

---

# Relación entre sector exterior y competitividad en la economía andaluza

Gema DE CABO SERRANO

## 1. Introducción

Los cambios que la economía mundial y, en especial, la economía de la Unión Europea (UE) están experimentando en la última década, llevan asociados importantes transformaciones de sus características básicas. Así, el proceso de globalización de la economía internacional está generando un importante impacto sobre los aspectos imperantes tradicionales de las relaciones comerciales entre las distintas áreas geográficas, que constituye un incentivo más para la modificación y adaptación del tejido empresarial y de la estructura productiva de una economía. De forma más cercana e influyente, este efecto comienza a notarse con la creación del mercado único de la UE, cuya consolidación exige la aplicación de estrategias que permitan el aumento de la competitividad de su economía en general y, por tanto, de las economías nacionales y regionales que la integran.

El desarrollo de una economía está íntimamente asociado a su posición competitiva con respecto a otras economías. Pero *competitividad* es un término abstracto que, sin embargo, resume el grado de evolución de un conjunto de características esenciales de toda economía, entre las que destacan, el nivel de productividad, el grado de movilidad de los factores productivos, el esfuerzo de capitalización de las industrias, la velocidad de aplicación de ajustes estructurales, la especialización y diversificación productiva adaptada a la demanda, o el grado de incorporación de nuevas tecnologías de la información a los sistemas productivos y de gestión empresarial. Y en con-

sonancia con estos factores, uno clave, la capacidad de adaptación a choques inesperados de oferta o demanda, y al nuevo orden comercial internacional basado en mercados cada vez más abiertos y con menos restricciones para el acceso a bienes, servicios, conocimientos y capitales.

Esto significa que la ventaja competitiva, asociada tradicionalmente al precio, al clima o a la dotación de recursos naturales, comienza a basarse cada vez con más fuerza en los factores señalados más arriba, como consecuencia de la creciente apertura de las economías regionales y nacionales y su mayor presencia en los mercados internacionales.

En este contexto, la actividad comercial exterior de una región proporciona un reflejo de su grado de madurez y desarrollo, además de ser un buen indicador del cambio estructural de su economía. Así, la especialización y la concentración o diversificación de las exportaciones ponen de manifiesto la especialización productiva, mientras que las importaciones señalan las debilidades de la producción y las principales pautas de consumo.

Andalucía se encuentra sumergida en pleno proceso de modernización, desarrollo e integración con las economías de su entorno geográfico. Los últimos cinco años ofrecen unos resultados en términos de Valor Añadido Bruto (VAB) a precios constantes de 1995 y de empleo que pueden calificarse de optimistas, con un crecimiento medio anual en el periodo 1996-2000 de ambas magnitudes (3,8% el VAB y 4,6% el em-

pleo<sup>1</sup>) superior en dos y ocho décimas, respectivamente, a sus homólogos de España.

La transformación de la actividad comercial exterior de Andalucía ha contribuido a esta evolución positiva de su economía. Este fenómeno, paralelo al experimentado en España y abordado por Cuevas (2000), Rato (2000), Subdirección de Estudios del Sector Exterior del Ministerio de Economía (2000, 2001b), Carmona y Florido (2001), entre otros, se ha traducido en los siguientes logros del sector exterior andaluz: (1) el incremento del grado de apertura exterior<sup>2</sup> de la economía andaluza, alcanzando el 27% en el año 2000 frente al 21% en 1995, (2) la moderación paulatina de la importancia relativa de las ventas al exterior de los productos agroalimentarios, y (3) la creciente concentración de las exportaciones en los mercados más desarrollados, como la UE al que se destinaron el 67,7% de las exportaciones totales andaluzas en el año 2000, ocho puntos porcentuales más que en 1995.

No obstante, la actividad comercial andaluza presenta características propias de una economía poco diversificada y en proceso de madurez, en la que prima el peso de los productos agroalimentarios y las materias primas en sus exportaciones, en detrimento de los bienes de consumo y de capital, más importantes, sin embargo, en términos de valor añadido. Aunque comienza a apuntar cierto grado de comercio intraindustrial, es decir, de flujos de compra y venta al exterior de productos similares, propio de una economía más abierta y diferenciada.

A continuación se realiza un análisis del sector exterior andaluz y de su contribución a la mejora de la posición competitiva de Andalucía con respecto a su entorno económico en los últimos años.

Este artículo se organiza en cuatro secciones. Tras la Introducción, en la sección 2 se estudia la posición competitiva de Andalucía con respecto a sus principales socios comerciales. En la sección 3 se analizan las principales características y la evolución reciente del comercio exterior de Andalucía, así como sus incipientes transformaciones orientadas a mejorar la competitividad de la economía andaluza. Y en la sección 4 se resumen las principales conclusiones.

## 2. Medida de la competitividad

Una medida posible de la competitividad de una economía es comparar las tasas de crecimiento de su Producto Interior Bruto (PIB) per cápita y sus tasas de empleo, con las correspondientes a las de los países con los que mantiene relaciones comerciales, siguiendo la aplicación de la Comisión Europea (2000). Si dichas tasas son elevadas y presentan una evolución creciente que supera a las de sus competidores, entonces está aumentando su competitividad. Y todo ello teniendo en cuenta el proceso de convergencia real entre las economías consideradas.

Los principales países destino y origen de los flujos comerciales de Andalucía son el resto de España y la UE. Si se comparan los años 1996 y 2000, el proceso de convergencia real de Andalucía no ha sido homogéneo con respecto a estas áreas económicas (Tabla 1). Así, en términos de PIB per cápita a precios constantes de 1995 según Paridad de Poder de Compra (PPC), el retraso de Andalucía respecto a España no se ha reducido, alcanzándose en ambos años un índice de convergencia real del 73,9%. Por el contrario, respecto a la UE la convergencia real ha mejorado en más de 3 puntos porcentuales, alcanzando el 61,2% en 2000. Si la comparación se extiende al resto de las Comunidades Autónomas (CCAA) españolas, que en definitiva son los principales competidores comerciales de Andalucía, esta comunidad es una de las que presenta un retraso mayor con relación a España y a la UE, según Behrens (2000) y FUNCAS (2001).

Si bien este resultado muestra que Andalucía es una de las regiones españolas de menor desarrollo, ha de considerarse, por una parte, que su posición relativa está condicionada a que su índice de precios relativo pueda ser más elevado que el de regiones con un desarrollo similar y, por otra, que lentamente pero sin pausa se va cerrando la brecha con las áreas económicas de referencia. A esto último está contribuyendo el importante crecimiento del PIB per cápita en Andalucía, que de media anual en el periodo 1996-2000 ha alcanzado el 3,5%, similar al de España, y muy por encima del 2,2% de la UE.

1. Los datos para Andalucía y España de VAB son de la Contabilidad Regional de España y los de empleo de la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística, INE (2001).

2. El grado de apertura exterior se define con detalle en la sección 3, apartado 3.1.

Tabla 1. PIB PER CÁPITA Y TASA DE EMPLEO - ANDALUCÍA, ESPAÑA Y UE-15.

	1996				2000					
	PIB per cápita				Tasa de ocupación (2)	PIB per cápita				
	Miles de euros según PPC (1)	Variación anual (%)	% del total de la UE	% del total de España		Miles de euros según PPC	Variación anual (%)	% del total de la UE	% del total de España	Tasa de ocupación (%)
Andalucía	11,75	1,40	57,87	73,91	32,59	13,75	4,20	61,21	73,92	37,36
España	15,90	1,90	78,30	-	38,32	18,60	3,90	82,80	-	43,97
UE-15	20,31	1,00	-	-	60,20	22,46	3,00	-	-	64,00

(1) PPC: Paridad de Poder de Compra.

(2) Tasa de ocupación: empleo total sobre la población en edad de trabajar en porcentaje.

Fuentes: Eurostat, INE y elaboración propia.

En cuanto a las tasas de ocupación, los datos muestran claramente que la economía andaluza ofrece a su población menos empleo que la española o la europea. Andalucía presenta una tasa de ocupación particularmente baja, debido a las especiales características intrínsecas del empleo agrario, a la baja tasa de ocupación femenina y a la importancia de la actividad turística de marcado carácter estacional. Al comparar los años 1996 y 2000, de nuevo se observan con respecto a España muy pocas diferencias entre ambos años. El motivo es que la economía española en su conjunto ha experimentado un crecimiento muy importante en dicho periodo en términos de PIB y empleo, resultando difícil para algunas regiones españolas superarlo, como es el caso de Andalucía. Sin embargo, con respecto a la UE, la tasa de ocupación andaluza ha mejorado en más de 4 puntos porcentuales, situándose en el 58,4% de la europea en 2000. Como complemento positivo para Andalucía, el crecimiento anual medio del empleo andaluz entre 1996 y 2000 ha sido un 4,6%, superando ampliamente al 3,8% de España y al 1,3% de la UE.

Estos resultados indican que la economía Andaluza todavía presenta un importante retardo con respecto a Es-

paña y Europa, de manera que para mejorar su posición competitiva no sólo ha de seguir reduciéndolo, sino hacerlo lo más rápidamente posible. Para ello, entre otras tareas, ha de afrontar un importante ajuste estructural de su economía orientado al aumento del peso relativo de los sectores más productivos en términos de VAB, y a la diversificación y adaptación productiva a la demanda.

En la sección siguiente se analizan las características del sector exterior y su incipiente transformación orientada al logro de estos objetivos.

### 3. El comercio exterior de Andalucía

#### 3.1. Características generales

Las características básicas del comercio exterior andaluz en los últimos años, reflejan un punto de inflexión en 1998 (Tabla 2). En el bienio 1996-97 destacan junto

Tabla 2. COMERCIO EXTERIOR - ANDALUCÍA.

	Millones de pesetas				Precios corrientes		P. constantes de 1995	
	Import	Export	Saldo comercial	Tasa de cobertura	%	Variación anual, %		
						Import	Export	Import
1996	1.139.747	1.158.568	18.821	101,7	11,1	13,5	10,8	12,4
1997	1.346.429	1.473.213	126.784	109,4	18,1	27,2	14,0	23,3
1998	1.224.659	1.367.484	142.825	111,7	-9,0	-7,2	-6,8	-7,3
1999	1.443.653	1.449.885	6.232	100,4	17,9	6,0	17,9	6,7
2000	1.988.201	1.655.271	-332.930	83,3	37,7	14,2	22,1	7,6

Fuentes: IEA y elaboración propia.

al superávit comercial, una tasa de cobertura media muy superior al 100 por cien y un crecimiento real de las exportaciones más elevado que el de las importaciones.

Pero en los últimos dos años, 1999-2000, se han invertido las tendencias señaladas, y un crecimiento medio de las importaciones cercano al 30% y casi tres veces mayor que el de las exportaciones, ha acabado generando en el año 2000 un déficit comercial de 332.930 millones de pesetas y una tasa de cobertura del 83,3%, no obstante, 9 puntos porcentuales mayor que la de España.

Si bien es cierto que gran parte del déficit comercial andaluz de 2000 se debe a la elevada factura energética a consecuencia del incremento del precio del petróleo, pueden apuntarse otras causas a estos resultados, en consonancia con los argumentos de Cortés (2001) con referencia a los sectores exteriores andaluz y español. El importante crecimiento de la actividad económica andaluza en el bienio 1999-2000 (un 4,2% de media anual) y, en consecuencia, del gasto privado, ha generado un incremento de las importaciones para satisfacer las exigencias de la demanda interna, y ha facilitado la orientación al mercado interno de algunos pro-

ductos que así han dejado de exportarse. Aunque no puede olvidarse que la demanda exterior de Andalucía también está sufriendo la moderación de la actividad económica de las principales áreas geográficas destinatarias de sus exportaciones, que son el resto de España y la UE.

Con respecto al grado de apertura<sup>3</sup> a los mercados exteriores entre los años 1996 y 2000, la economía andaluza ha mejorado 6 puntos respecto a 1995, alcanzando el 27% en 2000 (Tabla 3). Entre las provincias andaluzas hay importantes diferencias, destacando Huelva y Cádiz, con un 83% y un 70%, respectivamente, muy por encima del 48% de la media española en 2000. Bastante por detrás está Almería, con un 25%, aunque supera la media del resto de las provincias andaluzas que no sobrepasa el 13%. A esto se añade la elevada propensión a exportar<sup>4</sup> de las provincias con mayor grado de apertura, que en las provincias de Andalucía Oriental, Huelva y Cádiz, se eleva al 30%, muy por encima de la media nacional situada en un 20% en el año 2000. Almería también sobresale, llegando al 19%, una décima menor que la española, pero en todos los casos señalados claramente por encima de la media andaluza del 12%.

Tabla 3. POSICIÓN EXTERIOR - ANDALUCÍA. % del PIB pm a precios corrientes.

	Grado de apertura al exterior		Propensión a exportar		Propensión a importar	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
ANDALUCÍA	21,0	27,1	10,4	12,3	10,5	14,8
Almería	22,8	25,0	17,2	18,9	5,6	6,1
Cádiz	45,4	70,4	24,7	27,2	20,7	43,2
Córdoba	11,1	11,3	7,1	7,7	4,0	3,6
Granada	6,2	8,7	3,1	5,0	3,1	3,7
Huelva	55,3	82,5	20,9	27,6	34,4	54,9
Jaén	9,2	14,5	4,8	9,0	4,5	5,5
Málaga	15,4	14,3	4,0	5,8	11,3	8,5
Sevilla	14,5	14,6	7,7	8,0	6,8	6,6
ESPAÑA	-	47,7	-	20,3	-	27,4

Fuentes: IEA, INE, Ministerio de Economía y elaboración propia.

3. El grado de apertura es el ratio de la suma de importaciones y exportaciones sobre el PIB a precios corrientes. El PIB de Andalucía utilizado es el de la Contabilidad Regional de España del INE.

4. La propensión a exportar es el ratio de exportaciones sobre el PIB a precios corrientes.

El elevado grado de internacionalización de las provincias orientales de Andalucía contrasta con la orientación interior del comercio, destinado mayoritariamente al abastecimiento de la demanda interna, del resto de provincias andaluzas, y refleja el efecto de la implantación de nuevas infraestructuras para la ampliación de las redes comerciales, según señala FUNCAS (2001). Sin embargo, la especialización sectorial de las exportaciones de Andalucía Oriental (1) es muy intensa alrededor de pocos productos de carácter tradicional, como *productos agrícolas y minerales* y *productos químicos* en Huelva, y *minerales* y *productos químicos* y *metálicas* en Cádiz, lo que la hace especialmente sensible a cualquier variación exterior, y (2) tiene destino en los mercados de la UE, donde se compite en precio, con la desventaja competitiva que ello supone ante cualquier diferencial de inflación existente con sus principales competidores.

### 3.2. Comercio exterior por tipos de productos

Con respecto a los intercambios comerciales por productos según secciones del Arancel (Tabla 4) y tomando como referencia 1995, en 2000 se observan las siguientes características. Si no se tuvieran en cuenta *productos minerales*, entre los que se incluye el petróleo y que presentan la tasa de cobertura más baja durante el año 2000, un 25,7%, el valor de las exportaciones sería substancialmente mayor que el de las importaciones. Es, por tanto, la importación de petróleo una de las principales causas del déficit exterior, en especial, el observado en el año 2000 debido a su elevado precio, al igual que ha sucedido para el conjunto de las áreas económicas circundantes a Andalucía.

Tabla 4. INTERCAMBIOS COMERCIALES POR TIPOS DE PRODUCTOS - ANDALUCÍA.

	Millones de pesetas				% del total			
	Importaciones		Exportaciones		Importaciones		Exportaciones	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000
Animales vivos y productos del reino animal	37.121	65.167	15.661	33.661	3,6	3,3	1,5	2,0
Productos del reino vegetal	101.513	69.291	246.466	348.950	9,9	3,5	24,2	21,1
Grasas y aceites animales o vegetales	44.716	10.000	60.882	107.401	4,4	0,5	6,0	6,5
Industria alimentaria; bebidas y tabacos	47.657	96.155	89.412	117.586	4,6	4,8	8,8	7,1
Productos minerales	449.415	1.102.071	83.043	282.931	43,8	55,4	8,2	17,1
Productos de las industrias químicas y conexas	61.002	109.293	50.669	91.315	5,9	5,5	5,0	5,5
Materias plásticas y caucho y sus manufacturas	15.861	30.551	4.463	22.509	1,5	1,5	0,4	1,4
Pielés; cueros; guarnicionerías y sus manufacturas	2.703	8.271	3.311	9.807	0,3	0,4	0,3	0,6
Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	12.253	26.106	5.771	11.655	1,2	1,3	0,6	0,7
Pastas de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	18.625	29.238	27.898	34.894	1,8	1,5	2,7	2,1
Materias textiles y sus manufacturas	17.669	31.925	13.595	30.666	1,7	1,6	1,3	1,9
Calzado, sombrerería; flores artificiales	1.146	2.136	648	1.236	0,1	0,1	0,1	0,1
Piedra, yeso y cemento; productos cerámicos	7.591	13.787	5.756	10.739	0,7	0,7	0,6	0,6
Perlas, piedras y metales preciosos, monedas	6.323	6.623	18.366	10.250	0,6	0,3	1,8	0,6
Metales comunes y sus manufacturas	59.110	130.718	139.926	210.175	5,8	6,6	13,8	12,7
Material eléctrico, aparatos de imagen y sonido	86.269	150.108	29.614	79.491	8,4	7,5	2,9	4,8
Material de transporte	42.229	69.500	146.980	148.705	4,1	3,5	14,5	9,0
Óptica y precisión; instrumentos de música	8.758	11.135	20.146	30.441	0,9	0,6	2,0	1,8
Armas y municiones, sus partes y accesorios	146	5	162	15	0,0	0,0	0,0	0,0
Mercancías y productos diversos	5.496	14.739	4.288	18.144	0,5	0,7	0,4	1,1
Objetos de arte, de colección o de antigüedad	87	210	392	54	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	268	11.173	49.044	54.642	0,0	0,6	4,8	3,3
TOTAL	1.025.958	1.988.202	1.016.493	1.655.267	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IEA y elaboración propia.

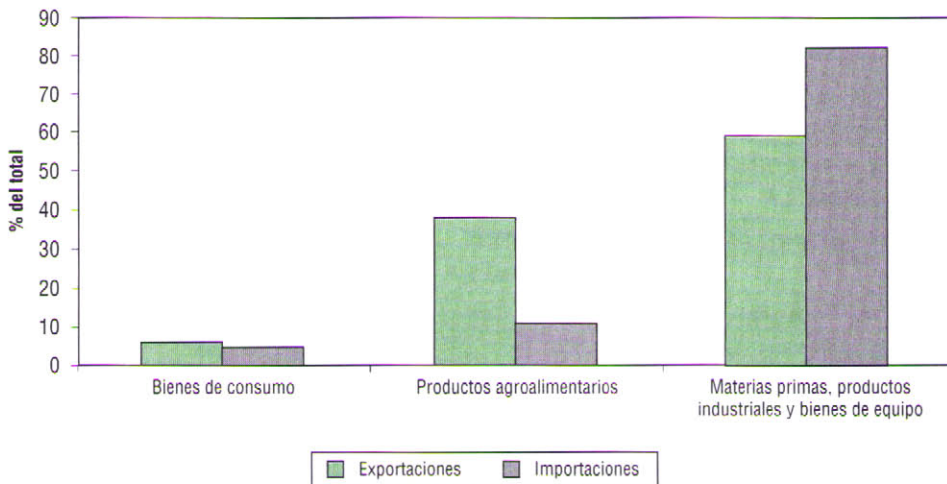
Algunos de los productos con mayor superávit exterior en 1995, como *material de transporte e industria alimentaria*, en 2000 han sufrido una importante reducción del mismo. Si a esto se añade que los déficits de *animales vivos y productos del reino animal, material eléctrico, y aparatos de imagen y sonido* han aumentado en 2000, se confirma el desvío de productos antes dedicados a exportación hacia demanda interna, tal como se había apuntado más arriba. Además, estos resultados son coherentes con la reducción del peso relativo en la exportación total o el aumento de la importancia relativa en la importación total de los productos indicados durante el año 2000.

Se ha reducido el peso relativo de algunos productos de exportación tradicionales, como *productos del reino vegetal e industria alimentaria*, y ha aumentado el de productos con mayor valor añadido, como *material eléctrico, aparatos de imagen y sonido*. Sin embargo, la exportación andaluza está todavía poco diversificada, concentrándose de forma destacada en alimentos, hasta el 35,2% del total en 2000, semimanufacturas, el 20,5%, y productos energéticos, el 14%. Y, de forma coherente con estos resultados, las tasas de cobertura más elevadas durante 2000 correspondieron a *grasas y aceites animales o vegetales, productos del reino vegetal y material de transporte*, y las más bajas a *productos minerales, material eléctrico, aparatos de imagen y sonido y objetos de arte, de colección o de antigüedad*.

De forma más agregada y teniendo en cuenta sólo tres tipos de productos (Gráfico 1), también se aprecia la escasa diversificación de los intercambios comerciales en Andalucía, puesto que en el año 2000, cerca del 40% de la exportación es de *productos agroalimentarios* y tan solo el 6% es de *bienes de consumo*, mientras que hasta más del 80% de las importaciones y el 59% de las exportaciones son de *materias primas, productos industriales y bienes de equipo*. Estos resultados parecen indicar que los flujos de entrada y salida de estos últimos tipos de bienes están bastante compensados, aunque atendiendo a la desagregación por secciones de Arancel analizada anteriormente, son las *materias primas* las que concentran un elevado porcentaje de esos intercambios. No obstante, el análisis por destino de bienes permite afinar en esta interpretación.

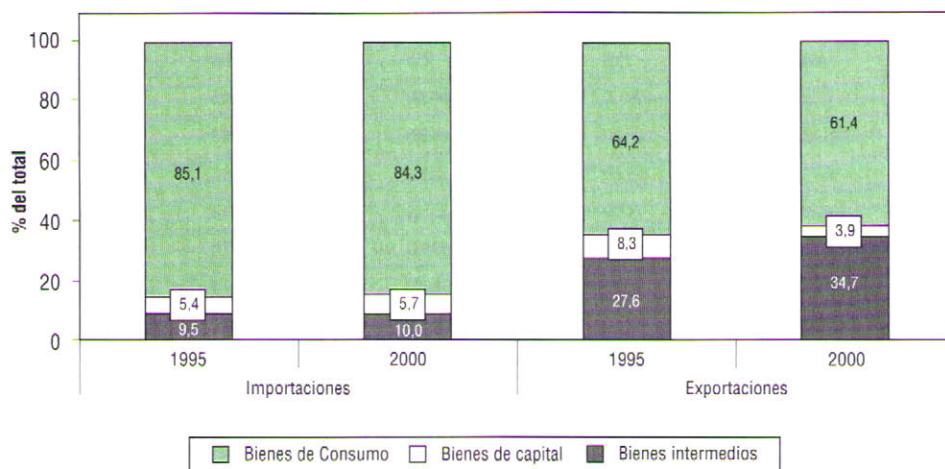
Por destino de bienes (Gráfico 2), las importaciones se caracterizan por el predominio de los *bienes intermedios*, alrededor de un 85% del total de compras al exterior, y la falta de cambios en el peso relativo de los tipos de bienes importados sobre la importación total, si se comparan los resultados de 1995 y 2000. En las exportaciones, más dinámicas, ganan peso relativo los *bienes de consumo* en detrimento de los *bienes de capital*. Una interpretación plausible de estas cifras indica que la elevada propensión a importar *bienes intermedios* de la economía andaluza para abastecer su propia demanda, convive con un elevado peso de la exportación de productos similares, lo que resulta indicativo de cierto grado de penetración del co-

Gráfico 1. COMERCIO EXTERIOR POR TIPOS DE BIENES. ANDALUCÍA - AÑO 2000.



Fuente: ICEX.

Gráfico 2. COMERCIO EXTERIOR POR DESTINO DE BIENES. ANDALUCÍA.



Fuente: IEA y elaboración propia.

mercio intrasectorial. Resulta lógico que Andalucía, al igual que España en su conjunto, se beneficie de forma paulatina y más notoria de ahora en adelante, de la globalización y apertura al exterior, y poco a poco reestructure su sistema productivo para adaptarse al nuevo marco de intercambios exteriores, menos sustentados en la ventaja comparativa tradicional por razones de precio, clima o dotación de recursos, y más afianzados en factores ligados a la calidad y la diversificación.

### 3.3. Intercambios comerciales por áreas geográficas

Los flujos comerciales de Andalucía con el exterior desagregados por áreas geográficas se caracterizan por estar concentrados en economías del entorno, en especial, los miembros de la UE, ocupando España el primer lugar, puesto que más del 80% de las compras al exterior y alrededor del 70 % de las ventas, tienen como origen y destino, respectivamente, otras CCAA españolas.

Si se comparan los años 1995 y 2000 cabe destacar los siguientes resultados (Tabla 5). Con respecto a las compras de productos exteriores, lo sucedido en el año 2000 es excepcional y puede resultar confuso tomarlo como referencia. La elevación paulatina del precio del petróleo a lo largo del año y, en consecuencia, el aumento de la importancia relativa de la compra de productos energéticos en la importación total medida a precios corrientes, determina

que los países de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) se conviertan en el origen con mayor peso relativo sobre las importaciones andaluzas, y que el resto de los orígenes de importación aparezcan con un peso sobre el total infravalorado. Pero el análisis del crecimiento de las importaciones por zonas ofrece resultados más fiables, y muestra que, si bien las importaciones a la OPEP han crecido por término medio más de un 30% en el periodo indicado, también las importaciones a la UE han crecido, más de un 11% de media, seguidas de las realizadas a países asiáticos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Los destinos de las ventas de productos andaluces al exterior que han experimentado mayor crecimiento medio en dicho periodo, son los países asiáticos de la OCDE, con el 56,5%, y los miembros de la UE, con un crecimiento superior al 14%, particularmente Alemania y Reino Unido. Estos resultados se corresponden con un aumento del peso relativo de tales destinos sobre la exportación total andaluza, en especial, la UE que acaparó el 67,7% en 2000 frente al 59,6% en 1995. A lo que se añade que la tasa de cobertura de las exportaciones, que en 1995 tan solo superaba el 100% en el comercio con los países europeos, en 2000 sobrepasa dicha cifra también con los países de América y Asia pertenecientes a la OCDE y con los Nuevos Países Industrializados (NPI); siendo destacable que dicha tasa con la UE alcanza cerca del 200% en 2000. Todo ello pone de manifiesto la presencia creciente de los productos andaluces en los mercados internacionales.

Tabla 5. FLUJOS EXTERIORES POR ÁREAS GEOGRÁFICAS - ANDALUCÍA.

	Millones de pesetas						% del total			
	Importaciones		Exportaciones		Saldo anterior		Importaciones		Exportaciones	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000	1995	2000
OCDE	518.826	746.063	826.175	1.346.028	307.349	599.965	50,6	37,5	80,9	81,3
Unión Europea	341.428	572.900	607.993	1.121.303	266.565	548.403	33,3	28,8	59,6	67,7
Europa no UE	38.725	43.724	65.939	58.361	27.214	14.637	3,8	2,2	6,5	3,5
América	105.218	91.385	74.629	129.825	-30.589	38.440	10,3	4,6	7,3	7,8
Asia	22.210	28.715	7.176	31.511	-15.034	2.796	2,2	1,4	0,7	1,9
Oceanía	11.242	9.342	2.922	5.029	-8.320	-4.313	1,1	0,5	0,3	0,3
OPEP	299.361	840.334	47.292	46.661	-252.069	-793.673	29,2	42,3	4,6	2,8
NPI	16.903	7.741	15.224	14.457	-1.679	6.716	1,6	0,4	1,5	0,9
Restos de países	190.869	394.060	131.992	248.128	-58.877	-145.932	18,6	19,8	12,9	15,0
Europa	43.593	111.048	26.899	66.855	-16.694	-44.193	4,2	5,6	2,6	4,0
América	41.797	84.867	22.334	63.618	-19.463	-21.249	4,1	4,3	2,2	3,8
Asia	30.496	62.542	24.588	30.358	-5.908	-32.184	3,0	3,1	2,4	1,8
África	74.379	135.410	30.298	50.510	-44.081	-84.900	7,2	6,8	3,0	3,1
Oceanía	86	104	51	358	-35	254	0,0	0,0	0,0	0,0
Diversos	516	88	27.824	36.426	27.308	36.338	0,1	0,0	2,7	2,2
TOTAL	1.025.958	1.988.202	1.020.684	1.655.271	-5.274	-332.931	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: IEA y elaboración propia.

### 3.4. Especialización de la exportación

Andalucía se encuentra entre las cinco CCAA españolas con mayor peso relativo sobre la exportación e importación total nacional. En el año 2000, el 8% de la exportación española, y el 7,2% de la importación correspondía a Andalucía, tras Cataluña, Valencia, Madrid y País Vasco (solo en exportaciones).

El Índice de Especialización (IE) sectorial de la exportación, construido por la Subdirección General de Estudios del Sector Exterior del Ministerio de Economía (2001a) por CCAA para el año 2000, aporta un nuevo punto de vista a los analizados anteriormente sobre la especialización exportadora y, en consecuencia, productiva de la economía andaluza. El IE permite comparar la estructura sectorial de la exportación andaluza con su homóloga española, y se calcula como el cociente entre el peso relativo de cada sector en el total de la exportación andaluza y el peso relativo del mismo sector en la exportación total española (Tabla 6).

Andalucía presenta una exportación con especialización fuerte, por orden de importancia, en *productos*

*energéticos, materias primas, alimentos*, dentro de los cuáles destacan los productos hortofrutícolas y en general no transformados, y *otras mercancías*, es decir, en aquellas producciones para las que cuenta con ventaja comparativa tradicional. Pero con dos inconvenientes importantes, por una parte, son muy dependientes de factores exógenos a sus propias industrias, lo que les hace sensibles a cualquier cambio exterior y, por otra, son competitivos en precio y, por tanto, muy susceptibles ante diferenciales de inflación con los competidores comerciales del área euro, con los que no existe competencia en tipo de cambio.

Las debilidades en exportación se manifiestan esencialmente en *automóvil y manufacturas de consumo*, seguidas de *bienes de equipo y bienes de consumo duradero*, síntomas de que todavía el tejido empresarial está poco desarrollado. Pero el proceso de diversificación de la red empresarial en Andalucía y su adaptación a la demanda comienza a materializarse en resultados prácticos. Así, a partir de la Base de Datos de Actividad Empresarial del Instituto de Estadística de Andalucía (IEA), se obtiene que en el periodo 1996-2000 algunos de los establecimientos con un crecimiento medio anual

Tabla 6. ESPECIALIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN - ANDALUCÍA Y ESPAÑA. AÑO 2000.

	España		Andalucía	
	% del total	% del total	Índice de Especialización (*)	
Alimentos	13,5	35,2	2,6	fuerte
Productos energéticos	3,7	14,0	3,8	fuerte
Materias primas	2,0	6,1	3,1	fuerte
Semimanufacturas	21,6	20,5	0,9	-
Bienes de equipo	21,7	9,6	0,4	-
Automóvil	22,2	6,5	0,3	-
B. de consumo duradero	3,5	1,3	0,4	-
Manufac. Consumo	10,2	3,5	0,3	-
Otras mercancías	1,6	3,3	2,0	fuerte
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	-	-

(\*) Índice de Especialización. Si  $1 < IE < 2$  hay especialización débil, y si  $IE > 2$  hay especialización fuerte.

Fuente: Subdirección General de Estudios del Sector Exterior del Ministerio de Economía.

más elevado correspondieron a los sectores *maquinaria y equipo mecánico*, con un 38,3%, y *equipo eléctrico*, con un 14,4%, mientras que los de menor crecimiento fueron sectores tradicionales como *alimentación, bebidas y tabaco*, que apenas sobrepasaron el 3%, e *industrias extractivas y energética*, con el 7,4%.

## 4. Conclusiones

En el presente artículo se analizan las principales características del sector exterior de Andalucía y su contribución al incremento de la competitividad de la economía andaluza con respecto a su entorno económico en los últimos años.

Las transformaciones de la economía mundial y la creciente apertura de las economías regionales y nacionales a los mercados exteriores, están determinando un nuevo patrón de intercambios comerciales basado, no tanto en la ventaja competitiva tradicional asociada al precio, al clima o a la dotación de recursos naturales, sino en factores más innovadores ligados, en especial, a la diversificación productiva adaptada a la demanda, al grado de incorporación de nuevas tecnologías de la información a los sistemas productivos y de gestión empresarial, y a la capacidad de adaptación a choques inesperados de oferta o demanda.

Andalucía se encuentra en proceso de modernización, desarrollo y adaptación al mercado único europeo, cuya consolidación exige, entre otros objetivos, mejorar su posición competitiva en el exterior, de forma agregada para el conjunto de sus países miembros, y de forma particular para las regiones que lo integran. En este marco, la transformación de la actividad comercial exterior de Andalucía en los últimos años, periodo 1996-2000, comienza a hacerse notar, aunque todavía de forma muy incipiente y con un largo camino por delante, como se indica a continuación.

Se ha elevado el grado de apertura exterior de la economía andaluza, destacando por provincias Huelva y Cádiz, con un grado de internacionalización de su comercio exterior bastante superior al de la media española y con elevadas propensiones a exportar, aunque todavía predomina la orientación interior de las exportaciones del resto de Andalucía. Además, la especialización sectorial de la exportación andaluza es muy fuerte en pocos productos y de carácter tradicional, sobre los que presenta ventaja comparativa en términos de precio, y cuya evolución es muy dependiente de las circunstancias de los mercados de destino, principalmente españoles y de la UE, en los cuales la competencia en precio está supeditada al diferencial de inflación, sin margen de maniobra para el tipo de cambio.

Estas características del sector comercial andaluz son propias de una economía poco diversificada y en proceso de madurez. Además, reflejan un patrón de expor-

tación poco diversificado y fuertemente especializado en productos agroalimentarios y materias primas, con escaso nivel de transformación, baja aportación al valor añadido y muy sensibles a la evolución de los mercados de destino, y una actividad importadora muy dependiente de la energía y de bienes de equipo. En medio de lo cual, no obstante, se está produciendo una moderación paulatina del peso relativo de las ventas al

exterior de productos muy tradicionales, como los agroalimentarios, está aumentando más la creación de empresas en sectores de bienes de equipo que en sectores tradicionales relacionados con el sector primario, y comienza a apuntar cierto grado de comercio intraindustrial, es decir, de flujos de compra y venta al exterior de productos similares, propio de una economía más abierta y competitiva.

## Bibliografía

- BEHRENS A. (2000): "Per capita GDP below 75% of the EU average in 50 of 211 EU regions", *Statistics in focus, General Statistics, Theme 1 - 1/2000, Regions*. Eurostat, European Communities.
- CORTÉS GARCÍA, F.J. (2001): "La orientación exterior de la empresa andaluza", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2688. Madrid, Ministerio de Economía.
- CARMONA, E. Y C. FLORIDO (2001): "Tendencias recientes del comercio exterior de Canarias. Comercio inter e intraindustrial", *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2696. Madrid, Ministerio de Economía.
- COMISIÓN EUROPEA (2000): "European competitiveness report 2000", Brussels, SEC (2000) 1823.
- CUEVAS, J.M. (2000): "Características de los sectores exportadores", *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2641. Madrid, Ministerio de Economía.
- FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS CONFEDERADAS (FUNCAS) (2001): "La convergencia europea de las regiones españolas", *Cuadernos de Información Económica* nº 161. Madrid, FUNCAS para la Investigación Económica y Social.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (2001): "Información Estadística – Intercambios comerciales de Andalucía con el extranjero", [www.iea.junta-andalucia.es](http://www.iea.junta-andalucia.es) (Internet).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2001): "Base de datos TEMPUS", [www.ine.es](http://www.ine.es) (Internet).
- RATO, R. (2000): "Situación internacional y transformación del sector exterior español", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2641. Madrid, Ministerio de Economía.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA (1999): "Cambio estructural y competitividad en la industria manufacturera europea", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2635. Madrid, Ministerio de Economía.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA (2000): "Los cuatro pilares de la competitividad europea", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2674. Madrid, Ministerio de Economía.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA (2001a): "La exportación por Comunidades Autónomas en 2000", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2682. Madrid, Ministerio de Economía.
- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA (2001b): "La adaptación de la exportación española a la demanda mundial", *Boletín Económico de Información Comercial Española* nº 2702, Madrid, Ministerio de Economía.