

El Sector Exterior de la Economía Andaluza

Eduardo CUENCA GARCIA

1. Introducción

Este trabajo se va a centrar en la evolución del comercio exterior en Andalucía, sus características, su concentración por provincias, su situación respecto a otras Comunidades Autónomas y por último, a tenor de los datos disponibles, daré mi opinión sobre sus perspectivas. El principal problema que hemos tenido que superar al abordar este análisis, ha sido el de la falta de largas series sobre comercio exterior desagregadas por regiones.

Como documento base, y a partir del cual pudimos empezar a obtener los primeros datos, recurrimos a las tablas Input-Output que se elaboraron para Andalucía con datos de 1975 y 1980.

Desde 1988 la Dirección General de Aduanas publica regularmente las Estadísticas Regionales de Comercio Exterior, con una metodología común que permite llevar a cabo estudios comparativos entre las distintas Autonomías.

Junto a estas referencias básicas, hemos consultado también algunos trabajos sobre el sector exterior en Andalucía.

Sobre el período al que nos vamos a referir, tenemos que tener en cuenta la posibilidad de que puedan existir desviaciones coyunturales no detectables en series tan cortas. Entre los factores que han podido introducir algún sesgo destacamos:

- La publicación de estadísticas regulares sobre comercio exterior a nivel regional coincide con la incorporación de España a la Comunidad Europea y la apertura de fronteras que se ha ido produciendo gradualmente a lo largo

del período transitorio. Los primeros efectos de la creación de comercio han podido producir saltos anormales en las series.

- Las desviaciones de comercio como consecuencia de la adopción progresiva del arancel común frente a terceros países (por ejemplo, con el maíz y trigo duro norteamericano para la alimentación del ganado).

- La liberalización de los movimientos de capitales en la Comunidad Europea, unido a los altos tipos de interés en España, atrajeron un gran volumen de inversiones a la región, con posibles consecuencias en el nivel de las importaciones.

- Por último, la Exposición Mundial de Sevilla pudo repercutir sobre algunas partidas de las importaciones.

Asimismo, en un análisis sobre la evolución del comercio exterior en una región, no hay que olvidar que sus autoridades no cuentan con los instrumentos clásicos de política económica para poder corregir los posibles desequilibrios que se produzcan.

La protección arancelaria no es posible utilizarla. El control no está en sus manos. La incorporación de España a la Comunidad Europea traslada las decisiones a Bruselas, que negocia en función de los intereses generales, y de las presiones externas.

Otro instrumento tradicional para corregir desequilibrios comerciales con el exterior ha sido el tipo de cambio, que tampoco se puede manipular. Sus variaciones se llevan a cabo por motivos de interés nacional y, cada vez más, de acuerdo con las directrices que apuntan hacia la unión monetaria europea.

2. Transformaciones en el comercio internacional.

En la década de los cincuenta el comercio estaba muy organizado, la movilidad de la mano de obra era reducida y los mercados de dinero, muy reglamentados y compartimentados, se ceñían exclusivamente al plano nacional. Todo ello llevaba a una cierta homogeneidad asociada a una competencia moderada a nivel mundial.

El orden de la post-guerra se está deshaciendo. El libre comercio es más un ideal que una realidad. Hoy, con bastante frecuencia, nos encontramos al borde de guerras comerciales.

La liberalización del comercio a nivel mundial hay que asumirla con ciertos matices. No podemos decir que existe libre comercio cuando una tercera parte del mismo está sujeto a restricciones. La transparencia queda viciada por barreras no arancelarias, derechos compensatorios, cláusulas antidumping, etc., no en función de políticas en defensa del concepto de precio justo, sino de estrategias orientadas a cómo arruinar al vecino.

Las nuevas circunstancias del comercio internacional están variando los supuestos de los modelos tradicionales por la importancia de la tecnología, reduciendo el papel de la dotación de factores de producción (tierra, trabajo y capital). Por consiguiente, la competencia tecnológica se ha convertido en el determinante de las relaciones económicas internacionales.

Al mismo tiempo, la mayor intervención del Estado y su presencia creciente en los mecanismos de producción, vacía aún más de contenido el significado del comercio internacional en función de las ventajas comparativas y de la dotación factorial.

Por último, los países desarrollan acciones diplomáticas sorteando los acuerdos internacionales de una manera más o menos solapada. El principio del libre comercio queda, por tanto, subordinado las exigencias de la equidad y la estabilidad (causadas por la crisis y el paro).

La ronda Uruguay avanzó en la liberalización del comercio de productos y se hizo extensible, por primera vez, a los servicios. Estas conversaciones permitieron también abrir nuevas vías para la protección de la propiedad intelectual y para reglamentar los mercados públicos y las políticas de compras nacionales, de manera que no se dificulte la competencia y se excluyan a proveedores extranjeros.

Se afrontaron, por otra parte, los casos en los que se intenta desincentivar a los inversores extranjeros utilizando

legislaciones discriminatorias sobre intercambios, tecnología, fiscalidad, medio ambiente, acceso a servicios, etc. Otros problemas para los que se están estudiando soluciones son los derivados del "dumping social". Los países en vías de desarrollo protestan contra la aplicación de cláusulas y temen que el fortalecimiento del progreso social sea un obstáculo al desarrollo económico de los más pobres.

Algo parecido está ocurriendo con el "ecoproteccionismo" y la aplicación efectiva de criterios para salvaguardar el medio ambiente. Estas medidas se están utilizando como argumento para saltarse los principios fundamentales del GATT e introducir medidas discriminatorias.

3. El funcionamiento de las empresas.

La apertura del sistema mundial de intercambios ha sido uno de los principales factores de crecimiento económico desde 1945. Es esta dinámica las empresas han experimentado enormes transformaciones, expandiendo su actividad. Aunque este fenómeno no sea totalmente nuevo, ni se extienda con la misma intensidad a todos los países, es reconocido ampliamente.

Las empresas operan en función de estrategias mundiales a través de redes de información y de producción. Cada vez se repite más este hecho entre centros de producción que, combinando inversión, comercio y acuerdos de cooperación, se desarrollan a escala mundial.

Estos modos de actuación generan flujos de mercancías, servicios, inversiones, tecnología, y recursos humanos, en expansión permanente.

Como las empresas mundiales desplazan sus materias primas y sus productos entre instalaciones geográficamente dispersas, el origen de éstos y la nacionalidad de las empresas, se hace cada vez más difícil de determinar. Los años ochenta marcan un cambio en este sentido. Después de varios decenios de reducciones arancelarias que abrían las puertas al comercio mundial, las inversiones directas (alianzas, fusiones, adquisiciones, creaciones de unidades de producción) han progresado a un ritmo superior al de las exportaciones o de la producción y, hoy en día, reemplazan al comercio internacional como gran estimulante del crecimiento.

Se puede hablar de economía "externalizada", ya que la mayoría de las exportaciones de las grandes sociedades

tienen un alto porcentaje de inputs procedentes de filiales en el extranjero. Un fenómeno que se estima en un 10% del PIB mundial. Esta circunstancia marcará el ritmo de la globalización, es decir, de la puesta en funcionamiento de redes mundiales de producción y de información.

El caso se ha puesto de manifiesto en Europa y Estados Unidos, donde tras una ola de competencia sobre industrias tradicionales no se supo reaccionar y sacar a flote a las empresas. Los que pudieron sobrevivir no tuvieron más alternativa que relocalizar su producción en países con salarios más bajos.

Otra de las estrategias que se repiten en la actualidad es la puesta en marcha de una nueva organización industrial que modifica sustancialmente las relaciones entre las empresas. A la integración "fordista" suceden las redes de empresas y de establecimientos especializados ligados por relaciones de subcontratos o partenariado.

De estas nuevas formas derivan varias estrategias:

- La multinacional, en la que cada empresa filial se encarga de aprovisionar el mercado del país donde está implantada. Las empresas son totalmente independientes unas de otras.

- La global, corresponde a una visión mundial del mercado que trae consigo la descomposición del proceso "concepción-producción-distribución" entre diferentes países o, como segunda alternativa, especializando a las filiales en productos que intercambian entre ellas.

Desde principios de los ochenta, con el aumento de la competencia y de los riesgos económicos, se ha llegado a una multiplicación de las alianzas para compartir los gastos de investigación, producir a través de filiales comunes, o para lanzar nuevos productos.

4. La dinámica económica en Andalucía

El comercio exterior de un país, o región, es el resultado de la evolución de las actividades económicas desarrolladas en el entorno al que nos referimos.

Seguir con el actual modelo económico andaluz, sin cambios profundos, significaría mantener sus desequilibrios y acrecentar la heterogeneidad estructural su sistema productivo, acelerando su desarticulación y manteniendo un esquema de crecimiento subordinado y dependiente.

Todos estos factores han quedado reflejados en las tendencias del comercio de la región.

Un indicador que tradicionalmente se ha utilizado para medir la apertura económica de un país, y como consecuencia, la competitividad de sus productos, ha sido el volumen de comercio que se practica con el exterior.

Históricamente, el comercio exterior en Andalucía ha dependido de las directrices generales impuestas por la política comercial española, de la división interna del trabajo (fruto de las características regionales), y de los intereses locales y nacionales.

En la actualidad, Andalucía se mueve en un contexto más internacionalizado. El estudio de este sector a nivel regional, nos proporciona una información básica para el conocimiento de su realidad. Las transformaciones que se están llevando a cabo en el mundo van a incidir cada vez más en su evolución. Entre las más significativas destacáramos:

- la integración total en la Unión Europea,

- la eliminación de aranceles y obstáculos fiscales entre sus países miembros.

- la adopción de una política comercial única respecto a terceros.

- la necesidad de asumir los compromisos contraídos en el seno del GATT.

- la liberalización de los movimientos de capitales.

- y, por último, las repercusiones indirectas que los cambios en otras políticas comunitarias, especialmente la agrícola.

De todos estos puntos, habría que insistir en dos aspectos concretos que pueden tener una incidencia significativa en el comercio exterior de la región.

En primer lugar destacamos la reforma de Organización Común de Mercados (OCM) de frutas y hortalizas que se inició en octubre. En la UE el sector hortofrutícola español es el de mayor importancia relativa (el 27% de su producción Final Agraria) con gran aportación por parte andaluza. Además, una de las características de este sector en nuestra región es su vocación exportadora, con lo que esto significa de dinamismo, generación de valor añadido, capacidad de adaptación a los mercados, etc. Desde la integración de España a la UE nuestras exportaciones de frutas y hortalizas han crecido espectacularmente. Comparando los niveles de 1994 con los de los años previos a la adhesión, se observa un crecimiento del 40% para los cítricos, del 110% para las frutas dulces, del 150% para las otras frutas y del 90% para las hortalizas.

Los posibles cambios que se introduzcan en los mecanismos actuales van a tener una repercusión muy importante en una de las partidas más sólidas de las exportaciones regionales.

Junto a este hecho, no hay que perder de vista la competencia que se puede presentar para las exportaciones andaluzas de productos agrícolas, consecuencia de los futuros acuerdos con Marruecos y el diseño de la nueva política para el Mediterráneo de la Unión Europea.

El segundo tema es del de la pesca. Aunque esta actividad representa en Andalucía el 1% del VAB del total de su economía, genera un importante volumen de empleos directos (unas 22.000 personas) con un gran efecto multiplicador. Tampoco hay que olvidar el papel decisivo de la pesca como actividad en ciertas áreas menores (comarcas, municipios, etc) que dependen casi exclusivamente de esta ella. En Huelva, el 6% de los empleos provinciales lo produce la pesca, igual que en Cádiz, con poblaciones que dependen casi exclusivamente de esta actividad, Isla Cristina, Ayamonte, Barbate, etc.

Los 2.800 barcos que componen la flota pesquera andaluza ofrecen la materia prima de una de las actividades exportadoras más antiguas de la región: las conservas de pescado. El futuro de los acuerdos pesqueros y la reestructuración de la flota serán los que marquen el camino de esta actividad que perderá su peso o necesitará importar pescados de otros países.

Teniendo en cuenta estas restricciones y con un análisis más detallado del comportamiento de sus exportaciones e importaciones, podremos identificar las ramas de la actividad económica en las que se especializan los distintos sectores, la existencia de ventajas comparativas, su capacidad de penetración futura en otros mercados, y su dependencia externa.

5. Características del comercio exterior en Andalucía.

El grado de apertura comercial de Andalucía es uno de los más bajos del país, sólo por encima de las regiones del interior y Galicia. Se trata de una economía muy cerrada con escasa vocación exportadora y con una gran dependencia externa.

Si al volumen total de comercio registrado le descontamos el capítulo energético destinado a los complejos petroquímicos de la región, su posición se alejaría aún más de la media nacional.

Andalucía participa muy discretamente en el volumen total del comercio exterior del país. En contra de su tendencia general, sólo algunos productos agrícolas y ali-

mentos han incrementado sus exportaciones.

El Gobierno andaluz, dentro de sus limitados márgenes de actuación, ha tomado algunas iniciativas para mejorar esta situación con:

- la celebración de ferias (nacionales e internacionales) para la promoción de sus productos. Entre ellas predominan las de carácter monográficas, destinadas especialmente a los sectores agrícola y agroalimenticio.

- los programas integrados de acciones comerciales, puestos en marcha por la Junta de Andalucía y orientados hacia actividades claves que pudieran aprovechar las ventajas del Mercado Unico. En estos programas se proporciona financiación para la mejora de los canales de comercialización, la asistencia a ferias, y la organización de cursos y seminarios para formación de expertos en comercio exterior.

- En tercer lugar, el fomento del conocimiento de la legislación comunitaria a través de las euroventanillas y la posibilidad de utilizar redes como el BC-NET.

Sin embargo el camino por recorrer es todavía muy largo. El esquema del comercio exterior andaluz presenta deficiencias que habrá que ir corrigiendo en los próximos años.

Entre sus características destacamos:

- la debilidad del sistema industrial andaluz, que plantea desequilibrios entre oferta y demanda exterior.

- alto nivel de competitividad de las exportaciones derivada de la industria agroalimenticia (salvo cárnica y lácteos), los vinos y licores, y las grasas y aceites vegetales.

- déficits en el comercio de maquinarias.

- aunque la distribución de las exportaciones regionales se asemeja mucho a la del conjunto nacional, existen algunas peculiaridades en el caso andaluz, donde destacan las exportaciones de productos alimenticios y bebidas, grasas y aceites, joyería y bisutería, productos minerales, y productos químicos.

- el número de empresas que participan en este comercio es muy reducido.

- débil competitividad de las empresas exportadoras, que no son líderes en sus respectivas actividades. Aunque no existen trabajos sobre la competitividad de las empresas exportadoras andaluzas, podemos aventurarnos a decir que están perdiendo competitividad debido a la reducción de la protección, como consecuencia de la integración en la Comunidad, y en algún momento, por la apreciación de la peseta.

a) Índice de cobertura

Desde 1985 se han producido altibajos. Durante el período 1987-1992 se pasó de un 100,20% de cobertura al 93%, debido a un incremento de las importaciones superior al de las exportaciones.

Por ramas de actividades, según los datos de la Tabla Input Output andaluza de 1990, la balanza es deficitaria en productos industriales y servicios (65% y 22% de cobertura, respectivamente), mientras que para los productos primarios es positiva (140%).

Comparando estos datos con los de 1980, se observa como la participación de las importaciones en el PIB aumenta (del 49% al 54%), mientras que las exportaciones disminuyen (del 45% al 34%), debido a la apertura económica y a la baja competitividad de las exportaciones ya referida.

De la Tabla Input - Output de 1990 se desprende también el grado de ajuste entre la producción interna y la demanda interior (72%), que expresa la parte de la absorción de bienes y servicios de los residentes cubierta con la oferta regional. Del mismo modo es posible establecer cuatro grupos de actividades:

- las que dirigen la mayor parte de su producción al mercado interior: los servicios, la construcción, energéticas, agroalimentarias.
- las que van al mercado exterior y registran una baja dependencia respecto a las importaciones: aceites y grasas, piedras naturales, refino de petróleo, construcción naval, frutas y hortalizas, química, etc.
- las que presentan una gran actividad exportadora, pero con necesidades de importar para satisfacer la demanda final: vino, textil, tabaco, azúcar, joyería, etc.
- las que importan mucho, con poca actividad regional: vehículos, calzado, pesca, productos lácteos y cárnicos, productos químicos finales, etc.

b) Importaciones

Como consecuencia de la debilidad del sector industrial y la estructura productiva general de la región, el volumen de las importaciones es poco relevante.

Casi la mitad de las compras andaluzas en el exterior son productos energéticos, destinados a los complejos petroquímicos de Huelva y Campo de Gibraltar y no al consumo de otros sectores de la actividad económica regional. Casi todo el petróleo que se refina en Andalucía, o se distribuye en España, o es exportado.

Le siguen los productos industriales (destacando los agroalimenticios), seguidos de los metálicos, las maquinarias y el material eléctrico que cubren las necesidades de la actividad industrial desarrollada en el triángulo Cádiz, Sevilla, Huelva.

Al margen del petróleo, las compras se realizan fundamentalmente en la Unión Europea (26%), con una clara tendencia a aumentar.

c) Exportaciones

La principal característica es su concentración en productos agrícolas (con bajo grado de elaboración y valor añadido) y de la industria agroalimenticia.

Las exportaciones hortofrutícolas y agroalimenticias, principalmente desde Almería, Huelva y Sevilla, no tienen el mismo peso respecto al volumen total de las mismas en las citadas provincias.

En Almería los hortofrutícolas representan un porcentaje muy alto del total de sus exportaciones, en Huelva la mitad, y, en el caso de Sevilla, la décima parte. Por tanto, aunque se trata de tres provincias muy exportadoras de este tipo de productos, su dependencia es muy distinta. Los productos industriales, todavía lejos de los anteriores, van ganando posiciones lentamente. Entre ellos destacan los químicos, petroquímicos y transformados metálicos. El resto lo componen las máquinas eléctricas, vehículos, y confecciones. Las exportaciones tradicionales de minerales, se encuentran en claro retroceso.

Cádiz, Sevilla y Huelva son las más exportadoras. Cádiz, con el acero laminado, vinos de Jerez, petróleo y derivados, productos químicos, bienes industriales, elaborados en las factorías de General Motor, y buques de Puerto Real.

Sevilla, con conservas de pescado, productos fabricados en CASA, accesorios para turismos de FASA-Renault, y los productos agroalimenticios del Valle del Guadalquivir.

Del resto de las provincias proceden los minerales de cobre y plata, productos derivados del petróleo, ácidos fosfóricos y colorante (Huelva), los productos agrícolas (Almería y Málaga), los ordenadores Fujitsu, el material eléctrico de Standard, y los textiles (Málaga), el aceite de oliva (Jaén y Córdoba), el mineral de hierro (Granada), la joyería (Córdoba), y los vehículos (Jaén).

Francia, el Reino Unido, Italia, los Países Bajos y Alemania, son los principales clientes.

Pese a los vínculos especiales con América Latina, el total de las ventas a México, Cuba y Colombia, las más destacadas, no sobrepasan el 1% del volumen total.

d) El papel de las empresas

Desde un enfoque microeconómico, las empresas que intervienen en el comercio exterior son pocas y, en su mayor parte, controladas desde fuera de la región, siguiendo una estrategia más en consonancia con el proceso de internacionalización de la economía mundial que con los intereses andaluces.

Un gran volumen del comercio andaluz está concentrado en pocas empresas. La escasa dimensión, las dificultades en la comercialización en mercados exteriores, su situación periférica, las infraestructuras deficientes, y un capital humano sin los niveles de cualificación adecuados, son las causas de esta escasa proyección hacia el exterior. En el apartado de asesoramiento, el nuevo mercado europeo y la necesidad de ir articulando las acciones de los agentes económicos para que puedan beneficiarse de sus ventajas, están potenciando las redes de información y enlaces.

Entre éstas, la BC-NET (Business Cooperation Network) compone una red de consejeros de empresas a través de la que se identifican socios potenciales de pequeñas y medianas empresas en otros países, en respuesta a una oferta o demanda específica de cooperación. Instrumentos como este serán necesarios para potenciar una estrategia de apertura en nuestras empresas.

6. Reflexiones a modo de resumen

De lo expuesto hasta aquí podemos sacar las siguientes conclusiones:

- La economía andaluza está demasiado ligada a sectores tradicionales, algunos de ellos sin mucho futuro.
- Se trata de una región muy cerrada comercialmente. Sus exportaciones e importaciones se ven concentradas en un número reducido de productos y países que, en ocasiones, no responden a las necesidades de un tejido de relaciones intersectoriales típico de economías industrializadas.

La estructura del comercio exterior de Andalucía corresponde a la de una región con un despegue industrial débil y dependiente, que importa bienes de equipo, e inputs intermedios.

- Con la incorporación de España a la Unión Europea la exportación debe ser uno de los objetivos claves si se

quiere participar de las ventajas del nuevo mercado que se abre. Al mismo tiempo esta actividad será un reflejo de la buena salud, el cambio de mentalidad, y la competitividad de nuestras empresas.

- De todas formas, no queremos dejar de subrayar que aunque el comercio exterior sea un indicador del grado de internacionalización de las economías, no es el único. La movilidad de la mano de obra, los capitales, los servicios y la información, son también elementos definitorios de este fenómeno.

¿Qué habría que hacer en el futuro?

En primer lugar no habría que descartar del todo el desarrollo de la agricultura debido a las claras ventajas que este sector tiene en la exportación de la región. Ahora bien, ese desarrollo tendrá que tener más en cuenta los acontecimientos que se producen fuera de nuestras fronteras. La presión que están ejerciendo en los organismos internacionales los grandes exportadores de productos agrícolas (grupo Cairns) hacen cada vez más difícil poder mantener mercados cerrados y producciones que no puedan hacerles frente.

En el caso de nuestros competidores más cercanos, los países del Mediterráneo, la UE está reforzando su política respecto a ellos. La conferencia de Barcelona en noviembre próximo pretende desarrollar un marco de acciones para conseguir que esos países se consoliden en un espacio estable, pacífico y próspero.

No es absolutamente necesario ir a la exportación de manufacturas y la sustitución de los productos primarios. Aprovechando la alta calidad y productividad de algunos de estos productos habría que mejorar los canales de comercialización y distribución, como han demostrado algunos países desarrollados que son potencias agrícolas. Respecto a la gran competencia que presentan algunas regiones, muchas veces sus ventajas técnicas y la mejor tecnología empleada no se traduce necesariamente en mejores precios finales.

En primer lugar, porque esas mejoras se reflejan en mayores beneficios para las empresas, sin que repercutan en los precios.

En otros casos, debido a las presiones de los sindicatos, los incrementos de beneficios no afectan a los precios, sino que se desvían hacia mejores condiciones para los trabajadores.

Por último, pasado el aluvión de inversiones de los primeros momentos de la integración en Europa, el desafío andaluz se deberá centrar en el montaje de una estrategia económica capaz de ilusionar a los inverso-

res, igualando las condiciones que ofrecen nuestros socios y vecinos más próximos.

En el contexto europeo, la nueva ampliación de la Unión Europea y los países del Este mejoran las perspectivas en el Continente.

Por otra parte, la cercanía con los países del norte de Africa como área de futura expansión se debe plantear en espera de las salidas que se puedan articular para esa zona.

Cuadro 1. Importaciones, exportaciones y tasa de cobertura (miles de millones de pesetas)

ANDALUCÍA	1990	1991	1992	1993	1994
Importaciones	624	691	685	693	887
Exportaciones	549	641	634	766	892
Tasa de cobertura	88	93	93	108	101
ESPAÑA					
Importaciones	8915	6972	10205	9989	12369
Exportaciones	5706	6226	6605	7577	9796
Tasa de cobertura	64	64	65	76	79

Fuente: Indicadores Económicos de Andalucía. Junta de Andalucía. 1995

Cuadro 2. Importaciones por provincias (miles de millones de pesetas)

PAISES	1990	1991	1992	1993	1994
Almería	15	21	22	23	24
Cádiz	218	236	221	220	280
Córdoba	12	14	15	20	24
Granada	15	18	21	23	24
Huelva	106	126	127	148	196
Jaén	13	15	18	19	21
Málaga	153	160	150	140	177
Sevilla	93	100	111	100	139
Andalucía	624	691	685	693	887
España	8915	9672	10205	9989	12369

Fuente: Indicadores Económicos de Andalucía. Junta de Andalucía. 1995

Cuadro 3. Exportaciones por provincias (miles de millones de pesetas)

PAISES	1990	1991	1992	1993	1994
Almería	45	58	66	94	96
Cádiz	173	212	222	283	309
Córdoba	27	27	28	42	58
Granada	9	29	19	20	23
Huelva	95	92	94	104	122
Jaén	37	63	43	41	37
Málaga	37	31	44	40	60
Sevilla	126	129	119	142	187
Andalucía	549	641	634	766	892
España	5706	6226	6605	7577	9796

Fuente: Indicadores Económicos de Andalucía. Junta de Andalucía. 1995

Cuadro 4.
Distribución geográfica de las exportaciones
(miles de millones de pesetas)

PAISES	1993	1994
TOTAL	766	892
OCDE		
Total	571	682
U.E.	462	560
No U.E.	48	48
América	53	66
Asia	6	6
Oceanía	2	2
OPEP	49	58
N.P.I.	28	50
Resto de países		
Europa	20	22
América	25	18
Asia	21	31
Africa	25	30
Oceanía	-	-
Diversos	27	2

Fuente: Indicadores Económicos de Andalucía. Junta de Andalucía. 1995

Cuadro 5.
Distribución geográfica de las importaciones
(miles de millones de pesetas)

PAISES	1993	1994
TOTAL	693	887
OCDE		
Total	279	365
U.E.	179	247
No U.E.	28	33
América	52	60
Asia	16	14
Oceanía	4	10
OPEP	238	281
N.P.I.	30	40
Resto de países		
Europa	26	45
América	30	34
Asia	24	31
Africa	66	77
Oceanía	-	1
Diversos	1	12

Fuente: Indicadores Económicos de Andalucía. Junta de Andalucía. 1995

Bibliografía

AURIOLES, J. La economía Andaluza en 1991. Nuevo cambio de rumbo hacia un futuro incierto. Papeles de Economía. N. 51

CUENCA, E. "Las relaciones económicas de Andalucía con el resto del mundo" en Estructura Económica de Andalucía. Espasa Calpe. Madrid, 1993.

GARCIA VELASCO, M. La base productora de Andalucía y la Comunidad Europea. Ponencia presentada en el IX Conferencia del Programa Conjunto de Estudios Regionales en el Sur de Europa. Valladolid, 1993.

INSTITUTO DE ESTADISTICA DE ANDALUCIA. Tablas Input - Output de Andalucía. 1990. Sevilla, 1994.