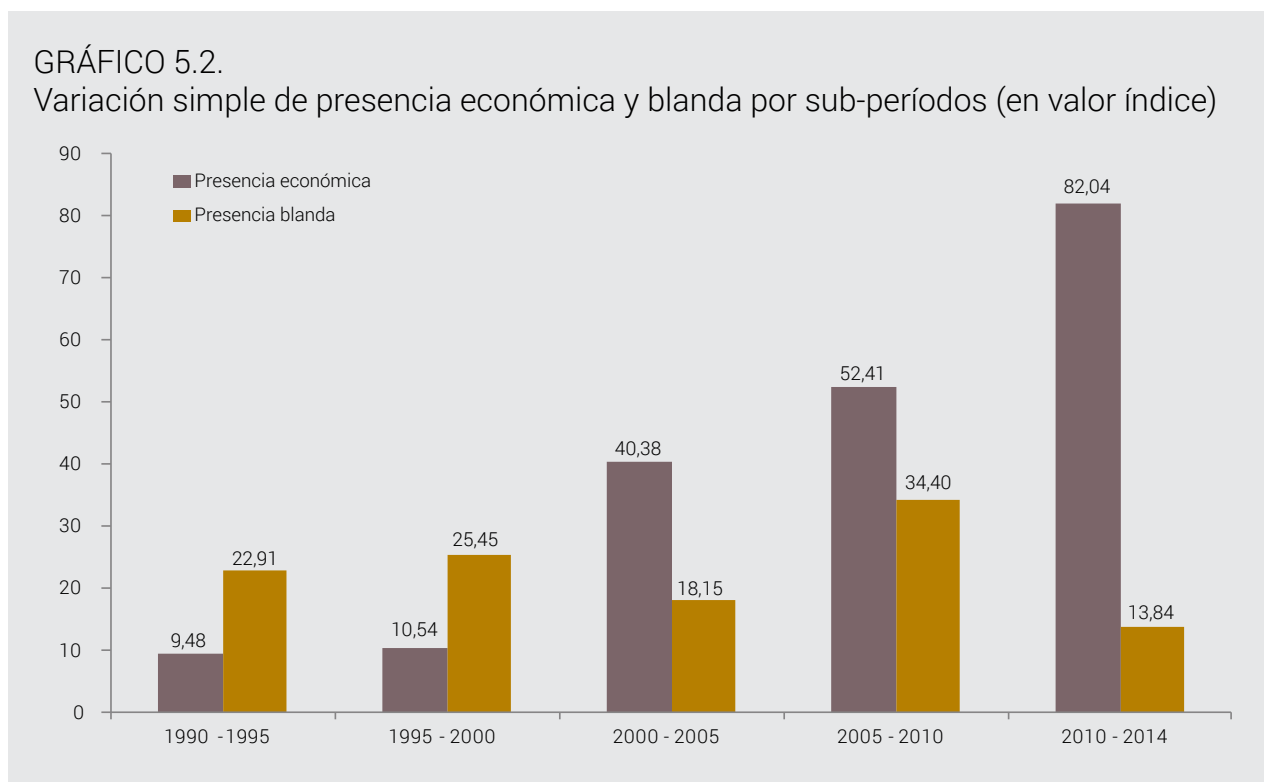
GRÁFICO 5.1.

Contribuciones de cada dimensión a la presencia global de Australia (2014, en %)



7 Advancing the National Interest, 13.

Este giro económico también se refleja si lo analizamos en valor índice (Gráfico 5.2). Partiendo de valores similares en 2005 (93,9 y 96,9 respectivamente), en los casi 10 años hasta 2014, el valor del área económica se incrementó en 134,4 puntos frente a los 48,2 de la blanda. La mayor expansión del conjunto de variables económicas se produjo en el lustro 2010-2014, en el cual dicha dimensión se incrementó 68,5 puntos más que la blanda (Gráfico 5.2).

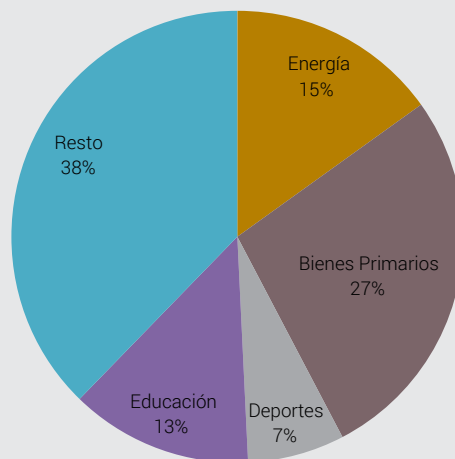


Por último, es interesante señalar cómo en el tablero global, esto es, en competición con los restantes 79 países que componen el Índice, la cuota de presencia económica australiana se incrementó, pasando del 2,0% al 2,3%, entre 2005 y 2010, en un contexto de expansión generalizada de la globalización – eminentemente económica– en el que los países emergentes han absorbido parte del espacio económico que ocupaban las potencias postindustriales tradicionales (el caso paradigmático es el de China).

Atendiendo a las variables definitorias del perfil australiano más allá de sus fronteras, vemos que en el año 2005 éstas eran fundamentalmente 4: educación, cuya contribución relativa era del 17,5%; bienes primarios (17,4%); deportes (15,3%); y energía (11,9%). Éstos fueron los factores más relevantes entre 2005 y 2014, si bien su evolución difiere a lo largo del período estudiado. En 2010 las variables de la dimensión blanda crecieron mínimamente –educación (17,7%)– o decrecieron –deportes (12,6%)–, mientras que las dos económicas se incrementaron –bienes primarios (18,8%) y energía (13,9%)–, una tendencia que se mantuvo en 2014, cuando los bienes primarios se afianzaron como la variable más importante (siendo su peso relativo del 27,0%, como muestra el Gráfico 5.3), las exportaciones de productos energéticos ocuparon el 2º lugar (15%) y la educación, pese a descender 4,5 puntos porcentuales respecto a 2005, ocupó el 3º, con un 13%. En el grupo

GRÁFICO 5.3.

Contribución de las principales variables a la presencia global de Australia (2014, en %)



de 'otros' destaca la evolución de las variables de servicios, que permanecen prácticamente invariables a lo largo de los casi 10 años, y la de cooperación al desarrollo, cuya presencia relativa se incrementa en 1,6 puntos (Gráfico 5.3).

En resumen, el análisis por variables expone una inserción exterior basada en las exportaciones de bienes primarios –principalmente productos agrícolas–, sector estratégico del país continental, y la energía, igualmente señalada como clave en la relación con Asia, un área de influencia prioritaria. La educación como forma de establecer vínculos con el exterior es otra de las grandes fortalezas de Australia. En este sentido, el descenso de su contribución relativa a la presencia global debe de interpretarse teniendo en cuenta tanto el elevado valor del que partía en 2005 como el crecimiento de otras variables económicas que han ido dando forma a los objetivos estratégicos identificados en su documento de referencia.

Tras analizar la evolución la naturaleza de la presencia global australiana desde 2005 por áreas y variables podemos concluir que ésta ha seguido, en la práctica, la senda marcada por el documento de 2003, conectando el buen desempeño internacional con el objetivo de una Australia más próspera y segura.

El caso sudafricano: ¿liderazgo regional para una mayor influencia global?

El año 2005 marca un punto de inflexión en la política exterior sudafricana, al señalar “el comienzo de la segunda década de democracia, coincidiendo con el 50 aniversario de la proclamación de la Carta de Libertad en el Congreso del Pueblo”, tal y como refleja el Plan Estratégico de la política exterior del país para 2005-2008,⁸ que recoge la visión y los objetivos de la misma a medio plazo. Poniendo de manifiesto su vocación de líder regional, el compromiso sudafricano se concentra en el continente africano, articulado sobre “la

⁸ Department of Foreign Affairs, Republic of South Africa (2005), *South Africa Foreign Policy Strategic Plan: 2005-2008*, Ministerio de Asuntos Exteriores de Sudáfrica. <http://www.dfa.gov.za/departament/stratplan05-08.pdf>.

construcción de una nueva África donde exista una paz y seguridad duradera, se profundice en la democracia y en la prosperidad, lo que significa la continua mejora en la calidad de vida de los africanos”.

En 2009 el Ministerio de Asuntos Exteriores cambió su denominación por la de Departamento de Relaciones Internacionales y Cooperación (DIRC, en sus siglas en inglés), en un giro estratégico que pretendía conectar en mayor medida el proyecto nacional con el exterior, ahora más comprehensivo. Se inició asimismo un período de reflexión que culminaría con la elaboración de un documento de referencia para la acción exterior, un Libro Blanco, publicado en la página web del DIRC en 2011, bajo el título *Building a Better World: The Diplomacy of Ubuntu*,⁹ aprobado por el gabinete y actualmente en debate parlamentario.

Dicho Libro Blanco reafirma los principios básicos del espíritu sudafricano plasmados en 2005, centrados en el respeto a las naciones, gentes y culturas (la llamada diplomacia Ubuntu)¹⁰ y la cooperación Sur-Sur como contraposición al colonialismo. El objetivo último del documento no es otro que el de preparar al país para ser una “nación ganadora en el S. XXI”,¹¹ estando su interés nacional intrínsecamente vinculado a la “estabilidad, unidad y prosperidad de África”, precisando que la posición continental y global de Sudáfrica en el futuro va a estar determinada por cómo el país permanece “fiel a sus valores imperecederos, el éxito económico y el continuo liderazgo continental”.¹² Vemos pues, cómo el liderazgo regional se define como objetivo estratégico prioritario sobre el que promover una mayor influencia en el orden global.

La visión de sí mismos en el horizonte 2025 es, por tanto, la de un país influyente tanto del continente africano como en la comunidad internacional, sustentándose en sus valores y en una economía global competitiva y sostenible.¹³ Así, la diplomacia económica del país deberá guiar al gobierno y demás actores de la acción exterior para, principalmente, tratar de acabar con las barreras para los productos sudafricanos, identificar y abrir nuevos mercados y atraer inversiones y turismo, lo que implica mejorar la competitividad de bienes y servicios generados en el país, al tiempo que mantener su reputación como proveedor estable y responsable. Para ello, establecen como fines estratégicos, a grandes rasgos, la integración y diversificación en los mercados globales, la apuesta por sus recursos naturales, la generación de un mejor entorno para los negocios, la innovación para afrontar nuevas oportunidades de mercado y la implementación de medidas dirigidas a la atracción de turismo.¹⁴

9 <http://www.gov.za/documents/white-paper-south-african-foreign-policy-building-better-world-diplomacy-ubuntu>.

10 Para más información, véase *Building a Better World*, preámbulo.

11 *Building a Better World*, p. 3.

12 *Building a Better World*, p. 26.

13 *Building a Better World*, p. 18.

14 *Building a Better World*, p. 26.

¿Podemos hablar, en términos de presencia, de liderazgo regional sudafricano?

Como hemos visto, Sudáfrica considera su liderazgo regional como el cimiento de su influencia en el orden global. Atendiendo al ranking de presencia global, advertimos que no es Sudáfrica, sino Nigeria, el país mejor posicionado de la región del África Subsahariana, bloque que incluye también a Angola y Sudán. Nigeria ha escalado 13 posiciones desde el primer año para el que se calcula el índice, 1990, ocupando en la última edición el puesto 36. Sudáfrica, por su parte, se sitúa actualmente dos puestos por debajo, en el 38 (Cuadro 5.1), habiendo sido su progresión algo menor, al ascender 4 posiciones desde entonces. Angola y Sudán se encuentran muy por debajo, ya en la 2ª mitad de la tabla, en las posiciones 54 y 77, respectivamente.

Atendiendo al posicionamiento por dimensiones de los dos primeros clasificados regionales, Sudáfrica lidera el ranking de presencia blanda, si bien es superada por Nigeria en las dimensiones económica y militar. Mientras que Nigeria no varía su posición en el ranking económico, la república austral desciende 14 puestos desde 1990, que, en cambio, gana 10 en la dimensión blanda, en contraste con los 11 perdidos por Nigeria. En la dimensión militar ambos países escalan posiciones desde comienzos de los 90.

CUADRO 5.1.

Ranking de presencia global y por dimensiones de África Subsahariana (2014)

	Presencia global		Presencia económica		Presencia militar		Presencia blanda	
	Pos. 2014	Var. 1990-2014	Pos. 2014	Var. 1990-2014	Pos. 2014	Var. 1990-2014	Pos. 2014	Var. 1990-2014
Nigeria	36	+12	30	=	26	+29	60	-11
Sudáfrica	38	+3	43	-14	31	+25	36	+10
Angola	54	+9	38	+15	69	-20	80	-10
Sudán	77	-11	75	-5	63	+6	76	-23

En base a estos rankings, en términos de presencia, no sería Sudáfrica sino Nigeria el líder regional. Sin embargo, entrando en detalle en la naturaleza de su proyección exterior, esto es, analizando cómo contribuyen cada una de las dimensiones y variables a la presencia global, advertimos que dichos resultados pueden interpretarse de manera diferente.

La proyección exterior de los 4 países del bloque descansa mayoritariamente en la dimensión económica (Cuadro 5.2), indicando los porcentajes de Angola (95,6%), Nigeria (84,1%) y Sudán (60,3%), una mayor relevancia que en el caso sudafricano, cuya aportación relativa de la presencia económica es del 51,0%. Las dimensiones blanda y militar suponen, respectivamente, el 47,1% y el 1,9%, mientras que para Nigeria la blanda supone tan sólo el 13,3% y la militar el 2,6%. La suya es, por tanto, una presencia muy focalizada en la dimensión económica.

CUADRO 5.2.

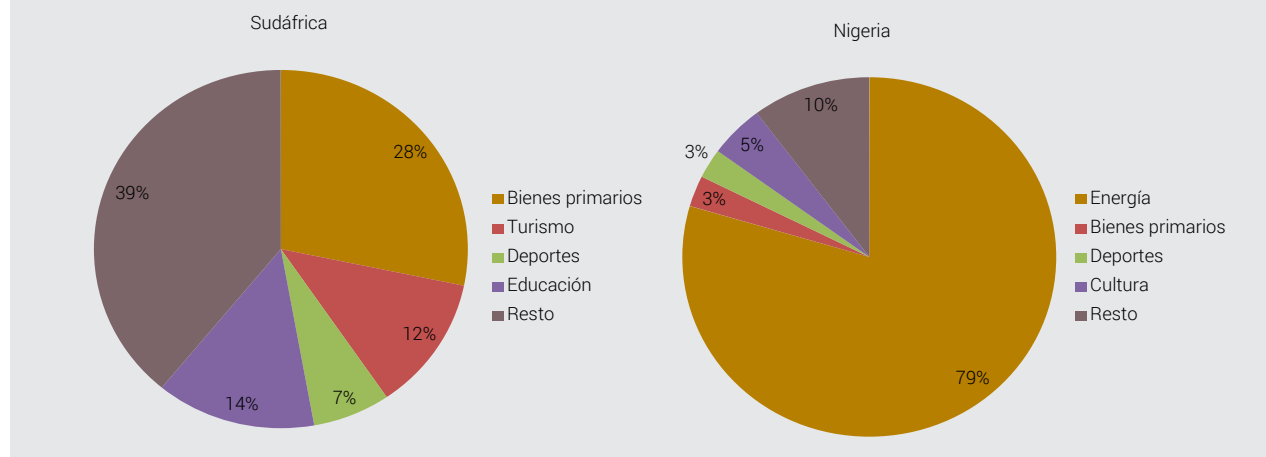
Contribución de cada dimensión a la presencia global de Sudáfrica (2014, en %)

	Presencia económica	Presencia militar	Presencia blanda
Nigeria	84,1%	2,6%	13,3%
Angola	95,6%	0,1%	4,3%
Sudáfrica	51,0%	1,9%	47,1%
Sudán	60,3%	1,6%	38,2%

Descendiendo al nivel de las variables, puede apreciarse cómo la presencia global de Nigeria (Gráfico 5.4) descansa de manera abrumadora en la energía, que constituye el 79%, siendo la siguiente en importancia la cultura, con apenas un 5%. En cuanto a Sudáfrica, las variables que articulan su proyección exterior son mucho más diversas, siendo las principales los bienes primarios, la educación y el turismo (aunque un total de otras 13 variables suman el 28%). Así, presenta un perfil mucho más diversificado, lo que, no sólo no le hace dependiente de la evolución de los precios internacionales, sino que denota el desempeño de un proyecto interno que, en conexión con el orden global, apuesta por desarrollar los diversos sectores estratégicos identificados en el Libro Blanco (exportación de bienes primarios y atracción de turistas, principalmente), como base de una proyección regional y global, en beneficio del interés nacional.

GRÁFICO 5.4.

Contribución de las principales variables a la presencia global de Nigeria y Sudáfrica (2014, en %)



Nigeria es el país del África Subsahariana que presenta mejores resultados de presencia global. En cambio, un análisis pormenorizado de la naturaleza de la proyección exterior de ambos países pone de manifiesto cómo la eventual influencia de Sudáfrica, sustentada sobre unas bases diversificadas, denota una proyección más sólida y sostenible y una inserción estratégica conectada a la globalización no sólo a través de una dimensión económica sino, también, de la atracción de estudiantes a sus universidades, del turismo y los deportes, variables blandas que denotan un patrón más sofisticado, adecuado al contexto de unas relaciones internacionales crecientemente complejas tras el fin de la Guerra Fría.

6. Midiendo la presencia blanda: el caso de las agencias de noticias

Ángel Badillo Matos / Manuel Gracia¹

La información es uno de los aspectos más relevantes de la presencia global blanda de los países de todo el mundo, por lo que elegir los instrumentos adecuados para medirla en el Índice Elcano de Presencia Global es una decisión metodológica muy relevante. Cuando el índice se puso en marcha nos decidimos por un enfoque *hard* (enfocado a la infraestructura), a partir del cual medimos la información computando el ancho de banda instalado, como un indicador de la capacidad de cada país para producir y difundir información no sólo elaborada por los medios, sino por ciudadanos o instituciones públicas y privadas en el entorno web 2.0. Desde entonces, hemos revisado la dimensión informacional del índice para reconsiderar cuál puede ser la forma más adecuada de reflejar la presencia global de cada país desde un punto de vista *soft* (es decir, centrándonos en los contenidos circulantes y no sólo en las infraestructuras).

Una primera posibilidad consiste en medir sistemáticamente las menciones explícitas a un país o sus ciudadanos realizadas en las noticias difundidas por los medios en todo el mundo. Aunque no existe ninguna manera viable –y, de hecho, ningún servicio comercial la proporciona– de realizar búsquedas a texto completo sobre las noticias de radio o televisión emitidas en el mundo, numerosas bases de datos a texto completo ofrecen la posibilidad de hacerlo sobre la totalidad de las noticias publicadas por los principales periódicos, revistas o sitios web. Sin embargo, determinar la muestra adecuada y representativa de medios escritos de todo el mundo para medir la presencia global de los países sería extremadamente complejo. Hemos considerado, pues, la opción de concentrarnos no en los medios sino en sus proveedores de información: las agencias de noticias.

Las agencias de noticias son una de las partes menos conocidas de los sistemas de medios. Nacidas durante la génesis y consolidación de la prensa de masas en los países occidentales a mediados del siglo XIX, son empresas públicas o privadas que disponen de una extensa red internacional de oficinas y periodistas para recoger información y producir ítems informativos –en forma de textos, gráficos, vídeos o audios– que puedan ser usados por sus suscriptores, los medios de comunicación, que en su inmensa mayoría no disponen de una red propia de corresponsales por todo el mundo. Como proveedores de noticias para los medios, el papel de las agencias de noticias ha sido especialmente importante e influyente en el establecimiento de agendas públicas nacionales e internacionales; por eso han sido percibidas como instituciones extremadamente importantes en el campo del ‘poder blando’ durante los últimos dos siglos, y constituyen uno de los más importantes actores en el proceso de globalización de la información.

¹ Ángel Badillo Matos, investigador principal y Manuel Gracia, ayudante de investigación del Real Instituto Elcano.

¿Por qué las agencias? Las noticias y la geopolítica de la información

Desde mediados del siglo XIX el surgimiento de la prensa popular en Europa y Estados Unidos, junto a la expansión de las redes telegráficas, crearon el contexto adecuado para la emergencia de los primeros servicios de noticias que proporcionaban la materia prima a los primeros periódicos. Así, se pusieron en marcha la agencia de Charles-Louis Havas en Francia (1825), la de Bernard Wolff en Alemania (1848), el servicio de noticias desde la bolsa londinense de Julius Reuters (1851) y el de Stefani en Italia (1853), mientras los diarios estadounidenses se organizaban en diversas cooperativas de producción y distribución de noticias, siendo las mayores Associated Press (AP, 1892) y United Press Associations (UPA, 1907).²

En una época en la que la mayor parte de los territorios fuera de Europa o América eran colonias de metrópolis europeas, las tres agencias continentales (Havas, Wolff y Reuters) controlaban el flujo internacional de noticias, mientras que las nuevas compañías que surgían por todas partes para responder a la creciente demanda de noticias de los periódicos se veían forzadas a suscribir acuerdos de colaboración con las ‘tres grandes’ para poder garantizar la cobertura adecuada de los acontecimientos del mundo. De este modo, “las agencias de noticias fueron las primeras organizaciones electrónicas de comunicación de masas que empezaron a funcionar de modo global desde la primera mitad del siglo XIX”³.

La revolución rusa –con la subsiguiente creación de la agencia TASS (1925)–, las dos Guerras Mundiales y la Guerra Fría, reconfiguraron la presencia e influencia de las agencias, con Reuters, UPA (fusionada con la INS de Hearst en 1958 para dar lugar a la United Press International, UPI) y AP como hegemónicas entre los aliados de Estados Unidos, y TASS centralizando el flujo de noticias hacia los países prosoviéticos. Francia convirtió Havas en la estatal Agence France Presse (AFP) tras la Guerra Mundial y en la misma época Franco fusionó Fabra, Febus y Faro para crear la también estatal Agencia EFE y colocarla en un lugar central de su sistema propagandístico. Ambas desarrollarán una importante influencia regional: AFP en el sudeste asiático y EFE en Latinoamérica.

El crecimiento de los medios audiovisuales en la segunda mitad del siglo XX hizo crecer tanto la actividad como la capacidad de influencia de las agencias como proveedores de noticias para los centenares de nuevas radios y televisiones de todo el mundo. En los años 60, la emancipación de las colonias mostró la importancia de los lazos de dependencia de éstas con las metrópolis en el ámbito informacional, y muchos países decidieron entonces poner en marcha sus propias agencias nacionales de noticias, “trasladando a la acción la frustración que les producía la cobertura internacional de información... Lo que esos países lamentaban era la falta de una perspectiva propia del Tercer Mundo, así como una valoración de las necesidades informativas del Tercer Mundo en las noticias que distribuían las agencias occidentales”.⁴ Estos nuevos servicios se concebían como instrumentos para desvincular las agendas nacionales de la influencia de las agencias internacionales, creando así otras estrechamente imbricadas con los intereses de los países ‘no alineados’ del tercer mundo.

2 UNESCO (1953), *News Agencies: Their Structure and Operation*, UNESCO, París.

3 Rantanen, Tehri (2009), *When News Was New*, Wiley-Blackwell, Chichester, United Kingdom and Malden, MA, p. 42.

4 M. Rosenblum (1977), *Reporting from the Third World*, *Foreign Affairs*, julio.

Por tanto, después de un período de monopolio de las agencias europeas (1870-1917) y del ascenso de las estadounidenses AP y UPI durante la Guerra Fría, en este tercer período histórico se produce una dominación del mercado por parte de las 4 grandes (AP, AFP, Reuters y UPI) hasta los años 90, mientras florecen por todo el mundo agencias nacionales –en muchos casos promovidas por las estrategias de comunicación para el desarrollo de UNESCO–⁵ creadas para producir noticias que contrarresten la agenda centralizada y exclusiva establecida por las grandes agencias mundiales. La competencia entre AP y UPI en el mercado de prensa estadounidense terminó con la práctica desaparición de esta última en los 80, produciendo así una concentración en torno a las tres grandes agencias globales de la actualidad: la británica Reuters, la francesa AFP y la norteamericana AP. En este último tercio del siglo XX se multiplican las agencias públicas y privadas, generalistas o temáticas, tratando de explotar los nuevos mercados de información. En España, por ejemplo, la última “Agenda de la Comunicación” que anualmente publica el Gobierno recoge un total de nada menos que 60 agencias de noticias en 2013.

La espectacular transformación producida por la era de la información y la práctica universalización del acceso a Internet ha producido también transformaciones en el sector. En el escenario digital, las líneas que separan a mayoristas (agencias) y minoristas de la información (los medios) se difuminan, la competencia se vuelve global y son cada vez más numerosos los conflictos relacionados con la propiedad intelectual. Al comienzo del siglo XXI las grandes agencias mundiales conviven con las más pequeñas, que bien son propiedad de los Estados (el 85% según el estudio de Boyd-Barrett), bien dependen fuertemente de la financiación pública.⁶ En todo caso, las agencias siguen constituyendo el eje central de la circulación global de noticias, proporcionando tanto datos en bruto como ítems ya terminados y listos para su difusión a periódicos, radios, televisiones y sitios web. Más aún, la importancia creciente de la información como un recurso esencial para el mundo de los negocios ha convertido a las agencias en proveedores de información de bancos, empresas o gobiernos, más allá de los tradicionales clientes de los medios. Ello quizá explique que en un contexto de crisis de los medios de comunicación tradicionales, las agencias crezcan y encuentren nuevos espacios y modelos de negocio en nuevos mercados.⁷

Sorprendentemente, es escasa la investigación que en las ciencias de la información y de la comunicación se ha dedicado a este tema, con excepción de un período de intenso debate sobre la importancia geopolítica de los flujos de información en el orden mundial en los años 70. Los datos sobre la presencia, mercado, propiedad o tamaño de las agencias son los proporcionados por las propias empresas y, en general, son superficiales e imprecisos. En todo caso, existe consenso en torno a considerar agencias mundiales de noticias a la estadounidense AP, la británica Reuters, la francesa AFP, la rusa ITAR-TASS, la china Xinhua, la española EFE y, en menor medida, la alemana Deutsche Presse-Agentur (DPA) y la italiana ANSA –estas tres últimas con cierta influencia particular en algunas áreas–.

5 O. Boyd-Barrett y T. Rantanen (2004), “News Agencies as News Sources: A Re-evaluation”, *International News in the Twenty-first Century*, pp. 31-46.

6 O. Boyd-Barrett (2010), “News Agencies in the Turbulent Era of the Internet”, en O. Boyd-Barrett (ed.), *News Agencies in the Turbulent Era of the Internet*, Government of Catalonia, Presidential Department, pp. 16-44.

7 International Commission for the Study of Communication Problems (1980), *Many Voices, One World. Communication and Society, Today and Tomorrow. Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communications Order*, K. Page, Londres.

CUADRO 6.1.
Principales agencias de noticias en el mundo (2014)

Agencia	País	Cobertura	Propiedad
AP	Estados Unidos	100 países 280 oficinas	Cooperativa (1.500 diarios estadounidenses)
Reuters	Reino Unido	131 países 196 oficinas 2.400 periodistas	Privada (Thomson Reuters Corp.)
AFP	Francia	150 países 200 oficinas 2.260 periodistas	Estatal
ITAR-TASS	Rusia	63 países 68 oficinas 1.500 periodistas	Estatal
Xinhua	China	100 países 106 oficinas	Estatal
EFE	España	120 países 181 oficinas 3.000 periodistas	Estatal
ANSA	Italia	74 países 77 oficinas	Cooperativa (34 empresas italianas de medios)
DPA	Alemania	106 oficinas	Cooperativa (190 empresas alemanas de medios)

Fuente: información de los sitios institucionales de las agencias en la web (2014).

Este grupo de agencias globales controla la mayoría de la información distribuida a los medios de todo el mundo, tanto por volumen como por distribución geográfica. ¿Sería, por tanto, posible determinar la presencia global de los países estudiados en el Índice Elcano de Presencia Global a través de la revisión de las noticias proporcionadas por estas agencias? Responder a esta pregunta ha sido el objetivo del trabajo metodológico realizado por el equipo del índice en los últimos meses del año 2014. Este documento presenta y discute algunos de los resultados obtenidos.

Estudio de caso: las noticias del mundo en la mirada de las agencias

Para medir las posibilidades de utilizar las agencias como fuente en el índice de presencia global, primero seleccionamos las más importantes con el fin de reflejar y equilibrar sus agendas. Para obtener un registro completo de las noticias producidas por las agencias, utilizamos la base de datos comercial Factiva (www.factiva.com). Además de 'las tres grandes' (AP, AFP, Reuters), incluimos las agencias estatales china y rusa (Xinhua e ITAR-TASS), y completamos la muestra con EFE, ANSA y DPA para garantizar la diversidad de fuentes y compensar la influencia –producida por la enorme cantidad de ítems informativos que distribuyen, véase la Tabla 6.2– de Reuters y AP sobre la muestra.

CUADRO 6.2.
Proporción de noticias anuales por agencia (2012-2014, %)

Agencia	2012	2013	2014
Reuters	33,5	29,2	29,7
AP	43,8	44,4	46,0
AFP (English service)	5,5	8,4	6,6
Xinhua (English service)	1,8	1,5	1,1
ITAR-TASS (English service)	1,9	2,0	2,2
EFE (English and Spanish services)	10,7	8,9	9,6
DPA (International service)	1,2	3,3	2,9
ANSA (English service)	1,7	2,3	2,0

Fuente: Factiva.

Desde el punto de vista metodológico, elaboramos una cadena de búsqueda estable, igual para todos los países investigados, construida del siguiente modo:

1. El uso del mismo periodo de tiempo delimitado para cada año estudiado en el índice de presencia global (1 de enero al 31 de diciembre de cada año analizado).
2. El uso del nombre o nombres de cada país en español y en inglés, considerados en el trabajo como idiomas globales para las agencias.⁸
3. El uso de gentilicios de cada país en español e inglés.
4. La combinación de todos los términos con el operador booleano or, para expandir las búsquedas incluyendo cualquier aparición de los términos.
5. La selección de todos los servicios en inglés o español de las agencias mencionadas, con la excepción de cada agencia con respecto al país en el que está radicada (España se excluyó de la búsqueda de EFE, Reino Unido de la de Reuters, Estados Unidos de la de AP, etc.).

Nuestras unidades de análisis fueron, por tanto, cada uno de los ítems informativos distribuidos por las agencias seleccionadas, incluyendo todos los temas y secciones (deportes, política, sociedad, etc.). Nuestra investigación recuperó un total de 26,8 millones de noticias en total, correspondientes a los años 1990, 1995, 2000, 2005, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 (es decir, la misma serie temporal que el índice de presencia global).

La presencia por países

El número de ítems informativos recuperados de las agencias ha pasado de 1,3 millones en 1995 a 4,4 millones en 2014 (excluimos 1990 porque sólo Reuters y AP tenían servicio digital disponible a través de Factiva). Estados Unidos fue el país más mencionado en los ítems analizados (11,4% del total, 12,1% de los ítems analizados de los últimos 5 años, ya excluidas las noticias distribuidas por AP). Tomando en cuenta los 80 países estudiados, la concentración en torno a algunos es muy fuerte: casi un tercio de la totalidad de las noticias revisadas se refieren a los primeros 6 países y 18 aparecen en dos tercios de las

⁸ El español es, sólo detrás del chino, el idioma más usado del mundo, con 414 millones de hablantes en 31 países; el inglés es el tercer idioma con 335 millones de hablantes en 99 países, según los datos de Ethnologue para 2014. El español y el inglés son los idiomas más comunes en las noticias de las agencias estudiadas: todas tienen servicios en inglés, y sólo Xinhua e ITAR-TASS no distribuyen noticias en español. Algunas agencias disponen también de servicios en francés, portugués o árabe.

noticias analizadas. Incluso contando con las repeticiones (una misma noticia en la que se mencionan varios países), la concentración es un rasgo muy relevante de los resultados.

CUADRO 6.3.
Los 10 países más citados en las agencias de noticias

	Total de noticias	Total 2010-2014
Estados Unidos	3.066.253 (excl. AP)	2.224.585 (excl. AP)
Alemania	1.309.783 (excl. DPA)	879.006 (excl. DPA)
China	1.172.688 (excl. Xinhua)	860.402 (excl. Xinhua)
Francia	1.080.376 (excl. AFP)	737.606 (excl. AFP)
España	1.064.674 (excl. EFE)	823.049 (excl. EFE)
Reino Unido	1.048.008 (excl. Reuters)	741.248 (excl. Reuters)
Japón	974.240	598.361
Rusia	971.005 (excl. ITAR-TASS)	675.130 (excl. Reuters)
India	865.326	614.823
Italia	838.601 (excl. ANSA)	591.270 (excl. ANSA)

Fuente: Factiva

La evolución reciente de esta presencia informativa es también relevante. Si consideramos sólo los últimos 5 años, algunos de esos 80 países prácticamente han desaparecido del flujo de noticias de agencia: Arabia Saudí (88% de descenso comparando 2010 con 2014), Islandia (-71%) y los Países Bajos (-66%), mientras otros incrementan su presencia de manera muy llamativa, por razones bien evidentes: Irak (136% de crecimiento entre 2010 y 2014), Rusia (+165%) y Ucrania (+665%) han crecido de forma exponencial.

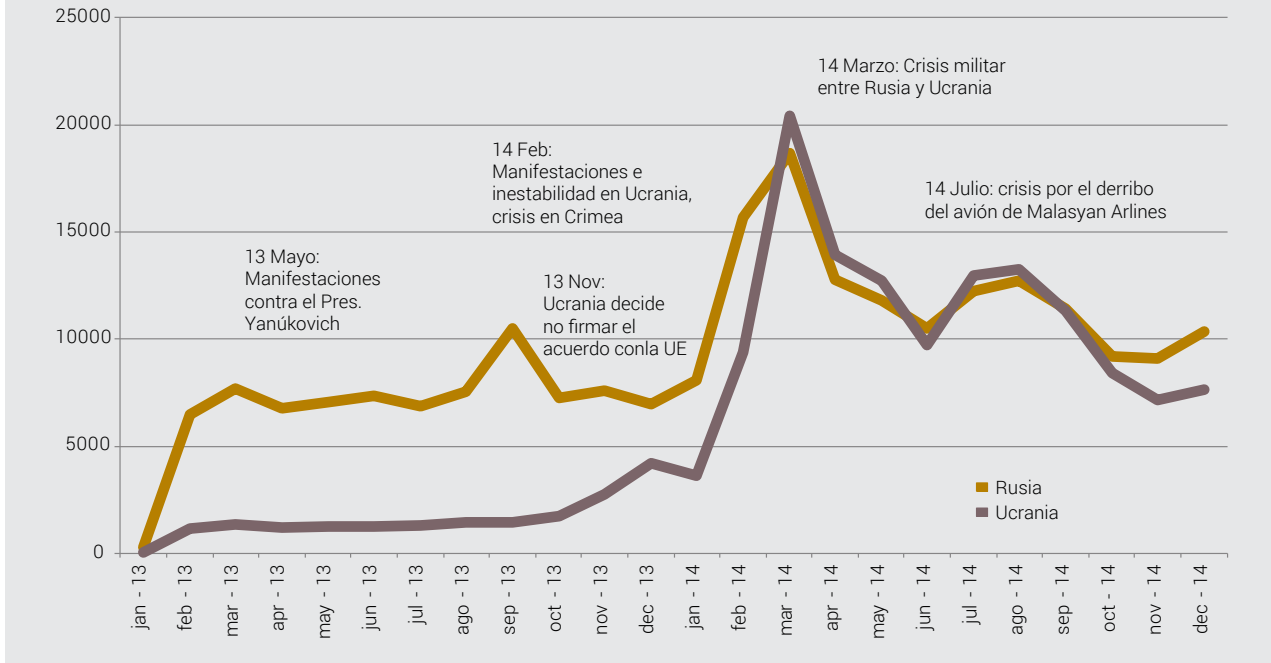
CUADRO 6.4.
Evolución reciente de la presencia de ciertos países en las noticias de agencia (%)

	2010 vs 2014	Media 2010-2013 vs 2014
Arabia Saudí	-88	-89
Países Bajos	-66	-69
Islandia	-71	-49
Irak	+136	+144
Rusia	+165 (excl. ITAR-TASS)	+122 (excl. ITAR-TASS)
Ucrania	+665	+513

Fuente: Factiva

Tomando sólo los últimos años de la serie temporal, cierta sobrerrepresentación puede comprenderse como consecuencia de la situación contextual. Como se refleja en el Gráfico 6.1, la crisis entre Ucrania y Rusia ha derivado en un crecimiento excepcional de las noticias sobre ambos países distribuidas por las agencias mundiales (incluso si, recordemos, el dato de Rusia excluye a ITAR-TASS como fuente).

GRÁFICO 6.1.
Noticias distribuidas por las agencias que mencionan a Rusia y Ucrania
(2013-2014)



Nota: los datos de Rusia excluyen a ITAR-TASS.
Fuente: Factiva

¿Cuál sería el efecto de este cambio metodológico en los resultados del indicador de información del índice? La Tabla 6.5 muestra el orden de los países según el indicador actual (basado, recordemos, en la infraestructura), frente al indicador alternativo basado en la presencia informativa, en los primeros 20 casos de la clasificación. Dos casos resultan sorprendentes: la presencia de España aumentaría de 287,43 a 446,07 puntos –es decir, su presencia informativa es mucho mayor si se mide su presencia informativa que su infraestructura instalada–, mientras que la Unión Europea decrecería de 1.474,73 a 297,70, aunque como se aprecia en el Cuadro otros cambios muestran la importancia de esta elección metodológica.

CUADRO 6.5.
Presencia informativa comparada: infraestructura y noticias

	2013 (indicador actual)		2013 (indicador noticias)
Estados Unidos	1642,86	Estados Unidos	1228,59
Unión Europea	1474,43	España	446,07
Reino Unido	1214,29	Alemania	442,95
Alemania	728,57	China	437,04
Francia	564,00	Reino Unido	425,24
Países Bajos	357,14	Francia	423,25
Brasil	354,29	Rusia	339,04
Japón	334,19	Italia	338,71
Rusia	319,06	Brasil	335,74
Italia	300,00	Japón	304,27
Suecia	300,00	India	298,68
España	287,43	Unión Europea	297,70
Canadá	285,71	México	288,70
China	198,50	Canadá	265,03
Singapur	180,87	Argentina	247,15
Rumanía	170,00	Australia	243,56
Bélgica	157,14	Reino Unido	213,42
Suiza	157,14	Suiza	165,95
Luxemburgo	151,43	Sudáfrica	148,03
Turquía	150,31	Israel	147,08

Una vez equilibrados con el resto de elementos incluidos en el Índice de Presencia Global, el resultado de esta primera incorporación (experimental) de un indicador de información elaborado como se indica en este documento de trabajo es el que se muestra en el Cuadro 6.6 (sólo para los primeros 20 casos)⁹. Las posiciones que cambian se han marcado con un asterisco, pero muchos más movimientos se producen entre los puestos 20 y 80 de la clasificación.

9 Los datos utilizados corresponden a la edición 2013 del Índice Elcano de Presencia Global

CUADRO 6.6.
Efecto de los cambios del indicador de información en el índice

	Presencia global 2013		Presencia Global 2013 (modificado)
Estados Unidos	1041,7	Estados Unidos	1016,9
Alemania	386,1	Alemania	368,9
Reino Unido*	367,8	China*	348,7
China*	334,4	Reino Unido*	320,5
Francia	308,2	Francia	299,8
Rusia	281,0	Rusia	282,2
Japón	241,7	Japón	254,4
Países Bajos*	212,7	Canadá*	202,4
Canadá*	203,6	Países Bajos*	199,8
Italia	172,4	Italia	174,7
España	164,4	España	173,9
Arabia Saudí*	158,4	Australia*	163,5
Australia*	156,6	Arabia Saudí*	157,8
República de Corea	137,6	República de Corea	138,6
Bélgica	134,8	Bélgica	131,0
India	113,9	India	125,0
Emiratos Árabes	109,7	Emiratos Árabes	111,2
Singapur*	109,4	Brasil*	104,9
Brasil*	106,0	Singapur*	104,8
Suiza	100,4	Suiza	100,9

Los resultados, como puede apreciarse, muestran cambios relevantes sobre el índice de presencia global, aunque también deben anotarse algunas cuestiones de cara a la eventual sustitución de la variable informacional:

- Aunque moderado –debido a las complejas y diversas correcciones del peso de cada variable en el cálculo del índice–, el efecto de la incorporación de esta nueva fuente es importante, y produce cambios incluso en la primera cohorte de 20 países. Será preciso profundizar en el análisis para determinar el equilibrio adecuado entre infraestructura (la variable *hard* existente) y la presencia informativa (la propuesta de nueva variable *soft*) para construir adecuadamente el nuevo indicador informacional.
- La falta de información acerca del número, el tamaño y la producción informativa total de las agencias mundiales debe considerarse una debilidad de esta propuesta. El número y distribución geográfica de los clientes de cada agencia debería considerarse también como una variable relevante para determinar de manera adecuada las instituciones con mayor influencia sobre los medios de comunicación en términos de presencia global.

- c. ¿Están sobrerrepresentados los países occidentales en el flujo de las agencias, aunque no en las noticias finalmente difundidas por los medios? No existe una manera adecuada de aclarar esta cuestión sin una revisión exhaustiva de los contenidos de los medios de todo el mundo. El uso de noticias de agencia está, por tanto, fuertemente marcado por el hecho de que medimos solamente las noticias proporcionadas por los proveedores, pero no las que efectivamente ofrecen los medios a los ciudadanos. Al tiempo, el volumen de información producida por Reuters y AP debe vigilarse. Probablemente sólo estrategias de búsqueda específica por país, por año y por agencia puedan contrarrestar la inflación informativa de 'las tres grandes', ofreciendo datos proporcionales sobre la presencia de cada país, cada año, en cada flujo de agencia. Aunque excluyamos el país de origen de cada empresa, los datos ofrecidos en este primer estudio exploratorio muestran que el exceso de noticias sobre países occidentales puede ser efecto de la agregación de noticias proporcionadas por todas las agencias.
- d. El volumen total de noticias hace inviable considerar la posibilidad de aplicar alguna técnica cualitativa para estudiar la presencia de ítems informativos no relevantes. Es recomendable estudiar la posibilidad de algunas soluciones técnicas que complementen el análisis cuantitativo con alguna técnica cualitativa que pueda aplicarse a la muestra final de cada año.

ANEXO METODOLÓGICO

La metodología de esta edición 2014 del Índice Elcano de Presencia Global de 2012 es la misma que la de la anterior edición (Oliví *et al.*, 2014),¹ que, a su vez, es el resultado de un proceso de reflexión y debates metodológicos iniciados en 2008.

La primera versión del Índice, publicada en 2011, clasifica 54 países según su presencia global en 2010 (Oliví y Molina, 2011).² Dicha edición y, por tanto, el mismo diseño del Índice, fueron coordinados por Ignacio Molina e Iliana Oliví –ambos investigadores principales del Real Instituto Elcano–, fueron el resultado de cerca de tres años de debates metodológicos. Éstos se llevaron a cabo en el marco de un grupo de trabajo compuesto por sus coordinadores, Narciso Michavila y Antonio Vargas (GAD3), Émerson Correa (Olympus Consulting), varios investigadores y personal de apoyo del Real Instituto Elcano –Félix Arteaga, Carola García-Calvo, Carmen González, Jaime Otero, Juan Antonio Sánchez y Federico Steinberg– y expertos externos –Alfredo Arahetes (Universidad Pontificia de Comillas), Ángel Badillo (Universidad de Salamanca, en la actualidad también investigador principal del Real Instituto Elcano), José Fernández Albertos (CSIC) y José Ignacio Torreblanca (ECFR Madrid). También recibimos sugerencias metodológicas de Philip Purnell (Thomson Reuters), Santiago de Mora-Figueroa, Marqués de Tamarón (Embajador de España), Teresa G. del Valle Irala (Universidad del País Vasco), Ángel Vilariño (Universidad Complutense de Madrid), Cristina Ortega, Cintia Castellano y Amaia Bernara (las tres de la FECYT del Ministerio de Ciencia e Innovación).

La edición 2011³ del Índice incluyó un re-diseño de la variable de equipamiento militar, siguiendo las categorías de proyección del IISS. Este cambio metodológico, liderado por Félix Arteaga, se basó en una reflexión metodológica previa con diversos expertos en la materia: Francisco Asensi (Ministerio de Defensa), Alberto de Blas (Ministerio de Defensa), Amador Enseñat (Ministerio de Defensa), Dagmar de Mora-Figueroa (OTAN), Pablo Murga (Ministerio de Defensa), Diego Ruiz Palmer (OTAN), Andrés Sanz (Ministerio de Defensa), Steven R. Sturn (OTAN) y Federico Yaniz (Ministerio de Defensa).

Para la definición del Índice Elcano de Presencia Europea –una idea de Manuel Gracia– y el cálculo de la presencia global de la Unión Europea, diversos expertos externos fueron de nuevo consultados: Alfredo Arahetes, Marisa Figueroa (ECFR Madrid), Narciso Michavila y José Molero (Universidad Complutense de Madrid).

Además, el proyecto y su metodología han sido presentados y discutidos en el seno del Patronato del Real Instituto Elcano, su Comisión Ejecutiva, el Consejo de Medios, el Comité de Dirección y, en diversas ocasiones, el Consejo Científico. También, en los últimos años, hemos recibido diversos comentarios y sugerencias como resultado de numerosas reuniones para presentar y debatir los progresos en el Índice. En España, estos debates han tenido lugar con miembros del Parlamento (2011), representantes de los Ministerios

1 Iliana Oliví, Manuel Gracia y Carola García-Calvo (2014), *Informe Elcano de Presencia Global 2014*, Real Instituto Elcano.

2 Iliana Oliví e Ignacio Molina (coord.) (2011), "El Índice Elcano de Presencia Global", *Estudios Elcano* nº 2, Real Instituto Elcano.

3 Iliana Oliví e Ignacio Molina (coord.) (2012), "Medir la presencia global de los países: metodología revisada del Índice Elcano de Presencia Global", *DT*, nº 9/2012, Real Instituto Elcano, julio.

de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2011) y de Economía (2011), analistas de la Presidencia del Gobierno (2011), Red.es (2011), Google (2011), expertos de Accenture España (2013) y miembros del Banco de España (2014). El índice ha sido igualmente presentado al cuerpo diplomático en Madrid (en dos ocasiones en 2014), en el Instituto Matías Romero de México (2011) y el Instituto GIGA de Hamburgo (2011).

Por último, a lo largo de la vida del proyecto, el cálculo final del Índice ha sido posible gracias a la generosa ayuda provista, en la recogida de datos, por numerosas personas e instituciones: Ángel Aguado (EFE), Barbara d'Ándrea (OMC), Bruno Ayllón (Universidad Complutense de Madrid), Gordan Bosanac (Centar za mirovne studije, Croacia), Chiao-Ling Chien (UNESCO), José Miguel Cortés (Ministerio de Economía), Rafael Domínguez (Universidad de Cantabria), Katie Jost (GAD), Guillermo Kessler (Ministerio de Economía), Carlos Latorre (AECID), Luis Martí (Ministerio de Economía), Salvador MasPOCH (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), Fernando Mier (Ministerio de Economía), Ramón Molina (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), Manuel Moreno (delegación española ante Naciones Unidas y otras organizaciones con sede en Ginebra), Moisés Pérez (Ministerio de Economía), Arantxa Prieto (OMC), Juan Pita (AECID), Rosario Pons (EFE), Philip Purnell y Sébastien Velley (Thomson Reuters), Robert Robinson (Universidad Pontificia de Comillas), Ventura Rodríguez (AECID), Pep Ruiz (BBVA Research), Verónica Samper (Ministerio de Economía), Manuel Sánchez (Ministerio de Economía), Patrick Sandoval (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), Pedro Sosa (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), Gabriele Schwarz (Ministerio de Economía), José Tregón (Ministerio de Economía), Bibian Zamora (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación), María Pilar Zaragüeta (EFE) y Ann Zimmerman (OCDE).

Principales elementos del Índice Elcano de Presencia Global

La edición de este año cubre la presencia global de una selección de 80 países. Éstos son las primeras 75 economías mundiales según datos del Banco Mundial (países con mayor PIB en dólares corrientes en 2013), además de los países con menor tamaño económico miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y/o de la Unión Europea (Cuadro A.1). Para esta edición 2014, 10 nuevos países se han añadido a la selección. Éstos son Azerbaiyán, Bielorrusia, Cuba, Ecuador, Libia, Marruecos, Omán, Sri Lanka, Sudán y Siria.

Cuadro A.1. Lista de países del Índice Elcano de Presencia Global

Alemania	Croacia	Irlanda	Pakistán
Angola	Cuba	Islandia	Perú
Arabia Saudí	Dinamarca	Israel	Polonia
Argelia	Ecuador	Italia	Portugal
Argentina	Egipto	Japón	Reino Unido
Australia	Emiratos Árabes Unidos	Kazajistán	República Checa
Austria	Eslovaquia	Kuwait	Rumanía
Azerbaiyán	Eslovenia	Letonia	Rusia
Bangladesh	España	Libia	Singapur
Bélgica	Estados Unidos	Lituania	Siria
Bielorrusia	Estonia	Luxemburgo	Sri Lanka
Brasil	Filipinas	Malasia	Sudáfrica
Bulgaria	Finlandia	Malta	Sudán
Canadá	Francia	Marruecos	Suecia
Catar	Grecia	México	Suiza
Chile	Hungría	Nigeria	Tailandia
China	India	Noruega	Turquía
Chipre	Indonesia	Nueva Zelanda	Ucrania
Colombia	Irán	Omán	Venezuela
Corea del Sur	Irak	Países Bajos	Vietnam

Por último, en lo que a la selección de países se refiere, téngase en cuenta que al calcularse calas temporales que se remontan a 1990, la intención del proyecto es la de mostrar el ‘mundo de los dos bloques’ –aunque sea en su ocaso–. De este modo, los valores de 1990 de Rusia se refieren a los de la Unión Soviética, los de Alemania a la República Federal Alemana y los de la República Checa a Checoslovaquia. Además, los países de Europa del Este que alcanzaron su independencia tras 1990 no tienen valor asignado para ese año. Es el caso de Azerbaiyán, Bielorrusia, Estonia, Letonia, Lituania, Kazajistán y Ucrania como parte de la Unión Soviética, de Eslovaquia como parte de Checoslovaquia y de Croacia y Eslovenia como parte de Yugoslavia.

Las variables, indicadores y fuentes para este Índice Elcano de Presencia Global de 2014 son los mismos que para la edición anterior (Cuadro A.2). La selección de estas variables se basa en una serie de criterios. En primer lugar, se recoge la presencia en una única dirección, lo que se podría denominar unidireccionalidad de la presencia. En segundo, se miden resultados de presencia y no los medios para conseguirlos. Además, todas las variables tienen un componente expresamente exterior, en el sentido de que reflejan la presencia transfronteriza. La presencia se da en términos absolutos y no relativos al tamaño de la economía o a la población total. Asimismo, como para cualquier otro índice, se busca la máxima capacidad explicativa con el mínimo número posible de variables e indicadores. Y, por último, se toman datos duros de presencia y no datos basados en juicios u opiniones. Para más detalles sobre los debates y criterios que guiaron esta selección véase Olivé y Molina (2011 y 2012).

Si bien parece evidente que las tres áreas de presencia, económica, militar y blanda, no contribuyen de la misma manera a la presencia global de los países, resulta complejo asignar un peso específico a cada una de las áreas, y a cada indicador en su respectiva área. Ésta es la razón por la cual, para definir la ponderación de los elementos del índice, se tomó la decisión de recurrir a un panel de expertos en relaciones internacionales. Dicho panel fue conformado y consultado a principios de 2012, sobre la base del informe sobre think tanks

que realiza anualmente la Universidad de Pensilvania,⁴ recogiendo un total de 150 centros vinculados al ámbito de las relaciones internacionales. Los detalles sobre esta selección y sobre el diseño del cuestionario pueden consultarse en ediciones previas de este informe (por ejemplo, Olivie *et al.*, 2014). Los factores de ponderación resultantes de esta consulta se recogen en el Cuadro A.3.

Cuadro A.2. Variables, indicadores y fuentes del Índice Elcano de Presencia Global

Indicador	Descripción	Fuente
Presencia económica		
Energía	Flujo de exportación de productos energéticos (petróleo, productos refinados y gas) (SITC 333, 334, 343)	UNCTADStat
Bienes primarios	Flujo de exportación de bienes primarios (comidas, bebidas, tabaco, productos agrícolas, metales no ferrosos, perlas, piedras preciosas y oro no monetario), excluido petróleo (SITC 0 + 1 + 2 + 4 + 68 + 667+ 971)	
Manufacturas	Flujo de exportación de manufacturas (productos químicos, maquinaria, equipos de transporte, otros productos manufacturados) (SITC 5 a 8 menos 667 y 68)	
Servicios	Flujo de exportación de servicios en transporte, construcción, seguros, servicios financieros, informática, medios de comunicación, propiedad intelectual, otros servicios empresariales, servicios personales, culturales y de ocio y servicios públicos	
Inversiones	Stock de inversión directa extranjera en el exterior	
Presencia militar		
Tropas	Número de militares desplegados en misiones internacionales y bases en el extranjero	IISS – <i>The Military Balance Report</i>
Equipamiento militar	Valoración ponderada de medios militares de proyección: portaviones, fragatas, cruceros, destructores, submarinos de propulsión nuclear, buques de proyección anfibia, aviones de transporte estratégico medios y pesados, y aviones cisterna	
Presencia blanda		
Migraciones	Número estimado de personas migrantes internacionales en el país a mitad de año	División de Población de Naciones Unidas y OCDE
Turismo	Miles de llegadas de turistas no residentes a las fronteras	Base de datos estadística de la Organización Mundial del Turismo de Naciones Unidas (OMT)
Deportes	Suma ponderada de los puntos en la clasificación mundial FIFA y del medallero en los juegos olímpicos de verano	Federación Internacional Fútbol Asociación (FIFA) y Comité Olímpico Internacional (COI)
Cultura	Exportaciones de servicios audiovisuales (producciones cinematográficas, programas de radio y televisión, y grabaciones musicales)	Organización Mundial del Comercio (OMC) – <i>International Trade Statistics</i>
Información	Ancho de banda de Internet (Mbps)	Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT)
Tecnología	Patentes orientadas al exterior: número de solicitudes de patentes relacionadas entre sí depositadas en uno o más países extranjeros para proteger la misma invención	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)– <i>Statistics Database</i>
Ciencia	Número de artículos, <i>notes</i> y <i>reviews</i> publicados en los ámbitos de artes y humanidades, ciencias sociales y ciencias	Thomson Reuters – <i>Web of Knowledge</i>
Educación	Número de estudiantes extranjeros en educación terciaria en territorio nacional	UNESCO – Institute for Statistics, OCDE – iLibrary
Cooperación al desarrollo	Flujo de ayuda oficial al desarrollo bruto total o datos homologables	OCDE – <i>International Development Statistics y Development Co-operation Report 2010</i> (países CAD) y fuentes oficiales nacionales

4 James G. McGann (2012), "The Global Go To Think Tanks Report 2011. The Leading Public Policy Research Organizations in the World", Final United Nations University Edition, enero.

Cuadro A.3. Ponderaciones por áreas e indicadores

Área	Variable	Coefficiente de ponderación (%)
Presencia económica		38,50
	Energía	6,95
	Bienes primarios	5,13
	Manufacturas	7,44
	Servicios	8,88
	Inversiones	10,10
Presencia militar		15,52
	Tropas	7,95
	Equipamiento militar	7,57
Presencia blanda		45,98
	Migraciones	4,11
	Turismo	4,10
	Deportes	3,42
	Cultura	6,98
	Información	5,99
	Tecnología	5,82
	Ciencia	5,71
	Educación	5,45
	Cooperación al desarrollo	4,40

En esta edición 2014, 1.393 datos han sido estimados. Así, nos encontramos con una proporción de casos perdidos y estimados de tan sólo el 4,9% para la base total de más de 28.000 observaciones. En esta ocasión también se ha recurrido al método *hot deck* para dicha estimación.

Al igual que para ediciones anteriores, el comportamiento de las variables se asume, con la excepción de la de deportes, lineal. Tampoco varían los límites mínimo –presencia nula (0) teórica– y máximo –máxima presencia registrada en el serie en 2010– de las escalas. Es importante señalar que, al agregar nuevos datos para esta edición 2014, algunos datos correspondientes a años previos han sido modificados como consecuencia de una corrección en las propias fuentes. Como resultado, algunos valores de 2010 han cambiado, por lo que se modifica también el valor de referencia para el escalado 0-1.000. Además, para esta edición se han incorporado estimaciones de la variable migraciones para los años 2010 a 2014. Concretamente, hemos calculado la variación anual de migrantes en base a datos de la OCDE –y para países OCDE– y aplicado estas tasas de variación a los datos provistos por la División de Población de Naciones Unidas. Esto permite un mayor dinamismo de una variable que, de lo contrario, registraría los mismos valores durante 5 años consecutivos.

Por otra parte, la inclusión de nuevos países afecta sistemáticamente a los valores de las variables que dependen de la muestra espacial. Éste es el caso para deportes y equipamiento militar, en los que, a medida que se suman países, descienden los valores absolutos de cada uno de los países contemplados en el índice para cada uno de los 80 países seleccionados.

La incorporación de la Unión Europea al Índice Elcano de Presencia Global

Una de las novedades que presentaba la edición de 2012 era el cálculo para la Unión Europea de los 27. Este ejercicio trata de cuantificar la proyección global de la Unión, como si se tratase de un supuesto súper-Estado con identidad propia.

El primer año para el que se mide la presencia global de la Unión Europea es 2005. Además, hemos considerado que la composición variable de la Unión debería reflejarse en el Índice. Tanto la presencia global de la Unión como el espacio de referencia para el que se construye el Índice Elcano de Presencia Europea cambian con cada nueva ampliación, y éste es un fenómeno que capturan ambos índices. En consecuencia, para esta edición, la presencia de la Unión se corresponde con la de sus 25 miembros en 2005, 27 entre 2010 a 2012 y 28 Estados en 2013 y 2014.

Para la medición de la presencia de la Unión Europea en el mundo resulta necesario mantener las mismas variables que para el resto de los países para los que se calcula el Índice Elcano de Presencia Global. En cada una de estas variables, y para cada país europeo, habrá que diferenciar los flujos intra- de los extra-comunitarios, puesto que la mera agregación de resultados de cada Estado miembro estaría contabilizando también la proyección de cada país en otro/s Estado/s de la Unión –tómese, por ejemplo, el comercio de bienes alemanes intra- y extra-europeo-. Esta distinción entre flujos ha sido posible al recurrir a otras fuentes de datos, diferentes a las utilizadas para el Índice Elcano de Presencia Global y, particularmente, a Eurostat (Cuadro A.4).

Cuadro A.4. Variables, indicadores y fuentes del Índice Elcano de Presencia Global calculado para la Unión Europea

Indicador	Descripción	Fuente
Presencia económica		
Energía	Flujos extra-comunitarios de exportación de productos energéticos (petróleo, productos refinados y gas) (SITC 333, 334, 343)	
Bienes primarios	Flujos extra-comunitarios de exportación de bienes primarios (comidas, bebidas, tabaco, productos agrícolas, metales no ferrosos, perlas, piedras preciosas y oro no monetario), excluido petróleo (SITC 0 + 1 + 2 + 4 + 68 + 667+ 971)	
Manufacturas	Flujos extra-comunitarios de manufacturas (productos químicos, maquinaria, equipos de transporte, otros productos manufacturados) (SITC 5 a 8 menos 667 y 68)	Eurostat
Servicios	Flujos extra-comunitarios de exportación de servicios en transporte, construcción, seguros, servicios financieros, informática, medios de comunicación, propiedad intelectual, otros servicios empresariales, servicios personales, culturales y de ocio y servicios públicos	
Inversiones	<i>Stock</i> de inversión directa extranjera en el exterior de la UE	
Presencia militar		
Tropas	Número de militares desplegados en misiones internacionales y bases fuera de la UE	IISS – <i>The Military Balance Report</i>
Equipamiento militar	Valoración ponderada de medios militares de proyección: portaviones, fragatas, cruceros, destructores, submarinos de propulsión nuclear, buques de proyección anfibia, aviones de transporte estratégico medios y pesados, y aviones cisterna	
Presencia blanda		
Migraciones	Número estimado de personas migrantes con origen extra-comunitario	División de Población de Naciones Unidas, Eurostat y OCDE
Turismo	Miles de llegadas de turistas extra-comunitarios	Base de datos estadística de la Organización Mundial del Turismo de Naciones Unidas (OMT) y Eurostat
Deportes	Suma ponderada de los puntos en la clasificación mundial FIFA y del medallero en los juegos olímpicos de verano para cada EM de la UE Variable correctora: audiencia europea de la final del mundial y de la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos	Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y Comité Olímpico Internacional (COI) Informes de Kantar Media y Nielsen
Cultura	Exportaciones extra-comunitarias de servicios audiovisuales (producciones cinematográficas, programas de radio y televisión, y grabaciones musicales)	Eurostat
Información	Ancho de banda máximo de Internet (Mbps) en la UE instalado en un EM	Unión Internacional de las Comunicaciones
Tecnología	Patentes orientadas al exterior por el total de países miembros de la UE: número de solicitudes de patentes relacionadas entre sí depositadas en uno o más países extranjeros para proteger la misma invención Variable correctora: patentes registradas por cada país miembro en otros estados miembros	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) – <i>Statistics Database</i>
Ciencia	Número de artículos europeos publicados en los ámbitos de artes y humanidades, ciencias sociales y ciencias	Thomson Reuters – <i>Web of Knowledge</i>
Educación	Número de estudiantes extranjeros en educación terciaria en territorio comunitario con procedencia extra-comunitaria	UNESCO – Institute for Statistics, OCDE – iLibrary y Eurostat
Cooperación al desarrollo	Flujo de ayuda oficial al desarrollo bruto total de todos los Estados miembros	OCDE – <i>International Development Statistics y Development Co-operation Report 2010</i> (países CAD)

Otra novedad de la edición 2012 fue la incorporación de la medición de la presencia de los Estados miembros de la Unión Europea dentro de la propia Unión: el Índice Elcano de Presencia Europea. En cierto modo, metodológicamente, este indicador es el anverso del Índice Elcano de Presencia Global calculado para la Unión Europea. De forma análoga a éste último, muestra la presencia transfronteriza de los países, que para el caso del Índice Elcano de Presencia Europea se limita al espacio europeo (y no al global). Aparte de facilitar el análisis comparado de la situación actual y la evolución reciente del posicionamiento de los países europeos dentro de la Unión, la comparación de la posición de los Estados miembros también puede ofrecer información relevante para el cálculo de su presencia europea y global.

Puesto que el Índice Elcano de Presencia Europea trata de ser un Índice Elcano de Presencia Global a escala europea, se han respetado al máximo su estructura y metodología, aunque, en ocasiones, haya sido imprescindible realizar alguna leve modificación. Así, en términos generales, el cálculo de la presencia europea reduce el cómputo de la global a la escala intra-europea –por ejemplo, migraciones intra-comunitarias, exportaciones al resto de la Unión o estudiantes extranjeros europeos–, casi siempre recurriendo a datos de Eurostat –al igual que para el cálculo de la presencia global para la Unión Europea–. El cambio de dimensión reduce también, obviamente, el escalado: el valor de 1.000 que se asigna al indicador máximo de la serie de 2010 en el Índice Elcano de Presencia Global, se adjudica, en el caso de la presencia europea, al valor máximo registrado en 2010 por un Estado miembro y para la serie de presencia intra-europea. Por último, al igual que el índice para la Unión Europea, la zona de referencia para la presencia es la Unión tal y como esté compuesta en cada momento histórico –las variaciones son el resultado de los procesos de ampliación–.

La contribución de cada miembro a la presencia global de la Unión Europea

Por primera vez, para esta edición hemos calculado la contribución de cada Estado miembro a la presencia global de la Unión Europea. De este modo, el Índice Elcano de Presencia Global permite abordar la presencia de la Unión Europea desde tres perspectivas: la Unión Europea en el escenario internacional –el Índice de Presencia Global calculado para la Unión Europea–, la proyección de los Estados miembros dentro de la Unión –el Índice Elcano de Presencia Europea– y, por último, conectando las esferas local y global, la contribución de estos Estados miembros a la proyección exterior de la Unión Europea.

En términos metodológicos, esto implica desagregar entre los Estados miembros cada una de las variables empleadas para el cálculo de la presencia global de la Unión Europea y teniendo en cuenta la naturaleza cambiante de este territorio –25 países en 2005, 27 en 2010-2012 y 28 desde 2013–. Esta división permite obtener el peso relativo o contribución de cada país a cada una de las variables que definen el índice.

En la mayor parte de los casos, esto se pudo realizar sin excesivas complicaciones sobre la base de datos provistos por Eurostat, con la excepción de las variables de información y deportes, dada su naturaleza global. En el caso de los deportes, hemos considerado que la proyección fuera del espacio comunitario sería el 70% de la proyección global total.

Es la misma proporción con la que se calcula la presencia global de la Unión Europea en esta variable, sobre la base de niveles de audiencia de la final de la Copa del Mundo y de la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos. En cuanto a información, dada la indivisibilidad del indicador, hemos distribuido los valores del ancho de banda instalado de acuerdo a otra variable que es la proporción de hogares con acceso a Internet en cada país.

Para otras variables, la contribución de cada Estado miembro era precisamente el cálculo sobre el que se estimaba la proyección exterior de la Unión Europea por lo que esta contribución ha sido fácilmente transformada en una proporción (cuadro A.4). Éste es el caso para las tropas, el equipamiento militar, la ciencia y la cooperación al desarrollo.

La contribución de las comunidades autónomas a la presencia global de España

En esta misma lógica de conectar las dimensiones local y global de la proyección económica, social y política, hemos calculado la contribución relativa de las 17 comunidades autónomas y de las ciudades de Ceuta y Melilla a la presencia global de España durante el período 2005-2013. De forma similar a lo que ocurre con las contribuciones de los Estados miembros a la presencia global de la Unión Europea, la metodología (estructura e indicadores) sigue la del Índice Elcano de Presencia Global.

Ha sido necesario recurrir a distintas fuentes de las utilizadas para el cálculo de la presencia global o la europea. Más específicamente, estas contribuciones se calcularon recurriendo a fuentes oficiales españolas.

Para muchos de los indicadores ha sido posible calcular el valor de exactamente el mismo indicador que el que se recoge en el índice de presencia. En estos casos, la distribución geográfica de la presencia española se establece estrictamente sobre la base de estos datos –y la metodología de las fuentes nacionales–. En otros casos, la desagregación interna geográfica no estaba disponible, o simplemente la naturaleza de la variable no permite fácilmente esta distribución geográfica.

Presencia económica

Los datos de exportaciones de bienes energéticos, primarios y manufacturados han sido obtenidos de la base Datacomex, mientras que los datos de inversión son de la base Datainvex, ambas generadas por la Secretaría de Estado de Comercio, dependiente del Ministerio de Economía.

Sorprendentemente, a pesar de la especialización del país en la producción y exportación de servicios, las fuentes oficiales no ofrecen información de las exportaciones de servicios por comunidades. Se consultaron distintas fuentes: el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Ministerio de Economía y Competitividad, el Ministerio de Hacienda, el Banco de España y BBVA Research; pero no pudieron obtenerse estos datos. Algunas fuentes ofrecen información sobre las exportaciones de bienes por parte de compañías cuya actividad principal se ubicaría en el sector servicios –turismo y transporte, por ejemplo– y

en otros casos los datos ofrecidos hacen referencia a exportaciones de bienes realizadas por empresas que registran como actividad principal alguna categoría del sector servicios, no siendo por tanto computables como exportaciones de servicios. No obstante, ninguno de estos datos refleja la proyección exterior de España por regiones, en esta dimensión. Por este motivo, esta variable se ha calculado recurriendo a una *proxy*, que es el PIB del sector servicios desagregado por comunidades, según el INE. Sin embargo, dado que una parte importante de los servicios no serían transables, hemos excluido algunas categorías que serían más susceptibles de no ser exportables. Éstas son las que se clasifican en los códigos 84 a 98 en el sistema NACE, como los servicios de administraciones públicas y defensa, o los servicios de educación, salud y trabajo social. Conviene señalar, no obstante, que esta decisión metodológica supone asumir que todas las comunidades autónomas tienen la misma propensión exportadora en el sector servicios; una debilidad que podría corregirse si fueran accesibles los datos sobre las exportaciones de servicios.

Los datos de exportaciones e inversiones se asignan en función del Código de Identificación Fiscal de la empresa. Esto deriva en un importante ‘efecto sede’ que contabiliza para las mayores comunidades –donde las empresas tienen a establecer sus sedes, aunque las exportaciones o inversiones se realicen desde otros puntos geográficos– un volumen importante de la actividad económica.

Presencia militar

Desde un punto de vista conceptual, las variables de tropas y equipamiento militar no son fácilmente divisibles por regiones. En cuanto al equipamiento militar, esto es obvio, puesto que no puede haber una contribución específica de las distintas regiones a los portaviones o los tanques. En el caso de las tropas desplegadas, no hay necesariamente una conexión entre el origen específico del personal desplegado fuera de España y el lugar de ubicación del cuartel desde el que fue desplegado. En otras palabras, tanto la distribución de los cuarteles militares en la geografía española como el despliegue internacional de tropas desde distintos cuarteles dependen de las necesidades específicas del Ministerio de Defensa y no del lugar de origen del personal.

La dimensión estatal intrínseca a la presencia militar nos ha llevado a determinar la contribución de cada comunidad a esta modalidad de presencia sobre la base de la financiación del Estado por comunidades. Más específicamente, hemos considerado que la presencia militar puede desagregarse por regiones en función de la proporción de impuestos nacionales recabados por las distintas comunidades autónomas. Estas proporciones se calculan en base a información provista por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT). Además, hemos aplicado una brecha temporal de dos años, considerando que éste puede ser el lapso de tiempo necesario para que la nueva financiación se traduzca en nuevas capacidades militares.

Presencia blanda

El INE ofrece datos sobre el flujo de inmigración y la llegada de turistas a las comunidades autónomas. En el caso del turismo, la fuente primaria es el Instituto de Estudios Turísticos (IET), que depende del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. En cuanto a las patentes –que utilizamos para calcular la variable de tecnología–, la Oficina Española de Patentes y Marcas, también dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, ofrece datos desagregados. En este caso, las patentes se asignan por comunidades en función del lugar de origen del primer solicitante. La fuente para la variable de ciencia –el número de publicaciones académicas en revistas indexadas– es la base de datos Scopus provista por la Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT). En el caso de la variable de educación, la información sobre estudiantes extranjeros cursando estudios de educación terciaria se obtiene del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

El criterio para asignar medallas olímpicas y puntos FIFA a distintas comunidades fue el lugar de nacimiento de los deportistas. Para las modalidades deportivas grupales, se asigna una medalla a cada miembro del equipo (en el caso de parejas) cuando los dos miembros no pertenecen a la misma comunidad. Para equipos de tres personas o más, la medalla se contabiliza para la comunidad autónoma que sea el lugar de origen de la mayoría de los miembros. Si no existe una comunidad de origen predominante (si los miembros están repartidos similar por distintas comunidades), la medalla queda sin asignar.

Puesto que la cultura se mide con las exportaciones de servicios audiovisuales, y puesto que no existen estadísticas de exportaciones de servicios por comunidades autónomas, hemos recurrido a un *proxy*. De forma similar a como hemos hecho con la variable de servicios, el *proxy* de cultura es el número de empresas productoras de cine por comunidad autónoma, según datos ofrecidos por el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. Recurrimos a esta distribución para repartir los pesos de la presencia cultural de España por comunidades.

En lo que respecta a la variable de información, de forma similar a lo que ocurre con el cálculo de la presencia global de la Unión Europea por Estados miembros, el indicador del ancho de banda instalado ha sido remplazado por el número de hogares con acceso a Internet por comunidades autónomas. Estos datos se obtienen de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación de los Hogares, realizada por el INE.

Por último, para la cooperación al desarrollo, hemos agregado las contribuciones de ayuda oficial al desarrollo (AOD) específicas de las comunidades autónomas y municipios –la denominada cooperación descentralizada– a la AOD de la administración general del Estado distribuida por comunidades siguiendo el mismo criterio de contribución al presupuesto general que hemos empleado para la dimensión militar. Para el caso concreto de la AOD distribuida desde municipios, sólo hemos tenido en cuenta las primeras 20 contribuciones por volumen de ayuda. Las fuentes para los datos de AOD son las distintas ediciones del Plan Anual de la Cooperación Internacional (PACI) publicado anualmente por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Cuadro A.5. Variables, indicadores y fuentes para el cálculo de la presencia global de España por comunidades autónomas

Indicador	Descripción	Fuente
Presencia económica		
Energía	Flujo de exportación de productos energéticos (petróleo, productos refinados y gas) (SITC 333, 334, 343)	
Bienes primarios	Flujo de exportación de bienes primarios (comidas, bebidas, tabaco, productos agrícolas, metales no ferrosos, perlas, piedras preciosas y oro no monetario), excluido petróleo (SITC 0 + 1 + 2 + 4 + 68 + 667+ 971)	DataComex, Ministerio de Economía y Competitividad
Manufacturas	Flujo de exportación de manufacturas (productos químicos, maquinaria, equipos de transporte, otros productos manufacturados) (SITC 5 a 8 menos 667 y 68).	
Servicios	Valor añadido bruto a precios de mercado, ramas de actividad 45-63 y 64-82 según clasificación NACE revisión 2	Estadísticas de Contabilidad Regional de España, Instituto Nacional de Estadística
Inversiones	Stock de inversión directa extranjera en el exterior por CCAA, operaciones de empresas no ETVE	DataInvex, Ministerio de Economía y Competitividad
Presencia militar		
Tropas	Recaudación de tributos del Estado español según agentes gestores, CCAA	Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT)
Equipamiento militar		
Presencia blanda		
Migraciones	Flujo anual de inmigración procedente del extranjero	Instituto Nacional de Estadística
Turismo	Miles de llegadas de turistas no residentes a las fronteras	Instituto de Estudios Turísticos (IET), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo
Deportes	Suma ponderada de los puntos en la clasificación mundial FIFA y del medallero en los juegos olímpicos de verano, CCAA de nacimiento del deportista	FIFA y COI
Cultura	Número de empresas productoras de cine	Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Información	Número de viviendas con acceso a Internet	Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación de los hogares, Instituto Nacional de Estadística
Tecnología	Patentes orientadas al exterior: número de solicitudes de patentes PCT, por CCAA de residencia del primer solicitante	Estadísticas de Propiedad Industrial de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), Ministerio de Industria Turismo y Comercio
Ciencia	Número de artículos publicados en los ámbitos de artes y humanidades, ciencias sociales y ciencias	SCImago a partir de la base de datos Scopus, Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT)
Educación	Número de estudiantes extranjeros en educación terciaria	Estadísticas Universitarias, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Cooperación al desarrollo	Recaudación de tributos del Estado español según agentes gestores, CCAA Flujos anuales de cooperación Autonómica y de cooperación local	Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) Seguimiento de Planes Anuales de Cooperación Internacional (PACI), Dirección General de Planificación y Evaluación de Políticas para el Desarrollo, Secretaría de Estado de Cooperación Internacional

Con el patrocinio de



Consejo Asesor Empresarial





Príncipe de Vergara, 51
28006 Madrid (Spain)
www.realinstitutoelcano.org
www.blog.rielcano.org
www.globalpresence.realinstitutoelcano.org

