
La importancia de la calidad en el comercio de Andalucía con la UE

Juliette MILGRAM BALEIX¹

1. Introducción

El proceso de integración comercial implica una reorganización de los procesos productivos sobre una base no nacional sino regional o mundial. La mayor variedad de productos al alcance de los consumidores y de las empresas es señalada a menudo como una de las principales ventajas del proceso de integración europea. Evidentemente, las empresas mejor integradas en la división de los procesos productivos son las que más se benefician de este tipo de ventajas. La creciente exigencia de los consumidores por la diversidad implica que los intercambios de bienes similares (comercio intraindustrial) cobren cada vez más significación en detrimento de los intercambios intersectoriales. La existencia de importantes flujos de comercio intraindustrial entre los países de la UE ha sido presentada a menudo como una prueba de la semejanza de sus estructuras económicas, tanto en el ámbito de la oferta como de la demanda. Esta proximidad debería garantizar unas consecuencias más positivas de la integración comercial al incrementar los efectos dinámicos. Más recientemente, este criterio ha influido también en el debate acerca de la Unión Monetaria. El éxito de una moneda única, depende en gran medida del riesgo de *shocks* asimétricos entre los países que adoptan esta política. Para minimizar los costes de tal política, los intercambios y, en particular, los flujos intraindustriales entre los países que proyectan fijar sus tipos de cambio, deben de ser relevantes.

La nueva organización de los procesos de productos entraña ciertos riesgos para las regiones más pobres o

más periféricas cuyo perfil económico se aleja de la media europea. Para éstas, el proceso de integración comercial y la Unión Monetaria pueden suponer importantes costes de ajuste. Además, el comercio intraindustrial, si se corresponde con intercambios de bienes diferenciados por la calidad, no tiene el mismo significado que si los intercambios son de productos casi-idénticos (diferenciación horizontal). En el primer caso (diferenciación vertical), se intercambian bienes que no incorporan los mismos factores de producción por lo que no refleja una similitud de la oferta entre los socios.

En este artículo, investigamos la naturaleza del comercio andaluz. Se trata de un aspecto esencial del proceso de ajuste comercial que se viene desarrollando desde la entrada de España en la UE y que continúa con la puesta en práctica de la Unión Económica Monetaria.

En la primera parte de este artículo se analiza el perfil del comercio exterior andaluz, destacándose la importancia del comercio con los países de la UE y la intensa especialización de Andalucía. En la segunda parte se analiza la naturaleza del comercio andaluz con la UE, distinguiéndose entre tres tipos de flujos: intersectorial, intrasectorial de variedad e intrasectorial de productos diferenciados verticalmente. Completamos este análisis en la tercera parte, comparando la calidad de las importaciones y exportaciones andaluzas con la media comunitaria. Finalmente, se exponen las principales conclusiones derivadas de nuestro estudio.

1. Quisiera agradecer a M^a del Sol Ostos Rey sus comentarios que han contribuido a mejorar este artículo.

2. El comercio exterior de Andalucía refleja su posición al sur de la UE

El desmantelamiento de las barreras al comercio entre España y la CE y, posteriormente la constitución del mercado único europeo, han contribuido a intensificar los intercambios españoles con los países miembros. Los efectos de estos acontecimientos sobre el bienestar de los países de la periferia de Europa fueron objeto de controversia. Omitiendo el aspecto político, las ganancias a las que conduce este tipo de liberalización provienen de una mayor especialización según las ventajas comparativas. A más largo plazo, se argumentó que el acceso a un mercado más

amplio permitiría explotar economías de escala importantes y tener acceso a una variedad de bienes más amplia lo cual es de vital importancia para satisfacer la demanda de los consumidores pero también de las empresas. Finalmente, se señaló como posible fuente de ganancia dinámica, la disminución de los costes de transacción derivados de la armonización de las normas técnicas, administrativas, sanitarias, etc.

Paralelamente, la apertura de España planteaba también numerosas incógnitas ya que la localización de las actividades industriales inducida por la integración no era, a priori, evidente⁹. Si bien las regiones periféricas atraen industrias que desean beneficiarse de costes ba-

Tabla 1. **COMERCIO DE ANDALUCÍA Y ESPAÑA POR ZONAS GEOGRÁFICAS.**

Media 1995-2000 En % del total	Importaciones		Exportaciones	
	Andalucía	España	Andalucía	España
UE (15)	53,9	66,0	68,0	71,6
AELE ²	1,8	1,9	2,1	1,7
OPD (Desarrollados) ³	13,8	9,9	6,7	6,7
ACP	3,8	2,8	2,5	1,4
América Latina	5,8	3,6	4,4	5,2
Asia en desarrollo ⁴	4,0	4,1	1,6	1,1
NPI Asia ⁵	2,4	3,1	2,7	2,1
PECO y Bálticos ⁶	2,0	1,3	1,4	2,2
NEI ⁷	2,3	1,3	0,8	0,7
P. Terceros Med ⁸	8,8	3,1	6,3	4,7
Oriente Medio	1,4	2,9	1,8	1,4
Otros	0,2	0,2	1,6	1,3
	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana.

2. AELE: Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Noruega, Suiza y Liechtenstein).

3. Otros Países Desarrollados (OPD) : África del Sur, Namibia, USA, Canadá, Japón, Australia y Nueva Zelanda.

4. Asia en desarrollo : Afganistán, Bangladesh, Maldivas, Nepal, Myanmar, Laos, Camboya, Pakistán, India, Sri Lanka, Vietnam, Indonesia, Mongolia, China, Macao, Nauru y Corea del Norte.

5. NPI de Asia (Nuevos Países Industrializados) : Tailandia, Malasia, Singapur, Filipinas, Corea del Sur, Taiwan, Hong Kong.

6. PECO y Bálticos: países de Europa Central y Oriental, antigua Yugoslavia y países Bálticos (Estonia, Letonia y Lituana).

7. Nuevos Estados Independientes (NEI) : antigua Unión Soviética.

8. Terceros Países Mediterráneos (TPM).

9. La economía geográfica explica los procesos de localización entre un centro (caracterizado por una demanda alta pero unos elevados costes de producción) y su periferia (costes en trabajo y demanda débiles). Las obras de Krugman (1992), y Fujita, Krugman y Venables (2000) son las referencias más destacables de esta literatura.

jos (“fuerza centrífuga”), al alejarse de sus clientes, se incrementan los costes de distribución y se dificulta el conocimiento del mercado. Además, las industrias tienden a concentrarse para beneficiarse de economías de aglomeración (fuerza centrípeta) por lo que las regiones de la periferia no siempre son localizaciones convenientes. Existía, por tanto, un riesgo de que las regiones más periféricas se vieran marginadas en el escenario europeo por una polarización de las actividades en los países más céntricos.

En el caso de España no se confirmaron las previsiones más pesimistas, puesto que se registró una diversificación de su patrón de comercio tras su adhesión. Sin embargo, como resultado de los dos efectos opuestos - de aglomeración y dispersión de las actividades - nace un subcentro en el seno de cada país y una organización de las regiones alrededor de un centro industrial que se beneficia de mejores infraestructuras para facilitar las relaciones con los demás centros y ofrecer ventajas de localización a las empresas.

Andalucía, por su posición geográfica, encarna la puerta Sur de la UE. Su posición periférica se refleja en la estructura geográfica de su comercio (tabla 1). Sin minimizar la importancia que tienen los países miembros en el comercio andaluz, la UE tiene un peso inferior en los intercambios andaluces que en los españoles. Este hecho es particularmente acentuado en el caso de las im-

portaciones, ya que las compras procedentes de la UE representan el 54 % del total de las importaciones andaluzas, mientras que su peso medio en el ámbito nacional es del 66 %. Las importaciones andaluzas presentan una mayor diversificación geográfica que las españolas. En particular, el peso de los países desarrollados no pertenecientes a la UE y de los países terceros mediterráneos se sitúa muy por encima de la media de las demás comunidades autónomas y corrobora que Andalucía mantiene relaciones privilegiadas con este último grupo de países. Más generalmente, los intercambios con los países menos avanzados tienen más relevancia en el caso andaluz que en el español, a excepción de las exportaciones hacia los PECO y los países bálticos.

La posición geográfica de Andalucía, situada al límite de la UE, determina en gran medida la organización del comercio andaluz, enfocándose como complementarias las relaciones comerciales con los demás países no europeos. No obstante, los flujos procedentes de la UE ocupan una posición cada vez más destacable en los intercambios andaluces (50 % en 1995 y 57 % en 2000), mientras que el peso de las exportaciones andaluzas hacia los países miembros permanece relativamente estable. Estas ventas se concentran en productos agrícolas y agroalimentarios, que constituyen alrededor de la mitad de las exportaciones andaluzas hacia la UE (tabla 2). La especialización andaluza es más intensa y acentuada que la española, así lo refleja el indi-

Tabla 2. COMERCIO DE ANDALUCÍA Y ESPAÑA CON LA UE POR SECTORES.

Media 1995-2000 En %	Importaciones		Exportaciones		IVC ¹⁰	
	And.	Esp.	And.	Esp.	And.	Esp.
Agricultura	12,6	2,8	32,4	8,9	93,0	27,9
IAA	12,4	7,0	17,4	8,0	41,1	8,1
Energ. & Min.	4,6	2,3	6,3	2,1	6,9	-2,4
Text. & Conf.	3,7	5,2	3,7	6,7	-2,7	8,4
Madera & Papel	6,7	5,3	6,7	5,2	-6,9	-0,2
Metal. & Constr.	18,0	11,3	13,3	10,9	-17,8	0,4
Maquinas & Elec.	24,4	48,3	12,0	45,8	-64,3	-24,7
Química	16,1	16,7	7,2	11,5	-46,5	-16,8
N.C.A.	1,5	1,1	1,0	0,9	-2,9	-0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana.

10. Indicador de ventaja comparativa.

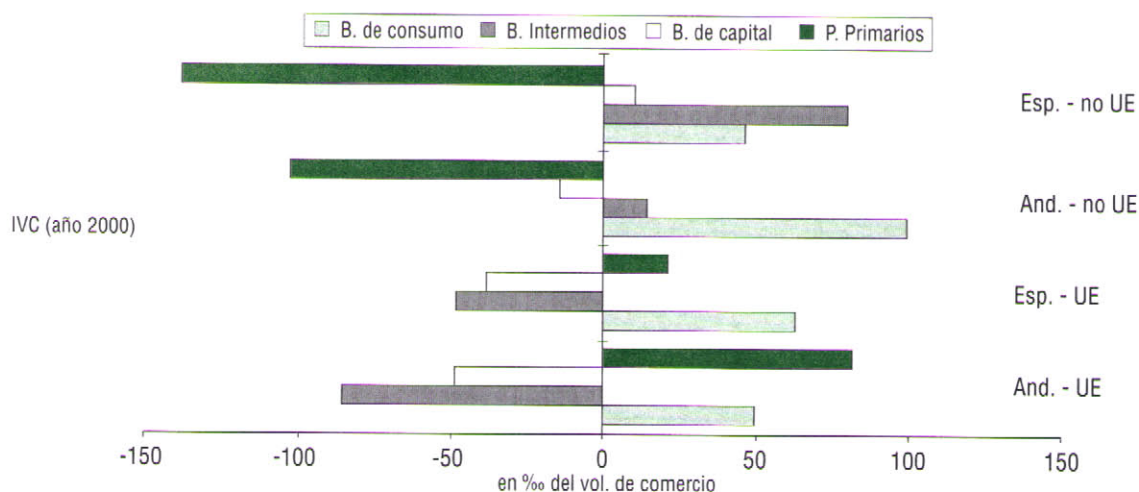
cador de ventaja comparativa (IVC)¹¹. Las ventajas comparativas de Andalucía provienen de los bienes intensivos en recursos naturales y sus desventajas se registran sistemáticamente en los productos industriales.

La composición de las exportaciones e importaciones de un país o de una región está estrechamente ligada a su posición en la división internacional de los procesos de producción. La división técnica de la producción promueve la internacionalización de los mercados ya que los bienes intermedios son adquiridos a menudo mediante subcontratación o en el marco de empresas multinacionales (comercio intra-firma). Esta forma moderna de división del trabajo es fruto de los progresos técnicos que permiten dividir el proceso de trans-

formación en múltiples etapas. Los procesos de producción de los bienes primarios son más estandarizados. Los bienes intermedios y de consumo deben, en cambio, adaptarse a una demanda cada vez más sofisticada. Cada etapa del proceso corresponde a funciones de producción distintas, así que un país puede tener una ventaja comparativa en una de estas etapas mientras registra una desventaja en otra.

La tabla 3 destaca la posición de Andalucía y de España en este proceso. El perfil de especialización español difiere según el mercado de referencia. Con los países de la UE, España posee una desventaja comparativa en los bienes que requieren más tecnología como son los bienes intermedios y de capital, mientras que estos pro-

Gráfica 1. VENTAJA COMPARATIVA POR ETAPAS DE PRODUCCIÓN (AÑO 2000).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana.

11. El análisis se basa en el indicador de Ventaja Comparativa Revelada. Este indicador traduce las ventajas o desventajas comparativas reflejadas por el comercio entre dos socios midiendo la contribución al saldo comercial de cada sector (Lafay, 1987). El IVC para el sector j viene dado por:

$$IVC_j = (1000/(X+M)) ((X_j - M_j) - (X-M) [(X_j + M_j)/(X+M)])$$

siendo respectivamente X , X_j las exportaciones totales y las del sector j , y M , M_j las importaciones totales y las del sector j . Se considera que el comercio en un sector j presenta una ventaja comparativa (o desventaja) si su saldo comercial es mayor (o menor) que un saldo de referencia, siendo éste el que se obtendría al distribuir el saldo comercial total del país entre todos los sectores según sus pesos relativos en el total del comercio. Así, su contribución al saldo comercial sería la diferencia entre el saldo real y este saldo teórico. Una contribución positiva (negativa) es interpretada como una ventaja comparativa revelada (desventaja) para este sector.

Tabla 3. NATURALEZA DEL COMERCIO DE ANDALUCÍA Y ESPAÑA CON LOS PAÍSES MIEMBROS Y EL RESTO DEL MUNDO.

Media 1995-2000	Andalucía				España			
	Inter.	Intra DH	Intra DV	Vol. de com	Inter.	Intra DH	Intra DV	Vol. de com
Portugal	74,5	9,2	16,3	9,3	53,6	14,1	32,3	5,7
Italia	84,1	5,2	10,7	8,7	48,1	16,4	35,6	9,3
Francia	87,0	3,7	9,3	12,0	33,9	30,4	35,7	18,6
Alemania	88,8	2,1	9,1	9,4	42,5	12,0	45,5	14,5
Reino-U	91,0	1,8	7,2	8,3	50,3	19,7	30,0	8,0
P. Bajos	91,1	1,2	7,7	5,1	65,6	7,8	26,6	3,9
Bélgica	91,5	4,0	4,5	3,3	57,3	11,9	30,8	3,2
Suecia	95,5	1,3	3,2	1,4	73,5	5,2	21,3	1,3
Dinamarca	97,0	0,4	2,7	1,1	80,6	3,6	15,8	0,7
Austria	97,3	0,1	2,5	0,7	75,9	5,7	18,5	1,0
Finlandia	98,0	0,9	1,1	0,7	93,6	1,7	4,7	0,6
Grecia	98,1	0,5	1,4	1,1	91,4	3,2	5,5	0,6
Irlanda	98,1	0,8	1,1	0,5	89,5	1,2	9,3	1,0
UE total	86,9	3,8	9,3	61,7	47,8	17,8	34,4	68,4
no UE	96,9	0,3	2,8	38,3	88,0	2,0	10,0	31,6
Total	90,7	2,5	6,8	100,0	60,5	12,8	26,7	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana.

ductos contribuyen positivamente al saldo comercial español con el resto del mundo (RDM). La especialización andaluza es más acentuada, ya que la contribución positiva de los productos primarios al saldo comercial respecto a la UE y a los países terceros es muy marcada. El análisis por sector de producción confirma que sus ventajas provienen de los bienes más estandarizados como son las materias primas.

Los bienes intermedios reúnen los productos agrícolas destinados a la industria, los carburantes ya transformados y las piezas y accesorios de los bienes de consumo duradero o del material de transporte. Este tipo de bienes contribuye de forma muy negativa al saldo de Andalucía con la UE. Sin embargo, respecto a los demás países, la contribución de los bienes intermedios al saldo comercial andaluz es positiva, aunque de forma menos destacable que para el conjunto de España. La desventaja de Andalucía en bienes de capital frente a la UE persiste frente a los demás países. Los puntos fuertes de Andalucía se sitúan, por tanto, en los dos extremos del proceso de producción: en los bienes primarios y de consumo. La debilidad de los intercambios andaluces de bienes intermedios refleja en gran medida su débil inserción en las cadenas de producción internacionales.

3. Naturaleza del comercio andaluz

Ante el proceso de integración en la UE de los países menos avanzados, se planteó que la fuerte complementariedad de estos países con los países más ricos de la UE podría verse acentuada mediante la especialización según la tradicional ventaja comparativa (comercio intersectorial). En cambio, una especialización de tipo intrasectorial indicaría una convergencia de las estructuras económicas entre miembros actuales y futuros. Como lo explican las nuevas teorías del comercio internacional de los años ochenta, los intercambios de productos similares se justifican por la similitud de los gustos y de las estructuras de producción, por lo que se suelen desarrollar entre países con niveles similares de desarrollo y dotaciones factoriales próximas. La especialización de tipo interindustrial debería generar una importante reasignación de los recursos entre sectores e importantes costes de ajuste en el corto plazo (Krugman, 1980). En cambio, la integración entre países, cuyos intercambios son de naturaleza intraindustrial, implica una reasignación de recursos entre empresas, pero dentro de un mismo sector, por lo que se califica de menos traumática en este caso. En los años ochenta se concluyó (Helpman y Krugman,

1985) que la integración entre países cuyos intercambios son de tipo interindustrial y responden a la ley de la ventaja comparativa, podría plantear costes de ajuste más importantes que en el caso de países cuyos intercambios son de tipo intraindustrial, intercambios basados en economías de escala y diferenciación de productos (competencia monopolística).

La cuestión de las consecuencias de la integración en términos de bienestar según la naturaleza del comercio fue examinada de nuevo en los años noventa a la luz de nueva evidencia empírica. El intercambio de productos similares o diferenciados puede reunir flujos de diferentes índoles, ya que los productos pueden ser diferenciados horizontalmente o verticalmente. En el primer caso, se trata de distintas variedades de un mismo producto que se diferencian en el diseño, color u otro atributo que no modifica intrínsecamente el producto. En el segundo caso, se trata de productos diferenciados por la calidad, que no se obtienen a partir de las mismas funciones de producción (se emplean tecnologías y factores de producción distintos¹²). La especialización en distintos segmentos de calidad podría conllevar efectos de ajuste parecidos a los del comercio intersectorial. Así que una gran proporción de comercio intraindustrial con diferenciación vertical no presagia similitudes entre los países o regiones.

A efectos de política económica, un mejor conocimiento de la naturaleza del comercio permite evaluar la probabilidad de que se produzcan costes de ajuste importantes en determinadas regiones o la posibilidad de *shocks* asimétricos. Con esta finalidad se han realizado estudios sobre la UE o determinados países miembros. Pese al creciente interés por la economía geográfica y la organización espacial de las actividades y el riesgo que pueda suponer para las regiones periféricas, pocas investigaciones se han centrado en la naturaleza del comercio de las regiones. Este trabajo pretende en cierta medida remediar esta falta de resultados empíricos, interesándose en el caso andaluz en comparación con la media nacional. La metodología utilizada se expone en anexo. La tabla 4 resume los resultados obtenidos para el comercio

con los distintos miembros de la UE y el resto de los socios en su conjunto. La tabla 5 indica la naturaleza del comercio andaluz con la UE a nivel sectorial.

El comercio intraindustrial es importante para España. Para el período 1995-2000, un 40 % del comercio español es de tipo intraindustrial¹³ y los bienes diferenciados verticalmente representan un 27 % del total. El comercio intraindustrial representa la mayoría de los intercambios españoles con la UE y dos tercios de ellos se refieren a bienes diferenciados cualitativamente.

Como cabría esperar, la situación andaluza es muy distinta debido a su mayor especialización en bienes primarios menos diferenciados por naturaleza. Sólo el 10 % de los intercambios andaluces son de tipo intraindustrial y el 13 % en el caso de sus intercambios con la UE. A modo de comparación, estas cifras se asemejan a los niveles registrados por Grecia y Portugal (ver Fontagné y al., 1995) o por los países de Europa Oriental como Bulgaria y Rumania (ver Aturupane y al., 1999), mientras que la naturaleza del comercio de los países de Europa Central (Republica Checa, Eslovaquia, Polonia, Hungría) es más próxima de la media europea.

Así mismo, podemos contrastar la importancia de la calidad en una región como Andalucía que presenta un nivel de vida inferior a la media europea, confirmando la necesidad de distinguir entre los dos tipos de intercambios intraindustriales. Se confirma el papel de la proximidad, ya que la proporción de intercambios bidireccionales es mayor con Portugal, Italia, Francia y Alemania. Podemos comprobar también que, tanto en el caso andaluz como en el nacional, la proporción de intercambios intrasectoriales es mayor, cuanto mayor es el volumen de comercio con el socio. Estos resultados corroboran que el comercio intraindustrial es fruto de enlaces comerciales más privilegiados, ya que la inserción en cadenas de producción y redes de distribución internacionales condiciona la presencia de flujos cruzados y, en particular, el intercambio de bienes diferenciados horizontalmente. El intercambio de variedad

12. La producción de bienes de calidad, que requiere más capital (Falvey, 1981; Falvey y Kierzkowski, 1987) y una mano de obra más calificada (Gabszewicz y al. 1997), puede ser explicada por diferencias de tecnología y de renta (Flam y Helpman, 1987) o ser fruto de importantes gastos en I+D (Gabszewicz y al. 1981). Los trabajos de Blanes y Martín (2000), Durkin y Krygier (2000), Fontagné y al. (1998), Greenaway y al. (1995) y Martín y Orts (2001b) aportan unas verificaciones empíricas de algunas de estas relaciones.

13. Nuestros resultados son consistentes con las conclusiones obtenidas por Blanes y Martín (2000), Fontagné y al. (1995) y (Martín, 1996) para el caso español.

Tabla 4. NATURALEZA DEL COMERCIO DE ANDALUCÍA POR SECTORES.

Secciones:	Volumen de comercio, media 1995-2000 (%)	Inter.	Intra			Vol. de com
			Total	Intra DH	Intra DV	
2	Prod. del reino vegetal	94,3	5,7	1,2	4,4	24,8
15	Metales comunes y manuf. de estos metales	90,1	9,9	3,3	6,6	12,6
16	Maquinas y aparatos, material eléctrico	87,2	12,8	1,9	11,0	10,2
6	Prod. industrias químicas y derivad.	86,6	13,4	7,2	6,2	7,6
4	Prod. indus. alimen. bebidas, tabaco	96,0	4,0	0,4	3,6	6,6
17	Material de transporte	75,5	24,5	3,4	21,1	6,1
5	Productos minerales	86,8	13,2	6,4	6,8	5,5
3	Grasas y aceites animal, o vegetal	78,1	21,9	10,6	11,3	5,1
1	Animales vivos y prod. reino animal	76,4	23,6	6,6	17,0	4,0
7	Mat. plásticas, caucho y sus manuf.	80,0	20,0	2,7	17,2	2,9
11	Materias textiles y sus manuf.	83,8	16,2	3,1	13,1	2,9
10	Papel, sus Mat. primas y manuf.	77,7	22,3	12,7	9,6	2,8
21	N.C.A.	85,7	14,3	0,2	14,1	1,8
13	Manuf. de piedra, yeso, cemento, y vidrio	83,4	16,6	0,9	15,8	1,7
9	Madera, corcho y sus manufacturas	81,0	19,0	11,7	7,3	1,6
20	Mercancías y productos diversos	71,9	28,1	6,1	22,0	1,1
14	Perlas finas, piedras y met. preciosos	54,2	55,8	9,6	46,2	1,0
18	Óptica, fotografía y cine, apart. precisión	86,3	13,7	3,0	10,7	0,9
8	Pieles, cueros y sus manuf.	94,1	5,9	0,7	5,3	0,6
12	Calzado, sombreros, paraguas y plumas art.	89,1	10,9	0,8	10,1	0,2
						100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana.

Tabla 5. CALIDAD DE LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ANDALUZAS Y ESPAÑOLAS EN SUS INTERCAMBIOS CON LA UE.

Flujo	Tasa de crecimiento			Peso en el flujo total		
	baja	media	alta	baja	media	alta
Importaciones de Andalucía	7,9	5,6	12,5	29,5	37,2	33,3
Importaciones de España	16,2	10,2	13,7	25,6	40,7	33,8
Exportaciones de Andalucía	11,9	0,7	11,7	37,0	37,9	25,2
Exportaciones de España	15,4	1,8	20,3	35,1	42,5	22,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana y de Comext, Eurostat.

con Portugal e Italia representa la mitad de estos flujos bilaterales, mientras que sólo alcanza un tercio de sus intercambios con sus dos socios comerciales más destacables, Francia y Alemania. Cabe subrayar, que el peso de los flujos unidireccionales en el comercio andaluz tiende a reducirse a lo largo del período estudiado, en beneficio de los intercambios de bienes con cali-

dades distintas: los últimos representaban un 7,3 % del volumen de comercio de Andalucía en 1995 y un 10,9 % en 2000. El peso de los intercambios de variedad permanece en cambio relativamente estable.

Los productos vegetales (sección 2) representan el 25 % del volumen de comercio andaluz total. Estos bienes agrí-

colas se prestan menos a la diferenciación horizontal que los bienes manufacturados. En lo que se refiere a las industrias agroalimentarias (secciones 3 y 4), cabe distinguir el caso de las industrias alimenticias que incluyen los alimentos preparados, las conservas y las bebidas, de la industria del aceite. La primera industria registra los niveles más bajos de comercio intraindustrial. Este resultado es sorprendente puesto que estos productos, sí ofrecen grandes posibilidades de diversificación, por lo que este campo debería ser explotado teniendo en cuenta la ventaja comparativa de la que dispone Andalucía en productos agrícolas que constituyen los principales bienes intermedios de esta industria. En cambio, el comercio intraindustrial de los productos del aceite es más significativo y los bienes diferenciados horizontalmente representan la mitad de los intercambios bidireccionales de esta sección. Las otras partidas más relevantes de los intercambios andaluces reúnen productos manufacturados (secciones 6, 15, 16 y 17) y la proporción de comercio intraindustrial varía entre un 10 y un 25 % en el caso del material de transporte. En esta partida, como en el caso de los Productos metálicos y de Máquinas y aparatos eléctricos predomina la diferenciación vertical, mientras que los productos diferenciados horizontalmente adquieren especial relevancia en los intercambios de bienes químicos (7 %).

El comercio intraindustrial ocupa un lugar secundario en el caso andaluz debido al peso de los productos agrícolas primarios. El comercio de bienes diferenciados horizontalmente tiene una importancia menor que los productos diferenciados verticalmente con la excepción de determinados bienes manufacturados.

4. Comercio andaluz por segmentos de calidad

Completamos este análisis con el estudio de la evolución de la calidad de las exportaciones de Andalucía y España en el mercado europeo, analizando en qué segmentos de mercado, en términos calidad/precio, están especializadas estas regiones. Para ello, clasificamos sus exportaciones e importaciones en tres categorías de productos: productos de gama baja, media y alta. Conviene precisar que esta noción es distinta y complementaria de la tipología del comercio expuesta anteriormente. El concepto de gamas de calidad se aplica a todo el comercio y no sólo a los intercambios de productos diferenciados verticalmente que corresponden a unos flujos cruzados, para una misma par-

tida básica de bienes de calidades distintas. Esto permite, en particular, estudiar de forma separada la calidad de las importaciones y de las exportaciones.

De nuevo, consideramos que las diferencias en los valores unitarios reflejan diferencias de calidad. La clasificación entre las distintas gamas se efectúa atendiendo a los valores unitarios medios de los flujos intraeuropeos. La metodología se expone en el anexo.

La repartición de la demanda entre los distintos segmentos de calidad suele ser homogénea de un país a otro, mientras la calidad de las exportaciones es más variable. En el caso europeo, Fontagné y al. (1995) muestran que, en la mayoría de los países miembros, las importaciones de productos de gama baja representan un 30 % del total, mientras que los de gama media y alta suelen representar menos de un 40 % de las importaciones. Nuestros resultados (tabla 6) son del mismo orden tanto para el caso español como andaluz. Los productos de gama media predominan más que en el caso europeo, pero las compras de productos de gama alta se incrementan más rápidamente, por lo que las diferencias tienden a limarse. Estos resultados sugieren que los perfiles de consumo son efectivamente relativamente similares en el seno de la UE.

En cambio, la calidad de las exportaciones varía de forma significativa de un país a otro. El peso de los productos de gama alta es mayor en las exportaciones de los países del Norte de la UE que en las exportaciones de los países del Sur de Europa. La mayoría de los productos exportados por España son de calidad media. Andalucía no comparte completamente este rasgo ya que el peso de los productos de gama media y baja son equiparables (alrededor del 37 %). En cambio, los productos de calidad alta representan una proporción equivalente de las exportaciones andaluzas y españolas. Estos resultados demuestran que pese a su retraso en término de desarrollo industrial, no existe predominio de los productos de gama baja en las exportaciones andaluzas, demostrándose su capacidad de adaptación a la demanda europea.

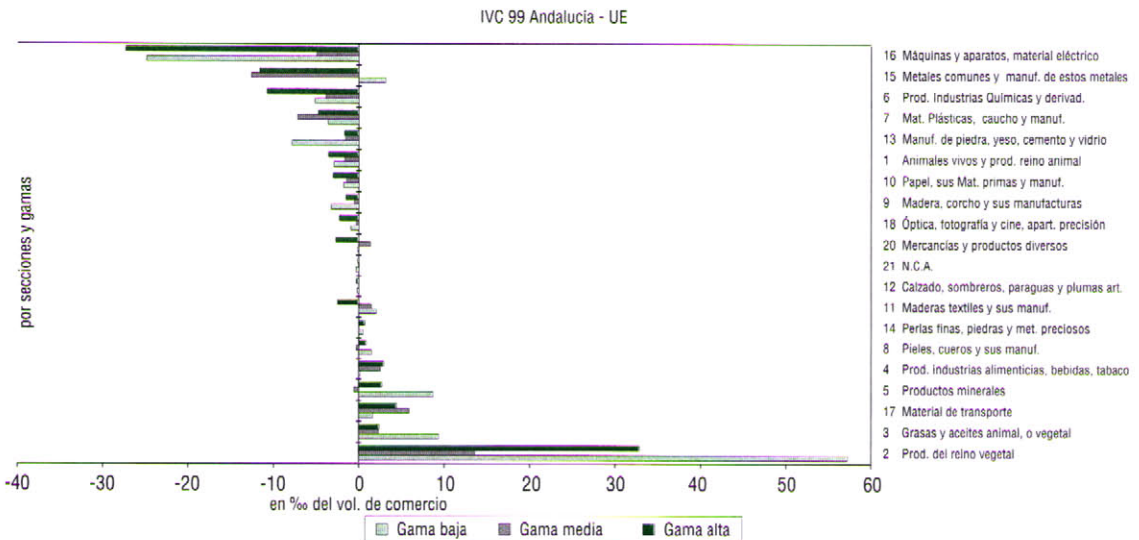
En realidad, los intercambios andaluces se caracterizan por su fuerte concentración sectorial pero exporta e importa bienes de calidades muy dispares sin que resalte ninguna desventaja en un determinado segmento. La desventaja comparativa registrada en los bienes manufacturados de la economía andaluza proviene igualmente de los productos de gama baja como de la débil contribución al saldo de los segmentos de más calidad (gráfica 2). Las únicas excepciones son las

Tabla 6. CALIDAD DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ANDALUCÍA HACIA LA UE.

Media 95-99	Capítulos:	Peso en las X tot.	Peso en las exportaciones de la partida		
			Baja	Media	Alta
07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y turberculos alimenticios.	16,6	50,7	27,7	21,7
08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones.	13,7	30,6	51,3	18,1
72	Fundición, hierro y acero.	8,1	43,4	49,2	7,4
15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.	6,5	51,4	40,8	7,9
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.	5,7	30,1	38,0	31,9
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales.	4,2	34,8	44,5	20,8
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.	3,9	35,1	16,8	48,0
29	Productos químicos orgánicos.	3,4	22,5	61,8	15,7
10	Cereales.	2,9	11,0	83,2	5,8
74	Cobre y manufacturas de cobre.	2,7	23,7	54,8	21,5
85	Maquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes.	2,7	23,4	17,8	58,8
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o de otras partes de plantas.	2,5	13,9	44,7	41,4
		75,3			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana y de Comext, Eurostat.

Gráfica 2. VENTAJA COMPARATIVA DE ANDALUCÍA POR GAMAS DE CALIDAD.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Aduana y de Comext, Eurostat.

Materias textiles y sus manufacturas (sección 11) y Mercancías y productos diversos (sección 20), en la que Andalucía posee una desventaja en productos de gama

alta y ventaja en las demás gamas. La situación de los bienes que contribuyen positivamente al saldo comercial andaluz es heterogénea. Para los productos vegeta-

les (sección 2) y Grasas y aceite (sección 3), la ventaja comparativa proviene principalmente de productos de gama baja. La tabla 6 provee información complementaria sobre las exportaciones. Los productos más exportados de la primera sección como son Legumbres y hortalizas y Frutos, así como los productos del sector aceitero, tienen valores unitarios de exportación, en general, inferiores a la media intracomunitaria lo que confirma la buena competitividad precio de los productos andaluces respecto a los demás miembros. Los productos de gama alta son más representativos en los intercambios de Material de transporte, Productos minerales y productos de la industria alimenticia. Para determinados productos como las bebidas, las exportaciones andaluzas de gama alta son destacables.

5. Conclusiones

Los miembros de la UE suelen especializarse en etapas muy delimitadas del proceso de producción y recurrir intensamente al comercio de bienes intermedios. La industria andaluza se involucra tímidamente en esta cadena internacional de producción. Las ventajas comparativas de Andalucía se polarizan en bienes primarios o de consumo final. La naturaleza del comercio andaluz está muy alejada de los patrones de comercio español y europeo con una elevada proporción de comercio interindustrial. El comercio intraindustrial an-

daluz corresponde principalmente a intercambios de productos diferenciados por la calidad (diferenciación vertical), lo que demuestra el débil acercamiento de la estructura económica andaluza a la de sus principales socios comerciales. Estas asimetrías posicionan a Andalucía en una difícil situación frente a la moneda única, puesto que sus ciclos no tienen por qué estar exactamente correlacionados con el resto de los miembros. Además, Andalucía podría ser más vulnerable que otras regiones a las fluctuaciones del euro respecto a otras monedas, ya que sus relaciones comerciales con los países que no pertenecen a la UE son más importantes que en el resto de España.

Los flujos cruzados de bienes agrícolas, que constituyen la principal fuente de ventajas comparativas de Andalucía, son poco significativos. Andalucía exporta principalmente productos de los segmentos de calidad baja o media en estos casos. Para algunos productos más elaborados, una proporción importante de los intercambios se efectúan en segmentos de calidad/precio altos respecto a la media europea, demostrando la capacidad andaluza para adaptar sus productos a los elevados estándares de consumo de la UE.

La adopción del euro introducirá más transparencia acerca de los precios que serán más que nunca un reflejo de la calidad de los productos. Es por tanto importante desarrollar estrategias de señalización de los productos en función de su calidad a través de marketing y denominaciones de origen por ejemplo, para incrementar la posición andaluza en los segmentos de calidad alta.

Bibliografía

ABD-EL-RAHMAN K.S. (1986): "Réexamen de la définition et mesure des échanges croisés de produits similaires entre les nations", *Revue Économique*, nº 1, París.

ATURUPANE C, DJANKOV S., HOEKMAN B. (1999) "Horizontal and vertical intra-industry trade between Eastern Europe and the European Union", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 135, nº 1, 62-81.

BLANES, J. V., MARTÍN, C. (2000): "The Nature and Causes of Intra-Industry Trade: Back to the Comparative Advantage Explanation? The Case of Spain", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 136, nº 3, pp. 423-441.

DURKIN J.T., KRYGIER M. (2000) "Difference in GDP per capita and the Share of Intraindustry Trade: The Role of Vertically Differentiated Trade", *Review of International Economics*, 8(4), november.

FALVEY, R.E. (1981): "Commercial Policy and Intra-Industry Trade", *Journal of International Economics*, vol. 11, 495-511.

FALVEY, R.E. AND KIERZKOWSKI, H. (1987): "Product Quality, Intra-Industry Trade and (Im)Perfect Competition", en KIERZKOWSKI, H. (ed.) (1987), *Protection and Competition in International Trade*, Clarendon Press, Oxford, cap. 11, 143-161.

- FLAM H., HELPMAN E. (1987), "Vertical Product Differentiation and North-South Trade", *American Economic Review*, 77(5), 810-822.
- FONTAGNÉ L., FREUDENBERG M. (1997): *Intra-industry trade: methodological issues reconsidered*, CEPII Working Paper, n° 97-01, enero, Paris: CEPII.
- FONTAGNÉ L., FREUDENBERG M., ÜNAL-KESENCI D. (1995): *Régionalisation y échanges de biens intermediaires*, CEPII Working Paper, n° 95-11, décembre, Paris: CEPII.
- FONTAGNÉ L., FREUDENBERG M., PÉRIDY N. (1998): "Commerce international y estructuras de marché: une vérification empirique", *Economie y Statistiques* n° 135, 1998-4, 147-167.
- FUJITA M., KRUGMAN P., VENABLES A. J. (2000) *Economía espacial: las ciudades, las regiones y el comercio internacional*, Alcaraz Guijarro A. (trad.), Barcelona: Ariel.
- GABSZEWICZ J., TURRINI A. (1997) *Workers' Skills, product Quality and Industry Equilibrium*, CORE Discussion Paper, 9755, august.
- GABSZEWICZ J., SHAKED A., SUTTON J. (1981) "International Trade in Differentiated Products" *International Economic Review*, 22, 3, october, 527-534.
- GORDO, E., MARTÍN, C. (1996): "Integración económica, comercio intra-industrial y costes de ajuste", *Revista de Economía Aplicada*, 12, Vol. IV, 151-164.
- GREENAWAY, D., HINE, R. C. AND MILNER, C. (1995): "Vertical and Horizontal Intra-Industry Trade: a Cross-Industry Analysis for the United Kingdom", *The Economic Journal*, 105, 1505-1518.
- GREENAWAY, D., HINE, R. C. AND MILNER, C. (1994): "Country-Specific Factors and the Pattern of Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade in UK", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 130, n° 1, 77-100.
- GRUBEL, H.G., LLOYD P.J. (1975): *Intra-Industry Trade*, London: The Macmillan Press Ltd.
- HELPMAN, E. Y KRUGMAN P.R. (1985): *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition and International Economy*, Cambridge (Mass.): MIT Press.
- KRUGMAN P. (1992) *Geografía y comercio*, Méndez A. (trad.), Barcelona: Antoni Bosch.
- KRUGMAN, P. R. (1981): «Intraindustry Specialization and the Gains from Trade», *Journal of Political Economy*, vol. 89, octubre, 959-973.
- KRUGMAN, P. R. (1980): "Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade", *American Economic Review*, 70, 950-959.
- LAFAY G. (1987) "La mesure des avantages comparatifs révélés", *Economie prospective internationale*, 41.
- MARTÍN J.A., ORTS V. (2001a): "A two-stage analysis of monopolistic competition models of intraindustry trade", *Investigaciones Económicas*, vol. 25(2), 315-333.
- MARTÍN J.A., ORTS V. (2001b): "Vertical Specialization and Intra-Industry Trade: The role of Factor Endowments", ponencia presentada en las VII Jornadas de Economía Internacional, Málaga.

Anexo

1. Metodología utilizada para el cálculo del comercio intraindustrial

La metodología utilizada examina los flujos comerciales bilaterales considerando una amplia desagregación a nivel de productos¹⁴, pretendiendo con ello remediar el problema de agregación que plantea el tradicional indicador de Grubel-Lloyd en el sentido de que mide la intensidad de este tipo de comercio y no su magnitud para cada producto¹⁵. La metodología utilizada aquí permite una medida del comercio intraindustrial más próxima a su definición teórica y, además, es independiente del nivel de agregación geográfica y sectorial.

Consideramos un doble criterio para la elaboración de la tipología de los flujos, resumido en la tabla 7. Para cada producto, los flujos son definidos como bidireccionales o intraindustriales si tanto las exportaciones como las importaciones son significativas (*Criterio de los flujos cruzados*)¹⁶. Si el comercio es de tipo intraindustrial, determinamos si se trata de productos

similares (comercio de variedad) o diferenciados por la calidad, suponiendo que las diferencias en los valores unitarios reflejan unas diferencias de calidades. Comparando los valores unitarios de exportación y de importación para cada partida básica determinamos de qué tipo de intercambios intraindustriales se trata (*Criterio de similitud*)¹⁷.

2. Metodología utilizada para la clasificación por calidad

Para identificar en qué segmentos de calidad se encuentran posicionadas las distintas exportaciones al mercado de la UE frente a sus competidores, realizamos un análisis de los flujos comerciales bilaterales por producto. Nuevamente, consideramos que *las diferencias en el valor unitario de los productos reflejan diferencias de calidad*. Para clasificar los intercambios según sus gamas (distintos rangos calidad/precio) comparamos el valor unitario de cada flujo bilateral con el valor unitario medio de las importaciones intra-comunitarias. Si el valor unitario de un flujo bilateral difiere menos de un 15% del valor unitario medio europeo, dicho flu-

Tabla 7. CRITERIOS UTILIZADOS PARA LA CLASIFICACIÓN POR TIPOS DE COMERCIO.

Criterio de los flujos cruzados	
¿El valor del flujo minoritario representa al menos 10 % del flujo mayoritario?	
Sí: Los flujos están cruzados	No
Criterio de similitud	
¿El valor unitario de las exportaciones y de las importaciones difieren en menos de un 15 %?	
<i>Comercio Interindustrial</i>	Sí: Los valores unitarios de las importaciones y de las exportaciones son próximos. <i>Comercio Intraindustrial de productos diferenciados horizontalmente</i>
	No: Los valores unitarios de las importaciones y de las exportaciones no son próximos <i>Comercio Intraindustrial de productos diferenciados verticalmente</i>

Fuente: Adaptado de Fontagné y Freudenberg (1997).

14. Hemos utilizado datos de comercio bilateral a ocho dígitos (más de 10.000 productos).

15. La metodología fue aplicada inicialmente por Abd-El-Rahman (1986) para medir los intercambios cruzados de productos similares, y posteriormente ampliada por Fontagné y Freudenberg (1997). Este método difiere ligeramente del propuesto por Greenaway, Hine y Milner (1994 y 1995). Estos autores utilizan el mismo criterio para discernir entre comercio intraindustrial horizontal o vertical. Sin embargo, la proporción del comercio intraindustrial es medida por el índice de Grubel-Lloyd a cinco dígitos. Esta metodología ha sido utilizada por Blanes y Martín (2000), Aturupane, Djankov, Hoekman (1999), Martin y Orts (2001 a y b).

16. Concretamente si el valor del flujo minoritario representa al menos el 10% del flujo mayoritario se considera como intraindustrial (siendo interindustrial en el caso contrario).

17. Al carecer de los precios de cada producto exportado e importado debemos emplear como aproximación (generalmente aceptada) los índices de valor unitario, si bien reflejan el precio medio del conjunto de productos de una partida arancelaria.

jo engloba a productos de gama media; si es superior a un 15% engloba a productos de gama alta, y si es inferior a productos de gama baja.

Es necesario precisar que los tipos de comercio son independientes de las gamas de intercambio. Así, un co-

mercio bidireccional de productos similares puede ser realizado en diferentes segmentos de calidad, y un comercio bidireccional de productos diferenciados verticalmente puede ser realizado en un mismo segmento de mercado. Por tanto, se trata de dos análisis diferentes pero complementarios.