

COLECCIÓN PABLO DE OLAVIDE

## Relaciones exteriores de la economía andaluza



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO

Este estudio ha sido dirigido por la Secretaría General de Economía de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, y realizado por Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía

## ÍNDICE

Presentación .....	03
<b>Capítulo 1. Introducción .....</b>	<b>07</b>
1.1. Antecedentes y Objetivos.....	08
1.2. Estructura del informe.....	09
1.3. Las teorías del comercio internacional.....	11
1.3.1. <i>La teoría clásica del comercio internacional: Ventaja absoluta y comparativa</i> .....	12
1.3.2 <i>La nueva teoría del comercio internacional</i> .....	14
<i>Comercio intraindustrial</i> .....	17
<i>Política comercial estratégica</i> .....	18
1.4. Las relaciones económicas en un entorno globalizado .....	20
<b>Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza .....</b>	<b>28</b>
2.1 La cuota de las exportaciones andaluzas de bienes y servicios en el comercio mundial ...	30
2.2 Principales magnitudes del comercio exterior de bienes en Andalucía.....	36
2.3 La posición del comercio exterior de Andalucía a través de los principales índices: grado de apertura, cobertura, índices de especialización, competitividad .....	39
2.4 Distribución por grandes grupos, sectores de actividad y productos de las exportaciones e importaciones .....	48
2.5 Origen y destino de los flujos comerciales de Andalucía con el exterior .....	53
2.6 Otros aspectos de la competitividad de la economía regional .....	62
<b>Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España .....</b>	<b>69</b>
3.1 Los flujos comerciales intra e interregionales de Andalucía en el contexto nacional.....	71
3.2 Clasificación de los principales sectores y actividades del comercio interior .....	76
3.3 Las relaciones comerciales de Andalucía por origen y por destinos .....	78
<b>Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional .....</b>	<b>86</b>
4.1 Delimitación del concepto de flujos de inversión y evolución reciente de las inversiones internacionales .....	87
4.2 Los flujos de inversión extranjera en Andalucía .....	92
4.3 La inversión extranjera en Andalucía .....	99
4.4 La inversión de Andalucía en el exterior por destinos y sectores económicos .....	106
4.5 Criterios para decidir realizar inversiones en el exterior .....	110
<b>Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía .....</b>	<b>115</b>
5.1 La internacionalización como estrategia de política económica .....	116
5.1.1 <i>El éxito de las actuaciones públicas para el fomento de la internacionalización</i> .....	121
5.1.2 <i>La oferta exportable andaluza en el Plan Estratégico de Internacionalización de la         economía andaluza</i> .....	126
5.2 La posición exterior de la empresa andaluza.....	130
5.2.1 <i>Demografía empresas exportadoras e importadoras</i> .....	131
5.2.2 <i>Distribución por productos</i> .....	135
5.2.3 <i>Distribución por destino geográfico</i> .....	139
5.3. Análisis de la estructura económico-financiera de la empresa exportadora andaluza .....	143
<b>Capítulo 6. El sector exterior: Una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional.....</b>	<b>154</b>
6.1. Introducción .....	155
6.2. Comercio internacional y crecimiento económico .....	157
6.2.1 <i>La política de sustitución de importaciones</i> .....	161
6.2.2 <i>Aportación del saldo exterior al crecimiento económico de Andalucía</i> .....	163
6.3. Determinantes del saldo de la balanza comercial .....	168
<b>Capítulo 7. Conclusiones finales .....</b>	<b>172</b>
Referencias Bibliográficas .....	180
Glosario de términos y abreviaturas.....	185

### Presentación

Actualmente vivimos en un mundo globalizado, caracterizado por la creciente comunicación e interdependencia entre países, cuyos mercados están cada vez más conectados. Esto permite, entre otros aspectos, aprovechar las oportunidades de aplicación de economías de escala, el reparto geográfico del proceso productivo, el desarrollo de nuevos productos y mejora de los procesos, y la reasignación de factores productivos en sectores más eficientes para tratar de maximizar las ventajas comparativas.

El sector exterior, por tanto, se convierte en un pilar fundamental para el crecimiento económico, y no sólo porque contribuye a aumentar la producción nacional para satisfacer la demanda externa, sino porque a través de la reasignación eficiente de los factores productivos, aumenta la productividad de la economía y la competitividad.

En este sentido, no sólo las exportaciones son un elemento clave del crecimiento económico, sino que las importaciones también constituyen un factor relevante, desde el momento en que impliquen importación de capital productivo, modos de producción y organización, tecnologías, y conocimientos más avanzados, convirtiéndose en un mecanismo de transferencia de tecnología que se puede incorporar a los procesos productivos, a la vez que puede estimular el desarrollo de la tecnología nacional. Así, modernización, innovación, productividad y competitividad se encuentran ligadas estrechamente al proceso de internacionalización, favoreciendo el crecimiento y el desarrollo económico.

Conscientes de estas importantes sinergias entre internacionalización, competitividad, productividad y generación de empleo, la Junta de Andalucía y los agentes económicos y sociales de Andalucía, consensuaron, en el VII Acuerdo de Concertación Social de Andalucía (ACSA), firmado en noviembre de 2009, como una de las líneas estratégicas para conseguir un modelo de desarrollo más sostenible, impulsar la internacionalización de las empresas andaluzas, con especial atención a las PYMES. En el mencionado VII ACSA se recoge una medida específica de internacionalización y captación de inversiones, con el objetivo principal de impulsar la internacionalización, mediante la consolidación y el aumento de las exportaciones, la captación de inversión extranjera, y el incremento del número de empresas exportadoras. Todas estas estrategias, programas y acciones de la Junta de Andalucía para el fomento de la expansión internacional de las empresas y de la economía andaluza, han quedado integradas en el IV Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013.

La Secretaría General de Economía, de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, que, en desarrollo de sus competencias,

impulsa la realización de análisis y estudios sobre la realidad socioeconómica de Andalucía, ha considerado oportuno elaborar un estudio, dentro de la Colección Pablo Olavide, sobre la situación actual y evolución que en las últimas décadas han experimentado las relaciones exteriores de la economía andaluza. Este estudio, realizado por el Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía, tiene como objetivo fundamental analizar qué grado de integración presenta Andalucía en los mercados exteriores de bienes y de servicios, cómo son los flujos de inversión con el exterior, y qué impacto tiene y ha tenido todo ello en la evolución reciente de la economía andaluza.

Entre las principales conclusiones que se extraen del mismo, destaca, que en los últimos quince años, Andalucía ha experimentado un fuerte proceso de apertura exterior, ganando cuota de mercado a nivel nacional e internacional.

Las exportaciones de mercancías de Andalucía al extranjero se han más que triplicado, con un crecimiento del 272,5% entre 1995 y 2011, superior al experimentado por el comercio a nivel mundial, y al observado en países tan significativos como Alemania, EEUU o Japón. Como resultado, las exportaciones internacionales de Andalucía representan actualmente el 15,3% del PIB que genera la economía, casi cinco puntos más que a mediados de los noventa, destacando en la actualidad como la segunda CC.AA. española que más exporta al extranjero, habiendo escalado tres posiciones en el ranking desde 1995. Esto ha venido acompañado de un significativo aumento del grado de apertura internacional, suma de exportaciones e importaciones respecto del PIB, que alcanza en la actualidad casi el 35%, frente al 20,8% en 1995.

Esta importancia creciente de las exportaciones de Andalucía al extranjero se ha producido en paralelo a un proceso de diversificación de los mercados: de exportar a 171 países en el año 1995, se ha pasado a exportar a más de 190 países en la actualidad, es decir, a la práctica totalidad del mundo, siendo significativo que con 120 países el saldo comercial es superavitario.

La apertura hacia nuevos mercados de Asia, América o África, evidencia cómo la economía andaluza ha sabido responder a la fuerte demanda procedente de las economías emergentes. Destaca especialmente el caso de China, una de las economías que más ha crecido y está creciendo a nivel mundial, y la principal potencia exportadora en la actualidad. China aparece en la posición 12ª en el ranking de países a los que más exporta Andalucía, con el 2,3% del total de las exportaciones andaluzas, cuando hace quince años ocupaba la posición 64ª, y a ella sólo se dirigía el 0,1% de las exportaciones andaluzas. Y ello, sin abandonar su presencia en mercados consolidados como la UE, hacia donde se dirige el 55,9% de las exportaciones de bienes de Andalucía al extranjero.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Además, la distribución de las exportaciones entre los países es ahora más equilibrada: en 1995 al país que más se exportaba, Alemania, se dirigía casi el 15% de todas las exportaciones, mientras que en 2011 al país que más se exporta, Francia, no llega al diez por ciento (9,2%). Este menor grado de concentración geográfica permite una menor exposición a posibles caídas de demanda de determinadas zonas geográficas.

En este proceso de diversificación de mercados, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), juega un papel relevante, ayudando a las empresas a mejorar su posicionamiento internacional. Actualmente, casi las dos terceras partes de las exportaciones andaluzas se realizan a los 27 países en los que EXTENDA tiene área de influencia, a través de su red de promoción de negocio.

Pero no sólo se ha producido una diversificación en mercados de destino, sino que de igual forma, se observa este proceso en cuanto a los productos exportados. Andalucía ha entrado con fuerza en la internacionalización de sectores hasta hace unos años casi desconocidos como el aeronáutico, siendo actualmente la segunda comunidad autónoma en cifra de exportación; igualmente destaca la exportación de productos de alta y media-alta tecnología, que representa en la actualidad casi la cuarta parte de todo lo que Andalucía vende al extranjero. Al tiempo, ha mantenido su hegemonía en exportaciones de alimentos y aceites, vinculado al importante peso que la industria agroalimentaria tiene en la estructura productiva de la economía andaluza; en semimanufacturas, especialmente productos químicos; y en productos energéticos y bienes de equipo.

En relación a las importaciones, Andalucía se encuentra muy condicionada por el elevado peso de las importaciones energéticas, de forma que más de la mitad de las compras son combustibles fósiles, básicamente petróleo y gas, vinculado a la importancia que en Andalucía tiene la industria del refino de petróleo. Con ello, la balanza energética es deficitaria, y anula el saldo superavitario que presentan los intercambios del resto de productos.

Pero el sector exterior de Andalucía no está integrado únicamente por los países extranjeros, sino que al tratarse de una región, también hay que tener en consideración sus relaciones con el resto de CCAA españolas, siendo su incidencia muy significativa en las cifras globales. Concretamente, de las exportaciones totales de mercancías de Andalucía, el 60% van dirigidas al resto de España, y un 40% al extranjero.

Con ello, Andalucía destaca en la actualidad como la segunda comunidad autónoma que más exporta al resto de España, después de haber incrementado sus ventas en los últimos quince años un 131,8%, muy por encima de lo que lo ha hecho el resto de CC.AA. (83,7%). A diferencia de lo que se observa en los intercambios de mercancías con el extranjero, presenta una posición superavitaria en el comercio de

mercancías con el resto de España, que prácticamente compensa el déficit comercial internacional.

Junto a este importante aumento de los intercambios comerciales, Andalucía ha experimentado también en los últimos años un notable flujo de entradas y salidas de capital extranjero, siendo el balance global de una posición de receptora neta, a diferencia de lo que se observa en el conjunto de la economía española. Ambos flujos tienen efectos positivos para la economía: las entradas de capital extranjero suponen inversiones generadoras de actividad y empleo en la región, y las salidas constituyen un elemento de éxito y de competitividad empresarial, y contribuyen a dinamizar las exportaciones de bienes y servicios.

En suma, el presente estudio viene a reflejar la importancia del sector exterior andaluz, y la necesidad de seguir fomentando la internacionalización como elemento crucial para el crecimiento de la economía. Y ello, en la presente coyuntura por razones tácticas, ya que los procesos de recuperación económica siempre se han iniciado por el impulso de la demanda externa, para posteriormente trasladar el protagonismo a la inversión privada. Y por razones estratégicas, ya que en el mundo globalizado en el que estamos, la presencia en los mercados internacionales es una condición necesaria para asegurar un crecimiento económico sostenible.

Se trata, en definitiva, de consolidar la presencia de los productos andaluces en los mercados más tradicionales, y apostar por una creciente implantación en aquellas áreas del mundo donde se está concentrando actualmente el mayor crecimiento económico, como son las economías emergentes, que tienen un potencial de crecimiento muy superior al del resto del mundo. Para ello, el modelo productivo andaluz debe reorientarse, modernizando los sectores tradicionales e incorporando nuevos sectores de futuro que generen un valor añadido sostenible a la economía andaluza, al objeto de elevar la productividad y competitividad de la misma.

Antonio Ávila Cano  
Consejero de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo

Capítulo 1

## INTRODUCCIÓN

VOLVER A ÍNDICE



### 1.1. Antecedentes y objetivos

La liberalización del comercio y de los flujos de inversiones, coincidiendo con los avances en el transporte y la revolución de las tecnologías de las telecomunicaciones han sido probablemente los hechos que más han contribuido el crecimiento económico y a la prosperidad global en las últimas décadas. Pese a la persistencia de algunos desequilibrios, existe un consenso en reconocer que las relaciones económicas con el resto de mercados impulsa el crecimiento económico mundial, con efectos positivos para la comunidad internacional, de ahí que la desaparición de los obstáculos a las transacciones haya sido un factor importante de desarrollo de grandes áreas, como la Unión Europea, donde España y Andalucía no han permanecido ajenas. En este sentido, no cabe pensar en una economía próspera que se mantenga aislada y no mantenga relaciones con el resto de los mercados mundiales. (Basta recordar el caso de China y de los efectos internos y externos desde su entrada en la Organización Mundial del Comercio).

Pero la creciente interdependencia a escala internacional y nacional (entre regiones y CCAA dentro del Estado) no solo es un factor de influencia muy importante en el crecimiento económico, porque contribuya a aumentar o reducir el PIB, sino porque también genera efectos sustanciales sobre el tejido productivo y empresarial, así como sobre otras magnitudes macroeconómicas a más largo plazo. Respecto a los primeros, no cabe duda de que las empresas exportadoras e internacionalizadas causan un efecto positivo sobre el resto de empresas del sector, al comprobar que las primeras son competitivas en otros mercados gracias a un enfoque diferente en la comercialización de los productos, a una gestión más eficiente de la empresa o simplemente a causa de una mayor iniciativa o estrategia definida. Aprovechar las oportunidades en otros mercados permite la aplicación de economías de escala, el reparto geográfico del proceso productivo, así como el crecimiento o supervivencia de determinados sectores tradicionales, a la vez que surgen e impulsan nuevas actividades por sus características, innovación, tecnología, etc.

También, entre las repercusiones del sector exterior sobre otros aspectos macroeconómicos tiene, sin duda, especial relevancia las consecuencias del saldo de éste en términos de capacidad de financiación. En concreto, si un país consume más de lo que produce, y por consiguiente, el saldo exterior de su cuenta corriente es deficitario, ello supone que el exceso de gasto debe financiarse mediante entradas netas de capital extranjero. Estas entradas generan unos pasivos frente al resto del mundo, por ejemplo en forma de

deuda externa, y unas obligaciones de pago asociadas a dichos pasivos, como los intereses y la amortización de la deuda. Bien es cierto que en esta vinculación también influirán el tipo de cambio y los tipos de interés, variables éstas que en una Comunidad Autónoma como Andalucía son variables exógenas. No obstante, este ejercicio teórico nos puede servir para recordar que para que un déficit exterior sea sostenible por una economía, ésta debe ser capaz de afrontar sus compromisos de pagos futuros y dicha capacidad de pago vendrá dada por su nivel de renta. De aquí que el saldo exterior se relativice con el PIB y que la evaluación de sus efectos dependa de factores, como la composición de sus pasivos, su grado de apertura al comercio exterior o la calidad de sus instituciones. Así por ejemplo, un país poco atractivo para la inversión extranjera directa, incapaz de emitir deuda en su propia moneda, que no exporte demasiado y con una agencia tributaria poco sofisticada podrá sostener una proporción más modesta de deuda externa que otra economía fuerte, con moneda propia y atractiva.

El planteamiento de este trabajo es el de abordar, desde estos distintos ángulos, las relaciones económicas de Andalucía con otras economías –incluyendo otras CCAA españolas–. No obstante, al tratarse de una región y no de un país, no se va a disponer de algunos instrumentos contables, como el de balanza de pagos y otras cuentas que permitan conocer con precisión cuál es la posición pasiva neta de la economía, su balanza por cuenta corriente (rentas y capital). Aún así, con la información que resulta de la Contabilidad Regional y las que ofrecen las estadísticas de comercio exterior e interregionales se puede realizar una semblanza acerca de la situación de la economía andaluza en lo que se refiere a sus relaciones con el exterior. En última instancia, este diagnóstico pretende ser de alguna utilidad en el diseño y toma de decisiones, dado el papel protagonista y estratégico que la internacionalización y la competitividad desempeñan en la política económica.

### 1.2. Estructura del informe

De acuerdo con el objetivo de ahondar en el conocimiento sobre la situación de la economía andaluza en sus relaciones con el exterior –y considerando todos los elementos y enfoques que deben estar presentes en el análisis–, para disponer de una visión de conjunto, el presente informe se estructura en cinco grandes apartados o capítulos. Tras este primero, en el que se repasa la evolución de las teorías del comercio internacional y el fenómeno de la globalización, en el *segundo capítulo* se aborda la competitividad exterior de la

economía andaluza. Para medir la capacidad para producir bienes y servicios demandados por los mercados internacionales, y que esta tendencia sea sostenible a largo plazo, utilizaremos los métodos habituales. Es decir, atenderemos a la cuota de las exportaciones andaluzas en el mercado nacional e internacional, como una forma de presentar no solo la trayectoria de los flujos de bienes y servicios sino su significación dentro de las transacciones globales. Asimismo, se considerará la influencia de los precios en esta evolución (competitividad vía precios), así como otros elementos que explican la capacidad para tener una posición comercial sólida en los mercados exteriores (utilización de factores productivos: stock físico, tecnológico, humano, capacidad de innovar, especialización productiva, y otros elementos sobre eficiencia y organización de los mercados).

Esta visión de conjunto de los flujos comerciales de la economía andaluza, no sería del todo correcta, si no incluyéramos a las relaciones comerciales que se mantienen con el resto de CCAA españolas. Este es el cometido del *capítulo tercero*, ya que aunque sea un mercado más reducido al del agregado mundial, no cabe duda que estas transacciones tienen una importancia incuestionable, constituyendo, más por razones geográficas que institucionales, un mercado de referencia de la producción de bienes y servicios en el que cabe mantener la cuota de mercado.

Por su parte, en el *capítulo cuarto*, se aborda el análisis de los flujos de inversión, tanto desde la perspectiva de la capacidad de atracción de la economía andaluza para la inversión extranjera, como la realizada por las empresas andaluzas fuera de nuestras fronteras. La magnitud de estos flujos presenta una relación más difusa (indirecta) con las principales variables macro que las transacciones comerciales (más sensibles al ciclo económico), ya que los factores que determinan la inversión son más complejos y, a largo plazo, la variable explicativa más determinante de los recursos disponibles para invertir fuera de las fronteras, va a ser el ahorro. Al mismo tiempo, atendiendo a los criterios de definición de la inversión directa (asociada a un posicionamiento en la actividad productiva más o menos estable, no especulativo) también otros elementos institucionales, ligados a la competitividad estructural (no vía precios) de la economía influirán directamente en la captación de flujos de inversión foránea.

Por su parte, el *capítulo quinto* del informe está dedicado a analizar la actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía. Para ello, de una forma resumida, atendemos al papel del sector

público, considerando las herramientas disponibles para el impulso de la internacionalización de la economía regional, a través del Plan Estratégico y de los organismos que se dedican a apoyar las iniciativas económicas en el exterior (Extenda e ICEX).

De igual modo, también dentro de este capítulo, para aproximar el comportamiento del sector privado en los flujos comerciales con el exterior se analiza la demografía de la empresa exportadora e importadora andaluza, considerando sus flujos por principales ramas y ámbitos geográficos con los que mantienen relaciones comerciales. Con la intención de comprobar si existen diferencias entre las empresas exportadoras andaluzas y el resto de empresas que componen el tejido productivo regional, este capítulo incorpora un breve análisis económico-financiero a partir de la información disponible por la Central de Balances de Andalucía.

Por otro lado, el *capítulo sexto*, pretende ser un compendio de los principales argumentos expuestos a lo largo de los bloques anteriores, aunque se aborde desde una perspectiva teórica. En este sentido, en una primera parte se realiza una revisión del significado e importancia del sector exterior sobre el crecimiento regional, a través de las grandes aportaciones del pensamiento económico a la vinculación entre comercio internacional y desarrollo económico, recordando los factores determinantes de la balanza comercial. Además, se hace una estimación de la aportación del sector exterior al PIB de Andalucía entre 1980 y 2010, pese a que la medición no contempla otros efectos intangibles generados por la apertura de la economía regional. Para finalizar, se hace un resumen de los principales rasgos concluyentes en el informe.

### 1.3. Las teorías del comercio internacional

Existe una gran variedad de factores que explican la existencia del comercio internacional. Las teorías clásicas del comercio internacional ponen su acento en la existencia de diferencias entre países, tanto en cuanto a dotaciones de factores productivos como diferencias tecnológicas o en preferencias. Estas diferencias provocan que el comercio internacional genere beneficios si cada país se especializa en la producción de bienes en los cuales tiene una ventaja. Sin embargo, a principios de los ochenta surge un nuevo paradigma teórico, que desarrolla lo que se conoce como *la nueva teoría del comercio internacional*. Esta nueva teoría apunta a que, al margen de la existencia de

ventajas en la especialización productiva, el énfasis hay que situarlo en la existencia de economías de escala en la producción, lo que hace que los países se especialicen en la producción de determinados bienes para aprovechar los beneficios de la existencia de estas economías de escala.

A continuación, vamos a presentar de forma breve los principales elementos que constituyen la base de ambas construcciones teóricas, así como las principales implicaciones que se derivan de las mismas. Como suele suceder en el campo de la economía no podemos rechazar con rotundidad ninguna de las dos aproximaciones teóricas y ambas, aunque parten de supuestos diferentes y, por tanto, llegan a resultados diferentes, explican importantes características que se observa en los patrones del comercio internacional. En este caso particular, ambas teorías, lejos de enfrentarse resultan altamente complementarias y ofrecen una explicación bastante acertada de los factores explicativos del comercio internacional.

### *1.3.1. La teoría clásica del comercio internacional: Ventaja absoluta y ventaja comparativa*

La teoría clásica del comercio internacional explica la existencia de relaciones comerciales entre países debido a la existencia de diferencias entre ellos, en relación a los recursos y cantidad de factores productivos disponibles, que dan lugar a la existencia de ventajas, tanto absolutas como comparativas, entre las distintas economías en términos de la producción de los distintos bienes y servicios. El concepto de ventaja absoluta, desarrollado por Adam Smith en 1776, hace referencia a que los países deberían producir únicamente aquellos bienes en los que tengan una ventaja absoluta (menores costes de producción en términos del valor de trabajo), mientras que deberían comprar a otros países aquellos bienes que tuviesen costes de producción elevados. De este modo Adam Smith abogaba por el libre comercio internacional y la especialización de cada país en la producción de aquellos bienes con ventaja absoluta. Así, argumentaba, la eficiencia productiva global aumentaría, por lo que se produciría un aumento en la producción de todos los países.

Un concepto de mayor importancia para analizar los efectos del comercio internacional es la denominada ventaja comparativa, concepto desarrollado por David Ricardo en 1817. Para David Ricardo lo relevante no es la ventaja absoluta sino la ventaja comparativa, es decir, lo importante no son los costes de producción sino los costes relativos. Así, demostró que aunque un país tenga ventaja absoluta en la producción de un determinado bien, le interesaría

no producirlo e importarlo si su producción es relativamente menos eficiente que producir otros bienes, y exportar éstos. De este modo cada país tendería a especializarse en la producción de aquellos bienes en los que sea más eficiente en términos relativos, por lo que el elemento determinante del comercio internacional no es la existencia de ventajas absolutas, sino de ventajas relativas. Incluso en el caso de que un país no tenga ventajas absolutas en la producción de ningún bien, puede beneficiarse del comercio internacional especializándose en la producción de aquellos bienes en los que es más eficiente en términos relativos.

Los argumentos a favor del libre comercio internacional también fueron apoyados por John Stuart Mill, dado que así se podían obtener los mayores niveles de bienestar. De este modo todos los países se beneficiarían del comercio internacional y de la eliminación de las barreras al mismo. Stuart Mill, en 1844, estudia cómo se reparten entre los países los beneficios derivados del comercio internacional, desarrollando la denominada *teoría de los valores internacionales*, en la cual los precios relativos de los bienes producidos por cada país dependen de la oferta y demanda relativa de los bienes a nivel internacional.

Estos resultados, a favor de la eliminación de las barreras al comercio y en defensa del libre comercio internacional, descansan en el supuesto de la existencia de mercados de competencia perfecta. De este modo, todos los países se beneficiarían del comercio internacional por lo que el libre comercio genera aumentos de bienestar de forma global, ya que la especialización productiva sería eficiente. Sin embargo, estos resultados no se producirían si existiese competencia imperfecta en los mercados o determinadas externalidades. Además, para que dichas ganancias se produzcan tienen que cumplirse una serie de supuestos altamente restrictivos, principalmente el hecho de que todos los países tienen acceso a la misma tecnología. No obstante, y a pesar de estas limitaciones, resulta claro que la apertura al comercio internacional puede dar lugar a ganancias importantes de bienestar y mayor nivel de producción.

El modelo teórico, dentro del enfoque clásico, más utilizado de comercio internacional es el de Heckscher-Ohlin-Samuelson (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933; Samuelson, 1949), en el cual la especialización depende de la cantidad de factores productivos con la que cuente cada país y no tanto de la existencia de ventajas absolutas o relativas. Este modelo supone un avance respecto a los desarrollos teóricos anteriores, incorporando un nuevo factor

determinante del comercio internacional, en términos de la cantidad relativa de factores productivos con las que cuenta cada economía. De ahí que a esta teoría también se le denomine el *modelo de las proporciones factoriales*. Con las aportaciones de Samuelson, se formalizaron los planteamientos de estos autores, cristalizando en el *teorema de la igualación del precio de los factores*, por el que a través del libre comercio internacional los precios de los factores de los países que comercian entre sí, se igualan, tal y como habían apuntado Heckscher y Ohlin.

En este contexto, la especialización productiva que da lugar al comercio internacional no depende de ventajas en la producción de determinados bienes en términos de eficiencia, sino de la dotación de factores productivos con la que se cuenta para producir dichos bienes. La dotación de factores productivos influye en el precio de los mismos, lo que determina el nivel de eficiencia productiva que da lugar a la especialización. Así, cuanto más abundante sea un factor productivo, menor será su precio, mientras que el precio de los factores menos abundantes será relativamente caro. En este caso los países tenderán a producir aquellos bienes que son intensivos en el factor más abundante (que es el más barato), mientras que importarán aquellos bienes que sean intensivos en los factores productivos menos abundantes (que son los más caros).

La numerosa evidencia empírica disponible ha permitido corroborar muchos de los resultados que se derivan de la teoría clásica del comercio internacional. Sin embargo, esta teoría parte de unos supuestos que pueden ser excesivamente restrictivos, principalmente en relación a la existencia de competencia perfecta y a la disponibilidad de la tecnología, no explicando algunos patrones observados en las relaciones comerciales internacionales.

### *1.3.2 La nueva teoría del comercio internacional*

La denominada nueva teoría del comercio internacional surge a principios de la década de los ochenta, fundamentalmente a través de los trabajos de Krugman (1979, 1981). Esta nueva construcción teórica sobre los factores determinantes del comercio internacional contradice alguno de los principales resultados que se derivaban de la teoría tradicional, básicamente en relación a los beneficios que se derivan del libre comercio, la no intervención del estado y el desarrollo de nuevas industrias, explicando determinados patrones observados en el comercio internacional que contradecían los resultados de la teoría clásica.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Este nuevo marco teórico parte de la existencia de economías de escala, es decir, a la existencia de tecnologías con rendimientos crecientes a escala. De esta manera, cada economía puede especializarse en la producción de un número limitado de bienes, aprovechándose de dichas economías de escala y comprando el resto de bienes a otros países. Estas economías de escala implican la existencia de mercados de competencia imperfecta. Esto significa que, incluso en el caso en que no existan ventajas comparativas entre países, existirá el comercio internacional, dado que pueden obtener beneficios derivados de las economías de escala. La existencia de economías de escala supone que los rendimientos son crecientes o, dicho de otro modo, los costes de producción disminuyen conforme la producción aumenta. Es por ello, que la producción tiende a concentrarse.

Krugman (1979), a partir de los desarrollos realizados por Dixit y Stiglitz (1977) sobre competencia monopolística, desarrolla un modelo de comercio internacional en un entorno de competencia imperfecta, demostrando que el comercio internacional se genera incluso ante la inexistencia de ventajas comparativas entre países, encontrando por tanto, un nuevo factor explicativo del comercio internacional: la existencia de economías de escala. Aún cuando los países sean idénticos en términos de tecnología y dotación de factores, pueden existir ganancias derivadas del comercio internacional.

Para ello parte de la observación de la existencia del denominado comercio intraindustrial, es decir, los países realizan intercambios comerciales internacionales dentro de una misma industria, lo que claramente contradice los postulados de la teoría clásica del comercio internacional en el que habría una especialización productiva. Este comercio representa casi el 50% del comercio internacional y además se produce entre industrias de distintos países que tienen una cantidad similar de factores productivos. La nueva teoría intenta explicar cuáles son los factores determinantes de este comercio internacional.

La existencia de economías de escala (o rendimientos a escala crecientes) implica un tipo de tecnología que es más productiva conforme aumenta la producción. Esto hace que el mercado sea de competencia imperfecta, ya que la producción se concentra en un número reducido de empresas, dando lugar a mercados oligopolísticos (donde hay pocas empresas muy grandes) o bien a mercados de competencia monopolística (donde hay más empresas, pero existe diferenciación de productos).

Otro elemento a tener en cuenta en este nuevo marco teórico es la diferenciación de productos. Aunque hablemos de la misma industria, puede que los bienes que produzcan no sean homogéneos, sino que, aunque se trate del mismo bien, existan diferencias entre los mismos. De nuevo esto supondría una desviación de la competencia perfecta, lo que también explicaría la existencia de comercio intraindustrial.

Por otra parte, los aspectos tecnológicos juegan un papel fundamental en el desarrollo de la nueva teoría del comercio internacional. En el marco teórico clásico, todos los países tenían acceso a la misma tecnología, con lo cual la especialización productiva y el comercio internacional provenía de diferencias en términos de la dotación de factores productivos. Sin embargo, este supuesto no se mantiene en la nueva teoría, dado que la existencia de mercados de competencia imperfecta, así como de economías de escala genera patrones tecnológicos que pueden ser muy diferentes entre países. Ahora las empresas tienen incentivos a invertir en procesos de Investigación y Desarrollo (I+D), ya que pueden obtener beneficios extraordinarios que compensen dicha inversión, lo que les proporciona una ventaja competitiva a nivel internacional.

Este nuevo marco teórico del comercio internacional confiere una gran importancia a la historia o más bien a los inicios en el desarrollo de una industria. Así, considera que los factores históricos explican una proporción muy importante en el desarrollo de determinadas industrias. Este aspecto histórico tiene importancia precisamente por la existencia de economías de escala. La presencia de rendimientos crecientes lleva a una situación en la cual las condiciones iniciales resultan fundamentales a la hora de determinar los patrones de especialización comercial. En este contexto, el desarrollo de una determinada industria en un país antes que en otros países, puede resultar un elemento fundamental para explicar las ventajas de estas industrias en el contexto competitivo internacional.

En este contexto, el libre comercio internacional no es siempre favorable a todos los países. Así, determinados países pueden beneficiarse de una mayor apertura al comercio y la eliminación de barreras a nivel internacional, pero otros países podrían verse perjudicados, a través de pérdida de tejido industrial provocado por la mayor competencia a nivel global. La nueva teoría del comercio internacional no supone un argumento contra el libre comercio internacional, sino que plantea situaciones en las cuales las políticas de eliminación de barreras al intercambio de bienes y servicios entre países

pueden perjudicar a algunos países y, principalmente, a determinadas industrias.

### *Comercio intraindustrial*

Tal y como hemos visto anteriormente, las teorías tradicionales del comercio internacional se basan en la existencia de ventajas comparativas, lo que da lugar al denominado comercio inter-industrial. Es decir, cada país se especializa en la producción de aquellos bienes en los que tiene una ventaja comparativa. Esto significa que los sectores productivos van a ser diferentes entre países, en función de sus respectivas ventajas comparativas. Sin embargo, esta especialización no se observa en la realidad para todos los bienes y servicios que se intercambian a nivel internacional, existiendo relaciones comerciales aún dentro de la misma industria y con los mismos tipos de bienes. A esto es lo que se denomina comercio intraindustrial.

La teoría clásica no contempla la existencia de comercio intraindustrial a nivel internacional. La existencia de estos intercambios invita a pensar en otras causas del comercio internacional al margen de las ventajas comparativas. Así pues, el comercio intraindustrial significa que hay varios países produciendo el mismo tipo de bien y que además comercian este bien entre ellos. Además, estos países pueden tener dotaciones muy similares de factores productivos. La importancia de este tipo de comercio internacional es lo que justifica la existencia de otros factores explicativos al margen de los propuestos por la teoría clásica. Los modelos teóricos desarrollados de comercio intraindustrial muestran que los países obtienen beneficios de este comercio.

La importancia del comercio intraindustrial entre países dependerá de las características de estos países en términos de sus dotaciones de factores y tecnología. Si los países son muy similares, la mayoría de sus intercambios industriales serán de tipo intraindustrial. Esto es lo que sucede, por ejemplo, entre los países de la Unión Europea. Por el contrario, si los países son muy diferentes en tecnología o dotaciones, existirán ventajas comparativas y entonces la mayor parte del comercio será de tipo interindustrial. Esto es lo que sucede, por ejemplo, en los intercambios comerciales entre un país desarrollado y otro país en vías de desarrollo. Por otra parte, el patrón de este tipo de comercio depende en gran medida del mercado doméstico.

Al margen de la existencia de economías de escala, el otro factor explicativo de la existencia de este tipo de comercio se debe a que los bienes y servicios

que se producen dentro de una determinada industria no son homogéneos. En este caso existen determinadas características, físicas o inmateriales, que hacen que estos productos sean ligeramente diferentes entre sí. En este contexto pueden existir intercambios comerciales entre países respecto a una misma industria, tal y como se observa en la práctica, aún cuando el bien sea muy similar, pero no sería homogéneo.

En este tipo de mercados, la clave reside en la diferenciación de producto. Es a través de esta identificación del bien (como diferente del resto) por el que las empresas de una economía van a ganar competitividad frente a las del exterior. Es por esto por lo que las empresas exportadoras conceden una especial importancia a llevar a cabo actuaciones tendentes a aumentar la *diferenciación de sus productos*. Entre estas actuaciones destacan aquellas destinadas a aumentar la calidad de los productos, y que este elemento supone una clara diferenciación en el producto y, por tanto, la obtención de cierto poder de mercado a nivel internacional, lo que permitirá a estas empresas no solo ganar cuota de mercado doméstica, sino también en el resto de economías (mercados internacionales).

### *Política comercial estratégica*

La nueva teoría del comercio internacional da lugar a determinadas situaciones en las cuales es posible obtener ganancias de la intervención en determinados mercados internacionales a través de la alteración de la competencia, dando lugar al estudio de la denominada *política comercial estratégica*.

La política comercial estratégica hace referencia a diferentes tipos de intervención por parte de los gobiernos en relación a los flujos comerciales internacionales con el objetivo de favorecer las exportaciones de las empresas nacionales y/o limitar las importaciones de empresas del exterior. El interés por la política comercial estratégica surge paralelo al desarrollo de la nueva teoría del comercio internacional. La existencia de economías de escala y mercados de competencia imperfecta da lugar a situaciones en las cuales la intervención en los mercados internacionales puede ser beneficiosa para una economía.

Brander y Spencer (1983, 1985) son los primeros en desarrollar un marco teórico en el cual analizar el comercio intraindustrial y los diferentes instrumentos de política comercial que puede llevarse para aumentar la competitividad de estas industrias. La idea es que en mercados de competencia imperfecta, pueden obtenerse beneficios adicionales alterando el

marco de competencia entre empresas. Se trata de cómo se reparten los beneficios extraordinarios que aparecen en estos mercados.

El uso de las *políticas de subsidios a la producción* como un instrumento para aumentar la cuota de mercado y los beneficios de las empresas domésticas frente a las rivales en mercados de competencia imperfecta ha recibido una creciente atención dentro de la literatura de política comercial estratégica, dado que en este contexto los gobiernos siempre tienen incentivos para usar este tipo de política. Este tipo de política comercial estratégica ha sido estudiado de manera extensiva en el contexto de los modelos de comercio internacional estratégico por Brander y Spencer (1985) y Collie (1993). Estos autores fueron los primeros en demostrar que, en el contexto de un duopolio donde las empresas compiten en cantidades, un subsidio a la exportación a las empresas nacionales es deseable porque aumenta su cuota de mercado y sus beneficios a costa de sus competidores extranjeros.

Uno de los principales resultados que se obtienen en esta literatura es que el nivel de subsidios está relacionado con el nivel de eficiencia de las empresas. Así, los países con empresas más eficientes están dispuestos a dar un mayor nivel de subsidios. Este resultado supone un cambio de interpretación con respecto a la teoría tradicional, según la cual las políticas de apoyo deberían ir destinadas a las industrias nacientes, con el objetivo de protegerlas frente a la competencia exterior hasta que se hayan desarrollado lo suficiente como para poder competir en igualdad de condiciones con las empresas del exterior. En este caso, las políticas de subvenciones irían encaminadas a las empresas más eficientes o más avanzadas tecnológicamente. De hecho, la evidencia empírica aportada por Brander y Spencer (1985) muestran que este tipo de políticas se aplican habitualmente a la industria aeronáutica, industrias de componentes de alta tecnología, etc., que son precisamente las más eficientes.

Así, el nivel de subsidio óptimo es una función creciente de la ventaja relativa en costes de las empresas domésticas o, siguiendo a Brander (1995), las empresas que necesitan ayudas para competir con sus rivales de otros países son las menos atractivas para las ayudas estratégicas desde el punto de vista de los gobiernos cuyo objetivo es la maximización del bienestar social. Esto es debido a que, en la función objetivo a maximizar, el gobierno tiene en cuenta el coste que supone dicha política. Claramente, sólo en el caso de que sus beneficios sean superiores a sus costes, se recurrirá a este instrumento. Tal y como muestra Collie (1993) bajo condiciones de simetría en eficiencia, este problema tiene la forma de un «dilema del prisionero», dado que los gobiernos

tienen incentivos para intervenir de modo unilateral y, como resultado, el nivel de bienestar social de ambos países es inferior a una situación de libre comercio en la que no se usan las subvenciones a la producción.

El instrumento que ha sido más analizado en la literatura, por su implantación más generalizada, es el de las subvenciones a la producción y, más específicamente a la exportación, que es utilizado por la práctica totalidad de países desarrollados. Alternativamente, también se usan determinados instrumentos de apoyo a la inversión en I+D. Estas políticas son usadas principalmente por los países desarrollados y están muy ligadas a sectores de alto contenido tecnológico. No obstante, un problema asociado a este tipo de políticas comerciales es que en el caso de que existan distintas empresas dentro de una misma industria con diferentes niveles de eficiencia productiva, estos instrumentos favorecerían precisamente a las empresas menos eficientes.

En definitiva, las políticas comerciales estratégicas tienen como objetivo favorecer a las empresas nacionales frente a las extranjeras, tanto en los mercados domésticos como en los mercados del exterior. Sin embargo, la justificación de estas políticas no radica en defender la industria naciente nacional, sino que tratan de obtener la mayor proporción de los beneficios extraordinarios que se generan en los mercados de competencia imperfecta. Además, son medidas que tienen como destinatarios las empresas más eficientes.

### 1.4. Las relaciones económicas en un entorno globalizado

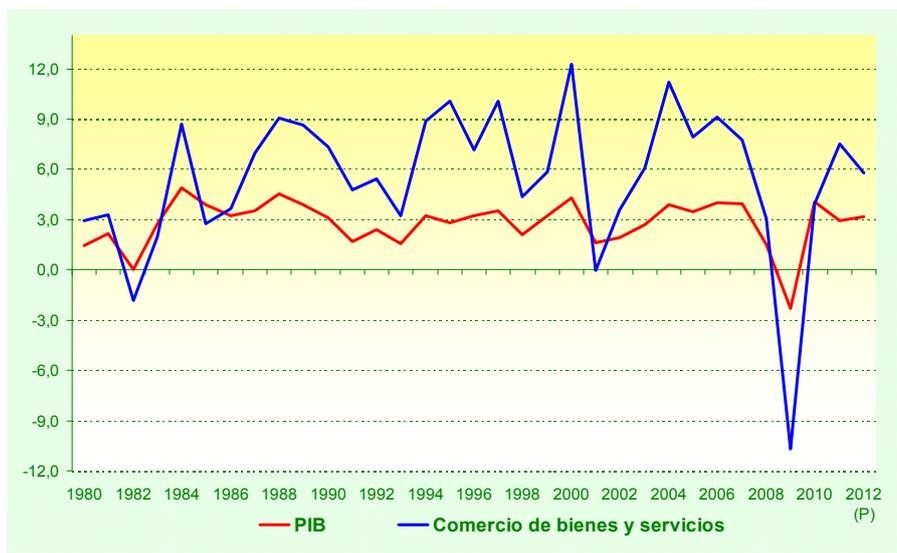
El elemento principal que subyace en ambas teorías es la discusión acerca de los efectos de la libertad del comercio internacional sobre una determinada economía, derivándose conclusiones muy diferentes en relación a la política comercial que se debería de instrumentar. Según la teoría clásica del comercio internacional, la existencia de ventajas –tanto absolutas como comparativas– tiene como resultado que todos los países se beneficiarían de una mayor apertura comercial. Por tanto, según esta teoría se deberían eliminar todas las barreras al movimiento internacional de bienes y servicios, ya que aumentaría el bienestar de todos los países. Por el contrario, la *nueva teoría del comercio internacional* ofrece resultados diferentes, puesto que existe la posibilidad que unos países se beneficien de una mayor apertura comercial a nivel internacional mientras que otros países se vean perjudicados. Es más, en este contexto teórico, es posible obtener beneficios del uso de políticas comerciales

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

estratégicas, que alteran las relaciones comerciales internacionales, bien incentivando a la industria exportadora o bien limitando el acceso a los mercados nacionales de empresas del exterior.

Así, una de las preguntas de mayor importancia en este ámbito consiste en determinar la relación entre crecimiento económico y apertura comercial. Sin bien existe una gran cantidad de argumentos a favor del comercio internacional y sus positivos efectos sobre el funcionamiento de la economía, dicho nexo ha resultado difícil de probar desde el punto de vista empírico, si bien, esta evidencia es habitualmente positiva. Así, por ejemplo, Frankel y Romer (1999) muestran la existencia de una relación positiva entre comercio internacional y crecimiento económico en el largo plazo. Otro trabajo relevante y que se centra fundamentalmente en el papel que juegan las instituciones es el de Dollar y Kraay (2003) quienes muestran que aquellos países que comercian más a nivel internacional y tienen mejores instituciones presentan tasas de crecimiento más elevadas. Por otra parte, también muestran una relación positiva entre la calidad de las instituciones y el comercio internacional.

Gráfico 1.1  
**PIB mundial y comercio global de bienes y servicios**  
Tasas de variación interanuales en porcentajes



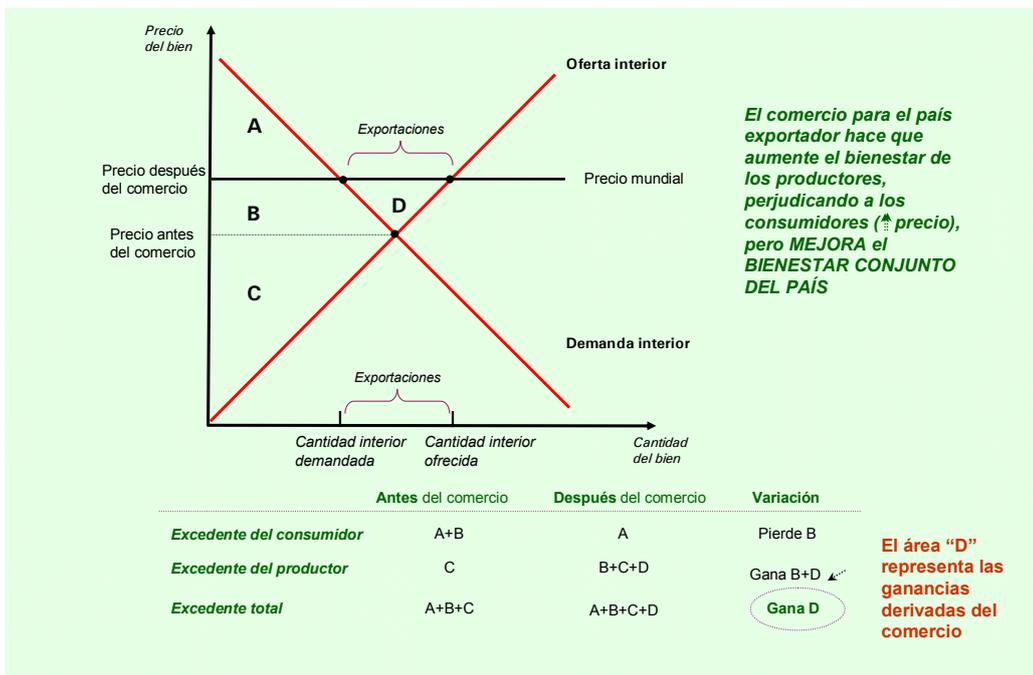
Fuente: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, September 2011.

Sintetizando las grandes corrientes teóricas y el enfrentamiento de las ideas del librecambio y el proteccionismo, podríamos llegar al consenso de que los flujos comerciales pueden, en un momento dado, beneficiar a unos y perjudicar a otros. Pero, si aceptamos que la apertura al comercio internacional agranda la eficiencia y el bienestar conjunto, podría resultar posible los

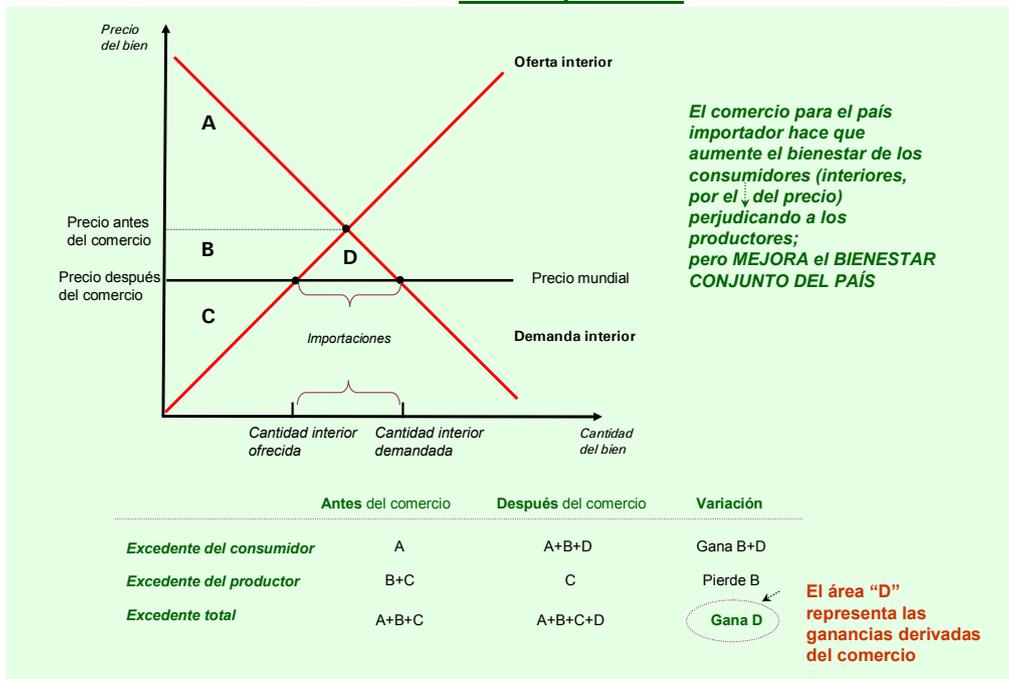
ganadores compensaran a los participantes del comercio que se viesan perjudicados por el intercambio comercial (en la práctica no es muy factible dicha compensación). Para entender mejor estos planteamientos, y pese a la simplificación que supone partir de un mercado de competencia perfecta (clásico), puede esquematizarse las ganancias y pérdidas de bienestar que se derivan de las exportaciones e importaciones.

Estos simples esquemas resumen el efecto positivo que, sobre la sociedad en su conjunto, generan los flujos comerciales (tanto exportaciones como importaciones). En un caso los beneficiados son los productores del sector exportador, en el otro, los consumidores de bienes importados. Pese a los ingenuos supuestos de partida, la argumentación de ganadores *versus* perdedores sigue siendo válida en la actualidad para muchos sectores productivos de economías desarrolladas que se ven perjudicados por la entrada de mercancías importadas desde economías emergentes (desde minerales como el carbón, a manufacturas como las textiles).

Esquema 1.1 **Equilibrio en un mercado con comercio internacional. País exportador**



Esquema 1.2 **Equilibrio en un mercado con comercio internacional. País importador**



Las relaciones comerciales con el exterior vienen determinadas por el flujo de exportaciones y de importaciones de bienes y servicios, (a las que habría que añadir los movimientos de capitales a largo plazo que constituyen inversión extranjera directa). La teoría económica ha explicitado como las exportaciones suponen aumentar el nivel de producción y de empleo de la economía nacional, por lo que resulta claro su papel como fuente de riqueza y como motor de crecimiento económico. Sin embargo, los beneficios del comercio no solo se derivan de las exportaciones, como elemento para aumentar el nivel de producción y el empleo, sino también de las importaciones. Así, el comercio permite la importación de bienes intermedios y de capital cuya producción interna podría ser muy costosa y que podrían ser necesarios para la producción de bienes nacionales en los cuales existen altos niveles de eficiencia, elementos que son fundamentales para el crecimiento de la producción.

Sin duda, las variables explicativas de las que dependen las exportaciones e importaciones de un determinado país o región son el reflejo de la complejidad de las relaciones económicas en un entorno globalizado y de las implicaciones sobre otros aspectos macroeconómicos. En este sentido, cabe recordar que la demanda de bienes y servicios producidos en otro país (importaciones) va a

dependen positivamente del nivel de renta o crecimiento del PIB doméstico (a mayor aumento del PIB, mayor demanda de importaciones<sup>1</sup>), de la relación de precios interiores con el exterior (si los precios domésticos son más elevados que los del exterior, se favorecerá a las importaciones) y del tipo de cambio (con implicaciones, por tanto, en términos de política monetaria). Por su parte, la demanda de exportaciones (es decir, el gasto que desde economías foráneas hagan de bienes y servicios producidos en nuestra economía) va a depender de la renta del exterior (PIB extranjero), de la relación de precios interiores con el exterior y de los tipos de cambio, en sentido contrario al de la demanda de importaciones.

De este modo, los fundamentos económicos nos ayudan a entender que otras variables van a incidir, a su vez, sobre la determinación de la renta (PIB), la formación de los precios y el tipo de cambio, afectando y viéndose influidas por las relaciones comerciales con el exterior. Este sería el caso de la inflación (tasa de crecimiento de los precios), los salarios, la productividad, la competitividad, los instrumentos de política monetaria (tipos de interés, además de los tipos de cambio), sin olvidar otros agregados macro, como el ahorro y la inversión, el saldo presupuestario (política fiscal), o el propio crecimiento económico tendencial (a largo plazo). Además, esta batería de indicadores no solo se circunscribe a la de la economía del país o región que analizamos, en este caso, Andalucía, sino que también de la de aquellos países con los que mantenemos relaciones comerciales o con los que nos interesa mantener. En definitiva, nuestro campo de análisis es el de un entorno económico global.

No es de extrañar que la globalización se haya convertido en una de las cuestiones con más referencias en cualquier informe sobre economía internacional. De acuerdo con la definición de Guillermo de la Dehesa (2004) es un “proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales”, que en realidad no es nuevo, sino que ha vivido dos grandes etapas. La *primera*, entre 1870 y 1914, supuso una aceleración de la tendencia hacia las divergencias entre países del norte y los del sur, que habría comenzado con la Revolución Industrial y se consolidó con las expansiones del comercio y la inversión internacionales. La *segunda*, viene desarrollándose paulatinamente desde 1950 y tardará años aún en completarse, si la crisis actual no lo impide,

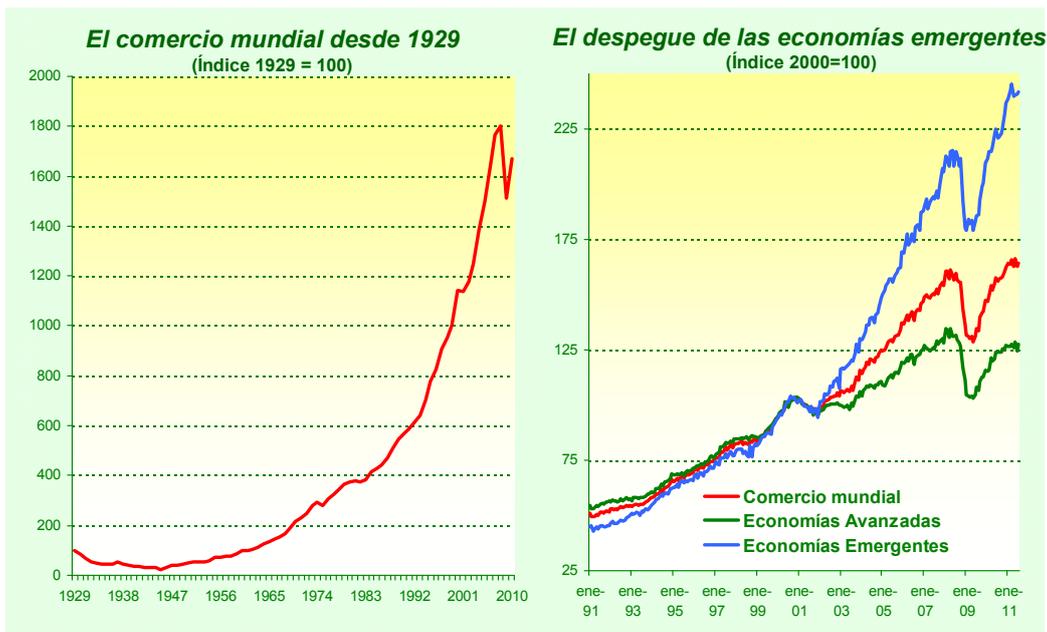
---

<sup>1</sup> La elasticidad de las importaciones, es decir, la proporción en la que crezcan las importaciones ante una variación del PIB o renta de la economía nacional, va a jugar un papel fundamental en el saldo exterior de una economía.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

caracterizándose por un fenómeno inverso al de la primera etapa. Es decir, se ha estado desindustrializando el norte e industrializando el sur, de modo que el empleo manufacturero en los países de la OCDE ha disminuido, a favor de los países en vías de desarrollo y de las economías emergentes. Este proceso de cambio se ha debido al asentamiento de empresas multinacionales en estos países, al localizar en ellos manufacturas intensivas en factor trabajo (bajos niveles salariales). En cierto modo, se ha pasado de una factoría local a una "global", en la que se fabrica, ensambla, añade valor en distintas localizaciones. En esta segunda fase de la globalización ha habido cierta convergencia en renta per cápita entre los países ricos y algunos intermedios (BRICS, es decir, los emergentes: Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, así como los nuevos países industrializados) haciendo que los flujos comerciales crezcan también en ambos sentidos direccionales.

Gráfico 1.2  
**La globalización de las transacciones comerciales**



Fuente: CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis.

Las empresas multinacionales habrían jugado un papel precursor en el proceso de globalización, por lo que éste supone al ampliar mercados para las empresas y aumentar la competencia entre ellas, creando enormes oportunidades para éstas, pero también retos y conflictos por los ajustes y transformaciones en los países, y por los peligros derivados de la formación de oligopolios y monopolios. Estos problemas deben ser resueltos por medio de una mayor coordinación y cooperación de los gobiernos y con el desarrollo de instancias supranacionales, para fomentar los aspectos positivos y minimizar

los riesgos que puedan surgir. En este sentido, son las empresas las que lideran el proceso de globalización, pero son los estados los que deben instrumentar la regulación para asegurar dicho proceso. Esto implica una *redefinición del papel de los estados y gobiernos*, debido a que en una economía globalizada disminuye la efectividad de las políticas macroeconómicas, tanto la monetaria como la fiscal, haciendo que los gobiernos tengan que dar prioridad a políticas institucionales y microeconómicas. Por ello se han de implementar políticas de permanente reforma y flexibilización de la economía para que ésta pueda ser competitiva, a través de un mejor funcionamiento de los mercados y las empresas.

Desde la perspectiva teórica del apartado anterior, este planteamiento coincidiría con las denominadas *nuevas teorías del comercio internacional*, que prestan especial atención a la vinculación de la economía internacional con la estructura de los mercados, donde son decisivos temas como las economías de escala, las barreras de entrada, el comportamiento de las empresas en ambiente estratégico, las externalidades tecnológicas, el aprendizaje mediante la experiencia y la inversión en I + D.

De este modo, sin despreciar la visión neoclásica sobre el comercio internacional, en la actualidad, la realidad es mucho más compleja a la que analizaban los clásicos, porque las relaciones comerciales se han hecho más profundas y han adquirido más alcance, al incorporar esferas como el comercio de servicios, la inversión extranjera, la propiedad intelectual y los regímenes reglamentarios, tal y como señala el *Informe sobre el Comercio Mundial 2011*, de la Organización Mundial del Comercio. Estas tendencias reflejan claramente la creciente integración de la economía mundial y la “internacionalización” de políticas que se consideraban anteriormente internas. En esta dirección avanzan las decisiones que se toman en áreas y regiones mundiales con acuerdos preferenciales, aunque también en un marco multilateral global.

La primera gran crisis global, que aún no se ha superado completamente, ha puesto de manifiesto entre otros aspectos que resulta necesario ahondar en las compatibilidades de los distintos sistemas, enfoques (más o menos discriminatorios) y políticas comerciales. Ahora, son menos frecuentes las preferencias arancelarias, pero han ido ganando relevancia las medidas no arancelarias, como factores determinantes del acceso a los mercados y las condiciones de competencia. Así, las medidas intervencionistas con la supuesta justificación de proteger a los consumidores pueden favorecer también a los productores, convirtiéndose en una especie de protección

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

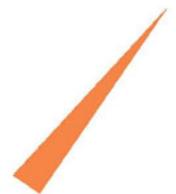
encubierta (basada en reglamentaciones y normas diferenciales sobre productos, procesos,...) y una segmentación injustificada del mercado. De aquí la importancia que en la relaciones comerciales y en la integración de los mercados puedan tener aspectos como la armonización de leyes en materia de inversión, la contratación pública, la política de competencia, etc. De igual modo, desde el punto de vista de Andalucía, las circunstancias actuales han evidenciado que la internacionalización se ha convertido en una opción imprescindible para la recuperación de la economía regional dentro de la primera gran crisis global.



Capítulo 2

## LAS RELACIONES COMERCIALES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Sin duda, el grueso de las relaciones comerciales de una economía con el exterior viene recogido por el flujo de exportaciones y de importaciones de bienes y servicios. Así, el comportamiento de estas magnitudes y el saldo exterior de las Cuentas Nacionales (o regionales, en el caso de una Comunidad Autónoma como Andalucía) reflejan si la posición exterior de los bienes y servicios producidos en el interior supera a la de los bienes y servicios consumidos por la región que proceden del extranjero. También la balanza de pagos, y sus respectivas sub-balanzas recogen las transacciones comerciales (como la balanza por cuenta corriente: el saldo comercial más los pagos netos por rentas y transferencias) de una economía con los países con los que tiene vinculaciones.

Sin embargo, en el caso de una región como Andalucía no se dispone de un documento contable oficial como es la balanza de pagos, mientras que la Contabilidad Regional no ofrece información separada acerca de la cuantía correspondiente a las transacciones de bienes y a la de servicios. Esta carencia de información supone un inconveniente para medir la competitividad del conjunto de la economía (bienes y servicios), ya que la medición de ésta va a referirse a las actividades recogidas en el plano del comercio de bienes, dejando fuera al sector económico más relevante, el de los servicios de mercado. Este último tiene una presencia cada vez mayor en las transacciones comerciales, si bien aún son muchas las ramas vinculadas a mercados foráneos, que no son fácilmente comercializables en el exterior.

Por este motivo, en este capítulo el análisis de las transacciones económicas de Andalucía se circunscribe al ámbito de los bienes, y de la información procedente de la Secretaría de Estado de Comercio, del Ministerio de Economía y Competitividad, con los datos de Aduanas. La aproximación al significado de las exportaciones del sector servicios se hacen como una estimación de la información de la Contabilidad Regional y de las estadísticas de comercio exterior.

En este capítulo, abordamos la trayectoria del saldo comercial de Andalucía en los últimos años y su comportamiento -similar al del conjunto de España-, preguntándonos hasta qué punto esta evolución responde a una pérdida de la competitividad exterior de nuestra economía (L'Hotellerie-Fallois, P. y J. M. Peñalosa, 2006). Pese a que aclarar este punto no resulta fácil, se trata de analizar la competitividad a través de las medidas habituales: cuota de mercado

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

de las exportaciones de bienes andaluces, la trayectoria de los costes-precios relativos de las exportaciones, el contenido tecnológico de los bienes destinados al comercio exterior, la influencia de la productividad, etc., así como de las principales magnitudes sobre las transacciones de bienes de Andalucía con el exterior.

### 2.1 La cuota de las exportaciones andaluzas de bienes y servicios en el comercio mundial

Desde una perspectiva histórica amplia (dos siglos atrás) las transacciones comerciales de Andalucía con el exterior habrían gozado de un balance positivo gracias a las exportaciones de productos procedentes de la agroindustria, entre los que destacaba el aceite de oliva y el vino, además de los procedentes de la industria minera, en la que las exportaciones de minerales metálicos como hierro, plomo y cobre, concentraban la práctica totalidad de las transacciones comerciales de la región. En la segunda mitad del siglo XX el saldo de la balanza comercial pudo cambiar de signo mostrando un déficit por culpa, entre otros aspectos, del impulso modernizador, que requería grandes inversiones en bienes de equipo procedentes del exterior y, especialmente, a la dependencia energética de la región andaluza.

Cuadro 2.1  
Trayectoria del sector exterior y el PIB en Andalucía  
(Millones de euros)

	Exportaciones de bienes y servicios	Importaciones de bienes y servicios	Saldo exterior	PIB a pm	% Saldo exterior/PIB
1995	18.898	24.577	-5.679	59.051,05	-9,6
1996	21.083	26.377	-5.293	62.853,14	-8,4
1997	24.133	29.476	-5.344	67.267,84	-7,9
1998	24.955	31.551	-6.596	72.440,47	-9,1
1999	26.828	35.366	-8.538	78.750,07	-10,8
2000	29.809	39.869	-10.060	86.215,97	-11,7
2001	31.739	43.257	-11.519	93.066,60	-12,4
2002	33.121	46.160	-13.039	100.155,25	-13,0
2003	35.426	49.859	-14.433	108.728,81	-13,3
2004	39.069	56.279	-17.210	117.443,93	-14,7
2005	42.423	63.036	-20.613	127.097,91	-16,2
2006	46.495	69.862	-23.366	137.942,74	-16,9
2007	49.008	74.920	-25.911	147.616,66	-17,6
2008	50.870	76.761	-25.891	151.844,36	-17,1
2009	45.259	65.902	-20.643	146.622,15	-14,1
2010	49.102	69.624	-20.522	147.805,77	-13,9

Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. Base 2000. Serie 1995-2009, y Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía, para 2010. IECA.

Más recientemente, con la información de la Contabilidad Regional Anual del IECA, desde 1995, puede comprobarse que el saldo exterior de Andalucía, como diferencia de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios

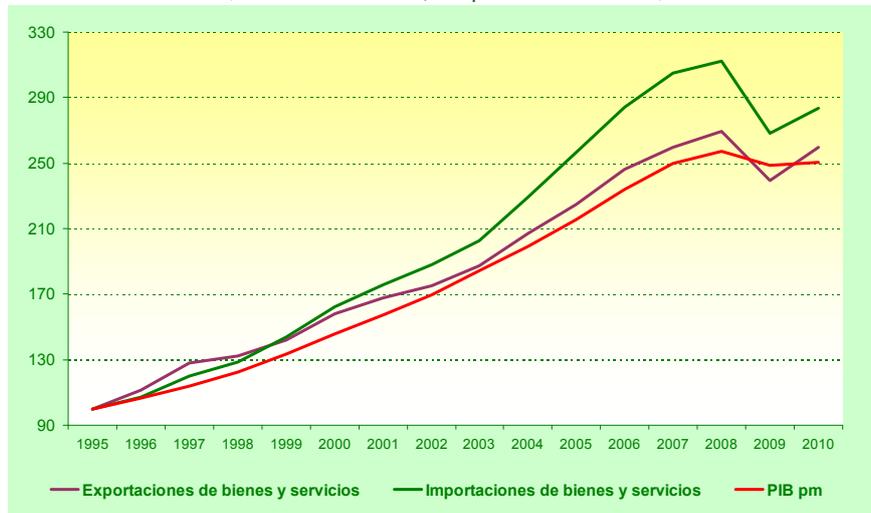
## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

con el extranjero, ya venía siendo negativo desde mediados de los noventa. Y, en general, siguió incrementándose hasta que con la crisis económica de 2008 experimentó un notable descenso. (De acuerdo con la serie histórica del Modelo de Equilibrio General de Andalucía, elaborado por Analistas Económicos de Andalucía –que se presenta en el capítulo seis de este informe–, el saldo exterior regional fue negativo entre 1980 y 2010). El resultado de las transacciones de bienes y servicios con el exterior se habría multiplicado por cinco, desde 1997 cuando rondaba los 5.344 millones de euros, a favor de las importaciones, hasta los cerca de 25.911 millones de euros que llegó a rondar en 2007 (en euros corrientes). En 2010, este saldo negativo se habría reducido hasta los 20.522 millones de euros.

Si esta discrepancia en el saldo exterior, medido por la Cuentas Regionales, lo ponemos en referencia al PIB de la Comunidad Autónoma, el déficit habría oscilado entre el 8% correspondiente a 1997 y el 17,6% que llegó a alcanzar en 2007. Por otra parte, para contextualizar el comportamiento de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios de Andalucía con la trayectoria de la economía, en su conjunto, hemos tomado como referencia estas tres macromagnitudes en el año 1995 (base 100), pudiendo comprobarse cómo las importaciones han experimentado, desde finales de la década de los noventa, un despegue más intenso al observado por las exportaciones y por el PIB. Cabe mencionar, asimismo, que las exportaciones han registrado un crecimiento superior al de la producción agregada en casi todos los años (salvo en 2009, a causa de la gran contracción de la demanda mundial).

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Gráfico 2.1  
Trayectoria del PIB y de las exportaciones e importaciones  
de bienes y servicios  
(Base 100 = 1995, en precios corrientes)



Fuente: Contabilidad Regional Anual de Andalucía. Base 2000. Serie 1995-2009, y Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía, para 2010, IECA y Ministerio de Economía y Competitividad.

Esta evolución parece poner de manifiesto que la fuerte etapa de expansión económica desde mediados de los noventa, ha conllevado un notable crecimiento de las importaciones, es decir, el aumento de la producción ha supuesto un avance más acelerado de los bienes y servicios producidos en el exterior (elasticidad de las importaciones). Las exportaciones, también han mostrado una trayectoria muy favorable, pero un poco menos intensa que las importaciones. Pero, ¿es este diferencial en el ritmo entre exportaciones e importaciones una prueba de pérdida de competitividad de la economía andaluza?. Para responder a esta pregunta, podemos utilizar la cuota de las exportaciones, que es uno de los indicadores de competitividad exterior utilizados con más frecuencia. Esta cuota mide el peso de las exportaciones de un país /región en el total de las exportaciones mundiales, por lo que permite evaluar la evolución de las exportaciones de dicha región en relación con las exportaciones de otros. Al fin y al cabo, la competitividad es una cualidad relativa que debe medirse en relación con la trayectoria de otros países.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Cuadro 2.2

### Exportaciones mundiales de mercancías, 1999-2010. Andalucía en el contexto mundial

(Millones de dólares)

	Andalucía	España	UE-27 (extra*)	EEUU	China	Alemania	Francia	Irlanda	Italia	Total mundial	%Andalucía / TOTAL mundial
1999	8.594	104.433	...	695.797	194.931	543.539	325.526	71.239	235.564	5.712.000	0,15
2000	9.389	115.251	784.820	781.918	249.203	551.810	327.611	77.413	240.518	6.456.000	0,15
2001	9.173	116.660	792.345	729.100	266.098	571.645	323.379	82.835	244.490	6.191.000	0,15
2002	9.761	125.687	843.380	693.103	325.596	615.831	331.719	88.265	254.427	6.492.000	0,15
2003	12.667	156.147	983.280	724.771	438.228	751.560	392.039	92.755	299.333	7.586.000	0,17
2004	16.334	182.623	1.185.380	814.875	593.326	909.887	452.106	104.788	353.782	9.218.000	0,18
2005	17.644	192.644	1.309.690	901.082	761.953	970.914	463.428	109.657	373.135	10.489.000	0,17
2006	19.776	213.717	1.456.620	1.025.967	968.978	1.108.107	495.868	108.726	416.875	12.113.000	0,16
2007	21.857	253.297	1.700.180	1.148.199	1.220.456	1.321.214	559.612	121.543	499.882	14.003.000	0,16
2008	25.040	281.493	1.926.580	1.287.442	1.430.693	1.446.171	615.870	125.719	542.748	16.120.000	0,16
2009	20.585	227.338	1.530.295	1.056.043	1.201.612	1.120.041	484.574	115.928	406.909	12.516.000	0,16
2010	24.688	245.637	1.788.075	1.278.263	1.577.824	1.268.874	520.661	116.801	447.535	15.237.000	0,16
% sobre el mundo (2010)	0,16	1,61	11,74	8,39	10,36	8,33	3,42	0,77	2,94	100,0	--
Variación en % 1999-2010	187,25	135,21	127,83	83,71	709,43	133,45	59,94	63,96	89,98	166,75	--

\* Se trata de exportaciones extracomunitarias

Fuente: Organización Mundial del Comercio y de la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía y Competitividad, para el caso de Andalucía.

A priori, una disminución de la cuota de exportaciones podría ser indicativa de una pérdida de competitividad. Pero, con la información procedente de la Organización Mundial del Comercio, para la última década, podemos comprobar que las exportaciones de mercancías de Andalucía se han mostrado relativamente estables a lo largo del tiempo, oscilando entre el 0,15% de finales de la década anterior, y el 0,18% que llegó a alcanzar en 2004. En los últimos cuatro años, pese al retraimiento de las transacciones internacionales y de la demanda foránea, la cuota exportadora de los bienes "made in Andalucía" ha observado un leve avance, representando en torno al 0,16% del comercio mundial de mercancías.

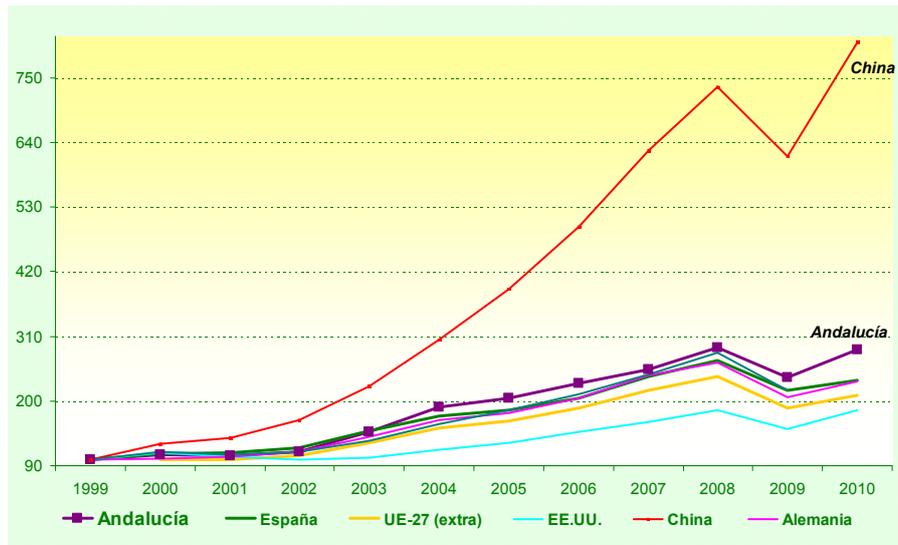
Por su parte, siguiendo la misma operativa, las exportaciones de bienes de España en el comercio mundial habrían tenido una evolución algo menos positiva, ya que la cuota de mercado de éstas se habrá reducido desde el 2,06% que tenían en 2003 hasta el 1,61% correspondiente a 2010, según las estadísticas de la Organización Mundial del Comercio. No cabe duda que la economía española no ha estado sola en esta moderada caída de la competitividad, ya que otras economías desarrolladas con tradicional fortaleza exportadora, como Alemania o Italia también habrían observado un ligero descenso en la cuota de mercado mundial de sus respectivas exportaciones.

En el caso de Alemania, descendiendo desde cerca del 10% en 2003 hasta el 8,3% en 2010. Mientras, en el de Italia, pasando de representar el 4% de las

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

exportaciones mundiales al 2,9%. Algo similar habría ocurrido con EEUU y con otras economías “maduras”, que han perdido algo de significación en las transacciones internacionales a favor de China, que desde su entrada en la OMC en diciembre de 2001 ha pasado de tener una cuota del 4% a superar ya el 10%, por encima de Alemania.

Gráfico 2.2  
**Las exportaciones de Andalucía frente a las grandes áreas mundiales**  
(Índice 1999=100, salvo en la UE-27, que es 2000=100)



Fuente: Organización Mundial del Comercio.

Comparando la evolución de las exportaciones de estas economías desarrolladas (UE, EEUU, España) y el correspondiente a China, puede comprobarse como el despegue del gigante asiático en la última década ha sido excepcional. La trayectoria de las exportaciones andaluzas en este contexto, sin embargo, no parece indicar una pérdida de competitividad, ya que las exportaciones han observado un crecimiento en este periodo ligeramente superior al de países europeos de nuestro entorno y al de EEUU, si bien muy lejos del perfil de China (Ver gráfico 2.2).

Además, habría que tener en cuenta que este análisis no contempla las exportaciones de servicios y que estas ramas tienen un peso muy significativo en las economías andaluza y española. En cualquier caso, cabe señalar que a causa de su naturaleza, los servicios son menos susceptibles de compraventa internacional que las mercancías, resultando más difícil contabilizar dichas transacciones.

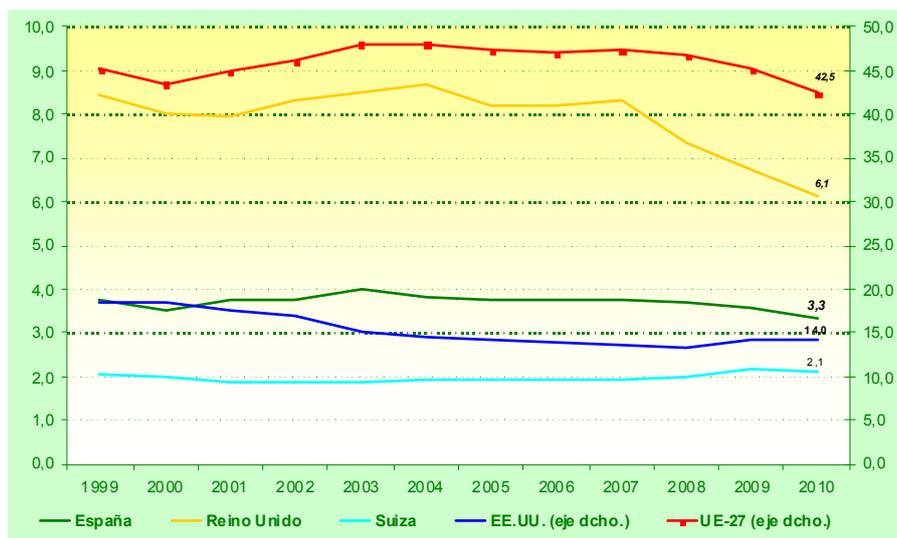
Así, según la Organización Mundial del Comercio (OMC) y más concretamente el GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios) hay cuatro modos de suministro internacional de servicios:

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- *Modo 1: transfronterizo (vendedor y comprador permanecen en sus respectivos países mientras se presta el servicio).*
- *Modo 2: con desplazamiento del comprador para recibir el servicio en el país del vendedor (el caso típico del turismo).*
- *Modo 3: mediante establecimiento permanente del vendedor en el país del comprador.*
- *Modo 4: mediante desplazamiento de personas físicas desde el país del vendedor.*

Mientras las transacciones en los modos 1, 2 y 4, aunque con dificultades, están recogidas en las cifras de balanza de pagos, el modo 3 -por su propia naturaleza-, no lo está en la mayoría de las transacciones, referidas a las ventas realizadas en España (y en Andalucía) por filiales y sucursales de empresas extranjeras, y las realizadas en el exterior por filiales y sucursales de empresas españolas y andaluzas. Aunque tanto la UE como la OCDE pretenden llegar a determinar estos datos vía declaraciones o muestreo de las empresas, y el INE participa activamente en esos trabajos, las cifras todavía son casi inexistentes. Pero, aun sin cuantificar con exactitud, la simple consideración intuitiva de las ventas que en España realizan numerosas compañías –como las de seguros, transporte, energía o informática y telecomunicaciones y las que realizan en Latinoamérica y Europa empresas españolas de banca, energía o telecomunicaciones–, nos permiten apreciar la gran importancia que tiene el comercio internacional de servicios, a través de este tercer modo.

Gráfico 2.3  
Cuota de las exportaciones de servicios en el total mundial  
(Porcentaje sobre el total, en millones de dólares)



Fuente: Organización Mundial del Comercio.

De acuerdo con la información estadística de la Organización Mundial del Comercio, sobre las exportaciones mundiales de servicios comerciales (datos de 2010), la UE es como agregado, el mayor exportador mundial de servicios

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

concentrando el 42,5% de las exportaciones mundiales (en 2003 llegó a tener una cuota del 48%). Mientras, España se encontraría con una cuota de mercado mundial en la prestación de servicios del 3,3%, habiendo perdido unas décimas respecto a 2003, cuando gozaba de una cuota superior al 4%. Para ponderar la relevancia de los servicios mundiales en el comercio global, cabe señalar que EEUU y Reino Unido ostentan cuotas del 6,1% y 14%, respectivamente.

En el caso de Andalucía, al no disponer de información desagregada para el caso de exportaciones de servicios, se ha optado por realizar una estimación a través de las Tablas Input-Output de Andalucía para 2005. De acuerdo con éstas, la cuota de las exportaciones de servicios internacionales representaba - en dicho año- en torno al 0,36% del total mundial<sup>2</sup>.

### 2.2 Principales magnitudes del comercio exterior de bienes en Andalucía

Como se ha señalado anteriormente, la información sobre el sector exterior regional para el ámbito de Andalucía no es tan completa como si se tratara de un espacio nacional (por no contar con la balanza de pagos y por la menor desagregación de la Contabilidad Regional), por lo que en este apartado nos basamos en la información ofrecida por la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía y Competitividad, con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria.

Desde la perspectiva internacional, según la Organización Mundial del Comercio (OMC), el volumen de exportaciones mundiales de bienes en 2009 rondó los 12,5 billones de dólares, representando la Comunidad Autónoma de Andalucía en torno al 0,16% de las ventas de bienes al resto del mundo, por un importe de 14.477,56 millones de euros, que en dólares habrían sido unos 19.786 millones. Ese año fue precisamente un punto de inflexión en los flujos comerciales internacionales por culpa de la Gran Recesión. En 2010, con cierto reestablecimiento de las transacciones, las exportaciones de bienes de Andalucía al exterior habrían aumentado hasta los 18.471,8 millones de euros. Desde un enfoque temporal más amplio puede comprobarse que el dinamismo del comercio exterior de bienes ha sido muy intenso en los últimos años, si bien el crecimiento de las importaciones ha superado al de las exportaciones,

---

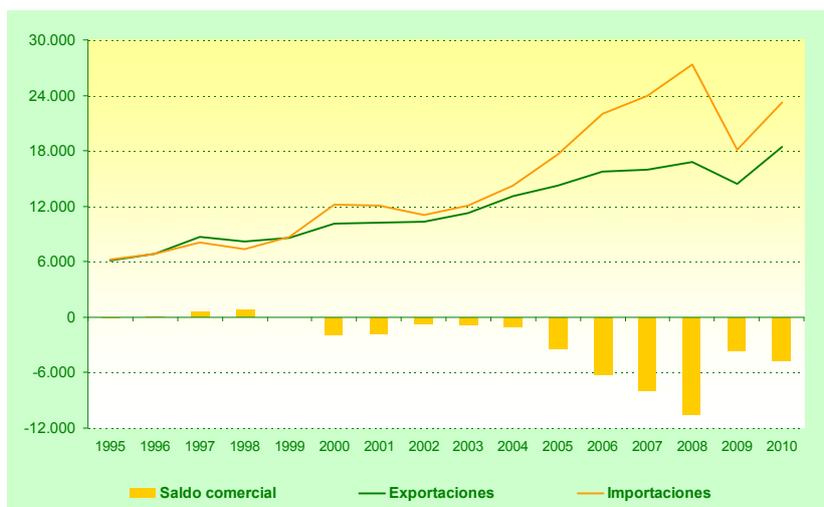
<sup>2</sup> Esta proporción es el resultado de dividir las exportaciones de servicios al extranjero de Andalucía (914,5 millones de euros) más el consumo de no residentes internacionales (6.375,7 millones de euros), ofrecidos por el marco I-O para 2005, dividido entre las exportaciones mundiales de servicios, que según la OMC en dicho año ascendieron a 2.008.817 millones de euros.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

especialmente desde 2004. Este ritmo diferencial explica el rápido agrandamiento del déficit comercial de Andalucía entre 2004 y 2008. En este último año, el déficit alcanzó los -10.538,4 millones de euros, para reducirse en 2009 hasta los -3.595,5 millones de euros. En 2010, el saldo ha vuelto a deteriorarse, pese a que las exportaciones han superado el nivel anterior a la crisis, mientras las importaciones –que han crecido hasta los 23.217,79 millones de euros– no han podido alcanzar el valor de los bienes comprados en el exterior en 2008 (27.371,28 millones de euros).

En el balance del periodo comprendido entre 2000 y 2010, el sector exterior andaluz ha observado una expansión muy significativa y superior al del conjunto de España. En concreto, las exportaciones se han incrementado en una tasa promedio anual del 6,2%, frente al crecimiento del 4,1% del agregado nacional. Mientras, las importaciones crecieron a una tasa promedio del 6,7% en el periodo mencionado, frente al 3,5% de media para el conjunto nacional.

Gráfico 2.4  
**Comercio exterior de bienes en Andalucía**  
(Millones de euros)



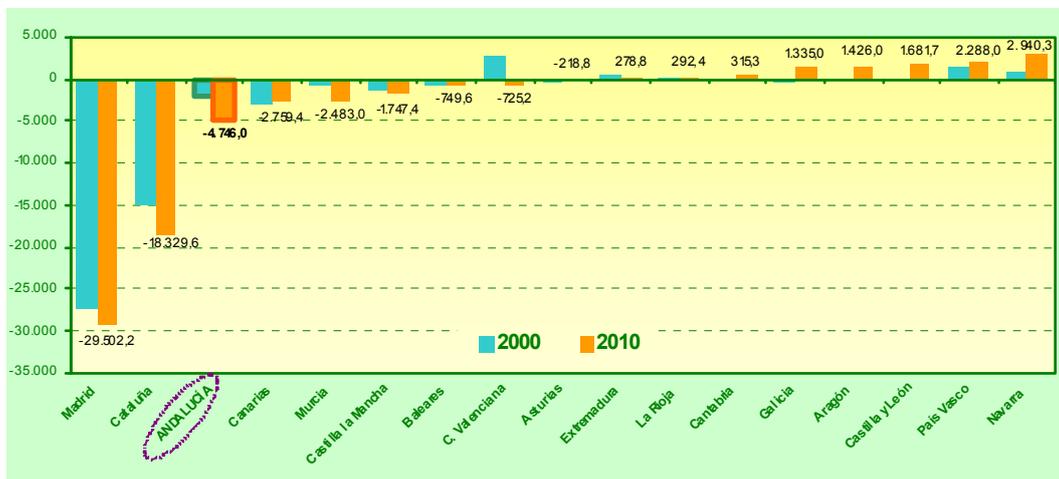
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Para contextualizar el peso del comercio exterior de mercancías de Andalucía dentro de España, cabe señalar que tanto las exportaciones como las importaciones andaluzas de bienes representan en 2010 una décima parte (9,9% de las exportaciones y un 9,8% de las importaciones españolas). Otras Comunidades Autónomas tienen una mayor significación exportadora, pero cabe destacar que en la última década, las exportaciones de la región andaluza han mostrado un mayor dinamismo en comparación con otros espacios regionales, ya que el crecimiento medio anual entre 2000 y 2010 ha sido del 6,2% en Andalucía, superando ampliamente a la media española (4,1%).

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Si distinguimos dos subperiodos dentro de la década analizada, los comprendidos entre 2000 y 2005, así como 2005 y 2010, puede comprobarse en el cuadro 2.3 que la trayectoria de las exportaciones regionales sigue siendo más positiva en Andalucía (7% y 5,4%, respectivamente) que en las principales regiones españolas, así como respecto al promedio nacional (4,5 y 3,7%, respectivamente). En general, se aprecia un ritmo de crecimiento más bajo en la segunda mitad de la década, debido al retroceso sufrido por los mercados exteriores con la crisis económica internacional.

**Gráfico 2.5**  
**Déficit comercial exterior por CC.AA. Comparativa 2000-2010**  
(Millones de euros)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

El balance entre ventas y compras con el exterior está menos equilibrado en otras CCAA que en Andalucía. Así, desde el lado de las importaciones, Cataluña y Madrid representan conjuntamente el 37,4% de las exportaciones nacionales en 2010, mientras que la importancia relativa de éstas se incrementa hasta el 49,3% en lo que se refiere a las importaciones. Desde una perspectiva dinámica, el crecimiento medio anual de las importaciones de bienes andaluzas también ha sido muy superior a la del promedio nacional y al de las principales regiones españolas. En concreto, el despegue de las importaciones en el periodo 2000-2010 fue del 6,7% anual, llegando al 7,7% en la primera mitad de la década y siendo del 5,7% entre 2005 y 2010, frente a un comportamiento mucho más moderado de la demanda interna en el agregado nacional hacia los bienes procedentes del exterior, especialmente en la segunda mitad de la década, con un crecimiento anual medio del 0,4% entre 2005 y 2010.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Cuadro 2.3

### Comercio exterior de bienes por CC.AA

(Millones de euros)

	Exportaciones			Tasas de variación promedio anual, en %		Importaciones			Tasas de variación promedio anual, en %	
	2000	2005	2010	2005/00	2010/05	2000	2005	2010	2005/00	2010/05
<b>Andalucía</b>	10.115,76	14.196,52	18.471,76	7,0	5,4	12.127,35	17.560,73	23.217,79	7,7	5,7
Aragón	5.043,57	7.118,30	8.484,53	7,1	3,6	5.107,16	7.093,19	7.058,50	6,8	-0,1
Asturias	1.682,28	2.425,47	3.444,03	7,6	7,3	1.960,67	3.071,58	3.662,81	9,4	3,6
Baleares	883,13	1.021,02	808,97	2,9	-4,5	1.771,89	2.099,20	1.558,56	3,4	-5,8
Canarias	873,52	833,68	1.945,03	-0,9	18,5	3.757,55	4.304,49	4.704,46	2,8	1,8
Cantabria	1.444,58	1.785,31	2.280,40	4,3	5,0	1.458,12	2.034,78	1.965,15	6,9	-0,7
Castilla y León	8.239,01	8.949,61	10.499,97	1,7	3,2	8.416,08	9.186,97	8.818,25	1,8	-0,8
Castilla-La Mancha	1.837,52	2.722,65	3.407,84	8,2	4,6	3.332,77	4.680,65	5.155,19	7,0	2,0
Cataluña	33.538,34	42.360,92	48.594,51	4,8	2,8	48.670,40	67.448,57	66.924,08	6,7	-0,2
C.Valenciana	15.255,47	16.956,73	18.694,14	2,1	2,0	12.600,30	18.365,84	19.419,29	7,8	1,1
Extremadura	690,46	1.013,59	1.251,05	8,0	4,3	371,92	661,99	972,28	12,2	8,0
Galicia	8.298,58	12.125,21	15.158,98	7,9	4,6	8.895,69	13.752,24	13.823,97	9,1	0,1
Madrid	13.878,36	16.874,00	20.948,42	4,0	4,4	41.270,93	52.726,91	50.450,57	5,0	-0,9
Murcia	3.184,76	3.974,31	4.963,60	4,5	4,5	4.079,53	8.143,63	7.446,62	14,8	-1,8
Navarra	4.805,64	4.887,83	7.407,25	0,3	8,7	3.829,68	4.368,87	4.466,91	2,7	0,4
País Vasco	11.623,24	14.126,22	17.544,90	4,0	4,4	10.315,61	14.530,78	15.256,94	7,1	1,0
La Rioja	805,31	966,94	1.268,28	3,7	5,6	653,05	751,76	975,88	2,9	5,4
<b>España</b>	<b>124.177,34</b>	<b>155.004,73</b>	<b>185.799,02</b>	<b>4,5</b>	<b>3,7</b>	<b>169.468,03</b>	<b>232.954,47</b>	<b>238.081,62</b>	<b>6,6</b>	<b>0,4</b>

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

No obstante, y a pesar de que el valor de las importaciones de bienes realizada por Andalucía haya crecido por encima de la media española, ello no implica que haya tenido una mayor responsabilidad en el agrandamiento del déficit comercial español en la última década. En este sentido, el gráfico 2.5 puede resultar muy explicativo del carácter estructural del saldo negativo en las CCAA con mayor peso económico, que ya en 2000 contribuían al déficit comercial español. De este modo, Madrid y Cataluña son las dos regiones que más repercuten al saldo comercial deficitario nacional. Cabe destacar el positivo balance comercial de bienes de Navarra, País Vasco (que ya lo era en 2000) y el favorable saldo en 2010 de Castilla y León, Aragón y Galicia, aunque su peso sobre el total español no sea tan relevante.

### 2.3 La posición del comercio exterior de Andalucía a través de los principales índices: grado de apertura, cobertura, índices de especialización, competitividad

En este apartado nos ha parecido oportuno centrar el análisis del comercio exterior de Andalucía en referencia a otras magnitudes macroeconómicas, a fin de aproximar el posicionamiento del comercio exterior andaluz, a través de variables como la tasa de cobertura, el grado de apertura exterior, así como índices que nos permitan dilucidar la especialización y dependencia exterior de

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

la economía andaluza. Debe tenerse en cuenta que el cálculo de estos principales índices suele realizarse con la información procedente de las Cuentas Nacionales, que contemplan intercambios con el exterior de bienes y servicios. Así por ejemplo, la OCDE para realizar una comparativa de la tasa o grado de apertura de los distintos países del área, considera la suma de exportaciones e importaciones de bienes y servicios en referencia al PIB de cada país. No obstante, en el caso del análisis de Andalucía (y de las regiones españolas) la información del comercio exterior se refiere solo a bienes (no servicios), procedente de las series del Ministerio de Economía y Competitividad.

Precisamente, empezando por el grado de apertura de la economía andaluza, debemos considerar que el grado de apertura de una economía no es una magnitud que esté relacionada directamente con el grado de desarrollo económico de un país, sino más bien con el papel que juega su sector exterior dentro de la producción agregada de dicha economía. En este sentido, según los datos de la OCDE el grado de apertura económica más elevado entre los países desarrollados correspondía a Irlanda (cerca del 90%), Hungría (75%), República Eslovaca, Bélgica, Holanda (cerca del 70%), en el conjunto de la OCDE era en 2009 del 41,3%, cercano al de Alemania (39%), mientras en España rondaba el 25%. Otras grandes economías como EEUU o Japón (12,6% y 12,5%, respectivamente) tenían un grado de apertura inferior al de España, indicando así que su sector exterior (agregado de exportaciones e importaciones) tiene un peso relativo inferior al de su economía doméstica o interna (es decir, la suma de consumo, inversión y gasto público).

Gráfico 2.6  
**Grado de apertura\* por CC.AA. en 2010**  
(porcentajes)



\* El grado de apertura se calcula como la suma de Exportaciones e Importaciones de bienes (no incluye servicios) en relación al PIB.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad e Instituto Nacional de Estadística.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Con la información estadística de la Secretaría de Estado de Comercio, el volumen comercial español (es decir, la suma de exportaciones e importaciones de bienes) ascendería en 2010 a 423.880,6 millones de euros, lo que representaría un 39,9% del PIB nacional (1.062.591 millones de euros). En el caso de Andalucía, el “grado de apertura del comercio de bienes” de nuestra economía en 2010 sería del 29,1% del PIB regional (ya que el volumen comercial ascendió a 41.689,6 millones de euros y la producción agregada en 2010 a 143.300,45 millones de euros). Aunque el grado de apertura resulte inferior en Andalucía que en España, y que en otras CCAA de referencia como Cataluña (58,4%), País Vasco (49%), Madrid (37,5%) y Comunidad Valenciana (37,3%), la trayectoria temporal de este indicador evidencia una mayor significación del sector exterior dentro de la producción agregada regional en el balance de los últimos años. Así, entre 2001 y 2002 el grado de apertura de Andalucía no llegaba al 22%, siendo ahora unos siete puntos porcentuales superior. No obstante, conviene de nuevo recordar que este índice es un mero indicador de la relevancia que tiene el sector exterior en comparación con la demanda nacional y que la evolución de componentes de ésta, tan importantes como el consumo, la inversión el gasto público. El comportamiento de dichos agregados puede provocar notables variaciones en el grado de apertura de una economía que no estén explicadas por razones que, estrictamente, atañan a las transacciones comerciales con el exterior.

Otro indicador frecuentemente utilizado en el análisis del comercio exterior de una economía es la tasa de cobertura, es decir, la proporción en la que las exportaciones cubren a las importaciones. Dicho de otro modo, una tasa de cobertura que superara el 100%, significaría que las exportaciones de bienes superan a las importaciones de bienes de esa economía. En el caso de Andalucía, el valor de las exportaciones tan solo representa en torno al 80% del valor de las importaciones realizadas. La tasa de cobertura sería bastante similar a la de España, en los últimos cinco años, si bien en la década de los noventa y a principios de ésta, el menor desequilibrio entre las importaciones y exportaciones andaluzas, hacía que la tasa de cobertura regional fuese notablemente superior a la nacional. Así, en 2000 la tasa de cobertura andaluza (83,4%) superaba en algo más de 10 puntos porcentuales a la del promedio español. Por su parte, en 2010, la tasa de cobertura regional superaba en 1,6 puntos porcentuales a la media española (79,6% frente al 78% nacional).

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Cuadro 2.4  
Comercio exterior de las provincias andaluzas, en 2010  
(miles de euros y porcentajes)

	Exportaciones	Importaciones	Saldo comercial (X-M)	Tasas de Cobertura (%)	Grado de Apertura (%)
Almería	2.108.125	431.547	1.676.578	488,5	20,2
Cádiz	5.476.051	10.623.662	-5.147.611	51,5	77,7
Córdoba	1.555.076	688.200	866.876	226,0	14,5
Granada	694.531	822.683	-128.152	84,4	13,8
Huelva	3.426.637	6.075.613	-2.648.976	56,4	96,3
Jaén	647.299	470.639	176.660	137,5	11,8
Málaga	1.307.082	1.469.701	-162.619	88,9	10,0
Sevilla	3.256.960	2.635.745	621.215	123,6	17,8
<b>Andalucía</b>	<b>18.471.760</b>	<b>23.217.793</b>	<b>-4.746.033</b>	<b>79,6</b>	<b>29,7</b>

(1) La tasa de cobertura es la proporción de las importaciones que se cubren con las exportaciones totales del territorio.

(2) El grado de apertura se define como el porcentaje del volumen comercial (X+M) en relación al PIB a precios de mercado. El último año disponible del PIB por provincias es 2008.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad e INE.

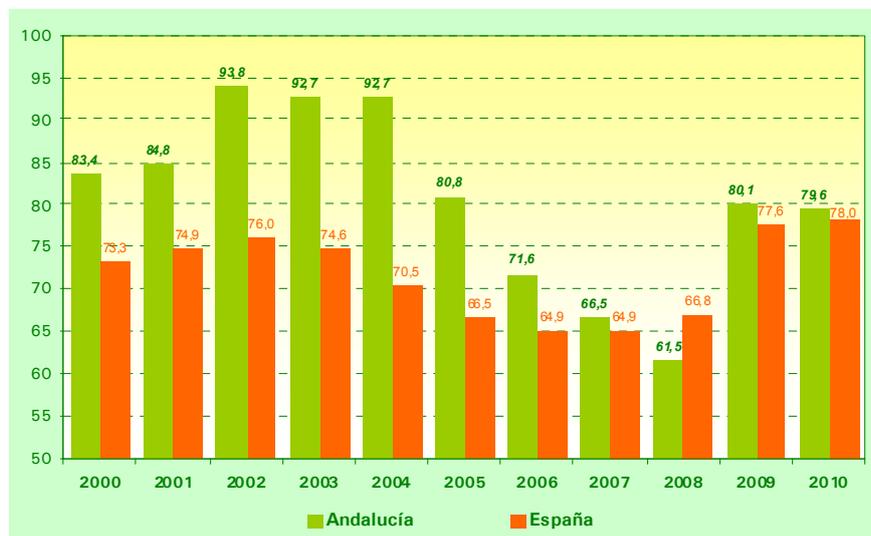
Dado que la tasa de cobertura es otra forma de representar la medición del saldo comercial exterior de una economía, las regiones españolas que presentan una tasa de cobertura superior al 100% son aquellas cuya diferencia entre exportaciones e importaciones de bienes es positiva. Así, en 2010, son Navarra (165%), La Rioja, Extremadura, Aragón, Castilla y León, Cantabria, País Vasco y Galicia, las que arrojaban un saldo comercial exterior favorable y una tasa de cobertura superior al 100%. Por el contrario, el mayor desequilibrio entre exportaciones e importaciones correspondía a Canarias y Madrid (41,4% y 41,5% de tasa de cobertura, respectivamente).

Aunque no se pretende que el análisis descienda al ámbito provincial, resulta interesante comprobar las diferencias que se observan dentro de la propia Comunidad Autónoma andaluza. Así, las provincias en las que tiene una mayor relevancia las exportaciones agroalimentarias (como Almería, Córdoba o Jaén) presentan un saldo comercial de bienes superavitario y una tasa de cobertura superior a 100. Por el contrario, las cuentas comerciales con el exterior son negativas en el caso de Cádiz, Huelva, Granada o Málaga. Además resulta muy dispar el grado de apertura (es decir, la significación de su sector exterior en relación al PIB), dependiendo de circunstancias estructurales. Así, las provincias de la región con un fuerte peso en las transacciones de productos energéticos, Cádiz y Huelva, (que cuentan con refinerías de petróleo), han observado un incremento en el grado de apertura que, en gran medida viene explicado por el ascenso en los precios del petróleo. Mientras, el resto de provincias presentan un peso del sector exterior respecto al PIB inferior a la media regional.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Sin duda, estos indicadores guardan una relación con la estructura productiva del área económica que se analiza. Por este motivo, una forma de aproximación a las transacciones comerciales de la región en comparación con el conjunto nacional es a través del índice de Especialización<sup>3</sup>. Éste se define como la importancia relativa de un subgrupo de bienes dentro de las exportaciones totales andaluzas, en relación a la representatividad de éstos en el total de las exportaciones españolas. Tal y como se presenta en el cuadro 2.5, el sector exterior andaluz presenta una especialización en los sectores de alimentos, productos energéticos y materias primas, ya que el coeficiente de especialización supera ampliamente la unidad. Atendiendo a una mayor desagregación, como la clasificación por subsectores que ofrece el DataComex –la base de datos de estadísticas de comercio exterior de la Secretaría de Estado del mismo nombre–, los mayores niveles de especialización de las exportaciones andaluzas corresponderían con el “gas” (con un índice de 5,71) las *grasas y aceites* (5,56), siendo también muy significativo el valor del índice de especialización en las ramas de *Menas y minerales* y *Frutas y legumbres*, así como *Metales*, confirmándose así el grado de significación de las ramas ligadas al sector primario, y en concreto al agroalimentario y a las ramas mineras y energéticas.

Gráfico 2.7  
**Traectoria de la tasa de cobertura del comercio exterior de bienes**  
 (porcentaje que representan las exportaciones sobre las importaciones)

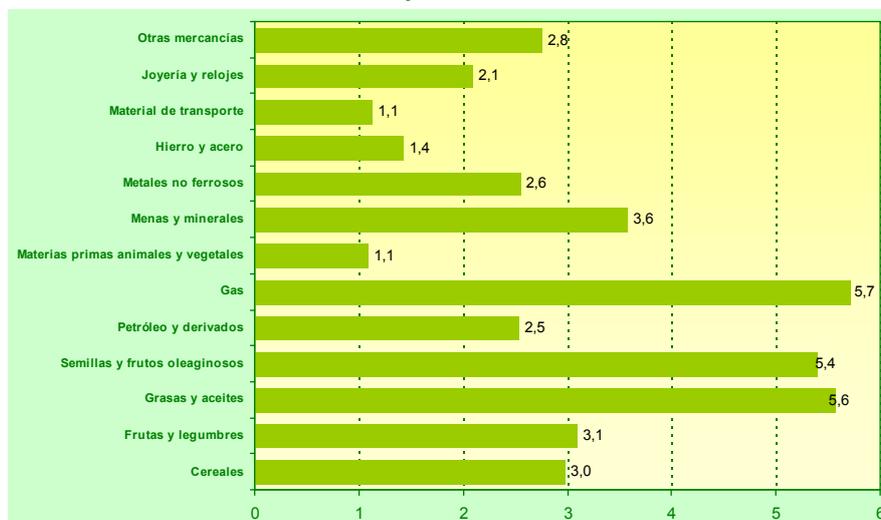


Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

<sup>3</sup> El Índice de Especialización es la proporción que representa las exportaciones de un sector/rama ( $X_i$ ) sobre el total de las exportaciones de la región (en nuestro caso Andalucía), en relación a la proporción que representan las exportaciones del mismo sector/rama sobre el total de exportaciones a nivel nacional. Si el índice es mayor a la unidad existe especialización en ese grupo de productos en relación al conjunto nacional.

$$IE_i = \frac{X_i^{AND} / \sum_i X_i^{AND}}{X_i^{ESP} / \sum_i X_i^{ESP}}$$

Gráfico 2.8  
**Subsectores en los que Andalucía muestra una mayor especialización\* exportadora**



\* Proporción que representa las exportaciones de un grupo de productos sobre el total de las exportaciones de la región, en relación a la proporción que representan las exportaciones del mismo grupo de productos sobre el total de exportaciones a nivel nacional.

Fuente: DataComex, Secretaría de Estado de Comercio con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la AEAT.

Por el contrario, Andalucía muestra un menor grado de especialización en sectores del automóvil, bienes de equipo (maquinaria específica, equipos de telecomunicaciones), manufacturas de consumo (juguetes, calzado,...) y bienes de consumo duradero (electrodomésticos, electrónica de consumo, muebles,...), en relación con España.

Por otra parte, a través del índice de Dependencia<sup>4</sup>, que sirve para medir la participación de un sector respecto al conjunto de importaciones andaluzas, en relación con el peso relativo de las importaciones realizadas por el conjunto nacional en dicho sector productivo, puede comprobarse la elevada correlación existente entre las ramas con una mayor especialización exportadora y las que van a tener más presencia (dependencia) en la demanda de importaciones. Así, las relaciones exteriores de la economía andaluza muestran dependencia de los sectores alimentos, productos energéticos y materias primas, siendo éstos los que observaban una mayor especialización en el comercio exterior regional. Esta coincidencia revela un elevado carácter intraindustrial o intrasectorial en los flujos de bienes con el exterior, o dicho de otro modo, Andalucía importa

<sup>4</sup> El Índice de Dependencia muestra si el peso en el sector importador de un conjunto de productos es mayor o menor el del mismo conjunto de productos a nivel nacional. Si el índice es mayor a la unidad existe dependencia regional de ese grupo de productos.

$$ID_i = \frac{M_i^{AND} / \sum_i M_i^{AND}}{M_i^{ESP} / \sum_i M_i^{ESP}};$$

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

productos que están *implantados* en su tejido productivo, bien porque están disponibles en el mercado final, o en algunos casos, porque sufren algún tipo de transformación (valor añadido) antes de que, a través de las exportaciones, salgan al exterior.

Cuadro 2.5

### Índices de Especialización y Dependencia por sectores productivos de la economía andaluza respecto al mercado exterior en 2010

(miles de euros)

Sectores económicos	Exportaciones		Índice de Especialización <sup>(1)</sup>	Importaciones		Índice de Dependencia <sup>(2)</sup>
	Andalucía	España		Andalucía	España	
Alimentos	5.979.590,31	27.936.453,00	2,15	2.479.281,25	24.863.751,38	1,02
Productos energéticos	2.306.219,45	9.436.330,12	2,46	11.980.344,93	43.935.937,27	2,80
Materias primas	1.062.478,48	4.417.272,00	2,42	2.423.201,47	8.988.326,02	2,76
Semimanufacturas	4.129.733,67	50.892.406,54	0,82	2.834.158,39	53.601.435,29	0,54
Bienes de equipo	2.268.622,21	37.392.005,63	0,61	2.046.018,88	47.545.123,66	0,44
Sector automóvil	285.114,69	29.946.840,62	0,10	222.982,10	24.249.765,81	0,09
Bienes de consumo duraderos	165.216,86	3.582.805,58	0,46	235.087,10	7.990.438,96	0,30
Manufacturas de consumo	573.875,32	15.984.449,33	0,36	938.288,59	25.717.334,35	0,37
Otras mercancías	1.700.910,08	6.210.452,68	2,75	58.429,00	1.189.503,62	0,50
Total	18.471.761,07	185.799.015,52	--	23.217.791,71	238.081.616,36	--

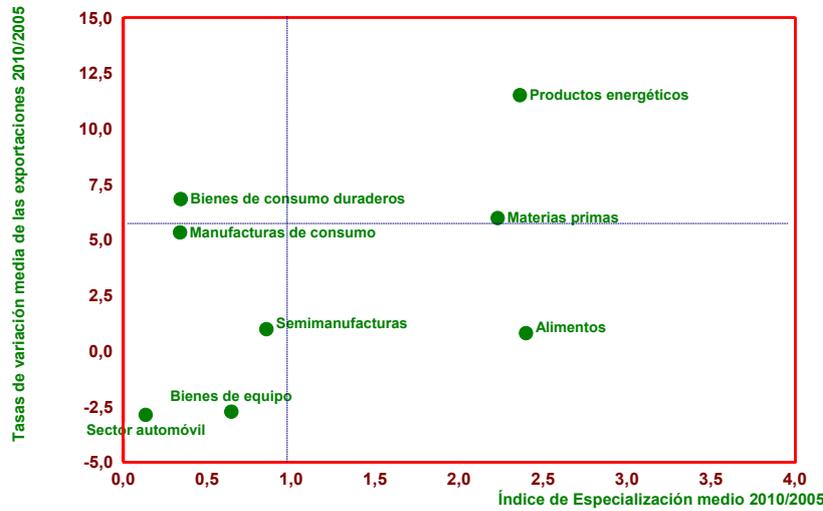
(1) El índice de especialización mide la proporción de cada uno de los sectores exportadores sobre el total de las exportaciones andaluzas, en relación al peso de las exportaciones en dichos sectores sobre el total nacional.

(2) El índice de dependencia mide el peso de cada uno de los sectores importadores sobre el total de las importaciones andaluzas, en relación al peso de las importaciones de dichos sectores sobre el total nacional.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Con la finalidad de comprobar cuál ha sido la dinámica de los sectores en los que Andalucía presenta un mayor grado de especialización, en el gráfico 2.9, se relaciona el índice de especialización promedio en el periodo 2005-2010 con la variación observada por las exportaciones de dichos sectores, pudiendo distinguirse cuatro grupos. En el cuadrante izquierdo inferior estarían los sectores semimanufactureros, de bienes de equipo y los relacionados con el sector del automóvil, que presentan una baja especialización, y que en el periodo comprendido entre 2005 y 2010 han crecido por debajo del promedio andaluz (5,7% para el total de las exportaciones). Por otro lado, tendríamos al sector de bienes de consumo duraderos (cuadrante izquierdo superior), que si bien presenta una baja especialización (por debajo de la unidad), ha mostrado una evolución positiva, con un crecimiento mayor que el promedio de las exportaciones de la región. Mientras, entre los sectores en los que Andalucía presenta una mayor especialización en relación al conjunto regional, el sector alimenticio pierde importancia relativa en las exportaciones totales andaluzas, mientras que los productos energéticos y las materias primas crecen por encima del promedio regional para el periodo mencionado.

Gráfico 2.9  
Relación entre la especialización del sector exterior andaluz y la evolución de las exportaciones por principales sectores productivos



Nota: el promedio de crecimiento medio anual de las exportaciones andaluzas en el periodo 2010/2005 es de 5,7%  
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Por último, un buen indicador que muestra la competitividad del comercio exterior andaluz respecto a los principales socios comerciales en volumen de transacciones con la región es el índice de Balassa<sup>5</sup>, que expresa el grado de importancia de un producto (sector) dentro de las exportaciones de un mercado a otro país, frente a la importancia de las exportaciones del mismo producto sobre las exportaciones de dicho producto (sector) en el mercado mundial. Este indicador forma parte de la familia de índices de Ventajas Comparativas Reveladas (VCR), y en la *literatura* este índice también se conoce como IVCR de las exportaciones. Para una mejor interpretación y análisis, el índice se puede normalizar a un máximo de 1 y un mínimo de (-1), de modo que siguiendo las recomendaciones de la doctrina para la interpretación del indicador, un valor del índice positivo entre un intervalo de (+0,33 y +1) significaría que existe ventaja para Andalucía respecto al país de destino en dicho sector. Un valor negativo del índice (entre -0,33 y -1) puede interpretarse como que existe una desventaja para la región andaluza en

<sup>5</sup> El Índice de Balassa mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, en relación a la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto al mundo.

$$I_{\text{ANDj}} = \frac{X_{\text{ANDj}}^k / XT_{\text{ANDj}}}{X_{\text{ANDw}}^k / XT_{\text{ANDw}}};$$

$X_{\text{ANDj}}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por Andalucía hacia el país j.

$XT_{\text{ANDj}}$  = Exportaciones totales de Andalucía al país j.

$X_{\text{ANDw}}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por Andalucía hacia el mundo (w).

$XT_{\text{ANDw}}$  = Exportaciones totales de Andalucía al mundo (w).

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

dicho sector respecto al país de destino, mientras que si el valor está comprendido entre (-0,33 y +0,33), existiría una tendencia hacia un comercio intraproducto ó interindustrial.

Cuadro 2.6

### Índice de Balassa\* de las exportaciones andaluzas por sectores y países

	Productos alimenticios y animales vivos	Bebidas y tabacos	Materiales crudos no comestibles, excepto combustibles	Combustibles y lubricantes minerales	Aceites, grasas y cera de origen animal	Productos químicos y productos relacionados	Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material	Maquinaria y equipo de transporte	Artículos manufacturados diversos	Mercancías y operaciones no clasificadas
Francia	0,20	-0,15	-0,34	-0,32	-0,17	0,03	-0,09	0,26	0,15	-0,84
Italia	-0,18	-0,74	-0,36	-0,79	<b>0,61</b>	0,32	0,22	-0,52	-0,15	-0,70
Nigeria	-1,00	<b>0,52</b>	-0,05	0,09	-0,02	-0,98	-0,66	-0,75	-0,76	<b>0,74</b>
Portugal	-0,08	-0,05	-0,32	0,20	0,16	-0,01	0,18	-0,17	0,28	-0,76
Argelia	-0,74	-1,00	-0,76	-0,11	-1,00	-0,55	<b>0,66</b>	-0,27	-0,55	-0,41
Alemania	<b>0,37</b>	0,00	-0,76	-0,99	-0,77	-0,47	0,12	0,26	-0,52	-0,73
Arabia Saudí	0,24	-0,99	-0,86	-1,00	<b>0,42</b>	<b>0,49</b>	-0,59	-0,05	-0,22	-0,99
Irán	-0,59	-1,00	-0,19	-1,00	-0,03	0,27	<b>0,47</b>	-0,09	-0,38	0,22
Reino Unido	0,27	<b>0,60</b>	-0,42	-0,48	-0,12	0,22	-0,06	-0,31	0,02	-0,40
EEUU	0,08	-0,02	-0,87	0,19	<b>0,34</b>	-0,59	-0,27	0,26	0,19	-0,99
Países Bajos	<b>0,39</b>	0,20	0,02	0,32	-0,61	-0,55	-0,75	-0,39	-0,59	-0,88
China	-0,90	<b>0,56</b>	<b>0,81</b>	-0,84	0,09	<b>0,33</b>	-0,64	-0,59	-0,53	-0,99
México	-0,81	-0,04	-0,09	<b>0,62</b>	-0,40	-0,76	-0,81	<b>0,38</b>	-0,16	-0,79
Bélgica	-0,01	-0,45	-0,87	-0,44	-0,43	<b>0,73</b>	-0,43	-0,80	-0,66	-0,44
Marruecos	-0,79	-0,61	-0,32	0,18	-0,83	-0,25	<b>0,38</b>	<b>0,35</b>	<b>0,37</b>	-0,52
Rusia	<b>0,39</b>	<b>0,58</b>	-0,51	-1,00	0,27	-0,54	-0,38	-0,12	<b>0,35</b>	-1,00
Indonesia	-0,32	-0,66	0,18	-1,00	-0,66	0,00	<b>0,50</b>	0,25	-0,52	-0,76
Argentina	-0,07	-0,81	-0,71	-1,00	-0,91	0,24	0,05	<b>0,55</b>	-0,47	-0,51
Gibraltar	-0,87	-0,51	-0,58	<b>0,75</b>	-0,99	-0,77	-0,61	-0,64	-0,31	-1,00
Brasil	-0,56	-0,83	-0,17	<b>0,53</b>	0,16	-0,02	-0,43	0,21	-0,77	-0,37
Irak	-0,45	-1,00	-1,00	-1,00	-0,41	-0,79	-0,67	<b>0,73</b>	-0,54	-1,00
Turquía	-0,93	-0,98	-0,60	0,23	-0,99	0,26	<b>0,48</b>	-0,59	-0,34	0,26
Chile	-0,48	-0,48	-0,98	-1,00	-0,81	-0,10	-0,03	<b>0,66</b>	-0,02	-0,31
Japón	-0,43	-0,36	<b>0,84</b>	-1,00	0,31	-0,89	-0,95	-0,79	-0,56	-0,99
Suiza	0,03	-0,43	-0,93	-1,00	-0,63	-0,23	-0,38	-0,68	<b>0,77</b>	<b>0,52</b>

\* Se trata del índice de Ventajas Comparativas Reveladas (IVCR) normalizado, por lo que cabe interpretar que los valores destacados en "negrilla" son indicativos de ventajas comparativas de Andalucía, con datos para 2010

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Utilizando la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), con los datos a 2010 proporcionados por la Secretaría de Estado de Comercio, en el cuadro 2.6 podemos comprobar que Andalucía presentaría ventajas comparativas evidentes (valor del índice positivo y superior a 0,33) respecto a otros países en cada uno de los sectores principales de exportación. Obviamente, los sectores en los que Andalucía resulta tener una ventaja comparativa frente a otra economía van a ser aquellos en los que las exportaciones de esa rama o sector tienen un peso importante en ese país de

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

destino. Pero ello no es condición suficiente para que los índices de Balassa arrojen un signo favorable, ya que también va a depender del peso de las exportaciones de dicha rama sobre el total de las ventas al exterior de Andalucía. De acuerdo con los resultados, en un sector tan relevante como el de los *productos alimenticios*, Andalucía presentaría ventajas comparativas con Alemania, Países Bajos y Rusia, mientras en *aceites y grasas* las tendría con Italia, Arabia Saudí y EEUU. Por su parte, en *Maquinaria y equipo de transporte* presentaría una ventajosa posición exportadora con México, Marruecos, Argentina, Chile e Irak. Asimismo, el hecho de que la rama de los *Combustibles* sea muy importante dentro de las exportaciones totales (ver cuadro 2.8, más adelante) no significa que Andalucía tenga una posición aventajada frente a un conjunto amplio de países, arrojando el índice una valoración superior a 0,33 solo para Gibraltar, México y Brasil.

### 2.4 Distribución por grandes grupos, sectores de actividad y productos de las exportaciones e importaciones

Sin duda, la especialización del sector exterior de Andalucía en la economía nacional y mundial está estrechamente relacionada con los sectores con mayor presencia en las exportaciones regionales. No obstante, en este apartado nos ha parecido interesante analizar la evolución de las exportaciones e importaciones andaluzas por grandes sectores o ramas, especificando aquellos con mayor participación en el comercio exterior de la región.

De acuerdo con la clasificación del comercio exterior por destino económico de los bienes (capital, intermedios y de consumo), destaca el fuerte dinamismo mostrado por los bienes de capital en la primera mitad de dicha década. En concreto, los bienes de inversión vieron incrementar las exportaciones y las importaciones a una tasa media anual del 24,1% y del 15,1%, respectivamente. Llama la atención que las exportaciones de capital hayan mostrado un mayor ritmo de crecimiento que las importaciones de este tipo de bienes entre 2000 y 2005 (y un mejor comportamiento en la segunda mitad de la década), pero no cabe perder de vista que la demanda interna (importaciones) de bienes de inversión supera, en términos absolutos, a las ventas o exportaciones de este tipo de bienes, salvo en el año 2010, cuando se ha observado un saldo favorable de 174 millones de euros. Sin duda, en los últimos años, por el retraimiento de la inversión que ha conllevado la crisis económica, los flujos de bienes de capital han experimentado un retroceso más destacado en el caso de las importaciones (-8,7% de descenso medio entre 2005 y 2010) que de las exportaciones (-4,7%).

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Los bienes intermedios son los que tienen una mayor presencia en el comercio exterior andaluz, representando en el promedio del periodo analizado un 82% de las importaciones y un 64,2% de las exportaciones. Por su parte, los bienes de capital tienen una menor significación (6,5% en las importaciones y un 6,2% en las exportaciones), si bien conviene destacar el fuerte incremento que observaron entre 2004 y 2008 (especialmente en 2006). Mientras, en los bienes de consumo se aprecia un mayor desequilibrio entre las exportaciones e importaciones, con un mayor significado relativo de las exportaciones (29,6%) que de las importaciones (11,4% del total de las compras al exterior de Andalucía en la última década), que explica que el saldo comercial andaluz para este tipo de bienes exhiba un signo positivo.

Cuadro 2.7

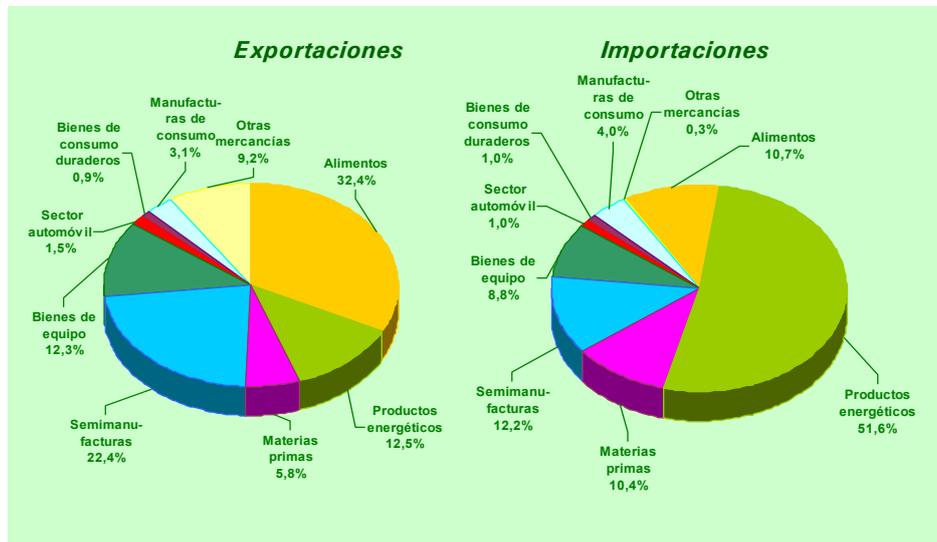
**Comercio exterior de Andalucía por destino económico de los bienes**  
(millones de euros)

	Exportaciones			Importaciones		
	Bienes de consumo	Bienes de capital	Bienes intermedios	Bienes de consumo	Bienes de capital	Bienes intermedios
2000	3.471,01	487,23	6.249,69	1.222,12	747,12	10.160,53
2001	3.815,84	448,62	6.017,39	1.436,05	727,73	9.872,06
2002	3.940,45	349,55	6.107,18	1.383,86	935,81	8.714,37
2003	4.021,41	605,78	6.662,43	1.584,49	889,14	9.620,74
2004	4.171,72	1.184,68	7.939,88	1.887,24	1.188,87	11.103,99
2005	4.310,85	1.432,20	8.625,30	2.129,44	1.506,39	13.949,65
2006	4.625,46	1.571,28	9.648,73	2.568,63	2.168,05	17.294,33
2007	4.701,18	846,50	10.418,33	2.715,88	1.339,34	19.954,34
2008	5.133,26	853,11	10.846,50	2.545,87	1.268,20	23.557,20
2009	2.211,72	686,47	15.174,89	2.206,12	957,86	14.845,15
2010	5.528,16	1.128,43	11.815,17	2.423,61	954,43	19.839,76
Crecimiento medio anual 2000/2005	4,43	24,07	6,66	11,75	15,06	6,54
Crecimiento medio anual 2005/2010	5,10	-4,66	6,50	2,62	-8,72	7,30
Crecimiento medio anual 2000/2010	4,76	7,09	8,76	2,48	6,58	6,92
En % sobre el total de Export / Import., en el promedio 2000-2010	29,6	6,2	64,2	11,4	6,5	82,0

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Por otra parte, al atender a una desagregación sectorial de las transacciones comerciales de Andalucía con el resto del mundo, se puede comprobar que más de la mitad de las exportaciones se concentran en dos sectores, el alimenticio (32,4%) y el de las semimanufacturas (22,4%), con datos para 2010, sin que se observen grandes discrepancias en los últimos años. Desde la perspectiva de las importaciones, la significación de las partidas energéticas (en volumen), junto con el ascenso en los precios de estos productos explican que las importaciones de productos energéticos concentren el 51,6 % del valor de las importaciones andaluzas en 2010.

Gráfico 2.10  
Distribución del comercio exterior en Andalucía por sectores económicos en 2010



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Desde una perspectiva dinámica, los sectores con mayor crecimiento exportador en Andalucía son los de semimanufacturas, bienes de equipo y otras mercancías, con un incremento por encima del promedio regional (cifrado en el 6,2% para el periodo comprendido entre 2000 y 2010). Por su parte, las importaciones de sectores energéticos (7,4%), semimanufacturas (7,4%), bienes de consumo duraderos (10,6%) y los relacionados con las manufacturas de consumo (8,4%), habrían presentado un dinamismo superior a la media de las importaciones regionales (6,7%,) en el periodo mencionado. Resulta destacable la evolución negativa en estos años del sector del automóvil, con un descenso de las exportaciones e importaciones del -7,4 y del -2,2%, respectivamente.

Gráfico 2.11  
**Evolución del comercio exterior por sectores económicos en el periodo comprendido entre 2000 y 2010**  
 (tasas de variación promedio anual en porcentajes)



Nota: Las exportaciones totales crecieron a una tasa promedio anual del 6,2%, frente al 6,7% al que crecieron las importaciones en el periodo comprendido entre 2000 y 2010.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad e Instituto Nacional de Estadística.

Una mayor desagregación de los productos y ramas, como la clasificación TARIC, permite comprobar cuales son los bienes en los que Andalucía tiene una mayor presencia exportadora e importadora. Así en el cuadro 2.8 se presenta un ranking de los 25 productos con mayor volumen de transferencias comerciales, que en 2010 concentraba el 90,7% de las exportaciones de la región andaluza y el 90,6% de las importaciones.

Así, conviene subrayar que el sector relacionado con el sector de la energía (rama 27: *Combustibles y Aceites Minerales*) es el que tiene un mayor peso tanto en las exportaciones como en las importaciones andaluzas, debido a los elevados importes de la factura energética. No obstante, se puede comprobar la relevancia de los sectores ligados a las ramas hortícolas (el código 07: *Legumbres, Hortalizas, y sus conservas*), así como el *sector del aceite*. Desde una perspectiva temporal, destaca la evolución experimentada en las exportaciones andaluzas de *otros productos químicos* (con una tasa de variación media anual del 48% entre 2000 y 2010), la *preparación de productos alimenticios* (30,5%), los *abonos* (27,5%), así como las *aeronaves y vehículos espaciales* (21,8%). Por el contrario, en muy pocos sectores y de baja significación sobre las exportaciones totales de la región se ha experimentado un decrecimiento en las ventas foráneas en el promedio del periodo (*Vehículos Automóviles; Tractor, del -5,8%*).

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Cuadro 2.8  
Comercio exterior de los principales productos en Andalucía

Exportaciones			Importaciones		
25 primeros sectores Clasificación Taric	% sobre el total, 2010	Tasas de Variación media anual, 2010/2000	25 primeros sectores Clasificación Taric	% sobre el total, 2010	Tasas de Variación media anual, 2010/2000
27 Combustibles, Aceites Mineral.	12,3	5,55	27 Combustibles, Aceites Mineral.	51,1	7,27
07 Legumbres, Hortalizas, s/ Cons	9,9	4,49	26 Minerales, Escorias y Cenizas	7,2	10,85
99 Conjunt. de Otros Productos	9,3	16,76	72 Fundición, Hierro y Acero	4,0	5,30
15 Grasas, Aceite Animal o Vegeta	7,4	8,38	84 Máquinas y Aparatos Mecánicos	3,1	3,71
08 Frutas /Frutos, s/ Conservar	6,1	5,67	85 Aparatos y Material Eléctricos	2,9	3,77
72 Fundición, Hierro y Acero	5,8	1,44	38 Otros Productos Químicos	2,2	22,57
74 Cobre y sus Manufacturas	5,2	14,25	29 Productos Químicos Orgánicos	1,9	1,66
88 Aeronaves; Vehículos espaciales	5,0	21,75	03 Pescados, Crustáceos, Moluscos	1,8	2,83
26 Minerales, Escorias y Cenizas	4,0	11,45	88 Aeronaves; Vehículos Espaciales	1,7	35,09
29 Productos Químicos Orgánicos	4,0	9,02	39 Mat. Plásticas; sus Manufacturas	1,4	6,98
85 Aparatos y Material Eléctricos	3,8	5,74	74 Cobre y Sus Manufacturas	1,3	28,33
20 Conservas Verdura o Fruta; Zum	2,9	4,28	15 Grasas, Aceite Animal o Vegeta	1,2	16,63
84 Máquinas y Aparatos Mecánicos	2,1	10,79	87 Vehículos Automóviles; Tractor	1,2	-1,90
38 Otros Productos Químicos	2,1	47,84	22 Bebidas todo tipo (exc. Zumos)	1,0	3,65
87 Vehículos Automóviles; Tractor	1,8	-5,77	23 Residuos Industria Alimentaria	1,0	6,22
22 Bebidas todo tipo (exc. Zumos)	1,2	-1,34	10 Cereales	1,0	3,93
71 Piedra, Metal. Preciosas.; Joyería	1,1	12,84	61 Prendas de Vestir, de Punto	1,0	14,70
39 Mat. Plásticas; sus Manufacturas	1,1	4,53	62 Prendas de Vestir, no de Punto	0,9	10,06
02 Carne y Despojos Comestibles	0,9	11,42	21 Preparac. Alimenticias Diversa	0,7	6,16
31 Abonos	0,8	27,46	24 Tabaco y Sus Sucedáneos	0,7	5,27
68 Manufacturas de Piedra, Yeso	0,8	15,35	75 Níquel y Sus Manufacturas	0,7	28,10
73 Manuf. de Fundic., Hier./Acero	0,8	7,47	94 Muebles, Sillas, Lámparas	0,7	11,79
03 Pescados, Crustáceos, Moluscos	0,8	4,58	73 Manuf. de Fundic., Hier./Acero	0,6	3,65
21 Preparac. Alimenticias diversa	0,8	30,45	08 Frutas /Frutos, s/ Conservar	0,6	13,90
47 Pasta de Madera; Papel Recicl.	0,7	-0,06	31 Abonos	0,6	4,27
Resto de sectores hasta el total	9,3	0,78	Resto de sectores hasta el total	9,4	2,92

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Desde la perspectiva de las importaciones, cabe subrayar el crecimiento experimentado en el periodo comprendido entre 2000 y 2010 por las importaciones de *aeronaves y vehículos espaciales* (35,1%), así como las del sector *metalúrgico, minerales, hierros, con un auge en las importaciones que coincide con la positiva evolución de las exportaciones de estos productos, acorde con el fuerte componente intraindustrial, que se ha comentado.*

Por último, aunque el retrato de la composición sectorial los sectores y productos de los flujos comerciales con el exterior de Andalucía nos hacen intuir su repercusión en el resultado o saldo de sus transacciones, existen índices específicos a través de los cuales se puede percibir cuáles son los sectores que están influyendo de forma negativa en la evolución del déficit comercial que presenta la región andaluza. Por este motivo, nos ha parecido

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

oportuno aproximar el denominado Saldo Comercial Relativo<sup>6</sup> (SCR), que expresa el saldo del sector como proporción del volumen comercial del mismo, así como el Índice de Contribución al Saldo<sup>7</sup> (ICS), que no es más que relativizar el índice anterior, con el total que presenta el sector exterior de la economía en Andalucía.

Cuadro 2.9

### Influencia de los sectores productivos en el déficit comercial andaluz

	Saldo Comercial Relativo*			Índice de Contribución al Saldo*		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010
Alimentos	0,44	0,35	0,41	0,53	0,46	0,53
Productos energéticos	-0,63	-0,60	-0,68	-0,54	-0,50	-0,56
Materias primas	-0,38	-0,55	-0,39	-0,29	-0,45	-0,28
Semimanufacturas	0,20	0,00	0,19	0,29	0,11	0,30
Bienes de equipo	-0,08	0,05	0,05	0,01	0,16	0,17
Sector automóvil	0,38	0,33	0,12	0,47	0,43	0,24
Bienes de consumo duraderos	0,18	-0,16	-0,17	0,27	-0,05	-0,06
Manufacturas de consumo	-0,08	-0,25	-0,24	0,01	-0,14	-0,13
Otras mercancías	0,61	0,48	0,93	0,70	0,59	1,05
Total	-0,09	-0,11	-0,11	--	--	--

\*Saldo comercial relativo: Saldo comercial del sector respecto al total de flujos comerciales del mismo.

\*Índice de contribución al saldo: Es el SCR del sector respecto al total que presenta el sector exterior de la economía en Andalucía.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

De este modo, los resultados de dichos indicadores confirman que el sector de los *productos energéticos* es el principal causante del déficit comercial. A cierta distancia se encontrarían sectores como las *materias primas*, las *manufacturas de consumo* y los *bienes de consumo duraderos*. Por otra parte, el sector de los *alimentos* y el de *otras mercancías* son los que mayor aportación positiva tienen sobre el saldo exterior, seguidos por las *semimanufacturas*, el *sector del automóvil* y los *bienes de equipo*, en orden de importancia.

## 2.5 Origen y destino de los flujos comerciales de Andalucía con el exterior

Nos parece oportuno destacar los principales destinos de las exportaciones y orígenes de las importaciones, a fin de contextualizar los mercados foráneos

<sup>6</sup> El Saldo Comercial Relativo nos muestra si la buena o mala posición comercial de un sector se debe a un comportamiento generalizado de la mayoría de sectores o al comportamiento de alguno de ellos.

$$SCR_i = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i};$$

<sup>7</sup> El Índice de Contribución al Saldo relativiza el SCR, al compararlo con el saldo que presenta las transacciones totales de la economía andaluza con el exterior.

$$ICS_i = \frac{X_i - M_i}{X_i + M_i} \cdot \frac{\sum_{i=1}^n X_i - M_i}{\sum_{i=1}^n X_i + M_i};$$

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

dentro de la significación que tiene el mercado interior (entre regiones de España) de mercancías. En este punto resulta oportuno tener en consideración el papel desempeñado por dichos medios de transporte en el desarrollo de los flujos a lo largo del tiempo, así como el grado de utilización de los distintos tipos de transporte va a estar relacionada con la distancia a los mercados de destino. Sin considerar los efectos que dichos flujos generan sobre otras actividades productivas, como los servicios de transporte (porque excede de los objetivos de este trabajo) sí debería tenerse en cuenta el papel desempeñado por el transporte como elemento de competitividad de las transacciones, en términos de tiempo y de mantenimiento de las características de los productos, máxime teniendo en cuenta la importancia de los productos frescos comercializados por Andalucía.

Cuadro 2.10

### Medio de transporte utilizado en el comercio exterior andaluz en 2010

	Exportaciones		% sobre el total de las exportaciones andaluzas		Importaciones		% sobre el total de las importaciones andaluzas	
	En valor (millones de euros)	En volumen (miles de toneladas)	En valor	En volumen	En valor (millones de euros)	En volumen (miles de toneladas)	En valor	En volumen
Marítimo	8.899,25	14.653,63	48,2	68,3	16.066,30	33.910,79	69,2	77,4
Ferrocarril	13,68	7,77	0,1	0,0	11,15	13,08	0,0	0,0
Carretera	7.970,17	6.271,02	43,1	29,2	4.608,59	2.794,30	19,8	6,4
Aire	948,18	246,43	5,1	1,1	298,47	96,59	1,3	0,2
Otros	640,49	277,31	3,5	1,3	2.233,27	7.003,69	9,6	16,0
<b>Total</b>	<b>18.471,76</b>	<b>21.456,17</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>23.217,79</b>	<b>43.818,44</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Sin duda, la ubicación geográfica de Andalucía en la periferia occidental de Europa, y la importancia de varios grandes puertos (el más importante el de Algeciras) en su litoral, explica la importancia del transporte marítimo. Así en 2010, el valor de las exportaciones realizadas por Andalucía a través del transporte marítimo alcanzó los 8.899,25 millones de euros, lo que supone que es el medio de transporte más importante (el 48,2% de las exportaciones en valor y el 68,3% de volumen comercializado), más aún desde la perspectiva de las importaciones (el 69,2% en valor y el 77,4% en volumen). El siguiente medio de transporte en importancia es la carretera, mientras resulta llamativa la escasa utilización del transporte terrestre por ferrocarril, así como del aéreo. Esta situación hace intuir que en algunas ramas productivas existiría margen para mejorar la competitividad (en tiempo de desplazamiento, mejor conservación, y probablemente también los costes) con la utilización de la red aeroportuaria y las infraestructuras ferroviarias.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Cuadro 2.11  
Participación por medio de transporte y sectores productivos sobre el volumen comercial\*, en 2010  
(Porcentajes)

	Marítimo	Ferrocarril	Carretera	Aire	Otros
Alimentos	31,3	0,1	68,0	0,6	0,0
Productos energéticos	85,1	0,0	1,6	0,2	13,2
Materias primas	89,6	0,1	10,0	0,3	0,0
Semimanufacturas	63,1	0,1	35,4	0,9	0,5
Bienes de equipo	20,7	0,2	49,2	13,5	16,4
Sector automóvil	18,5	0,0	76,2	1,7	3,6
Bienes de consumo duradero	35,5	0,1	62,2	1,9	0,3
Manufacturas de consumo	28,7	0,0	56,5	13,3	1,5
Otras mercancías	61,0	0,1	10,1	16,8	12,1
Total	59,9	0,1	30,2	3,0	6,9

\* El volumen comercial es la suma de exportaciones e importaciones

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

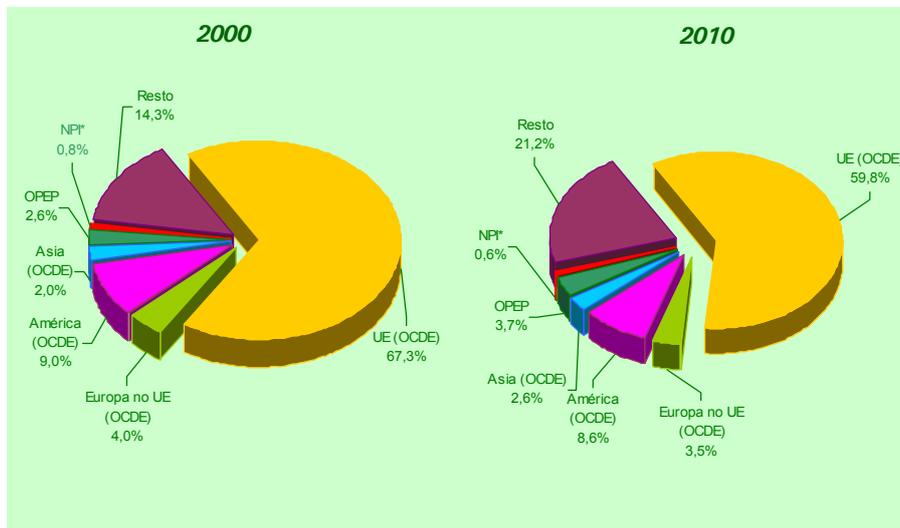
Centrando la atención en los destinos de las exportaciones andaluzas, existe un grupo de países con los que Andalucía desarrolla el grueso de sus relaciones comerciales, formado principalmente por países de la OCDE, y en concreto de la Zona Euro. No obstante, en los últimos años el número de países con los que Andalucía mantiene intercambios comerciales se ha ampliado, y en la actualidad exporta mercancías a 190 países, unos treinta más que a mediados de los noventa. Este proceso de apertura de mercados ha ido parejo con un aumento del número de países con los que Andalucía arroja un saldo comercial positivo, ya que el aumento del déficit se explica por el empeoramiento del saldo comercial regional (incremento de las importaciones) con unos pocos países.

En concreto, los países integrantes de la OCDE incrementaron las importaciones procedentes de la región andaluza un 4,2% en promedio anual en el periodo comprendido entre 2005 y 2010, inferior al crecimiento del 11,1 y del 8,9% que experimentan, respectivamente, los Nuevos Países Industrializados (NPI) y los integrantes en la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Mientras tanto, el resto de países incrementan la demanda de productos andaluces un 8,3% en promedio anual 2005-2010. Por consiguiente, en la última década se estaría observando un proceso de reestructuración de los mercados, ya que en términos relativos los países de la OCDE estarían perdiendo peso en las relaciones comerciales con la región andaluza, a favor de los países del continente americano, asiático y otras economías emergentes, que han experimentado en este periodo un

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

importante crecimiento económico con una mayor presencia en el comercio mundial.

Gráfico 2.12  
Distribución de las exportaciones andaluzas por destino  
(porcentajes)



\*NPI.- Nuevos Países Industrializados

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Los países miembros de la OCDE, además de ser sus principales clientes, son el segundo bloque de países proveedores de la Comunidad Autónoma de Andalucía, llegando a presentar un peso relativo dentro de las importaciones andaluzas en 2010 del 32,1%, tan sólo superado por las importaciones procedentes de la OPEP, que aglutinan el 43,5% del valor de las importaciones andaluzas en 2010, debido a la elevada significación de la demanda de petróleo. Curiosamente, el montante de las exportaciones a estos países –a pesar de que en la última década se han duplicado– tan solo representa el 3,7% del total de las ventas exteriores de mercancías andaluzas.

Por otra parte, resulta muy destacado el crecimiento de las exportaciones destinadas a África y Asia, si bien esta trayectoria se ha visto acompañada de un fuerte incremento de las importaciones procedentes de estos continentes. En cualquier caso, cabe destacar que nuestro saldo exterior con este conjunto de países no pertenecientes a la OCDE es negativo, ya que las importaciones (que representan el 24,1% del total en 2010) superan a las exportaciones (21,1% del total exportado).

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Cuadro 2.12

Evolución del comercio exterior de la región andaluza por asociación de países y zonas geográficas  
(Millones de euros)

	Exportaciones					Importaciones				
	2000	2005	2010	En % 2010	Crto medio anual % 2000-2010	2000	2005	2010	En % 2010	Crto medio anual % 2000-2010
<b>OCDE</b>	<b>8.281,53</b>	<b>11.237,92</b>	<b>13.773,42</b>	<b>74,6</b>	<b>5,22</b>	<b>4.623,89</b>	<b>7.532,45</b>	<b>7.442,19</b>	<b>32,1</b>	<b>4,87</b>
<i>Unión Europea*</i>	<i>6.841,08</i>	<i>8.808,36</i>	<i>10.981,73</i>	<i>59,5</i>	<i>4,85</i>	<i>3.568,75</i>	<i>5.706,15</i>	<i>5.777,95</i>	<i>24,9</i>	<i>4,94</i>
<i>Europa no UE</i>	<i>436,82</i>	<i>1.149,96</i>	<i>646,43</i>	<i>3,5</i>	<i>4,00</i>	<i>264,51</i>	<i>629,58</i>	<i>394,92</i>	<i>1,7</i>	<i>4,09</i>
<i>América</i>	<i>783,78</i>	<i>1.013,49</i>	<i>1.576,55</i>	<i>8,5</i>	<i>7,24</i>	<i>556,00</i>	<i>899,67</i>	<i>1.090,03</i>	<i>4,7</i>	<i>6,96</i>
<i>Asia</i>	<i>189,62</i>	<i>207,88</i>	<i>471,80</i>	<i>2,6</i>	<i>9,54</i>	<i>174,17</i>	<i>150,06</i>	<i>102,92</i>	<i>0,4</i>	<i>-5,12</i>
<i>Oceanía</i>	<i>30,17</i>	<i>58,23</i>	<i>96,92</i>	<i>0,5</i>	<i>12,38</i>	<i>60,40</i>	<i>146,99</i>	<i>76,35</i>	<i>0,3</i>	<i>2,37</i>
<b>OPEP</b>	<b>280,91</b>	<b>449,04</b>	<b>688,71</b>	<b>3,7</b>	<b>9,38</b>	<b>5.069,24</b>	<b>5.468,93</b>	<b>10.108,57</b>	<b>43,5</b>	<b>7,15</b>
<i>Nuevos Países Industrializados (NPI)</i>	<i>131,14</i>	<i>62,44</i>	<i>105,69</i>	<i>0,6</i>	<i>-2,13</i>	<i>46,58</i>	<i>77,58</i>	<i>74,41</i>	<i>0,3</i>	<i>4,80</i>
<b>Resto de países no OCDE</b>	<b>1.514,31</b>	<b>2.618,95</b>	<b>3.903,94</b>	<b>21,1</b>	<b>9,93</b>	<b>2.390,10</b>	<b>4.506,51</b>	<b>5.592,62</b>	<b>24,1</b>	<b>8,87</b>
<i>Europa</i>	<i>401,90</i>	<i>694,10</i>	<i>1.115,48</i>	<i>6,0</i>	<i>10,75</i>	<i>668,21</i>	<i>1.268,06</i>	<i>1.010,96</i>	<i>4,4</i>	<i>4,23</i>
<i>América</i>	<i>391,80</i>	<i>470,37</i>	<i>510,98</i>	<i>2,8</i>	<i>2,69</i>	<i>519,70</i>	<i>1.173,26</i>	<i>1.901,57</i>	<i>8,2</i>	<i>13,85</i>
<i>Asia</i>	<i>192,68</i>	<i>438,40</i>	<i>628,89</i>	<i>3,4</i>	<i>12,56</i>	<i>381,58</i>	<i>661,02</i>	<i>1.369,70</i>	<i>5,9</i>	<i>13,63</i>
<i>África</i>	<i>304,83</i>	<i>629,93</i>	<i>1.018,31</i>	<i>5,5</i>	<i>12,82</i>	<i>815,63</i>	<i>1.284,19</i>	<i>1.234,12</i>	<i>5,3</i>	<i>4,23</i>
<i>Oceanía</i>	<i>2,16</i>	<i>43,16</i>	<i>1,81</i>	<i>0,0</i>	<i>-1,75</i>	<i>4,51</i>	<i>118,74</i>	<i>76,28</i>	<i>0,3</i>	<i>32,69</i>
<i>Diversos</i>	<i>220,99</i>	<i>342,99</i>	<i>628,47</i>	<i>3,4</i>	<i>11,02</i>	<i>0,54</i>	<i>1,24</i>	<i>0,00</i>	<i>0,0</i>	<i>--</i>
<b>Total</b>	<b>10.207,95</b>	<b>14.368,35</b>	<b>18.471,76</b>	<b>100</b>	<b>6,11</b>	<b>12.129,75</b>	<b>17.585,48</b>	<b>23.217,79</b>	<b>100</b>	<b>6,71</b>

\* Países de la UE pertenecientes a la OCDE

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Mención aparte merecen las relaciones comerciales de la Comunidad Autónoma de Andalucía con los países integrantes de la Unión Europea. En concreto, las ventas destinadas a la UE suponen casi el 60% de las exportaciones y el 25% de las importaciones satisfechas desde la región en 2010. No obstante, la relajación de las políticas proteccionistas, con las reducciones arancelarias y el establecimiento de multitud de acuerdos bilaterales, ha originado que su importancia relativa en las exportaciones e importaciones andaluzas se reduzcan respecto al año 2000. Así, a principios de la década, las exportaciones andaluzas a la OCDE concentraban el 82,5%, y en el caso de la UE eran del 67,2%. Mientras, en 2000, la importancia en las exportaciones de los países no pertenecientes a la OCDE era bastante menor, un 14,2%, casi siete puntos porcentuales menos de lo que representa ahora (21,1%), destacando la importancia de las ventas exteriores con destino a África y Asia.

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

Cuadro 2.13

### Ranking de los 25 primeros socios comerciales de Andalucía en el mundo, en 2010

(Importancia relativa sobre el total de exportaciones, importaciones y flujo comercial exterior, en valor)

	Principales clientes (cuota, en % de las exportaciones del país sobre el total)		Principales proveedores (cuota, en % de las importaciones del país sobre el total)		Principales socios comerciales (cuota, en %, de las exportaciones + importaciones del país sobre el total de los flujos)	
1	Francia	10,2	Nigeria	11,6	Francia	6,8
2	Portugal	9,8	Argelia	9,8	Italia	6,7
3	Italia	9,6	Irán	7,9	Nigeria	6,6
4	Alemania	9,0	Arabia Saudí	7,8	Portugal	6,0
5	Reino Unido	5,7	Italia	4,3	Argelia	5,9
6	Estados Unidos	4,3	Francia	4,0	Alemania	5,9
7	Países Bajos	3,9	China	3,6	Arabia Saudí	4,5
8	Bélgica	3,5	Alemania	3,4	Irán	4,4
9	México	3,5	Países Bajos	3,1	Reino Unido	3,9
10	Gibraltar	3,3	Portugal	3,0	Estados Unidos	3,5
11	Marruecos	3,2	Indonesia	2,9	Países Bajos	3,5
12	China	1,7	Estados Unidos	2,9	China	2,8
13	Turquía	1,6	Rusia	2,9	México	2,3
14	Japón	1,6	Argentina	2,6	Bélgica	2,1
15	Suiza	1,5	Reino Unido	2,4	Marruecos	2,1
16	Venezuela	1,4	Irak	2,3	Rusia	1,8
17	Suecia	1,2	Brasil	1,7	Indonesia	1,7
18	Brasil	1,2	Chile	1,6	Argentina	1,5
19	República Checa	1,1	Perú	1,4	Gibraltar	1,5
20	Argelia	1,0	México	1,3	Brasil	1,5
21	Polonia	1,0	Camerún	1,3	Irak	1,3
22	Corea del Sur	1,0	Marruecos	1,2	Turquía	1,1
23	Bulgaria	1,0	Bélgica	1,0	Chile	1,1
24	Egipto	0,9	Irlanda	0,9	Japón	0,9
25	Canadá	0,7	Libia	0,9	Suiza	0,9
	Resto	17,2	Resto	14,2	Resto	20,0
<b>TOTAL</b> (millones de euros)	<b>EXPORTACIONES TOTALES</b>	<b>18.471,76</b>	<b>IMPORTACIONES TOTALES</b>	<b>23.217,79</b>	<b>VOLUMEN COMERCIAL (X + M)</b>	<b>41.689,55</b>

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

No obstante, para analizar con más detalle cuáles son los principales socios comerciales de la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como la procedencia y destino de las mercancías andaluzas en el exterior se ha realizado una desagregación por países. En el cuadro 2.13 se presentan los países que tienen mayor significación o cuota en las exportaciones andaluzas, así como los que tienen una mayor relevancia en las importaciones y en el volumen comercial total (la suma de las transacciones en ambos sentidos).

De esta forma, se aprecia que en el año 2010 el 82,8% de las exportaciones andaluzas se concentran en 25 países, destacando como destino comercial Francia, Portugal, Italia, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Países Bajos, en orden de importancia, que en su conjunto concentran el 52,6% de

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

las exportaciones andaluzas. Por otra parte, entre los principales proveedores de la economía andaluza destacan Nigeria, Argelia, Irán y Arabia Saudí, pertenecientes a la OPEP, que concentran el 37,1% de las importaciones. No obstante, nuestro principal socio comercial es Francia con una importancia relativa del 6,8% de las transacciones comerciales con la región andaluza, seguido por Italia (6,7 por ciento) y Nigeria (6,6 por ciento). Y es que, algo más de la mitad del volumen comercial exterior de Andalucía se reparte entre países comunitarios y aquellos integrantes de la OPEP, que suministran petróleo y otros productos energéticos a la región andaluza.

En el cuadro 2.14 se presenta la cuota que representan las exportaciones andaluzas dentro del mercado exterior de los principales destinatarios a lo largo del tiempo. De este modo puede comprobarse si la evolución de las exportaciones andaluzas en los últimos años ha sido positiva (es decir, ha ganado cuota) en comparación con la demanda efectiva en el exterior realizada por dicho país (importaciones totales). Así por ejemplo, Francia es el cliente más importante de las ventas al exterior de Andalucía. Las importaciones de la economía gala entre 2005 y 2009 no han mostrado grandes variaciones, tampoco las exportaciones andaluzas han crecido, por lo que la cuota de mercado ha permanecido casi invariable (solo ha descendido unas décimas), resultando llamativo el poco peso que las ventas andaluzas tienen dentro de las importaciones de una economía tan grande como la francesa (0,38%). Una mayor significación tiene la producción andaluza para la demanda de importaciones de países vecinos, como Portugal y Marruecos, donde la cuota de bienes importados desde Andalucía alcanza el 2,84% y el 2,19% del total. Mientras, en el resto de principales países no superan en ningún caso el 0,50%, destacando el mantenimiento estable, con muy escasas variaciones a lo largo del tiempo, que explican que la cuota de Andalucía en el comercio mundial apenas haya mostrado variaciones (en el capítulo segundo se mencionó que en los últimos años ha permanecido estable, en torno al 0,16%). Así, los leves descensos de cuotas ó la pérdida de importancia relativa en los mercados de Francia, Alemania, Italia y Países Bajos se verían compensados por el incremento de la participación de países como Portugal y Marruecos.

A modo de conclusión, nos ha parecido oportuno contrastar si se observa alguna vinculación positiva entre los países que mayor crecimiento en el comercio mundial han experimentado como demandantes (importadores) y el aumento experimentado por las exportaciones andaluzas en sus destinos principales. En caso de que se apreciara afirmativamente esta relación, se

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

podría inferir que la producción andaluza gana cuota de mercado en aquellos países o economías que mayor dinamismo han exhibido. Los resultados de esta aproximación, que se presentan en el gráfico 2.13, revelan que entre los 20 países que mayor crecimiento de las importaciones, entre 2005 y 2010, destacan Brasil, China, y otros asiáticos como India y Vietnam, si bien en todas las economías seleccionadas las importaciones han crecido en mayor medida que la media mundial (7,2%). Durante este periodo, las exportaciones mundiales de Andalucía (medidas en dólares) habrían tenido un crecimiento medio anual superior al 5%, pero este ritmo de crecimiento ha sido más intenso a países de destino como Ucrania, Egipto, República Checa, Brasil, Colombia, China, Argentina o Polonia, todos ellos dentro del grupo más dinámico entre los importadores mundiales.

Cuadro 2.14

### Participación de Andalucía en las importaciones mundiales por principales destinos geográficos (Millones de euros y porcentajes)

		2005	2006	2007	2008	2009	2010
Francia	Importaciones totales	405.122,09	431.809,01	459.567,03	485.432,52	400.698,44	456.271,77
	Exportaciones andaluzas	1.723,85	1.789,44	1.682,49	1.756,92	1.544,85	1.890,27
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,43</b>	<b>0,41</b>	<b>0,37</b>	<b>0,36</b>	<b>0,39</b>	<b>0,41</b>
Alemania	Importaciones totales	624.467,54	722.458,60	768.529,03	804.001,31	662.736,71	803.638,53
	Exportaciones andaluzas	1.438,09	1.459,16	1.520,61	1.586,07	1.480,52	1.660,21
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,23</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>0,20</b>	<b>0,22</b>	<b>0,21</b>
Italia	Importaciones totales	309.223,31	352.633,84	372.733,37	381.230,71	296.978,33	364.451,65
	Exportaciones andaluzas	1.280,89	1.495,50	1.643,10	1.631,25	1.151,68	1.768,77
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,41</b>	<b>0,42</b>	<b>0,44</b>	<b>0,43</b>	<b>0,39</b>	<b>0,49</b>
Portugal	Importaciones totales	49.168,18	53.125,80	59.829,20	64.056,20	51.259,09	56.984,53
	Exportaciones andaluzas	1.174,04	1.340,79	1.372,25	1.492,98	1.425,68	1.817,75
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>2,39</b>	<b>2,52</b>	<b>2,29</b>	<b>2,33</b>	<b>2,78</b>	<b>3,19</b>
Reino Unido	Importaciones totales	412.795,20	479.223,05	453.805,67	429.437,79	345.447,21	421.914,85
	Exportaciones andaluzas	1.101,95	1.128,14	1.256,98	1.310,14	961,71	1.054,22
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,27</b>	<b>0,24</b>	<b>0,28</b>	<b>0,31</b>	<b>0,28</b>	<b>0,25</b>
Países Bajos	Importaciones totales	292.373,24	332.138,06	358.858,44	394.133,01	317.044,97	389.395,38
	Exportaciones andaluzas	741,48	750,71	747,14	692,83	599,49	720,00
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,25</b>	<b>0,23</b>	<b>0,21</b>	<b>0,18</b>	<b>0,19</b>	<b>0,18</b>
Estados Unidos	Importaciones totales	1.392.429,00	1.528.351,00	1.471.814,00	1.471.875,00	1.148.477,00	1.483.365,00
	Exportaciones andaluzas	694,43	542,18	589,69	646,58	780,35	572,22
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,05</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,04</b>	<b>0,07</b>	<b>0,04</b>
Bélgica	Importaciones totales	256.112,10	280.187,81	299.809,88	316.363,34	251.791,63	294.116,66
	Exportaciones andaluzas	446,25	548,45	481,28	571,14	464,50	643,07
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>0,17</b>	<b>0,20</b>	<b>0,16</b>	<b>0,18</b>	<b>0,18</b>	<b>0,22</b>
Marruecos	Importaciones totales	16.707,23	19.107,48	23.318,51	28.742,74	23.524,08	26.573,54
	Exportaciones andaluzas	306,64	398,84	498,36	531,38	519,28	582,12
	Cuota exportaciones andaluzas	<b>1,84</b>	<b>2,09</b>	<b>2,14</b>	<b>1,85</b>	<b>2,21</b>	<b>2,19</b>

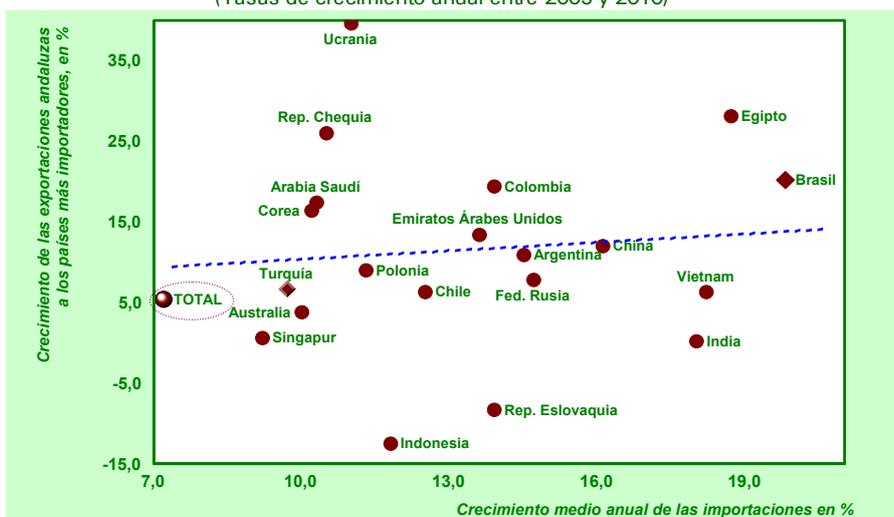
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataComex), Ministerio de Economía y Competitividad, Organización Mundial del Comercio (OMC) y Eurostat.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

De este modo, la línea de regresión representada en el gráfico presenta una pendiente positiva y se sitúa por encima de la media total, aproximándose la ganancia en posición competitiva de Andalucía en este periodo. No obstante, el avance de las exportaciones andaluzas a grandes países importadores como India, Singapur o Australia ha sido más discreto en este periodo, y en los casos de República de Eslovaquia e Indonesia, incluso se ha observado un decrecimiento en las exportaciones regionales a estos destinos.

El mantenimiento y la intensificación de la presencia de los productos andaluces en los mercados con mayor dinamismo importador, así como en el ámbito internacional, en general, es precisamente uno de los objetivos del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010–2013, que integra todas las políticas y estrategias relacionadas con la internacionalización de las empresas y de la economía andaluza, en su conjunto.

Gráfico 2.13  
**Exportaciones de Andalucía a los países con mayor avance en las importaciones mundiales**  
 (Tasas de crecimiento anual entre 2005 y 2010)



En azul se representa la línea de regresión

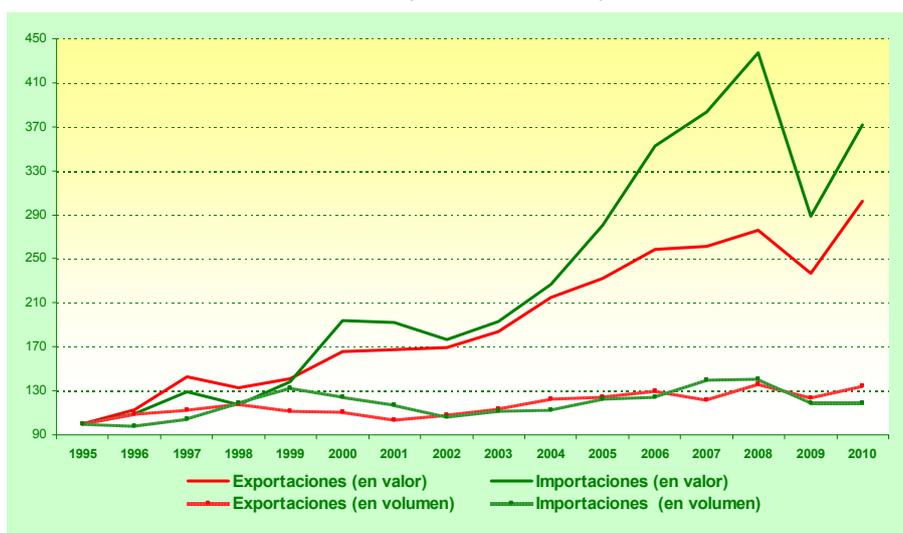
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad y Organización Mundial del Comercio.

En definitiva, la tendencia estable (incluso ligeramente creciente) de la cuota de las exportaciones andaluzas en el mercado mundial no debe hacernos pensar que la competitividad de la economía andaluza goza de una posición muy cómoda y segura, a pesar de que los destinos se hayan consolidado en las últimas décadas. Por el contrario, la expansión de países de economías emergentes en las transacciones globales constituyen un serio competidor para la producción regional, al tiempo que dichas economías deberían ser también un incentivo para Andalucía, como mercados atractivos, de acuerdo al dinamismo de sus importaciones.

### 2.6 Otros aspectos de la competitividad de la economía regional

Para completar la perspectiva sobre la posición de la economía andaluza en el exterior y los aspectos que pueden haber influido sobre ésta, así como los posibles retos a los que se enfrenta, en esta sección hemos introducido otra información relevante acerca de la competitividad de las exportaciones de Andalucía. Para ello tenemos en cuenta la trayectoria de los costes de los bienes exportados (de modo agregado), en comparación con la de otros países, es decir, analizamos la competitividad vía-precios. En la evolución de estos costes va a desempeñar un papel fundamental los costes laborales y la productividad. Asimismo, otro elemento que puede estar influyendo en un peor posicionamiento del comercio exterior de Andalucía es el bajo contenido tecnológico de sus exportaciones, en comparación con otras economías desarrolladas y emergentes.

Gráfico 2.14  
**Comportamiento de los flujos comerciales de Andalucía  
en valor y en volumen**  
(Base 100=1995, en precios corrientes y cantidades)



Fuente: Ministerio de Economía y Competitividad.

Para aproximar la repercusión que los precios han tenido en la evolución de los flujos comerciales de Andalucía en los últimos años, puede hacerse un ejercicio de comparación de las exportaciones e importaciones regionales, en valor y en volumen. Así en el gráfico 2.12 se comprueba como la trayectoria de las compras y ventas al exterior de bienes, en términos físicos, ha observado una tendencia levemente creciente entre 1995 y 2010, pero muy moderada, casi estable, en comparación con el fuerte despegue observado por los flujos en términos monetarios. De este modo, resulta evidente el efecto de unos precios ascendentes sobre la cuantía de las transacciones comerciales de Andalucía.

Otra cuestión que no debe pasar desapercibida, que se aprecia de esta comparativa, es el comportamiento mucho más equilibrado entre exportaciones e importaciones en volumen que en valor, superando la cuantía física de exportaciones (en toneladas) a las importaciones en muchos años del periodo analizado. De aquí se deduce que los precios medios de las importaciones agregadas realizadas desde Andalucía han seguido una senda superior a los precios de las exportaciones totales. Dicho de otro modo, el déficit comercial con el exterior de Andalucía está, en gran parte, explicado por la trayectoria ascendente de los precios de las importaciones. También, sin duda, este mayor despegue de los precios de las importaciones tiene mucho que ver con el tipo de bienes que componen dichas compras procedentes del exterior. En este sentido, la presencia de bienes industriales de mayor valor añadido, así como el peso de los productos energéticos, con unos precios ascendentes en el balance de la última década han contribuido al ascenso de las importaciones en valor.

Pero, ello no significa que el precio de las exportaciones andaluzas, en términos agregados, no haya mostrado una tendencia ascendente y que la moderación de éstos sea un elemento que redunde positivamente en la competitividad. En este sentido, resulta obvio que el precio es la variable más determinante de la demanda de un producto (según la teoría económica), de modo que a nivel agregado el principal elemento de la demanda en el exterior (exportaciones) será el comportamiento de los precios en relación al del resto de oferentes (países competidores). Como este precio relativo va a depender de los costes de producción en cada caso y del tipo de cambio (en caso de distintas divisas), se suelen utilizar los índices de tipo de cambio real<sup>8</sup>. Dado que el tipo de cambio es una variable fácil de conocer, pero que es más difícil contar con un indicador de los costes de producción, lo más habitual es tomar la inflación medida con el índice de precios al consumo (IPC), como variable *proxy* a los costes de las empresas (salarios, electricidad, etc.), ya que presentan una clara relación con la tasa de inflación de una economía. También se pueden utilizar otras medidas como los costes laborales unitarios (CLU) o el precio de las exportaciones, pero conllevan problemas de menor disponibilidad y distinta metodología entre países.

---

<sup>8</sup> A modo de ejemplo, si quisiéramos comparar el tipo de cambio real de Andalucía con EEUU, y en el supuesto de que los costes de producción aumentasen un 3% en España y un 2% en Estados Unidos y el euro se apreciara un 5% frente al dólar, el tipo de cambio real bilateral aumentaría en este caso un 6% (el diferencial del aumento de costes más la apreciación del tipo de cambio). Ésta sería una medida de la pérdida de competitividad-precio de los productores andaluces.

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

La OCDE calcula unos índices de tipo de cambio real, en base a los IPC y a los CLU de los distintos países del área, mientras en España el Ministerio de Economía y Competitividad también construye un índice de tipo de cambio real de acuerdo con el IPC y los índices de valor unitario (IVU) de las exportaciones (un índice de precios para las exportaciones) en relación con distintos grupos de países. Teniendo en cuenta la escasa diferencia entre Andalucía y España en los indicadores de referencia, el gráfico 2.13 muestra los resultados en relación con la Zona Euro y a la OCDE de este índice de tendencia de la competitividad. Puede observarse la pérdida de competitividad-precio medida con IPC frente a la Eurozona desde finales de los noventa, consecuencia de las diferencias en tasas de inflación. De este modo, frente a nuestros principales socios comerciales, los que forman parte de la UEM, se ha observado un perfil de deterioro sostenido del índice (ascenso del indicador significa una pérdida de competitividad). Solo en los dos últimos años, coincidiendo con la crisis económica y con la moderación en los niveles de precios internos se ha apreciado un aplanamiento en el indicador.

Gráfico 2.15  
**Competitividad vía precios respecto a los principales socios comerciales**  
(Índices, base 100 = 2006)



*\*Índice de tendencia de competitividad, calculado con los índices de precios relativos y un índice ponderado del euro. Un aumento (descenso) de los índices indica un empeoramiento (mejora) de la competitividad exterior de la economía española.*  
Fuente: Ministerio de Economía y Competitividad.

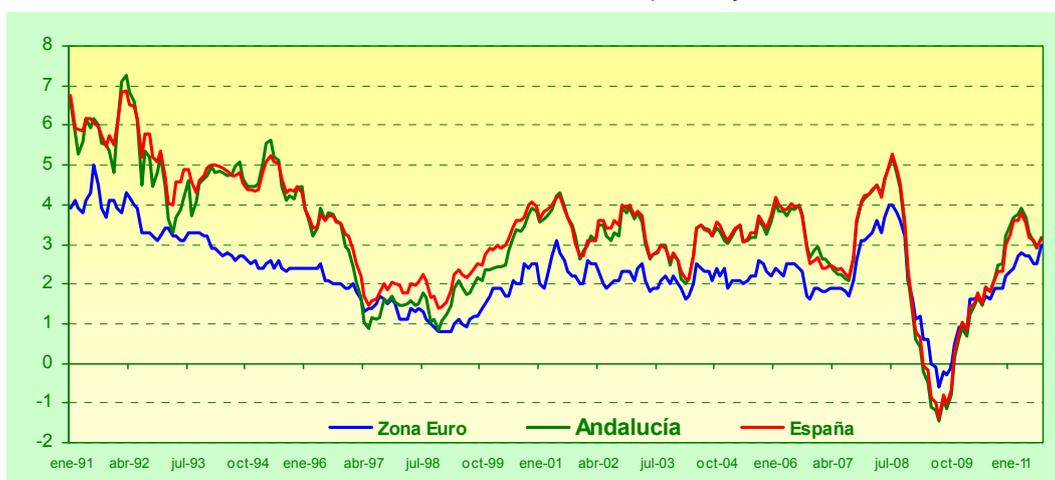
Por su parte, en comparación con los países de la OCDE que no forman parte de la UEM, la trayectoria ha sido menos constante. En concreto, la mejora de la competitividad de la segunda mitad de los noventa puede estar explicada por los efectos de las últimas devaluaciones de la peseta. Más adelante, con la entrada del euro y la senda alcista de éste frente al dólar, se aprecia el mayor incremento del tipo de cambio efectivo real, es decir, una pérdida de competitividad que apenas ha vivido momentos de moderación, a excepción de la crisis reciente. Otros índices de tipo de cambio real, elaborados por ejemplo

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

por el Banco de España o el FMI, presentan resultados muy similares a los elaborados por el Ministerio de Economía y Competitividad y la OCDE, sugiriendo en general que España y Andalucía, con ritmos de crecimiento de los precios superiores al de la UEM, han perdido competitividad en los últimos años.

Desde la puesta en circulación del euro en enero de 2001, el comportamiento de los tipos de cambio ha dejado de tener sentido con nuestros principales socios comerciales (UEM), por lo que la atención se ha centrado en el nivel de precios (y su comportamiento diferencial) y en la trayectoria de los costes laborales unitarios. Como puede comprobarse en el gráfico 2.14 la trayectoria del IPC en Andalucía y España ha sido prácticamente coincidente a lo largo de los últimos veinte años. En comparación con la Zona Euro se ha observado un perfil similar, pero las tasas de inflación regional y nacional han sido más elevadas en casi todo el periodo analizado, salvo con la crisis reciente (en 2009), y en algunos meses a finales de los noventa.

**Gráfico 2.16**  
**Comparativa del IPC de Andalucía, España y la Zona Euro**  
(Tasas de variación interanual en porcentaje)



Fuente: Banco Central Europeo e INE.

Algunas explicaciones (Cavelaars, 2006), acerca de esta brecha o trayectoria diferencial entre los precios internos con los de la UEM han subrayado la falta de competencia y el entorno regulador en el sector de los servicios. Según esta explicación, importantes segmentos del sector de los servicios no están sujetos a una fuerte competencia y ello les facilita trasladar al precio final aumentos de costes o márgenes (o aprovechar ganancias de eficiencia o mejoras tecnológicas para aumentar salarios y/o los márgenes de beneficio,

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

pero no para rebajar precios). Esta tensión alista, a su vez, aumenta los costes en otros sectores de la economía (producción de bienes primarios, industriales, etc.) que compran parte de sus *inputs* al sector servicios.

Asimismo, la falta de competencia puede disminuir los incentivos a innovar, lo que redunda en un menor crecimiento de la productividad. En otro estudio, López-Salido, Restoy y Vallés (2005) destacan las rigideces en la formación de precios y salarios como causa del diferencial de inflación español. También Rabanal (2007) ofrece una explicación algo diferente para el fenómeno del diferencial de inflación, enfatizando el mal comportamiento de la productividad –tanto en sectores de bienes comerciables como en servicios – en comparación con los países de nuestro entorno.

**Gráfico 2.17**

### Crecimiento de la productividad por países

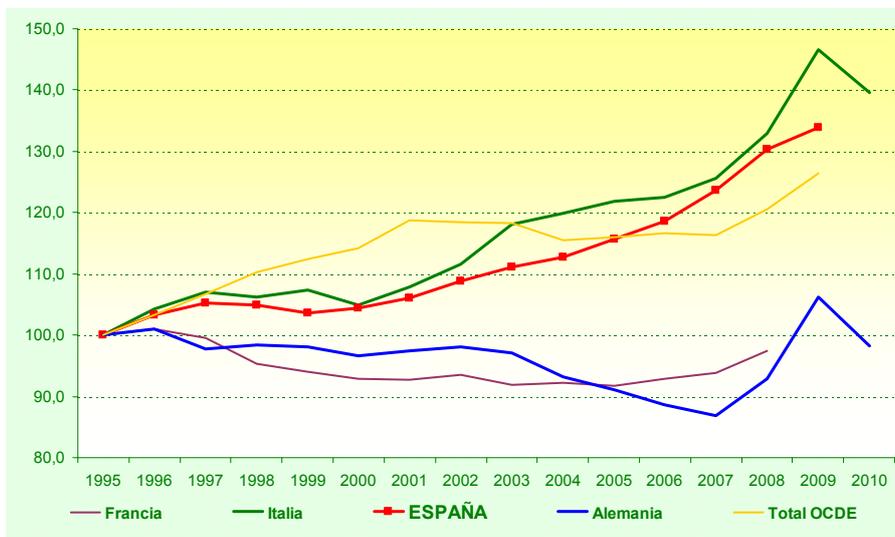
(Crto. Medio anual 1995-2010 del PIB por hora trabajada, en porcentaje)



Fuente: The Conference Board Total Economy Database y Groningen Growth and Development Centre.

Este escaso avance en la productividad (en el gráfico 2.15 medido por el crecimiento medio del PIB por hora trabajada), que afectaría igualmente a Andalucía, explicaría que los CLU crezcan en España a un ritmo mayor que en otros países de la UEM, lo que, a su vez, se traslada a los precios de consumo y ocasiona el diferencial de inflación. De acuerdo con estos argumentos, no resulta extraño que España e Italia se encuentren entre los países de la Eurozona con peor resultado en términos de productividad y con un mayor aumento de los CLU.

Gráfico 2.18  
**Comparativa del perfil de los costes laborales unitarios**  
 (Índice de costes laborales unitarios en la industria, 1995=100)



Fuente: Base de datos de la OCDE.

Otro aspecto relevante de la competitividad exterior de una economía tiene que ver con el contenido tecnológico de sus exportaciones, como un indicador del valor añadido que comportan éstas. Además, la cuota exportadora de este tipo de productos va a implicar capacidad innovadora, de adaptación a nuevas tecnologías y de desarrollo de nuevas industrias, dentro de un proceso de sustitución de aquellos otros sectores que decaen o desaparecen como consecuencia del progreso tecnológico o de la competencia de economías emergentes. Con este enfoque y de acuerdo a la clasificación que realiza la OCDE por sectores de contenido tecnológico alto, medio y bajo, podría aproximarse que en la composición de las exportaciones españolas la presencia de bienes de tecnología Alta (4,7% en 2009 según Eurostat), resulta inferior a la media de la UE y está muy por debajo de los países del Sudeste Asiático. En Andalucía esta proporción también estaría alejada de los países líderes mundiales, si bien el las exportaciones netas (saldo de exportaciones menos importaciones) de manufacturas de Alta tecnología presenta un signo positivo en el espacio andaluz, frente al negativo del agregado nacional en 2010 (ver informe *“Nueva economía, Sociedad del Conocimiento e Innovación en Andalucía”* de esta misma colección).

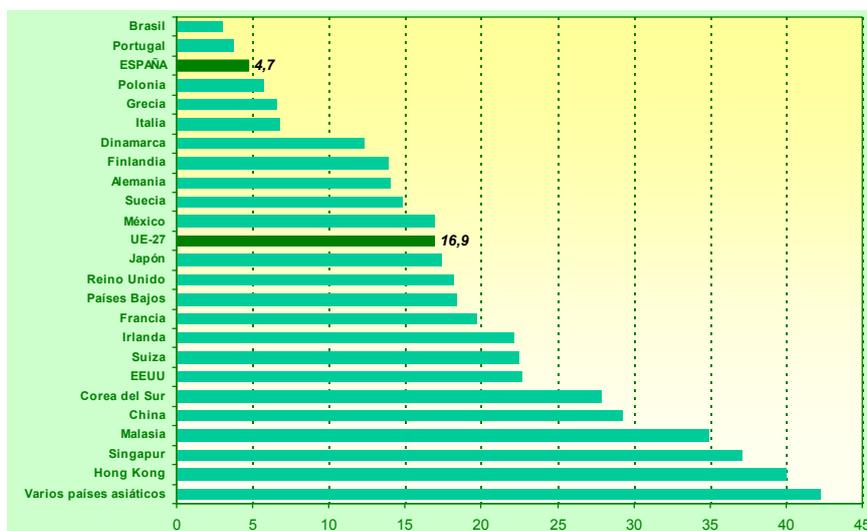
Para finalizar y desde un enfoque más abierto del concepto de competitividad, debe recordarse la definición de ésta que relaciona la capacidad de ampliar la participación en el mercado mundial, con la de mantener un crecimiento satisfactorio de las rentas reales generadas por la economía, lo que requiere

## Capítulo 2. Las relaciones comerciales de la economía andaluza

aumentos en el valor añadido (véanse Cohen et al., 1984, y Gual y Hernández, 1993). En este sentido, los ranking de competitividad por países incorporan indicadores que miden el esfuerzo científico-técnico, la inversión en I+D en porcentaje del PIB, etc. No en vano, con la denominada *Estrategia Lisboa-2000*, del Consejo Europeo, se pretendió alcanzar el objetivo de que el gasto en I+D llegase, cuando menos, a un promedio del 3% del PIB para toda la UE para lograr mayores cotas de competitividad de la economía europea. En términos similares, cabe recordar el índice de competitividad global elaborado por el *World Economic Forum*, que agrega aspectos institucionales, infraestructuras, indicadores de salud, educación, y otros aspectos cualitativos del mercado de trabajo, financiero e innovación, entre otros. Según dicho índice, España (y Andalucía) no disfrutaban de una posición nada aventajada en el ranking mundial, solo la 36 sobre 142 países, encontrándose en las posiciones de cabeza economías como Suiza (primera), Singapur, Suecia, Finlandia, EEUU, Alemania, Países Bajos, Dinamarca, Japón, Reino Unido, seguidas de Hong Kong y Taiwan.

Gráfico 2.19  
**Presencia tecnológica en las exportaciones**

(porcentaje de las exportaciones en alta tecnología\* sobre el total de las exportaciones de cada país)



\*Según la clasificación de la OCDE, *Standard International Trade Classification*, los sectores de "Alta tecnología" serían las relacionados con la aeronáutica junto con algunas industrias de los sectores farmacéutico, de equipos de comunicaciones, ordenadores y maquinaria de oficina y de motores.

Fuente: Eurostat, con datos de 2009.



Capítulo 3

**LOS FLUJOS COMERCIALES DE  
ANDALUCÍA CON EL RESTO DE  
ESPAÑA**

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

En el capítulo anterior hemos aproximado el sector comercial exterior de Andalucía, a través de distintos indicadores y planteamientos. A continuación pasamos a analizar los flujos comerciales de la economía andaluza atendiendo a las principales áreas geográficas con las que mantiene relaciones mercantiles. Sin duda, los mercados para las exportaciones andaluzas se han ampliado gracias el proceso de apertura al exterior que la internacionalización de la economía regional ha experimentado en los últimos años, pero tampoco puede obviarse que el mercado más importante para la producción andaluza sigue siendo el más cercano, es decir, la demanda de la propia región y del resto de CCAA españolas. Al mismo tiempo, también resulta de interés comprobar el papel que en la provisión de bienes va a desempeñar el comercio *intra-español* (entre regiones), frente al procedente del exterior, es decir, las importaciones.

Por todo ello, en este capítulo analizamos el origen y destino geográfico de los flujos de mercancías de Andalucía dentro de nuestras fronteras. Las estadísticas de comercio exterior de la Secretaria de Estado del mismo nombre, dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad, así como Extenda proporcionan la información –analizada en el capítulo anterior – sobre los países y áreas mundiales en los que Andalucía vende bienes, así como aquellos en los que se provee de mercancías. Sin embargo, para el análisis referido a las relaciones comerciales que se producen dentro del propio territorio nacional no se dispone de información estadística muy extensa, ya que hasta fechas recientes no se ha dispuesto de una base de datos sobre comercio interregional.

En la actualidad, la información más completa, en este campo, es la que se extrae de C-intereg, un proyecto que surge como iniciativa de un grupo de investigadores del Centro de Predicción Económica (CEPREDE), con el patrocinio de diez comunidades autónomas, entre las que se encuentra la Junta de Andalucía a través de la Secretaría General de Economía de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Con anterioridad se habían realizado otras aproximaciones a la significación del comercio interior entre regiones españolas a través de las Tablas Input-Output (TIO), pero los resultados de estas estimaciones presentan como principal inconveniente la periodicidad de su publicación.

Conviene subrayar que el comercio interior de bienes es sensiblemente superior, en valor absoluto, al comercio internacional en el caso de España, observándose al mismo tiempo como en todas las Comunidades Autónomas (con la excepción de Canarias y Baleares) el comercio interregional supera al intrarregional. De este modo, se deduce que, al margen de las peculiaridades insulares, las economías regionales presentan niveles elevados de apertura e interrelación con el resto de CCAA, mostrando los mayores volúmenes de comercio interior aquellas que combinan una gran extensión geográfica, con una importante concentración de población y actividad productiva.

Dado que resulta de indudable interés ahondar en el conocimiento de las relaciones comerciales de Andalucía dentro del propio espacio nacional, en los siguientes apartados analizamos el comportamiento de los flujos de ventas y compras regionales con otras españolas, es decir los orígenes y destinos, incluyendo una breve mención a los vínculos interprovinciales. Este retrato se completará con una clasificación de los principales sectores y actividades que concentran el comercio interregional de Andalucía.

### **3.1 Los flujos comerciales intra e interregionales de Andalucía en el contexto nacional**

A través de la información que proporciona C-intereg, se puede aproximar la trayectoria seguida por el comercio interior entre CC.AA, estando disponible esta estadística desde 1995. Gracias a esta base estadística se infiere que el comercio de bienes de Andalucía está caracterizado por un elevado nivel de intercambios, tanto en el mercado nacional como internacional, con un déficit claro en los flujos internacionales y una tendencia a mostrar saldo positivo en el comercio interregional. En líneas generales, se aprecia que Andalucía está incrementando su dependencia respecto de las compras extranjeras, a la vez que está experimentando un cierto efecto de aglomeración de la actividad productiva de bienes, que redundará en un mayor dinamismo de su comercio interior y en una reducción relativa de su dependencia, en relación con las importaciones procedentes del resto de España.

Según las previsiones que se extraen del Informe trimestral sobre el comercio interregional en España publicado en diciembre de 2011, Andalucía concentra cerca del 11% de las ventas asociadas al comercio interior de bienes en España en 2010, con 42.168 millones de euros, suma de los comercializados en la propia región andaluza y en el resto de España, lo que en términos de cantidades supone alrededor de 141,8 millones de toneladas, el 12,1% del

### Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

total nacional. Concretamente, el comercio intra-regional representa 15.270 millones de euros, por lo que alrededor del 64% de la comercialización interna se destina al resto de CC.AA españolas. Junto a la Comunidad Autónoma andaluza, las otras regiones con mayor volumen de comercialización de bienes son Cataluña, con más de la quinta parte del comercio intra e interregional de España, y Comunidad Valenciana, con alrededor del 10%. Por tanto, el comercio interior de bienes supone alrededor del 70% de la producción efectiva total de Andalucía en 2010, que según la previsiones de C-interreg asciende a 60.640 millones de euros, el 10,6% de la producción efectiva computada en España.

Cuadro 3.1

#### Los flujos comerciales de las CCAA españolas en el interior vs exterior. Año 2010

Millones de euros y porcentajes

	Destino de las ventas		Origen de las compras		Saldo interior (2-4)	Saldo exterior (3-5)	Producción efectiva (6) = (1 + 2 + 3)	Tasa de Apertura Ampliada* (2 + 3 + 4 + 5) / (1 + 2 + 3)	Tasa de cobertura Interior* = Ventas interregionales sobre Compras procedentes de España (2/4)	
	Propia CC.AA (1)	España (2)	Mundo (3)	España (4)						Mundo (5)
<b>Andalucía</b>	<b>15.270</b>	<b>26.898</b>	<b>18.472</b>	<b>22.753</b>	<b>23.218</b>	<b>4.145</b>	<b>-4.746</b>	<b>60.640</b>	<b>150,6</b>	<b>118,2</b>
Aragón	5.298	14.065	8.485	17.809	7.058	-3.744	1.426	27.847	170,3	79,0
Asturias	3.497	7.134	3.444	7.706	3.663	-572	-219	14.076	155,9	92,6
Baleares	1.562	928	809	6.549	1.559	-5.622	-750	3.299	298,4	14,2
Canarias	3.970	2.222	1.945	8.912	4.704	-6.690	-2.759	8.136	218,6	24,9
Cantabria	1.390	4.268	2.280	4.869	1.965	-602	315	7.938	168,6	87,7
Castilla y León	10.505	18.176	10.500	21.756	8.818	-3.580	1.682	39.181	151,2	83,5
Castilla-La Mancha	4.026	14.262	3.408	18.160	5.155	-3.898	-1.747	21.696	188,9	78,5
Cataluña	38.357	48.623	48.595	26.686	66.924	21.937	18.330	135.575	140,8	182,2
C. Valenciana	15.760	24.279	18.694	24.661	19.419	-381	-725	58.733	148,2	98,5
Extremadura	2.032	3.259	1.251	7.214	972	-3.956	279	6.542	194,1	45,2
Galicia	9.918	15.124	15.159	11.201	13.824	3.923	1.335	40.201	137,6	135,0
C. de Madrid	12.368	20.474	20.948	26.217	50.451	-5.743	29.502	53.790	219,5	78,1
Murcia	2.789	8.722	4.964	8.623	7.447	99	-2.483	16.474	180,6	101,1
Navarra	3.806	10.292	7.407	9.113	4.467	1.179	2.940	21.505	145,4	112,9
País Vasco	10.514	22.777	17.545	18.367	15.257	4.410	2.288	50.836	145,5	124,0
La Rioja	915	3.488	1.268	4.392	976	-904	292	5.671	178,5	79,4
<b>ESPAÑA</b>	<b>141.976</b>	<b>244.989</b>	<b>185.174</b>	<b>244.989</b>	<b>235.877</b>	<b>0</b>	<b>50.704</b>	<b>572.139</b>	<b>--</b>	<b>100,0</b>

Nota: Las cifras de comercio internacional no incluyen Ceuta y Melilla. Los datos anuales de comercio interior de 2010 de C-interreg son una previsión.

\*Los datos de comercio se refieren a bienes (agricultura e industria) y no incluyen servicios, por lo que se ha preferido seguir este cálculo y no el habitual (X + M)/PIB.

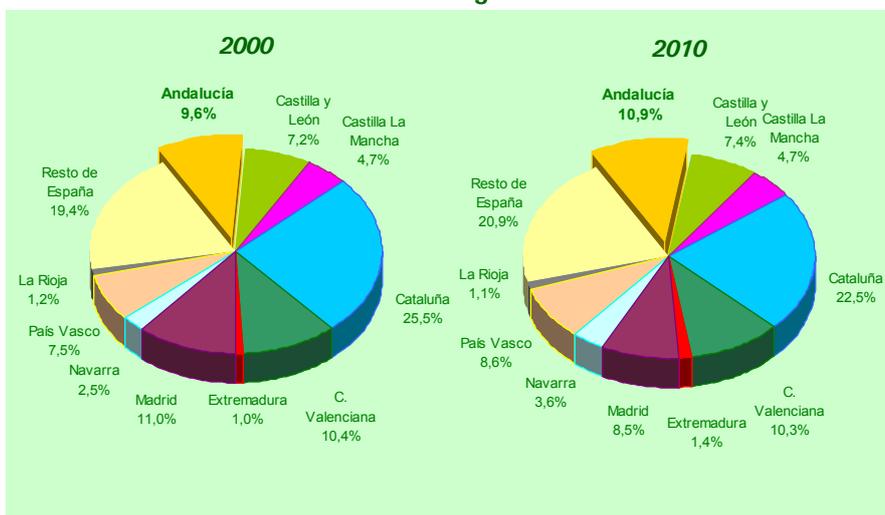
Fuente: Informe trimestral sobre el comercio interregional en España, C-interreg.

En el cuadro 3.1, además de las grandes cifras de compras y ventas de mercancías por CCAA, se incorpora un cálculo de una especie de tasa apertura ampliada, en la que no solo se contempla las exportaciones al extranjero, sino las transacciones comerciales de mercancías (solo bienes industriales y del

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

sector primario) con el resto de CCAA. Este ratio proporciona una visión del peso que tiene el comercio de bienes sobre el total de la producción efectiva de estos bienes (sin incluir el sector servicios). Por su parte, la tasa de cobertura interior de la economía mediría la proporción que las ventas al interior, es decir, a otras CCAA del resto de España representan sobre las compras realizadas desde la propia región a las regiones restantes. Desde esta perspectiva, puede comprobarse que Andalucía presenta un saldo "interior" positivo (con una tasa de cobertura del 118,2%) superior a la mayoría de las regiones españolas, si bien superado por Cataluña, Galicia y País Vasco.

Gráfico 3.1  
**Distribución del comercio interior de bienes en España. Ventas intra e interregionales**



*Nota: Los datos de 2010 son una previsión.*

Fuente: Informe trimestral sobre el comercio interregional en España, C-interreg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

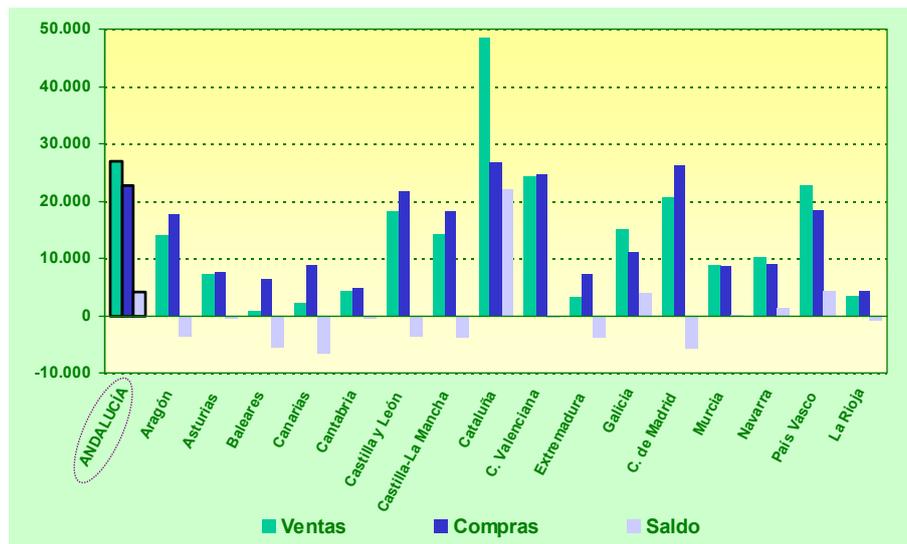
Tomando como referencia la tasa de apertura, entendiendo ésta en este caso como el cociente entre las ventas y las compras tanto a otras regiones como al extranjero sobre la producción efectiva, se observa que la región andaluza muestra en 2010 una de las tasas de apertura más bajas del conjunto nacional, superando únicamente a las de Cataluña, Navarra, País Vasco y Comunidad Valenciana, y donde Baleares, Comunidad de Madrid y Canarias muestran los ratios más elevados. Hay que tener en cuenta que en esta tasa de apertura se incluyen únicamente bienes (agricultura e industria) y no se tienen en cuenta los servicios, por lo que se ha preferido seguir otro cálculo, y no el habitual, que se obtendría como cociente entre las exportaciones e importaciones sobre el PIB. Por otro lado, si se toma como referencia el cociente entre las ventas interregionales y la producción efectiva, se observa un mayor porcentaje en el caso andaluz que a nivel nacional. Si bien las

### Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

regiones con una mayor cuota de ventas a otras regiones españolas sobre su producción son Castilla- La Mancha y La Rioja.

En lo que se refiere a las compras, Andalucía muestra un cierto equilibrio entre importaciones del resto de países y adquisiciones de bienes del resto de España, suponiendo éstas últimas con 22.753 millones de euros el 49,5% del total de compras andaluzas en 2010. Por tanto, y al contrario que sucede respecto al comercio foráneo, el comercio interior de bienes muestra un saldo positivo, de 4.145 millones de euros en 2010 según las previsiones de C-intereg. Este superávit de la balanza comercial interna sólo habría sido superado por Cataluña y País Vasco, mostrando al resto de Comunidades Autónomas un saldo deficitario.

Gráfico 3.2  
**Comercio interregional en España por CC.AA. en 2010**  
(Millones de euros)



Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE, con datos de 2010.

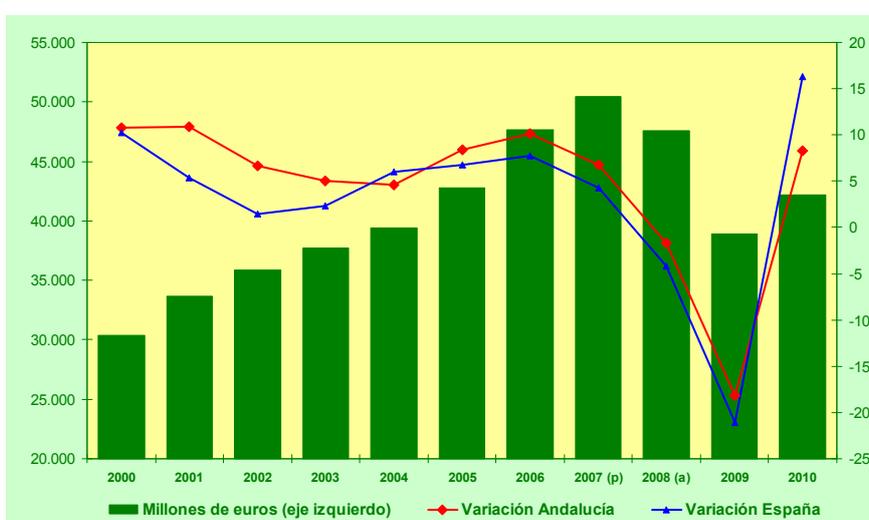
Desde una perspectiva temporal más amplia, y centrando el estudio en Andalucía y su comparativa con el conjunto nacional, en nuestra región se ha registrado un notable crecimiento del comercio interior de bienes en las últimas décadas, creciendo las ventas intra e interregionales desde mediados de los noventa, tanto en términos de valor como en términos físicos, llegando a alcanzarse en 2007 el máximo valor de las ventas con más de 50.000 millones de euros.

Esta trayectoria positiva de las ventas de bienes de Andalucía tanto en la propia región como en el resto de España, se ha visto truncada a partir de 2008 como consecuencia de la situación de crisis económica, no siendo por tanto las previsiones acerca de la trayectoria mostrada por el comercio durante

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

estos años muy positiva, no ya sólo en el conjunto andaluz, sino en el resto de regiones españolas, al haberse constatado un notable descenso de la demanda. De este modo, los datos de 2010 apuntan a una recuperación en términos interanuales en las ventas andaluzas y españolas en el territorio nacional, si bien hay que tener en cuenta que en 2009 se produjo un notable descenso de las ventas en términos de valor, cayendo éstas un 18,1% en Andalucía, por un descenso superior al 20% en el conjunto nacional.

Gráfico 3.3  
Evolución de las ventas intra e interregionales de Andalucía  
(Millones de euros y tasas de variación interanual en porcentajes)



Nota: (p) provisional, (a) avance. En 2009 y 2010 los datos son una previsión.  
Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

Cuadro 3.2

### Distribución espacial del comercio de bienes de Andalucía. Año 2010

Millones de euros y porcentajes

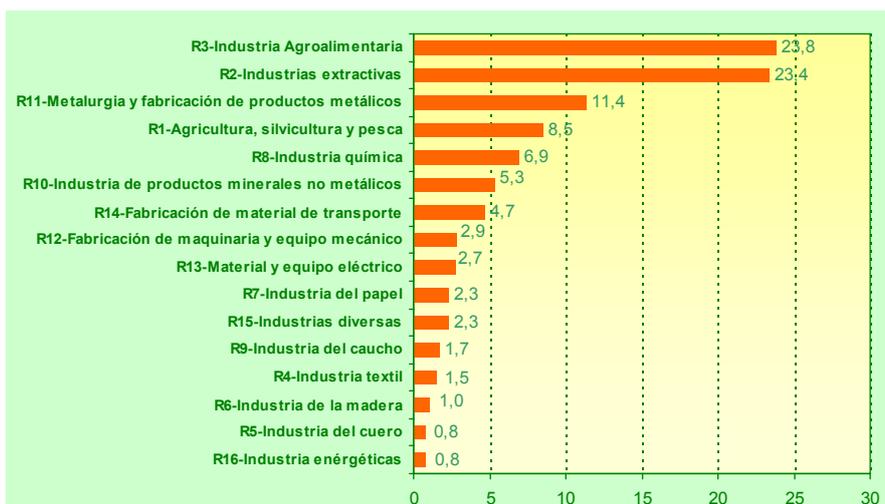
	Destino de las ventas			Origen de las compras		Saldo interior (2-4)	Saldo exterior (3-5)	Producción efectiva (1+2+3)
	Propia CC.AA (1)	España (2)	Mundo (3)	España (4)	Mundo (5)			
Promedio 95-00	10.970	15.097	8.092	15.504	8.212	-406	-120	34.159
Promedio 01-08	17.632	24.499	13.458	21.706	17.536	2.793	-4.078	55.590
2008	17.947	29.597	16.833	25.250	27.371	4.347	-10.538	64.376
2009	15.950	22.977	14.478	19.362	18.073	3.615	-3.596	53.404
2010	15.270	26.898	18.472	22.753	23.218	4.145	-4.746	60.640
Variación interanual								
2008	-10,0	-3,0	5,4	5,3	14,0	--	--	-3,1
2009	-11,1	-22,4	-14,0	-23,3	-34,0	--	--	-17,0
2010	-4,3	17,1	27,6	17,5	28,5	--	--	13,5

Nota: Los datos anuales de comercio interior de 2009 y 2010 de C-intereg son una previsión.  
Fuente: Informe trimestral sobre el comercio interregional en España, C-intereg.

### 3.2 Clasificación de los principales sectores y actividades del comercio interior

La distribución del comercio intra e interregional de Andalucía en el periodo 1995-2009 (último año con información desagregada por ramas disponible) pone de manifiesto diferencias considerables en las ventas y compras por sectores, destacando el superávit mostrado por varias ramas de actividad como son, principalmente, la industria de materias extractivas (R2), seguida por la agricultura (R1), la industria agroalimentaria (R3), la metalurgia y fabricación de productos metálicos (R11) y la industria de productos minerales no metálicos (R10). De este modo, el saldo del comercio interregional andaluz sería positivo, situación totalmente distinta a la observada en el comercio internacional, observándose un fuerte déficit en el sector más superavitario del comercio interregional (R2). Este resultado encaja con la actividad de refinado de petróleo realizada en la región y la gran dependencia de materias primas energéticas internacionales. Por el contrario, la industria textil (R4) y la de fabricación de material de transporte (R14) presentan en el periodo analizado un déficit en lo que a intercambios comerciales internos se refiere, registrando un saldo positivo en la balanza comercial exterior.

Gráfico 3.4  
**Distribución de las ventas de bienes realizadas por Andalucía a otras regiones por principales actividades**  
(Porcentajes)



Nota: Datos referidos al promedio 1995-2009

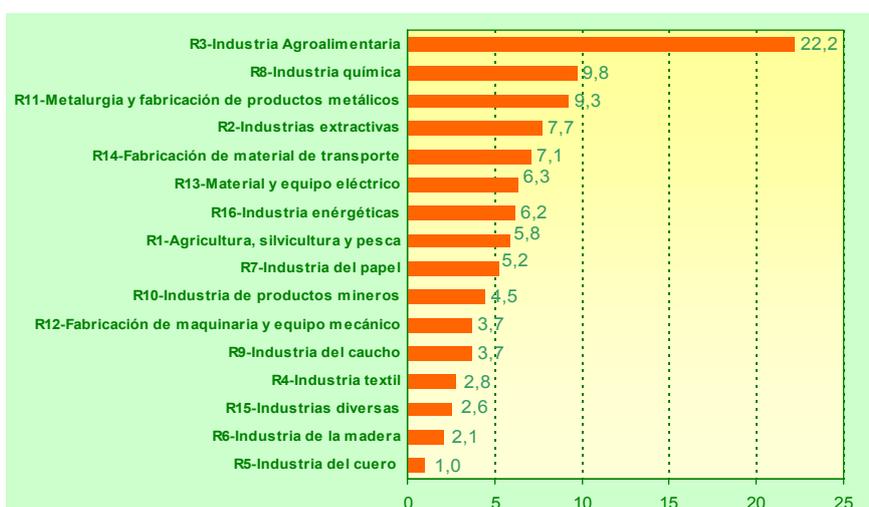
Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

En lo que respecta al comercio intrarregional, es decir, la producción de bienes que tiene Andalucía y se vende en la propia región, destaca el peso de sectores como la agricultura (R1), la industria agroalimentaria (R3), la energía

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

eléctrica (R16), la industria de materiales no metálicos (R10) y la metalurgia y fabricación de productos metálicos (R11), representando entre estos 5 sectores en torno al 78% del consumo de bienes en Andalucía producidos por la propia región. Dentro de estos sectores, la industria agroalimentaria es la principal actividad andaluza en el promedio 1995-2009. De igual modo, por el lado de las compras interregionales, la rama ligada al sector agroalimentario es el principal grupo de actividad, seguida muy de lejos por las ramas relativas a la industria química (R8) y la metalurgia y fabricación de productos metálicos (R11).

Gráfico 3.5  
**Distribución de las compras de bienes realizadas por Andalucía de otras regiones por principales actividades**  
(Porcentajes)



Nota: Datos referidos al periodo 1995-2009

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

En definitiva, la estructura del comercio interregional español a nivel sectorial muestra un comportamiento relativamente estable desde 1995, observándose una fuerte concentración del comercio en un número reducido de ramas, como son la industria agroalimentaria, metalurgia, industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares, industria de material de transporte, industria química, producción y distribución de energía, gas y agua, y agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca. Al mismo tiempo, el peso relativo de cada rama en las distintas regiones se ha visto afectado por algunos hechos singulares de la marcha de la economía nacional e internacional como son el fuerte crecimiento del sector de la construcción y de bienes de equipo, o el incremento del coste de la energía después de 2001, lo que se ha traducido en un incremento del peso relativo de las ramas siderúrgicas, de minerales no metálicos (cemento y otros materiales de construcción) y de los productos energéticos en los últimos años.

## Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

**Cuadro 3.3**  
**Distribución sectorial del comercio interregional de Andalucía**  
Millones de euros

	Destino ventas			Origen compras		Saldo interior (2-4)	Saldo exterior (3-5)
	Propia CC.AA. (1)	España (2)	Mundo (3)	España (4)	Mundo (5)		
R1-Agricultura, silvicultura y pesca	3.465	1.775	2.285	1.162	502	613	1.783
R2-Industrias extractivas	375	4.509	1.085	1.388	5.802	3.121	-4.717
R3-Industria Agroalimentaria	4.209	5.003	1.888	4.417	1.283	586	604
R4-Industria textil	275	358	112	609	71	-251	40
R5-Industria del cuero	106	162	137	206	268	-44	-132
R6-Industria de la madera	358	215	30	435	110	-220	-80
R7-Industria del papel	709	484	73	1.067	137	-582	-64
R8-Industria química	486	1.397	754	1.957	804	-560	-51
R9-Industria del caucho	329	334	117	741	181	-407	-64
R10-Ind. prod. minerales no metálicos	1.538	1.110	114	903	166	207	-52
R11-Metalurgia y fb. Prod. metálicos	1.210	2.337	1.363	1.786	818	551	545
R12-Fab. maquinaria y equipo mecánico	261	589	187	684	673	-96	-486
R13-Material y equipo eléctrico	352	592	395	1.294	472	-701	-77
R14-Fab. de material de transporte	307	969	1.110	1.361	466	-392	644
R15-Industrias diversas	470	480	560	507	567	-27	-7
R16-Industria energéticas	3.898	193	--	1.065	--	-871	--
<b>Total</b>	<b>18.346</b>	<b>20.508</b>	<b>10.208</b>	<b>19.582</b>	<b>12.322</b>	<b>926</b>	<b>-2.114</b>

Nota: Se incluye el total de bienes, en base a datos medios anuales para el periodo 1995-2007.

La información que se presenta es la que aparece en el último informe publicado por C-interreg de CEPREDE, ya que aunque existen datos de comercio interregional para 2009, éstos no son comparables con la desagregación disponible para el comercio con el extranjero para dicho periodo.

Fuente: C-interreg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

### 3.3 Las relaciones comerciales de Andalucía por origen y por destinos

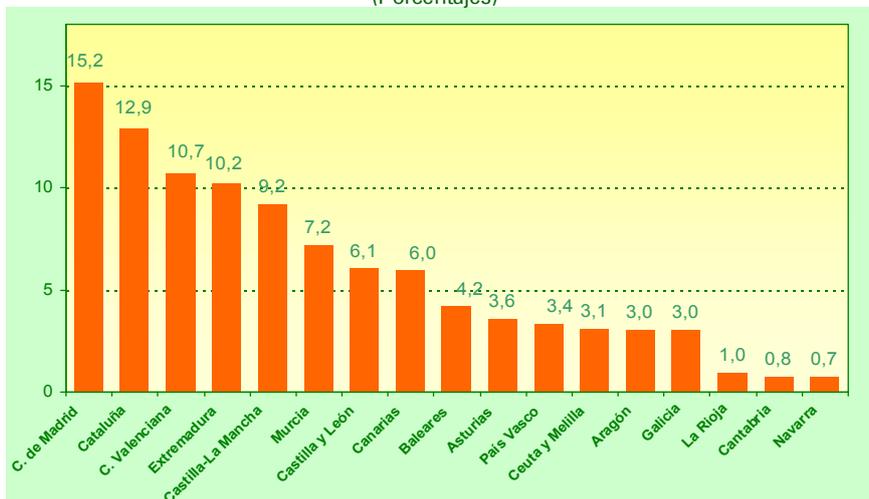
Atendiendo a la evolución de los flujos comerciales de Andalucía con los principales destinos de las ventas y el origen de las compras realizadas desde la región, cabe subrayar que, desde mediados de los noventa, se ha observado un notable dinamismo, tanto en términos de valor como de volumen.

La clasificación de los clientes que compran bienes de Andalucía la encabeza en el promedio del periodo 1995-2007, la Comunidad de Madrid, seguida por Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura y Castilla-La Mancha, siendo este ranking muy estable a lo largo del periodo disponible. Junto a éstas, las siguientes Comunidades Autónomas que más bienes andaluces compran serían la Región de Murcia, Castilla y León, Canarias, y Baleares. Después de éstas, el principal cliente, en este caso internacional, sería Francia, a la que siguen Italia, Alemania, Portugal y Reino Unido, por lo que el país francés superaría a Alemania, el principal comprador foráneo de la región a mediados de los noventa. Conviene precisar en este punto que actualmente existe información relacionada con comercio interior por CCAA para el promedio anual 1995-

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

2009, en la que la Comunidad de Madrid continúa siendo el principal cliente andaluz.

Gráfico 3.6  
**Distribución de las ventas interregionales de bienes realizadas por Andalucía por destinos**  
(Porcentajes)



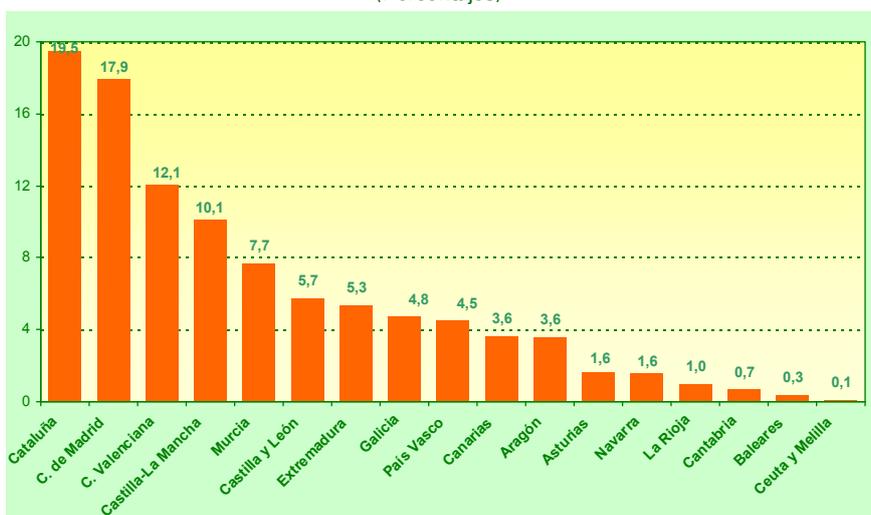
Nota: Datos referidos al periodo 1995-2009

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

Por otro lado, en lo que respecta a las compras de bienes realizadas por Andalucía, se observa un generalizado incremento del valor de las mismas en los principales socios de Andalucía, siendo en esta ocasión Cataluña el principal vendedor de bienes a nuestra región, seguida por la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana. Y es que entre estas tres regiones, concentran más del 58% de las compras realizadas por Andalucía en el resto de España, aunque esta participación se ha visto reducida con respecto a mediados de los noventa, cuando representaba más de dos tercios de las compras de bienes realizadas por la región andaluza. Tras éstas, el siguiente vendedor más importante en 2007 es Nigeria (seguido de Murcia), Argelia y Arabia Saudí. Con datos para el periodo 1995-2009, la distribución es muy similar en cuanto a comercio interior, concentrando entre los tres principales proveedores andaluces más de la mitad de las compras realizadas por Andalucía al resto de España.

## Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

Gráfico 3.7  
Distribución de las compras interregionales de bienes realizadas por Andalucía por orígenes (Porcentajes)



Nota: Datos referidos al periodo 1995-2009

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

Cuadro 3.4  
Ranking de los principales flujos comerciales de Andalucía

Ranking	Exportaciones				Importaciones			
	Destino	1995	Destino	2007	Origen	1995	Origen	2007
1º	C. de Madrid	2.323	C. de Madrid	5.081	Cataluña	3.395	Cataluña	3.985
2º	Cataluña	2.016	Cataluña	3.868	C. Valenciana	2.531	C. de Madrid	3.254
3º	Castilla-La Mancha	1.503	Extremadura	3.587	C. de Madrid	2.323	C. Valenciana	3.248
4º	Extremadura	1.280	Castilla-La Mancha	3.080	Castilla-La Mancha	1.015	Castilla-La Mancha	3.227
5º	C. Valenciana	1.260	C. Valenciana	2.852	Murcia	914	Nigeria	2.409
6º	Murcia	1.008	Castilla y León	1.944	Castilla y León	847	Murcia	1.957
7º	Alemania	861	Canarias	1.813	País Vasco	630	Argelia	1.887
8º	Francia	825	Murcia	1.755	Arabia Saudí	571	Arabia Saudí	1.510
9º	Castilla y León	666	Asturias	1.557	Nigeria	484	Castilla y León	1.365
10º	Reino Unido	596	Francia	1.526	Estados Unidos	475	Rusia	1.339
11º	Canarias	590	Italia	1.523	Aragón	443	Extremadura	1.245
12º	Ceuta y Melilla	512	Alemania	1.410	Galicia	442	País Vasco	1.193
13º	Italia	509	Portugal	1.225	Canarias	409	Italia	1.176
14º	Portugal	447	Reino Unido	1.079	Francia	408	Galicia	1.120
15º	País Vasco	422	Baleares	1.031	Reino Unido	342	China	1.031
16º	Países Bajos	397	Aragón	1.022	Extremadura	300	Aragón	1.029
17º	Estados Unidos	379	Ceuta y Melilla	920	Asturias	269	Países Bajos	947
18º	Aragón	347	Galicia	887	Portugal	265	Indonesia	903
19º	Galicia	340	País Vasco	816	Países Bajos	258	Portugal	848
20º	Asturias	319	Países Bajos	675	Libia	253	Alemania	794
21º	Baleares	265	La Rioja	640	Alemania	252	Marruecos	731
22º	Bélgica	197	Marruecos	601	Italia	246	Iraq	682
23º	Noruega	189	México	526	Rusia	240	Francia	595
24º	Cantabria	188	Gibraltar	506	Argelia	209	Canarias	572
25º	La Rioja	154	Bélgica	467	La Rioja	170	Asturias	488
26º	Turquía	134	China	436	Marruecos	156	Irán	483

Nota: Se incluye el total de bienes, excepto el grupo R16: Producción, distribución de energía eléctrica, gas y agua.

La información que se presenta es la que aparece en el último informe publicado por C-intereg de CEPREDE, ya que aunque existen datos de comercio interregional para 2009, éstos no son comparables con la desagregación disponible para el comercio con el extranjero para dicho periodo.

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Esta misma clasificación por destinos y orígenes de los flujos comerciales de la región andaluza puede completarse atendiendo a los principales sectores y actividades. En este sentido, por el lado de las ventas, se observa como el principal socio andaluz, la Comunidad de Madrid, es el principal destino en casi todas las actividades, y sólo en cuatro ramas de actividad no se encuentra entre los tres clientes principales. En lo relativo a cuota de mercado, destaca Castilla y León en la fabricación de equipo mecánico y eléctrico (R12), ya que compra un 23,6% de este tipo de bienes en Andalucía durante 2009, siendo también superior al 20% las ventas realizadas a Murcia en la industria del caucho y materias primas (R9) y las destinadas a Cataluña en industria química (R8).

Cuadro 3.5

**Cuota de mercado de los principales clientes y proveedores en el comercio interregional de Andalucía. Porcentajes**

	Ranking	Principales clientes	%	Ranking	Principales proveedores	%
R1-Agricultura, silvicultura y pesca	1º	C. Valenciana	19,0	1º	Murcia	22,8
	2º	C.de Madrid	14,5	2º	Extremadura	17,1
	3º	Murcia	11,9	3º	C. Valenciana	15,3
R2-Industrias extractivas	1º	C. de Madrid	23,1	1º	Canarias	35,3
	2º	Canarias	13,5	2º	Murcia	13,9
	3º	Extremadura	12,9	3º	Cataluña	12,2
R3-Industria Agroalimentaria	1º	Castilla-La Mancha	15,9	1º	Cataluña	21,3
	2º	C. de Madrid	15,1	2º	Castilla-La Mancha	14,9
	3º	C. Valenciana	14,1	3º	Murcia	11,4
R4-Industria textil	1º	C. Valenciana	32,3	1º	Cataluña	83,6
	2º	C. de Madrid	31,5	2º	C. Valenciana	9,8
	3º	Castilla-La Mancha	9,9	3º	Galicia	3,6
R5-Industria del cuero	1º	Galicia	61,3	1º	C. Valenciana	30,5
	2º	Canarias	14,9	2º	Galicia	27,6
	3º	C. Valenciana	14,5	3º	Castilla-La Mancha	16,9
R6-Industria de la madera	1º	C. Valenciana	26,1	1º	C. Valenciana	23,9
	2º	Castilla-La Mancha	18,5	2º	Extremadura	19,7
	3º	Ceuta y Melilla	18,0	3º	Cataluña	11,0
R7-Industria del papel	1º	C. Valenciana	20,4	1º	C. Valenciana	24,7
	2º	C. de Madrid	19,2	2º	Cataluña	16,0
	3º	Murcia	17,4	3º	C. de Madrid	14,0
R8-Industria química	1º	Cataluña	22,8	1º	Cataluña	43,9
	2º	Murcia	11,5	2º	Murcia	13,9
	3º	Aragón	10,5	3º	Castilla-La Mancha	13,3
R9-Industria del caucho	1º	Cataluña	32,7	1º	Cataluña	32,7
	2º	C. Valenciana	24,4	2º	C. Valenciana	24,4
	3º	Castilla-La Mancha	8,3	3º	Castilla-La Mancha	8,3
R10-Industria de productos minerales no metálicos	1º	Castilla-La Mancha	18,1	1º	C. Valenciana	21,4
	2º	Murcia	17,1	2º	Extremadura	14,1
	3º	Castilla y León	12,7	3º	Castilla-La Mancha	12,3
R11-Metalurgia y fabricación de productos metálicos	1º	Murcia	18,5	1º	Cataluña	18,2
	2º	Castilla-La Mancha	17,8	2º	Extremadura	10,7
	3º	Canarias	12,3	3º	Asturias	10,7
R12-Fabricación de maquinaria y equipo mecánico	1º	Extremadura	25,3	1º	Asturias	33,7
	2º	Baleares	19,7	2º	Aragón	21,2
	3º	Cataluña	14,6	3º	Cataluña	20,4
R13-Material y equipo eléctrico	1º	C. Valenciana	39,0	1º	Castilla-La Mancha	31,3
	2º	Extremadura	14,4	2º	C. de Madrid	29,1
	3º	País Vasco	8,8	3º	Cataluña	15,0
R14-Fabricación de material de transporte	1º	Ceuta y Melilla	40,0	1º	Galicia	27,4
	2º	C. de Madrid	16,9	2º	C. de Madrid	16,8
	3º	Castilla y León	15,6	3º	Cataluña	16,5
R15-Industrias diversas	1º	Aragón	29,4	1º	Cataluña	27,8
	2º	Castilla-La Mancha	17,7	2º	C. de Madrid	19,5
	3º	C. Valenciana	11,9	3º	Murcia	17,1
R16-Industria energéticas	1º	C. Valenciana	28,8	1º	C. de Madrid	77,3
	2º	Cataluña	20,9	2º	Extremadura	11,8
	3º	C. de Madrid	17,6	3º	Murcia	8,9
<b>Total</b>	1º	C. de Madrid	14,4	1º	Cataluña	19,0
	2º	Extremadura	11,3	2º	C. de Madrid	16,4
	3º	Cataluña	11,1	3º	Castilla-La Mancha	10,4

Nota: Los datos se refieren a 2009.

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica, CEPREDE.

### Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

Por el lado de las compras, es Cataluña la que concentra la cuota de mercado más elevada en la mayor parte de las ramas de actividad durante 2009, seguida por la Comunidad de Madrid. En la región madrileña destacan las ventas realizadas a la región relacionadas con material y equipo eléctrico, electrónico y óptico (R13), mientras que en la catalana tiene una mayor significación la industria química (R8) y la industria textil (R4). Junto a éstas, destacan las compras andaluzas en industria extractiva (R2) a Murcia y las asociadas a la industria del cuero (R5) en la Comunidad Valenciana.

**Cuadro 3.6**  
**Comercio interregional de bienes de Andalucía. Distribución modal de las ventas por CC.AA.**  
Millones de euros

	Exportaciones				Importaciones			
	Carreteras	Barco	Ferrocarril	Avión	Carreteras	Barco	Ferrocarril	Avión
Aragón	538	--	47	1	611	--	87	--
Asturias	493	332	9	--	228	46	21	--
Baleares	24	655	--	1	3	34	--	3
Canarias	13	980	0	226	19	648	--	12
Cantabria	110	43	13	--	107	30	12	--
Castilla y León	1.180	--	84	--	1.013	--	108	--
Castilla-La Mancha	1.751	--	22	--	1.890	--	69	--
Cataluña	1.587	903	228	4	3.015	459	393	3
C. Valenciana	1.954	231	58	2	2.112	232	34	--
Extremadura	1.890	--	182	--	1.004	--	8	--
Galicia	431	200	20	--	685	196	22	--
C. de Madrid	2.657	--	483	13	3.305	--	261	7
Murcia	1.219	279	3	0	1.350	86	17	--
Navarra	138	--	1	0	301	0	9	--
País Vasco	540	117	40	7	795	94	58	1
La Rioja	222	--	--	--	179	--	1	--
Ceuta y Melilla	1	560	--	17	--	13	--	--
<b>Total interregional</b>	<b>14.749</b>	<b>4.299</b>	<b>1.190</b>	<b>270</b>	<b>16.617</b>	<b>1.838</b>	<b>1.099</b>	<b>27</b>

Nota: Se incluye el total de bienes, en base a datos medios anuales para el periodo 1995-2007.

Fuente: C-interreg, Centro de Predicción Económica, CEPREDE.

Como complemento al estudio del comercio interior de bienes realizado por Andalucía, tanto en la propia región como en el resto de Comunidades Autónomas, puede realizarse un análisis del modo de transporte en el que se realizan las relaciones comerciales. Una visión general de los resultados evidencia que el transporte por carretera es el principal medio de distribución, ya sea con destino al territorio andaluz o al resto de España, aunque se debe precisar que la importancia relativa del transporte por barco es superior a la de otras CC.AA. El comercio marítimo tiene, por tanto, una especial significancia en nuestra región, al haberse intensificado las relaciones con otras regiones donde hay actividad petrolera y de refino, y con Comunidades Autónomas

lejanas como pueden ser Cataluña, Canarias o Baleares, así como Ceuta y Melilla.

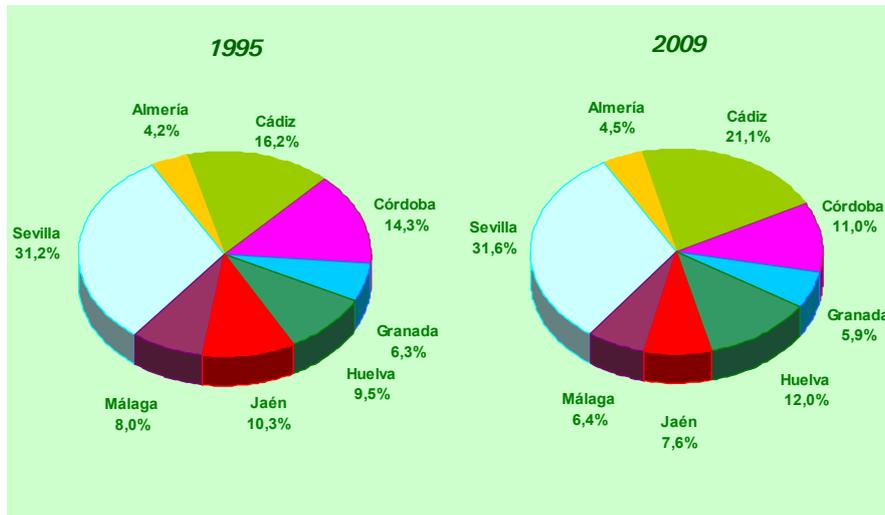
El análisis, como cabía esperar, muestra como el comercio por carretera se desarrolla principalmente con las Comunidades Autónomas más cercanas a Andalucía, reflejando pesos menores en los intercambios con las regiones más lejanas geográficamente. El uso del avión queda muy limitado a ciertas regiones tanto por el volumen exportado como importado, localizándose en aquellas zonas con mayores infraestructuras aeroportuarias, como pueden ser la Comunidad de Madrid, Cataluña y Canarias. Distinguiendo por sectores, tanto de origen como de destino las ramas de actividad más importantes de la Comunidad Autónoma andaluza que usan como medio de transporte la carretera son la agricultura (R1), la industria extractiva (R2), la agroalimentaria (R3), la metalurgia (R11) y la industria química (R8), mientras que el transporte aéreo queda relegado a mercancías de alta relación valor/peso como es el caso del sector textil (R4), el calzado y cuero (R5) y las industrias de maquinaria de equipo mecánico (R12) y eléctrico (R13).

De igual modo, el desglose territorial permite aproximar cuáles son las principales relaciones comerciales de las provincias andaluzas respecto al resto de España y qué productos y sectores son los más relevantes. La información más reciente disponible a nivel provincial corresponde a un avance para el año 2009 y se observa como más del 30% de las ventas intra e interregionales de Andalucía se localizan en la provincia de Sevilla, concentrando la provincia de Cádiz más de la quinta parte del total.

En términos estructurales, se observa un incremento generalizado del volumen de comercialización en valor con respecto a mediados de la década de los noventa, haciéndolo también en cantidades. En este periodo, destaca el incremento del valor de las ventas en Cádiz, aumentando también significativamente su importancia en el conjunto regional, mientras que en Jaén y Córdoba la aportación al comercio interior andaluz es, en 2009, menos representativa que en 1995.

### Capítulo 3. Los flujos comerciales de Andalucía con el resto de España

Gráfico 3.8  
Distribución de las ventas intra e interregionales por provincias  
(Porcentajes)



*Nota: Los datos de 2009 son un avance*  
Fuente: C-interreg, Centro de Predicción Económica CEPREDE.

El incremento de la comercialización en Cádiz se asocia, evidentemente, al mayor peso en el valor de las ventas, fundamentalmente asociado al incremento de los precios, de las industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares, sucediendo algo similar en la otra provincia que cuenta con refinería, que es Huelva. Así, entre ambas concentran prácticamente la totalidad de las ventas relacionadas con esta actividad, aunque como ya hemos comentado anteriormente tiene un mayor peso la comercialización en la industria agroalimentaria, siendo en este caso Sevilla, Córdoba y Jaén las más representativas, concentrando la primera más del 30% de las ventas andaluzas.

El otro sector más relevante en términos de valor es el de metalurgia y fabricación de productos metálicos, siendo también en este caso Sevilla la provincia que más bienes vende, seguida por Huelva, Córdoba y Cádiz. Pero la actividad que cuenta con un mayor volumen de comercialización en la provincia de Sevilla es la relacionada con la producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua, ya que representa en torno a tres cuartas partes del conjunto regional y el 38,1% de las ventas de bienes realizadas por Sevilla, tanto a la propia provincia como al resto de España.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Cuadro 3.7

### Comercio interior de bienes de Andalucía por provincias y sectores. Ventas intra e interprovinciales

Millones de euros

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Agricultura, silvicultura y pesca	794	507	458	552	824	247	472	1.487
Ind. extractivas, coquerías, refinado y combustibles nucleares	55	5.079	37	47	1.914	26	76	76
Industria Agroalimentaria	171	860	2.212	911	236	2.051	1.036	3.477
Industria textil y de la confección	0	0	85	0	15	27	0	231
Industria del cuero y calzado	4	52	15	39	0	43	138	1
Industria de la madera y el corcho	52	37	74	49	31	68	51	53
Industria del papel, edición y artes gráficas	172	35	119	207	170	96	50	285
Industria Química	186	888	46	179	615	61	62	616
Industria del caucho y materias plásticas	97	13	97	118	63	131	110	164
Industria de productos minerales no metálicos	319	251	313	338	135	174	344	691
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	96	616	684	120	1.118	143	250	1.004
Fabricación de maquinaria y equipo mecánico	25	85	192	46	68	55	52	344
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	5	64	178	8	3	195	81	232
Fabricación de material de transporte	0	905	19	14	149	85	26	420
Industrias diversas	6	7	345	63	14	146	4	215
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	138	647	351	135	367	60	278	5.727
<b>Total</b>	<b>2.121</b>	<b>10.045</b>	<b>5.225</b>	<b>2.827</b>	<b>5.722</b>	<b>3.608</b>	<b>3.029</b>	<b>15.021</b>

Nota: Los datos son un avance para el año 2009.

Fuente: C-intereg, Centro de Predicción Económica, CEPREDE.

A modo de resumen, se observa como desde mediados de la década de los noventa se han incrementado las relaciones comerciales de Andalucía con el resto de regiones españolas y dentro del espacio andaluz, tanto en términos de valor como en volumen de bienes, concentrando en 2010 alrededor del 11% y 12% del total nacional, respectivamente. Así, se deduce que nuestra región muestra uno de los mayores volúmenes de comercio interior, en relación con su gran extensión geográfica y su importante concentración de población y actividad productiva, siendo sólo superada por Cataluña.

El elevado dinamismo del comercio andaluz evidencia, al contrario que en los flujos internacionales, un saldo positivo en el comercio interregional, con un cierto efecto de aglomeración de la actividad productiva de bienes. Así, destaca el superávit mostrado por varias ramas de actividad como la industria de materias extractivas, la agricultura, la industria agroalimentaria, la industria de productos minerales no metálicos y la metalurgia y fabricación de productos metálicos. Por el contrario, desde mediados de los noventa se ha constatado un déficit comercial interior en la industria textil y la de fabricación de material de transporte.

Capítulo 4

**LOS FLUJOS DE INVERSIÓN DE  
ANDALUCÍA EN EL CONTEXTO  
INTERNACIONAL**

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

#### 4.1 Delimitación del concepto de flujos de inversión y evolución reciente de las inversiones internacionales

En la actualidad, los efectos positivos de la inversión extranjera sobre la economía de la región o país en que ésta se localiza resultan indiscutibles. Esta repercusión favorable se deriva de que las empresas con capital extranjero se caracterizan por tener una mano de obra cualificada, un alto grado de especialización tecnológica, gran productividad y por realizar en mayor medida operaciones comerciales con el exterior. Asimismo pueden atraer a otras empresas, tanto competidoras como proveedoras, a establecerse en el mismo lugar. Por lo tanto, tienen un impacto positivo en el entorno en el que se sitúan y pueden transmitir todas estas ventajas al territorio, contribuyendo al desarrollo regional. Los efectos de la inversión directa extranjera dependerán, no obstante, del tipo de operación en el que se materialice (es decir, si se trata de una constitución de la sociedad, una ampliación...), al margen de otras circunstancias, como el sector rama de la actividad o de los factores de localización que vayan demandando las empresas inversoras.

Desde el lado de las empresas autóctonas, la decisión de invertir en el exterior es una opción estratégica que ha de asociarse a niveles elevados de internacionalización de la empresa, ya que su viabilidad depende de que con anterioridad se haya alcanzado una significativa experiencia internacional, desarrollada habitualmente a través de un proceso de aprendizaje gradual y acumulativo. Con la inversión directa en el extranjero la empresa busca recursos (naturales y creados) o mercados por abastecer que le permitan mejorar su eficiencia, además de asegurar su supervivencia y su expansión. Se trata de un mecanismo complejo que no sólo moviliza recursos financieros, sino también bienes materiales y tecnología. Esta apertura internacional permite a la empresa adquirir conocimientos, experiencia y seguridad sobre la operativa internacional a medida que la firma va asentando su posición en el extranjero. Las ventajas y beneficios que generan tanto la emisión como la captación de inversiones conllevan que cobre especial relevancia analizar su evolución y facilitar su desarrollo.

Para promediar la significación de los flujos de inversiones en Andalucía, dentro de España y en el contexto internacional, conviene definir qué entendemos por inversión extranjera. La noción más simple del concepto de inversión sería la colocación de capital en búsqueda de una retribución futura,

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

que va a venir determinada por tres elementos: rendimiento, riesgo y tiempo. Bajo la óptima de los flujos internacionales de capital, se denomina Inversión Extranjera Directa (las siglas en inglés para Foreign Direct Investment serían FDI y en español, IED), a aquella inversión transfronteriza destinada a operaciones de negocios. En la quinta edición del Manual de la Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional (FMI, 1993) se define como “Inversión Directa Internacional a la que refleja el objetivo de la obtención de un interés duradero por parte de una entidad residente en una economía, en una empresa residente en otra economía (país, región). El interés duradero implica la existencia de una relación a largo plazo entre el inversionista directo, la empresa y el grado significativo de influencia del inversionista sobre el manejo de la empresa”. Más concreta son las precisiones de Krugman y Obstfeld (2001), que definen a la Inversión Extranjera como los flujos internacionales de capital mediante los cuales una empresa de un país crea o amplía una filial en otro país. En ese sentido, las empresas transnacionales constituyen el mecanismo principal a través del cual se lleva a cabo la IED.

Sin duda, el estudio de la IED es un tema complejo debido a los diversos factores que intentan explicar los motivos por los cuales una determinada empresa decide acceder a un mercado exterior mediante el establecimiento de filiales y sucursales. El modelo Hecksher-Ohlin predice un patrón de comercio basado en las dotaciones relativas de factores de las distintas naciones y ofrece la primera justificación al desplazamiento internacional del capital de los países capital-abundantes (con elevada ratio salarios-renta) a los países trabajo-abundantes (con elevada ratio renta del capital-salarios). Pero se trata de desplazamientos indirectos a través de los flujos de bienes. Los desplazamientos factoriales directos sólo tendrán sentido bajo los supuestos del modelo H-O, en el caso de existir diferencias a nivel internacional en su remuneración.

Entre las teorías más aceptadas que explican los flujos de inversión se encuentran la teoría de la organización industrial y la teoría de la internalización. La primera pone de manifiesto que la IED se efectúa con el fin de explotar las ventajas específicas que poseen las empresas inversoras frente a las del país receptor. Se trata así de aprovechar ciertas imperfecciones estructurales que le permitan aumentar su poder de mercado (Hymer, 1976). La teoría de la internalización supone un intento de justificar por qué las empresas deciden explotar sus ventajas específicas mediante la IED en lugar de optar por la venta de una licencia a una sociedad extranjera (Casson, M., 1990). Se considera que existen factores externos (macroeconómicos) o

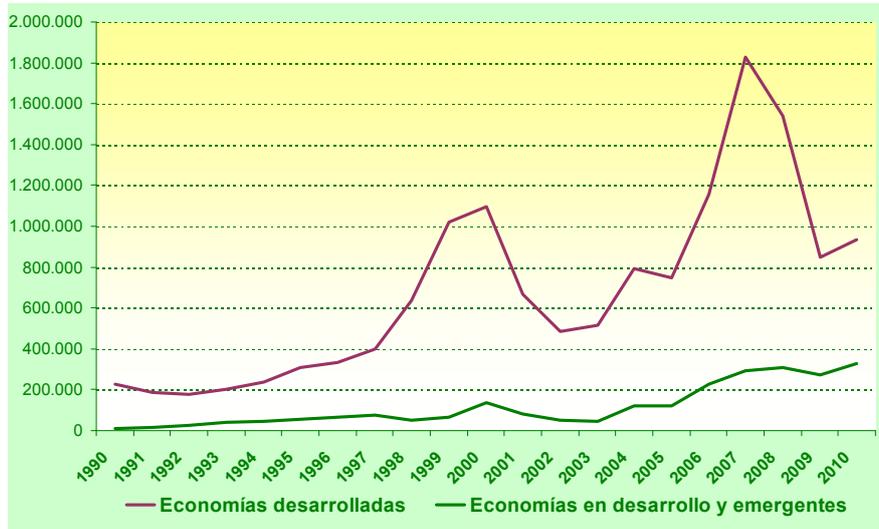
internos (microeconómicos) que propician la internacionalización (Dunning, 1988). De modo que la decisión de la inversión extranjera de una empresa combina elementos de ventaja comparativa internacional con otros elementos del propio comportamiento individual de las empresas (teorías basadas en la organización industrial). Este autor introdujo el modelo PLI (propiedad-localización-internalización) u OLI (ownership-localization-internalization), por sus siglas en inglés, a la hora de explicar los motivos que llevan a una compañía a optar por la implantación de una planta productiva en el extranjero en lugar de exportar a partir de una base doméstica. Así, las empresas multinacionales invierten en el exterior para explotar (tres etapas sucesivas):

- La propiedad y las ventajas específicas (*O*, por ownership ): p.ej., los derechos de patentes, procesos y otras fuerzas no disponibles para los competidores.
- Las ventajas de situación local (*L*): p. ej., recursos naturales, mano de obra barata, o inputs baratos.
- Las ventajas de la internalización (*I*): es mejor que algunos activos sean propiedad de la empresa que comprarlos en el mercado: p.ej., una estructura de management.

Por su parte, los planteamientos de organismos financieros internacionales (Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial) sugieren que la inversión extranjera directa responde en gran medida a criterios de estabilidad y de un entorno estructural ordenado de los países receptores (de acuerdo con el patrón impuesto por dichos organismos). Por último, otras consideraciones teóricas y empíricas sugieren otras variables relevantes para determinar la inversión extranjera directa entre los países. Éstas son: el crecimiento económico (PIB), la política cambiaria, la política fiscal, el mercado de trabajo (costes laborales, cualificación de los trabajadores), la disponibilidad de materias primas, las infraestructuras físicas, los costes de transportes y comunicación, el tamaño del mercado, la estabilidad económica, política, etc.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Gráfico 4.1  
Trayectoria de los flujos de inversión internacional 1990-2010  
(Millones de dólares)



Fuente: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, World Investment Report.

Desde una perspectiva temporal, los flujos de inversión internacional han experimentado un claro perfil ascendente desde finales de la década de los noventa, si bien con algunos sobresaltos. Cabe resaltar que en 2004 se inició un proceso de crecimiento del flujo inversor mundial que alcanzó cifras récord en 2007. Sin embargo, las circunstancias económicas globales experimentaron un acusado cambio de tendencia a partir de 2008, año en que el descenso de la Inversión Extranjera Directa (IED) mundial experimentó una brusca caída (similar a lo ocurrido con el comercio de mercancías). Este descenso fue mucho más significativo en el caso de los flujos de inversión directa de los países desarrollados, que de hecho aún no han recuperado el nivel correspondiente a 2007. Por el contrario, la posición de los países emergentes y en desarrollo resulta mucho más dinámica y se ha mantenido menos sensible al escenario adverso de la economía internacional. En cualquier caso, en el promedio 2007-2010, los países desarrollados representaban el 60% de las inversiones recibidas sobre los flujos de capital mundiales, frente a un 40% de los países y áreas emergentes y en desarrollo. Mientras, dichas economías emergentes tan solo representan en torno al 20% de los flujos de inversión en el exterior, frente al 80% de los países "ricos".

Cuadro 4.1

**Posicionamiento de España en los flujos de Inversión Extranjera Directa**

(En porcentaje de IED, en millones de dólares, para el promedio del periodo 2007-2010)

Principales países y áreas receptoras de inversión (% total mundial)		Principales países y áreas inversoras (% total mundial)	
Unión Europea	32,39	Unión Europea	43,82
Asia	22,47	EEUU	19,96
EEUU	14,71	Asia	13,74
Latino América y Caribe	11,01	Francia	7,70
Reino Unido	6,59	Reino Unido	7,43
China	6,39	Alemania	6,55
Bélgica	5,22	Japón	5,05
CIS ( <i>Commonwealth of Independent States</i> )*	5,12	Otros países de Europa	4,32
África	4,10	Latino América y Caribe	4,01
Hong Kong, China	3,83	Bélgica	3,96
Francia	3,72	Hong Kong, China	3,83
Canadá	3,53	<b>ESPAÑA</b>	<b>3,70</b>
Federación Rusa	3,38	Canadá	3,31
<b>ESPAÑA</b>	<b>2,85</b>	CIS ( <i>Commonwealth of Independent States</i> )*	3,29
Alemania	2,74	Italia	3,04
Brasil	2,51	China	3,03
Australia	2,45	Suiza	3,01
Países Bajos	2,30	Federación Rusa	2,99
India	2,09	Países Bajos	2,77
Arabia Saudí	1,97	Brasil	0,44

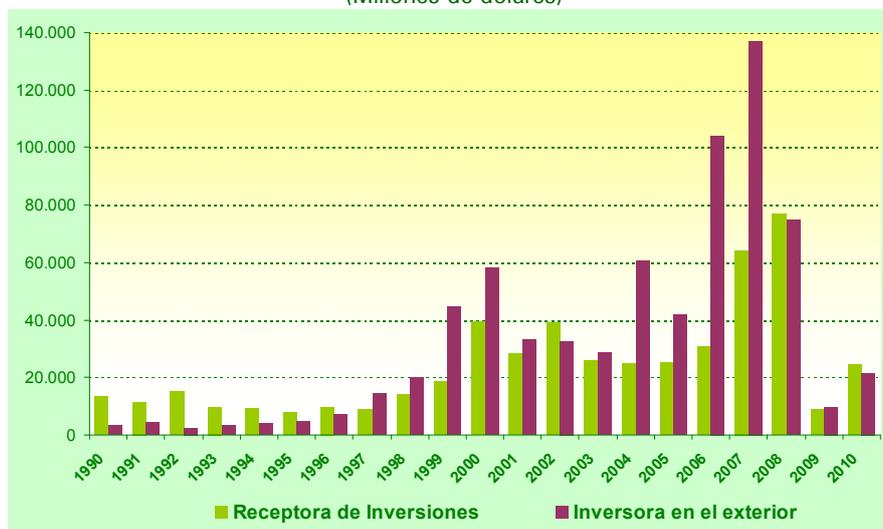
- En castellano, *Comunidad de Estados Independientes*, formado por 10 de las 15 ex repúblicas soviéticas, con la excepción de los 3 estados bálticos miembros de la Unión Europea (Estonia, Letonia y Lituania), más Turkmenistán, que es miembro asociado; Mongolia, que participa en algunas estructuras de la CEI como observador, y Ucrania, miembro *de facto*.

Fuente: UNCTAD, FDI/TNC database ([www.unctad.org/fdistatistics](http://www.unctad.org/fdistatistics)).

La Unión Europea es la principal inversora internacional, aglutinando el 43,8% de los flujos de IED mundiales en el periodo 2007-2010, seguido de EEUU y los países asiáticos, gracias a Japón (más del 5%), Hong Kong, (3,8%) y China (3%). Dentro de Europa, destacan Francia (7,7% de las inversiones directas en el mundo), Reino Unido (7,4%), Alemania (6,5%), Bélgica (3,96%) y después España (3,7%). Desde el punto de vista de las áreas y economías receptoras de IDE, destaca de nuevo la posición de la UE (que concentra el 32,4% de los flujos de inversión), Asia (22,5%), y por países tendría la primera posición Estados Unidos (14,7%), seguido de Reino Unido (6,6%), China (6,4%) Francia, y España, que habría recibido una cuota mundial de inversiones (2,85%) algo superior a la de Alemania (2,74%) en el periodo 2007-2010.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Gráfico 4.2  
Trayectoria de los flujos de inversiones de la economía española,  
1990-2010  
(Millones de dólares)



Fuente: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, World Investment Report.

Centrándonos en la trayectoria de los flujos de inversión en España puede comprobarse que hasta 1996, la economía española había sido receptora neta de IED, ya que el valor de las inversiones recibidas superaba a la IED que las empresas españolas realizaban en el extranjero. En 1999 y 2000, y con posterioridad -entre 2004 y 2007- esta brecha, a favor del posicionamiento foráneo de las empresas españolas, se agranda significativamente. Luego, con la crisis económica y financiera internacional se ha observado una retracción de los flujos, siendo curioso que desde entonces se haya mitigado el desequilibrio entre las entradas y salidas de inversiones directas españolas.

### 4.2 Los flujos de inversión extranjera en Andalucía

Dado que las estadísticas de Naciones Unidas (UNCTAD) no ofrecen información más desagregada por CCAA o regiones dentro de países, para el análisis de los flujos de inversión extranjera de Andalucía tomaremos como base los datos proporcionados por la Secretaría de Estados de Comercio Exterior, a través de DataInvex, la cual es dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad, siendo éstas también las utilizadas por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda) para la elaboración de sus estadísticas. En cualquier caso, la definición que se utiliza como inversión extranjera en el territorio español (según el Ministerio) resulta muy coincidente con la comentada hasta ahora. Así, la IED se correspondería con las operaciones llevadas a cabo por no residentes cuya casuística coincida con uno de los siguientes puntos:

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- La participación en sociedades españolas no cotizadas.
- Una participación superior al 10 por ciento en sociedades españolas cotizadas.
- La constitución o ampliación de dotación de sucursales de empresas extranjeras.
- Otras formas de inversión en entidades o contratos registrados en España (fundaciones, cooperativas, agrupaciones de interés económico) en las que el capital invertido sea superior a 3.005.060,52 euros.

Igualmente, tendrán la condición de inversión en el exterior aquellas operaciones de residentes españoles que cumplan uno de los siguientes supuestos:

- La participación en sociedades no cotizadas domiciliadas en el exterior.
- La participación en sociedades cotizadas domiciliadas en el exterior, siempre que sea superior al 10 por ciento del capital.
- La constitución o ampliación de dotación de sucursales.
- Otras formas de inversión en entidades o contratos registrados en el exterior (fundaciones, cooperativas, agrupaciones de interés económico) en las que el capital invertido sea superior a 1.502.530,26 euros.

Además, la Secretaría de Estado de Comercio diferencia entre operaciones realizadas a través de Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE) y las operaciones no realizadas por medio de estas entidades. No obstante, para justificar esta clasificación, es necesario definir a las ETVE<sup>9</sup>, como sociedades ubicadas en España cuyo principal objetivo es la tenencia de participaciones en

---

<sup>9</sup> Las operaciones del tipo "Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros" (ETVE) se separan, por tanto, del resto de las operaciones de inversión, clasificándose como:

- Operaciones de transmisión no dineraria (por ejemplo: las acciones) dentro del mismo grupo empresarial de participaciones del grupo en empresas extranjeras, sean o no realizadas por empresas fiscalmente acogidas al régimen de ETVEs.
- Todo tipo de operaciones llevadas a cabo por empresas fiscalmente registradas como ETVEs, cuando la actividad de la empresa sea únicamente la tenencia de valores extranjeros.

Existen, además de las mencionadas anteriormente, una serie de operaciones que implican cambio de titularidad de la inversión pero que no suponen variación en la posición inversora frente al exterior.

En el caso de la inversión extranjera son operaciones como:

- Transmisiones entre no residentes, de activos o participaciones en empresas residentes.
- Reestructuración de activos en España dentro de un mismo grupo empresarial cuya matriz es no residente.

Por otra parte, para el caso de la inversión española en el exterior estas operaciones son:

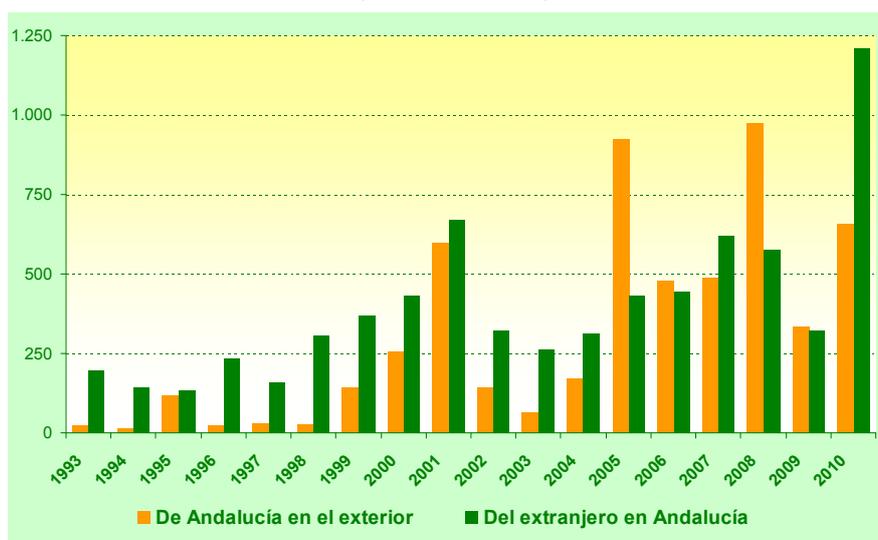
- Transmisiones entre residentes, de activos o participaciones en empresas no residentes.
- Reestructuración de activos en el exterior dentro de un mismo grupo empresarial dominado por una empresa residente.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

sociedades situadas en el exterior, justificando su existencia con el desarrollo de estrategias de optimización fiscal dentro de un mismo grupo empresarial y en muchos casos sus inversiones carecen de efectos económicos directos. Por consiguiente, este tipo de operaciones genera de forma simultánea una inversión extranjera en España, al producirse un aumento de capital no residente equivalente al valor de los activos financieros aportados, y una inversión española en el exterior por la misma cuantía, al adquirir una empresa domiciliada en España la titularidad de unos activos situados en el exterior.

Con la información estadística para el periodo 1993-2010, la información del DataInVex (Ministerio de Economía y Competitividad), los flujos inversores de España con el exterior resultan bastante coincidentes con la base de datos de la UNCTAD (teniendo en cuenta los cambios en la cotización euro/dólar). Mientras para el caso de Andalucía se aprecia un perfil creciente, similar al del agregado nacional, pero con notables diferencias. Así, cabe destacar que en la mayor parte del periodo analizado, la región andaluza ha sido receptora neta de inversiones del exterior, y solo en 2005 y 2008 se observó una mayor fortaleza de la inversión regional en el extranjero (también en 2006, la IED de Andalucía en el exterior superó a la recibida, pero de un modo menos desequilibrado). Por el contrario, España mantendría el estatus de emisora neta de flujos de capital (inversiones directas). Solo en 2008 y en años de menor dinamismo económico (1996 y el periodo 2000-2001) arrojó un saldo positivo la recepción neta de inversiones del exterior.

Gráfico 4.3  
**Comportamiento de los flujos de inversión directa\* de Andalucía**  
(Millones de euros)



\* Flujos de Inversión Directa Bruta

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

Sin duda, aunque del análisis de los flujos de inversión directa se deduce que éstos no tienen una relación tan clara con el ciclo económico como en el caso de las transacciones comerciales, si existe una vinculación estrecha entre el contexto económico y financiero, en general, con las expectativas que las empresas tengan acerca de las condiciones económicas en distintas áreas del mundo, al margen de otras circunstancias que hagan modificar el atractivo o la oportunidad de una inversión. Otro aspecto que no debe pasar desapercibido, por la influencia que tiene sobre las cifras de inversión regionales (tanto en lo que se refiere a la recepción como a la salida al exterior) es el efecto “sede social”, es decir, el domicilio fiscal de las organizaciones empresariales en una determinada comunidad autónoma va a tener un reflejo en los flujos de inversión de dicha región, si bien en otras localizaciones (otras sedes, sucursales,...) pueden tener una repercusión favorable en términos de empleo y riqueza. En cualquier caso, resulta llamativo que los flujos de IED del exterior en Andalucía hayan alcanzado un máximo histórico en 2010, ascendiendo a un total 1.211,13 millones de euros, aproximadamente el 5,3% de las inversiones recibidas del exterior por el conjunto de España en dicho año.

De este modo, cabe destacar que la cuantía de estas inversiones mantiene una elevada volatilidad a lo largo del tiempo, acorde con las fluctuaciones lógicas de las decisiones de grandes empresas “transnacionales”, lo que explica que el porcentaje que representan los flujos de IED de Andalucía sobre el total de España presenten notables oscilaciones, así como la cuantía absoluta de dichas inversiones de capital. Entre el 0,3% y el 3% en el caso de la inversión andaluza en el exterior sobre el agregado nacional. Con inversiones tan dispares que se sitúan en una horquilla de 12 millones de euros (en 1994) a 975 millones de euros (en 2008). Y entre el 1,1% y el 5,3% para el caso de las inversiones recibidas del exterior a empresas autóctonas, que en términos absolutos, irían de poco más de 133 millones de euros, en 1995, a los más de 1.211 millones de euros recepcionados en 2010.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Cuadro 4.2

### Evolución de los flujos de inversión (IED) de Andalucía, 1993-2010

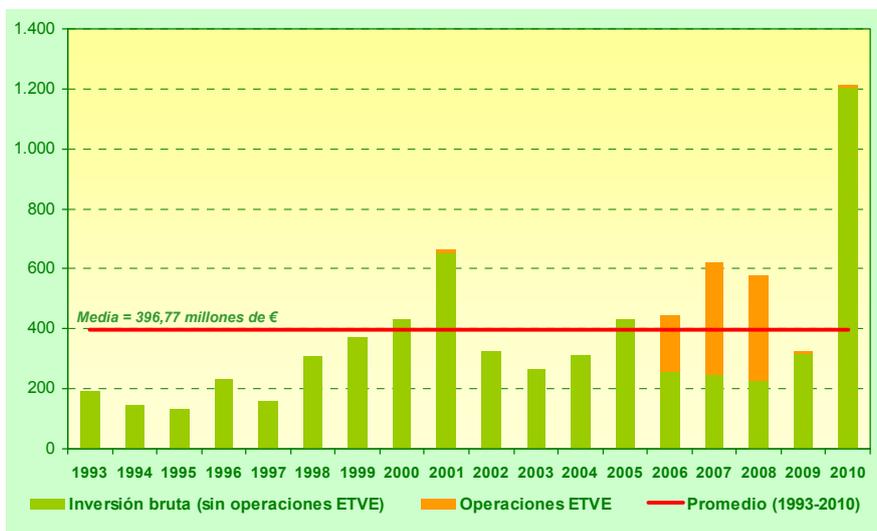
(Miles de euros)

	Inversión en el Exterior			Inversión recibida del exterior			Saldo flujo inversiones (las recibidas menos las realizadas fuera)	
	Andalucía	España	%	Andalucía	España	%	Andalucía	España
			Andalucía/ España			Andalucía/ España		
1993	21.656,53	1.882.982,57	1,2	194.012,20	5.424.178,09	3,6	172.355,67	3.541.195,52
1994	12.091,36	4.236.367,12	0,3	144.321,72	6.477.211,96	2,2	132.230,36	2.240.844,84
1995	116.081,79	5.991.278,95	1,9	133.084,03	5.393.167,23	2,5	17.002,24	-598.111,72
1996	24.082,82	4.775.954,45	0,5	232.447,17	5.598.344,48	4,2	208.364,35	822.390,03
1997	29.009,74	9.501.554,07	0,3	157.767,81	6.830.150,98	2,3	128.758,07	-2.671.403,09
1998	26.086,24	13.753.579,54	0,2	306.575,99	9.309.759,06	3,3	280.489,75	-4.443.820,48
1999	141.760,26	42.845.201,02	0,3	370.598,09	18.530.101,94	2,0	228.837,83	-24.315.099,08
2000	255.415,96	49.687.654,67	0,5	431.802,29	38.402.184,12	1,1	176.386,33	-11.285.470,55
2001	597.246,12	27.013.562,61	2,2	667.649,36	35.183.733,44	1,9	70.403,24	8.170.170,83
2002	144.164,64	26.006.545,28	0,6	322.982,91	32.914.863,84	1,0	178.818,27	6.908.318,56
2003	65.805,41	19.741.687,99	0,3	263.474,23	18.673.232,12	1,4	197.668,82	-1.068.455,87
2004	172.331,79	37.588.966,93	0,5	312.799,99	18.908.227,11	1,7	140.468,20	-18.680.739,82
2005	924.024,23	30.885.831,43	3,0	431.598,12	17.689.884,32	2,4	-492.426,11	-13.195.947,11
2006	476.474,01	60.779.049,53	0,8	443.433,74	13.955.742,83	3,2	-33.040,27	-46.823.306,70
2007	485.953,64	97.776.888,47	0,5	621.563,75	37.249.650,64	1,7	135.610,11	-60.527.237,83
2008	975.103,08	36.022.993,04	2,7	574.161,60	38.738.237,17	1,5	-400.941,48	2.715.244,13
2009	334.343,25	19.321.526,40	1,7	322.485,70	16.575.571,19	1,9	-11.857,55	-2.745.955,21
2010	660.445,54	27.670.310,53	2,4	1.211.132,45	22.820.312,23	5,3	550.686,91	-4.849.998,30
Promedio 1993-2010	<b>303.448,69</b>	<b>28.637.885,26</b>	<b>1,1</b>	<b>396.771,73</b>	<b>19.370.808,49</b>	<b>2,0</b>	<b>93.323,04</b>	<b>-9.267.076,77</b>
Promedio 2005-2010	<b>642.723,96</b>	<b>45.409.433,23</b>	<b>1,4</b>	<b>600.729,23</b>	<b>24.504.899,73</b>	<b>2,5</b>	<b>-41.994,73</b>	<b>-20.904.533,50</b>

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInvex), Ministerio de Economía y Competitividad.

A pesar de lo comentado de las Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE), en referencia a que tienen un carácter más especulativo, buscando mejores opciones fiscales y que a menudo no redundan en efectos económicos directos sobre la región o el país de destino, resulta destacado que su significación en los flujos de inversión recibidos por Andalucía no haya tenido apenas relevancia a lo largo del periodo analizado, salvo en los años 2006, 2007 y 2008, cuando la cuantía de éstos llegó a superar a los flujos de inversión tradicionales (no ETVE). En 2009 y 2010, el volumen de estos flujos de capital en Andalucía ha vuelto a ser minoritario (8 y 6,83 millones de euros, respectivamente), mientras la inversión a través de los ETVE de Andalucía en el exterior ha sido nula en 2010, después de que entre 2007 y 2009 se alcanzasen entre 370 y 118 millones de euros anuales.

Gráfico 4.4  
**Inversión bruta extranjera en Andalucía por tipo de operación**  
 (Millones de euros)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

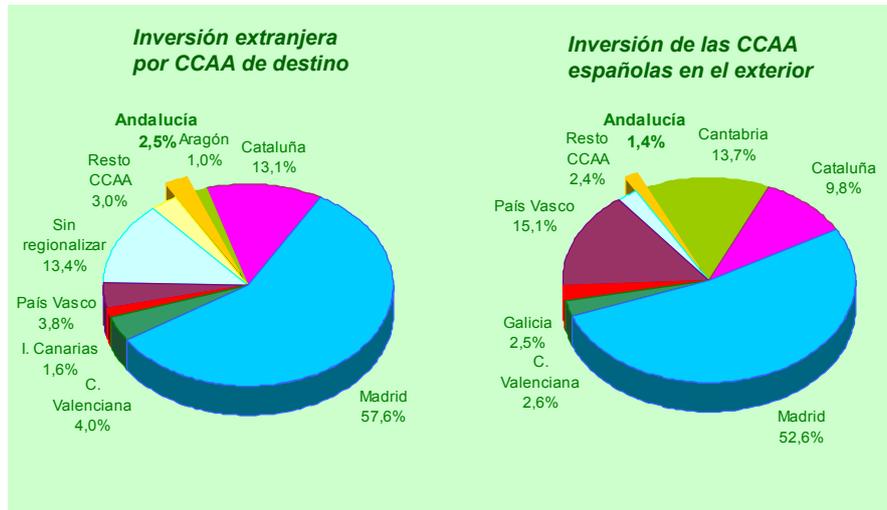
Para mitigar la alta variabilidad y dispersión en los flujos de inversión, resulta útil calcular los promedios para un periodo. De este modo, en el periodo comprendido entre 1993 y 2010, el valor de la inversión bruta recibida por Andalucía habría rondado los 396,8 millones de euros de media, una cifra superior al promedio de inversión realizada desde Andalucía en el exterior (303,4 millones de euros, en media anual), por lo que la posición inversora neta regional sería positiva, en más de 93 millones de euros de media en el periodo analizado, es decir, la Comunidad Autónoma recibe más inversión de la que realiza en el extranjero. Pero, por el contrario, si tomamos el promedio del periodo 2005-2010, entonces el flujo de inversiones realizadas en el exterior supera a las recepcionadas por la economía andaluza, (642,7 frente a 600,7 millones de euros), por lo que el saldo exterior neto de inversiones en dicho periodo sería negativo (en cerca de 42 millones de euros).

Dentro del contexto nacional, la significación de Andalucía resulta bastante reducida en comparación con otras grandes regiones económicas españolas. En concreto, considerando el periodo 2005-2010, la inversión extranjera bruta (IED) recibida por Andalucía habría supuesto tan solo un 2,5% del total nacional. Mientras, en lo que se refiere a la inversión realizada por Andalucía en empresas fuera de nuestras fronteras, esta proporción sería aún más reducida, un 1,4% del agregado español en el promedio del periodo. El hecho de que en la Comunidad de Madrid se concentren las grandes empresas y corporaciones nacionales explica que esta región suponga más de la mitad de

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

los flujos de inversión españoles en ambos sentidos, evidenciándose así el *efecto sede social* sobre estas cifras.

Gráfico 4.5  
Flujos de inversión directa extranjera por CCAA  
(promedio 2005-2010)

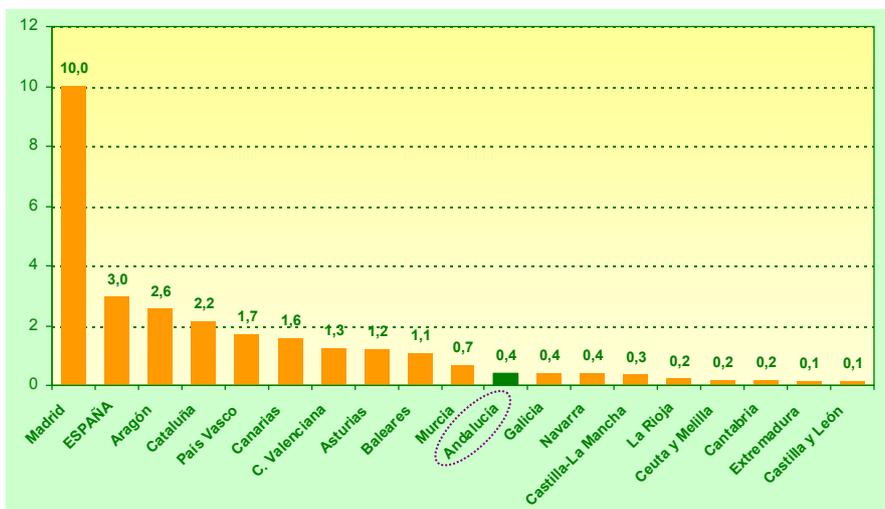


Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInvex), Ministerio de Economía y Competitividad.

Sin duda, el flujo de inversiones que Andalucía recibe y que realiza en el exterior resulta inferior a lo que cabría esperar en relación con su dimensión económica. Para ponderar este grado de permeabilidad o de atracción por parte de las economías regionales a la IED procedente del exterior, se ha calculado la media de los flujos de inversión recibidos por cada CCAA española en proporción a su Producto interior bruto (PIB) en el promedio de la última década. De este modo, puede comprobarse que Madrid aglutinaría un peso demasiado elevado de inversiones respecto a su dimensión económica (10%). Mientras, por el contrario, el peso que ostenta la inversión procedente del extranjero sobre la economía andaluza resulta demasiado reducido (0,4%). En el gráfico 4.6 se evidencia la influencia del sesgo "sede societaria" sobre las inversiones procedentes del extranjero por regiones, ya que la concentración en Madrid de grandes entidades societarias: industriales, financieras y de otros servicios explicarían esta posición de liderazgo de la Comunidad de Madrid, en relación al resto de España.

Gráfico 4.6

**Inversión extranjera bruta en relación al PIB por CC.AA**  
(porcentajes, en el promedio del periodo 2005-2010)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInvex), Ministerio de Economía y Competitividad.

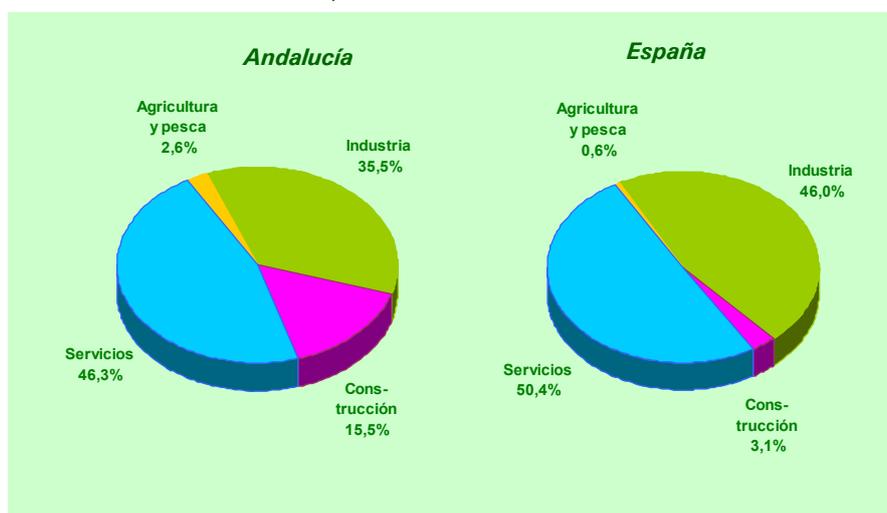
**4.3 La inversión extranjera en Andalucía**

Atendiendo al flujo de inversión recibido por Andalucía, en el análisis sectorial podemos mencionar que, en términos medios, durante el último lustro los sectores económicos regionales que mayor inversión han recibido del exterior han sido el de los servicios, con un 52% del total, seguido de la industria, con un 33% en el promedio del periodo 2005-2010. Entre ambos, acaparan más de tres cuartas partes de la inversión extranjera durante los últimos cinco años, recibiendo sólo un 13% el sector de la construcción y un 2% el sector de la Agricultura y Pesca. A pesar de que las fluctuaciones de un año a otro pueden llegar a ser muy importantes, esta distribución sectorial no sufre grandes variaciones. Así, también durante el periodo 2000-2010, fueron los servicios y la industria los grandes sectores económicos que atrajeron los flujos de IED procedentes del exterior.

Por otro lado, el sector de la construcción (15,5%) y el agrario (2,6%) reciben en Andalucía una mayor proporción de inversiones del exterior que en el promedio nacional, en el balance de la última década, prueba de la mayor relevancia y atractivo de estos sectores dentro del tejido productivo regional. Por el contrario, el sector industrial va a concentrar una mayor cuota de los flujos de capital extranjero en el resto de España, dada la significación más importante de las actividades manufactureras en otras CCAA españolas que en Andalucía.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Gráfico 4.7  
Distribución de la inversión bruta extranjera por sectores  
(promedio 2000-2010)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

Cuadro 4.3  
Inversión extranjera bruta en Andalucía y España por sectores  
(Millones de euros)

	Andalucía				España			
	Agricultura y pesca	Industria	Construcción	Servicios	Agricultura y pesca	Industria	Construcción	Servicios
2000	16,95	177,86	16,00	220,99	70,68	2.847,38	606,30	34.877,83
2001	5,47	130,72	145,42	386,05	48,47	15.301,00	558,69	19.275,57
2002	4,27	48,96	182,42	87,33	38,37	21.212,90	701,73	10.961,87
2003	44,75	63,80	68,21	86,71	195,37	10.585,03	343,57	7.549,27
2004	14,23	25,30	75,44	197,82	117,57	9.626,87	650,58	8.513,21
2005	13,03	166,42	101,73	150,41	44,26	5.855,46	565,71	11.224,45
2006	3,59	214,91	62,52	162,42	68,54	4.197,43	880,06	8.809,72
2007	6,26	43,83	76,01	495,47	123,34	26.526,64	2.278,00	8.321,68
2008	8,30	52,88	61,26	451,73	324,86	16.028,81	1.017,95	21.366,63
2009	21,71	18,01	39,85	242,92	374,38	7.886,84	701,90	7.612,45
2010	7,88	1.047,63	41,35	114,28	322,00	13.716,68	698,63	8.083,01
Promedio 2000-2010	13,31	180,94	79,11	236,01	157,08	12.162,27	818,46	13.326,88
Peso And. s/España	8,5	1,5	9,7	1,8	--	--	--	--
Desviación Estándar	11,34	281,58	45,99	138,19	120,85	6.958,60	490,41	8.183,37
% de Variabilidad	85,2	155,6	58,1	58,6	76,9	57,2	59,9	61,4

Fuente: Ministerio de Economía y Competitividad (DataInVex).

Tal y como puede comprobarse con la información del cuadro 4.3, el importe de las IED en Andalucía en los sectores industria y servicios (180,94 y 236,01 millones de euros), en el promedio del periodo 2000-2010, representa tan sólo el 1,5% y 1,8%, respectivamente, del total invertido desde el exterior en estos sectores en España. Por el contrario, el volumen de IED destinada al

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

sector de la agricultura y pesca de Andalucía (13,31 millones de euros anuales de media anual en el periodo señalado), así como al sector de la construcción (79,11 millones de euros) representan el 8,5% y el 9,7% del total de inversiones extranjeras en estos sectores de actividad, a nivel nacional. Además, la variabilidad del flujo de inversiones medida por la desviación estándar en el periodo analizado revela que en el caso de Andalucía, dicha dispersión es mucho más destacada en la industria y en los servicios que en la agricultura y la construcción que presentan menos fluctuaciones.

Atendiendo a la trayectoria observada en los últimos años (desde 2005) por la inversión recibida del extranjero en los dos grandes sectores, la industria y los servicios (entre los dos concentran en torno al 85% de las IED en Andalucía), conviene resaltar el excepcional incremento que ha tenido lugar en los flujos de inversión del exterior recibidos por el sector industrial, quien ha visto multiplicarse casi por sesenta el flujo de inversión recibida del exterior en el último año. Esta variación ha sido consecuencia de un fuerte incremento de la inversión exterior destinada al sector del "Suministro de Energía Eléctrica, Gas, Vapor y Aire", que ha sido diez veces superior a la de 2009. Con todo esto, el sector industrial ha pasado de representar un 5,6% del total de la inversión extranjera en Andalucía en 2009 a constituir un 86,6% del total. Además, la cifra alcanzada en 2010 se encuentra muy alejada del valor promedio del último lustro, tal y como podemos observar en el gráfico 4.8.

Gráfico 4.8  
**Comparativa de la inversión bruta extranjera en Andalucía  
en el sector industrial y los servicios**  
(Millones de euros)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInvex), Ministerio de Economía y Competitividad.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Por el contrario, este incremento infrecuente en el sector industrial regional, en 2010, ha coincidido con una considerable reducción de la inversión procedente del exterior en el sector servicios andaluz, que se ha visto reducida a prácticamente la mitad en el último año. No obstante, este comportamiento no sirve para sacar conclusiones acerca de una pérdida de atractivo del sector terciario regional. De hecho, con la información correspondiente al primer semestre de 2011, se deduce una recuperación de las ramas terciarias como sector de destino de las IED, siendo éste el que concentra una mayor proporción de la inversión extranjera en Andalucía.

Cuadro 4.4  
**Principales sectores y actividades productivas destino de las Inversiones extranjeras directas en Andalucía**  
Miles de euros

	2009	2010	% total Inversión Bruta en 2010	% And/ España
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	21.706,14	7.881	0,7	17,8
<b>Industria</b>	18.013,12	1.047.627,36	87,0	27,0
Industrias extractivas	274,11	44,6	0,0	0,1
Industria manufacturera	7.852,40	76.841,34	6,4	3,2
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	--	970.388,55	80,6	70,1
Suministro agua, acti. saneamiento, gestión residuos, descontaminación	9.886,61	352,87	0,0	24,4
<b>Construcción</b>	31.852	34.514	2,9	6,6
<b>Servicios</b>	242.914,89	114.276,62	9,5	1,7
Comercio mayor y menor; reparación vehículos motor	42.499,97	10.144,44	0,8	1,3
Transporte y almacenamiento	3.306,25	42.276,20	3,5	2,1
Hostelería	5.405,53	1.879,33	0,2	2,2
Información y comunicaciones	143.897,39	26.072,01	2,2	5,2
Actividades financieras y de seguros	647,75	2.002,97	0,2	0,2
Actividades inmobiliarias	21.937,40	18.868,81	1,6	3,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	24.903,38	10.581,14	0,9	1,1
Actividades administrativas y servicios auxiliares	231,21	127,01	0,0	0,0
Educación	1,5	--	--	--
Actividades sanitarias y de servicios sociales	60,53	272,91	0,0	0,9
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	16,23	2.051,80	0,2	6,2
Otros servicios	7,75	--	--	--
<b>Total</b>	<b>322.598,20</b>	<b>1.221.408,95</b>	<b>100,0</b>	<b>10,9</b>

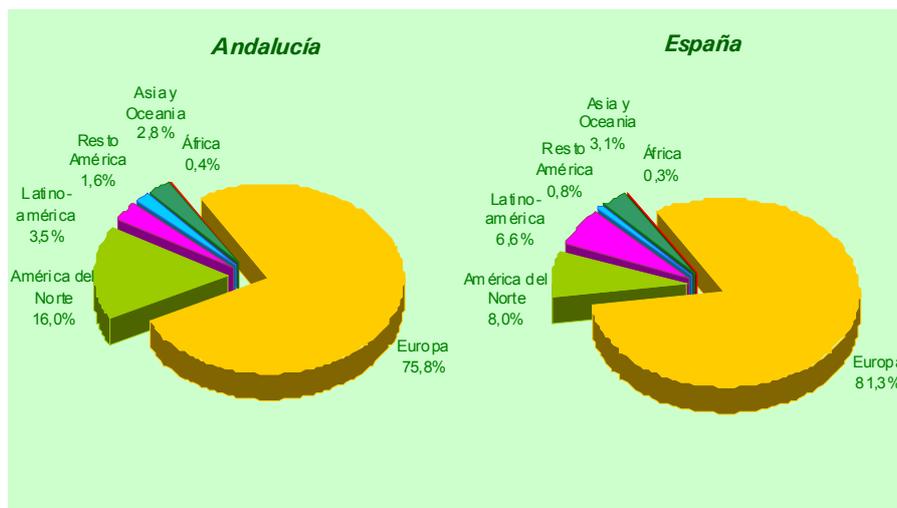
Fuente: Registro de Inversiones Exteriores, Ministerio de Economía y Competitividad.

Profundizando en los sectores de actividad que han sido receptores de las IED, cabe destacar que el incremento en el flujo de inversión exterior recibida por el sector industrial regional, durante 2010, es consecuencia del notable crecimiento experimentado por ramas de actividad como el "Suministro de Energía Eléctrica, Vapor y Aire", tal y como mencionamos anteriormente, y la "Industria Manufacturera", destacando dentro de ella, especialmente, el flujo inversor recibido por la "industria química", la industria de la "alimentación,

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

bebidas y tabaco” y el “material y equipo eléctrico”. Especialmente destacable es el caso de la industria química, que ha pasado, en términos absolutos, de recibir una inversión de 1,53 miles de euros en 2009 a 60,19 millones de euros en 2010, lo que contrasta con el retroceso en la cifra de inversión exterior que ha sufrido este sector a nivel nacional (un -83,8 %).

Gráfico 4.9  
**Áreas de procedencia de la inversión bruta extranjera recibida**  
(promedio 2005-2010)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

Mientras, el descenso de la inversión exterior en los servicios andaluces, en algo más de la mitad durante 2010, ha sido consecuencia, especialmente, de la caída del “Comercio” y de la “Información y Comunicación”, en un 76,1% y 81,9%, respectivamente. Lo cual contrasta con el enorme incremento experimentado en los “Transportes” y “Actividades Financieras”, así como en “Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento”.

A nivel nacional, se observa una situación semejante en estos sectores, con ligero aumento de los servicios y la construcción y retroceso de la agricultura y la pesca. Especialmente destacable es el incremento de la cifra de inversión recibida del sector de los “Transportes y almacenamiento” y de “Actividades profesionales y científicas”, donde la cuantía se ha visto duplicada y multiplicada por cinco, respectivamente. También es resaltable el retroceso del 63,7 % experimentado por el sector de “Información y Comunicación” respecto a 2009 en el montante de inversión exterior recibida.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Cabe recordar que Andalucía ha sido tradicionalmente receptora neta de inversiones del exterior, es decir, las inversiones procedentes del extranjero han sido (y son, en 2010) superiores a las realizadas por empresas andaluzas fuera, y que la inversión directa extranjera se puede materializar a través de varias fórmulas. Una, mediante la constitución o ampliación de una sociedad, o una segunda vía, muy importante, a través de la adquisición de una ya existente. A la primera fórmula (tanto de las constituciones como de las ampliaciones), se las considera que mayoritariamente son inversiones productivas, también denominadas como *greenfield*, es decir, que constituyen una aportación potencial al sistema productivo u ofrecen una nueva posibilidad de valor añadido, representando en torno al 65% de las inversiones recibidas durante los cinco últimos años.

La inversión directa extranjera en Andalucía procede en su mayoría de países de Europa, así, en el conjunto del periodo 2005–2010 el 75,8% de estos flujos tuvieron su origen en los países de Europa. Destaca el atractivo de la economía andaluza en estos últimos años para los países de América del Norte (principalmente EEUU), concentrando el 16% de las inversiones directas recibidas, mientras que los países Latinoamericanos tendrían un peso inferior al 3,5% en el flujo de IED recepcionado por la Comunidad Autónoma entre 2005 y 2010. Asimismo, destaca la presencia de capital asiático y de Oceanía en las empresas andaluzas (2,8% del total de los flujos de inversión). En comparación con el conjunto de España, se observa que el agregado nacional concentra una mayor cuota de inversiones de origen europeo y de América Latina que la economía andaluza.

De acuerdo con el Registro de Inversiones del Ministerio de Economía y Competitividad, los principales países que realizan inversiones directas en Andalucía a lo largo de los últimos años son Italia, Reino Unido, Francia, Países Bajos, EEUU, destacando en el último año, 2010, las procedentes de Corea del Sur, que han compensado el descenso de Luxemburgo y Alemania. No obstante, como es habitual en este indicador sobre el atractivo de la economía regional, se observa una elevada variabilidad temporal. En este caso, resulta muy relevante el fuerte incremento registrado por las IED procedentes de Italia en 2010, que ascienden a un total de 860,33 millones de euros, superando ampliamente a la inversión media que venía realizando a lo largo de los últimos años (entre 2005 y 2010, el promedio anual de inversión fue de 147,6 millones de euros), así como la realizada en 2000 (3,62 millones de euros). Según se desprende de la base de información estadística del Ministerio (DataInvex), ha sido una elevada inversión en la rama industrial de “Suministro

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado”, por parte de alguna corporación italiana, la responsable de este excepcional incremento.

Cuadro 4.5

### Principales países de origen de las Inversiones extranjera en Andalucía vs. España

Millones de euros

	Andalucía				España		
	Media 2005-2010	2000	2010		Media 2005-2010	2000	2010
Italia	147,62	3,62	860,33	Países Bajos	6.168,10	3.168,08	10.421,51
Reino Unido	50,99	18,51	67,76	Reino Unido	3.076,02	15.446,21	1.330,77
Francia	46,64	1,38	19,84	Alemania	2.281,63	742,80	1.821,26
Países Bajos	41,13	178,17	88,66	Luxemburgo	2.240,35	1.244,30	1.513,44
EEUU	22,61	8,28	34,63	EEUU	1.666,84	11.421,17	1.996,32
Luxemburgo	14,30	20,27	1,33	Francia	1.218,52	1.243,96	1.789,78
Alemania	13,30	2,64	1,19	Uruguay	632,52	114,71	330,88
Países Europeos No Comunitarios	11,74	132,68	6,31	Suiza	380,34	738,73	213,24
Suiza	9,22	132,42	5,80	México	312,36	72,42	756,93
Corea del Sur	8,96	1,00	53,78	Canadá	303,07	9,49	138,16
Portugal	5,46	1,00	1,22	Irlanda	143,60	20,04	12,87

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad, Registro de Inversiones.

De forma contraria, la IED procedente de otros países europeos no comunitarios, como Suiza, ha sufrido una notable reducción en 2010 (tan solo 5,8 millones de euros) una cifra que es casi la mitad del periodo 2005-2010. Algo similar ocurre con las inversiones con origen en Luxemburgo y Alemania, que en 2010 registran una notable reducción en comparación con la media de los últimos años e incluso con los montantes invertidos a principios de la década (año 2000). Por el contrario, en el último año destacan las inversiones con origen en Corea del Sur (53,8 millones de euros).

Por último, no debe pasar desapercibida las inversiones procedentes de los distintos paraísos fiscales que podemos encontrar repartidos por todo el mundo. Si bien, con motivo de la crisis económica y financiera internacional, supuestamente se han endurecido las condiciones de estas zonas con ventajas fiscales, lo cierto es que en 2010 el montante de inversiones recibido de estas áreas ha rondado los 21,13 millones de euros, una cuantía bastante inferior a la invertida en 2007, cuando se superaron los 61,130 millones de euros, pero muy indicativa del grado de vinculación existente con los paraísos fiscales. Los más destacados en términos de los flujos recibidos por Andalucía son Panamá, el más relevante en 2010 con más de 10 millones de euros, las Islas Vírgenes Británicas y Gibraltar. Por el contrario, se observa una disminución de las relaciones inversoras con Suiza en comparación con principios de la década.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

La situación a nivel nacional es más o menos semejante a la comentada a nivel regional, siendo los Países Bajos el país que más invierte en España durante 2010. Concretamente, las entradas de capital procedentes de este país casi se han triplicado respecto a 2009. A continuación, encontramos a Reino Unido como segundo origen más relevante de las entradas de capital en España. Este punto coincide con el caso andaluz, donde las islas británicas eran también muy relevantes en términos de inversión de capital. También destacan EEUU, Alemania y Francia, en orden al origen de las inversiones recibidas por el conjunto de España en el último año, 2010. Sin embargo, en atención a la procedencia de las inversiones en el periodo 2005-2010, también cabría destacar a países como Uruguay, Suiza, México, Canadá e Irlanda.

### 4.4 La inversión de Andalucía en el exterior por destinos y sectores económicos

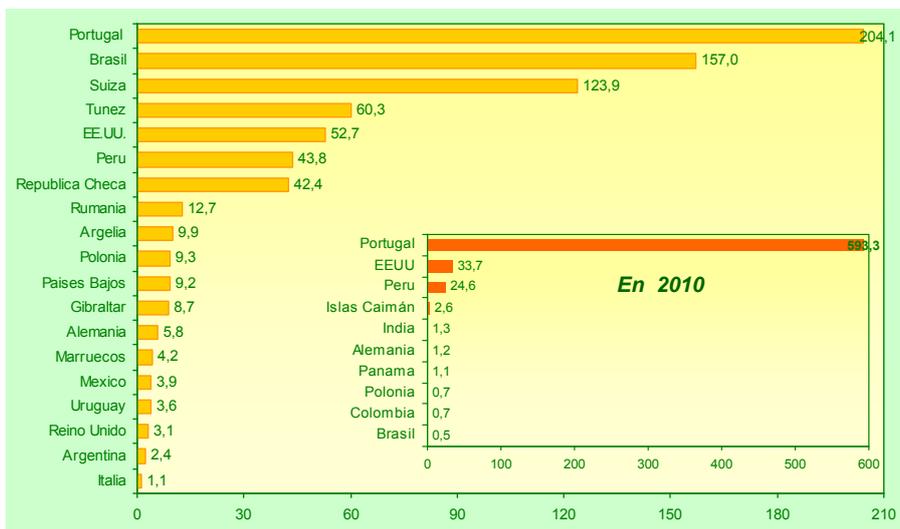
En este apartado centramos la atención en las inversiones que los agentes económicos de Andalucía efectúan en el extranjero, atendiendo en los principales países y áreas de destino, así como a los sectores productivos y ramas de actividad que son objeto de tales inversiones en economías foráneas. Con respecto a la evolución de la inversión directa de Andalucía en el exterior, *por zonas geográficas*, son los países de Europa los que más volumen de inversión andaluza acumulan, si bien se han observado algunas diferencias relevantes en los últimos años, coincidiendo con el boom de los flujos transnacionales y la crisis posterior. Así, en 2010 las empresas andaluzas concentraron el 90% de sus inversiones en los mercados de Europa, que ofrecen una mayor estabilidad y confianza al inversor, dirigiendo un 5% y 4%, respectivamente, de sus inversiones a América del Norte y a Latinoamérica. Sin embargo, en el promedio de los últimos años, la proporción de inversiones andaluzas que recibía Latinoamérica suponía el 29,4% del total, mientras América del Norte suponía un 7,7% y África el 3% (en 2010, era tan solo del 0,12%).

Este retraimiento o desconfianza hacia las inversiones en áreas menos estables, que no ha afectado a las destinadas al continente europeo, también se ha observado en el promedio nacional. Así, a Europa iban dirigidas el 69,2% de las inversiones de empresas españolas en 2010, mientras este porcentaje se situaba en torno al 65% en los últimos años. Asimismo, la

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

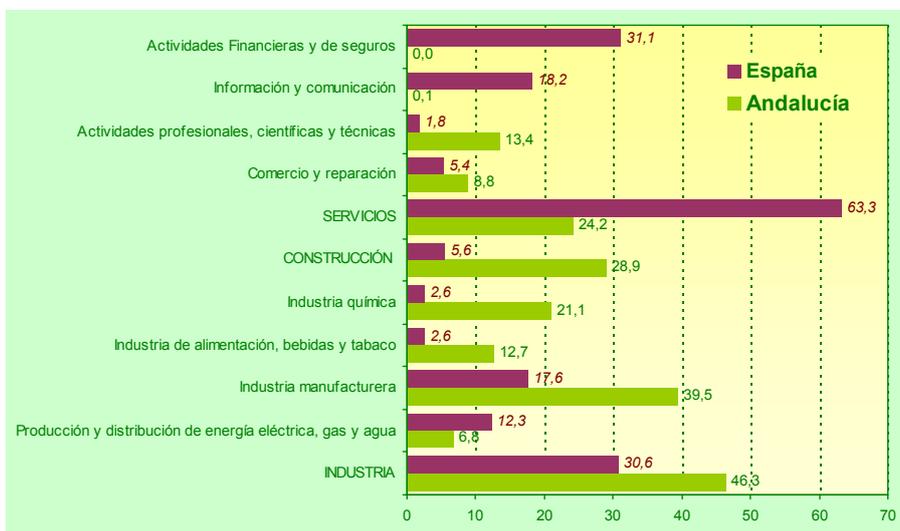
proporción de inversiones con destino a América Latina se han reducido del 18% al 13%.

Gráfico 4.10  
Países de destino de las inversiones directas en el exterior  
realizadas por Andalucía  
(Millones de euros en el periodo 2005-2010 )



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

Gráfico 4.11  
Principales sectores de destino de las inversiones directas en el exterior  
(% sobre el total de las IDE en el periodo 2005-2010)



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior (DataInVex), Ministerio de Economía y Competitividad.

De acuerdo con el Registro de Inversiones del Ministerio de Economía y Competitividad, los principales países a los que Andalucía dirige sus inversiones directas en el exterior son Portugal, Brasil, Suiza, Túnez, EEUU, Perú y República Checa, a tenor del periodo 2005-2010. No obstante, esta

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

ordenación está explicada por algunas inversiones puntuales en los últimos años, que en 2010 no se han mantenido, en algunos casos. De este modo, en 2010, Brasil, Suiza y Túnez no aparecen entre los principales destinos de los flujos de IED de Andalucía, si bien Portugal sigue ocupando la primera posición en este ranking, con 593,8 millones de euros. Acorde con el descenso comentado de las inversiones totales andaluzas en el exterior, los flujos de salidas a EEUU, Perú y a otros destinos como Alemania, Polonia, Rumania, Argelia, además de Brasil, han observado una drástica reducción desde 2008.

En el ámbito nacional, Reino Unido, Países Bajos y EEUU ocupan las primeras tres posiciones como destinos preferentes de las inversiones directas en el exterior realizadas por España, con los datos correspondientes al periodo 2005-2010. No obstante, en el último año, 2010, los Países Bajos ocuparon la primera plaza como destino de las inversiones españolas, ya que la IED en Reino Unido y EEUU sufrió un severo descenso. También Brasil, Francia, Hungría, Portugal, Italia, Alemania y Argentina vieron en el último año reducir los flujos de inversión con origen español, destacando por el contrario el incremento correspondiente a China. Las inversiones españolas dirigidas a la gran economía asiática se han incrementado notablemente en la última década (en 2000 eran de 43,13 millones de euros y en 2010 alcanzaron los 1.286,86 millones de euros). La IED de Andalucía en la economía china es muy escasa todavía, destacando solo en 2006 una inversión por valor de 2,79 millones de euros, lo que induce a pensar que aún hay que promocionar las relaciones comerciales con este gigante asiático.

Atendiendo a la *inversión directa que las empresas andaluzas hacen en el exterior* y teniendo en cuenta la elevada variabilidad observada en estos últimos años, también por grandes ramas de actividad, puede decirse que los sectores que concentran el grueso de los flujos de inversión directa de Andalucía en el exterior son la industria (46,3% del total de las IED realizadas por la Comunidad Autónoma en el extranjero entre 2005 y 2010), destacando dentro del sector manufacturero la industria alimentaria (12,7%) y la rama energética "Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua" que supuso el 6,8% de las inversiones realizadas por empresas andaluzas en el exterior. También destaca los flujos de salida de inversión en el sector de la construcción (28,9%), así como en los servicios (24,2%) y dentro de éstos, las "Actividades profesionales, científicas y técnicas" (un 13,4% del total), así como la rama "Comercio y reparación" (8,8%).

Aunque se tome un periodo amplio de referencia como el 2005-2010, puede que una inversión puntual en un sector extranjero por parte de una empresa andaluza pudiera distorsionar las conclusiones. Pero no sería así en el caso de la inversión protagonizada por el sector de la “Industria de suministro de energía, gas, vapor y aire y construcciones especiales”, al igual que en la “construcción de instalaciones eléctricas”, que registra una tendencia de cierta continuidad a lo largo del periodo de estudio, que evidencia el interés constante de las empresas del sector por aprovechar las ventajas que ofrecen los mercados exteriores. Por el contrario, resulta sorprendente el escaso peso de las actividades primarias y de algunos servicios, que presentan una escasa proyección internacional a través de la inversión directa en el extranjero, a pesar de la especialización productiva regional en dichos sectores. En este sentido, se intuye que hay un margen de actuación en dichas actividades que podría mejorar su posicionamiento exterior a través de IED en mercados foráneos.

En la distribución de los sectores de destino de las inversiones realizadas por empresas españolas se presentan algunas diferencias con respecto a lo observado para Andalucía (ver gráfico 4.9). Así, resulta destacable que la industria de “alimentación, bebidas y tabaco” tiene un menor peso que en los flujos de inversión regionales (2,6% frente al 12,7%), así como la industria química. Por su parte, las IED en “Actividades profesionales, científicas y técnicas” apenas son destino de las inversiones realizadas por empresas españolas (1,8% frente al 13,4% en el caso de Andalucía). Por el contrario, las “Actividades financieras y de seguros” y las de “Información y comunicación” son sectores atractivos para la inversión española en el exterior, ramas éstas que en la Comunidad Autónoma no tienen tanta relevancia (por tratarse de sociedades con domicilio fiscal fuera de Andalucía).

De acuerdo con la descripción de los flujos de inversión directa extranjera de Andalucía, en el Plan Estratégico de Internalización de la economía andaluza, 2010-2013, se extraen algunas conclusiones y propuestas que resultan oportunas de incorporar. Así, se cree necesario establecer un programa específico de fomento de la inversión extranjera a través de las entidades públicas que tengan encomendadas estas funciones, aprovechando la Red Exterior existente. También se estima adecuado incentivar la inversión extranjera en el sector servicios, en consonancia con la demanda internacional, así como la inversión foránea en las industrias de demanda y contenido tecnológico alto que proporcionan mayor valor añadido, tales como las relacionadas con la biotecnología, el medio ambiente, las energías renovables,

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

etc. Se señala la conveniencia de diversificar la inversión por países, centrando los esfuerzos de promoción en algunos que pudieran ser más idóneos, entre los que podrían encontrarse, por ejemplo, los países nórdicos, como Suecia o Dinamarca que no son importantes inversores en nuestra región y que podrían tener grandes posibilidades, debido a su especialización y a su desarrollo tecnológico.

### 4.5 Criterios para decidir realizar inversiones en el exterior

Antes de finalizar este capítulo conviene hacer una reflexión acerca de los efectos positivos que puede generar la inversión de Andalucía en el exterior de nuestras fronteras. Quizá las repercusiones de los flujos de signo contrario gozan de una mayor aceptación social, porque se considera que las IED procedentes del exterior van a generar actividad y empleo sobre la economía regional. Sin embargo, los beneficios de los flujos inversores hacia el exterior pueden parecer difusos y ser menospreciados.

En este sentido, el posicionamiento inversor de las empresas andaluzas debe entenderse como una forma de constitución, ampliación y ubicación en el mercado foráneo de destino, lo que significa a nivel microeconómico, un elemento de éxito y de competitividad diferencial –si llega a consolidarse–, con respecto a las empresas locales, que contribuirá a dinamizar las exportaciones de bienes y servicios de Andalucía.

No obstante, la emisión de flujos de inversión directa desde Andalucía hacia el exterior es aún bastante escasa, como hemos comprobado, porque las empresas se enfrentan a bastantes dificultades en esta tarea de internacionalización de sus actividades. El primer hándicap tiene que ver con el reducido tamaño y la escasa experiencia internacional de las empresas andaluzas, lo que dificulta su orientación hacia la inversión. También, en muchos casos, con la formación insuficiente en materia de comercio e inversión exterior por parte de directivos y empresarios. Además, se tiene poco acceso a la información sobre oportunidades de negocio y posibles mercados de destino de la inversión, por lo que debería ser una prioridad de la política de inversiones el propiciar el contacto con socios comerciales en el país de destino para favorecer el desarrollo de acuerdos de colaboración, alianzas estratégicas y *joint ventures*. En la actualidad, la crisis económica y financiera también se ha convertido en otro factor que está perjudicando el acceso a fuentes de financiación que faciliten proyectos de inversión en el extranjero.

En este intento de conocer mejor las necesidades y las motivaciones que tienen los agentes económicos (empresas) en materia de inversión en el exterior, en el Plan Estratégico de Internalización de la economía andaluza, 2010-2013, se señala la conveniencia de obtener información veraz y actualizada sobre los parámetros que son decisivos para la internacionalización de las mismas. De este modo, se establece la conveniencia de que, de forma paralela al apoyo sectorial, se cuente con otros apoyos específicos e individuales, en consonancia con otros rasgos cualitativos de las empresas. Para ello sería necesario disponer de encuestas o contacto directo, con el fin de captar su opinión y necesidades, seleccionando una muestra que abarcara todos los sectores y diferentes niveles de internacionalización.

Existen otras iniciativas, como la sugerida por el Club de Exportadores e Inversores Españoles<sup>10</sup>, que a través del desarrollo de un Índice de valoración de la inversión española en el exterior (IVIEE), trata de identificar los motores de la inversión española en el exterior. Así, el índice representa un intento de formalizar las variables de carácter externo, propias de cada mercado geográfico específico, que condicionan la decisión de inversión por parte de las empresas españolas y, en consecuencia, la selección de destinos específicos para sus inversiones directas. Además, el mantenimiento de este índice a lo largo del tiempo permite el seguimiento de la evolución de las circunstancias y tendencias en los flujos de inversión española en el exterior.

Aunque las decisiones de inversión en el exterior por parte de las empresas van a venir condicionadas por factores internos y externos, este índice se centra sólo en el análisis de los elementos externos ajenos a la empresa. Los aspectos relativos a características internas de la empresa son bastante más complejos (en el capítulo siguiente de este informe se hace un intento de aproximación) y han sido esbozados por las Teorías de la Organización Industrial. De este modo, nos centraríamos en los factores macroeconómicos que existen en las decisiones de inversión y en el destino de éstas, sin considerar los internos (microeconómicos) que propician la internacionalización

---

<sup>10</sup> El Club de Exportadores e Inversores Españoles es una asociación empresarial multisectorial sin ánimo de lucro, fundada en 1997 por un grupo de compañías con amplia experiencia en los mercados internacionales, movidos por la necesidad de contar con una organización específica que permitiera, de manera flexible, dinámica y empresarial, enfrentarse a los retos cada vez más complicados que se plantean en los mercados internacionales. En la actualidad, y en virtud de su vocación multisectorial, en él se encuentran representadas cien empresas de la práctica totalidad de los sectores productivos y de diversos tamaños cuya cifra conjunta de facturación equivale al 20% del PIB español, y de la que el 40% corresponde a su negocio internacional. Cuentan con unos 350.000 empleados y sus inversiones en el exterior constituyen el 50% del total de la inversión española internacional.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

(Dunning, 1988). Se trataría por tanto de aproximar de qué va a depender las decisiones de inversión de las empresas, partiendo del supuesto de que las circunstancias particulares de éstas (estructura de costes, eficiencia, rentabilidad, etc.) son idénticas.

Siguiendo estos criterios, y con la metodología<sup>11</sup> del Índice de Valoración de la Inversión Española (IVIEE), cuyo análisis tiene 668 variables de referencia, y resulta de agregar 25 factores para 23 países, se obtiene cuatro índices agregados. Para comprender mejor los indicadores parciales de la encuesta para el cálculo de los índices básicos y sus ponderaciones se presenta el esquema 4.1.

### Esquema 4.1 Composición del índice de valoración de la Inversión Española en el exterior

(Ponderaciones sobre el índice global, en %)



Fuente: IVIEE, Zaballa (2011), Club de Exportadores e Inversores Españoles.

Además, conviene aclarar que los 23 países seleccionados para la encuesta responden a tres criterios:

---

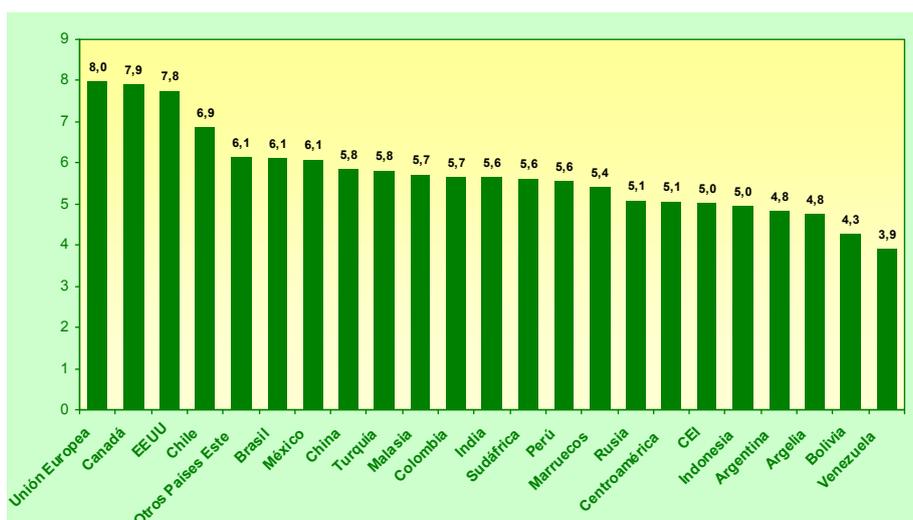
<sup>11</sup> Una encuesta dirigida a las 100 empresas españolas con mayor volumen de inversión en el exterior (que representan cerca del 40% del stock acumulado de inversión española en el exterior), junto con una serie de instituciones, que, por su especialidad en el ámbito del comercio, la economía y la actividad internacional de las empresas españolas están en condiciones de contribuir a este análisis. El tratamiento de los resultados de la encuesta para la elaboración de los índices tanto básicos como global consiste en un mecanismo de "scoreboarding", por el que los cuatro índices básicos son calculados mediante una media simple de los resultados que arrojan los índices parciales agrupados en cada uno de dichos índices básicos.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

1. *Criterio de relevancia*, en función del stock de inversión directa española ya acumulada.
2. *Criterio de potencialidad*, en función de las expectativas de posible intensificación de los flujos de inversión directa española y, por supuesto, de la capacidad demostrada para la captación de inversión extranjera procedente de otros orígenes.
3. *Criterio de comparabilidad*: en este caso, se han seleccionado tres países como Canadá, EE.UU. y la UE-15 que, además de responder a los dos criterios anteriores, contribuyen a relativizar y dimensionar el conjunto de los valores de la encuesta para otros países.

De acuerdo con los resultados del índice (IVIEE), la valoración correspondiente a 2009 (último año disponible) habría alcanzado los 5,74 puntos, una puntuación ligeramente superior a la de los dos años anteriores (5,70 y 5,72 puntos, respectivamente, en 2007 y 2008). Esta mejoría puede interpretarse como una mejora en el clima para la inversión española en el exterior, en la medida en que se mueven positivamente los factores diferenciales determinantes de su éxito, si bien debe tenerse en cuenta que esta mejor percepción relativa puede deberse al contexto económico menos favorable que en años anteriores de la economía española.

Gráfico 4.12  
**Valoración de las inversiones realizadas en el exterior por destinos**  
(valoración sobre diez del IVIEE, ordenado por la edición de 2009)



Fuente: IVIEE, Zaballa (2011), Club de Exportadores e Inversores Españoles.

## Capítulo 4. Los flujos de inversión de Andalucía en el contexto internacional

Según el ranking resultante de este índice (recogido en el gráfico 4.12), la UE obtiene la mejor valoración sobre las inversiones extranjeras, así como las economías de Norteamérica, en contraposición a las inversiones en Venezuela, Bolivia y Argelia, con la calificación más baja (menos de 5 puntos). Si comparamos la composición de dicho ranking con los países más importantes de la inversión andaluza en el exterior, (información del DataInvex) puede apreciarse una elevada concordancia, destacando la buena opinión –según el índice- que los empresarios dispensan a países como Brasil, además de los incluidos en la UE (Portugal, Suiza o Países Bajos).

Otra forma de aproximar las condiciones exteriores o interiores de una economía de cara a la inversión foránea sería la utilizada por el Índice de Competitividad Global, elaborado por el World Economic Forum y que presenta bastante similitudes y coincidencias con el IVIEE comentado para España. Como es sabido, el Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index, GCI) es un instrumento de comparación de la competitividad de distintos países, que mide aspectos microeconómicos y macroeconómicos, a través de tres grandes bloques:

- Requerimientos básicos, que comprende a su vez, una calificación de las instituciones, infraestructuras, entorno macroeconómico y salud y educación primaria.
- Potenciadores de eficiencia, teniendo en cuenta la educación superior, la eficiencia en el mercado de trabajo, el desarrollo de los mercados financieros, la capacidad tecnológica, el tamaño del mercado, entre otros.
- Factores de innovación y sofisticación, los cuales surgen de la agregación de dos grandes pilares: la complejidad de los negocios y la innovación.

El ranking de países que resulta de la ordenación en función del Índice de Competitividad Global, del World Economic Forum, revela que las primeras posiciones de un listado de 142 países, la ocupan economías como Suiza (primera), Singapur, Suecia, Finlandia, EEUU, Alemania, Países Bajos, Dinamarca, Japón, Reino Unido, seguidas de Hong Kong y Taiwan. Esta clasificación no parece muy distinta de la resultante con el análisis del IVIEE. De este modo, podría concluirse que Andalucía debería orientar sus inversiones hacia los países escandinavos (tal y como apuntaba el Plan Estratégico) y tener en sus destinos prioritarios las economías asiáticas emergentes, como Singapur, Hong Kong y Taiwan.



Capítulo 5

**LA ACTUACIÓN DE LOS  
AGENTES ECONÓMICOS EN LAS  
RELACIONES EXTERIORES DE  
ANDALUCÍA**

[VOLVER A ÍNDICE](#)



## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Con el objetivo de conocer las relaciones exteriores de la economía andaluza y su diagnóstico actual dentro del entorno nacional y mundial, tanto en términos de comercio de bienes como de inversión, en capítulos anteriores hemos realizado una aproximación al posicionamiento exterior de los principales sectores económicos de Andalucía, al tiempo que hemos identificado aquellos países y regiones que tienen una mayor importancia en los intercambios comerciales. A continuación, centramos la atención en el papel que desempeñan los agentes económicos en los mercados exteriores. El eje fundamental sobre el que gira el análisis, desde esta perspectiva, es la empresa andaluza, si bien nos ha parecido oportuno incluir una reflexión acerca del papel que desempeña el sector público, a través de la promoción del comercio exterior y las inversiones, ya que estos elementos reportarán un beneficio económico y contribuirán a mejorar el posicionamiento de Andalucía dentro de la economía nacional e internacional.

### 5.1 La internacionalización como estrategia de política económica

Sin duda, la relevancia del comercio exterior en la economía andaluza se manifestaría en la Edad Antigua con las relaciones con los pueblos fenicios o romanos, también en la Edad Moderna con motivo de las transacciones a través de los puertos andaluces con el imperio colonial. Pero, es con la llegada de la Revolución Liberal y las influencias del pensamiento de Adam Smith, cuando se considera la importancia del comercio exterior como un dinamizador del crecimiento económico en Andalucía, y se comprende que la iniciativa pública puede contribuir a través de la política económica a la apertura exterior y a la ampliación de mercados. Pero estas ideas incipientes se vieron relegadas a un segundo plano en un siglo XX convulso, habiendo de esperar finales de éste para que, al hilo de la integración en la Comunidad Económica Europea, estos planteamientos ocuparan protagonismo para los *policy makers*, sentándose las bases de las relaciones actuales de Andalucía con el exterior.

Existe un elevado consenso en admitir que cuanto mayor sea el grado de apertura de una economía, mayores posibilidades existen de modernización y desarrollo de esta economía, pues se considera como un elemento de permeabilidad de dicha sociedad a los procesos productivos más avanzados tecnológicamente. Dicho de otro modo, un elevado grado de intercambio

comercial, en sentido amplio, hace a una economía más proclive a adquirir capital humano y conocimientos desarrollados en el exterior, al tiempo que mejora sus propios procesos productivos, haciendo a la economía en su conjunto, en el medio o largo plazo, más eficiente y, en definitiva, más competitiva.

El hecho de que la internacionalización se convierta en un objetivo *macro* de la política económica supone que a nivel micro, la empresa pasa a ser un factor clave para establecer una posición competitiva en el mercado mundial. Y para alcanzar dicha competitividad en el exterior será necesario lograr unos niveles aceptables de productividad. De esta manera, el eje formado por los conceptos de modernización, innovación, productividad y competitividad, se encuentran estrechamente encadenados al proceso de internacionalización empresarial. Para la implantación de este esquema se requiere la colaboración de la iniciativa pública, a través de la promoción y asesoramiento a las empresas, así como en la elaboración de políticas exteriores y de ampliación de mercados, junto con la iniciativa privada que debe entender las ventajas de mantener relaciones empresariales con el exterior, en términos de acceder a mercados de mayor potencial, optimizar sus estructuras de costes, tener incentivos a la innovación, lo que a su vez reforzará su capacidad competitiva.

Pero esta política de internacionalización no puede estar desvinculada de la orientación de otras actuaciones principales por parte del sector público. En este sentido, la conocida Estrategia de Lisboa, del Consejo Europeo de 2000 estableció la necesidad de impulsar las políticas regionales de innovación y tecnología, para que se reforzara la competitividad con la finalidad de alcanzar un crecimiento económico sostenible, que además favoreciera la cohesión social en Europa. En este sentido, resulta contrastable que las regiones con menor renta per cápita en la UE son también las que presentan menores niveles de gasto en Investigación, Desarrollo e Innovación en relación a su PIB. Siguiendo estos criterios y tratando de corregir la posición poco aventajada de Andalucía en términos de PIB per cápita y esfuerzo innovador y tecnológico, la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo elaboró el Plan de Innovación y Modernización de Andalucía (2005-2010), cuyos efectos beneficiosos se han visto en gran medida mitigados por las repercusiones de la crisis económica.

Así, en el balance del periodo 2005 y 2010, el de la duración del Plan, el grado de apertura exterior de Andalucía se ha incrementado en 2,8 puntos porcentuales, una variación más destacada que el resto de CCAA españolas.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Pero, el incremento del gasto en I+D en relación al PIB en estos años ha sido bastante menos relevante, en torno a 0,37 puntos porcentuales durante el periodo comprendido entre 2005 y 2010, una variación ligeramente superior a la experimentada por el conjunto nacional (0,27 p.p. en el balance de dichos años). De este modo, el esfuerzo en I+D realizado por la economía andaluza (1,2%) se mantiene por debajo de la media nacional al situarse en 2010 (1,39%), si bien se ha producido un acercamiento muy destacado. Tampoco en este periodo se ha observado una convergencia en términos de renta per capita andaluza con la media española y con la UEM, lo que evidencia que los esfuerzos en materia de investigación y desarrollo, innovación, deben intensificarse por parte de todos los agentes sociales –incluidos la Administración –, al tiempo que la ampliación de el grado de apertura sea consecuencia de la expansión de las exportaciones, lo que redundará positivamente en el proceso de convergencia.

Sin duda, las especificidades de la estructura productiva andaluza, con un tradicionalmente elevado peso del empleo de baja cualificación, relacionado con actividades de baja productividad, requieren reincidir en los objetivos de innovación y modernización del tejido productivo regional, de incrementar la productividad del factor trabajo, en la inversión en factor capital para ayudar a la modernización de la estructura productiva andaluza y dirigirla hacia sectores más intensivos en capital tecnológico. No obstante, en esta tarea debe tener un papel principal el sector empresarial, al que la iniciativa pública debe tener presente en todas las medidas encaminadas para llevar a cabo este proceso de reconversión económica hacia mayores cotas de competitividad.

En el VII Acuerdo de Concertación Social de Andalucía (noviembre de 2009) se marcan un doble objetivo: por un lado, superar la actual fase de crisis económica, y por otro lado, seguir avanzando en las reformas estructurales hacia un modelo de desarrollo más sostenible. Así en el conjunto de líneas estratégicas, medidas y actuaciones incluidas en dicho acuerdo, su segundo eje está dedicado al “Desarrollo Empresarial y de Emprendedores”, donde se establece como objetivo, entre otros, impulsar la internacionalización de las empresas andaluzas, con especial atención a las PYMES. Asimismo, el acuerdo recoge específicamente en algunas medidas (medida 2.1.2 del Eje segundo), la “Internacionalización y captación de Inversiones”, con el objetivo principal de impulsar la internacionalización de la economía andaluza mediante la consolidación y el aumento del volumen de exportaciones de nuestra comunidad, la captación de inversión extranjera, el incremento del número de empresas exportadoras, empresas exportadoras regulares y empresas

internacionalizadas conscientes de que los resultados de esta medida tienen grandes sinergias con la competitividad, la productividad y la generación de empleo.

Para la consecución de los objetivos marcados en esta medida, dicho Acuerdo establece la puesta en marcha de las siguientes actuaciones:

- *Actuación 138:* potenciación de los instrumentos de gestión, fundamentalmente Extenda- Agencia Andaluza de Promoción Exterior, para el impulso de la internacionalización de la economía y las empresas andaluzas.
- *Actuación 139:* la elaboración del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010 – 2013, en el que se integren todas las estrategias, programas y acciones de la Junta de Andalucía para el impulso de la expansión internacional de las empresas y de la economía andaluza. Para dicha elaboración se constituirá un grupo de trabajo, coordinado por Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior, en cuyo seno se abordarán las siguientes cuestiones: la internacionalización de las empresas, la inversión de la empresa andaluza en el exterior, la captación de inversiones y la cooperación al desarrollo de carácter empresarial.
- *Actuación 140:* constitución tras la aprobación del Plan de una Comisión de Seguimiento y Evaluación.
- *Actuación 141:* impulso a las actuaciones dedicadas a aprovechar las oportunidades de atracción de inversiones en determinados sectores estratégicos, mediante la elaboración de un programa de fomento de la atracción de inversión directa y de empresas en Andalucía.

Ante la situación extremadamente grave por la que atraviesan actualmente las empresas, la caída de la demanda interna por el acusado descenso del consumo, las perspectivas de lenta recuperación de la economía mundial, nacional y andaluza, el gobierno andaluz junto a los agentes económicos y sociales considera que una de las prioridades que se han de poner en marcha para recuperar de manera sostenida las tasas de crecimiento y la creación de empleo y riqueza debe ser el reforzamiento de las políticas, planes y acciones estratégicas para la internacionalización de la economía andaluza, considerando también imprescindible el reforzamiento y recuperación de las políticas para la captación de inversiones del exterior.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Sin duda, los cambios acontecidos en el escenario económico internacional han provocado modificaciones en los comportamientos de los mercados y un nuevo contexto en el que tienen que desenvolverse las empresas andaluzas. Dichos cambios deberían convertirse en oportunidades para las empresas que decidan abordar proyectos en nuevos mercados, consolidar su presencia en los ya explorados o fomentar la atracción de inversión extranjera a nuestra Comunidad. En consonancia con estos planteamientos, la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan Estratégico para la Internacionalización de la Empresa Andaluza 2007 – 2010 propuso, en 2009, dar por finalizado éste y abordar un nuevo Plan Estratégico, más ambicioso y completo que el anterior, que sólo respondía a la internacionalización de la empresa. Ahora integra todas las políticas y estrategias relacionadas con la internacionalización de las empresas y de la economía andaluza (horizonte 2013). Así, el Consejo de Gobierno de 29 de diciembre de 2009 aprobó la formulación del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010 – 2013 (BOJA núm.13 , de 21 de enero de 2010).

La elaboración del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza, impulsado y coordinado por Extenda - *Agencia Andaluza de Promoción Exterior*-, es fruto de la colaboración de todos los agentes económicos y sociales firmantes del VII Acuerdo de Concertación Social de Andalucía y las diferentes Consejerías de la Junta de Andalucía en la Mesa de Trabajo creada al efecto (Agricultura y Pesca, Cultura, Economía, Innovación y Ciencia, Empleo, Gobernación y Justicia, Medio Ambiente, Presidencia y Turismo, Comercio y Deporte), contándose también con el apoyo técnico de las Universidades andaluzas a través de las Cátedras de Internacionalización de Extenda.

La iniciativa autonómica en este campo resulta concordante con la participación de la Administración Pública a nivel nacional, ejecutadas a través del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), organismo dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad, cuyo principal objetivo es la proyección internacional de las empresas españolas y que para desarrollo de su Plan Estratégico, durante el periodo comprendido entre 2009 y 2012, establece como prioridades:

- Incrementar las bases de empresas que se inician en la internacionalización, vía exportación o inversión.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- Facilitar a las empresas el máximo aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores, impulsando los nuevos factores de competitividad empresarial.
- Mejorar el conocimiento e imagen en el exterior de los bienes y servicios españoles.

Paralelamente, una de sus pretensiones es mejorar la cooperación institucional para la internacionalización de las empresas, con los denominados Organismos de Promoción Exterior (OPE) de las CCAA, que en el caso de Andalucía sería la mencionada Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), la que explica que las pautas de actuación del ICEX tengan un alto grado de coincidencia con los criterios del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza (2010-2013).

### *5.1.1 El éxito de las actuaciones públicas para el fomento de la internacionalización*

Sin duda, existe una gran dificultad para evaluar el papel de la iniciativa pública y cuantificar los logros de sus actuaciones sobre la mejora de las relaciones exteriores. No obstante, ambas instituciones públicas ofrecen servicios de información sobre oportunidades de negocio internacional y de asesoramiento sobre comercio exterior, cuya demanda constituye un indicador indirecto de la validez de estos servicios. Así, de acuerdo con la estadística elaborada por el ICEX, el número de usuarios del *servicio de oportunidades de negocio* en el territorio español ascendió a 27.378 consultas en 2010, lo que supone 4.196 usuarios más que en 2009. El 11,5% de las consultas han sido realizadas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, situándose en cuarto lugar en número de usuarios, tras Madrid (21,5%), Cataluña (18,7%) y Comunidad Valenciana (13,1%). Por consiguiente, el número de consultas en la región andaluza se incrementaron un 17,9% respecto a 2009, similar al experimentado por el conjunto nacional (18,1%). Sin embargo, en las consultas al *Centro de Asesoramiento Unificado en Comercio Exterior (CAUCE)*, se ha observado una reducción en 2010, situándose en el conjunto nacional en 79.835 consultas, de las cuales un 7,7% se realizan en el territorio andaluz.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

**Cuadro 5.1**  
**Nº de usuarios del servicio de “Oportunidades de Negocio” por CC.AA.**

	2009	2010	Variación absoluta 2010/09
Andalucía	2.668	3.145	477
Aragón	849	929	80
Asturias	425	546	121
Baleares	175	213	38
Canarias	528	651	123
Cantabria	252	273	21
Castilla y León	1.057	1.224	167
Castilla-La Mancha	914	1082	168
Cataluña	4.408	5.116	708
Comunidad Valenciana	3.015	3.584	569
Extremadura	277	369	92
Galicia	1.105	1.342	237
Madrid	4.867	5.881	1.014
Murcia	765	886	121
Navarra	344	372	28
País Vasco	1.214	1.396	182
La Rioja	297	345	48
Ceuta y Melilla	22	24	2
<b>TOTAL España</b>	<b>23.182</b>	<b>27.378</b>	<b>4.196</b>

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior.

Uno de los objetivos de la política de internalización de la economía española y andaluza es la ampliación de los mercados, de aquí que el ICEX cuente con un Plan Integral de Desarrollo del Mercado (PIDM), del cual se deduce una menor atención a mercados que se consideran maduros, especialmente europeos, y una redirección de fondos y recursos hacia los mercados emergentes. En este sentido, se consideran mercados prioritarios para España los siguientes:

- El grupo de los denominados BRIC (Brasil, Rusia, India y China), porque se trata de economías emergentes y dinámicas, que han crecido a tasas elevadas en los últimos años, por lo que el incremento de sus rentas, el giro hacía el capitalismo experimentado y su grado de apertura exterior, los sitúan entre los principales clientes potenciales de productos españoles.
- Países de la OPEP, entre los que destacan Argelia y los países del Golfo Pérsico, al tratarse de economías de gran poder adquisitivo, aunque existan grandes desigualdades en la distribución de las rentas, cuyo crecimiento está sustentado en la industria petrolífera.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- Corea del Sur, por su especialización productiva en productos de alta tecnología, vinculados a sectores como electrónica, automoción o telecomunicaciones, basados en el desarrollo de grandes conglomerados empresariales (denominados Chaebol), que han adquirido grandes dimensiones y han desarrollado la economía del país hasta situarla como undécima economía mundial.
- Turquía, por su tamaño económico y su significación geoestratégica.
- EEUU y Japón.- son dos de las principales economías mundiales y que mayor cantidad de productos importan del resto del mundo. Mientras que Japón importa principalmente materias primas por su carencia de recursos, los EEUU importan del resto del mundo productos destinados al consumo final.
- México, después del fuerte incremento observado por las inversiones en infraestructuras, y servicios financieros, entre otros, España pretende darle un giro al saldo de la balanza comercial con el país azteca.
- Marruecos, que por su proximidad geográfica y lazos culturales se sitúa como principal destino de las inversiones y exportaciones españolas al continente africano.

Gráfico 5.1  
Evolución del crecimiento económico y de las exportaciones andaluzas a los principales mercados potenciales



Nota: las líneas de división marcan el crecimiento económico mundial medio del 5,1 por ciento en 2010 y el crecimiento de las exportaciones andaluzas del 27,6 por ciento.

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad, Fondo Monetario Internacional y OCDE.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Con la intención de comprobar cuál ha sido la evolución de las exportaciones de Andalucía a esta selección de países, que el ICEX define como potenciales en su Plan Integral de Desarrollo de Mercados, en el gráfico 5.1 se presentan los resultados de este contraste. Así, la economía andaluza encontraría una mayor facilidad en la colocación de sus bienes en países asiáticos, concretamente Corea, India y China, seguidos de cerca por Turquía y Brasil, países que han experimentado un crecimiento destacable del PIB y de la renta per cápita de sus habitantes, y por tanto de su capacidad de compra. Por el contrario, en Japón, Oriente Medio y Norte de África, las exportaciones habrían crecido por debajo de las dirigidas a otras áreas geográficas donde el avance del PIB habría sido más bajo en 2010 (EEUU y Rusia), lo que podría ser indicativo de dificultades en la política de ampliación de mercados de la región andaluza.

Al mismo tiempo, según la propia información ofrecida por EXTENDA, por efecto de los Planes de Internacionalización de la economía andaluza, los destinos foráneos de la oferta productiva regional han variado, reduciéndose su dependencia de la Unión Europea en su conjunto, ya que las exportaciones al continente europeo han disminuido y en cambio han ganado peso destinos como Asia, que ha aumentado más de un punto en la última década, o África, que actualmente recibe más del 6% de las exportaciones andaluzas (4,25% de media en el I Plan). Además, durante este periodo han desarrollado su capacidad internacional empresas pertenecientes a sectores no tradicionales de Andalucía y en muchos casos fruto de las innovaciones tecnológicas, como la Biotecnología, las Tecnologías de Información y Comunicación, el sector Aeronáutico, la Energía y el Medio Ambiente, los Servicios a Empresas o las Industrias Culturales.

Para la ampliación de mercados en el exterior de bienes y servicios andaluces, EXTENDA pone a disposición de los empresarios andaluces una amplia red de oficinas en diversos puntos del mercado mundial, pudiendo distinguirse tres tipos distintos de oficinas en función de los servicios que realizan:

- Oficinas de promoción de negocios, que apoyan a las empresas que quieren introducirse en el mercado internacional o ampliar su cartera de clientes.
- Centro de negocios, que son oficinas de promoción de negocios con espacio disponible para aquellas empresas andaluzas que deseen desarrollar su trabajo desde una sede física en dicho país.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- Oficinas antena, que dan servicio de apoyo por medio de una empresa de consultoría ya ubicada en el país, en coordinación con una oficina de promoción de negocios.

En el cuadro 5.2 se presentan la evolución de las exportaciones andaluzas a los países en los que EXTENDA dispone de algún tipo de oficina, apreciándose que, en general, el crecimiento de las exportaciones ha sido en estas economías positivo y superior a la media regional (5,4%) en el periodo comprendido entre 2005 y 2010. Solo en Panamá, Hungría, Reino Unido y Argelia experimentan una caída en la demanda (valor) de productos andaluces, que puede estar explicada por diversos motivos, mientras que Francia y Alemania, mercados ya maduros para el sector exportador andaluz, muestran crecimientos discretos. Atendiendo a la tipología de oficina, se observa que las *antenas* se centran en mercados nuevos y emergentes, entre los que destacan países del Este de Europa y los asiáticos, por lo que las relaciones exteriores con Andalucía han crecido de forma sustancial. En los *centros de negocio* el incremento de la demanda de bienes andaluces se presenta más moderado. Finalmente, las *oficinas de promoción de negocios* se centran en países con relaciones comerciales consolidadas, así como en emergentes (Brasil, China), por lo que se encuentran crecimientos moderados junto a otros más elevados.

Cuadro 5.2

**Países con oficinas de EXTENDA, por tipo y crecimiento de las exportaciones andaluzas**  
(Tasas de variación media anual de las exportaciones entre 2005 y 2010, en %)

Oficinas de promoción de negocios		Centros de negocio		Oficinas antena	
Argentina	11,25	China	9,99	India	10,15
México	12,45	Japón	13,48	Corea	32,50
EEUU	8,16	Bélgica	7,58	Argelia	-4,10
Panamá	-17,15	Reino Unido	-0,88	Rumanía	33,02
Chile	19,28	Rusia	7,78	Turquía	6,65
Brasil	19,11			Ucrania	39,64
Emiratos Árabes	9,89			Bulgaria	48,77
China	9,99			Angola	27,21
Marruecos	13,68				
Hungría	-15,62				
Alemania	2,91				
Portugal	9,14				
Francia	1,86				
República Checa	25,97				
Polonia	9,00				

*Nota: la tasa de variación promedio de las exportaciones totales andaluzas en el periodo 2010/05 asciende al 5,4%.*  
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

En definitiva, de forma general, se aprecia cierta correlación entre aquellos países que cuentan con oficinas de EXTENDA y el crecimiento de las exportaciones, ya que la promoción y el asesoramiento para la internacionalización de las empresas andaluzas facilitan los intercambios comerciales.

### *5.1.2 La oferta exportable andaluza en el Plan Estratégico de Internacionalización de la economía andaluza*

En el Plan Estratégico para la Internacionalización de la economía andaluza se hace una identificación de la *oferta exportable* de Andalucía. Se trata de una identificación de aquellos bienes y servicios con capacidad para competir, así como de sus posibilidades de éxito en los mercados exteriores. Los sectores de dicha oferta exportable lo forman empresas cuyas actividades pueden responder a diferentes CNAE y reunir tanto empresas de producción de bienes como de oferta de servicios. De este modo, ese grupo de empresas se presentaría como una oferta sectorial, en la que las unidades que forman parte compartirían sinergias y se aprovecharían de canales similares en los mercados exteriores.

Según el Plan Estratégico, la oferta exportable andaluza se ha incrementado extraordinariamente en los últimos años, con lo que se ha logrado una diversificación sectorial muy positiva que amplía el conocimiento de Andalucía en el mundo, de forma continua y progresiva a nuevos sectores de productos y / o servicios que son susceptibles de internacionalizarse. Además habría que tener en cuenta otros elementos transversales que suponen una manera específica de presencia en el exterior como las franquicias, duty free, flamenco, canal contract, licitaciones internacionales y mercado multilateral, y sectores vinculados al cambio climático.

Pero la tarea de identificar la oferta exportable andaluza, de forma exhaustiva exige una actualización y revisión constante. Para ello resulta fundamental contar con la participación del propio sector empresarial a través de empresas y de sus Asociaciones Sectoriales, no sólo en la caracterización del sector sino también en la promoción del mismo, a fin de favorecer la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios regionales. El Plan Estratégico para la Internacionalización de la economía andaluza hace una aproximación a la realidad de la oferta exportable en Andalucía mediante una sintética descripción de los cuatro grandes macrosectores (agroalimentario, consumo, industria y servicios) y su correspondiente análisis DAFO, que ha permitido

identificar las principales necesidades y esbozar unas estrategias de desarrollo específicas.

Así, el análisis de las exportaciones andaluzas por áreas geográficas puso una vez más de manifiesto que el grueso de las exportaciones andaluzas se concentra en los países de la Unión Europea y en el resto de Europa en general, aunque de forma progresiva ambas zonas van perdiendo peso en el conjunto de las exportaciones en beneficio de otras áreas geográficas como Asia, África y América. El comercio exterior andaluz debe tender a ganar cuota en los mercados a los que ya exporta y penetrar con más profundidad en aquellos que aún han sido poco explotados, consiguiendo con ello incrementar las exportaciones y de forma paralela diversificarlas geográficamente. El conocimiento de los mercados exteriores se convierte así en una herramienta estratégica para la promoción del comercio exterior, así como de las inversiones de la región y la internacionalización de las empresas que conforman su tejido económico. Seleccionar los mercados más atractivos en su conjunto para nuestra economía es un ejercicio a realizar periódicamente de manera que se identifiquen las oportunidades de forma anticipada y se focalice el apoyo de un modo más intenso en los mercados adecuados.

Por ello en el Plan Estratégico se hace una clasificación, que no ranking, de aquellos mercados que se consideran con potencial adecuado para desarrollar actividades que contribuyan a la internacionalización de la economía andaluza en su conjunto. Para la selección de dichos mercados se ha analizado la combinación de distintos parámetros con una metodología similar a la utilizada por la Secretaría de Estado de Comercio para la selección de los países en los que desarrollar los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado y se han tenido en cuenta indicadores cuantificables que permitirán además actualizar, evaluar y controlar los resultados a lo largo del tiempo:

- *Indicadores de Atractivo de Mercado* que tienen en cuenta las características económicas y sociales de los mercados, así como la posición de los mismos en cuanto a las importaciones mundiales.
- *Indicadores de Fuerza Competidora* que muestran la posición de las exportaciones andaluzas en el país.
- *Indicadores de Posición Inversora* que miden el interés que dichos mercados representan en las inversiones mundiales.
- 

De dicha combinación resulta una lista de 70 mercados atractivos que se pueden estructurar en cuatro grupos:

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Grupo 1: se trata de países con economías muy desarrolladas y gran fuerza competidora, y que además ocupan una posición muy alta en relación con la emisión y recepción de inversión directa extranjera a nivel mundial. Este grupo lo conforman Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido, países con riesgo comercial y político muy bajo.

Grupo 2: en estos mercados, de economías igualmente desarrolladas, Andalucía está muy bien posicionada en cuanto a su cuota exportadora y presentan altos niveles de posición inversora. Se trata de Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, India, Japón, México, Rusia, Singapur, Suecia y Suiza.

Grupo 3: los indicadores analizados muestran que estos países presentan potencial porque aún están en crecimiento, y Andalucía tiene que ganar cuota exportadora en los mismos. El riesgo comercial es medio y el político, bajo. En este grupo se incluyen Arabia Saudita, Argelia, Austria, Corea del Sur, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Finlandia, Irlanda, Malasia, Marruecos, Noruega, Polonia, República Checa, Tailandia y Turquía.

Grupo 4: este grupo lo forman 36 países, que aún caracterizándose por mostrar unos indicadores más moderados en comparación con los demás, siguen formando parte de una selección previa de países atractivos y con potencial para las exportaciones andaluzas: Angola, Argentina, Bulgaria, Chile, Chipre, Colombia, Costa de Marfil, Cuba, Ecuador, Egipto, Eslovenia, Filipinas, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Israel, Jamaica, Kenia, Letonia, Líbano, Lituania, Nigeria, Omán, Pakistán, Panamá, Perú, Qatar, República Dominicana, República Eslovaca, Rumania, Sudáfrica, Túnez, Ucrania, Venezuela y Vietnam. Estos países presentan perspectivas de crecimiento y es necesario que Andalucía aproveche las oportunidades de negocio que los mismos brindan.

Sin olvidar el peso de los flujos inversores, y con el objetivo de establecer una política proactiva de promoción de Andalucía para la captación de Inversión Extranjera Directa (IED), también en el Plan Estratégico se realiza una selección de mercados de entre aquellos en los que ya existen Oficinas de la Red Exterior. Se ha tenido en cuenta, además de los criterios de mercado y evolución de inversiones, la potencialidad en los mismos de los sectores prioritarios predefinidos para la captación de IED en nuestra Comunidad. Antes de identificar los países prioritarios, se realizó un diagnóstico en el que se concluyeron los siguientes resultados:

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

- La configuración actual de la Red Exterior atiende de manera satisfactoria una gran mayoría de países que resultan prioritarios para la economía andaluza.
- Los mercados europeos, que son nuestros principales socios comerciales, son mercados atractivos en los que sería conveniente mantener las políticas de apoyo con el fin de consolidar y aumentar las exportaciones a los mismos.
- Se evidencia una tendencia de las exportaciones andaluzas a ganar peso en áreas geográficas diferentes de la europea, por lo que se intensificarán los esfuerzos dirigidos a los países de estas áreas de influencia y en concreto en América, Asia y África.

De acuerdo estas conclusiones se establece que el apoyo al sector exterior debe centrarse en la selección de mercados, que según el Plan deberían ser, con carácter preferencial, los señalados en el cuadro 5.3. No obstante, la selección de mercados debe completarse con la realización de un seguimiento periódico para cada uno de los sectores de actividad, de manera que puedan establecerse selecciones de mercados prioritarios más ajustadas a los intereses de cada sector exportable andaluz.

Cuadro 5.3

### Mercados prioritarios para la captación de Inversión Extranjera Directa (IED) por sectores

<i>País</i>	<i>Sectores prioritarios</i>
<b>EEUU</b>	Todos los sectores
<b>Reino Unido</b>	Aeroespacial TIC
<b>Alemania</b>	Aeroespacial Energías Renovables
<b>Francia</b>	TIC Energías Renovables
<b>Benelux</b>	TIC Biotecnología
<b>Japón</b>	Energías Renovables Medio Ambiente
<b>China</b>	TIC Energías Renovables
<b>Portugal</b>	TIC
<b>Rusia</b>	TIC

Fuente: Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza.

## **5.2 La posición exterior de la empresa andaluza**

Como hemos visto, en el proceso de internacionalización de la economía va a desempeñar un papel protagonista principal la empresa andaluza, por lo que resulta interesante realizar una aproximación a la realidad del tejido empresarial andaluz desde la perspectiva de la orientación exportadora. Además, el conocimiento y la caracterización del sector empresarial resultan cruciales a la hora de diseñar políticas de internacionalización.

Sin duda, desde la óptica del sector privado de la economía, una de las principales barreras con que se encuentran las empresas en el proceso de apertura exterior del tejido empresarial andaluz tiene que ver con el reducido tamaño de éstas. En 2010, de las 498.579 empresas de la región, un 95,6% eran empresas sin asalariados y microempresas (de 1 a 9 trabajadores asalariados), lo que muestra la atomización de las unidades productoras regionales y su baja propensión a la internacionalización. La presencia en el tejido productivo andaluz de medianas y grandes empresas, que por su dimensión tendrían a priori más fácil el posicionamiento en el comercio exterior (gracias al aprovechamiento de las sinergias que les proporciona las economías de escala, aunque evidentemente ésta sería una condición necesaria pero no suficiente) es muy reducida. Por tanto, las estrategias de internacionalización de la empresa no deben permanecer desconectadas de otras que propicien la cooperación, la concentración empresarial y otras fórmulas que sirvan para superar el hándicap del tamaño empresarial. Entre estas otras fórmulas o vías para propiciar el posicionamiento empresarial en el exterior podría citarse, por ejemplo, a las denominadas *joint ventures*, mediante las cuáles dos empresas se alían, una de ellas normalmente asentada en el mercado local de destino, realizan una inversión mixta, en la que la empresa local aporta sus conocimientos sobre las preferencias de los consumidores.

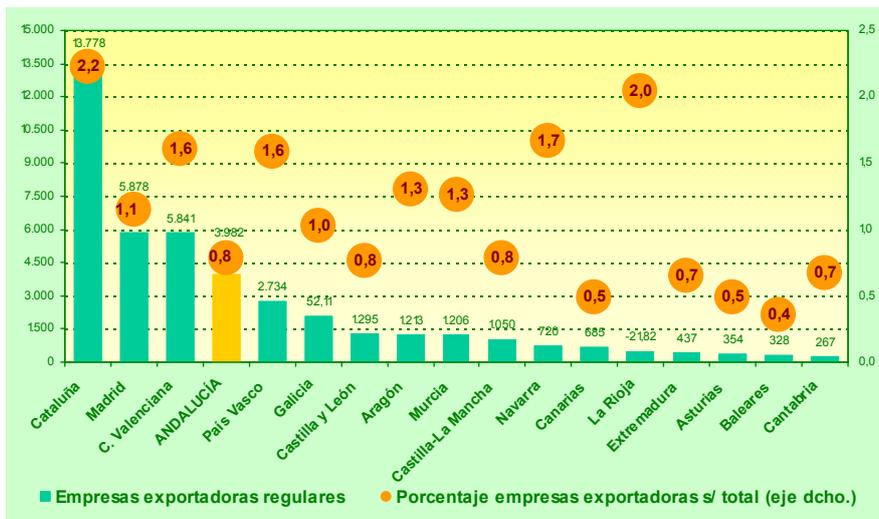
En este apartado analizamos la información disponible sobre las empresas exportadoras, teniendo presente que los incrementos de las cifras de exportación dependen tanto del aumento del número de empresas exportadoras como del incremento del valor medio exportado por cada empresa. De este modo, resulta obvio que, el valor de las exportaciones se verá reforzado tanto por el incremento de la base empresarial exportadora como por la mayor facturación (ventas) de las empresas en el exterior.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

### 5.2.1 Demografía empresas exportadoras e importadoras

De acuerdo con la información que ofrece la Secretaría de Estado de Comercio Exterior, en colaboración con la Cámara de Comercio y la Agencia Tributaria, publicada en el informe “La Empresa Exportadora Española 2006-2009”, en la categoría de empresas exportadoras se encuentran todas aquellas empresas que hayan realizado alguna exportación en el año por valor superior a cero euros. Así, en 2009 Andalucía contaba con 16.663 empresas exportadoras, que representan el 3,3% sobre el total de empresas de la región, proporción similar a la media nacional, ya que en España este porcentaje es del 3,2% sobre el total. En 2009, el incremento de estas empresas con respecto a 2008 fue del 4,5%. Durante el periodo 2005–2009 el número de empresas exportadoras en Andalucía aumentó un 26,4%, si bien el valor de las exportaciones experimentó un incremento más modesto, por ser 2009 el año que con más intensidad se percibió la crisis económica internacional.

Gráfico 5.2  
Número de empresas exportadoras regulares e importancia relativa en el tejido productivo por CCAA, en 2009



Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

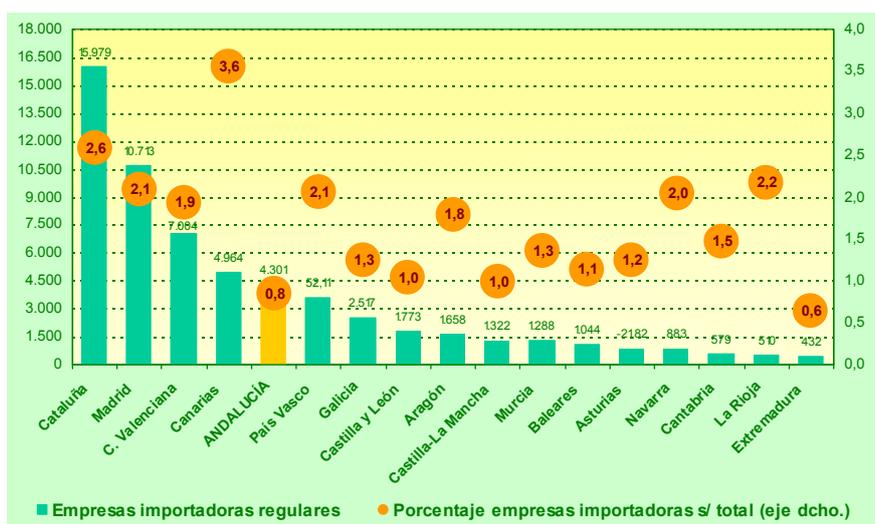
No obstante, la mayor parte de las exportaciones andaluzas están concentradas en un número determinado de empresas que exportan de manera constante y regular. Esta distinción es importante a efectos de conocer el grado de implicación de la empresa en su actividad internacional. Partiendo de los datos disponibles en 2009, Andalucía cuenta con 3.983 empresas exportadoras regulares, que son todas aquellas empresas que han exportado de forma consecutiva durante los cuatro últimos años. Estas empresas

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

representan el 23,9% sobre el total de empresas exportadoras andaluzas y en el año 2009 concentraron el 84% del total de las exportaciones andaluzas.

En el conjunto de España, se contarían con un total de 39.320 empresas exportadoras regulares localizadas en 2009, por lo que en Andalucía representaría un 10% del total nacional, situándose en cuarta posición tras CCAA como Cataluña (35%), Madrid (14,9%) y Comunidad Valenciana (14,9%). Mientras, atendiendo a la cuantía media del valor exportado por empresa, Andalucía se sitúa 674,8 miles de euros por debajo de la media nacional, con un promedio de 3.052,8 miles de euros por empresa exportadora en 2009, aunque situándose por encima de las principales comunidades mencionadas con anterioridad.

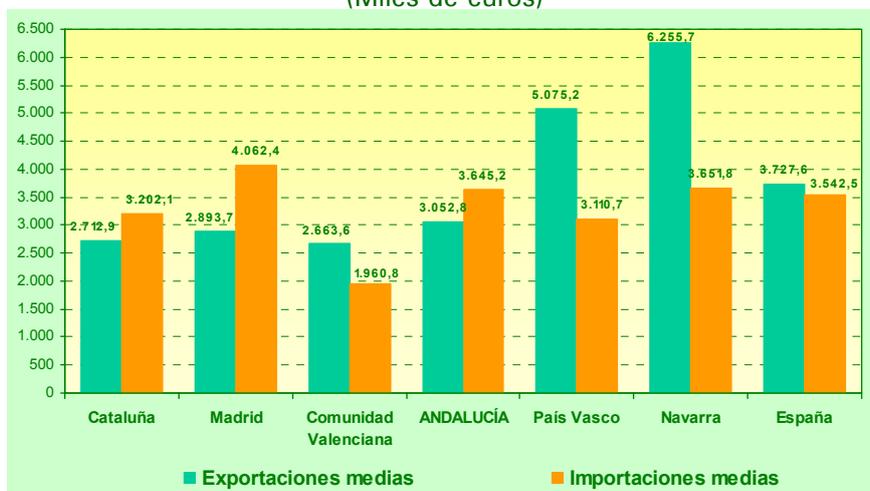
Gráfico 5.3  
Número de empresas importadoras regulares e importancia relativa en el tejido productivo por CCAA, en 2009



Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Por otra parte, el número de empresas con actividad regular en la importación de bienes a la región andaluza es superior a las que exportan, al alcanzar 4.301 empresas en 2009, lo que supone el 8% del conjunto nacional, siendo la quinta CCAA con más empresas importadoras (por detrás de las mencionadas en el caso de las regiones exportadoras, a las que se sumaría Canarias). Sin embargo, el valor monetario medio por empresas importadora se encuentra en la región andaluza en 3.645,2 miles de euros, superando el promedio nacional en 102,7 miles de euros.

Gráfico 5.4  
Exportaciones e importaciones medias por empresa  
en las principales\* CC.AA. y España, 2009  
(Miles de euros)



\* Atendiendo al grado de apertura al exterior

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Desde la perspectiva de la valoración de las exportaciones e importaciones medias de las Comunidades Autónomas con mayor grado de apertura, se aprecia que, frente a los 3.727,6 miles de euros por empresa exportadora del promedio nacional, Andalucía (3.052,8 miles de euros) se sitúa por debajo de la media española. Por otro lado, el valor medio de las importaciones realizadas por las empresas se situó en España en 3.542,5 miles de euros, situándose en este caso el promedio de importaciones desde una empresa andaluza media en 3.645,2 miles de euros, es decir, ligeramente superior al promedio correspondiente al conjunto nacional.

Por otra parte, en 2009, la densidad empresarial (empresas por cada 10.000 habitante) de las exportadoras regulares en Andalucía se situó en 4,8 empresas, frente a las 11,5 empresas por cada 10.000 habitantes del conjunto nacional. No obstante, si bien la diferencia es considerable, en Andalucía experimentan un ligero incremento en este ratio (desde 4,6 en 2006) mientras que en el conjunto nacional se habría observado un leve descenso en la densidad (en 0,3 empresas por cada 10.000 habitantes). Igualmente, evoluciona la densidad empresarial de las empresas importadoras, ya que en el caso de Andalucía se incrementó en 0,4 empresas en el periodo mencionado, lo que las situó en 8,4 empresas por cada 10.000 habitantes, mientras que en el conjunto nacional se redujo en 0,1 empresas, alcanzando una densidad de 11,5 empresas.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Cuadro 5.4

### Densidad empresas exportadoras e importadoras

(nº de empresas “regulares” en el comercio exterior, por cada 10.000 habitantes)

	Empresas exportadoras		Empresas importadoras	
	Andalucía	España	Andalucía	España
2006	4,6	8,7	4,8	11,5
2007	4,8	8,7	5,2	11,9
2008	4,9	8,6	5,4	12,1
2009	4,8	8,4	5,2	11,5
<b>Variación 2009/06</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,1</b>

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Un buen indicador de la apertura exterior de las empresas andaluzas es el porcentaje que representan las empresas exportadoras e importadoras regulares sobre el total que conforma el tejido productivo. Así pues, en 2009, de cada mil empresas andaluzas 7,8 desarrollan regularmente actividades de exportación de bienes, mientras que en el conjunto nacional ascendía a 11,7 empresas. Aún mayor es la diferencia en cuanto a empresas importadoras, pues en Andalucía por cada mil empresas 8,4 realizan actividades de importación, frente a las 16 de media en España.

Cuadro 5.5

### Participación del sector empresarial en las exportaciones e importaciones andaluzas en 2009 (porcentajes)

	Total empresas	Empresas exportadoras regulares	Empresas importadoras regulares	Porcentajes empresas exportadoras	Porcentajes empresas importadoras
Almería	43.501	587	394	1,3	0,9
Cádiz	62.817	1.099	647	1,7	1,0
Córdoba	48.979	369	510	0,8	1,0
Granada	60.016	234	485	0,4	0,8
Huelva	26.783	339	259	1,3	1,0
Jaén	36.557	193	270	0,5	0,7
Málaga	113.362	568	1.133	0,5	1,0
Sevilla	118.057	794	1.250	0,7	1,1
<b>Andalucía</b>	<b>510.072</b>	<b>3.982</b>	<b>4.301</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>
España	3.355.830	39.320	53.575	1,2	1,6

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

A nivel provincial, se aprecia como aquellas con un mayor grado de apertura exterior son las que poseen los mayores porcentajes de participación de empresas que desarrollan actividades exteriores dentro de sus estructuras productivas. Dentro de las empresas exportadoras regulares destaca la provincia de Cádiz, con una importancia relativa del 27,6 por ciento en 2009,

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

mientras que el 55,4 por ciento de las empresas importadoras regulares se concentran en las provincias de Málaga y Sevilla.

### 5.2.2 Distribución por productos

Con respecto al recuento de las empresas andaluzas con relaciones exteriores regulares en función del tipo de producto que comercializa, debe tenerse en cuenta la existencia de empresas que centran su actividad en varios tipos de bienes o productos, por lo que existiría una duplicidad, en algunos casos, que hace que el total de empresas exportadoras o importadoras no coincida con la suma de empresas por ramas o productos.

En referencia a las empresas exportadoras regulares y distinguiendo por productos, en una comparativa con el resto de Comunidades Autónomas españolas, Andalucía destaca por ser la principal región en empresas exportadoras de legumbres y hortalizas (38,8% sobre el total nacional), grasas, aceite animal o vegetal (88,2%) y conservas de frutas o verduras (31,8%), productos que concentran el 18,3% de las empresas exportadoras andaluzas.

Cuadro 5.6

#### Distribución por productos y evolución de las empresas exportadoras regulares en Andalucía

	2005	2006	2007	2008	2009	Variación en términos absolutos 2009/05
03 Pescados, crustáceos y moluscos	95	84	94	97	100	5
07 Legumbres, hortalizas	356	362	371	372	388	32
08 Frutos comestibles	361	360	366	366	382	21
15 Grasas, aceite animal o vegetal	173	174	179	186	201	28
20 Conservas de verdura o fruta; zumos	132	129	134	138	140	8
22 Bebidas de todo tipo (ex. zumos)	120	126	130	142	146	26
25 Sal; yeso; piedras sin trabajar	100	108	116	103	109	9
38 Otros productos químicos	--	81	91	97	103	--
39 Materias plásticas y sus manufacturas	277	293	306	323	355	78
44 Madera y sus manufacturas	119	117	123	132	133	14
48 Papel y cartón; sus manufacturas	137	135	140	142	150	13
62 Prendas vestir, excepto las de punto	92	96	101	112	110	18
69 Productos cerámicos	139	142	132	112	114	-25
73 Manufact. fundición, hierro y acero	199	196	193	208	229	30
76 Aluminio y sus manufacturas	89	97	91	94	99	10
84 Máquinas y aparatos mecánicos	358	370	369	411	454	96
85 Máquinas, aparatos y m. eléctricos	189	193	205	234	270	81
87 Vehículos automóviles; tractores	115	139	153	187	194	79
94 Muebles, sillas, lámparas	298	278	274	291	291	-7
99 Conjuntos de otros productos	214	234	235	227	235	21
<b>TOTAL</b>	<b>3.471</b>	<b>3.661</b>	<b>3.868</b>	<b>4.039</b>	<b>3.982</b>	<b>511</b>

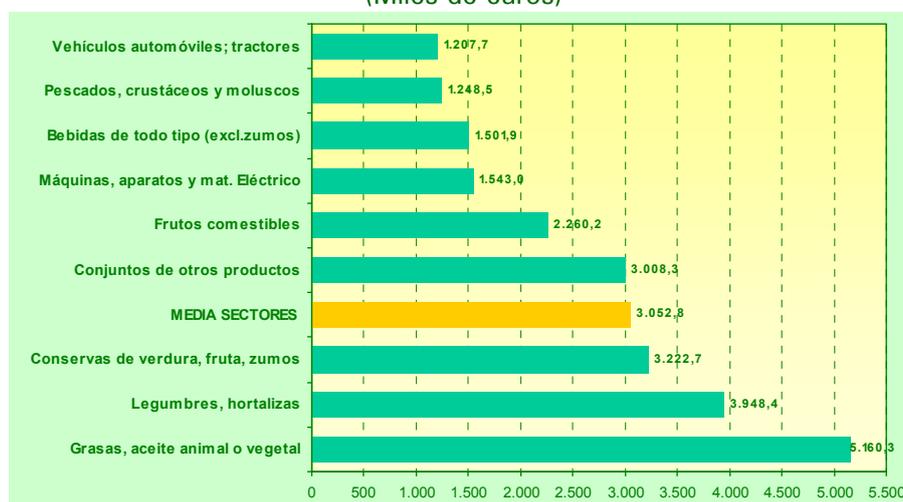
*Nota: El total de empresas exportadoras o importadoras no coincide con la suma de empresas por ramas o productos, porque hay empresas que regularmente exportan varios tipos de productos (ramas distintas).*

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Las empresas exportadoras regulares crecieron en el periodo comprendido entre 2005 y 2009 en términos absolutos en 511 nuevas empresas, destacando, según la clasificación TARIC por productos el crecimiento de otros *productos químicos* (103 empresas), *máquinas y aparatos mecánicos* (96 empresas), *máquinas, aparatos y material eléctrico* (81 empresas), *vehículos automóviles* (79 empresas) y *materias plásticas y sus manufacturas* (78 empresas). Por el contrario, las empresas exportadoras dedicadas a vender en el exterior productos como los *cerámicos y muebles, sillas y lámparas*, son las únicas en experimentar una contracción, pues experimentan sendos descensos de 25 y 7 empresas menos que en 2005.

Gráfico 5.5  
Exportación anual media por empresa\* en Andalucía  
por principales sectores TARIC, en 2009  
(Miles de euros)



\* La muestra de empresas exportadoras regulares tiene en cuenta únicamente los principales productos exportados, mientras que el valor medio de los sectores considera el total de exportaciones.

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Si establecemos comparaciones por ramas o productos TARIC, y recordando que el valor de las exportaciones anuales medias por empresa se sitúa en Andalucía, en 2009, en 3.052,80 miles de euros, destacaría la cuantía media exportada en los sectores de las *grasas y aceites animales o vegetales*, con un valor monetario de 5.160,30 miles de euros por empresa exportadora, así como *legumbres y hortalizas* y *conservas de verduras y frutas*, que superan el promedio de Andalucía para 2009 en 895,60 y 169,90 miles de euros, respectivamente.

Mientras, entre los principales productos exportados, se sitúan por debajo del valor medio de las exportaciones por empresa, las *máquinas y aparatos mecánicos* con una importancia relativa del 11,3% de las empresas exportadoras andaluzas en 2009 y una exportación media de 476 miles de

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

euros por empresa, además de *muebles, sillas y lámparas*, cuyas empresas exportadoras representan el 7,3% y 284,40 miles de euros.

Desde la perspectiva de las empresas importadoras regulares andaluzas resulta relevante el crecimiento en número de empresas importadoras de *máquinas, aparatos y material eléctrico*, y las relacionadas con *materias plásticas y sus manufacturas*, con 184 y 164 empresas más que en 2005, respectivamente, y junto a las empresas importadoras de *máquinas y aparatos mecánicos*, con un crecimiento de 144 empresas en el mismo periodo mencionado, suponen en torno al 50 por ciento de las empresas importadoras andaluzas. En sentido contrario, evolucionan las empresas importadoras de *pescados, crustáceos y moluscos*, al descender en 26 empresas respecto a las contabilizadas en 2005.

Cuadro 5.7  
Distribución por productos y evolución de las empresas importadoras regulares en Andalucía

	2005	2006	2007	2008	2009	Variación en términos absolutos 2009/05
03 Pescados, crustáceos y moluscos	187	189	181	175	161	-26
39 Materias plásticas y sus manufacturas	475	526	587	633	639	164
42 Manufacturas de cuero, marroquinería	206	230	260	285	279	73
44 Madera y sus manufacturas	236	238	259	261	239	3
48 Papel y cartón; sus manufacturas	202	204	240	263	261	59
61 Prendas de vestir de punto	164	177	201	233	238	74
62 Prendas de vestir, excepto las de punto	231	254	288	303	302	71
63 Demás artículos textiles; prendería	130	144	171	188	190	60
64 Calzado y sus partes	--	110	133	147	156	--
70 Vidrio y sus manufacturas	138	154	190	218	194	56
71 Piedras y metales preciosos; bisutería	193	222	267	295	282	89
73 Manufacturas de fundición, hierro y acero	281	307	357	418	419	138
82 Herramientas y cuchillos metálicos	148	161	184	204	206	58
83 Manufacturas diversas de metales	165	174	198	206	203	38
84 Máquinas y aparatos mecánicos	765	810	870	943	909	144
85 Máquinas, aparatos y material eléctricos	420	459	526	572	604	184
87 Vehículos automóviles; tractores	173	198	239	252	225	52
90 Aparatos ópticos, de medida, médicos	230	272	298	324	312	82
94 Muebles, sillas, lámparas	261	302	357	384	369	108
95 Juguetes, juegos, artículos deportivos	107	143	171	193	190	83
<b>Total empresas importadoras</b>	<b>3.518</b>	<b>3.841</b>	<b>4.194</b>	<b>4.461</b>	<b>4.301</b>	<b>783</b>

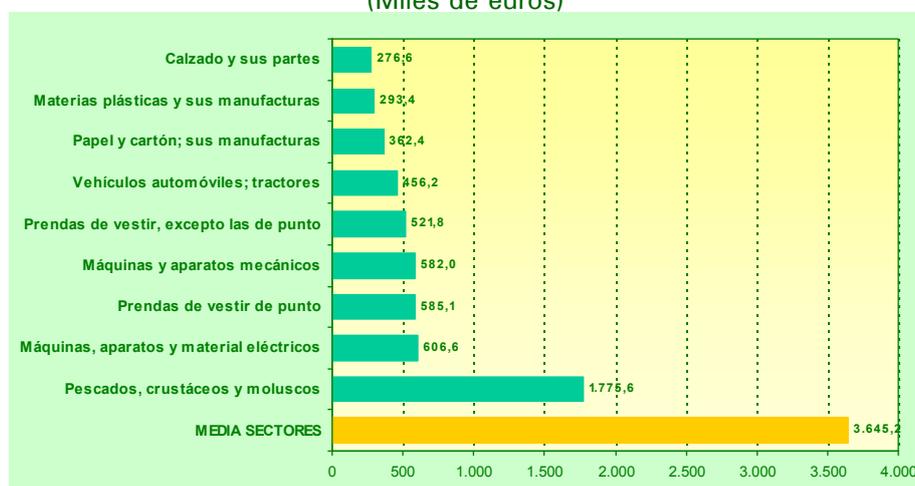
Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Dado que la información procedente de los informes anteriormente citados (la empresa exportadora e importadora española) son una muestra de los veinte

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

primeros capítulos arancelarios TARIC más relevantes (en orden a los sectores importados por un número más elevado de empresas andaluzas), no se dispone de la información completa que explique cuales son los sectores que hacen que la importación media de la empresa andaluza sea superior (3.645,20 miles de euros) al valor monetario de las importaciones de los sectores representados en el gráfico 5.6. A modo de ejemplo, resulta llamativo que las empresas importadoras de *máquinas y aparatos mecánicos*, que representan el 21,1% del total en 2009, únicamente promedian unas importaciones valoradas en 582 miles de euros.

Gráfico 5.6  
Importación anual media por empresa exportadora regular\* en Andalucía por principales sectores TARIC, en 2009  
(Miles de euros)



\* La muestra de empresas importadoras regulares tiene en cuenta únicamente los principales productos importados, mientras que el valor medio de los sectores considera el total de importaciones.

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Por parte de las empresas exportadoras, Andalucía destaca en relación a la media española, en productos de la agroindustria, en los que la región supera al conjunto nacional en *grasas, aceite animal o vegetal* (1.833,60 miles de euros más por empresa), *legumbres y hortalizas* (897,4 miles de euros más por empresa), *conservas de frutas y verduras* (870 miles de euros más por empresa) y *bebidas* (99,8 miles de euros más por empresa). Por su parte, si bien Andalucía supera al conjunto nacional en cuanto al valor de las importaciones totales por empresa, al desagregar por los principales grupos de productos que mayor número de empresas compran en el exterior, el valor medio de las empresas españolas supera al de la región de forma generalizada, siendo relevante en el caso de *máquinas y aparatos mecánicos*, así como de *máquinas, aparatos y material eléctricos*, con unas diferencias de 1.032 y 6.276 miles de euros, respectivamente, en favor del promedio nacional. Esta

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

aparente incongruencia viene explicada porque la muestra de mayor número de empresas por ramas no incluye un reducido número de empresas que importan (seguramente, productos energéticos) con un importe medio muy elevado.

### 5.2.3 Distribución por destino geográfico

Al igual que en el estudio de la demografía empresarial con una desagregación por principales productos, existen empresas que entablan relaciones exteriores con varios socios comerciales, por lo que en su cómputo total por principales destino y origen de las exportaciones e importaciones, existirá duplicidad en su contabilización. Además, hay que tener en cuenta que se analizarán los principales socios comerciales de Andalucía, por lo que al realizar la comparativa del valor monetario medio de las exportaciones e importaciones andaluzas en relación con sus principales socios comerciales, existirán países de destino y origen, que si bien no se encuentran entre los principales, tengan una cuantía media superior en el valor monetario medio de sus transacciones.

Cuadro 5.8

#### Principales socios comerciales de las empresas exportadoras e importadoras regulares andaluzas

	Empresas exportadoras regulares		Empresas importadoras regulares		
	Importancia relativa por destino geográfico, 2009	Variación absoluta 2009/2005	Importancia relativa por destino geográfico, 2009	Variación absoluta 2009/2005	
Portugal	20,8	30	Italia	21,6	46
Gibraltar	20,2	88	China	19,2	455
Francia	18,3	27	Alemania	18,2	116
Marruecos	17,3	275	Francia	17,3	63
Alemania	13,1	24	Portugal	14,7	107
Italia	12,9	50	Estados Unidos	14,5	63
Reino Unido	11,3	26	Países Bajos	10,5	79
Países Bajos	9,5	25	Reino Unido	9,2	35
Estados Unidos	8,1	-41	Bélgica	7,1	63
Bélgica	6,9	-1	India	4,6	46
Suiza	5,6	22	Tailandia	3,8	83
Andorra	4,6	0	Taiwán	3,5	38
Polonia	3,8	58	Marruecos	3,4	-5
Japón	3,6	7	Suecia	2,9	12
México	3,4	25	Hong Kong	2,8	49
Dinamarca	3,4	17	Turquía	2,8	44
Suecia	3,2	-1	Suiza	2,8	18
Austria	3,1	27	Dinamarca	2,3	0
República Checa	3,0	--	Indonesia	2,3	25
Noruega	2,7	22	Austria	2,0	5
<b>TOTAL</b>	100,0	511	<b>TOTAL</b>	100,0	783

Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

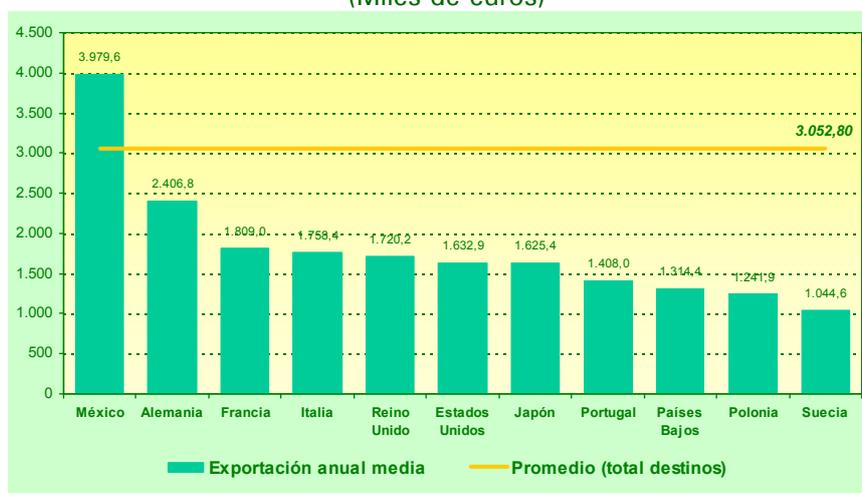
## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Los principales destinos de las empresas exportadoras andaluzas no parecen guardar correlación con la potencialidad del mercado, sino más bien a criterios geográficos de cercanía, pues en los primeros puestos se encontrarían Portugal, con una cuota del 20,8 por ciento, Gibraltar (20,2%), Francia (18,3%) y Marruecos (17,3 %). Además coincide que una parte muy importante de las exportaciones a estos destinos se concentran en productos como *legumbres, hortalizas, sin conservas* (9,9%), *grasas, aceite animal o vegetal* (7,5%) y *frutas y frutos sin conservas* (6,1%).

Durante el periodo comprendido entre 2005 y 2009, Marruecos registra el mayor incremento como país de destino de las empresas exportadoras de Andalucía, aumentando el número de empresas en 275 más, lo que sitúa al vecino marroquí entre los cinco principales destinos de las ventas andaluzas al exterior. Igualmente, el número de empresas que exportan a Gibraltar se han incrementado en 88 en el mismo periodo de tiempo, alcanzando así una cuota del 20,2% de las exportaciones andaluzas en 2009. Mientras tanto, entre los descensos más pronunciados destaca la caída de 41 empresas que exportaban a Estados Unidos, aunque no evita que continúe entre los 10 principales destinos para las empresas exportadoras andaluzas. Sin embargo, en términos relativos, los crecimientos promedios anuales más pronunciados en el periodo 2005-2009 vienen de la mano de economías emergentes como China (22,2%), Tailandia (19,3%), Hong Kong (13,9%), Turquía (12,2%), Taiwán (7,6%) e India (6,8%).

En cuanto a las empresas importadoras andaluzas por destino geográfico destacan aquellas que establecen relaciones comerciales con China, al crecer en 455 empresas respecto a 2005, situándose como segundo país de origen de las importaciones andaluzas con un cuota del 19,2%. Asimismo, las empresas que importan bienes desde Alemania y Portugal de forma regular crecen en 116 y 107 empresas, respectivamente, en el periodo mencionado.

Gráfico 5.7  
**Exportación anual media por empresa andaluza\***  
**por principales destinos en 2009**  
 (Miles de euros)



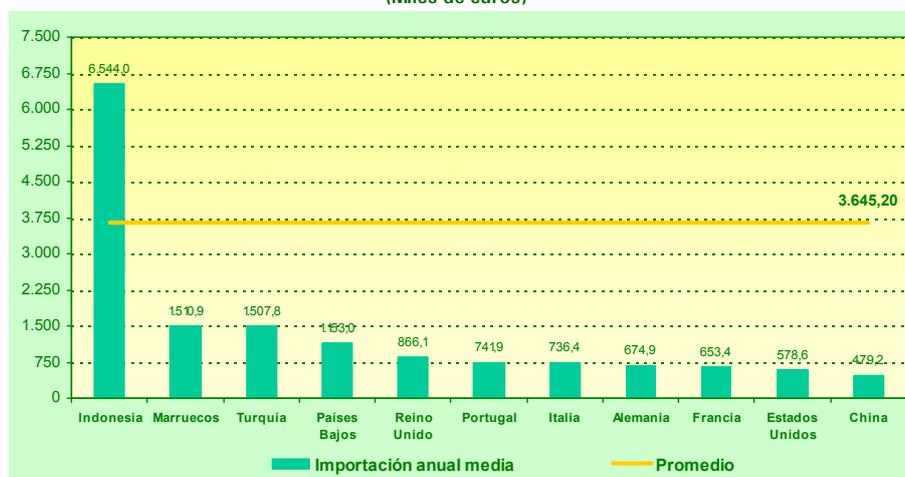
\* La muestra de empresas exportadoras regulares tiene en cuenta únicamente los principales destinos de las exportaciones, mientras que el valor medio considera el total de exportaciones de Andalucía al mundo.  
 Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Las exportaciones medias por empresa andaluza en 2009 alcanzan un valor de 3.052,8 miles de euros, destacan como destino México con 3.979,6 miles de euros, único país por encima del promedio para Andalucía (de entre los principales destinos de las exportaciones andaluzas). Por su parte, entre los destinos con menor valor de las exportaciones medias son relevantes los casos de Andorra (128,2 miles de euros), República Checa (353,5 miles de euros), Austria (358,7 miles de euros) y Noruega (364,5 miles de euros).

Asimismo, si el valor medio de las importaciones andaluzas es de 3.645,2 miles de euros por empresa, las empresas que importan bienes desde Indonesia serían las únicas en situarse por encima de la media (al menos de la muestra que publica el informe del ICEX), al alcanzar los 6.544 miles de euros por empresa, seguida muy de lejos por Marruecos y Turquía con 1.510,9 y 1.507,8 miles de euros, respectivamente. En cuanto a los países origen de bienes que entran en la economía andaluza, los de menor valor de éstas por empresa serían en 2009, Taiwán (75,5 miles de euros), Tailandia (61 miles de euros) y Hong Kong (47,4 miles de euros).

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Gráfico 5.8  
Importación anual media por empresa andaluza\*  
por principal procedencia en 2009  
(Miles de euros)



\*La muestra de empresas importadoras regulares tiene en cuenta únicamente los principales orígenes de las importaciones, mientras que el valor medio considera el total de las importaciones mundiales andaluzas.  
Fuente: Directorio Central de Empresas, Instituto Nacional de Estadística, Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior, Ministerio de Economía y Competitividad.

Concluyendo el análisis de las empresas con relaciones comerciales exteriores en función del destino y origen de los bienes, en una comparativa con el conjunto nacional en términos del valor monetario de éstas, las empresas exportadoras andaluzas, si bien promedian 3.052,8 miles de euros por empresa exportadora en 2009, frente a los 3.727,6 miles de euros del conjunto nacional, al desagregar por destino geográfico, Andalucía destaca sobre el conjunto nacional, en especial, en mercados como el mexicano y el japonés, donde las exportaciones medias por empresa superan a las medias del conjunto nacional en 3.403 y 1.125,5 miles de euros, respectivamente. Y es que, el valor medio de las exportaciones andaluzas a sus principales socios comerciales supera de forma generalizada al conjunto nacional, a excepción de las exportaciones medias andaluzas a Francia, cuyo valor es 688,2 miles de euros inferior al español.

En referencia al origen geográfico de las relaciones comerciales de las empresas importadoras andaluzas en relación a las del conjunto nacional, la situación es opuesta a la acontecida en el caso de las empresas exportadoras, pues si en valor promedio de las importaciones por empresas, Andalucía se encuentra 102,7 miles de euros por encima del conjunto nacional (3.542,5 miles de euros), de forma general se sitúa por debajo de sus principales destinos en valor monetario de las importaciones, a excepción de Turquía, cuyos bienes importados por término medio y empresa superan al conjunto nacional en 325,7 miles de euros en 2009. Así pues, destacan los casos de

Alemania y Francia, donde la empresa española importa bienes por una cuantía de 1.169,8 y 980,2 miles de euros, respectivamente, superior a las empresas importadoras andaluzas. Estas circunstancias podrían estar explicadas por el escaso peso relativo dentro del conjunto nacional de las importaciones procedentes de países pertenecientes a los denominados Siete Dragones Asiáticos, entre ellos Hong Kong, Taiwán, Tailandia e Indonesia, que ya se han situado dentro de los principales países en origen de las importaciones andaluzas.

### 5.3. Análisis de la estructura económico-financiera de la empresa exportadora andaluza

En el análisis de la posición exterior de la empresa andaluza resulta interesante un acercamiento a la realidad empresarial a través de los estados financieros del tejido productivo andaluz y del subconjunto de empresas exportadoras en Andalucía. A tal fin, la *Central de Balances de Andalucía* dispone de una base de datos de más de 45.000 empresas andaluzas con información relativa a las cuentas anuales del periodo 2007-2009, para una mayor representatividad de la muestra. Dicho esto, y siguiendo en la línea del presente trabajo, en el siguiente apartado se establecerá un análisis comparativo entre las empresas exportadoras de Andalucía, de las que se dispone de 841 sociedades, y el total de la muestra regional de la Central de Balances para el año 2009, con más de 35.000 empresas, siempre desde el punto de vista de la empresa media.

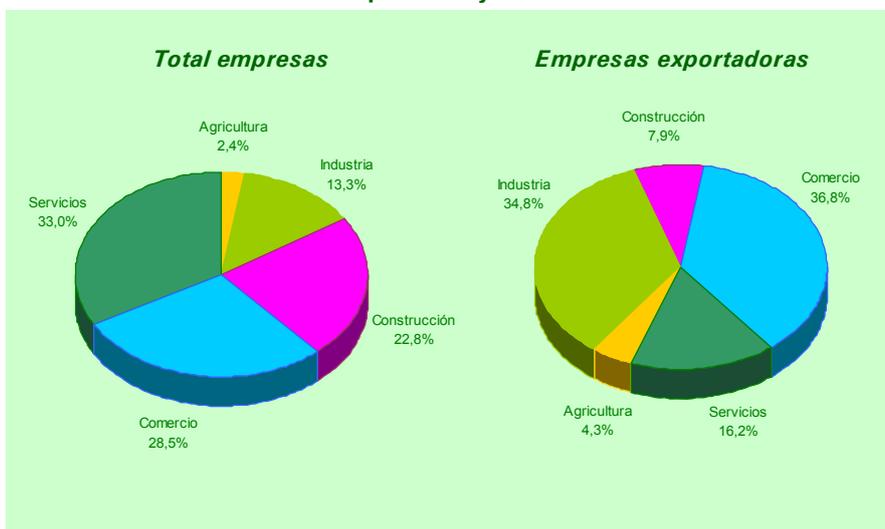
Antes de comenzar con el análisis económico-financiero, conviene resaltar las diferencias de las muestras examinadas. Así, en la muestra de empresas exportadoras de Andalucía, el mayor peso lo acaparan la industria y el comercio, con una participación del 35,3% y el 38,1%, respectivamente, sobre el total de la muestra, una mayor participación que en la muestra total de Andalucía, donde el mayor peso se observa en los servicios, con el 33% sobre el total de la muestra, lo que resulta explicable por la existencia de un mayor peso de los servicios no comerciables (no exportables).

Atendiendo al tamaño, en la muestra de empresas exportadoras destacan la mediana y gran empresa, es decir, aquéllas con una facturación superior a 10 millones de euros en el primer supuesto y a 50 millones de euros en el segundo, ya que tienen un peso sobre el total de exportadoras del 12,4% y el 16,3%, respectivamente, mientras que las empresas de menor tamaño (micro y pequeñas), tienen un peso bastante más reducido, inferior al 5% en ambos casos. Dada la importancia de la gran empresa, cabe destacar como en las

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

empresas exportadoras, el 42% de este grupo pertenecían en 2009 al sector industrial.

Gráfico 5.9  
Distribución de la muestra por sectores  
(porcentajes)



Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Central de Balances de Andalucía

Gráfico 5.10  
Distribución de la muestra por tamaños  
(Porcentajes)



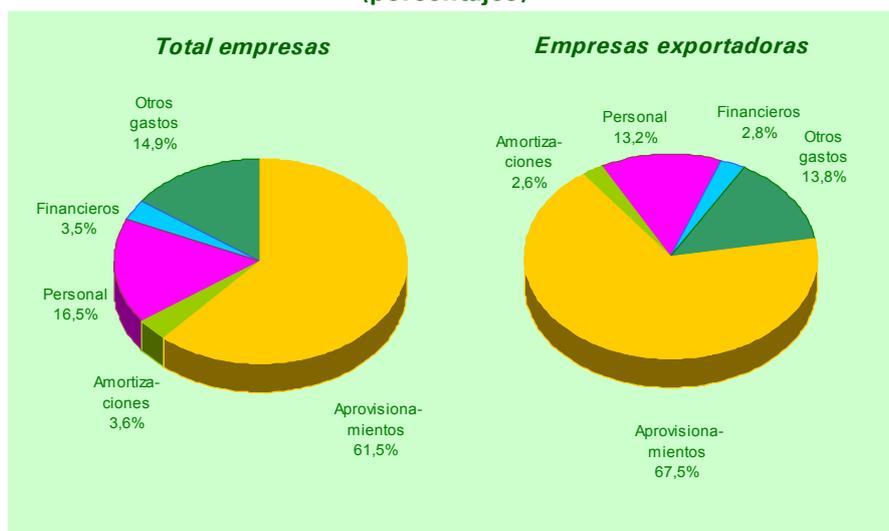
Nota: Microempresa (ingresos y balance inferior a 2 millones de euros), Pequeña (ingresos o balance de 2 a 10 millones de euros), Mediana (facturación de 10 a 50 millones de euros o balance comprendido entre 10 y 43 millones de euros), y Grande (ingresos de más de 50 millones de euros o balance superior a los 43 millones de euros).

Fuente: Central de Balances de Andalucía.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Así, comenzando con el análisis de la actividad empresarial, se observa cómo el impacto de la crisis económica se ha trasladado a la cuenta de explotación, tanto en términos estructurales como evolutivos. En primer lugar, la facturación media de las empresas exportadoras es en 2009 mayor a la del total de empresas andaluzas como consecuencia de la distribución señalada anteriormente en la que se observa un importante sesgo hacia la gran empresa, con un importe neto de la cifra de negocios en torno a los 22 millones de euros. Desde el punto de vista estructural, los aprovisionamientos en la empresa exportadora suponen en torno al 70% de la cifra de negocios en 2009, seguido de los gastos de personal (13,2%), mientras que el resultado del ejercicio apenas alcanza el 1,7% de la facturación total, inferior al registrado en el total de empresas andaluzas (2,4%). Igualmente, el peso del resultado de explotación sobre la facturación en las empresas exportadoras ha sido en 2009 del 3,2%, frente al 4,5% del total de empresas andaluzas.

Gráfico 5.11  
Distribución de gastos en 2009  
(porcentajes)



Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de la Central de Balances de Andalucía

Respecto a la evolución de las principales partidas, se observa una caída de la facturación en las empresas exportadoras del -11,8%, frente al -16,7% del total de empresas andaluzas, lo que pone de manifiesto el mejor comportamiento del negocio en las empresas con vocación exportadora. En 2009, la partida de aprovisionamientos cayó un -13,7% en las empresas exportadoras, siendo más intenso el descenso en la muestra total (-22,3%). Asimismo, el gasto de personal también ha registrado signo negativo tanto en las empresas exportadoras como en el total de la muestra, con una tasa

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

interanual en 2009 del -3,3% y -7,1%, respectivamente. Por otro lado, al considerar el resultado de explotación se observa un notable incremento en las empresas exportadoras (74,7%), lo que refleja el mejor comportamiento de la actividad en las empresas que venden sus productos en el exterior, ya que para el conjunto de la empresa andaluza ha registrado un descenso del -12,8%.

Cabe destacar el notable descenso del resultado financiero en las empresas exportadoras, ya que ha pasado a registrar signo negativo en 2009, dada la caída de los ingresos financieros (-77,4%). Esto ha influido notablemente en el resultado neto del ejercicio, ya que pese haberse incrementado en 2009 el resultado de explotación (74,7%), el beneficio se ha reducido en más de la mitad respecto a la cifra media registrada en 2008, mientras que en la empresa total andaluza ha caído más moderadamente, en torno al -14%.

**Cuadro 5.9**  
**Evolución y estructura de la cuenta de explotación en 2009**  
(Valores medios en euros)

	Empresas exportadoras Andalucía	Total empresas Andalucía	Tasas de variación interanual en % 2009/2008	
			Empresas exportadoras Andalucía	Total empresas Andalucía
1. Facturación	21.924.584	2.850.937	-11,76	-16,75
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso	8.586	-26.219	101,37	-323,18
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	76.182	20.698	-45,92	-34,18
4. Aprovisionamientos -(1)	-15.225.573	-1.828.689	-13,67	-22,30
5. Otros ingresos de explotación	440.143	98.980	10,25	8,13
6. Gastos de personal (-)	-2.982.253	-489.034	-3,25	-7,09
7. Otros gastos de explotación (-)	-3.118.377	-443.549	-5,36	-7,72
8. Amortización del inmovilizado (-)	-584.533	-107.566	-2,79	2,38
9-12. Otros resultados de explotación	138.789	50.182	58,91	57,50
13. Resultados excepcionales	30.069	2.951	1.119,00	1,48
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1 + .. + 13)	707.617	128.690	74,69	-12,83
14. Ingresos financieros	329.379	65.775	-77,38	-33,77
15. Gastos financieros (-)	-639.977	-102.869	-24,50	-14,68
16-19. Otros resultados financieros	23.819	-2.087	132,54	119,45
B) RESULTADO FINANCIERO (14 + .. + 19)	-286.779	-39.181	-153,17	23,24
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	420.838	89.509	-54,89	-9,25
20. Impuestos sobre beneficios (-)	-54.354	-20.937	-364,03	-18,19
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 20) (2)	366.398	68.653	-61,57	-14,31

(1) Incluye la partida de variación de existencias de acuerdo con el PGC 1990.

(2) Incluye el resultado de operaciones interrumpidas en las empresas que presentan el modelo Normal de PyG posterior a 2008, así como las partidas que se incluyen en el excedente de las empresas cooperativas, lo que puede ocasionar diferencias de cálculo en el resultado del ejercicio.

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía.

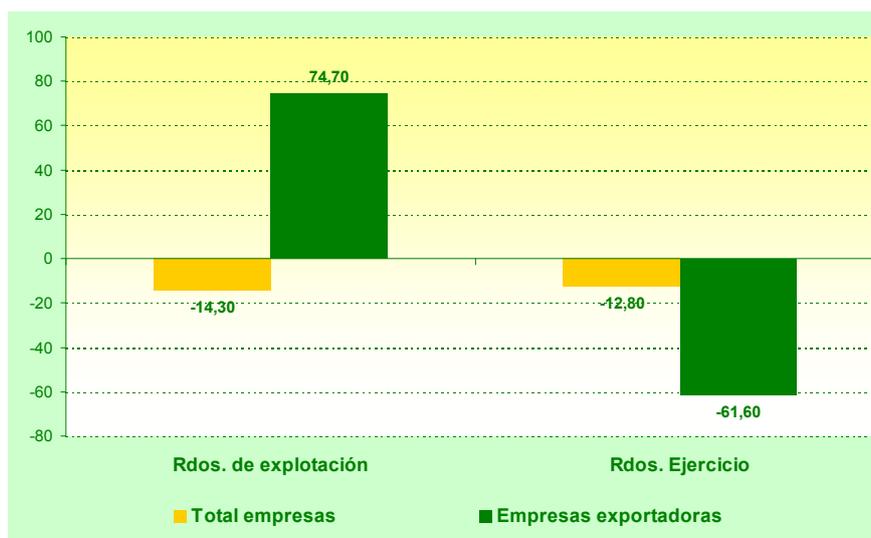
Con relación al tamaño de la empresa, cabe destacar el incremento del resultado de explotación en las grandes empresas exportadoras (3,5 millones de euros más que en 2008), es decir, en aquéllas con unos ingresos de explotación superiores a los 50 millones de euros en 2009, ya que se ha

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

triplicado la cifra registrada en 2008 superando los 4,5 millones de euros en 2009, mientras que en las medianas (con facturación entre los 10 y los 50 millones de euros), ha descendido en 2009 en torno al -11%.

Por sectores, entre las empresas exportadoras conviene resaltar la peor evolución de las actividades industriales y comerciales, que han registrado un resultado negativo en 2009, por debajo de la cifra media de 2008, con descensos del resultado de explotación del -80,6% y el -13,5%, respectivamente. El sector servicios, en cambio, ha duplicado en 2009 el resultado de explotación contabilizado en 2008. Esta evolución está relacionada, en parte, con la caída del consumo y porque más de la mitad de las exportaciones andaluzas se concentran en el sector agroalimentario (32,4%) y las semimanufacturas (22,4%).

Gráfico 5.12  
**Dinámica de los resultados en la empresa andaluza**  
(2009/2008)



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía

Por su parte, el flujo de caja o *cash flow*, que mide la liquidez de la empresa en un momento determinado, y que por lo tanto, es una medida de la capacidad de autofinanciación de la empresa, ha experimentado una peor evolución en las empresas exportadoras, ya que en 2009 han registrado un descenso interanual del -39,1%, frente al -5,2% de la empresa andaluza. Igual comportamiento se ha observado en el Valor Añadido Bruto, con caídas en 2009 en las empresas exportadoras y en el total de la muestra andaluza del -10% y el -8,8%, respectivamente.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

Gráfico 5.13  
Generación de valor y recursos en la empresa andaluza  
(2009/2008)



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía

Continuando con el ciclo de inversión-financiación, la inversión de la empresa exportadora se ha mantenido prácticamente estable respecto a 2008, ya que el incremento del activo fijo se ha compensado con el descenso del activo circulante. En el total de empresas de Andalucía, la inversión ha caído un 3% debido a la caída del activo circulante (-13,2%), mientras que el activo fijo se ha incrementado en torno al 9%, tasa bastante más moderada que en el conjunto de empresas exportadoras (42,5%).

Centrándonos en el pasivo, un aspecto interesante a analizar es el peso del endeudamiento de las empresas. En 2009, la deuda contraída con entidades de crédito ascendió al 27,1% de la financiación total de la empresa exportadora, teniendo las deudas a largo plazo con entidades de crédito un peso del 16,7% sobre el pasivo total, ligeramente inferior al peso registrado por el total andaluz (18,9%). En cambio, las deudas a corto plazo con entidades de crédito registran un mayor peso en las empresas exportadoras que en el total de Andalucía, con una cuota en la estructura de financiación del 10,4% y 8,8%, respectivamente. En cuanto a los acreedores comerciales, la cuota más significativa corresponde al corto plazo, con una participación en las empresas exportadoras del 20,5%, frente al 17,7% del total de empresas. El comercio es el sector que más se beneficia de las ventajas derivadas de la financiación de proveedores, ya que los acreedores comerciales representan casi un tercio de la financiación disponible.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

**Cuadro 5.10**  
**Evolución y estructura patrimonial en 2009**  
(Valores medios en euros)

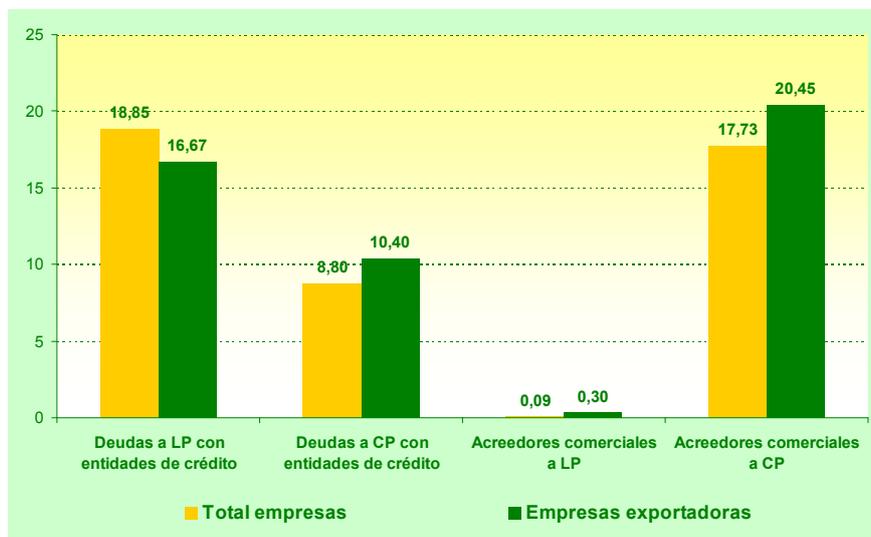
	Tasas de variación interanual en % 2009/2008			
	Empresas exportadoras Andalucía	Total empresas Andalucía	Empresas exportadoras Andalucía	Total empresas Andalucía
A) ACTIVO NO CORRIENTE	17.650.158	2.620.292	42,47	8,66
I. Inmovilizado intangible	364.243	102.930	-12,34	-1,77
II. Inmovilizado material	5.914.034	1.316.838	-0,10	-1,58
III. Inversiones inmobiliarias	369.529	183.047	8,76	13,44
IV-VI. Otros activos no corrientes	11.002.350	1.013.398	92,26	27,38
VII. Deudores comerciales no corrientes	2	4.080	-99,96	1,08
B) ACTIVO CORRIENTE	13.843.230	2.523.345	-27,54	-13,18
I. Activos no corrientes mantenidos para la venta	71.465	8.893	997,59	62,54
II. Existencias	5.331.408	1.197.725	-9,83	-10,15
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.490.721	765.304	-13,03	-13,31
IV-VI Otros activos corrientes	1.476.749	349.103	-72,21	-27,77
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	1.472.888	202.321	-5,17	0,91
TOTAL ACTIVO (A + B)	31.493.388	5.143.637	0,11	-3,00
A) PATRIMONIO NETO	8.594.889	1.584.833	1,33	2,15
A-1) Fondos propios	8.212.828	1.492.143	2,04	2,42
I. Capital	1.775.253	648.002	5,24	4,55
Otros fondos (II-IX, A-2, A-3)	6.819.636	936.831	0,36	0,77
B) PASIVO NO CORRIENTE	10.968.852	1.754.739	25,52	8,82
I. Provisiones a largo plazo	286.819	76.310	-3,94	6,90
II. Deudas a largo plazo	6.549.880	1.187.396	2,13	1,73
1. Deudas con entidades de crédito	5.251.475	969.808	-8,61	-2,14
2-3. Otras deudas a largo plazo	1.298.404	217.589	94,59	25,01
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	3.737.420	436.886	127,65	33,58
VI. Acreedores comerciales no corrientes	95.004	4.602	-3,52	-6,91
IV,V y VII. Otros pasivos a largo plazo	299.729	49.544	3,73	4,39
C) PASIVO CORRIENTE	11.929.647	1.804.065	-16,30	-15,58
I. Pasivos vinculados con activos no corrientes mantenid.para venta	80.761	2.597	22.243,44	261,92
II. Provisiones a corto plazo	105.622	30.054	-22,00	51,74
III. Deudas a corto plazo	3.750.882	631.317	-7,70	-13,00
1. Deudas con entidades de crédito	3.274.953	452.584	-7,62	-17,16
2-3. Otras deudas a corto plazo	475.929	178.733	-8,24	0,63
IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	1.496.031	221.460	-49,60	-33,41
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	6.440.680	911.982	-9,00	-13,72
VI-VII. Otros pasivos a corto plazo	55.670	6.656	96,56	-6,29
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	31.493.388	5.143.637	0,11	-3,00

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía.

En términos dinámicos, las deudas a largo plazo contraídas por las empresas exportadoras en 2009, medidas por el pasivo no corriente, han crecido un 25,5% en tasa interanual, mientras que las deudas a corto plazo (pasivo corriente) han caído un -16,3%. En el conjunto de la muestra de Andalucía, las deudas a largo plazo aumentaron un 8,8% en 2009, frente al descenso del -15,6% de las deudas a corto plazo. Esta evolución del endeudamiento de las empresas exportadoras parece no estar relacionado, en principio, con el tamaño de las empresas, ya que en todos los rangos se mantiene la misma tendencia tanto para la deuda a corto como a largo plazo. Distinguiendo por sectores productivos se observan rasgos similares en la actividad industrial y en la comercial a los señalados, mientras que los servicios presentan divergencias en tanto que las deudas a corto plazo han aumentado en 2009 y a largo plazo se han reducido.

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

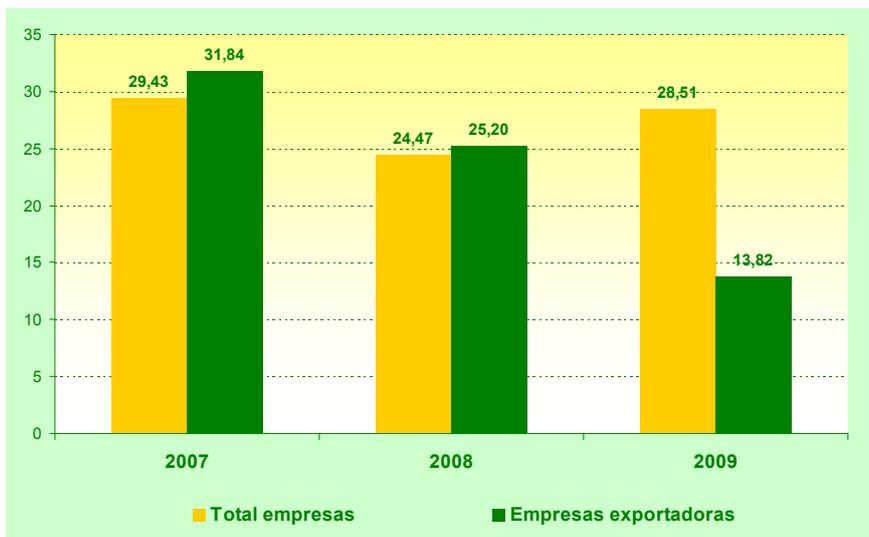
Gráfico 5.14  
Peso del endeudamiento en 2009 de la empresa andaluza  
(Porcentajes sobre el total patrimonio y pasivo)



Fuente: Central de Balances de Andalucía.

Una partida de interés en el análisis de la estructura patrimonial de la empresa es el **fondo de maniobra**, calculado como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, y que mide la parte del activo circulante financiada con recursos a largo plazo. En la empresa exportadora, este indicador muestra un cierto equilibrio financiero en tanto que cerca del 13,8% del activo corriente en 2009 estaba financiado con capitales permanentes. De este modo, una parte de estos activos no se hallan vinculados a las deudas con vencimiento a corto plazo aportando estabilidad a la estructura financiera de la empresa exportadora. En cualquier caso, esta ratio ha sido mayor en el conjunto de la empresa andaluza, ya que la empresa regional ha registrado en 2009 un porcentaje en torno al 28,5%. Desde el punto de vista de la dinámica cabe destacar como, mientras en la empresa andaluza esta ratio se ha mantenido por encima del 20% en los tres últimos años, en la empresa exportadora ha caído sensiblemente, pasando del 31,8% en 2007 al mencionado 13,8%, debido en parte, a la caída más intensa del activo circulante en las empresas exportadoras desde 2007.

Gráfico 5.15  
Fondo de maniobra/activo corriente  
(porcentajes)



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía.

En cuanto a los **ratios de liquidez y solvencia**, que miden la capacidad de la empresa para hacer frente a las deudas a corto plazo, la empresa exportadora presenta en 2009 una menor ratio de solvencia que en la empresa andaluza (1,38 y 1,45, respectivamente). En la misma línea, el coeficiente de endeudamiento de la empresa media exportadora ascendió a 2,66 en 2009, es decir, que por cada euro de recursos propios disponibles debe 2,66 euros, ligeramente superior al endeudamiento de la empresa andaluza (2,25), destacando el mayor coeficiente de endeudamiento del sector servicios, con relación al resto de sectores exportadores. Asimismo, la liquidez inmediata de la empresa exportadora se sitúa ligeramente por debajo del conjunto de la empresa andaluza.

Otro aspecto de interés en el análisis de la empresa es el que concierne a las **ratios de actividad y eficiencia**, destacando la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera antes de impuestos. Así, la rentabilidad económica de la empresa exportadora, que mide el rendimiento medio en relación con la inversión en el activo, ha aumentado ligeramente en 2009 respecto a 2008, pero continúa por debajo del porcentaje registrado en 2007, con un valor del 2,25%, siendo similar al registrado en la empresa andaluza (2,5%), aunque en ésta también ha descendido en los últimos tres años. En cuanto a la rentabilidad financiera después de impuestos, que mide la rentabilidad de la empresa a partir de sus fondos propios, en la empresa exportadora se ha

## Capítulo 5. La actuación de los agentes económicos en las relaciones exteriores de Andalucía

situado en el 4,26% en 2009, similar al de la empresa andaluza (4,33%), aunque en ambas haya caído en los tres últimos años.

Por último, resulta interesante una breve mención de algunos de los **indicadores de productividad**. Los ingresos de actividad por empleado ascendieron en la empresa media exportadora a casi 263.000 euros por empleado en 2009, superior a la cifra registrada por la empresa media andaluza (172.097 euros/empleado). En cambio, los beneficios por empleado son menores en la empresa exportadora andaluza que en el empresa total, con 4.198 y 4.797 euros/ empleado, respectivamente.

**Cuadro 5.11**  
**Diagnóstico financiero en 2009**

	Empresas exportadoras Andalucía	Total empresas Andalucía
<b>RATIOS FINANCIEROS</b>		
Liquidez inmediata (Test ácido)	0,71	0,73
Solvencia	1,38	1,45
Coficiente de endeudamiento	2,66	2,25
Fondo de maniobra/Activo corriente (porcentajes)	13,82	28,51
<b>RATIOS DE ACTIVIDAD Y EFICIENCIA (porcentajes)</b>		
Consumos de explotación/Ingresos de actividad	80,83	75,35
Gastos de personal/Ingresos de actividad	13,14	16,22
Resultado del ejercicio/Ingresos de actividad	1,61	2,28
Rentabilidad económica	2,25	2,50
Rentabilidad financiera después de impuestos	4,26	4,33
Efecto endeudamiento	2,65	3,15
<b>PRODUCTIVIDAD Y EMPLEO (€/empleado)</b>		
Ingresos de actividad/empleado	262.691	172.906,7
VAB/Gastos de personal (tanto por uno)	1,35	1,39
Ingresos de actividad/Gastos personal (tanto por uno)	7,61	6,17
Gastos de personal/empleado	34.545	29.038,0
Beneficios/empleado	4.198	4.797,2

Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía* a partir de la Central de Balances de Andalucía.

En conclusión, la desaceleración que sufrió el comercio internacional en 2007 como consecuencia del debilitamiento de la demanda observado en las economías desarrolladas ha pergeñado un panorama complejo para la actividad internacional. Así, a los reajustes del tipo de cambio y las fluctuaciones de los precios de los productos básicos, como el petróleo y las materias primas, que se han dado de forma continuada en los mercados mundiales, se une la difícil situación económica en el mercado interior de las empresas exportadoras, caracterizada por la dificultad de acceso al crédito bancario, el elevado desempleo, los fuertes ajustes fiscales, el encarecimiento de su financiación

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

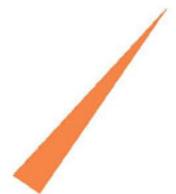
exterior y el bajo nivel de crecimiento económico. En este escenario, la empresa exportadora andaluza refleja claramente los efectos de la crisis económica que no sólo afecta al mercado nacional, sino también a las economías de los principales socios comerciales, tal es el caso de los principales destinos de las empresas exportadoras andaluzas, destacando Portugal, el más perjudicado, y Francia, que acumulan en torno al 20% del total de exportaciones andaluzas, aunque a pesar de todo, el volumen de las exportaciones a estos mercados se ha mantenido, con un crecimiento medio entre 2006 y 2009 ligeramente inferior al 1% en ambos países.



Capítulo 6

**EL SECTOR EXTERIOR: UNA  
REVISIÓN DE SU SIGNIFICADO E  
IMPORTANCIA SOBRE EL  
CRECIMIENTO REGIONAL**

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Capítulo 6. El sector exterior: Una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

#### 6.1. Introducción

El sector exterior de una economía constituye un elemento de gran relevancia para el desarrollo económico y la determinación del equilibrio interno y resulta evidente la existencia de importantes ganancias de bienestar derivadas del comercio internacional, siendo el sector exterior uno de los motores del crecimiento económico y del desarrollo de las distintas economías que establecen lazos comerciales entre sí. Podemos afirmar que ninguna economía puede alcanzar un mínimo nivel de desarrollo económico sin mantener relaciones comerciales con el resto de economías. Así, las dotaciones de factores y recursos productivos pueden ser limitadas para producir una gran variedad de bienes y servicios, al tiempo que las tecnologías asociadas a estos factores productivos pueden ser altamente ineficientes en la producción de determinados bienes y servicios. De hecho, determinados países, han usado o están usando en la actualidad el sector exterior como principal motor para el desarrollo y crecimiento económico, tal y como podemos observar en un amplio número de países, principalmente del sudeste asiático, al tiempo que los países más desarrollados se caracterizan por tener un alto grado de apertura a las relaciones comerciales con el resto del mundo.

El paso de una economía autárquica a una economía abierta a las relaciones económicas con el exterior supone obtener un amplio conjunto de ganancias, tales como el acceso a nuevos bienes antes no disponibles, precios más bajos para los bienes, reasignación de factores productivos en sectores más eficientes al aprovechar la existencia de ventajas comparativas, acceso a nueva tecnología e importación de la misma, etc. De este extenso conjunto de ganancias en términos de bienestar y producción surge la existencia de una amplia corriente a favor de la eliminación de las barreras al comercio internacional, si bien también existen argumentos en contra del libre comercio y abogan por limitar en determinadas situaciones el libre intercambio de mercancías entre países. Al hilo de estos planteamientos menos liberales, las evidencias empíricas no han podido demostrar una relación positiva, clara y contundente, entre crecimiento económico y apertura comercial.

En términos de contabilidad nacional, resulta evidente que la aportación del sector exterior al crecimiento económico puede ser positiva o negativa, no

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

dependiendo del saldo comercial exterior, sino de la evolución de las exportaciones en relación a las importaciones. Sin embargo, este ejercicio de contabilidad del crecimiento no tiene en cuenta los efectos positivos que se derivan de las importaciones, como la adquisición de bienes intermedios para los procesos productivos, equipos de capital, acceso a nuevas tecnologías, etc., que tienen importantes efectos sobre el crecimiento económico en el largo plazo. No obstante, y a pesar de estas limitaciones, supone un ejercicio de gran utilidad por cuanto refleja muy claramente cuáles son los beneficios o las limitaciones en términos de aumentos de producción en el corto plazo, de tener un sector exterior en el cual la dinámica de las exportaciones es diferente a la de las importaciones.

El sector exterior de una economía puede ser una importante fuente de desequilibrios macroeconómicos. Así, determinados países presentan un déficit por cuenta corriente que es permanente en el tiempo y que, en términos relativos al tamaño de la economía, pueden llegar a ser muy significativos. Esta situación refleja la existencia de un desequilibrio en el sector exterior, pero también la existencia de un desequilibrio a nivel macroeconómico. De este modo, un déficit por cuenta corriente evidencia la existencia de un nivel de consumo excesivo o bien un bajo nivel de ahorro. Esto supone que el país necesita financiación del exterior, lo que puede constituir un freno a su crecimiento económico.

En las últimas décadas algunos países han presentado déficits comerciales elevados y persistentes en el tiempo. Los casos más representativos son los de Estados Unidos y España, cuyos déficits comerciales representan un porcentaje muy elevado del PIB, déficits que principalmente se han producido en la fase expansiva del ciclo económico, lo que vendría a indicar que son factores de demanda o de producción los que impulsan dicho desequilibrio. De hecho, se puede observar que los déficits comerciales de Estados Unidos y de España han disminuido de forma considerable en los últimos dos años, como consecuencia de la crisis económica que ha supuesto una disminución significativa de la demanda de importaciones.

Con la finalidad de abordar estas cuestiones, en este capítulo se incorpora una revisión teórica de la relación entre comercio internacional y crecimiento económico. Además, realizamos un ejercicio de descomposición del crecimiento económico de Andalucía para el periodo 1980-2010, lo que nos permite cuantificar la aportación que ha tenido el sector exterior regional al crecimiento económico de la Comunidad Autónoma. La sección tercera se

centra en estudiar cuáles son los determinantes del saldo de la balanza comercial, en términos de perturbaciones de la producción, monetarias o de demanda. También se analiza la existencia de déficit gemelos y sus implicaciones en términos macroeconómicos. El capítulo termina con una breve mención de las principales conclusiones que pueden extraerse del análisis realizado.

### 6.2. Comercio internacional y crecimiento económico

Uno de los aspectos fundamentales y al que se le ha prestado más atención en la literatura económica es a la relación entre comercio internacional y el crecimiento económico. Aunque a nivel teórico parece existir una relación positiva y clara entre ambas variables, surgida de distintos mecanismos de transmisión de la apertura exterior al nivel de producción nacional, los resultados a nivel empírico no resultan del todo concluyentes, a pesar del elevado número de los mismos. Esto puede ser debido a que dicha relación está muy condicionada por la existencia de desequilibrios en la balanza de pagos, así como a su interdependencia de las políticas macroeconómicas domésticas. Por otra parte, tampoco resulta claro cómo el comercio internacional influye en la inversión, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

La teoría clásica del comercio internacional apunta a la existencia de una relación positiva entre comercio internacional y nivel de producción, pero no sobre el crecimiento económico. La existencia de ventajas absolutas entre países permite que ambos se beneficien del comercio internacional y aumenten su nivel de producción. En el caso de que existan ventajas comparativas, también se obtiene dicha relación, aunque un país fuese menos eficiente que otro en la producción de todos los bienes. Sin embargo, este contexto teórico es estático, por lo que una mayor apertura exterior implica un mayor nivel de producción, pero no existe ningún mecanismo adicional que haga que dicho efecto tenga efectos permanentes en el tiempo. Así, una vez que no se producen mayores aumentos en la apertura exterior de una economía, sus efectos sobre el nivel de producción se vuelven nulos. Los modelos de la nueva teoría del comercio internacional también dan lugar a resultados similares, sin que exista ningún mecanismo de transmisión al crecimiento económico.

Por lo que respecta a los modelos de crecimiento económico con rendimientos constantes a escala, tampoco éstos presentan un mecanismo a través del cual

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

el comercio internacional influye en el crecimiento económico, y de nuevo, los efectos de una mayor apertura comercial sobre el crecimiento económico son transitorios. Una vez que se alcanza una situación de libre comercio, el sector exterior deja de tener influencia sobre el crecimiento económico. Sin embargo, el desarrollo de modelos de crecimiento endógeno incluyen diferentes mecanismos a través de los cuales el sector exterior afecta al crecimiento económico. El ejemplo más destacado es el modelo desarrollado por Rivera-Batiz y Romer (1991), en el cual la mayor integración entre dos países da lugar a efectos positivos sobre el crecimiento económico, a través del aumento de la productividad de las actividades de I + D.

Paralela a la literatura teórica, existe una gran cantidad de estudios empíricos (Michael, 1977; Dollar, 1992; Levine y Renelt, 1992; entre otros muchos), que estudian la relación entre comercio exterior y crecimiento económico, encontrando una relación positiva entre la apertura exterior y el nivel de producción, si bien dicha relación es muy débil en la mayoría de los casos. Sin embargo, estos resultados no son del todo robustos, ya que la apertura exterior de una economía podría ser una variable endógena y afectada por una gran cantidad de factores, que también inciden sobre el crecimiento económico. Por su parte Frankel y Romer (1999) intentan solucionar este problema de endogeneidad a través de la construcción de medidas de situación geográfica, obteniendo la existencia de un impacto positivo entre comercio internacional y crecimiento económico.

Por otra parte, recientemente ha surgido un gran interés por estudiar dicha relación pero a partir de datos microeconómicos, es decir, usando datos a nivel de empresas, dando lugar a un nuevo debate sobre los efectos de la apertura internacional sobre el crecimiento económico. Los resultados que se obtienen de estos análisis indican que las empresas exportadoras tienen un mayor nivel de productividad que las empresas que no son exportadoras. Pero esta diferencia en términos de productividad no aparece una vez las empresas deciden exportar, sino que es una característica existente previamente a la toma de dicha decisión. Esto significa que las empresas exportadoras no son más eficientes porque están abiertas a la competencia exterior, sino que son exportadoras porque ya eran las más eficientes. Sin embargo, puede suceder que sea el objetivo de exportar lo que fuerza a las empresas a aumentar su productividad. Una revisión de esta literatura puede encontrarse en López (2005).

El principal mecanismo de transmisión de la apertura exterior al crecimiento económico proviene del aumento en la productividad de los factores productivos. En primer lugar, desplaza factores productivos a sectores de mayor eficiencia, aumentando la productividad agregada de la economía a través de una reasignación más eficiente de los recursos productivos. Asimismo, la importación de bienes de equipo y de equipos de alta tecnología resulta fundamental para el aumento de la productividad en aquellas industrias que los usan como bienes intermedios.

En un principio, podríamos pensar que son las exportaciones el motor del crecimiento económico, dado que implica mayores niveles de producción nacionales. No obstante, hemos de indicar que las importaciones pueden constituir un elemento fundamental para el desarrollo económico, y lo importante no es su volumen, sino su composición. Rodrik (1998) argumenta que la importación de bienes y servicios es un aspecto muy positivo para el desarrollo de una economía, principalmente cuando implican importación de *instituciones*, de capital productivo, de tecnología y de ideas o conocimiento. Si la mayor parte de las importaciones están constituidas por bienes de capital y bienes intermedios que se usan en los procesos productivos, y además estos bienes tienen una tecnología más avanzada que la nacional, entonces estas importaciones pueden tener un efecto muy positivo sobre el crecimiento económico.

En términos del nivel de consumo, la apertura al comercio internacional también tiene efectos positivos, puesto que permite incrementar el número de bienes que se pueden consumir en todos los países. Además, el hecho de que los países se especialicen en la producción de los bienes en los cuales son más eficientes, también implica menores precios que tienen que pagar los consumidores. Esta mayor variedad y cantidad de bienes y servicios junto con menores precios de los mismos implica que el bienestar de los consumidores es mayor cuanto más elevada sea la apertura comercial. La generación de estas ganancias de bienestar para los consumidores se utiliza como uno de los argumentos a favor de la eliminación de las barreras al comercio internacional (Así fue, por ejemplo, en la génesis de la Unión Europea).

Otro de los canales de transmisión es el relacionado con la transferencia de tecnología. La importación de bienes de capital (maquinaria-herramienta, equipos electrónicos, etc.) de alto contenido tecnológico significa una transferencia de tecnología entre países a través del comercio internacional. De hecho, este mecanismo constituye una forma relativamente barata de

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

acceder a las nuevas tecnologías existentes y de incorporarlas a los procesos productivos. En lugar de invertir una gran cantidad de recursos en desarrollar determinadas tecnologías, puede resultar más barato importar dicha tecnología ya incorporada en bienes intermedios. Además, la importación de estos equipos de alta tecnología puede estimular el desarrollo de tecnología nacional a través de la imitación e incluso de la mejora de dicha tecnología. En este sentido, el comercio internacional puede ser el mejor instrumento para la transmisión de la tecnología entre países, lo cual no sólo puede incentivar el crecimiento económico de los países inmersos en este comercio, sino también incentivar el crecimiento de la economía global.

Un mecanismo alternativo son los efectos del comercio internacional sobre las instituciones nacionales, mecanismo al que la literatura, tanto teórica como empírica, le concede una especial relevancia. La apertura a las relaciones comerciales con el exterior genera importantes efectos sobre la organización institucional, promoviendo importantes cambios en la misma para adaptar las reglas nacionales a las del contexto internacional. La apertura exterior también supone una mayor liberalización de los mercados nacionales, aumentando la eficiencia de los mercados para hacerlos más fuertes frente a la competencia exterior. Paralelamente, esta situación de mayor competencia, impulsa cambios en las empresas nacionales para alcanzar mayores niveles de competitividad, desarrollando nuevos productos y métodos de producción.

La literatura sobre comercio internacional le concede una especial importancia a este mecanismo, derivado fundamentalmente de la experiencia de los diferentes países europeos que se han ido incorporando a la Unión Europea. Basta pensar en el profundo cambio experimentado por la economía española a partir de su incorporación a la Unión Europea para entender el alcance de este mecanismo institucional. Entre los principales referentes a este mecanismo se encuentran Dollar y Kraay (2003), que muestran que aquellos países que tienen instituciones más avanzadas y una mayor apertura exterior, experimentan mayores tasas de crecimiento. Además, aquellos países con instituciones más avanzadas son precisamente los que muestran un mayor grado de apertura exterior.

Otro elemento a considerar son los movimientos de capital a largo plazo. Aunque cuando hablamos del sector exterior de una economía habitualmente nos estamos refiriendo al saldo comercial de bienes y servicios, no deben menospreciarse otro tipo de relaciones económicas a nivel internacional como son los movimientos de capitales. En este caso, hemos de distinguir

claramente entre los movimientos de capitales financieros –que normalmente son a corto plazo– de los movimientos de capitales para llevar a cabo inversiones productivas en otros países, que tienen un enfoque temporal de largo plazo. Esto es lo que se conoce como la *inversión exterior directa* y que supone un aumento de la inversión productiva en el país que la recibe con recursos que no han sido generados en dicho país sino que proceden del exterior. Este tipo de inversión puede tener efectos muy importantes sobre el país que recibe dicha inversión. Esto se debe a que dichas inversiones, no solo suponen un aumento del capital productivo instalado en un determinado país, lo que implica que su nivel de producción y de empleo también es mayor, lo que a su vez influye positivamente sobre el resto de sectores productivos. Al margen de estos efectos en términos de producción, también implican la transmisión de conocimientos desde el exterior sobre nuevos procesos productivos u organizativos. Así, la inversión exterior directa supone la generación de externalidades positivas sobre el resto del sector productivo nacional, a través de la transmisión del know-how, aumento del capital humano, efecto arrastre sobre otras industrias, introducción de nuevos productos y tecnología, etc.

Todos estos elementos hacen que el intercambio internacional de bienes y servicios, así como los movimientos de capital a largo plazo, constituyan factores determinantes del crecimiento económico. Pues no solo generan efectos directos sobre el número de bienes que pueden consumirse, sobre sus precios y sobre la producción agregada, sino que también constituye un elemento fundamental para el acceso de los países a la tecnología, independientemente de donde se produzca, así como al conocimiento y a nuevas formas de organización de las actividades productivas.

### ***6.2.1. La política de sustitución de importaciones***

En diferentes contextos históricos, han existido corrientes en contra el libre comercio internacional que basaban sus argumentos en el hecho de que la apertura comercial podía afectar negativamente a los intereses de determinadas economías, principalmente aquellas que estaban en vías de desarrollo. Si atendemos a los desarrollos teóricos, este tipo de razonamientos no tienen ninguna base dentro de la teoría clásica del comercio internacional, ya que todos los países se beneficiarían de una mayor apertura al exterior. Sin embargo, la nueva teoría del comercio internacional apoya en parte dichos argumentos, dado que pueden generarse situaciones en las cuales los países en vías de desarrollo se vean afectados negativamente por una mayor apertura

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

exterior. Este resultado también aparece en determinados modelos de crecimiento endógeno, como el de Young (1991), en el cual la mayor apertura comercial favorecería a los países desarrollados, pero afectaría negativamente a los menos desarrollados.

Estos argumentos han sido aplicados para el establecimiento de barreras al comercio internacional, para defender a la industria naciente nacional o bien para defender sectores considerados estratégicos. Sin embargo, la política de sustitución de importaciones va más allá en sus planteamientos, convirtiéndose en una estrategia de desarrollo económico. El punto de partida es que las importaciones supone una pérdida de oportunidades para la economía doméstica, puesto que no permite el desarrollo de la industria nacional. La puesta en marcha de limitaciones a estas importaciones provocaría un menor volumen de bienes importados, lo que aumentaría el nivel de producción nacional al sustituir estas importaciones por bienes producidos en el país. De esta manera, la política de sustitución de importaciones equivaldría a una política de fomento del crecimiento económico, al tiempo que podría reducir la existencia de desequilibrios en la cuenta corriente en el caso de que esta sea deficitaria.

Este tipo de políticas han sido puestas en marcha a lo largo del siglo XX por un amplio número de países en vías de desarrollo con resultados negativos. Estos resultados negativos se deben por una parte a que determinados bienes importados son bienes de capital con una importante carga tecnológica, que no pueden ser producidos en el país nacional excepto dedicando una gran cantidad de recursos a su desarrollo. De este modo, lejos de incentivar el crecimiento económico, el intento de sustituir estos bienes importados provoca una pérdida de productividad de la economía, disminuyendo el crecimiento económico.

En definitiva, la política de sustitución de importaciones aplicada en términos generales presenta más inconvenientes que ventajas, tal y como muestra la evidencia empírica disponible, por lo que no parece ser un instrumento adecuado para incentivar el crecimiento económico. No obstante, la práctica totalidad de países (incluso EE.UU. o la propia UE) aplica algún tipo de limitación a la importación en determinados sectores concretos, tales como una industria naciente o industrias que son consideradas estratégicas, aunque en estos casos pueden imperar otros factores de carácter político al margen del estrictamente económico.

### *6.2.2. Aportación del saldo exterior al crecimiento económico de Andalucía*

Una vez analizados los distintos aspectos del sector exterior de la economía respecto al crecimiento económico, en este apartado vamos a realizar un ejercicio cuantitativo sobre los efectos que ha tenido el sector exterior de la economía andaluza sobre el crecimiento económico regional, dado el grado de apertura al exterior de Andalucía. La contabilidad del crecimiento puede usarse para identificar la aportación al crecimiento del PIB de cada uno de sus componentes. Por tanto, podemos usar este instrumento para cuantificar la aportación al crecimiento del PIB del saldo exterior neto. Sin embargo, cabe destacar que este método no permite identificar todos los factores derivados del sector exterior que afectan al crecimiento económico en el largo plazo, como el acceso a las nuevas tecnologías o los conocimientos sobre las *artes* productivas. Únicamente permite cuantificar contablemente que proporción de la variación en el PIB procede directamente de la evolución en el saldo exterior neto, es decir, cuantificar la aportación del sector exterior en términos de contabilidad nacional sobre el crecimiento económico regional en el corto plazo.

La aportación al crecimiento del PIB del saldo exterior neto puede ser positiva o negativa, según sea la evolución de las exportaciones y las importaciones, independientemente de si existe déficit o superávit en el saldo comercial. Si las exportaciones crecen más (o decrecen menos) que las importaciones, entonces la aportación del saldo exterior neto al crecimiento de la producción será positiva, mientras que si las exportaciones crecen menos (o decrecen más) que las importaciones, entonces su aportación será negativa.

Es importante dejar claro que la existencia de un déficit por cuenta corriente no implica que el sector exterior tenga una aportación negativa al crecimiento del nivel de producción. De forma similar, la existencia de un superávit no implica una aportación positiva del sector exterior al crecimiento PIB. Si bien es cierto que un mayor nivel de importaciones que de exportaciones refleja un desequilibrio exterior que implica un menor nivel de producción nacional que el que debería alcanzarse en equilibrio tanto interno como externo, los efectos sobre el crecimiento económico del sector exterior no dependen del tipo de desequilibrio exterior existente, sino de cómo sea la dinámica de las exportaciones en relación a las importaciones.

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

Desde la vertiente de los componentes del gasto agregado, el nivel de producción de una economía que mantiene relaciones comerciales con el exterior podemos definirlo como:

$$Y_t = C_t + I_t + G_t + XN_t$$

donde  $Y$  es el nivel de producción,  $C$  el consumo,  $I$  la inversión,  $G$  el gasto público y  $XN$  las exportaciones netas, donde éstas últimas vienen definidas como la diferencia entre las exportaciones y las importaciones. Este saldo será positivo si las exportaciones son mayores que las importaciones, mientras que será negativo en caso contrario.

La tasa de crecimiento del nivel de producción la podemos calcular como:

$$\Delta Y_t = \frac{C}{Y} \Delta C_t + \frac{I}{Y} \Delta I_t + \frac{G}{Y} \Delta G_t + \frac{XN}{Y} \Delta XN_t$$

por lo que el crecimiento del PIB es igual al crecimiento de cada uno de sus componentes ponderado por su importancia respecto a la demanda agregada total. Si el saldo exterior neto es negativo (como sucede en el caso de la economía andaluza), entonces el signo del último componente de la expresión anterior depende del signo resultante de la variación en las exportaciones netas. Si las exportaciones aumentan más que las importaciones dicho signo será negativo, por lo que la aportación resultante al crecimiento de la producción es positiva.

Gráfico 6.1  
Traectoria del saldo exterior respecto al PIB en Andalucía  
(% respecto al PIB)



Fuente: *Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía*, con datos del Modelo de Equilibrio General de Andalucía (MEGA).

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

El gráfico 6.1 muestra la evolución del saldo exterior como porcentaje del PIB para la economía andaluza para el periodo 1980-2010, con los datos procedentes del Modelo de Equilibrio General de Andalucía (MEGA, de Analistas Económicos de Andalucía). Tal y como podemos observar, el saldo resultante siempre ha sido negativo durante el periodo considerado, indicando que el valor de exportaciones ha sido inferior al de importaciones. Cuantitativamente, el desequilibrio, como porcentaje del PIB es considerablemente elevado, llegando a rozar un máximo del 17% del PIB regional, a finales de 2007.

Por otra parte, observamos un hecho relevante. El saldo exterior aumenta fundamentalmente en las etapas de expansión y disminuye en las etapas de recesión. Este comportamiento se observa claramente en relación a lo que sucede en las crisis económicas de 1992-1993 y la crisis actual que se inicia en 2008. En ambas situaciones se produce una importante corrección del desequilibrio en el saldo comercial con el exterior. Este comportamiento corrobora la hipótesis de que las importaciones aumentan a tasas elevadas en las etapas de expansión económica, mientras que disminuyen también a tasas elevadas en las situaciones de recesión. Esta evolución del saldo exterior regional puede ser positiva o negativa, según sea la composición de las importaciones que realiza la economía andaluza. Dicho de otro modo, el déficit exterior supone un desequilibrio cuya gravedad varía en función de si obedece a factores de demanda o a factores de producción. Si el elevado volumen de importaciones frente a las exportaciones obedece a factores de producción, eso significa que se trata fundamentalmente de bienes de capital intermedios que se incorporan al proceso productivo regional.

En este caso, el saldo del sector exterior supone un desequilibrio que aunque afecta negativamente a la producción regional, supone un elemento positivo para el crecimiento económico en el largo plazo. El problema fundamental radica en si dicho déficit exterior viene determinado por problemas de demanda. En este caso se trataría de importaciones de bienes para el consumo final, lo que no solo supone un menor nivel de producción de la región, sino que también supone un freno para su crecimiento en el largo plazo.

Usando información sobre la evolución de los principales agregados de la economía andaluza, podemos usar la expresión anterior para cuantificar la aportación de cada uno de los componentes del PIB al crecimiento regional y, en concreto, podemos obtener una cuantificación de cómo ha sido la aportación del sector exterior al crecimiento de Andalucía.

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

Cuadro 6.1

### Aportación de los componentes del PIB al crecimiento económico

Tasas de crecimiento medias anuales para el PIB, y aportación en puntos porcentuales de los componentes

	PIB	Consumo	Inversión	Gasto público	Sector Exterior
TOTAL Periodo 1980-2010	2,83	1,77	0,85	0,73	-0,52
1980-1990	3,01	1,84	1,45	0,74	-1,02
1991-2000	3,21	2,11	0,77	0,67	-0,35
2001-2010	2,33	1,40	0,39	0,78	-0,24

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

El cuadro 6.1 muestra los resultados de realizar el anterior ejercicio de descomposición. Para el periodo 1980-2010, la tasa de crecimiento media de la economía andaluza fue del 2,83%. La aportación de cada uno de los componentes del PIB fue de 1,77 puntos porcentuales para el caso del consumo, 0,85 puntos porcentuales para la inversión, 0,73 puntos porcentuales para el gasto público, mientras que el sector exterior tuvo una aportación negativa de 0,52 puntos porcentuales.

Distinguiendo por décadas se observan tres hechos fundamentales. En primer lugar, la aportación del gasto público se mantiene prácticamente constante a lo largo del tiempo, si bien es ligeramente superior en la última década, alcanzando 0,78 puntos porcentuales. En segundo lugar, la aportación de la inversión ha ido disminuyendo con el paso del tiempo. Durante la década de los ochenta, la aportación de la inversión al crecimiento del PIB regional fue de 1,45 puntos porcentuales. Sin embargo, dicha aportación baja hasta suponer 0,77 puntos porcentuales durante la década de los noventa, mientras que desciende aún más, hasta solo 0,39 puntos porcentuales durante la primera década del presente siglo. Por último, la aportación del consumo, que es el principal componente del crecimiento regional, ha disminuido considerablemente durante los últimos diez años. La aportación del consumo al crecimiento regional fue de 1,84 puntos porcentuales durante la década de los ochenta, aumentando hasta los 2,11 puntos porcentuales durante los noventa. Sin embargo, en el último decenio la aportación del consumo ha disminuido hasta los 1,4 puntos porcentuales.

El principal resultado que obtenemos del análisis realizado es que la aportación del sector exterior al crecimiento regional ha sido negativa, en media, para el periodo 1980-2010. Esto significa que la dinámica de crecimiento de las importaciones ha sido superior a la de las exportaciones en el balance de estas tres décadas. Dicho de otro modo, independientemente del saldo comercial con el extranjero –muchos años negativo–, el sector exterior ha restado unas

décimas al ritmo de producción económica regional en el global de este periodo. No obstante, a pesar de esta conclusión, hay un rasgo positivo que se deriva de la trayectoria temporal, y es que esta aportación negativa se ha ido moderando con el paso del tiempo, por lo que el impacto negativo del sector exterior andaluz en términos de contabilidad regional ha ido perdiendo importancia, y de hecho, en los últimos años: 2008, 2009 y 2010, esta contribución se ha tornado en positiva.

Esta situación no debería pasar desapercibida, pues justo antes del estallido de la crisis económica mundial, cuando el déficit comercial de la economía andaluza alcanzaba máximos históricos (10.500 millones de euros de diferencia entre importaciones y exportaciones de bienes), el sector exterior tenía una aportación positiva al PIB regional. Una explicación a este cambio de signo –al margen de la contribución del comercio de servicios – es la positiva influencia que sobre otros fundamentos del crecimiento económico podrían haber tenido la acumulación de importaciones (bienes de capital e intermedios) satisfecha a lo largo de las décadas anteriores.

En cualquier caso, para el periodo total considerado (1980-2010), la aportación del sector exterior al PIB de Andalucía ha sido de -0,52 puntos porcentuales, según las estimaciones de *Analistas Económicos de Andalucía*. Esto significa que si excluimos al sector exterior, el crecimiento medio anual durante este periodo de la economía andaluza en lugar de haber sido del 2,83% hubiese sido del 3,35%.

Durante la década de los ochenta, la aportación negativa del sector exterior regional al crecimiento del PIB fue muy elevada, alcanzando los -1,02 puntos porcentuales, en promedio. Cabe recordar que dicho periodo coincide con el proceso de apertura económica al exterior, en un contexto de transición política y de transformación económica, impulsada por la incorporación al mercado europeo (1986). De este modo, el crecimiento medio del PIB de Andalucía fue un punto porcentual inferior cada año al que se podría haber registrado si la dinámica de las exportaciones hubiese sido similar a la de las importaciones. De este modo, el crecimiento medio regional durante esta década hubiese sido del 4%, sin tener en cuenta el sector exterior.

En la década de los noventa la aportación negativa del sector exterior disminuye considerablemente, situándose en -0,35 puntos porcentuales, lo que evidencia un mejor comportamiento de las exportaciones en relación a las importaciones frente a la década anterior, pero de nuevo la aportación es

## **Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional**

negativa, indicando una mayor tasa de crecimiento media de las importaciones frente a las exportaciones. Finalmente, en la última década la aportación negativa del sector exterior al crecimiento regional se ha ido haciendo más neutral, arrojando incluso –la contabilidad nacional – una contribución positiva entre 2008 y 2010, fruto de una dinámica exportadora más intensa que el ritmo de avance mostrado por las importaciones.

Del análisis realizado obtenemos dos importantes conclusiones respecto a la aportación del sector exterior al crecimiento económico regional en el corto plazo. En primer lugar, la aportación del sector exterior al crecimiento regional es negativa durante el agregado del periodo 1980-2010. En segundo lugar, dicha aportación negativa ha ido disminuyendo a lo largo del tiempo, llegando a ser positiva desde 2008. Esta situación es compatible con la existencia de un mayor dinamismo en las exportaciones, si bien las importaciones siguen superando a las primeras, por lo que el saldo exterior arroja aún valores negativos.

### **6.3. Determinantes del saldo de la balanza comercial**

Las relaciones económicas con el exterior pueden ser una importante fuente de desequilibrio macroeconómico. La diferencia entre exportaciones e importaciones da lugar a la existencia de déficits o superávits en la balanza comercial, que tiene su contrapartida en el saldo de ahorro entre países. En este sentido, resulta importante hacer referencia al hecho de que el ahorro (positivo o negativo) puede moverse entre países gracias a los movimientos comerciales y a los flujos a largo plazo. Así, países con superávit en la balanza comercial tienen un ahorro neto positivo, mientras que países con déficit en la balanza comercial presentan un ahorro neto negativo.

La existencia de un déficit en la cuenta corriente supone un desequilibrio en el sector exterior de la economía que tiene su contrapartida en la economía doméstica e implica la existencia de un excesivo nivel de consumo o, equivalentemente una insuficiencia en el nivel de ahorro. En este caso la economía necesita financiación, ya que de hecho está realizando una transferencia de fondos hacia el exterior. Esta transferencia de fondos puede suponer una importante limitación al crecimiento económico, dado que limita los recursos disponibles para destinarlos a la inversión doméstica.

El origen de los déficits en la balanza comercial que son permanentes en el tiempo hay que buscarlos en la existencia de desequilibrios internos, en

términos de la demanda y oferta domésticas. Así, un desequilibrio exterior indica la existencia de desajustes entre los bienes y servicios que demanda una economía y los que produce. Esta situación supone que la economía mantiene un menor nivel de producción del que correspondería a una situación de equilibrio, al tiempo que supone un endeudamiento respecto al resto del mundo.

En los últimos años se ha renovado el interés por intentar explicar la existencia de desequilibrios en la balanza comercial, interés que obedece al tamaño que han alcanzado estos desequilibrios en determinados países. Esto ha dado lugar a una extensa literatura teórica pero principalmente empírica, cuyo objetivo es intentar explicar cuáles son los factores que determinan el saldo de la cuenta corriente. Uno de los trabajos más representativos es el de Chinn y Prasad (2003), que encuentran que los desequilibrios presupuestarios tienen una elevada relación con los desequilibrios en la cuenta corriente, lo que supone que son factores de demanda los principales causantes de estos desequilibrios.

La mayor parte de los análisis empíricos realizados apuntan a que son factores monetarios los principales causantes de los desequilibrios exteriores. Así, Prasad y Gable (1998) estudian los desequilibrios exteriores en los países de la OCDE, obteniendo que son perturbaciones de carácter nominal, es decir, monetarias, las principales determinantes del saldo comercial exterior. Las perturbaciones de demanda también tienen cierta importancia, aunque mucho menor que los factores monetarios, mientras que los factores de producción tienen un efecto muy limitado.

García-Solanes, Rodríguez y Torres (2011) analizan el comportamiento dinámico de la balanza comercial para los países del G-7 más España, con el objetivo de identificar cuáles son los factores explicativos, en términos de perturbaciones de oferta, perturbaciones de demanda reales y perturbaciones nominales. Los resultados obtenidos indican que las perturbaciones de demanda de carácter real explican la mayor parte de la variabilidad en el saldo comercial en todos los países, excepto Italia. El porcentaje de variación en la balanza comercial explicado por este tipo de perturbaciones varía del 98% de Canadá, al 35% de Italia, estando en torno al 75-80% para la mayoría de países. Estos resultados concuerdan con los obtenidos por Chinn y Prasad (2003), remarcando la importancia de la política fiscal interna a la hora de explicar los desequilibrios externos.

## Capítulo 6. El sector exterior: una revisión de su significado e importancia sobre el crecimiento regional

Para el caso de la economía española en particular, el 75% de las variaciones en el déficit por cuenta corriente vienen explicados por perturbaciones de demanda, un 20% por perturbaciones de carácter nominal y el restante 5% por perturbaciones del lado de la producción. Por tanto, la mayor parte de las variaciones en el déficit por cuenta corriente de la economía española vienen explicadas por factores de demanda, ya sea privada o pública. Esto supone que la política fiscal tiene un importante papel a la hora de determinar la evolución futura del saldo comercial exterior de la economía española.

### Los twin déficits

Tal y como hemos señalado anteriormente, la política fiscal puede ser un elemento determinante del saldo comercial de una economía. La hipótesis del "twin déficits" o déficits gemelos, hace referencia a la existencia de una relación entre el saldo por cuenta corriente de una economía y el desequilibrio presupuestario del gobierno en términos de déficit presupuestario. Ambos desequilibrios se presentan de forma simultánea en determinadas economías, por lo que se ha relacionado la existencia de desequilibrios presupuestarios con los desequilibrios comerciales externos.

Para ilustrar la posible relación entre los déficits públicos y los déficits comerciales, vamos a comparar la definición de producción por el lado del gasto y por el lado de la distribución de la renta. Tal y como hemos visto anteriormente, el nivel de producción de una economía en términos de los componentes del gasto podemos definirlo como:

$$Y_t = C_t + I_t + G_t + XN_t$$

donde  $Y$  es el nivel de producción,  $C$  el consumo,  $I$  la inversión,  $G$  el gasto público y  $XN$  las exportaciones netas, es decir, la diferencia entre las exportaciones y las importaciones.

Por otra parte, el nivel de producción o renta de una economía puede definirse de forma alternativa en términos de cómo se distribuye la renta generada como:

$$Y_t = C_t + S_t + T_t$$

donde  $S$  es el ahorro y  $T$  son los impuestos.

Combinando ambas definiciones de producción, se obtiene que:

$$I_t + G_t + XN_t = S_t + T_t$$

dado que el consumo se cancela al aparecer en ambas definiciones. Por tanto, el saldo por cuenta corriente está relacionado con un saldo proveniente del sector privado que se obtiene como diferencia entre el ahorro y la inversión, y

otro saldo proveniente del sector público que se obtiene como diferencia entre el gasto público y los ingresos públicos. Para ver más claramente estos argumentos, la expresión anterior, en términos de dichos saldos, podemos escribirla como:

$$XN_t = (S_t - I_t) + (T_t - G_t)$$

Si el déficit público aumenta, o bien tiene que aumentar el ahorro privado, o bien tiene que disminuir la inversión o bien se produce un deterioro en el saldo por cuenta corriente. Dicho de otro modo, si existe déficit en las cuentas públicas (los ingresos fiscales son menores al gasto público) y existe equilibrio entre ahorro e inversión, entonces el saldo exterior neto tiene que ser negativo en la misma cuantía. Por tanto, si el ahorro de una economía es igual a su inversión, un superávit (déficit) público equivale a un superávit (déficit) comercial en la misma cuantía. El problema se agrava cuando de forma simultánea existe desequilibrio en las cuentas públicas y además el ahorro nacional no es suficiente para atender el volumen de inversión. En este caso, el déficit comercial equivale a la suma de ambos déficits internos.

Para ilustrar el problema podemos redefinir los tres saldos anteriores en términos relativo al PIB. Así, por ejemplo, si suponemos que el déficit presupuestario es del 10% del PIB y que el desequilibrio entre inversión y ahorro alcanza el 5% del PIB, esto equivaldría a un déficit comercial del 15% del PIB.

No obstante, autores como Kim y Roubini (2008) apuntan a que la evidencia empírica para Estados Unidos contradice los resultados anteriores e indican que, cuando las cuentas públicas se deterioran, se produce una mejora en la cuenta corriente y al contrario, apuntando a que en la práctica ambos déficits se mueven en direcciones opuestas. Así, un aumento en el déficit público provoca un aumento del ahorro privado y una disminución en la inversión, que contribuye a una mejora en la cuenta corriente. A pesar de estos resultados para Estados Unidos, la evidencia empírica disponible parece apoyar la idea de los déficits simultáneos en las cuentas públicas y el sector exterior en un amplio número de economías, apuntando a la existencia de una relación entre política fiscal y demanda exterior neta.

Capítulo 7

## CONCLUSIONES FINALES

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Capítulo 7. Conclusiones finales

En este trabajo, se han analizado las implicaciones que tiene el sector exterior para una economía. Existen pocas dudas de las importantes ventajas que tiene el sector exterior para el desarrollo y el bienestar de las economías. Si bien la evidencia empírica no es del todo concluyente, existe una gran cantidad de mecanismos de transmisión a nivel teórico por los cuales el comercio exterior puede afectar positivamente al crecimiento económico y al bienestar.

A nivel teórico nos encontramos con dos enfoques que, aunque contrarios, son complementarios a la hora de explicar los flujos comerciales internacionales. Mientras la teoría clásica se centra en la existencia de diferencias entre países en un contexto competitivo, la nueva teoría del comercio internacional apunta a la existencia de un contexto de competencia imperfecta donde la existencia de economías de escala resulta fundamental para determinar el patrón del comercio internacional. La principal diferencia en sus resultados radica en que mientras en el primer enfoque todos los países se benefician de una mayor apertura comercial, en el segundo pueden existir situaciones en los cuales algún país se sienta perjudicado de una mayor apertura comercial al exterior. No obstante, a nivel agregado existe un amplio acuerdo de los importantes beneficios que se derivan del comercio internacional sin el cual no sería posible alcanzar el actual nivel de desarrollo económico.

A pesar de ello, el sector exterior puede ser una fuente importante de desequilibrios. Así, por ejemplo, la economía andaluza evidencia un saldo comercial negativo con el exterior con cierta permanencia en el tiempo, lo que pone en evidencia desajustes internos en términos de oferta y demanda de bienes y servicios, que sin duda están afectando negativamente al nivel de producción regional (al PIB como agregado), si bien es cierto que en los años 1993, 1994, 1996 y 2007 se registró superávit. Sin embargo, el hecho de que las importaciones superen a las exportaciones puede tener efectos positivos sobre el crecimiento regional en el largo plazo, ya que implica la importación de bienes de equipo que incorporan tecnología al sector productivo.

Atendiendo al análisis efectuado a lo largo de este informe, se podrían extraer una serie de conclusiones generales, que resumirían los aspectos más importantes resultantes de los capítulos que comprende. Así, en el capítulo primero se contextualizó las relaciones comerciales en el acelerado proceso de globalización que está exigiendo nuevos retos al papel de los estados y

gobiernos, pues en una economía global exige un mejor funcionamiento de los mercados, más flexibles dinámicos y competitivos. En este sentido, cobran especial relevancia políticas institucionales y microeconómicas, y temas como las economías de escala, las barreras de entrada, las estrategias empresariales, la innovación, las externalidades tecnológicas, etc.

El capítulo segundo, dedicado a las relaciones comerciales de Andalucía con los mercados foráneos, ha puesto de manifiesto que las exportaciones e importaciones de bienes y servicios andaluzas han experimentado desde mediados de los noventa unos ritmos de crecimiento superiores a los del PIB. Estos resultados se extraen de las cifras de la Contabilidad Regional Anual, y se complementan con las cifras de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad, así como con los cálculos internacionales de la Organización Mundial del Comercio, que señala que la cuota exportadora de Andalucía en las transacciones mundiales se ha mantenido estable y no ha retrocedido en los últimos años, ni siquiera tras el estallido de la crisis económica global. En concreto, las exportaciones andaluzas habrían mostrado en la última década un crecimiento más destacado que otras grandes economías (UE-27, EEUU, Alemania), si bien inferior a la irrupción de China en el comercio mundial. Igualmente, el avance de las exportaciones e importaciones andaluzas ha superado al del promedio nacional entre 2000 y 2010.

Pese a estos registros, la tasa de apertura de la economía andaluza resulta aún inferior a la de España, mientras en el caso de la tasa de cobertura no es demasiado diferente a la del promedio nacional, representando, en la actualidad, el valor de las exportaciones aproximadamente el 80% de las importaciones, si bien la tasa de cobertura andaluza llegó a ser mucho más elevada en Andalucía una década antes.

Sin duda, la balanza comercial andaluza es deficitaria, con carácter estructural, a causa de la elevada dependencia de las importaciones energéticas y otras materias primas. Mientras, los índices de especialización retratan la relevancia de las exportaciones andaluzas en relación con las del conjunto de España, en ramas como las grasas y aceites, el gas, menas y minerales, así como en frutas y legumbres, con las que presenta ventajas comparativas relativas frente a distintos países del mundo. En cualquier caso, resulta evidente el carácter intraindustrial o intrasectorial del flujo de bienes con el exterior, ya que Andalucía adquiere fuera de nuestras fronteras aquellos productos más intrincados en nuestra estructura productiva interna.

Por otro lado, atendiendo a la finalidad económica de las transacciones de bienes, los intermedios son los que tienen una mayor presencia en el comercio exterior andaluz, representando en el promedio de los últimos años un 82% de las importaciones y un 64,2% de las exportaciones. Por su parte, los bienes de capital tienen una menor significación (6,5% en las importaciones y un 6,2% en las exportaciones), si bien conviene destacar el fuerte incremento que observaron entre 2004 y 2008. Mientras, en los bienes de consumo se aprecia un mayor desequilibrio entre las exportaciones e importaciones, con un mayor significado relativo de las exportaciones (29,6%) que de las importaciones (11,4% del total de las compras al exterior de Andalucía en la última década), lo que supone que el saldo comercial andaluz es deficitario básicamente por culpa de los bienes intermedios, ya que para los de consumo, el saldo de las transacciones presenta un signo positivo.

Desde la perspectiva geográfica, las relaciones comerciales con el extranjero de la economía andaluza se concentran en los países de la OCDE (tres cuartas partes en 2010), si bien en los últimos años (entre 2005 y 2010) el número de países con los que Andalucía mantiene intercambios comerciales se ha ampliado hasta unos 190 países, destacando las ventas a los Nuevos Países Industrializados (NPI) y los países de la OPEP. En este sentido, en los últimos años se habría observado un proceso de reestructuración de los mercados, ya que en términos relativos los países de la OCDE estarían perdiendo peso en las relaciones comerciales con la región andaluza, a favor de los países del continente americano, asiático y otras economías emergentes. Por países, se habría producido un descenso moderado en las cuotas de mercado de las exportaciones andaluzas en Francia, Alemania, Italia y Países Bajos, pero que se habrían visto compensado por el incremento de la participación de países vecinos como Portugal y Marruecos. Asimismo, resulta interesante destacar que las exportaciones regionales han crecido significativamente a un buen número de países (como Ucrania, Egipto, República Checa, Brasil, Colombia, China, Argentina o Polonia) que han observado un crecimiento de las importaciones superior a la media mundial.

Pero, sin duda, dentro de las transacciones comerciales de la economía andaluza juegan un papel fundamental los intercambios de bienes dentro del territorio nacional, es decir, entre el resto de CCAA españolas. A esta constatación se ha dedicado el capítulo tercero del informe. De acuerdo con las últimas estimaciones C-intereg de CEPREDE, de diciembre de 2011, las ventas interregionales de Andalucía superarían a otras regiones, con el

consiguiente saldo positivo en 2010, que no sería coyuntural, sino característico del balance comercial con el resto de CCAA. Andalucía concentra cerca del 11% de las ventas asociadas al comercio interior de bienes en España en 2010, con 42.168 millones de euros, suma de los comercializados en la propia región andaluza y en el resto de España. Concretamente, el comercio intra-regional representa 15.270 millones de euros, por lo que alrededor del 64% de la comercialización interna se destina al resto de CCAA españolas.

La significación productiva en ramas de actividad como la industria de materias extractivas, la agricultura, la industria agroalimentaria, la industria de productos minerales no metálicos y la metalurgia y fabricación de productos metálicos, explicaría el saldo superavitario en dichos grupos o sectores con respecto al resto de regiones españolas. En sentido contrario, desde mediados de los noventa se ha venido observando un déficit comercial interior en la industria textil y en la fabricación de material de transporte.

Por su parte, el capítulo cuarto del trabajo ha centrado el análisis en los flujos de inversiones de Andalucía, pudiendo apreciarse que a pesar de la elevada variabilidad de las inversiones a lo largo del tiempo, y del efecto “sede social” de las empresas objeto de inversión, en el promedio del periodo 2005-2010, el flujo de inversiones realizadas en el exterior por la economía andaluza supera a la cuantía de inversiones recibidas por nuestra región (642,7 frente a 600,7 millones de euros), por lo que el saldo exterior neto de inversiones en dicho periodo sería negativo (en cerca de 42 millones de euros). Por sectores de actividad, la construcción y la agricultura han sido sectores regionales que han gozado de mayor atractivo para las inversiones foráneas, en comparación con el conjunto de España, recibiendo el sector industrial andaluz una menor proporción de inversiones extranjeras que la media nacional.

La inversión extranjera en Andalucía procede de los países de Europa, en una elevada proporción. En concreto, durante la media del periodo 2005-2010, el 75,8% de estos flujos tuvieron su origen en los países de Europa (Italia, Reino Unido, Francia, Países Bajos). Destaca la capacidad de atracción de la región andaluza en estos últimos años para los países de América del Norte (principalmente EEUU), concentrando el 16% de las inversiones directas recibidas, mientras los países Latinoamericanos (en torno a un 3,5% de los flujos de IED recibidos por la Comunidad Autónoma entre 2005 y 2010), tendrían un peso superior al del agregado nacional. No obstante, también las

empresas andaluzas cuentan con apoyo inversor procedente de Asia (destacando Corea del Sur) y Oceanía.

Desde la perspectiva de las inversiones andaluzas realizadas en el exterior, cabe destacar el interés de éstas en ramas vinculadas a la industria (46,3% de las IED realizadas entre 2005 y 2010) y en concreto, al sector agroalimentario. También tienen una concentración notable las destinadas al sector energético, la construcción, y actividades profesionales, científicas y técnicas, junto con el comercio. Por principales destinos, entre los países a los que Andalucía dirige sus inversiones directas en el exterior se encontrarían Portugal, Brasil, Suiza, Túnez, EEUU, Perú y República Checa, a tenor del periodo 2005-2010. No obstante, en los próximos años se pretende ampliar y diversificar el espectro de mercados extranjeros a los que las inversiones andaluzas deberían dirigirse, siguiendo criterios relacionados con ramas más relacionadas con sectores tecnológicos y a países con instituciones estables y consolidadas.

Precisamente, en el capítulo quinto se ha recogido brevemente el principal planteamiento que subyace en la política pública andaluza en materia de relaciones exteriores, que no es otro que el de hacer de la internacionalización de nuestra economía –y por tanto, de los agentes económicos andaluces, es decir, las empresas– un objetivo básico. Esta estrategia se encuentra vinculada, además, a otros aspectos clave, tales como la modernización, innovación, productividad y competitividad. Estos criterios son los que inspiran el último Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza (2010-2013).

Los positivos efectos del Plan anterior (2007-2010) podrían haber influido en el incremento en el número de empresas andaluzas exportadoras regulares, que entre 2005 y 2009 registraron un crecimiento del 26,4%. A pesar de este avance en la demografía empresarial andaluza, la presencia de empresas que vendan su producción, regularmente, en el exterior resulta aún menos frecuente que en el conjunto nacional. Por este motivo, la labor de promoción y apoyo de las oficinas de Extenda constituye un instrumento fundamental para relanzar y consolidar los negocios en el exterior de los agentes económicos regionales. Máxime en un momento como el actual, en el que la crisis económica mundial, los ajustes del tipo de cambio y las fluctuaciones de los precios de los productos básicos, como el petróleo y las materias primas, en un contexto de atonía del mercado interior, hace que la empresa exportadora andaluza esté atravesando una situación económica y financiera muy complicada.

Por todos los rasgos expuestos, entre ellos algún aspecto estructural ya comentado, como la elevada concentración geográfica y sectorial de las exportaciones y de los flujos de inversión de Andalucía, se deberían ampliar los intercambios y relaciones hacia nuevos mercados, en especial hacia las economías emergentes y hacia aquellos países con economías más competitivas (entendida ésta en el sentido del World Economic Forum) y con mayor grado de desarrollo tecnológico, propiciando también la presencia foránea en el tejido productivo regional, dado los efectos positivos que estas inversiones generan, no solo sobre la actividad económica y el empleo autóctonos, también en términos culturales e institucionales.

Sin duda, la internacionalización de la economía se ha convertido en un objetivo de la política económica de Andalucía, pero este objetivo debe estar claramente vinculado con otras actuaciones públicas en materia de modernización de los procesos y de los mercados de factores, que fomenten la productividad, la contención de costes-precios, la innovación y la eficiencia económica, al margen de los servicios de asesoramiento y promoción exterior que ofrecen las AAPP. Este contexto más favorable para hacer negocios redundará positivamente sobre las empresas andaluzas exportadoras y sobre las iniciativas emprendedoras de éstas en el exterior (inversoras), cuyo posicionamiento debe ampliarse (en número) y profundizarse (mayores cifras de exportación), pese a la expansión observada en la última década.

El análisis cuantitativo realizado en el capítulo sexto pone de manifiesto que la aportación del sector exterior al crecimiento del PIB regional ha sido negativa durante el periodo 1980-2010. Este resultado no se debe a la existencia de un déficit por cuenta corriente permanente durante todo el periodo considerado, sino al hecho de que la dinámica de las importaciones ha sido superior a la de las exportaciones. No obstante, esta aportación negativa al crecimiento regional ha ido disminuyendo significativamente a lo largo de los años, indicando un mejor comportamiento del sector exterior regional en términos relativos.

Estos resultados no implican necesariamente que el sector exterior de la economía andaluza, en términos globales, esté condicionando negativamente el crecimiento económico regional, sino que por el contrario los efectos estarían siendo positivos. Como hemos comentado a lo largo del informe, las importaciones de bienes de equipo y de alto componente tecnológico, son un elemento fundamental para la mejora de la productividad de la economía doméstica, por lo que estarían afectando positivamente al crecimiento

*potencial* de la economía andaluza. Sin embargo, dichos efectos, que únicamente aparecerían en el largo plazo, no pueden ser estimados de forma precisa y son difíciles de identificar en la evolución de la producción en el corto plazo. Así pues, los resultados obtenidos, en este último capítulo, en relación a la aportación del sector exterior al crecimiento del PIB de Andalucía, únicamente recogen el efecto de corto plazo, y no los efectos positivos que pueden tener las importaciones (superiores a las exportaciones) en un horizonte temporal más amplio, infraestimando, por tanto, la importancia macroeconómica del sector exterior sobre el desarrollo regional.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[VOLVER A ÍNDICE](#)



### Referencias bibliográficas

Smith, Adam. La riqueza de las naciones, especialmente libro IV, versión española de Ed. Aguilar, Madrid, 1956, págs. 353 y sigs.

Balaguer, J. y Cantavella, M. (2001): Examining the export-led growth hypothesis for Spain in the last century. *Applied Economics Letters*, 8, 681-685.

Banco de España (2006). Boletín Económico, octubre 2006.

Brander, J. y Spencer, B. (1983): International R&D rivalry and industrial strategy. *Review of Economic Studies*, 50, 707-722.

Brander, J. y Spencer, B. (1985): Export subsidies and international market share rivalry. *Journal of International Economics*, 16, 83-100.

Bravo, S. y C. García (2004). «La cuota de mercado de las exportaciones españolas en la última década», Boletín Económico, págs. 59-68, Banco de España, abril 2004.

Cámara de Comercio, Agencia Tributaria e Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Boletines: *La empresa exportadora española (2005-2008) y (2006-2009)*, y *La empresa importadora española (2005-2008) y (2006-2009)*.

Canals, C. y Fernández, E. (2008), "Luces y sombras de la competitividad exterior de España" Documentos de Economía "la Caixa" N.º 10 abril de 2008.

Casson, M. (1990) "Introduction" to the Large Multinational Corporation by Stephen Hymer. In M Casson (editor) *Multinational Corporation*. Hants: Edward Elgar.

Cavelaars, P. (2006). «Output and price effects of enhancing services sector competition in a large open economy», *European Economic Review*, vol. 50, núm. 5, págs. 1131-1149.

Central de Balances de Andalucía 2010, Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

Central de Balances de Economía Social de Andalucía 2010 (CBES), Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

Chinn, M. y Prasad, E. (2003): Medium-term determinant of current accounts in industrial and developing countries: An empirical exploration. *Journal of International Economics*, 59, 47-76.

C-intereg, Proyecto de análisis del comercio interregional español. Centro de Predicción Económica CEPREDE, y Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.

Cohen, S., D. J. Teece, L. Tyson y J. Zysman (1984). «Competitiveness», en Report of the President's Commission on Industrial Competitiveness, vol. 3.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): "Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial". Colección Documentos de proyectos. Naciones Unidas.

Conference Board y Groningen Growth and Development Centre, Faculty of Economics and Business, University of Groningen.

David Ricardo, Principios de economía política y tributación, capítulo IV, versión española de Ed. Aguilar, Madrid, 1955, págs. 98 y sigs.

Díaz-Mora, C. R. Gandoy y A. Triguero, "Outsourcing y características de las empresas: evidencia para la industria española", Papeles de Economía Española, nº 116.

Dixit, A, y Stiglitz, J. (1977): Monopolistic competition and optimum product diversity. *American Economic Review*, 67(3), 297-308.

Dollar, D. (1992): Outward-oriented developing economies really do grow more rapidly: Evidence from 95 LDCs, 1976-1985. *Economic Development and Cultural Change*, 40(3), 523-544.

Dollar, D. y Kraay, A. (2003): Institutions, trade, and growth. *Journal of Monetary Economics*, 50(1), 133-162.

Dornbush, (1977): Comparative advantage, trade and payments in a Ricardian model with a continuum of goods. *American Economic Review*, 67(5), 823-839.

Dunning J H (1988) 'The eclectic paradigm of international production', *Journal of International Business Studies*, 19, pp. 1-31

EXTENDA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Estadística de Inversiones Extranjeras Directas en España. Serie 1993-2010.

Frankel, J. y Romer D. (1999): Does trade cause growth? *American Economic Review*, 83(3), 379-399.

García-Solanes, Rodríguez, J. y Torres, J.L. (2011): Demand shocks and trade balance dynamics. *Open Economies Review*, 22(4), 739-766.

Gual, J. y A. Hernández (1993). «La competitividad sectorial de la industria española», *Economía industrial*, núm. 291, págs. 143-161.

Heckscher, E. (1919): The effecto of foreing trade on the distribution of income, en *Readings in the theory of internatinal trade*, Ed. Ellis, J.S. Metzler, 1948.

Hymer S H (1976) *The International Operations of National Firms: A Study of Foreign Direct Investment*, MIT Press, Cambridge, MA.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Plan Integral de Desarrollo del Mercado (PIDM), Plan Estratégico (2009-2010) y Memoria (2010).

Kim, S. y Roubini, N. (2008): Twin deficit or twin divergence? Fiscal policy, current account, and real exchange rate in the U.S. *Journal of International Economics*, 72, 362-383.

Krugman, P. (1979): Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of International Economics*, 9(4), 469-479.

Krugman, P. (1980): Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade. *American Economic Review*, 70(5), 950-959.

Krugman, P. (1981): Intraindustry specialization and the gains from trade. *Journal of Political Economy*, 89(5), 959-953.

Krugman, P. (1990): *Rethinking International Trade*. MIT Press: Cambridge.

Krugman, P., Obstfeld, M. (2001): *Economía internacional: teoría y política*. Edición: 5ª ed.

L'Hotellerie-Fallois, P. y J. M. Peñalosa (2006). «El diagnóstico del déficit exterior español dentro de la UEM», Cuadernos de Información Económica, núm. 192, págs.17-30.

Levine, R. y Renelt, D. (1992): A sensitivity analysis of cross-country growth regressions. *American Economic Review*, 82(4), 942-963.

López, R. (2005): Trade and growth: Reconciling the macroeconomic and microeconomic evidence. *Journal of Economic Surveys*, 19(4), 623-648.

López-Salido, D., F. Restoy y J.Vallés (2005). «Inflation differentials in EMU: The Spanish case», Documentos de Trabajo núm. 0514, Banco de España.

Ohlin, B. (1933): *Interregional and International Trade*. Harvard University Press.

Organización Mundial del Turismo, "Informe sobre el Comercio Mundial, 2011".

Pérez, F. (2004). La competitividad de la economía española: inflación, productividad y especialización, Colección Estudios Económicos "la Caixa", núm. 32, Barcelona.

Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza, 2010-2013, Junta de Andalucía. 2010.

Prasad, E. y Gable, J. (1998): International evidence on the determinant of trade dynamics. *IMF Staff Papers*, 45, 401-439.

Publicación: McGraw Hill, 2001. Madrid.

Rabanal, P. (2007). «Explaining Inflation Differentials between Spain and the Euro Area», "la Caixa" Economic Papers, núm. 2.

Rodrik, D. (1998): Why do more open economies have bigger government? *Journal of Political Economy*, 106, 997-1032.

Samuelson, P.A. (1949):. International trade and the equalization of factor prices. *Economic Journal*, Vol. 58.

Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía y Competitividad. Estadísticas varias sobre comercio e inversiones (DataComex y DataInvex).

Tamames Gómez, R. (2009). "El futuro del sector exterior de España". Artículo publicado en el núm. 16 de la Colección Mediterráneo Económico: " El futuro de la economía española". Coordinador: Juan Velarde Fuertes. Fundación Cajamar.

UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *World Investment Report 2011* y estadísticas varias.

World Economic Forum. Global Competitiveness Report 2011-2012, Switzerland.

Young, A. (1991): Learning by doing and the dynamic effects of international trade. *Quarterly Journal of Economics*, 106, 369-405.

Zaballa, J.J. (2011) "El índice de valoración de la inversión española en el exterior: La opinión de las empresas españolas". Nº 859. Marzo-Abril 2011. La Nueva Geografía de la Internacionalización. *Información Comercial Española*. Ministerio de Economía y Competitividad.



## **GLOSARIO DE TÉRMINOS Y ABREVIATURAS**

[VOLVER A ÍNDICE](#)



## Glosario de términos y abreviaturas

**AA.PP.:** Administraciones Públicas.

**BRICS:** Se denomina así al grupo de emergentes compuesto por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica.

**CAUCE:** Centro de Asesoramiento Unificado en Comercio Exterior.

**CEPREDE:** Centro de Predicción Económica.

**CLU:** Costes Laborales Unitarios.

**CNAE:** Clasificación Nacional de Actividades Económicas, que hace homogénea las comparaciones de las distintas clasificaciones de actividades por países.

**CUCI:** Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional.

**DAFO:** Es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa u organización económica en su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

**DataComex:** Base de datos de estadísticas de comercio exterior de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.

**DataInvex:** Base de datos de Estadísticas de Inversión Extranjera en España, del Ministerio de Economía y Competitividad.

**ETVE:** Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros.

**EXTENDA:** Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

**FMI:** Fondo Monetario Internacional.

**G-7:** Grupo de los siete, un grupo de países industrializados del mundo cuyo peso político, económico y militar es muy relevante a escala global.

**GATS:** Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, en sus siglas en inglés, *General Agreement on Trade in Services*.

**GCI:** En sus siglas en inglés, Global Competitiveness Index, ó índice de competitividad global en español.

## RELACIONES EXTERIORES DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

**I+D:** Investigación y Desarrollo.

**ICEX:** Instituto Español de Comercio Exterior.

**IECA:** Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

**IED:** Inversión Extranjera Directa.

**INE:** Instituto Nacional de Estadística.

**IPC:** Índice de precios al consumo.

**ISCR:** Índice de Contribución al Saldo Comercial Relativo, es un indicador que pondera el saldo comercial relativo, es decir, cuál es el grado de repercusión del déficit o superávit de un determinado sector sobre el total de las transacciones totales de una economía con el exterior.

**IVCR:** Índices de Ventajas Comparativas Reveladas.

**IVIEE:** Índice de valoración de la inversión española en el exterior.

**IVU:** Índices de valor unitario.

**MEGA:** Modelo de Equilibrio General de Andalucía, de *Analistas Económicos de Andalucía*.

**NPI:** Nuevos Países Industrializados.

**OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

**OMC:** Organización Mundial del Comercio.

**OPE:** Organismos de Promoción Exterior

**OPEP:** Organización de Países Exportadores de Petróleo.

**PIB:** Producto Interior Bruto.

**PIDM:** Plan Integral de Desarrollo del Mercado.

**PYMES:** Pequeñas y Medianas Empresas.

**TARIC:** Clasificación diseñada para mostrar las diversas normas aplicables a los productos específicos para su importación en la UE. En inglés se conoce como, *Integrated Tariff of the European Communities*, y en castellano sería "Arancel Integrado de las Comunidades Europeas".

**TIC:** Tecnologías de la Información y del Conocimiento.

**TIO:** Tablas Input-Output de una economía.

**UE-27:** Unión Europea. El 27 hace referencia al número de países que forman la Unión.

**UEM:** Unión Económica y Monetaria. Se refiere también como Zona Euro, en la actualiza compuesta por 17 países miembros.

**UNCTAD:** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. En inglés, *United Nations Conferencia for Trade and Development*.

**VAB:** Valor Añadido Bruto.