
La especialización comercial exterior de la economía andaluza: un análisis comparativo

M^a del Sol OSTOS REY

1. Introducción

La creciente intensificación de las relaciones comerciales y financieras de la economía española con el resto del mundo ha otorgado una importancia indiscutible al sector exterior. La apuesta aperturista iniciada a finales de los años cincuenta ha sido reafirmada por nuestro país a lo largo del tiempo, prueba de ello es el ingreso de España en la Comunidad Europea, la firma del Acta Única, la incorporación de la peseta al Sistema Monetario Europeo, la participación española en el proceso de Unión Económica y Monetaria y la presencia cada vez más activa de nuestro país en las organizaciones internacionales. Tales acontecimientos revelan la progresiva inserción de la economía española en la internacional, proceso al que no ha sido ajena ninguna de las Comunidades Autónomas que conforman el actual mapa nacional.

Aunque seamos conscientes de que la internacionalización, tal y como señala Martínez Burgos (1994) no viene limitada al comercio internacional, una revisión de las cifras relativas al comercio exterior de España y Andalucía en estas últimas décadas, reflejan, al menos en parte, su creciente integración en los mercados y, en definitiva, el proceso de internacionalización de estas economías.

En este nuevo escenario, caracterizado por la progresiva liberalización de los intercambios -impulsada por la OMC-, la mayor movilidad de los factores de producción, y, en general, por la internacionalización y globalización de las relaciones económicas, la diferenciación, que señala Richardson (1986) entre aquellas transaccio-

nes que deben vencer barreras nacionales de la más diversa naturaleza (relaciones internacionales) y aquellas otras mucho más fluidas que se producen en el seno de un mismo país y que, por tanto, no tienen que enfrentarse a dichos obstáculos (relaciones interregionales) pierde hoy importancia, fundamentalmente en el seno de la Unión Europea, dónde la moneda única ha supuesto la total consolidación del mercado común.

Desde esta perspectiva, podemos afirmar utilizando las palabras de Moral y Brañas (2000), que “la región pasa a tener una dimensión internacional frente a la nacional que antes tenía” y se inserta en la economía internacional, donde se está definiendo una nueva realidad en la que el ámbito nacional deja de ser el más idóneo para la adopción de determinadas decisiones sobre la asignación de recursos productivos y la comercialización de los productos (Consejería de Economía y Hacienda, 1998).

En este nuevo contexto, la región se enfrenta a un mundo heterogéneo y complejo en el que debe competir. Si bien es cierto, que el sector exterior puede favorecer la especialización productiva y desempeñar un papel fundamental como motor impulsor del desarrollo y la modernización, también lo es que la internacionalización de las actividades económicas está suponiendo un incremento espectacular de la rivalidad y la competencia en los mercados, por lo que la competitividad del sistema productivo es de crucial importancia para afianzar la posición en los mismos. En este sentido, la región debe ser capaz de aprovechar adecuadamente sus ventajas comparativas, que vendrán determinadas por la dotación factorial en sentido tradicional (trabajo, capi-

tal y recursos naturales) y por otro conjunto de factores tales como la situación geográfica, equipamiento de infraestructuras, cultura empresarial, condiciones climáticas, entre otros. Intentar mantenerse al margen de esta realidad limitaría el desarrollo, pues ningún modelo de crecimiento sostenible en el largo plazo puede apoyarse solamente en la demanda interna. Por este motivo, en Vallés Ferrer (1997, pág.785) se considera al sector exterior andaluz como una variable estratégica para su crecimiento económico.

En este trabajo pretendemos precisamente realizar un estudio sobre el comercio exterior de Andalucía, lo que nos revelará una serie de características de gran relevancia sobre la economía andaluza, a saber, su grado de desarrollo, la especialización productiva, la composición de su comercio y, en definitiva, la competitividad de la economía.

Como señala Requeijo (1989) el grado de desarrollo de una economía puede conocerse mediante el análisis de la composición de sus intercambios con el exterior, fundamentalmente a través del estudio de sus exportaciones, pues cuando en éstas alcanzan una destacada posición los productos alimentarios de escaso grado de elaboración y las materias primas energéticas e industriales, se podrá deducir que se trata de una economía con escaso grado de desarrollo. La conclusión contraria se obtendrá cuando se exportan manufacturas, fundamentalmente.

Por otra parte, las exportaciones e importaciones de la región nos revelarán las ventajas y debilidades de la misma respectivamente. Y si este examen lo completamos con la utilización de algunos instrumentos analíticos, a los que posteriormente nos referiremos, obten-

dremos importantes conclusiones sobre su especialización comercial. Asimismo, si continuamos avanzando en este estudio y realizamos un análisis de las ventajas comparativas reveladas y del comercio intraindustrial, obtendremos una mayor información sobre la competitividad y el grado de especialización de esta economía.

En definitiva, como señala Requeijo (1989), la relación entre los flujos comerciales y la estructura productiva nos permitirá conocer, en nuestro caso, la posición relativa de Andalucía en el contexto internacional.

2. El comercio exterior andaluz: una visión global

En la década de los noventa el sector exterior andaluz ha presentado un excelente comportamiento caracterizado por la progresiva reducción de su déficit comercial que se tornó superávit en el año 1993 (cuadro 1). Pese a que, desde entonces se han registrado algunos altibajos, en general, el sector exterior de Andalucía ha presentado una saneada situación, que puede interpretarse positivamente por dos razones fundamentales. En primer lugar, porque nuestra Comunidad Autónoma ha desempeñado un importante papel al compensar, al menos en parte, los desequilibrios exteriores de la economía española, cuyo déficit exterior es uno de sus rasgos estructurales. Y en segundo lugar, por la positiva contribución del sector exterior al crecimiento económico andaluz.

Cuadro 1. EL COMERCIO EXTERIOR ANDALUZ. 1993-2000.

	Exportaciones % Var.	Importaciones % Var.	Exportaciones % Total Nacional	Importaciones % Total Nacional	Saldo comercial (en miles)	Tasa de Cobertura
1993	-	-	9,81	6,81	70.261.005	110,18
1994	15,72	27,74	9,03	7,16	-1.627.807	99,82
1995	14,77	15,88	8,91	7,24	-11.665.119	98,86
1996	13,39	10,85	8,80	7,23	12.680.532	101,12
1997	26,38	18,74	9,31	7,38	102.570.483	107,63
1998	-6,49	-9,28	8,14	5,97	133.459.323	110,94
1999	6,04	18,32	8,23	6,24	-8.314.084	99,42
2000	14,29	37,74	8,01	7,19	-347.881.977	82,50

Fuente: Base de datos ESTACOM.ICEX.

No obstante, en 1999 la situación comienza a deteriorarse, la tasa de cobertura se reduce y en el año 2000 llega a ser del 82,5%. En términos absolutos el déficit exterior alcanza la cifra de 347.881 millones de pesetas. Este cambio de tendencia refleja un crecimiento de las importaciones muy superior al de las exportaciones, en el que inciden algunos factores de gran importancia que comenzaron a manifestarse a finales de la década. Desde la óptica de las ventas, la debilidad de la demanda exterior, junto con el diferencial de inflación de España con respecto a los países desarrollados, principales clientes de Andalucía, explican la ralentización de las mismas en los últimos años, si bien es cierto que en el 2000 registran un nuevo impulso, que, sin embargo, es contrarrestado por el espectacular crecimiento de las importaciones (37,7%), favorecido por la elevación del precio del crudo a finales de 1999 y la evolución del tipo de cambio del euro con respecto al dólar.

Al margen de consideraciones coyunturales y pese al buen comportamiento que en general el sector exterior andaluz presenta en los noventa, los resultados no son tan satisfactorios y observaremos que merecen una interpretación menos optimista, a medida que profundicemos en el conocimiento del patrón comercial andaluz. Esto ocurre, precisamente, cuando se analiza la evolución de la participación de Andalucía en el comercio exterior nacional. En efecto, el proceso de internacionalización que caracteriza a la economía española se ha registrado con menor intensidad en esta Comunidad Autónoma, que reduce progresivamente su cuota de participación en el comercio exterior nacional. Esta realidad es especialmente significativa por el lado de las ventas, cuya importancia en el total de las exportaciones se reduce de un 9,8% en 1993 a un 8% en 2000, hecho que esconde tras de sí graves deficiencias del sector exportador andaluz. En este sentido, merece la pena destacar que estudios recientes (Moral y Brañas, 2000) muestran empíricamente como las exportaciones de Andalucía, están más condicionadas por la evolución de los precios que por el comportamiento de la demanda mundial. Dicho de otro modo, la oferta de exportables de la Comunidad Autónoma no se adecua a los requerimientos de dicha demanda y la competitividad de los productos depende fundamentalmente del precio, por lo que este trabajo concluye destacando la escasa fidelidad de los clientes, que posiblemente actúen al margen de consideraciones tales como la calidad, la marca o el origen de los productos.

Por el contrario, otros estudios en los que el marco de referencia es la economía española (Mauleón y Sastre, 1994 y Buisán y Gordo, 1997) evidencian la importan-

cia de la demanda mundial en el comportamiento de las exportaciones nacionales. Estas diferencias son precisamente las que pueden explicar la pérdida de protagonismo de las ventas andaluzas en las totales.

En definitiva, merece la pena destacar, que el patrón exportador andaluz es, cuanto menos, arriesgado en un entorno cada vez más competitivo, y que es precisamente la menor capacidad de Andalucía para enfrentarse a la competencia internacional, el hecho que explica su menor participación en el proceso de internacionalización que viene experimentando la economía española.

3. La especialización comercial andaluza

En una primera aproximación, el conocimiento de la especialización comercial de una economía puede basarse en el análisis de sus exportaciones e importaciones, entendiendo que las primeras revelan sus ventajas comparativas frente al exterior y las segundas manifiestan sus debilidades o desventajas. Aceptando esta simplificación, el análisis de la composición del comercio exterior andaluz refleja una serie de características claras en la década de los noventa.

Desde la óptica de las ventas, en el año 2000 continúa siendo una sola sección arancelaria, los productos del reino vegetal (21,3%), la que absorbe casi la cuarta parte del total de las ventas al exterior. Si consideramos además los productos minerales (16,8%), los metales comunes y sus manufacturas (12,8%), el material de transporte (9%) y los productos de la industria alimentaria, bebidas y tabaco (7,2%), esto es, aquellas secciones que la siguen en importancia, podemos constatar que una de las principales características de las exportaciones andaluzas es su elevada concentración. En efecto, únicamente la tres primeras secciones superan el 10% y acaparan el 50,9% del total de las ventas al exterior, porcentaje que se incrementa hasta un 67% cuando consideramos todas las anteriormente reseñadas (Cuadro 2). La repercusión de este hecho sobre el comercio exterior andaluz puede ser muy negativa, no obstante a lo largo de esta década parece ser con la información agregada, que el grado de concentración de las exportaciones ha disminuido. En 1993, a diferencia del año 2000, las cinco secciones consideradas absorbían el 73,4% del total de la exportación, y eran cuatro las que superaban el 10%.

Cuadro 2. COMPOSICIÓN SECTORIAL DE LAS EXPORTACIONES ANDALUZAS Y ESPAÑOLAS. (Porcentajes)

SECCIÓN	Andalucía								España							
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
I. Animales vivos y productos del reino animal	1,3	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5	1,7	1,8	2,0	2,3	2,5	2,7	2,8	2,6	2,9	2,9
II. Productos del reino vegetal	25,1	23,7	24,4	23,0	21,7	26,3	23,6	21,3	8,5	8,2	7,8	7,2	7,2	6,9	6,4	5,7
III. Grasas y aceites animales o vegetales y sus elaborados	5,8	6,5	5,5	8,0	8,6	8,1	5,3	6,1	1,2	1,3	1,1	1,3	1,5	1,3	0,9	0,9
IV. Productos de la industria alimentaria; bebidas y tabaco	10,4	10,5	8,8	8,7	7,5	7,4	7,2	7,2	4,6	4,7	4,6	4,6	4,8	4,8	4,8	4,4
V. Productos minerales	9,5	8,5	8,2	10,6	9,9	9,0	10,5	16,8	3,6	3,0	2,9	3,2	3,4	2,9	3,0	4,5
VI. Productos de las industrias químicas o conexas	4,6	5,0	5,0	4,9	5,1	4,4	5,1	5,6	6,0	6,1	6,2	6,1	6,2	6,5	6,9	7,1
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	0,4	0,4	0,4	0,5	0,9	1,3	1,7	1,4	4,4	4,5	4,8	4,7	4,7	4,9	5,0	5,1
VIII. Pieles, cueros, peletería y sus manufacturas	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,6	1,1	1,1	1,0	1,1	0,9	0,8	0,7	0,8
IX. Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7	0,5	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
X. Pasta de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	1,5	2,1	2,8	1,3	1,4	1,5	1,7	2,1	2,6	2,8	3,2	2,6	2,7	2,7	2,7	3,0
XI. Materias textiles y sus manufacturas	1,1	1,3	1,3	1,5	1,7	2,2	2,0	1,9	3,8	3,8	4,2	4,3	4,4	4,6	4,6	4,4
XII. Calzado y otros complementos, plumas y flores	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	2,1	2,4	2,2	2,1	2,1	2,0	1,8	1,7
XIII. Manufac. de piedra, yeso o análogos, cerámica y vidrio	0,2	0,4	0,5	0,4	0,5	2,0	1,3	0,7	3,4	3,4	3,5	3,2	3,2	3,3	3,3	3,2
XIV. Perlas finas o cultivadas, piedras y metales preciosos	1,9	2,2	1,8	1,4	0,5	0,6	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4
XV. Metales comunes y manufacturas de estos metales	14,5	14,2	13,8	13,5	20,4	12,0	11,6	12,8	9,1	8,6	8,6	8,1	8,5	7,2	6,8	7,3
XVI. Máquinas y aparatos electrónicos	2,2	2,5	2,9	3,4	3,7	4,2	5,6	4,8	15,9	15,5	16,0	16,5	16,1	16,8	17,1	16,5
XVII. Material de transporte	13,9	13,2	14,5	12,5	9,9	11,1	13,1	9,0	25,6	26,4	25,5	25,8	24,8	26,0	26,3	26,1
XVIII. Instrumentos de precisión, música y relojería	2,3	2,6	2,0	2,3	2,0	1,9	2,6	1,8	1,3	1,2	1,0	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2
XIX. Armas y municiones, sus partes y accesorios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
XX. Mercancías y productos diversos	0,3	0,4	0,4	0,6	0,6	0,9	1,1	1,1	2,0	2,0	2,2	2,4	2,4	2,6	2,6	2,5
XXI. Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Posiciones de reagrupamiento	3,1	4,2	5,3	4,7	3,1	4,6	4,1	3,8	0,8	1,1	1,4	1,6	1,7	1,4	1,4	1,6
TOTAL	99,2	100	100	100	100	100	100	100	99,8	100	100	100	100	100	100	100

Nota: en 1993 la suma no es cien porque hasta finales de ese año existían algunos productos sin codificación asignada.

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX.

En España el grado de concentración de las exportaciones también es elevado y se reduce en el periodo considerado. En el último año analizado el 62,7% de las ventas nacionales al exterior se registran en cinco secciones, porcentaje que se incrementa hasta un 65,1% si retrocedemos en el tiempo hasta 1993.

Desde la óptica de la importación la concentración se acentúa en Andalucía, pues solamente los productos minerales representan en el año 2000 el 55,5% del total (cuadro 3). Si exceptuamos estos productos, las compras andaluzas se caracterizan por su mayor diversificación en comparación con las exportaciones. Ninguna sección del arancel supera el 10% y con una importancia superior al 5% destacan las máquinas y aparatos

eléctricos (7,6%), los metales comunes y sus manufacturas (6,6%) y los productos de las industrias químicas o conexas (5,5%), que conjuntamente absorben casi el 20% del total de las importaciones andaluzas. A principios de la década de los noventa este porcentaje se incrementa hasta un 21,6% y se corresponde con aquellas secciones que entonces destacaban por su mayor peso relativo (máquinas y aparatos eléctricos (7,9%), productos del reino vegetal (7,7%) y productos de la industria alimentaria (6%)). Estos resultados parecen indicar una tendencia a la mayor diversificación de las importaciones. En España, sin embargo, la concentración se acentúa, en el año 2000 del 63% de las compras al exterior son responsables cuatro secciones, que en 1993 tan sólo absorbían el 56,5%.

Cuadro 3. COMPOSICIÓN SECTORIAL DE LAS IMPORTACIONES ANDALUZAS Y ESPAÑOLAS (Porcentajes).

SECCIÓN	Andalucía								España							
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
I. Animales vivos y productos del reino animal	4,8	3,9	3,6	3,5	3,6	4,1	3,5	3,3	5,0	4,9	4,5	4,1	4,1	4,1	3,6	3,4
II. Productos del reino vegetal	7,7	7,3	9,9	6,4	5,6	6,3	5,8	3,5	3,9	4,1	4,8	3,9	3,7	3,5	3,0	2,5
III. Grasas y aceites animales o vegetales y sus elaborados	1,3	2,5	4,4	3,4	1,5	1,5	2,6	0,5	0,4	0,6	0,8	0,6	0,4	0,3	0,4	0,2
IV. Productos de la industria alimentaria: bebidas y tabaco	6,0	5,4	4,7	4,8	5,0	5,6	5,4	4,8	4,7	4,6	4,5	4,1	4,0	3,9	3,7	3,3
V. Productos minerales	50,5	50,1	44,0	48,4	48,5	42,8	44,1	55,4	12,2	10,9	9,8	10,7	10,4	7,6	8,3	13,3
VI. Productos de las industrias químicas o conexas	4,9	5,4	6,0	5,5	5,9	6,5	5,8	5,5	9,3	9,7	9,6	9,3	9,7	9,6	8,9	8,8
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	1,4	1,3	1,5	1,4	1,6	2,3	2,3	1,5	4,2	4,6	5,3	5,0	4,9	4,9	4,7	4,3
VIII. Pielés, cueros, peletería y sus manufacturas	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,9	1,1	1,0	0,9	1,0	0,9	0,8	0,8
IX. Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	0,7	0,9	1,2	1,1	1,1	1,3	1,5	1,3	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,3	1,3	1,2
X. Pasta de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	1,5	1,4	1,8	1,3	1,2	1,5	1,3	1,5	3,0	3,1	3,5	2,9	2,9	2,8	2,6	2,6
XI. Materias textiles y sus manufacturas	1,7	1,9	1,7	1,5	1,9	1,7	1,9	1,6	5,1	5,2	5,0	5,0	5,1	5,1	4,8	4,6
XII. Calzado y otros complementos, plumas y flores	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5
XIII. Manufac. de piedra, yeso o análogos, cerámica y vidrio	0,8	0,6	0,7	0,7	0,9	1,1	1,0	0,7	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0
XIV. Perlas finas o cultivadas, piedras y metales preciosos	0,5	0,5	0,6	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7
XV. Metales comunes y manufacturas de estos metales	4,0	5,2	5,7	5,9	6,7	8,0	8,0	6,6	6,1	7,0	8,1	7,2	7,6	7,7	7,0	6,9
XVI. Máquinas y aparatos electrónicos	7,9	7,4	8,4	8,3	8,8	10,3	9,8	7,6	21,5	21,2	22,1	22,6	22,3	23,4	23,6	22,1
XVII. Material de transporte	4,5	4,1	4,1	5,0	3,7	4,5	4,0	3,5	14,5	14,2	12,9	15,1	15,2	17,2	19,6	18,8
XVIII. Instrumentos de precisión, música y relojería	0,8	0,9	0,9	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	3,4	3,2	3,0	3,1	3,0	3,1	3,1	2,7
XIX. Armas y municiones, sus partes y accesorios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
XX. Mercancías y productos diversos	0,6	0,7	0,5	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,8	1,7	1,6	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8
XXI. Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,5	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Posiciones de reagrupamiento	0,0	0,0	0,0	0,8	1,8	0,4	0,8	0,6	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	0,2	0,3	0,4
TOTAL	99,9	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nota: en 1993 la suma no es cien porque hasta finales de ese año existían algunos productos sin codificación asignada.

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX.

No obstante, estas primeras conclusiones pueden ser engañosas al haberse obtenido a partir de datos muy agregados. Por ello, se ha utilizado el índice de Hirschman¹ (también conocido con el nombre de índice de concentración de las exportaciones (ICX) o, en

su caso, de las importaciones (ICM)), que se ha calculado para Andalucía y España a partir de las 1.263 partidas arancelarias (4 dígitos) que distingue la clasificación TARIC (cuadro 4), evitándose así los sesgos que pudieran producirse de una excesiva agregación.

$$1. IC = \sqrt{\sum \left(\frac{X_i}{X_t} \right)}; \quad IC = \sqrt{\sum \left(\frac{M_i}{M_t} \right)} * 100$$

Cuanto mayor es el valor de este índice mayor es la concentración.

2. Idéntica conclusión se obtiene al calcular este índice a partir de los 99 capítulos del arancel.

Cuadro 4. **ÍNDICE DE HIRSCHMAN E ÍNDICE DE SIMILITUD. ANDALUCÍA Y ESPAÑA.**

	ICX-Andalucía	ICM-Andalucía	ICX-España	ICM-España	ISX	ISM
1993	16,73	38,00	17,85	12,07	34,86	43,05
1994	16,93	36,07	18,43	11,36	33,19	43,25
1995	16,82	32,27	18,01	10,38	33,98	43,42
1996	17,15	35,80	17,49	11,48	35,55	42,64
1997	17,40	32,91	16,21	11,22	34,80	42,82
1998	15,98	27,71	16,79	11,40	36,02	43,52
1999	15,31	29,23	16,89	12,50	38,04	42,72
2000	18,55	35,65	17,40	13,83	38,53	43,12

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX y elaboración propia.

El análisis de la evolución de este índice, construido de la forma descrita, evidencia que, contrariamente a lo que pudiera parecer en un principio, el grado de concentración de las exportaciones andaluzas se acentúa², ya que en el 2000 se interrumpe la tendencia descendente iniciada en los años anteriores. Las ventas andaluzas llegan, así, a presentar un grado de concentración superior al de las exportaciones nacionales en el último ejercicio. Las diferencias entre Andalucía y España se intensifican si consideramos las compras al exterior. En este caso, el grado de concentración de las importaciones andaluzas es, pese a su paulatina reducción, muy superior. Esta última afirmación sigue teniendo validez, incluso cuando se excluyen los combustibles minerales para calcular el índice, si bien es cierto, que en este caso el grado de concentración de las importaciones se reduce hasta ser inferior al de las exportaciones, tal y como señalábamos anteriormente.

Aunque, como se ha podido comprobar y pese a las diferencias, la elevada concentración de las exportaciones e importaciones andaluzas no es un rasgo distintivo del comercio de esta región, sino que también caracteriza al conjunto de la economía española, esta concentración recae sobre secciones arancelarias distintas, lo que nos ofrece una visión de los diferentes patrones comerciales. En España, las secciones que presentan un mayor peso relativo son las siguientes: mate-

rial de transporte (26,1%), máquinas y aparatos electrónicos (16,5%), metales comunes y sus manufacturas (7,3%), productos de las industrias químicas o conexas (7,1%) y productos del reino vegetal (5,7) (Cuadro 2). Tan sólo dos de estas secciones figuran en las primeras posiciones del comercio exterior andaluz. Sin embargo, su importancia relativa es muy diferente. Los metales comunes y sus manufacturas aunque ocupan idéntica posición en ambos casos, tienen un peso relativo muy inferior en España, las diferencias se acentúan extraordinariamente si consideramos los productos del reino vegetal que ocupan la quinta posición en España y la primera en Andalucía.

Por otra parte, las importaciones españolas se concentran en máquinas y aparatos electrónicos (22,1%), material de transporte (18,8%), productos minerales (13,3) y productos de las industrias químicas y conexas (8,75%). En Andalucía estas secciones, a excepción del material de transporte, son también las más relevantes, sin embargo, basta observar la importancia relativa de las mismas para comprender que estamos ante patrones comerciales muy diferentes (Cuadro 3).

Para poder vislumbrar con mayor claridad estas diferencias entre el patrón exportador e importador andaluz y español se ha construido el índice de similitud de las exportaciones e importaciones (ISX e ISM)³. Dado

$$3. ISX = \left[\sum \text{mínimo} \left[\frac{X_i^A}{X_i^E}, \frac{X_i^E}{X_i^A} \right] \right]; \quad ISM = \left[\sum \text{mínimo} \left[\frac{M_i^A}{M_i^E}, \frac{M_i^E}{M_i^A} \right] \right]$$

Si estos índices son próximos a 100 la composición de las exportaciones e importaciones entre España y Andalucía son muy semejantes, en el caso contrario reflejarían una gran divergencia.

que las secciones arancelarias agrupan una gran variedad de productos, se ha optado de nuevo por calcular este indicador a partir de las partidas. Su evolución, que puede observarse en el cuadro 4, refleja cómo a lo largo de la década de los noventa se ha producido un paulatina aproximación de los patrones de exportación de Andalucía y España, sin que con ello pretendamos negar la gran divergencia existente entre la composición de las ventas andaluzas al exterior y las españolas. Mayor similitud presentan las importaciones de ambas economías, pero en este caso, no puede concluirse que se esté produciendo un acercamiento, pues el índice apenas si varía su valor a lo largo del periodo.

Una explicación más detallada de la estructura comercial andaluza exige la utilización de otros instrumentos analíticos que nos proporcionen una mayor información sobre su patrón comercial. De este modo, el índice de especialización (dependencia)⁴ facilita la comparación de la importancia relativa de los distintos grupos de productos en las exportaciones (importaciones) totales de esta Comunidad Autónoma respecto a su peso relativo en las exportaciones nacionales. En el cuadro 5 pude observarse que la especialización comercial andaluza se centra fundamentalmente en los productos relacionados con el sector primario y se intensifica a lo largo del periodo considerado. Este es el caso de las grasas y aceites de origen animal o vegetal, de los productos del reino vegetal y de los productos de la industria alimentaria, bebidas y tabaco, aunque éstos últimos muestran la tendencia contraria. Esta especialización también gravita sobre los metales comunes y sus manufacturas, los productos minerales y los instrumentos de precisión, si bien es cierto que en este último grupo de productos dicha especialización se reduce a lo largo del periodo considerado.

Los núcleos de dependencia comercial de la economía andaluza se localizan en los productos minerales, productos relacionados con el sector primario, y otros productos como madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas.

$$4. IE = \frac{X_i^A / X_i^E}{X_j^A / X_j^E}; \quad ID = \frac{M_i^A / M_i^E}{M_j^A / M_j^E}$$

Un índice inferior a 100 refleja que la importancia relativa de las exportaciones o importaciones de un grupo de productos en el total andaluz es menor que la importancia relativa de las exportaciones o importaciones de estos mismos productos en el total nacional.

Por otra parte, la equivalencia existente entre las 71 categorías de productos de la base de datos CHELEM y el sistema armonizado nos ha permitido realizar una nueva agregación de los datos. De este modo, diferenciamos entre 6 grupos de productos: primarios, manufacturas básicas, bienes intermedios, bienes de equipo, productos mixtos y bienes de consumo.

Los índices de especialización calculados para estas nuevas agrupaciones evidencian claramente que lejos de estar produciéndose un cambio en el perfil de la especialización andaluza hacia productos más elaborados y complejos, la especialización comercial de esta Comunidad Autónoma continúa localizándose en bienes primarios fundamentalmente y manufacturas básicas, y ésta se acentúa con el paso del tiempo. Por el contrario, en bienes de equipo, bienes intermedios y bienes de consumo Andalucía presenta una acusada desespecialización.

Por otra parte, la dependencia comercial de la economía andaluza se concentra exclusivamente en bienes primarios, no hay que olvidar que en este grupo se clasifican los combustibles minerales. El resto de agrupaciones presentan un índice inferior a 100 que nos permite constatar la menor importancia relativa de estos productos en las compras andaluzas con respecto a España. Tan sólo merece la pena destacar la tendencia ascendente de las manufacturas básicas, frente al retroceso que experimentan los bienes intermedios y de equipo.

Hasta ahora, se han utilizados indicadores relativos al sector exterior que, sin embargo, no consideraban conjuntamente las exportaciones e importaciones. Comúnmente se utiliza algunos de los indicadores siguientes para obtener información contrastada del perfil comercial de una economía: el saldo comercial relativo, que se obtiene calculando el saldo comercial de cada producto (o grupo de productos) como proporción del comercio total del mismo, el índice de contribución al saldo, que expresa el saldo comercial como desviación

Cuadro 5. **ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN Y DEPENDENCIA: ANDALUCÍA-ESPAÑA.**

	Índice de Especialización				Índice de Dependencia			
	1993	1996	1998	2000	1993	1996	1998	2000
I. Animales vivos y productos del reino animal	65,4	59,7	57,0	64,3	97,1	85,2	99,8	95,8
II. Productos del reino vegetal	295,2	320,0	380,5	370,4	196,2	165,5	181,8	140,3
III. Grasas y aceites animales o vegetales y sus elaborados	493,1	636,7	624,4	653,2	282,3	611,9	440,7	257,3
IV. Productos de la industria alimentaria; bebidas y tabaco	227,7	190,6	152,8	164,1	127,7	115,2	142,5	144,9
V. Productos minerales	262,6	325,6	314,8	375,4	414,8	451,9	559,4	416,6
VI. Productos de las industrias químicas o conexas	76,0	81,7	68,0	78,8	52,9	58,7	67,5	62,8
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	9,3	10,4	25,8	27,0	33,2	28,6	46,9	35,5
VIII. Pieles, cueros, peletería y sus manufacturas	27,2	31,8	42,4	75,0	32,1	31,2	42,1	50,2
IX. Madera, carbón vegetal, corcho y sus manufacturas	53,3	73,3	81,6	86,9	67,8	98,3	105,9	106,2
X. Pasta de madera, papel, cartón y sus aplicaciones	57,7	52,1	56,5	71,3	50,3	44,2	51,9	57,5
XI. Materias textiles y sus manufacturas	29,3	34,9	47,8	41,7	33,4	29,8	32,6	34,8
XII. Calzado y otros complementos, plumas y flores	6,3	3,3	4,9	4,4	22,7	22,3	25,8	20,4
XIII. Manufac. de piedra, yeso o análogos, cerámica y vidrio	7,4	13,1	59,3	20,7	75,3	70,1	93,7	71,8
XIV. Perlas finas o cultivadas, piedras y metales preciosos	361,5	305,2	124,8	160,7	94,2	53,0	57,5	51,0
XV. Metales comunes y manufacturas de estos metales	160,1	167,3	165,6	176,3	64,7	82,6	103,2	94,9
XVI. Máquinas y aparatos, material eléctrico	13,9	20,6	25,0	29,1	36,5	36,6	44,0	34,2
XVII. Material de transporte	54,4	48,3	42,6	34,3	30,9	33,4	25,9	18,6
XVIII. Instrumentos de precisión, música y relojería	183,8	182,7	160,2	155,6	23,8	26,2	24,6	20,7
XIX. Armas y municiones, sus partes y accesorios	13,9	25,4	5,0	1,3	49,8	5,6	4,3	0,5
XX. Mercancías y productos diversos	17,0	26,0	36,4	44,2	32,7	28,6	33,9	41,2
XXI. Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0,6	15,8	8,0	4,2	3,8	5,5	30,7	10,8
Posiciones de reagrupamiento	382,4	304,0	336,9	241,3	71,2	191,4	175,7	147,6
Primarios	257,02	293,66	355,41	344,02	353,67	366,81	413,34	384,20
Manufacturas básicas	153,70	168,62	168,85	174,31	72,38	67,22	87,07	82,57
Bienes intermedios	49,74	41,84	41,53	44,21	43,77	44,78	49,33	39,36
Bienes de equipo	71,11	64,18	61,15	49,06	46,80	44,42	48,16	35,65
Productos mixtos	121,89	135,64	130,46	157,46	88,09	93,54	101,80	88,04
Bienes de consumo	55,97	48,40	43,76	44,25	27,84	26,12	27,76	28,98
No especificados anteriormente	298,30	279,48	309,73	239,06	104,09	153,36	172,63	147,51

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX.

ponderada respecto al saldo medio y el índice de ventajas comparativas reveladas, que nos permite conocer la situación relativa del comercio de cada producto en relación con el comercio total. Como puede comprobarse todos ellos se apoyan en una misma variable: el sal-

do comercial, por lo que los resultados que se obtienen suelen ser muy próximos y permiten obtener idénticas conclusiones. Por ello, y para no ser reiterativos, nos centramos en el índice de ventaja comparativa revelada de Balassa (VCR)⁵. El signo de este indicador y su

$$5. \text{VCR} = \left[\frac{X_i - M_i}{X_i + M_i} - \frac{\sum (X_i - M_i)}{\sum (X_i + M_i)} \right]$$

Cuando el índice es positivo el producto presenta ventajas comparativas, que serán mayores cuanto más elevado es su valor, en caso contrario presenta desventajas.

evolución en el periodo considerado nos permitirá conocer los productos, o mejor dicho, grupos de productos para los que Andalucía presenta ventajas o desventajas comparativas, así como los cambios que se han ido produciendo en los últimos años. Ahora bien, es necesario tener presente las limitaciones de este indicador en el caso de los productos agrícolas, ya que como consecuencia de las fluctuaciones de estos mercados y las particularidades de la protección que los caracteriza este tipo de análisis suele realizarse tan solo para los productos industriales. Por ello, los resultados que se obtienen al aplicar este indicador a los productos agrícolas deben de ser tratados con precaución.

Con los resultados del cuadro 6, en los que se muestran el valor del indicador seleccionado para Andalucía y España, es posible afirmar que las ventajas comparativas de la economía andaluza se centran fundamentalmente en algunos bienes primarios -productos agrícolas (excluidos los productos no comestibles) fundamentalmente-; en determinadas manufacturas básicas de hierro y acero y metalurgia no ferrea; en determinados bienes intermedios como papel, componentes de vehículos, hilos y tejidos y estructuras metálicas; en bienes de equipo como los instrumentos de precisión y aparatos eléctricos; y en determinados bienes de consumo como vehículos particulares, conservas de frutas y vegetales, bebidas, preparados de cereales y productos electrónicos. Por el contrario, la economía andaluza presenta desventajas relativas en los bienes primarios como minerales, petróleo, gas natural, y productos agrícolas no comestibles; en algunas manufacturas básicas como el vidrio o el cemento; en determinados bienes intermedios como los fertilizantes, ferretería diversa,

mecánica, componentes electrónicos, plásticos y artículos de caucho; en bienes de equipo como máquinas-herramientas, vehículos comerciales, equipos de construcción, máquinas especializadas, equipos informáticos y equipos eléctricos; y en determinados bienes de consumo como óptica, tabaco, confecciones, conservas de carne y pescado.

En definitiva, globalmente y al nivel de desagregación aquí manejado, puede concluirse que Andalucía presenta una clara desventaja relativa en los bienes primarios, pues en todos ellos a excepción de algunos productos agrícolas se obtiene este resultado. No hay que olvidar que en este grupo se encuadra los combustibles minerales, que como señalábamos en un principio, se constituyen en la rúbrica más importante de las importaciones andaluzas. El resto de agrupaciones presentan ventajas comparativas, si bien es cierto que los valores del índice de VCR de los bienes de equipo e intermedios son muy bajos y en este último caso ha presentado incluso desventajas en numerosas ocasiones. Por el contrario, España presenta desventaja, además de en los bienes primarios, en bienes de equipo y productos intermedios.

Para comprender estos resultados es necesario recordar que el índice de VCR se construye a partir de los datos reales de los flujos comerciales y no refleja las ventajas comparativas en su concepción clásica contemplada en la teoría de comercio. Se trata, simplemente un indicador sintético de la evolución y comportamiento de la balanza comercial, esto es, las ventajas o desventajas relativas se analizan con respecto al balance comercial de la propia región.

Cuadro 6. ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA.

	Andalucía				España			
	1993	1996	1998	2000	1993	1996	1998	2000
Cemento y productos derivados	10,9	-0,3	8,0	-0,2	61,9	62,5	62,4	55,3
Cerámica	-34,5	-15,5	63,7	11,0	70,1	68,3	70,9	76,5
Vidrio	-78,5	-72,8	-85,8	-63,3	12,5	7,9	-0,2	6,5
Hierro y acero	75,9	78,0	51,0	71,7	35,1	9,2	-7,7	0,5
Primera transformación de hierro	-70,9	-60,6	-47,6	-58,2	40,6	13,1	20,1	28,0
Metalurgia no férrea	67,4	64,7	59,7	65,3	18,0	7,3	-2,4	-1,5
Hilos y tejidos	-3,8	-1,5	-2,1	16,1	10,7	9,5	7,4	11,2
Vestidos	-69,1	-49,8	-28,8	-20,5	-44,6	-25,8	-13,9	-11,6
Vestidos de punto	-16,9	-1,4	-1,1	-6,5	-33,9	-28,7	-22,9	-15,7
Tapices	-15,7	27,4	18,5	23,9	2,3	1,5	-1,3	-2,1

Cuadro 6. CONTINUACIÓN.

Cuero	10,8	11,7	-8,6	13,2	46,1	44,2	35,8	32,6
Artículos de madera	12,9	21,3	23,1	27,4	27,6	19,7	10,8	10,7
Muebles	33,2	52,9	48,3	44,6	28,8	46,7	43,3	37,2
Papel	0,0	0,0	0,2	18,3	-19,7	-20,2	-17,2	-5,2
Impresos y publicaciones	13,2	21,9	26,9	19,6	37,2	40,7	50,8	57,6
Manufacturas diversas	-66,5	-58,1	-46,9	-38,5	-33,5	-28,6	-27,8	-22,5
Estructuras metálicas	84,7	35,6	11,0	44,9	38,1	33,0	32,2	36,0
Ferretería diversa	-28,4	-32,8	-41,2	-39,0	10,9	6,6	4,1	5,5
Mécanica	-78,7	-63,8	-55,6	-44,5	-24,6	-19,7	-18,7	-12,0
Equipos agrícolas	-68,7	-66,4	-68,1	-53,8	-45,2	-59,2	-59,0	-46,7
Máquinas-Herramientas	-82,6	-66,9	-84,2	-61,5	8,1	9,8	-5,7	-9,3
Equipos de construcción	-90,5	-75,6	-65,6	-50,7	-0,1	-14,1	-24,0	-23,7
Máquinas especializadas	-64,3	-30,4	-68,0	-58,4	-8,1	-7,7	-20,2	-13,6
Armas	-98,3	-77,1	60,9	54,8	53,6	51,8	54,0	56,6
Instrumentos de precisión	60,1	57,7	51,4	68,8	-32,4	-28,1	-33,0	-24,9
Relojería	-67,8	-56,0	-92,8	-72,5	-38,1	-47,4	-46,8	-41,3
Óptica	-75,2	-80,7	-68,7	-66,8	-66,0	-69,1	-67,2	-62,5
Componentes electrónicos	-94,0	-78,9	-84,7	-49,7	-38,2	-41,9	-33,7	-26,5
Consumos electrónicos	-65,0	25,2	36,6	56,4	-18,3	-4,0	-1,6	2,1
Equipos de telecomunicaciones	-8,8	16,3	21,9	36,2	-10,4	-37,5	-28,2	-37,8
Equipos informáticos	-26,8	-42,6	-34,5	-28,1	-32,5	-30,3	-32,4	-28,2
Aplicaciones domésticas eléctricas	-72,6	-53,0	6,7	-27,4	-0,2	10,7	12,6	8,3
Equipos eléctricos	-57,3	-79,6	-55,6	-43,9	-8,3	-12,0	-15,8	-7,0
Aparatos eléctricos	-16,6	-1,9	-12,5	6,7	2,0	2,6	4,4	8,5
Componentes de vehículos automóviles	41,5	37,4	28,6	43,4	-11,2	-6,4	-7,0	-11,7
Vehículos particulares	64,6	66,4	66,0	85,1	40,5	45,0	32,8	34,6
Vehículos comerciales	-98,2	-67,5	-97,6	-79,5	34,7	34,6	37,4	25,4
Navíos	35,7	78,7	70,4	31,9	86,5	55,6	40,7	47,3
Aeronáutica	65,1	25,9	65,0	74,1	11,0	-7,4	-7,8	-20,6
Química inorgánica básica	44,1	45,5	-47,5	-2,4	-25,6	-22,6	-39,0	-30,1
Fertilizantes	-77,8	-66,9	-63,0	-63,8	-27,1	-33,7	-31,8	-14,1
Química orgánica básica	-10,9	-12,9	-20,3	0,4	-28,9	-32,9	-29,4	-20,0
Pinturas	10,8	1,6	-15,2	27,0	-0,5	-1,2	1,1	11,1
Productos de aseo	-11,3	15,6	17,0	19,1	-18,6	-9,3	-2,4	5,4
Farmacia	21,5	76,3	80,1	60,7	-16,1	-18,0	-18,9	-12,6
Plásticos	-13,2	-77,2	-71,3	-81,8	-44,0	-51,9	-47,1	-32,6
Artículos de plásticos	-49,3	-42,3	-22,5	0,5	-5,3	-8,7	-4,8	4,6
Artículos de caucho	-96,7	-88,8	-84,7	-47,1	27,6	20,6	19,3	27,0
Minerales de hierro	-57,9	-92,7	-103,3	-89,7	-81,0	-86,8	-88,0	-81,3
Minerales no ferrosos	-87,8	-62,5	-57,4	-28,9	-35,4	-47,1	-42,3	-27,0
Otros minerales	-31,8	-28,4	-36,9	-27,8	1,4	3,8	9,1	15,1
Carbón	-104,7	-99,5	-104,4	-89,6	-85,1	-88,5	-86,3	-82,6

Cuadro 6. CONTINUACIÓN.

Petróleo bruto	-104,8	-100,6	-105,2	-90,4	-86,7	-90,7	-89,7	-85,1
Gas natural	-85,6	-86,2	-97,6	-86,8	-78,3	-84,2	-85,2	-81,1
Coque	-104,8	-100,0	-93,2	-90,4	24,0	-41,2	72,2	86,1
Productos refinados de petróleo	50,9	68,2	57,7	69,0	12,7	30,1	40,1	26,1
Electricidad	-104,8	-	94,8	109,1	-31,9	-40,1	-52,8	13,9
Cereales	-30,9	-17,5	-24,4	2,9	-44,1	-51,6	-51,9	-42,9
Otros productos agrícolas	62,3	65,8	73,6	87,3	42,8	37,7	39,6	47,5
Productos agrícolas no comestibles	1,3	-2,2	7,3	-0,1	-32,7	-37,1	-30,3	-26,8
Productos de cereales	87,5	57,2	63,0	45,1	33,7	28,3	22,8	18,3
Grasa	45,8	39,2	63,4	86,9	12,5	12,8	24,6	26,7
Carne y pescado	-56,9	-39,9	-51,0	-31,7	-38,5	-18,4	-20,7	-8,4
Conservas de carne/pescado	-25,8	-26,4	-37,1	-14,3	-10,4	9,0	20,4	29,5
Conservas de frutas y vegetales	63,2	50,9	46,8	62,6	31,0	21,7	28,8	30,7
Azúcar	60,2	66,0	-32,9	6,2	-10,0	8,7	4,4	20,1
Alimentos para animales	-98,2	-84,8	-88,9	-77,4	-68,1	-58,1	-44,0	-46,0
Bebida	51,7	69,1	35,3	32,2	23,2	25,9	34,8	35,1
Manufacturas de tabaco	-45,8	-80,7	-63,4	-88,4	-60,5	-42,4	-63,1	-60,4
Joyería	11,8	40,9	34,9	52,0	-49,4	6,5	-3,8	-0,9
Oro no monetario	45,4	79,2	-40,7	-72,4	-32,0	-22,8	-19,1	-52,6
Primarios	-41,7	-39,8	-28,5	-39,2	-25,5	-28,9	-20,4	-33,8
Manufacturas básicas	47,3	47,4	31,0	41,6	15,3	5,6	-0,4	5,3
Bienes intermedios	2,1	-8,9	-13,7	3,7	-4,2	-5,4	-5,1	-2,0
Bienes de equipo	18,6	11,2	4,0	5,4	-1,8	-7,0	-7,8	-10,1
Productos mixtos	17,7	27,1	22,5	43,3	1,8	9,2	10,7	15,5
Bienes de consumo	28,3	33,2	26,2	40,3	7,5	13,3	11,2	14,6

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX.

Los resultados obtenidos son, por tanto, completamente lógicos si consideramos que una de las principales características del sector exterior andaluz, en consonancia con el escaso desarrollo de su estructura productiva, es el bajo valor de sus importaciones. Son estas escasas importaciones la que permiten a la economía andaluza presentar ventajas comparativas en todas las agrupaciones consideradas. Solamente los productos primarios que encuadran a los combustibles, donde se concentran la mayor parte de las compras, presentan desventajas. La importancia de esta sección responde, entre otros factores, a la necesidad de satisfacer los requerimientos de la industria onubense y gaditana. Ahora bien, casi todo el petróleo refinado en Andalucía se dirige al exterior de la región y no al consumo de otras actividades andaluzas, lo que nuevamente refleja la debilidad de nuestro sistema productivo.

4. El comercio intraindustrial

Los intercambios comerciales entre países se producen, según la teoría tradicional de comercio, como consecuencia de la diferente dotación relativa de factores y el desigual grado de utilización de los mismos. De este modo, cada país se especializará en la producción de aquel bien intensivo en los factores de producción más abundantes, por lo que predominará el intercambio de bienes distintos, es decir, el comercio interindustrial. Sin embargo, la realidad parece refutar la teoría tradicional. La intensificación del comercio de variedades de un mismo producto (comercio intraindustrial) entre países con dotaciones factoriales muy próximas ha favorecido el surgimiento de nuevas teorías que partiendo de supuestos más realistas, consideran elementos

Cuadro 7. **ÍNDICE DE COMERCIO INTRAINDUSTRIAL**

	España-Total	Andalucía-Total	Andalucía-Francia	Andalucía-Alemania	Andalucía-Italia
1993	54,52	20,07	-	-	-
1994	55,52	20,77	-	-	-
1995	56,52	21,80	-	-	-
1996	58,35	23,17	-	-	-
1997	58,43	20,93	-	-	-
1998	60,33	22,42	17,62	12,86	11,27
1999	62,07	23,38	16,87	12,92	18,30
2000	59,95	20,89	20,24	11,45	18,12

Fuente: Base de datos ESTACOM. ICEX.

nuevos como las estrategias de diferenciación, las economías de escala, y las diferencias tecnológicas, elementos que pueden determinar, en definitiva, el éxito de un producto en los mercados internacionales.

Por otro parte, es necesario destacar que algunos estudios han contrastado empíricamente que la especialización intraindustrial está correlacionada positivamente con el nivel de desarrollo del país (Balassa (1987), Carrera (1997)), por la que este análisis nos permitirá corroborar afirmaciones anteriormente realizadas sobre el comercio exterior andaluz.

Realizadas estas consideraciones, hemos optado por la utilización del índice de Grubel y Lloyd⁶, para obtener una medida del comercio intraindustrial andaluz. Este índice se ha calculado al igual que los anteriores a partir de las partidas arancelarias, un nivel de desagregación que, creemos, es suficiente para obtener unas primeras conclusiones (Cuadro 7). El bajo valor alcanzado por este indicador en Andalucía evidencia, por un lado la importancia del comercio interindustrial y, por otro, las acentuadas diferencias entre la naturaleza del comercio exterior andaluz y español, ya que el índice nacional casi triplica al andaluz en el año 2000.

No obstante, para la construcción de este indicador no sólo es conveniente una elevada desagregación de los

datos estadísticos por productos sino también por países, puesto que de no ser así pueden encubrirse flujos de diferente índole. Por este motivo, pese a que la información anterior nos ha permitido obtener unas primeras conclusiones, hemos creído conveniente calcular el índice de comercio intraindustrial para los principales clientes de Andalucía: Francia, Alemania e Italia (Cuadro 7). Los resultados obtenidos para cada uno de estos países revelan la escasa importancia del comercio intraindustrial en los intercambios con cada uno de ellos y corroboran las conclusiones obtenidas anteriormente a nivel agregado.

5. Conclusiones

Para terminar, quisiéramos destacar como principales conclusiones de este trabajo las siguientes:

1. En la década de los noventa la participación de Andalucía en el comercio exterior español se ha reducido, lo que evidencia cómo esta Comunidad registra con menor intensidad el proceso de internacionalización de la economía española. Este hecho nos obliga a recapacitar sobre la capacidad andaluza para competir en los mercados internacionales.

$$6. \text{ICI} = \left[1 - \frac{|X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \right]$$

El valor de este índice será 100 cuando todo el comercio sea intraindustrial y 0 si no hay intercambios de este tipo. El índice agregado se ha calculado realizando la media aritmética ponderada por la importancia de cada partida en el comercio total.

2. La saneada situación que caracteriza, en general, al sector exterior andaluz, y que se manifiesta en su tasa de cobertura –superior o muy próxima a cien durante todo el periodo considerado, a excepción del año 2000–, esconde tras de sí importantes debilidades de la estructura productiva andaluza. En efecto, los resultados obtenidos por el comercio exterior de Andalucía pueden interpretarse de un modo menos optimista. El superávit exterior de una economía puede derivarse de su gran capacidad exportadora y, en definitiva, de la existencia de un sector exportador fuerte y competitivo orientado a los mercados exteriores o bien, como ocurre en Andalucía, reflejar una estructura productiva débil, centrada en el sector primario y extractivo, con escaso tejido industrial que requiera de un mayor volumen de importaciones.
 3. El sector exterior andaluz depende de un modo excesivo del comportamiento de las exportaciones de unos pocos productos. En este sentido, es necesario destacar que el índice de Hirschman refleja la acentuación de esta concentración en el periodo considerado, concentración que, por otra parte, llega a superar a la presentada por las exportaciones españolas en el año 2000. Este hecho incrementa la vulnerabilidad de la economía andaluza frente al exterior, máxime si tenemos en cuenta que las exportaciones se concentran fundamentalmente en productos agrícolas y alimenticios con escaso grado de elaboración, y un reciente trabajo empírico (Moral y Brañas, 2000) corrobora la gran importancia de las condiciones de la oferta de este tipo de productos y de la demanda internacional de los mismos en el comportamiento de las exportaciones globales de Andalucía.
 4. El grado de concentración de las importaciones es aún mayor y son los combustibles minerales los que acaparan la mayor parte de las compras. El índice de concentración de las importaciones, parece sin embargo mostrar una tendencia descendente, pese a lo cual es mucho más elevado que el correspondiente a la economía nacional.
 5. El patrón comercial andaluz presenta diferencias significativas con el nacional. Esta realidad es más evidente por el lado de las ventas, y ello pese a que se ha producido un cierto acercamiento en estos últimos años según el índice de similitud de las exportaciones. El comercio exterior de Andalucía se concentra fundamentalmente en productos relacionados con el sector primario con escaso grado de elaboración.
 6. Si compramos la importancia relativa de cada sección andaluza con la nacional se confirma cómo la especialización exportadora se localiza en los bienes primarios fundamentalmente y manufacturas básicas. El patrón comercial andaluz se corresponde, así, con el de una economía poco desarrollada, que se apoya en las ventajas comparativas de la región derivadas de sus recursos naturales. Las actividades de transformación de los productos, que son las que generan un mayor valor añadido y, por tanto, generan más riqueza, se desarrollan fuera de la región.
 7. El índice ventajas comparativas reveladas muestra, sin embargo, que en el año 2000 tan sólo presentan desventajas relativas los bienes primarios, mientras que en la economía española éstas se extienden a los bienes intermedios y de equipo. Sin embargo, una correcta interpretación de estos resultados no obliga a recordar que este índice se construye a partir del saldo comercial y que Andalucía se caracteriza, en general, por el escaso valor cuantitativo de sus importaciones en comparación con las exportaciones en consonancia con una estructura productiva débil.
 8. Por último, destacar el escaso peso del comercio de naturaleza intraindustrial en la región. Si consideramos que empíricamente se ha contrastado la relación positiva entre el grado de comercio intraindustrial de un país y su nivel de desarrollo, podemos afirmar que el índice de comercio intraindustrial corrobora las conclusiones anteriores, esto es, que el sector exportador andaluz se corresponde con el de una economía poco desarrollada.
- En definitiva, el futuro del sector exportador de Andalucía no parece ser muy optimista, máxime si tenemos en cuenta su concentración en productos ligados al sector primario, que en un entorno cada vez más competitivo y liberalizado, se apoyan fundamentalmente en sus ventajas en precios. En este sentido, es necesario recordar que la entrada en vigor de la Unión Económica y Monetaria elimina la posibilidad de realizar devaluaciones competitivas, instrumento que la economía española ha utilizado en numerosas ocasiones para mejorar la competitividad de los productos en el exterior.
- Andalucía debe, por tanto, impulsar su sector exportador y adaptar sus sistema productivo a las nuevas circunstancias vigentes en la economía internacional, para, de este modo, aprovechar las oportunidades que ésta le brinda.

Bibliografía

- BALASSA (1987): "Especialización industrial. Análisis entre países". *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 605, marzo.
- BUISÁN, A. y GORDO, E. (1997): "El sector Exterior en España", *Estudios Económicos*, nº 60, Banco de España, Madrid.
- CARRERA, M. (1997): "Comercio intraindustrial en España. Determinantes nacionales", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 765.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (1998): *Plan Económico Andalucía Horizonte 2000*.
- MARTÍNEZ BURGOS, F. (1994): "El apoyo institucional a la internacionalización de la empresa", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 735, noviembre.
- MAULEÓN, I. y SASTRE, L. (1994): "El saldo comercial en 1993: Un análisis econométrico", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 735.
- MORAL, E. Y BRAÑAS, P. (2000): "Dinámica exportadora de una región del sur de Europa: El caso de Andalucía", *Revista Asturiana de Economía*, nº 18, Oviedo.
- REQUEIJO, J. (1989): *Introducción a la Balanza de Pagos de España*, Madrid, Ed. Tecnos.
- RICHARDSON, H.W. (1986): *Economía regional y urbana*, Madrid, Alianza.
- VALLÉS FERRER, J. (coord.) (1997): *Economía Andaluza*, Sevilla, Algaida.