
El comercio exterior de Andalucía como indicador de la competitividad de la economía andaluza¹

Antonio RUIZ MOLINA
Gumersindo RUIZ BRAVO DE MANSILLA
Josefa GARCÍA MESTANZA
Rafael VENTURA FERNÁNDEZ

Introducción

El trabajo que presentamos parte de la consideración de la capacidad exportadora como un indicador de competitividad y dinamizador de la economía andaluza. Con él pretendemos dar una visión de la evolución reciente de la capacidad competitiva de la economía andaluza a partir de la del comercio exterior.

Los objetivos propuestos son dos. En primer lugar, realizar una aproximación al conocimiento del Comercio Exterior de Andalucía, a fin de obtener conclusiones acerca de su situación actual y evolución más reciente. Además, los resultados obtenidos pueden extenderse para conocer el grado de vinculación de la economía con los recursos naturales de la Comunidad, su adecuada explotación, así como el grado de dependencia del exterior de la economía andaluza.

En segundo lugar, conocer el comportamiento y características de las empresas exportadoras andaluzas, indicando, al mismo tiempo, las estrategias que para el desarrollo de estas actividades, tienen a su disposición.

En cuanto al ámbito temporal de referencia, abarca el período 1990-96. La información utilizada procede de la que la Dirección General de Aduanas proporciona al Instituto de Estadística de Andalucía.

Para la selección de dicha fuente se ha contado con experiencias propias realizadas previamente en el ámbito del comercio exterior regional², así como las desarrolladas por otros autores³. En todas, se destacan las dificultades metodológicas de aproximación al comercio exterior regional. Ello ha permitido una valoración de las ventajas e inconvenientes de las distintas fuentes estadísticas existentes.

1. Este trabajo es una síntesis de una investigación más amplia que con el mismo título fue seleccionada, en 1996, y financiada por la Consejería de Economía de la Junta de Andalucía.

2. Los autores de este trabajo han estudiado, en sucesivas investigaciones, el comercio exterior de Andalucía durante el período 1980-88, así como el comercio exterior de Extremadura en 1990. En este sentido, han sido numerosas las publicaciones y comunicaciones que recogen los resultados de dichas investigaciones. Así mismo, se ha profundizado en el comercio exterior de provincias como Jaén y Málaga.

3. Cabe destacar, como primero, el trabajo que realizan MARTÍNEZ ESTEVE, A. Y OTROS (1982).

Contenido de la investigación

Este trabajo abordará, pues, todos los aspectos relevantes de la empresa exportadora, a través de su comercio internacional, relacionados con su ubicación; concentración de su actividad en un determinado tipo de exportaciones; penetración en mercados extranjeros; diversificación o no de las exportaciones, según se dirijan a uno o varios países y grado de especialización.

Así mismo, se ofrece una visión de las características y comportamiento de las empresas exportadoras andaluzas. También se indican los mecanismos mediante los cuales puede abordar las distintas estrategias.

Para la consecución de los fines señalados, el trabajo se ha dividido en tres partes. La primera se destina al conocimiento de las exportaciones e importaciones de Andalucía.

Ello permitirá conocer, en el período analizado, su evolución y las transformaciones más significativas

que, desde esta perspectiva, han tenido lugar en la economía andaluza. Así mismo, se prestará en cada caso, especial atención al conocimiento de los países de destino y origen de esas exportaciones e importaciones, a fin de situar las relaciones concretas con que se vincula el comercio exterior de Andalucía, y cómo han ido evolucionando.

Finalmente se incluye un apartado especial destinado a las relaciones comerciales entre Andalucía y Portugal, con la finalidad de poner de manifiesto los efectos que la integración de la UE ha supuesto entre dos regiones fronterizas, tradicionalmente sin relaciones comerciales.

La segunda parte, se ocupa, de forma sintética, del comercio exterior como un conjunto, estudiándose el “Grado de cobertura” y el “Grado de especialización de la economía andaluza”. Así conoceremos qué sectores son claves en el desarrollo de la economía regional, entendiendo que éste se apoya fuertemente en el sector exterior, dentro de un sistema de integración internacional.

Cuadro 1. Evolución de las exportaciones andaluzas por secciones, 1990-96 (en millones de pesetas)

SECCIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Tasa var. 1996/90
I. Animales vivos y productos del reino animal	11.239	7.398	8.216	10.394	15.950	15.661	20.386	81,39%
II. Productos del reino vegetal	104.696	125.493	151.662	191.046	206.658	246.465	263.795	151,96%
III. Grasas y aceites animales o vegetales y sus elaborados	47.208	75.752	30.120	46.817	66.555	60.882	97.387	106,29%
IV. Productos de las industrias alimentarias	66.422	68.373	76.905	79.527	93.333	89.412	100.795	51,75%
V. Productos minerales	68.656	50.680	55.157	71.937	69.071	83.043	138.983	102,43%
VI. Productos de las industrias químicas o conexas	32.978	30.391	30.749	34.976	43.534	50.670	56.733	72,04%
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	2.242	1.892	2.293	3.156	3.625	4.465	5.618	150,56%
VIII. Pieles; cueros; peletería y sus manufacturas	1.987	1.442	1.442	2.356	2.546	3.311	4.055	104,07%
IX. Madera, Carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	4.952	4.560	4.815	3.248	4.078	5.770	6.421	29,67%
X. Pastas de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	17.904	16.997	14.777	11.628	18.089	27.898	15.254	-14,80%
XI. Materias textiles y sus manufacturas	9.516	10.156	9.620	8.499	10.689	13.596	17.775	86,78%
XII. Calzado y otros complementos, plumas y flores	871	932	731	1.035	788	649	796	-8,61%
XIII. Manufacturas de piedra, yeso, cerámica y vidrio	1.467	2.177	5.836	2.003	3.986	5.756	5.092	247,06%
XIV. Productos de joyería, bisutería y monedas	9.323	7.277	9.958	14.290	19.031	18.364	16.174	73,49%
XV. Metales comunes y sus manufacturas	63.338	77.802	73.490	110.448	124.543	139.926	155.029	144,77%
XVI. Máquinas y aparatos electrónicos	18.609	19.635	18.402	17.210	26.275	29.613	39.419	111,83%
XVII. Material de transporte	81.574	106.577	125.703	106.819	117.432	146.980	143.720	76,18%
XVIII. Instrumentos de precisión, música y relojería	1.866	6.551	12.500	18.081	23.523	20.145	26.187	1303,19%
XIX. Armas y municiones, sus partes y accesorios	3	6	4	185	345	162	229	8699,34%
XX. Mercancías y productos diversos	1.795	1.754	3.741	2.710	3.433	4.659	7.603	323,59%
XXI. Objetos de arte, de colección o de antigüedad	11	29	9	14	34	24	510	4493,52%
ÓTROS. No clasificados	17.085	11.993	15.316	29.782	38.359	53.234	36.607	114,26%
TOTAL	563.740	627.869	651.448	766.163	891.877	1.020.685	1.158.570	105,51%

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia

Cuadro 2. Evolución de la estructura de las exportaciones andaluzas por secciones, 1990-96

SECCIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
I. Animales vivos y productos del reino animal	1,99%	1,18%	1,26%	1,36%	1,79%	1,53%	1,76%
II. Productos del reino vegetal	18,57%	19,99%	23,28%	24,94%	23,17%	24,15%	22,77%
III. Grasas y aceites animales o vegetales y sus elaborados	8,37%	12,06%	4,62%	6,11%	7,46%	5,96%	8,41%
IV. Productos de las industrias alimentarias	11,78%	10,89%	11,81%	10,38%	10,46%	8,76%	8,70%
V. Productos minerales	12,18%	8,07%	8,47%	9,39%	7,74%	8,14%	12,00%
VI. Productos de las industrias químicas o conexas	5,85%	4,84%	4,72%	4,57%	4,88%	4,96%	4,90%
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	0,40%	0,30%	0,35%	0,41%	0,41%	0,44%	0,48%
VIII. Pielés; cueros; peletería y sus manufacturas	0,35%	0,23%	0,22%	0,31%	0,29%	0,32%	0,35%
IX. Madera, Carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	0,88%	0,73%	0,74%	0,42%	0,46%	0,57%	0,55%
X. Pastas de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	3,18%	2,71%	2,27%	1,52%	2,03%	2,73%	1,32%
XI. Materias textiles y sus manufacturas	1,69%	1,62%	1,48%	1,11%	1,20%	1,33%	1,53%
XII. Calzado y otros complementos, plumas y flores	0,15%	0,15%	0,11%	0,14%	0,09%	0,06%	0,07%
XIII. Manufacturas de piedra, yeso, cerámica y vidrio	0,26%	0,35%	0,90%	0,26%	0,45%	0,56%	0,44%
XIV. Productos de joyería, bisutería y monedas	1,65%	1,16%	1,53%	1,87%	2,13%	1,80%	1,40%
XV. Metales comunes y sus manufacturas	11,24%	12,39%	11,28%	14,42%	13,96%	13,71%	13,38%
XVI. Máquinas y aparatos electrónicos	3,30%	3,13%	2,82%	2,25%	2,95%	2,90%	3,40%
XVII. Material de transporte	14,47%	16,97%	19,30%	13,94%	13,17%	14,40%	12,40%
XVIII. Instrumentos de precisión, música y relojería	0,33%	1,04%	1,92%	2,36%	2,64%	1,97%	2,26%
XIX. Armas y municiones, sus partes y accesorios	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%	0,04%	0,02%	0,02%
XX. Mercancías y productos diversos	0,32%	0,28%	0,57%	0,35%	0,38%	0,46%	0,66%
XXI. Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,04%
OTROS. No clasificados	3,03%	1,91%	2,35%	3,89%	4,30%	5,22%	3,16%
TOTAL	100,00%						

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

Finalmente, la tercera parte, se destina al conocimiento del comportamiento de las empresas exportadoras andaluzas y a la descripción de las estrategias que pueden seguir.

El comercio exterior andaluz

Las exportaciones

Las exportaciones andaluzas ascendieron en 1996 a 1.158.570 millones de pesetas frente a los 563.740 millones de 1990, lo que supone un incremento, en el período analizado, del 105,51%, equivalente a una tasa de crecimiento anual acumulativa del 10,84%.

Ahora bien, este crecimiento que en términos globales puede considerarse estable, no ha sido uniforme si se analizan los productos que lo integran, según se deduce de los Cuadros 1 y 2.

En efecto, si exceptuamos la sección XIX: “Armas y municiones” las tasas de variación han oscilado, en el período, entre la disminución de las exportaciones de la Sección X: “Pastas de madera, papel, cartón y sus aplicaciones” de un 15%, y el crecimiento de la Sección XVIII: “Instrumentos y aparatos de óptica...” del 1.303%.

En cuanto a la estructura de las exportaciones andaluzas, éstas se hallan concentradas en pocas secciones, ya que sólo cuatro, superan, cada una de ellas, el 10% del total exportado. Suponen en 1996, el 61% del total exportado por Andalucía. Este fenómeno de concentración se ha acentuado en el período de análisis, ya que en 1990, las cuatro primeras secciones acumulaban el 57%.

Las secciones más relevantes en 1996 son la II: “Productos del reino vegetal”, con el 22,7%; la XV: “Metales comunes y manufacturas...” con el 13,38%; la XVII: “Material de transporte” y la V: “Productos minerales”, con el 12%.

Es decir, en una sola sección se concentra la cuarta parte de las exportaciones andaluzas, lo que denota un elevado grado de dependencia.

De las secciones señaladas, las tres primeras han superado ampliamente la tasa de crecimiento del total exportado por Andalucía, mientras que la otra mantiene una tasa de crecimiento ligeramente inferior a la andaluza.

Destacar que la sección que detentaba la segunda posición en 1990, la XVII: "Material de transporte", ha mantenido una tendencia negativa en el grado de participación respecto de la exportación total andaluza, pasando del 14,47% en 1990, al 12,40% en 1996, si bien ha experimentado oscilaciones en los años intermedios.

En general, se aprecia una cierta inestabilidad en el comportamiento de las exportaciones, como se pone de manifiesto al analizar con mayor profundidad cada una de las secciones relevantes. Ello nos invita a una doble reflexión sobre si el dinamismo de la economía andaluza, entendido en relación con aquellas empresas que producen para los mercados competitivos exteriores, descansa, sistemáticamente, sobre sectores que mantienen una clara posición exportadora, y si se trata de sectores con futuro.

Podríamos extendernos señalando variaciones que han tenido lugar dentro de las secciones y los capítulos, y que darían una visión con más detalle de este proceso,

pero hay rasgos, en el período analizado, lo suficientemente destacables como para esbozar alguna idea sobre la tendencia que experimentan las exportaciones de Andalucía.

En suma, los datos expuestos indican que las exportaciones andaluzas se concentran significativamente en unas pocas secciones del arancel, concentración que se acentúa si descendemos al nivel de capítulo.

Por otra parte, se aprecia una dicotomía en cuanto a la evolución se refiere. En un grupo se encuentran los grandes capítulos que soportan el mayor peso de las exportaciones y que mantienen una clara tendencia creciente en su comportamiento. En el otro, se pueden diferenciar los capítulos que suponen unas exportaciones superiores al 5% y el resto.

Dentro del primer grupo puede establecerse una nueva clasificación, los que mantienen tasas de crecimiento superiores a la media (los capítulos 72, 07 y 08) y los que se sitúan en los mismos niveles o inferiores (los capítulos 15, 27 y 87). En el primer caso, se aprecia una clara tendencia alcista en su comportamiento, lo cual parece convertirlos en auténticos motores de la economía. En el segundo grupo, se observa un comportamiento errático, pero manteniendo unos niveles de afianzamiento notables.

En el grupo de capítulos con volumen de exportaciones inferior al 5%, éstos han mantenido un comportamiento

Cuadro 3. Evolución de las exportaciones andaluzas por provincias, 1990-96 (en millones de pesetas)

ZONA	PROVINCIA	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Tasas de variación 1996/90
Andalucía Occidental	Cádiz	183.123	197.504	220.743	282.960	308.674	362.645	380.145	108%
	Córdoba	26.791	27.120	28.872	42.465	58.278	71.925	86.464	223%
	Huelva	92.751	89.655	95.185	103.771	122.019	134.830	159.188	72%
	Sevilla	126.225	128.232	126.251	141.738	186.994	185.829	216.964	72%
Total And. Occid.		428.889	442.511	471.050	570.935	675.965	755.229	842.760	96%
Andalucía Oriental	Almería	51.136	59.685	71.012	93.690	96.102	127.423	141.114	176%
	Granada	9.312	30.588	19.132	20.451	23.458	32.455	42.497	356%
	Jaén	36.896	62.889	43.264	40.797	36.850	39.523	58.899	60%
	Málaga	37.508	32.196	46.989	40.289	59.502	66.054	73.299	95%
Total And. Oriental		134.852	185.358	180.397	195.227	215.912	265.456	315.810	134%
TOTAL		563.740	627.869	651.448	766.163	891.877	1.020.685	1.158.570	106%

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

to global positivo, pero con oscilaciones en los años analizados.

En suma, Andalucía mantiene su especialización en aquellas exportaciones que suponen la localización de plantas industriales dedicadas a la exportación, y productos agrarios y extractivos. Se observa, sin embargo, como carencia significativa, reducidas exportaciones en las secciones de equipos industriales.

La consideración espacial exportadora muestra cuestiones relevantes.

La primera, que se deduce del Cuadro 3, es el elevado grado de concentración de las exportaciones, así como la existencia de dos áreas con comportamientos diferentes, que representan otras tantas realidades económicas también distintas.

En efecto, en 1996 el 72,74% de las exportaciones andaluzas se concentran en Andalucía Occidental, correspondiendo el resto a Andalucía Oriental. Esta composición estructural existente al finalizar el período, es similar a la del principio del mismo. Además, se observa cómo se refuerza el triángulo Sevilla, Cádiz, Huelva.

Las provincias que han conseguido mayores tasas de crecimiento son Granada y Córdoba. La primera crece un 356% mientras la segunda crece el 223%.

Merece resaltar que las provincias con mayor potencial exportador han sido Cádiz, que mantiene una posición hegemónica y genera el 32,81% del total, le siguen Málaga con el 27,26% y Sevilla con el 18,73%. El resto de las provincias mantienen menor capacidad exportadora.

Si se compara la situación con la existente en períodos anteriores, se deduce cómo después de una década permanecen los desequilibrios intrarregionales, lo que permite catalogarlos como estructurales (Ruiz Bravo, *G. et al.*; 1999).

En cuanto a la composición de las exportaciones, es distinta para cada provincia, produciéndose un alto grado de especialización en cada una de ellas.

Almería, en 1990, está especializada en “Legumbres y hortalizas” y “Frutos comestibles” y en “Sal, azufre, tierras y piedras”, capítulos que representan respectivamente el 56,43%, el 18,92% y el 9,61% del total expor-

tado por esta provincia. La situación en 1996 es de mayor especialización y concentración, ya que el porcentaje del descrito capítulo ha pasado al 72,64%, perdiendo significación el resto de los productos.

Por el contrario, la exportación en Granada, en 1990, aparece más diversificada que en el resto de las provincias. Así, el capítulo con mayor volumen de exportación no supera el 20%. Se refiere a las Legumbres y hortalizas y representa el 19,5%. Le siguen en importancia los “Minerales, escorias y cenizas...” con el 19,2%, y “Frutos comestibles”, con el 12,19%. El resto de los productos apenas superan el 6% del total provincial.

Esta situación es muy distinta en 1996, ya que los capítulos con mayor exportación son los relativos a “Aceites” con el 32,98% y a “Legumbres y hortalizas” con el 25,5% del total provincial, no habiendo ningún otro que supere el 10%. Adquiere una relativa importancia la industria del cartón, mientras que los restantes capítulos mencionados anteriormente resultan irrelevantes.

Se observa, por tanto, un cambio estructural importante motivado por la orientación de la PAC que ha impulsado la producción de aceite de oliva en nuestra Comunidad y la exportación de los excedentes de producción.

Jaén, la segunda provincia con menor capacidad exportadora concentra su comercio exportador, en 1996, en tres capítulos, “Vehículos” con el 39% y “Aceites” con el 29,5%. Esta situación es similar a la de 1990 en cuanto a porcentaje y a productos. La estabilidad manifestada en la composición del comercio exterior y por ende de la estructura productiva, se ha visto alterada en el transcurso del período analizado. Sin embargo, al final del mismo se consigue restablecer la estructura exportadora-productiva de períodos anteriores.

Málaga es la provincia que ostenta el liderazgo en Andalucía Oriental, en cuanto a volumen de exportaciones. El grado de especialización en 1996 es elevado, el 16,06% de la exportación se concentra en “Aceites”, mientras que un 14,6% se refiere a “Máquinas, aparatos y material eléctrico”. Esta situación es similar a la de 1990 con la salvedad del grado de participación de “Aceites” en el total, que superaba el 41,8% del total exportado.

En cuanto a Andalucía Occidental, Cádiz mantiene en 1996 su especialización en los mismos capítulos que en 1990, si bien se han producido diferencias en el grado de

Cuadro 4. Evolución de la estructura de las exportaciones andaluzas por países de destino, 1990-96

NOMBRE PAÍS	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Francia	12,55%	11,92%	12,03%	12,67%	13,13%	13,48%	13,80%
Alemania	9,66%	11,06%	12,73%	11,84%	12,16%	13,91%	12,60%
Reino Unido	9,36%	9,93%	10,63%	11,69%	11,66%	10,58%	11,01%
Italia	12,04%	17,01%	8,75%	7,27%	9,25%	8,25%	10,12%
Portugal	5,26%	5,77%	6,25%	5,86%	6,51%	7,38%	7,75%
Estados Unidos	6,71%	6,71%	6,76%	5,80%	6,45%	6,16%	6,18%
Países Bajos	6,54%	6,36%	7,09%	6,71%	5,76%	6,48%	5,31%
Bélgica y Luxemburgo	3,76%	3,71%	3,64%	3,61%	3,54%	3,11%	3,90%
Argelia	2,75%	2,66%	2,89%	4,02%	3,81%	2,03%	1,30%
Turquía	0,94%	0,69%	1,71%	1,94%	2,11%	2,19%	3,02%
Otros	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	5,20%	4,69%
Marruecos	2,83%	1,05%	1,08%	1,42%	1,43%	1,39%	1,47%
Noruega	1,79%	0,34%	1,76%	0,78%	0,65%	3,08%	0,40%
Suecia	0,78%	1,97%	1,98%	0,98%	0,75%	1,13%	0,88%
Méjico	0,99%	0,80%	1,88%	1,54%	1,35%	0,57%	0,16%
Japón	1,09%	0,70%	0,88%	0,78%	0,68%	0,70%	1,43%
Liberia	2,49%	2,61%	2,84%	0,18%	0,00%	0,01%	0,00%
Suiza	1,62%	1,54%	1,44%	1,42%	0,94%	0,00%	0,00%
Canadá	0,60%	0,86%	1,05%	1,11%	0,89%	0,59%	0,47%
Grecia	0,85%	0,95%	0,77%	0,72%	0,59%	0,56%	0,54%
Dinamarca	0,58%	0,53%	0,58%	0,73%	0,68%	0,77%	0,64%
India	0,30%	0,14%	0,42%	0,73%	1,00%	0,66%	0,75%
Corea del Sur	0,14%	0,19%	0,11%	0,68%	2,43%	0,26%	0,26%
Irán	0,86%	0,93%	0,81%	0,34%	0,43%	0,31%	0,56%
Finlandia	0,76%	0,55%	0,59%	0,53%	0,45%	0,73%	0,30%
Arabia Saudí	0,38%	0,43%	0,48%	0,56%	0,54%	0,50%	0,56%
Brasil	0,30%	0,23%	0,23%	0,37%	0,54%	0,44%	0,90%
Avituallamiento y Combustible	2,70%	0,00%	0,67%	0,72%	0,14%	0,00%	0,00%
Libia	0,06%	0,01%	0,00%	0,11%	0,72%	0,83%	0,77%
Austria	0,47%	0,42%	0,45%	0,44%	0,38%	0,50%	0,42%
Hong-Kong	0,20%	0,50%	0,29%	0,50%	0,52%	0,31%	0,54%
Países y territorios no determinados	0,15%	0,00%	0,00%	2,74%	0,11%	0,00%	0,00%
Nigeria	0,34%	0,18%	0,11%	0,34%	0,25%	0,18%	1,02%
Irlanda	0,26%	0,36%	0,26%	0,32%	0,86%	0,23%	0,21%
Tailandia	0,71%	0,42%	0,21%	0,00%	0,00%	0,51%	0,60%
Bahamas	0,00%	0,00%	0,41%	1,82%	0,37%	0,00%	0,00%
Argentina	0,48%	0,31%	0,26%	0,36%	0,28%	0,18%	0,55%
TOTAL	100,00%						

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

participación. El capítulo más relevante, en 1996, es el correspondiente a la “Fundición de hierro y acero” que supone el 24,04%; le siguen en importancia los “Combustibles minerales” que representan el 22,20% y las “Bebidas y líquidos” con el 9,55%. En 1990 los porcentajes, respectivamente eran 18,36%; 20,74%; y 17,63%.

Córdoba es la provincia de Andalucía Occidental que presenta un menor nivel exportador, no obstante se

aproxima en cuantía a la de mayor nivel de Andalucía Oriental. Sus exportaciones se concentran, en 1996, en “Aceite” con el 28,50% “Cobre y sus manufacturas” con el 27,45% del total provincial; y “Perlas finas o cultivadas” con el 16,66%. En 1990 la estructura era similar pero con cambios en su composición porcentual que representaban, respectivamente, el 29,89%; el 15,40%; y el 11,98%. Ello permite hablar de una mayor especialización

Huelva, en 1996, presenta una doble configuración, de un lado, un capítulo absorbe el 24,62% del total provincial, el de “Frutos comestibles” y, simultáneamente, aparecen otros cuatro productos con porcentajes de participación sensiblemente inferiores, pero que permiten señalar un mayor grado de diversificación de su oferta. En este sentido, destacar los capítulos correspondientes a “Cobre y sus manufacturas” con el 12,41%; “Combustibles minerales” con el 11,60%; “Minerales, escorias y cenizas” con el 9,8%, y “Productos químicos orgánicos e inorgánicos” que absorben el 8,35 y el 9,42% respectivamente. Los productos más relevantes en 1990 coinciden con los reflejados en 1996, si bien suponían un mayor nivel de especialización. Ello se explica por una disminución de la producción y volumen de exportación de los productos señalados, así como por la aparición de nuevos productos que cada vez van cobrando más importancia.

Finalmente, Sevilla, en 1996, como en 1990, concentra sus exportaciones en cuatro productos, el “Aceite” que representa el 15,70%; los “Preparados de legumbres y hortalizas” con el 14,60%, y los relacionados con el transporte: “Navegación aérea” y “Vehículos”, que absorben, respectivamente, el 14,72% y el 11,56%. Destaca también el capítulo “Cereales” con el 9,12%. A pesar de permanecer estable la estructura exportadora en el período analizado, se detecta un cambio ya que adquiere mayor importancia la venta de productos agrarios frente a los industriales, todo ello fruto, de un lado, de la PAC, y, de otro, de la política industrial desarrollada en los últimos años.

A la vista de los datos precedentes puede señalarse que Sevilla es la provincia que mantiene una estructura exportadora asentada en sectores de más futuro que el resto de las provincias.

Así mismo, puede observarse la correspondencia existente en cada provincia entre los productos más exportados y sus sectores más relevantes. De esta forma, se corrobora la relación existente entre las exportaciones y sectores más dinámicos de la economía.

También se hecha en falta, salvo excepciones, la existencia de sectores emergentes, distintos de los tradicio-

nales, en cada una de las provincias, que permitan abrigar la esperanza de que en el futuro la pérdida de mercado⁴ de industrias obsoletas se vea compensada.

En resumen, puede decirse que las exportaciones andaluzas mantienen un comportamiento y una estructura correspondiente con el de una economía poco desarrollada, con distintos enclaves productivos, cuyos centros de decisión se encuentran fuera de Andalucía. Al mismo tiempo, puede hablarse de una industria que trata de aprovechar los recursos naturales con que cuenta la región, si bien, es aún significativo el porcentaje de primeras materias que se transforman fuera de la Comunidad.

El destino de las exportaciones andaluzas en el período analizado, se muestra en el Cuadro 4. De su estudio se deduce que el destino de las exportaciones andaluzas es la Unión Europea. En efecto, aproximadamente el 65% de las ventas andaluzas tienen ese destino.

Si se analiza el destino del comercio exterior desde una perspectiva histórica más amplia, Europa ha sido, tradicionalmente, nuestro principal cliente (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999). Este proceso se ha mantenido desde entonces hasta llegar a las cifras que actualmente se señalan. Destaca el año 1991 cuando se envió el 67% del total exportado.

De las cifras anteriores se deduce la orientación europea de las empresas andaluzas. Esta tendencia es paralela a la seguida por la exportaciones españolas. A este respecto no debe olvidarse que un porcentaje importante del comercio andaluz es dirigido desde otros puntos de España, y en consecuencia, ha de seguir el mismo destino.

Dentro de la U.E. destaca Francia, tradicionalmente, primer receptor de nuestras exportaciones, le siguen Alemania, Reino Unido, Italia, Portugal y Países Bajos, todos los cuales, salvo Portugal, superan el 10% del total exportado.

En concreto, siete países reciben aproximadamente el 67% de los productos exportados por Andalucía y cuatro países, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia, absorben el 50% de las ventas de Andalucía al exterior. Este dato refuerza la conclusión del alto grado de

4. Dicha pérdida de mercado se refleja en su menor grado de participación en el conjunto de las exportaciones provinciales y andaluzas.

dependencia de nuestra economía de la de los países más desarrollados de la U.E.

De otro lado, EE.UU. ha perdido importancia como comprador de Andalucía, a medida que se hace más fácil la aproximación a los mercados de la U.E.

Destacar que pese a los vínculos con América Latina, las exportaciones andaluzas son exiguas. Igual ocurre con las exportaciones a los países de la OPEP, a pesar de la condición de importador de petróleo que mantiene España. Tampoco son muy altas las exportaciones a países del Norte de África, como Marruecos, Egipto y Túnez.

En conclusión, se aprecia un grado de concentración elevado en el destino de las exportaciones andaluzas hacia la U.E. En general puede decirse que las exportaciones a la U.E. muestran una cierta estabilidad en cuanto a su composición en los últimos años, lo que indica que estamos ante un mercado consolidado para determinados productos (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

De los datos anteriores puede concluirse (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999) que la U.E. con demandas internas diferenciadas que se reflejan en las de cada uno de los países miembros y en la oferta que proporciona Andalucía. Ante esta demanda, Andalucía exporta:

- Productos tradicionales primarios (animales, vegetales, mineros).
- Productos industriales tradicionales.
- Industrias internacionalizadas y sujetas a una fuerte división internacional.

Las exportaciones a Europa no comprenden algunos productos que son importantes en nuestro comercio con otros países. Se trata de exportaciones hacia países de menor desarrollo en los que se compite con países de industrialización reciente con los que las condiciones de producción de Andalucía pueden ser competitivas.

En general, se aprecia una cierta estabilidad en cuanto a los productos adquiridos por la U.E. y a la importancia relativa de cada uno de ellos. Esta circunstancia que se repite en la última década, puede considerarse un elemento positivo desde la perspectiva de penetración en los mercados de la U.E. y de especialización en la producción, lo que permitirá, al mismo tiempo, mantener las ventajas competitivas de la economía andaluza.

Las importaciones

Al abordar el tema de las importaciones hay que señalar que esta variable, siendo importante desde el punto de vista de política económica a nivel nacional, pierde relevancia a nivel regional. Varias son las razones que apoyan tal afirmación. De un lado, a nivel regional, no se dispone de instrumentos que permitan actuar sobre esta magnitud. Por otro, desde el punto de vista de internacionalización de la economía y sobre la hipótesis de obtener ventajas comparativas frente a la competencia, resulta difícil entender medidas restrictivas que limiten su utilización (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

No obstante lo anterior, el conocimiento de la componente importadora de la economía permite detectar necesidades reales y apoyar, en su caso, una política de sustitución de importaciones. También permitirá una mayor utilización de recursos con unos costes más bajos, que redundará en disminución de costes y por ende en una economía más competitiva. Por último, señalar que su incorporación a los procesos productivos ayudará a mejorar el tejido empresarial.

Las importaciones andaluzas (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999) ascendieron en 1996 a 1.139.748 millones de pesetas, frente a los 652.347 millones de 1990, lo que equivale a un incremento, en el período considerado, del 74,7%, equivalente a una tasa anual acumulativa del 9,7%. Este crecimiento no ha sido homogéneo para todos los productos.

En cuanto a la estructura de las importaciones se mantiene más estable que la de las exportaciones, presentando unas características peculiares, en tanto un solo capítulo, el 27: "Combustibles minerales..." absorbe el 40,11% de las compras realizadas por Andalucía en el exterior y el 26: "Minerales..." el 6,36% del total.

Esta concentración se debe a la existencia de un enclave industrial de gran envergadura ubicado principalmente en Huelva y Cádiz y al que se vincula la economía de la zona. Este fenómeno, si bien favorece el desarrollo económico en sus momentos de auge, se convierte en un lastre cuando se hace obsoleto, arrastrando con él al resto de la economía de la zona.

Con la excepción apuntada, la característica general es la diversificación de las importaciones. Además, si descontamos el importe de esta sección, el volumen total de importaciones es relativamente pequeño, producién-

dose un superávit en la balanza comercial. Superávit que no se justifica por el volumen de actividad, sino como el resultado de una economía débil que se basa, fundamentalmente, en el sector primario y extractivo, en productos escasamente elaborados y en algunos enclaves industriales de escaso futuro. En definitiva, no puede hablarse de una estructura que se corresponda con la de una economía desarrollada.

En este sentido, la escasa relevancia de las importaciones no permite deducir que la economía apueste por inversiones tendentes a recuperar un tejido industrial ni que exista una política de sustitución de importaciones que mejore la capacidad competitiva de la economía andaluza.

Al analizar el grado de concentración industrial de las importaciones, éste es más acusado que en el caso de las exportaciones. En efecto, las diez primeras empresas absorben el 70% de las adquisiciones del exterior. Además, la mitad de ellas tienen sede social fuera de Andalucía, lo que confirma las ideas expuestas anteriormente, en el sentido de la dependencia de la economía andaluza. (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

Esta circunstancia se agrava si se tiene en cuenta que algunas de las empresas se encuentran simultáneamente entre las mayores exportadoras y las mayores importadoras.

En cuanto a la distribución provincial de las importaciones andaluzas se observan unas características similares a las existentes al estudiar las exportaciones. Vuelve a hablarse de las dos áreas descritas anteriormente, Andalucía Oriental y Andalucía Occidental.

La proporción en cuanto al volumen de comercio se mantiene en la misma proporción de tres a uno en favor de Andalucía Occidental.

La cuestión más relevante es la estabilidad existente en el período analizado. Todas las provincias han incrementado el volumen de adquisiciones del exterior, oscilando la tasa de variación entre el 218% de Jaén y el 35% de Málaga. En este punto, señalar que Jaén partía de una base reducida, y, en consecuencia, pequeños incrementos permiten contabilizar tasas elevadas de crecimiento (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

Este hecho posibilita el que las variaciones en la composición estructural del comercio exterior mantengan mayor estabilidad que en el caso de las exportaciones.

Destacar que el enclave Cádiz-Huelva-Sevilla descrito anteriormente (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999) se mantiene al referirnos a las importaciones. Destaca Cádiz como la provincia que adquiere del exterior el mayor volumen de importaciones, le siguen Huelva y Málaga. Las provincias con menor nivel de actividad importadora vuelven a ser Córdoba, Granada, Almería, y Jaén.

Al analizar la estructura importadora de cada provincia, se reproduce la conclusión obtenida acerca del grado de concentración de las importaciones.

En este caso, se observan dos circunstancias bien diferenciadas. De un lado, se mantiene un alto grado de especialización en correspondencia con la de sus exportaciones, en tanto constituyen su primera materia. La participación porcentual de las importaciones, en este caso, ha permanecido estable durante el período considerado. De otro lado, se observa, en términos relativos, un comportamiento irregular en el resto de secciones y capítulos. Lo cual puede ser indicativo de la inexistencia de una economía consolidada.

Lo expuesto puede servir como base de reflexión acerca del grado de desarrollo de la economía de la Comunidad Autónoma, la situación de la industria, y el grado de dependencia de unos pocos productos, pertenecientes a sectores industriales tradicionales sometidos a duros ajustes.

El origen de las compras de los productos adquiridos por Andalucía, necesariamente ha de venir mediatizado por la composición y la estructura de aquellas. Son los países exportadores de petróleo los principales suministradores de Andalucía.

Sin embargo, puede hablarse de una relativa diversificación, en tanto ninguno de ellos mantiene una situación de monopolio sobre las compras de Andalucía. En general, existe una diversificación tanto de proveedores como de los productos adquiridos en cada uno de ellos, con la salvedad hecha de los países productores de petróleo. (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

Esta circunstancia permite una doble interpretación. De un lado, refleja el grado de apertura de la economía andaluza, aún cuando los volúmenes comerciales adquiridos sean reducidos. De otro lado, expresa el creciente aumento en la internacionalización de la economía.

Cuadro 5. Evolución de las exportaciones andaluzas a Portugal por secciones 1983-96 (En 10³ ptas.)

SECCIÓN	1983	1990	1995	1996	Tasa de variación 1996/83	Tasa de variación 1996/90
I	210.730	734.980	2.897.616	4.305.731	20,43	5,86
II	123.750	2.908.337	7.738.577	10.099.293	81,61	3,47
III	350	2.600.748	16.093.895	15.419.429	44.055,51	5,93
IV	2.710	427.505	5.018.015	8.528.719	3.147,13	19,95
V	658.450	4.699.901	3.378.432	6.435.776	9,77	1,37
VI	296.230	2.686.892	5.593.388	5.487.011	18,52	2,04
VII	10.300	348.627	933.325	1.255.710	121,91	3,60
VIII	1.090	68.394	215.300	372.932	342,14	5,45
IX	573.710	2.210.392	3.316.773	3.760.276	6,55	1,70
X	14.900	808.397	3.079.506	1.967.709	132,06	2,43
XI	147.890	1.443.252	1.861.680	2.648.395	17,91	1,84
XII	-	55.593	57.407	64.181		1,15
XIII	2.470	78.857	671.618	883.465	357,68	11,20
XIV	-	140.028	623.296	852.042		6,08
XV	1.238.580	5.538.298	15.029.139	12.144.994	9,81	2,19
XVI	181.070	849.978	2.386.409	4.682.337	25,86	5,51
XVII	542.600	2.131.648	3.859.129	6.890.062	12,70	3,23
XVIII	9.060	27.421	550.381	557.076	61,49	20,32
XIX	58.120	222	0	11.565	0,20	52,09
XX	-	202.720	760.422	1.176.811		5,81
XXI	-	149	0	0		-
OTROS	-	1.708.374	1.255.891	2.286.556		1,34
TOTAL	6.681.990	29.670.713	75.320.200	89.830.069	13,44	3,03

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

Las relaciones comerciales entre Andalucía y Portugal.

Resultados de la integración comercial

En un contexto de análisis, como el presente, en perspectiva histórica reciente, conviene reflexionar, si quiera, a título de ejemplo, sobre el efecto que la U.E. ha ejercido en la componente exterior de nuestra economía. A tal efecto, se estudian las relaciones comerciales entre dos economías fronterizas como Andalucía y Portugal.

El objetivo de este apartado es, por tanto, describir las relaciones comerciales entre Andalucía y Portugal, así como la evolución más reciente de las mismas. El análisis realizado comprende, para el caso de las exportaciones, desde 1983, cuando España y Portugal negociaban su integración en la, entonces, denominada C.E.E.⁵.

Las referencias a dicho momento permitirán, de forma parcial, comprender la importancia que la integración de España y Portugal ha tenido en el comercio de ambos países, en general, y de Andalucía, en particular. Además se podrán conocer los cambios cualitativos que se han producido en el comercio entre ambas regiones fronterizas.

Al abordar el estudio de las relaciones comerciales entre ambas regiones conviene diferenciar los flujos correspondientes a las exportaciones de los de las importaciones.

Si nos remontamos a períodos anteriores a la incorporación de España y Portugal a la U.E., los flujos comerciales, en general, y las exportaciones, en particular, pueden caracterizarse como exiguos, según se deduce del Cuadro 5. En el mismo se observa cómo

5. Para el período mencionado no se dispone de información regionalizada de las importaciones, por lo que resulta imposible referirse a las mismas y, consecuentemente, no se pueden obtener los datos relativos a la balanza comercial, tasa de cobertura e índice de ventaja comparativa revelada absoluta.

Cuadro 6. Estructura de las exportaciones andaluzas a Portugal por secciones 1983-96

SECCIÓN	1983	1990	1995	1996
I	3,15%	2,48%	3,85%	4,79%
II	1,85%	9,80%	10,27%	11,24%
III	0,01%	8,77%	21,37%	17,17%
IV	0,04%	1,44%	6,66%	9,49%
V	9,85%	15,84%	4,49%	7,16%
VI	4,43%	9,06%	7,43%	6,11%
VII	0,15%	1,17%	1,24%	1,40%
VIII	0,02%	0,23%	0,29%	0,42%
IX	8,59%	7,45%	4,40%	4,19%
X	0,22%	2,72%	4,09%	2,19%
XI	2,21%	4,86%	2,47%	2,95%
XII	0,00%	0,19%	0,08%	0,07%
XIII	0,04%	0,27%	0,89%	0,98%
XIV	0,00%	0,47%	0,83%	0,95%
XV	18,54%	18,67%	19,95%	13,52%
XVI	2,71%	2,86%	3,17%	5,21%
XVII	8,12%	7,18%	5,12%	7,67%
XVIII	0,14%	0,09%	0,73%	0,62%
XIX	0,87%	0,00%	0,00%	0,01%
XX	0,00%	0,68%	1,01%	1,31%
XXI	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
OTROS	0,00%	5,76%	1,67%	2,55%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

en 1983 el volumen de exportaciones a Portugal asciende a 6.700 millones de pesetas, cantidad que representa el 5% del total de las exportaciones andaluzas a la U.E.

A partir de dicha integración y tras el proceso de eliminación de barreras arancelarias, el flujo comercial entre ambas regiones fronterizas, y en concreto, las exportaciones, experimentan un crecimiento espectacular. Así, en 1996, el volumen de exportaciones alcanzaba los 90.000 millones de pesetas, lo que supone un crecimiento respecto a 1983 del 1.344%, equivalente a una tasa de crecimiento anual acumulativo del 20%, tasa muy superior a la experimentada por las exportaciones totales de Andalucía.

Sin ser tan espectaculares, también resulta importante señalar cómo se han triplicado las ventas de Andalucía a Portugal en el período 1990-96.

En cuanto a la estructura del flujo de exportaciones, del estudio del cuadro 6, se deduce un cambio cualitativo importante, en tanto, Andalucía se está especializando en las secciones III, XV y II, que representan el

17,17%; el 13,52%; y el 11,24%, respectivamente, del total exportado a Portugal en 1996.

Se trata en general de sectores de escasa elaboración que se apoyan en la penetración de capital extranjero para producir.

Respecto a las adquisiciones de Andalucía a Portugal, como se deduce de los cuadros 7 y 8, las conclusiones son similares a las expresadas para el flujo de exportaciones, en lo que respecta a la explosión comercial que se ha producido. No obstante, los resultados han sido menos espectaculares que los correspondientes a las exportaciones.

En concreto, la apertura a las importaciones procedentes de Portugal han seguido un ritmo similar al del conjunto de la economía andaluza. Su estructura, se corresponde con bienes de escasa elaboración, procedentes de un país escasamente industrializado y con un contenido elevado de mano de obra barata.

Una cuestión que puede resultar de interés, al estudiar las relaciones comerciales entre Andalucía y Portu-

Cuadro 7. Evolución de las importaciones andaluzas de Portugal por secciones 1990-96 (En 10³ Ptas.)

SECCIÓN	1990	1995	1996	Tasa de variación 1996/90
I	2.226.568	2.264.808	3.221.127	1,44
II	125.166	1.380.488	1.401.250	11,19
III	1.055.075	2.836.991	3.258.066	3,08
IV	1.078.135	2.759.970	3.326.715	3,08
V	7.334.625	8.525.609	5.667.300	0,77
VI	966.366	7.057.278	5.583.474	5,77
VII	908.478	1.773.977	1.405.922	1,54
VIII	3.282	22.748	31.826	9,69
IX	1.885.337	2.195.298	2.465.621	1,30
X	1.343.486	4.605.596	3.379.127	2,51
XI	961.123	1.172.208	1.421.279	1,47
XII	24.021	21.401	21.481	0,89
XIII	2.060.908	2.909.847	3.025.475	1,46
XIV	6.468	19.931	27.167	4,20
XV	2.385.014	3.997.649	3.324.985	1,39
XVI	1.294.176	1.463.618	1.619.836	1,25
XVII	490.555	1.010.486	513.118	1,04
XVIII	41.643	48.304	128.789	3,09
XIX	18.160	15.168	20.946	1,153
XX	406.866	317.312	346.123	0,85
XXI	1.965	979	13.835	7,04
OTROS	5.053	2.292	0	0
TOTAL	24.622.470	44.401.960	40.203.462	1,63

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

Cuadro 8. Estructura de las importaciones andaluzas de Portugal por secciones 1990-96

SECCIÓN	90	95	96
I	9,04%	5,10%	8,01%
II	0,51%	3,11%	3,49%
III	4,29%	6,39%	8,10%
IV	4,38%	6,22%	8,27%
V	29,79%	19,20%	14,10%
VI	3,92%	15,89%	13,89%
VII	3,69%	4,00%	3,50%
VIII	0,01%	0,05%	0,08%
IX	7,66%	4,94%	6,13%
X	5,46%	10,37%	8,41%
XI	3,90%	2,64%	3,54%
XII	0,10%	0,05%	0,05%
XIII	8,37%	6,55%	7,53%
XIV	0,03%	0,04%	0,07%
XV	9,69%	9,00%	8,27%
XVI	5,26%	3,30%	4,03%
XVII	1,99%	2,28%	1,28%
XVIII	0,17%	0,11%	0,32%
XIX	0,07%	0,03%	0,05%
XX	1,65%	0,71%	0,86%
XXI	0,01%	0,00%	0,03%
OTROS	0,02%	0,01%	0,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración

gal, se refiere a su balance del comercio exterior, en cuanto al saldo comercial, la tasa de cobertura del comercio exterior, así como a la ventaja comparativa revelada absoluta.

Como se deduce de los cuadros 9 y 10, el balance comercial, en el período analizado, es muy favorable para Andalucía, que termina 1996 con un superávit en la balanza comercial de 50.000 millones de pesetas y mantiene unos índices de cobertura elevados, en torno al 226%, en 1996. Estas cifras han sido el resultado de una evolución favorable para Andalucía en el período 1996 – 90.

De otro lado, cabe indicar que Andalucía ha mantenido el crecimiento de su ventaja comparativa en la mayoría de las secciones, especialmente, en las que representan un bajo contenido tecnológico y las procedentes de sectores con escasa elaboración, como se decía anteriormente. Destacan los sectores de alimentación, pieles, perlas finas e instrumentos de óptica y fotografía.

Por su parte, Portugal presenta ventajas comparativas en los sectores de materias primas y otras manufacturas como objetos de arte.

Cuadro 9. Balanza comercial Andalucía-Portugal por secciones 1990-96 (En 10³ Ptas.)

SECCION	SALDO COMERCIAL			VENTAJA COMPARATIVA REVELADA ABSOLUTA		
	90	95	96	90	95	96
I	-1.491.588	632.808	1.084.604	-0,50	0,12	0,14
II	2.783.171	6.358.088	8.698.042	0,92	0,70	0,76
III	1.545.673	13.256.904	12.161.363	0,42	0,70	0,65
IV	-650.630	2.258.045	5.202.004	-0,43	0,29	0,44
V	-2.634.724	-5.147.177	768.476	-0,22	-0,43	0,06
VI	1.720.526	-1.463.889	-96.464	0,47	-0,12	-0,01
VII	-559.851	-840.652	-150.212	-0,45	-0,31	-0,06
VIII	65.112	192.552	341.106	0,91	0,81	0,84
IX	325.055	1.121.475	1.294.656	0,08	0,20	0,21
X	-535.089	-1.526.089	-1.411.418	-0,25	-0,20	-0,26
XI	482.129	689.472	1.227.115	0,20	0,23	0,30
XII	31.572	36.006	42.700	0,40	0,46	0,50
XIII	-1.982.051	-2.238.229	-2.142.009	-0,93	-0,62	-0,55
XIV	133.560	603.365	824.875	0,91	0,94	0,94
XV	3.153.284	11.031.490	8.820.009	0,40	0,58	0,57
XVI	-444.198	922.791	3.062.501	-0,21	0,24	0,49
XVII	1.641.093	2.848.642	6.376.944	0,63	0,58	0,86
XVIII	-14.222	502.077	428.287	-0,21	0,84	0,62
XIX	-17.938	-15.168	-9.381	-0,98	-1,00	-0,29
XX	-204.146	443.110	830.688	-0,33	0,41	0,55
XXI	-1.816	-979	-13.835	-0,86	-1,00	-1,00
OTROS	1.703.321	1.253.599	2.286.556	0,99	1,00	1,00
TOTAL	5.048.243	30.918.240	49.626.606	0,09	0,26	0,38

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

De lo anterior puede concluirse que:

1. Las relaciones comerciales entre Andalucía y Portugal han experimentado un crecimiento espectacular que no está agotado y que debe continuar en los próximos años.
2. Esta apertura ha sido propiciada, en su mayor medida, por la integración de España y Portugal a la U.E.
3. Hasta ahora, el balance comercial ha sido positivo para Andalucía.
4. Los productos objeto de intercambio han sido de bajo contenido tecnológico y los procedentes de sectores con escasa elaboración.

Teniendo en cuenta lo anterior, parece evidente que el futuro debe propiciar que estas dos regiones fronterizas estrechen sus relaciones comerciales en el futuro inmediato. A este fenómeno debe contribuir especialmente la implantación de la U.M.E.

Cuadro 10. Tasa de cobertura del comercio exterior andaluz con Portugal por secciones 1990-96

Sección	90	95	96
I	33,01%	127,94%	133,67%
II	2323,58%	560,57%	720,73%
III	246,50%	567,29%	473,27%
IV	39,65%	181,81%	256,37%
V	64,08%	39,63%	113,56%
VI	278,04%	79,26%	98,27%
VII	38,37%	52,61%	89,32%
VIII	2083,91%	946,46%	1171,79%
IX	117,24%	151,09%	152,51%
X	60,17%	66,86%	58,23%
XI	150,16%	158,82%	186,34%
XII	231,43%	268,25%	298,79%
XIII	3,83%	23,08%	29,20%
XIV	2164,94%	3127,23%	3136,34%
XV	232,21%	375,95%	365,26%
XVI	65,68%	163,05%	289,06%
XVII	434,54%	381,91%	1342,78%
XVIII	65,85%	1139,40%	432,55%
XIX	1,22%	0,00%	55,21%
XX	49,82%	239,64%	340,00%
XXI	7,58%	0,00%	0,00%
OTROS	33809,10%	54786,33%	
TOTAL	120,50%	169,63%	223,44%

Fuente: I.E.A. Varios años. Elaboración propia.

Balance del comercio exterior de Andalucía

Por último, nos referiremos al balance del comercio exterior de Andalucía. El saldo comercial de Andalucía es de 5.362 millones de pesetas, que comparado con el volumen total del comercio exterior, indica que prácticamente está equilibrado. Sin embargo, su comportamiento no ha sido uniforme en el período analizado ni resulta homogéneo desde una perspectiva estructural.

Respecto a su evolución temporal, ha mantenido un comportamiento errático, para finalizar el período en situación de reducido superávit de 18.882 millones de pesetas (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

Estos datos apoyan las conclusiones obtenidas en apartados anteriores sobre el comportamiento de las exportaciones, lo cual puede interpretarse, además, como el resultado de una falta de política comercial, por parte de las empresas, hacia los mercados exteriores, a donde se acude, principalmente, en caso de atonía y debilidad de la demanda interna.

Frente a esta política, los proveedores de la economía andaluza parece que mantienen una actitud distinta, en tanto abordan los mercados para satisfacer las necesidades de los consumidores de forma continuada, adaptándose a sus necesidades a medio y largo plazo.

En cuanto al aspecto estructural, la sección V: “Productos minerales, combustibles...” mantiene el mayor déficit comercial del conjunto del comercio exterior. Además, el déficit ha persistido, en su magnitud, durante el período analizado.

Si atendemos a la naturaleza de la sección deficitaria que analizamos, parece evidente que se trata de adquisiciones de primera materia para su posterior transformación y comercialización, bien en el mercado nacional, bien en el internacional. En consecuencia,

resulta difícil profundizar en su conocimiento sobre el impacto que tiene en la economía andaluza⁶.

Si se excluye el déficit de la sección V el resultado es de superávit en todos los períodos analizados. De su estudio se deduce la escasa atención dedicada a la adquisición de equipos que pueden contribuir a forjar un entramado productivo.

Han obtenido superávit las secciones correspondientes con productos del sector primario, extractivo y transformados del sector primario con poco grado de elaboración. En concreto, se trata de “Productos del reino vegetal”, “Metales comunes y sus manufacturas”, “Grasas y Aceites” y “Productos de las industrias alimentarias”.

Respecto al grado de cobertura del comercio exterior, se observa un comportamiento de todas las secciones del arancel en el período analizado, que no puede establecerse alguna tendencia clara que permita realizar predicciones sobre su comportamiento. De ello se deduce la inexistencia de estrategias comerciales de apertura a mercados extranjeros de las empresas ubicadas en Andalucía (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

En general, se confirman las conclusiones descritas en los apartados anteriores. Es decir, el comercio exterior andaluz está especializado en el sector primario y en productos transformados con poco grado de elaboración. También se detecta la adquisición de productos primarios que responden a una mayor tecnología de fabricación. Así mismo, el déficit en bienes de inversión hace que planteen serias dudas acerca del proceso de industrialización de la región.

Respecto de las ventajas comparativas absolutas, en general, han experimentado una leve recuperación en el período base del estudio, aunque ésta no ha sido homogénea en todos los sectores. Además, como se ha puesto de manifiesto en reiteradas ocasiones, su comportamiento ha sido errático, compatible con una falta de política de expansión comercial y empresarial (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999).

6. Para evitar estas incertidumbres propugnamos como metodología de investigación del comercio exterior regional la que permite conocer tanto las exportaciones que tienen su origen en la Comunidad Autónoma, independientemente del lugar de comercialización o de la sede social de la empresa, como las importaciones que se aplican y utilizan en la actividad productiva desarrollada en la correspondiente autonomía.

Posiblemente no sea aventurado indicar que el comercio exterior andaluz y por ende la economía andaluza, estén supeditados a las decisiones que se adoptan en centros de dirección ubicados fuera de Andalucía. Ello es sinónimo de enclaves productivos localizados en áreas geográficas sobre la base de las ventajas de localización que se les ofrezcan en cada momento.

Se echa en falta una composición del comercio exterior que se corresponda con una economía sólida, moderna y con perspectiva de futuro, comprometida con la sociedad en donde desenvuelve su actividad.

Comportamiento y características de las empresas exportadoras. Una aproximación

Dado que las exportaciones son el resultado, entre otros factores, del esfuerzo desarrollado por las empresas, conviene hacer referencia a la participación de las empresas en el comercio exterior, así como la ubicación de su domicilio fiscal o centro de toma de decisiones.

Hay varios rasgos, en la empresa exportadora española, y por ende la andaluza, según se ha puesto de manifiesto en distintos estudios (Alonso, J. A. y Donoso, V., 1989), que condicionan sus estrategias: el tamaño, la gestión y organización, y el grado de integración en holdings empresariales, fruto del proceso de globalización de los mercados⁷.

Mayor importancia reviste la política de la empresa respecto a la decisión de concentrar o dispersar su

acción sobre pocos o muchos países. Esta decisión va a afectar a la dimensión de la empresa. Una empresa con medios económicos y humanos puede lanzarse a numerosos mercados extranjeros, mediante una acción total. Una empresa pequeña o mediana deberá reducirse, necesariamente, a pocos mercados ya que no puede controlar su acción de un modo efectivo⁸.

El tamaño es una de las variables más utilizadas para caracterizar a las empresas, tanto para clasificarlas como para interpretar sus comportamientos y resultados. Existe una presunción acerca de las ventajas del mayor tamaño empresarial para obtener mejores resultados exportadores. Así mismo, se supone que la proporción de empresas que exportan crece con el tamaño (Alonso, J. A. y Donoso, V.; 1989).

Sin embargo, no todos los factores económicos apuntan en la misma dirección. Aquellos relacionados con la estructura de los mercados, como la concentración o la diferenciación de productos, pueden arrojar resultados más ambiguos. También, la relación entre el volumen de exportaciones y el total de ventas decrece monótonamente a medida que aumenta la dimensión de la empresa⁹.

Las ventajas frente al exterior estarán, por tanto, del lado de aquellas empresas capaces de detectar y explotar sus capacidades competitivas en el escenario internacional.

De una primera aproximación a la realidad empresarial andaluza, se deduce su reducida dimensión (Díez de Castro, E. P., 1995; pp. 54-55), ya que existen pocas empresas con un tamaño importante. Casi el 80 por 100 de las empresas cuentan con menos de cinco trabajadores; entidades que en algunos países como Francia son clasificadas dentro del epígrafe genérico de “trabajo artesano”.

7. Teniendo en cuenta que el comercio exterior de Andalucía se apoya en la existencia de grandes grupos que mantienen sus centros decisionales fuera de nuestra Comunidad, resulta necesario comprender y conocer las características de las empresas exportadoras, a nivel nacional, para poder tomar decisiones sobre las estrategias más adecuadas para estimular la salida al exterior de las empresas andaluzas.

8. “La experiencia en España apunta a una cierta dispersión en numerosos mercados por parte de las pequeñas y medianas empresas” (Abadía, T., 1987; p. 146).

9. Ello suscita dos observaciones de interés para la gestión del comercio exterior. La primera es la mayor importancia relativa del mercado interior para la gran empresa que para la PYME. La segunda observación se basa en incrementar el tamaño de las unidades, puesto que, si bien es cierto que la gran empresa tiene mayor probabilidad de exportar y mayor exportación media, también lo es que su propensión a exportar es inferior a la de las PYMES.

En el otro extremo, el conjunto de las grandes empresas es sumamente reducido e incluye muchas empresas que no tienen capital andaluz, las cuales disponen de grandes plantas o establecimientos en nuestra región. Andalucía tampoco cuenta con un gran número de empresas de tamaño medio que sirva de caldo de cultivo para una dinamización del tejido empresarial. Ello nos permite reflexionar en el potencial de nuestra economía si se produjesen procesos de unión-fusión que dotasen de mayor tamaño a nuestras empresas.

De otro lado, como hemos puesto de manifiesto en otras publicaciones (Ruiz Bravo, G. *et al.*; 1999): “... puede indicarse que en el año 1992 las diez primeras empresas que venden sus productos en el exterior mantienen un porcentaje de participación del 55%, porcentaje inferior al 64% de 1991. Estas cifras dan idea del grado de dependencia de la economía andaluza, así como del hecho de que nuevas empresas están aproximándose a los mercados exteriores mientras otras incrementan sus ventas al exterior.

Otro factor a resaltar es el referente al número de estas diez empresas que mantienen sede social fuera de Andalucía. Las cifras disponibles permiten hablar de un estancamiento de su número, si bien éste resulta suficientemente significativo en tanto representan casi la mitad del número de las grandes empresas exportadoras.

En consecuencia, el grado de dependencia de la economía andaluza vendrá condicionado por el comportamiento de unas pocas empresas, alguna de las cuales (las más importantes) sólo mantienen centros productivos en Andalucía, mientras los centros decisivos, a nivel de empresa, se encuentran fuera de la Comunidad Autónoma.

En conclusión, puede señalarse la debilidad de la economía andaluza, en tanto que la estructura de su comercio exterior es inestable y dependiente de un número reducido de empresas, lo que hace especialmente vulnerable a la evolución de las mismas”.

Así mismo, puede indicarse que apenas el 0,5 por 100 de empresas andaluzas exportan lo que pone de mani-

fiesto la reducida cifra de empresas andaluzas que venden al exterior (Díez de Castro, E. P., 1995). El análisis provincial demuestra que la distribución de estas empresas no es proporcional al número de empresas residentes en cada una de ellas.

Provincias con un reducido número de empresas, como ocurre con Cádiz, Almería o Huelva, se sitúan en los primeros puestos en la jerarquía de exportación. La presencia de una agricultura competitiva en algunas de las comarcas de ese litoral, junto con la existencia de establecimientos de importantes empresas multinacionales, puede justificar esa desviación respecto a la proporcionalidad.

La participación en empresas andaluzas y la pertenencia de éstas a determinados grupos permite, en un primer momento, una acción más eficaz en el exterior, si bien tiene el inconveniente de su subordinación a las políticas globales, sea del grupo o de la casa central, con efectos apreciables sobre el comercio exterior.

También implica un mayor control de los elementos que integran una política de marketing. Ello se aprecia en el mayor contenido de diseño de los productos que exporta, bien sea éste propiedad de la empresa o bien variante de uno ajeno, presumiblemente de la casa matriz¹⁰.

Otra variable a considerar, por la incidencia que tiene en la economía andaluza, según se ponía de manifiesto más arriba, es la globalización de los mercados. La integración en la UE ha puesto de manifiesto el crecimiento espectacular de las relaciones comerciales entre los países que la integran. Así, se ha analizado, a título de ejemplo, la evolución del comercio con Portugal, país con el que se han mejorado las relaciones comerciales que en períodos anteriores podían considerarse casi como inexistentes.

En cuanto a las corrientes de inversión que este fenómeno produce, es sabido que España y Andalucía participan con notable intensidad en tales flujos, especialmente en cuanto destinataria de capitales extranjeros.

En su conjunto, un balance de lo que puede aportar la presencia extranjera a una estrategia nacional de exportación

10. En la misma dirección apunta el hecho de que, a medida que crece la presencia de capital foráneo, aumenta el porcentaje de productos exportados bajo marca, siendo particularmente alta la exportación bajo marca ajena, como era de esperar en empresas controladas por capital foráneo

tación debe incluir al menos los dos puntos siguientes. Por una parte, superior tecnología de gestión y de organización de las ventas exteriores, de la que pueden beneficiarse las empresas participadas, pero también en cierta medida el resto de las empresas españolas. A ello hay que añadir el mayor grado de control que las citadas unidades ejercen sobre el proceso de distribución y comercialización, y cuya base debe buscarse en las sinergias derivadas de su relación con una casa central o un grupo empresarial en el exterior.

Por otra parte, hay que subrayar determinados aspectos de influjo adverso, como puede ser la subordinación de las estrategias de estas empresas a las decisiones de sus casas centrales, o de los holdings en que están integradas; un buen ejemplo de ello es la política de exportación/importación que desarrollan, cuyo resultado neto es claramente más desfavorable, tanto en lo tecnológico como en lo comercial, que el obtenido por las empresas de capital sólo español.

Para abordar la actividad exportadora es preciso que en la empresa coincidan una serie de factores que podríamos resumirlos en la disposición de un producto o productos exportables, pedidos procedentes del exterior y una clara vocación internacional de la empresa.

En el caso de Andalucía, coincidimos con los resultados obtenidos en otras investigaciones (Díez de Castro, E. P.; 1995), al señalar que entre los factores impulsores hacia la penetración en los mercados exteriores destaca el producto que se ofrece en nuestra Comunidad. Éste viene marcado por los sectores económicos que la integran, en los cuales se observa cómo la inmensa mayoría de las empresas (casi un 70 por 100) se sitúa en el sector terciario o de servicios y sólo un reducido número (en torno al 16 por 100) son firmas industriales.

El mantenimiento de un flujo regular de exportaciones se facilita cuando está integrado en la estrategia general de la empresa. Es decir, cuando no responde sólo a dificultades coyunturales de la demanda interna o a pedidos episódicos de la demanda externa.

A tenor de los datos presentados se deduce que las empresas andaluzas no tienen una arraigada vocación exportadora, siendo el número de empresas que venden en los mercados extranjeros reducido y se concentran en sectores muy específicos. Esta es una situación que necesariamente ha de cambiar en el futuro, pero este cambio no se producirá de forma automática o natural,

sino que exige el esfuerzo y la voluntad estratégica de las firmas de nuestra región.

En general, la imagen que refleja la información analizada es la de un colectivo empresarial que, en conjunto, dista mucho de haber incorporado las exportaciones a su estrategia global. Así como que las empresas exportan bajo la presión de una demanda interna débil, comportamiento que difícilmente es compatible con una planificación estratégica de los mercados extranjeros.

La empresa se ve impulsada a estudiar una estrategia de penetración en los mercados exteriores por muy diversas causas, que van desde la estrechez del mercado local o nacional al aumento de la rentabilidad, pasando por la optimización del ciclo de vida de un producto, la búsqueda de nuevos mercados, etc.

Para muchas de estas empresas exportadoras el establecimiento en el exterior es más que una técnica en su actividad de expansión internacional, una necesidad vital. Entre las distintas formas de implantación en el exterior cabe citar: agentes o representantes comerciales, transferencia de tecnología, franquicia, establecimiento permanente, filiales, agrupaciones y *joint-ventures* y acción colectiva.

La empresa frente a los mercados exteriores puede adoptar diferentes estrategias. Ello dependerá de un análisis detallado de cada uno de los mercados. En unos países existirá la posibilidad exclusivamente de exportar; en otros, el modo de penetración más adecuado será la concesión de licencias; ciertos mercados revelarán una demanda tan extraordinaria del producto que la empresa decidirá implantarse.

La exportación y la internacionalización de la empresa española, en general, y la andaluza, en particular, se ven directamente afectadas por el marco macroeconómico general, que presenta hoy algunos aspectos favorables y otros desfavorables. Por ejemplo, la bonanza económica internacional, el desequilibrio de las balanzas comerciales, la carencia de recursos financieros de muchos países compradores, la exportación de bienes de equipo o de grandes proyectos que exigen unas condiciones financieras especiales y la dura competencia entre las naciones industrializadas, hacen que las facilidades financieras y la concesión de aplazamientos se conviertan en una salida racional para incrementar las ventas en el exterior.

Este es el caso de los exportadores españoles que, ante la necesidad de ser competitivos en los mercados exteriores, han de conceder amplios plazos a sus clientes extranjeros, en general, muchos más largos que los aplicados en los mercados domésticos, por lo que precisan disponer de los medios financieros suficientes para poder desarrollar su actividad en las mejores condiciones posibles.

En consecuencia, parece esencial una financiación eficiente en las exportaciones, con el aprovechamiento de todos los medios disponibles, tales como las ayudas, subvenciones y préstamos blandos. Las autoridades comunitarias, nacionales y autonómicas han puesto en marcha políticas económicas de apoyo materializadas en diferentes medidas e instrumentos financieros que permitan a los empresarios desarrollar su actividad habitual en condiciones competitivas, especialmente para las PYMES exportadoras donde la problemática financiera es padecida de forma más acusada que en el resto de las empresas.

Fruto de esas medidas financieras de ayuda a las PYMES se genera un importante flujo de recursos disponibles; pero, aunque parezca sorprendente, esa abundancia de dinero barato puede convertirse, y de hecho así está ocurriendo en España, en un problema debido a los numerosos organismos que distribuyen las ayudas, al desperdigamiento de las ofertas, al elevado número de modalidades en vigor y, esto es lo más grave, al desconocimiento de tales mecanismos de financiación (una gran cantidad de empresas desconocen la existencia de dichos sistemas de obtener dinero barato).

Las consecuencias de tal ignorancia, sobre todo para las PYMES y, por tanto, para la economía andaluza, son manifiestamente importantes, pues al desaprovechar estas oportunidades crediticias tienen que financiarse a tipos de interés mucho más caros y el resultado es que bastantes de los proyectos acometidos por dichas empresas no se llegan a realizar, nacen hipotecados o salen a flote con grandes dificultades, consecuencia de una financiación excesivamente costosa, cuando la consiguen, debido a que sus gestores ignoran las posibilidades existentes para financiarse con fondos oficiales, sensiblemente bonificados.

Por esta razón presentamos en el cuadro que sigue el amplio abanico de fórmulas de financiación comercial disponibles, dejando al margen otras modalidades de financiación, como la capacidad de autofinanciarse las

empresas, el mercado de valores o los llamados instrumentos de ingeniería financiera (swaps, FRN's, RUF's, etc).

Financiación comercial

Financiación mutua entre los sujetos directos	- Importador-exportador - Exportador-importador
Recursos facilitados por las entidades financieras	- Entidades de crédito-exportador - Formas especiales
Financiación con apoyo oficial	- Administración Central-exportador - Comunidades Autónomas-exportador
Financiación multilateral	- Instituciones internacionales-exportador - Organismos comunitarios-exportador

Fuente: Hernández Muñoz, L., 1996; p. 61.

Conclusiones

En términos globales, el balance del comercio exterior andaluz, en el período 1990-96, puede considerarse como positivo, en tanto ha supuesto un incremento del 106%, equivalente a una tasa de crecimiento anual acumulativa del 10,84%. No obstante lo anterior, se aprecia una cierta inestabilidad en el comportamiento de las exportaciones, como se pone de manifiesto al analizar con mayor profundidad cada una de las secciones relevantes.

En cuanto a la estructura de las exportaciones, Andalucía se especializa en aquellas exportaciones que proceden de industrias enclavadas en puntos concretos de Andalucía y que producen para la exportación; industria extractivas, y productos alimenticios, con escaso grado de elaboración. Se observa, sin embargo, como carencia significativa, reducidas exportaciones en las secciones de equipos industriales.

Ello nos invita a una doble reflexión sobre si el dinamismo de la economía andaluza, entendido en relación con aquellas empresas que producen para los mercados competitivos exteriores, descansa, sistemáticamente, sobre sectores que mantienen una clara posición exportadora, y si se trata de sectores con futuro.

Otro aspecto a considerar es el referente al grado de dependencia de la economía andaluza vendrá condicionado por el comportamiento de unas pocas empresas,

alguna de las cuales (las más importantes) sólo mantienen centros productivos en Andalucía, mientras los centros decisionales, a nivel de empresa, se encuentran fuera de la Comunidad Autónoma.

Respecto al origen de las exportaciones andaluzas, éstas se concentran mayoritariamente en Andalucía Occidental, correspondiendo el resto a Andalucía Oriental. Esta composición estructural existente al finalizar el período, es similar a la del principio del mismo. Además, se observa cómo se refuerza el triángulo Sevilla, Cádiz, Huelva. También, se pone de manifiesto la correspondencia existente en cada provincia entre los productos más exportados y sus sectores más relevantes. De esta forma, se corrobora la relación existente entre las exportaciones y sectores más dinámicos de la economía.

En resumen, puede decirse que las exportaciones andaluzas mantienen un comportamiento y una estructura correspondiente con el de una economía poco desarrollada, con distintos enclaves productivos, cuyos centros de decisión se encuentran fuera de Andalucía. Al mismo tiempo, puede hablarse de una industria que trata de aprovechar los recursos naturales con que cuenta la región, si bien, es aún significativo el porcentaje de primeras materias que se transforman fuera de la Comunidad.

En cuanto al destino las exportaciones andaluzas, se deduce su orientación y vocación europea que atiende la demanda interna diferenciada de cada uno de los países miembros. En general, se aprecia una cierta estabilidad en cuanto a los productos adquiridos por la U.E. y a la importancia relativa de cada uno de ellos. Esta circunstancia que se repite en la última década, puede considerarse un elemento positivo desde la perspectiva de penetración en los mercados de la U.E. y de especialización en la producción, lo que permitirá, al mismo tiempo, mantener las ventajas competitivas de la economía andaluza.

En cuanto a las importaciones, la característica general es la diversificación de las mismas. Además, si descontamos el importe de la sección de “Productos minerales”, el volumen total de importaciones es relativamente pequeño, produciéndose un superávit en la balanza comercial. Superávit que no se justifica por el volumen de actividad, sino como el resultado de una economía débil que se basa, fundamentalmente, en el sector primario y extractivo, en productos escasamente elabora-

dos y en algunos enclaves industriales de escaso futuro. En definitiva, no puede hablarse de una estructura que se corresponda con la de una economía desarrollada.

En este sentido, la escasa relevancia de las importaciones no permite deducir que la economía apueste por inversiones tendentes a recuperar un tejido industrial ni que exista una política de sustitución de importaciones que mejore la capacidad competitiva de la economía andaluza.

Respecto de las ventajas comparativas absolutas, se ha experimentado una leve recuperación en el período base del estudio, aunque ésta no ha sido homogénea en todos los sectores. Además, como se ha puesto de manifiesto en reiteradas ocasiones, su comportamiento ha sido errático, compatible con una falta de política de expansión comercial y empresarial.

Reducida dimensión de la empresa andaluza ya que existen pocas empresas con un tamaño importante. En el otro extremo, el conjunto de las grandes empresas es sumamente reducido e incluye muchas empresas que no tienen capital andaluz, las cuales disponen de grandes plantas o establecimientos en nuestra región.

Un porcentaje mínimo de empresas andaluzas exportan, lo que pone de manifiesto la reducida cifra de empresas andaluzas que venden al exterior. El análisis provincial demuestra que la distribución de estas empresas no es proporcional al número de empresas residentes en cada una de ellas.

Para abordar la actividad exportadora es preciso que en la empresa coincidan una serie de factores que podríamos resumirlos en la disposición de un producto o productos exportables, pedidos procedentes del exterior y una clara vocación internacional de la empresa.

A tenor de los datos presentados se deduce que las empresas andaluzas no tienen una arraigada vocación exportadora. En general, la imagen que refleja la información analizada es la de un colectivo empresarial que, en conjunto, dista mucho de haber incorporado las exportaciones a su estrategia global.

Esta es una situación que necesariamente ha de cambiar en el futuro, pero este cambio no se producirá de forma automática o natural, sino que exige el esfuerzo y la voluntad estratégica de las firmas de nuestra región.

Entre las distintas formas de implantación en el exterior cabe citar: agentes o representantes comerciales, transferencia de tecnología, franquicia, establecimiento permanente, filiales, agrupaciones y joint-ventures y acción colectiva.

Lo anterior justifica que se continúen realizando esfuerzos a fin de que las empresas de nuestra Comunidad puedan mejorar sus niveles de competitividad y se avance en la conquista estable de mercados extranjeros.

Bibliografía

CENTRE DE DÉVELOPPEMENT (1994): *Globalisation et regionalisation: quels enjeux pour les pays en développement*. OCDE.

GARCÍA LIZANA, A. Y OTROS (1986): "Autonomía e internacionalización de la economía andaluza. Un ensayo sobre crecimiento regional y dependencia". *Revista de Pensamiento Iberoamericano*, 10, julio-diciembre, pp. 333-349.

- (1997): "Proceso de globalización y relaciones internacionales" en *Economía andaluza*. Algaida, pp. 261-301.

MARTÍNEZ ESTEVE, A. y OTROS (1982): *Dinámica exportadora del País Valenciano*. Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana. Valencia.

RUIZ BRAVO, G. Y RUIZ MOLINA, A. (1985): "Las exportaciones andaluzas". *Revista de Estudios Andaluces*, 4.

- (1990): "El comercio exterior de Extremadura en 1990". En Tablas *INPUT-OUTPUT* y *Contabilidad Regional de Extremadura*. Junta de Extremadura.

RUIZ MOLINA, A. (1990): "Las exportaciones andaluzas en 1985-1986" en *Homenaje al profesor Juan Sánchez La Fuente*. Universidad de Málaga.

RUIZ MOLINA, A. y GARCÍA MESTANZA, J. (1995): "El comercio exterior de Málaga en 1990-94". en *Presente y futuro de la provincia de Málaga*. Diputación Provincial de Málaga.