

Resumen ponencia nº 92

Estimación de funciones de demanda para las exportaciones españolas de azulejos y pavimentos cerámicos

M. Alguacil⁽²⁾, J. Balaguer⁽²⁾, *D. Gobert⁽¹⁾, F. Mallen⁽¹⁾, B. Serrano⁽¹⁾, Joan A. Martín-Montaner⁽²⁾ y Vicente Orts⁽²⁾

⁽¹⁾ Instituto de Tecnología Cerámica (ITC). Asociación de Investigación de las Industrias Cerámicas (AICE)
Universitat Jaume I. Castellón. España.

⁽²⁾ Instituto de Economía Internacional y Departamento de Economía, Universitat Jaume I de Castellón.

Palabras clave: demanda de exportaciones, cerámica, precios, tipos de cambio.

El objetivo de este trabajo es mejorar nuestro conocimiento de los principales determinantes macroeconómicos de la demanda de azulejos y pavimentos cerámicos en los principales mercados de exportación de la industria española. La metodología empleada consiste en la estimación de funciones dinámicas de demanda de las exportaciones españolas de azulejos a los distintos mercados. Inicialmente nos hemos centrado en dos de sus principales mercados de importación: Estados Unidos y Alemania. Para ello, hemos utilizado datos del periodo 1995-2005 con una frecuencia trimestral, lo que nos permite disponer de un amplio número de observaciones y mejorar así la eficiencia de nuestros resultados.

En el análisis del comportamiento de nuestras ventas a los mercados considerados se han tenido en cuenta factores tales como: las variaciones en el precio del producto español y en el precio de su máximo competidor, Italia, la variación en la inversión en construcción en el país de destino y el consumo aparente. Además, en el caso de Estados Unidos, se ha considerado el efecto que las fluctuaciones en el tipo de cambio Euro/Dólar introducen en la demanda de dicho mercado.

Los resultados obtenidos nos muestran que efectivamente todos estos factores son relevantes para explicar el comportamiento de las exportaciones de azulejos a estos países. Los parámetros estimados son significativos y con los signos esperados.

Adicionalmente, las estimaciones obtenidas permiten obtener predicciones extramuestrales que se aproximan en gran medida a los datos observados y, lo que también es relevante, la exclusión de alguna de las variables explicativas consideradas, empeora las predicciones extramuestrales y el ajuste de las funciones de demanda estimadas. Estos resultados básicos se están ampliando con la incorporación de otras variables, con el objetivo de mejorar la precisión de las estimaciones y nuestro conocimiento de los grandes determinantes de nuestras ventas a los distintos mercado, lo que nos permitiría realizar una sencilla monitorización de los principales productos y mercados, con el objetivo de detectar (o confirmar) posibles shocks, suministrando una información adicional y complementaria a la que se obtenga por otros medios y siguiendo otras metodologías.

Tipo de comunicación: Ponencia

*Autor correspondencia: david.gobert@itc.uji.es