

Todas las publicaciones de
INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA
se pueden adquirir en

Ministerio de Economía

Paseo de la Castellana, 162, vestíbulo. 28071 MADRID
Teléfono: (91) 349 36 47 - Fax: (91) 349 36 34
Y en las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio

03002 ALICANTE

Rambla Méndez Núñez, 4
Teléfono: (96) 520 11 47 - Fax: (96) 520 31 66

04004 ALMERIA

Hermanos Machado, 4, 2.º
Teléfono: (950) 24 38 88 - Fax: (950) 25 85 48

08028 BARCELONA

Diagonal, 631-K
Teléfono: (93) 339 50 00 - Fax: (93) 490 15 20

48009 BILBAO

Plaza Federico Moyúa, 3, 1.º
Teléfono: (94) 415 53 05 - Fax: (94) 416 52 97

11701 CEUTA

Agustina de Aragón, 4
Teléfono: (956) 51 29 37 - Fax: (956) 51 86 45

35008 LAS PALMAS

Franchy Roca, 5
Teléfono: (928) 26 14 11 - Fax: (928) 27 89 75

26003 LOGROÑO

Villamediana, 16
Teléfono: (941) 25 61 66 - Fax: (941) 25 63 53

28001 MADRID

Recoletos, 13, 1.º Dcha.
Teléfono: (91) 435 62 15 - Fax: (91) 576 49 83

29801 MELILLA

Cervantes, 7
Teléfono: (952) 68 14 06 - Fax: (952) 68 16 39

30008 MURCIA

Alfonso X El Sabio, 6
Teléfono: (968) 23 93 62 - Fax: (968) 23 46 53

33007 OVIEDO

Plaza de España, s/n.
Teléfono: (985) 24 20 42 - Fax: (985) 27 24 10

07007 PALMA DE MALLORCA

Ciudad de Querétaro, s/n.
Teléfono: (971) 77 00 44 - Fax: (971) 77 18 81

39001 SANTANDER

Juan de Herrera, 19, 6.º
Teléfono: (942) 22 06 01 - Fax: (942) 36 43 55

20005 SAN SEBASTIAN

Guetaria, 2, triplicado
Teléfono: (943) 42 12 03 - Fax: (943) 42 12 36

38080 SANTA CRUZ DE TENERIFE

Pilar, 1
Teléfono: (922) 24 14 80 - Fax: (922) 24 42 61

41013 SEVILLA

Plaza España. Puerta Navarra
Teléfono: (95) 423 35 84 - Fax: (95) 423 21 38

45071 TOLEDO

Plaza Alfonso X el Sabio, 1
(Atención al público por Plaza de las Tendillas, 1)
Teléfono: (925) 28 53 90 - Fax: (925) 28 53 82

46002 VALENCIA

Pascual y Genis, 1, 4.º
Teléfono: (96) 351 99 60/90 47 - Fax: (96) 351 18 24

47014 VALLADOLID

Jesús Rivero Meneses, 2
Teléfono: (983) 33 75 48 - Fax: (983) 34 37 67

36201 VIGO

Plaza de Compostela, 29
Teléfono: (986) 43 34 00 - Fax: (986) 43 20 48

50004 ZARAGOZA

Paseo Independencia, 12, 2.º
Teléfono: (976) 22 61 61 - Fax: (976) 21 63 67

Y también en el Centro de Publicaciones
del Ministerio de Economía
Plaza del Campillo del Mundo Nuevo, 3. 28005 Madrid
Teléfono: (91) 506 37 40 - Fax: (91) 527 39 51.

actividad económica y sector exportador es debido a que su principal producción es de servicios, capítulo que no se contabiliza en la balanza comercial.

Sevilla

El comercio exterior de la provincia de Sevilla tiene un carácter eminentemente agroalimen-

tario. El 16 por 100 de las exportaciones andaluzas procede de Sevilla, pero su sector exportador apenas representa el 9 por 100 de su actividad económica provincial. El capítulo más importante de su negocio exterior es el de preparaciones de legumbres u hortalizas, seguido del rubro de grasas y aceites. Es importante destacar la importancia del capítulo de aeronaves y el de vehículos.



COLABORACIONES

Huelva con un 29,4 y Almería con un 22,6 por 100. A muy larga distancia se ubican el resto de las provincias andaluzas. La explicación de esta fuerte actividad y especialización exterior de las tres provincias se debe a la producción agroalimentaria para los casos de Almería y Huelva y a la producción relacionada con la fundición, el hierro y el acero.

Almería

Las exportaciones de Almería están básicamente determinadas por la actividad agrícola relativa a frutas y hortalizas en cultivos protegidos. De hecho, el 76 por 100 de los ingresos por exportación corresponde al capítulo de legumbres y hortalizas. Tras este rubro, y también dentro del ámbito agroalimentario destacamos los frutos comestibles. Como tercer capítulo por orden de importancia hemos de destacar la exportación de productos minerales y cemento, quedando patente la escasa actividad industrial de la provincia.



COLABORACIONES

Cádiz

En Cádiz, que, como hemos referido *ut supra*, es la provincia más activa desde el punto de vista del negocio exterior, el capítulo más destacado de las exportaciones es el relativo al hierro, acero y laminados metálicos, representando algo más del 22 por 100 del valor total de las exportaciones. Los siguientes capítulos, por importancia en su sector exportador, son respectivamente el de combustibles minerales y el de la industria naval.

Córdoba

Como las demás provincias del interior de Andalucía, su comercio exterior es poco activo, particularmente en importaciones. Las exportaciones están dominadas por el cobre y las manufacturas del cobre, con un importe muy similar al capítulo de grasas y aceites (aceite de oliva). Las exportaciones rondan el 8 por 100 de la actividad económica provincial y tan sólo el 5,9 por 100 del total andaluz. El tercer capítulo a destacar en el rubro exportador es el de los artículos de joyería.

Granada

Secularmente, Granada ha sido la provincia con menor actividad exterior. Sus exportaciones no llegan al 4 por 100 del total andaluz y su peso sobre la actividad económica provincial no supera el 5 por 100. Su actividad exportadora es básicamente agroalimentaria, suponiendo el primer capítulo exportador (legumbres, hortalizas y tubérculos) el 37 por 100 del negocio exterior.

Huelva

Es, junto con Cádiz, la provincia con mayores intercambios con el exterior. Representa casi el 16 por 100 del total de las exportaciones andaluzas, siendo el peso de su sector exterior sobre el conjunto de la actividad económica algo superior al 29 por 100. El principal capítulo exportador es el de frutos comestibles, especialmente la *industria* fresera, seguido por el de *minerales, escorias y cenizas* y el de *productos químicos orgánicos*.

Jaén

Jaén, como las otras provincias del interior, presenta una escasa actividad exterior tanto en términos absolutos como relativos. Sobre el total andaluz, sus exportaciones representan tan sólo el 5,2 por 100. El capítulo exportador más importante es el de vehículos, vinculado con la empresa Santana, seguido del sector tradicional del aceite de oliva.

Málaga

Es la provincia cuyos datos de comercio exterior no se corresponden con su peso a nivel provincial. Su principal capítulo exportador es el relativo a la informática, aparatos y material eléctricos (22,5 por 100), seguido a gran distancia del de frutos comestibles (10 por 100). El peso de su negocio exterior sobre el conjunto regional no supera el 7 por 100 y tan sólo representa el 5 por 100 del conjunto de la actividad económica. La razón principal del importante desequilibrio entre

riores son básicamente las empresas. Un tejido empresarial maduro, sólido y competitivo conllevará inequívocamente unos intercambios comerciales exteriores evolucionados y propios de una economía desarrollada. Si el proceso de maduración y modernización del tejido empresarial español ha sido muy considerable para abordar la liberalización de los mercados y la globalización, aún quedan algunos lastres y arcaísmos que superar, y que se acusan aún más cuando abordamos el tejido empresarial andaluz. Éste presenta básicamente tres rasgos que consideramos a todas luces definitorios para determinar sus debilidades y retos:

- *La secular falta de vocación empresarial de los andaluces, unida a una menor concienciación de la importancia del ahorro y de la inversión.* Este hecho, fruto del acarreo histórico y de las condiciones socioeconómicas de Andalucía, está motivando que el punto de partida para la internacionalización de las empresas presente un claro retraso tanto en términos de dotación tecnológica como de dotación de capital en las compañías andaluzas. No obstante, estamos asistiendo en los últimos tiempos a un cambio de importancia toda vez que el empresario andaluz está mostrando cada vez más unos mayores dotes de innovación y espíritu innovador. De hecho, uno de cada tres pequeños empresarios andaluces vuelve a crear nuevamente una empresa.

- *El tejido empresarial andaluz está compuesto básicamente por pequeñas y medianas empresas de baja capitalización y con importantes dificultades para acceder a la financiación y abordar su internacionalización.* La dimensión de dichas empresas se convierte por tanto en un factor limitante para la acometida con éxito de la globalización y de la internacionalización de la gestión empresarial. Y todo ello porque no permite buscar escalas de producción óptimas y competitivas.

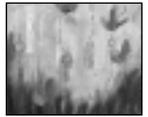
- *Orientación local de la producción.* La empresa andaluza centra su comercialización básicamente en los mercados locales por lo que es menos receptiva a la innovación tecnológica y a la orientación internacional de su gestión. Este hecho se acentúa aún más en el ciclo expansivo

de la economía, cuando la demanda interior es suficiente para mantener el volumen de negocio de las compañías andaluzas.

En definitiva, el tejido empresarial andaluz está compuesto básicamente por pequeñas empresas y empresarios individuales con una dimensión que tan sólo les permite escalar su producción de forma local o, a lo sumo regional, centrándose básicamente en el sector servicios. Más del 50 por 100 de las empresas de Andalucía dirige su producción a los mercados provinciales de forma preponderante y tan sólo un 5 por 100 presenta una clara vocación exportadora. El sector servicios es el ámbito productivo más extendido en el tejido empresarial andaluz; no obstante, este hecho no debido fundamentalmente, como pudiera parecer obvio, a los procesos de *terciarización* sino a la preponderancia del pequeño comercio y del turismo en el conjunto del sistema empresarial. Por su parte, el sector industrial presenta una debilidad estructural que ha lastrado el desarrollo de la región en múltiples aspectos.

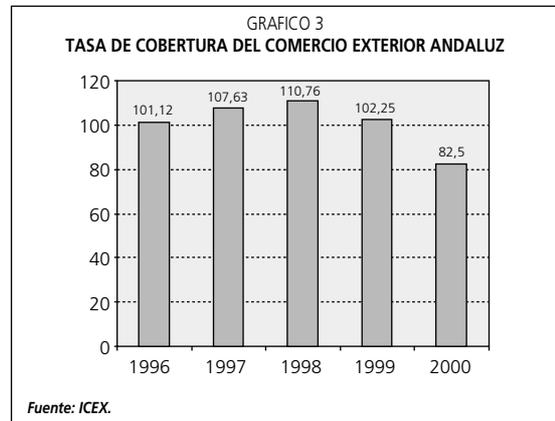
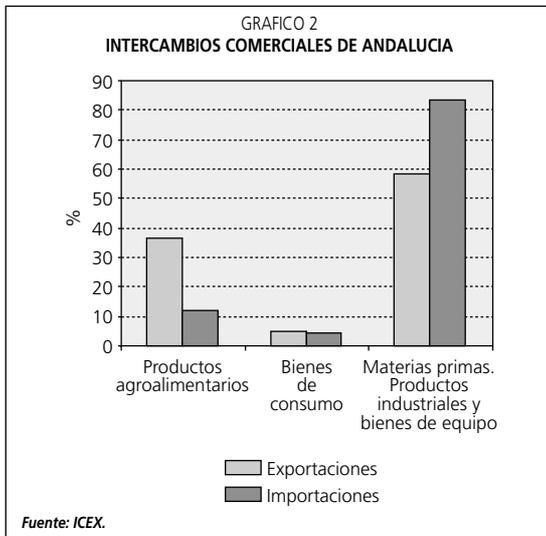
5. Casuística provincial

El negocio exterior de las provincias andaluzas es muy desigual cuantitativamente. De hecho, tan sólo Cádiz acapara más del 34 por 100 de las exportaciones andaluzas. En términos relativos (por 100 sobre el VAB), Cádiz también es la provincia más dinámica en lo que concierne al negocio exportador con casi un 30 por 100, seguida de



COLABORACIONES





fases expansivas del ciclo económico se acentúe manifiestamente el déficit comercial por la clara dependencia de la demanda interior.

La integración europea está afectando positivamente al comercio internacional andaluz, aunque si bien menos que a España, en el ámbito de la implantación de un modelo de especialización intraindustrial. No obstante aún la balanza comercial andaluza está relativamente alejada, tanto en lo que respecta a la composición, al equilibrio intra-sectorial como a la relación de intercambio, de la española. Este hecho pone de manifiesto que Andalucía cuenta con una balanza comercial menos evolucionada y madura que la española, con un importante peso del sector de productos agroalimentarios, de un menor valor añadido, que de bienes de capital y bienes de consumo. No obstante, Andalucía es una de las comunidades autónomas con un menor grado de especialización clásica considerando el negocio exterior. Las comunidades españolas que presentan un mayor grado de especialización son Murcia (0,78), Canarias (0,76), Castilla y León (0,74), Navarra (0,65) y Aragón (0,62); las dos primeras con un importante peso en productos agroalimentarios, y las tres últimas por el importante papel del negocio exportador vinculado a la industria del automóvil. El índice de especialización de Andalucía, por su parte, es de 0,42, ocupando el undécimo puesto por comunidades según este criterio de especialización clásica.

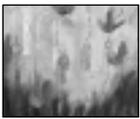
Desde el punto de vista del equilibrio, la balanza comercial andaluza ha presentado un aspecto

saneado, con una tasa de cobertura superior al 100 por 100 (salvo en el año 2000, que la tasa de cobertura era 82,5). Sin embargo, en su composición refleja la situación sectorial y del sistema productivo existente. Se trata de un sistema productivo con un escaso desarrollo industrial y un fuerte peso del sector agrícola/agroindustrial. Además, el débil desarrollo de la actividad industrial se agrava aún más por el arraigado minifundio empresarial, por las economías de aglomeración, por el menor desarrollo tecnológico y la escasa diversificación de la producción industrial.

Por provincias, en la actualidad todas las andaluzas presentan una balanza comercial positiva excepto Málaga y Huelva. El balance más dinámico desde el punto de vista de los intercambios internacionales lo presenta Cádiz, seguida por Huelva y Sevilla. Las provincias con un menor peso de los intercambios comerciales exteriores son Jaén, Granada y Córdoba. Por su parte, los principales países de destino de las exportaciones andaluzas son Francia, Alemania, Reino Unido, Portugal e Italia, es decir, como ocurre a nivel nacional, el área de la Unión Europea es la que más interacciona comercialmente con la economía andaluza desde el punto de vista de las exportaciones, de ahí que la implantación del euro va a favorecer dichos intercambios desde el punto de vista de la transparencia de los precios y de los propios costes de transacción.

4. Un factor limitante: el tejido empresarial

Los agentes últimos que determinan la composición y equilibrio de los rubros comerciales exte-

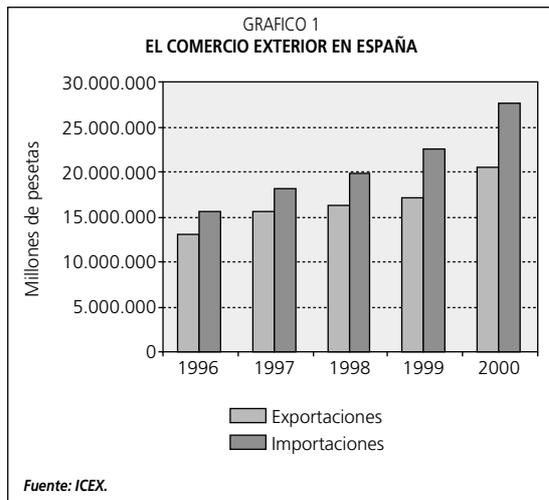


COLABORACIONES

ción del sistema productivo a la *nueva economía* serán más costosos.

2. El sector exterior en España

El sector exterior en España en 2000 ha estado definido por un afianzamiento del déficit estructural que ha acompañado a nuestra economía de forma secular en los últimos tiempos, siendo períodos con superávit muy breves y asociados a devaluaciones de nuestra moneda. El año pasado el déficit comercial sobrepasó los siete billones de pesetas, debido esencialmente a la evolución de las importaciones y a la fortaleza de la demanda interior. Las dos rúbricas que definen el déficit (exportaciones e importaciones) están creciendo de forma sostenida debido a la fuerte evolución que está experimentando la economía española, si bien el ritmo de crecimiento de las importaciones es sensiblemente más vigoroso.



La hipótesis más plausible e inmediata que se baraja, siendo suficientemente explicativa a nuestro juicio, es que el fuerte crecimiento económico de los últimos años ha disparado el consumo en los presupuestos familiares y empresariales, por lo que se incrementa la demanda externa. Por otra parte, el alto grado de actividad y consumo interior en esta fase del ciclo económico ha hecho que las empresas encuentren más facilidad para colocar sus productos en el mercado interno, dedicando menos esfuerzos

a las exportaciones. A ésta hipótesis hay que añadir el hecho de que los precios en España, en el último año, han crecido por encima de la media europea haciendo menos competitivos nuestros productos.

Grosso modo, se puede decir que el sector exterior español está maduro y en el que cada vez se profundiza más en los intercambios intraindustriales, es decir intrasectoriales, frente a la especialización productiva clásica (ricardiana). En efecto, al contar España con una dotación factorial relativamente equiparable a la del resto de países de la Unión Europea, la integración económica está permitiendo una mayor especialización intraindustrial de nuestra economía, que es una especialización más flexible y menos costosa en términos de ajuste, fomentando los intercambios basados en economías de escala y en la diferenciación de los productos en detrimento de los propios intercambios basados en las diferencias de recursos de los distintos países. En este sentido, ganan peso en los intercambios los productos vinculados con el sector del automóvil, la química industrial y la metalurgia, que permiten mayores desarrollos de escala, perdiendo simultáneamente peso los sectores textil y de confección, que son más intensivos en mano de obra no cualificada. Además, paulatinamente, el peso de las importaciones de productos de la *nueva economía* está experimentando una evolución muy importante y significativa.

3. El comercio exterior andaluz

Una de las principales características del comercio exterior de la economía andaluza es la clara preponderancia de los intercambios dentro del territorio nacional en ambos sentidos. Más del 80 por 100 de los productos importados, y algo más del 70 por 100 de los exportados, tienen como origen y destino respectivamente otras comunidades autónomas españolas. Asimismo, es preciso destacar el escaso nivel de transformación y de valor añadido de los productos andaluces de exportación en general, y de los industriales en particular. Por su parte, los productos industriales importados por nuestra región son mayoritariamente productos intermedios y bienes de capital. Este hecho motiva que en las



COLABORACIONES

tión del conocimiento y a una mayor revalorización y reconocimiento de los intangibles; el paradigma de la *nueva economía* también introduce modificaciones en los patrones de los intercambios y del comercio internacional así como en las relaciones insiemísticas de las empresas con respecto del conjunto de las áreas económicas (locales, regionales...), donde pierde cierto sentido la regionalización de la economía así como la concepción nacional de la misma. La economía en el nuevo paradigma tiende a la deslocalización productiva ante los retos que presentan las novísimas fórmulas de especialización, por lo que tiende a ir perdiendo el carácter marcadamente geográfico, que nace por cierto en el mercantilismo clásico y su abigarrado censo de medidas de intervención pública. Y en este nuevo ámbito de relaciones económicas, la empresa, para mantener sus niveles de rentabilidad y competitividad, debe incorporar cada vez más tecnología a los procesos productivos y orientarse estratégicamente hacia la globalización, que es un entorno que por naturaleza le viene ancho. Y todo ello porque los mercados son cada vez más abiertos, *profundos* y *contestables*, es decir, permiten cada vez más un mayor acceso irrestricto a bienes, servicios, conocimiento, capitales e ideas.

Por su parte, la tendencia en el comercio internacional (no hay que olvidar que el comercio en todos sus aspectos es indisociable de la especialización) obliga necesariamente a una suerte de especialización flexible, basada a su vez en los principios de la especialización *intraindustrial* y en detrimento de la especialización clásica (*ricardiana*), que se centraba en la dotación *natural* de factores de cada país, y que en la actualidad es, generalmente, tributaria del subsidio público. Este hecho ha modificado, y modificará sustancialmente en el futuro, la composición y estructura de los intercambios comerciales de rango global. Dicha especialización flexible debe permitir la innovación continuada, la revisión de los principios de organización en la empresa, la reprogramación de equipos, la reingeniería de procesos, la flexibilización del producto y, dadas las actuales exigencias del consumidor, la certificación de la

calidad a través de cualquier medio convencional o *innovativo*. Los entornos sin especialización flexible entrarían seguramente en costosos y traumáticos procesos desamortizativos para la consecución de la adaptación a la *nueva economía*.

No obstante, el segmento productivo español presenta ciertas dificultades para la internacionalización y la globalización de las empresas. La primera dificultad es la secular orientación local del tejido empresarial, precisamente en Andalucía. La segunda dificultad radica en la dimensión media de la empresa en nuestro país, y en Andalucía en particular, al ser de reducido tamaño y de baja capitalización. Por el contrario, la empresa ante la *nueva economía* tiende a la deslocalización y a la desucursalización de sus negocios. Por último, no hay que olvidar la importancia del acarreo histórico e ideológico de la tradición proteccionista de la política económica española desde la Restauración hasta la entrada a la Unión Europea. Dicho entorno político-económico ha creado vicios seculares y modos de proceder empresariales que tienen que ser radicalmente extinguidos para abordar con éxito y convencimiento la globalización económica y empresarial en el siglo XXI. En el mundo de la globalización y de la *nueva economía* la subsidiación indiscriminada e ineficiente, los precios políticos y la presencia del Estado, siempre que no suponga la creación de infraestructuras tecnológicas y de comunicación, impiden incidir claramente en el *vector* clave del paradigma: el incremento de la competitividad empresarial.

La consolidación del modelo *intraindustrial* en los intercambios comerciales españoles permite a nuestra economía una mayor eficiencia en los ajustes y menores costes de oportunidad, que son mucho menores que si hubiera prevalecido hasta la fecha el modelo de especialización *interindustrial*. La *desamortización* que exige la adaptación de las empresas de la *vieja economía* a la *nueva economía* será menos traumática con un modelo exterior netamente *intraindustrial*. No obstante, en Andalucía el modelo *intraindustrial* no está tan consolidado como en España, por lo que los ajuste económicos para la adapta-



COLABORACIONES

La orientación exterior de la empresa andaluza

FRANCISCO JOAQUÍN CORTÉS GARCÍA*

El artículo analiza la tendencia en el comercio internacional que obliga necesariamente a una fuente de especialización flexible, esta especialización debe permitir la innovación continuada, la revisión de los principios de organización en la empresa, la reprogramación de equipos y dadas las actuales exigencias del consumidor, la certificación de la calidad. En este contexto la primera dificultad que nos encontramos en el caso andaluz es la secular orientación local del tejido empresarial, la segunda radica en la dimensión media de la empresa en nuestro país, y en Andalucía en particular al ser de reducido tamaño y de baja capitalización. Los ajustes económicos para la adaptación del sistema productivo a la nueva economía serán más costosos en el caso de Andalucía.

Palabras clave: comercio exterior, internacionalización de la economía, economía de la empresa, exportaciones, importaciones, Andalucía.

Clasificación JEL: R50.

1. A modo de introducción: la globalización y la nueva economía

La superación de la crisis asiática, la espectacular evolución y sin grandes desequilibrios de la economía norteamericana, junto con la mayor integración económica internacional y los procesos de *terciarización* de las economías más desarrolladas están motivando la consolidación de un nuevo paradigma económico que se ha venido a denominar como la *nueva economía*. Dicho paradigma, que ha permitido crecer sólidamente a EEUU durante casi una década sin solución de continuidad, se fundamenta básicamente en los criterios de la *economía de oferta*, en el incremento ilimitado de la productividad, en la especialización flexible, en la *conectividad* (rizoma tecnológico: Internet), en la superación de la empresa multinacional por la empresa global y en

la maduración de la tecnología de la información incorporada secuencialmente a los sistemas productivos y a los sistemas de gestión empresarial.

CUADRO 1

Paradigma de la <i>vieja economía</i>	Paradigma de la <i>nueva economía</i>
<input type="checkbox"/> Importancia de la intermediación.	<input type="checkbox"/> Tendencia desintermediadora.
<input type="checkbox"/> Productividad media.	<input type="checkbox"/> Productividad alta.
<input type="checkbox"/> Economía de demanda.	<input type="checkbox"/> Economía de oferta.
<input type="checkbox"/> Gestión de productos.	<input type="checkbox"/> Gestión de intangibles.
<input type="checkbox"/> Economía de la información.	<input type="checkbox"/> Economía del conocimiento.
<input type="checkbox"/> Economías de escala.	<input type="checkbox"/> Economías de alcance.
<input type="checkbox"/> Explicación <i>macro</i> .	<input type="checkbox"/> Explicación <i>micro</i> .
<input type="checkbox"/> <i>Externalidades</i> negativas.	<input type="checkbox"/> <i>Desbordamientos</i> positivos.
<input type="checkbox"/> Especialización rígida.	<input type="checkbox"/> Especialización flexible.
<input type="checkbox"/> Modelos clásicos de valoración.	<input type="checkbox"/> Modelo de expectativas.
<input type="checkbox"/> Apalancamientos.	<input type="checkbox"/> Desapalancamientos.
<input type="checkbox"/> Amortizaciones.	<input type="checkbox"/> Desamortizaciones.
<input type="checkbox"/> Crecimiento más inflación.	<input type="checkbox"/> Crecimiento sin inflación.
<input type="checkbox"/> Desempleo estructural.	<input type="checkbox"/> Desempleo NAIRU friccional.
<input type="checkbox"/> Sucursalización del negocio.	<input type="checkbox"/> Deslocalización del negocio.
<input type="checkbox"/> Sistemas productivos locales.	<input type="checkbox"/> Sistemas productivos globales.

El paradigma de la *nueva economía* no solamente contiene rasgos relativos a la mayor productividad empresarial, a la mejor dotación factorial de tecnología, a los nuevos modelos de valoración empresarial, a una más eficiente ges-

* Responsable del Departamento de Economía y Finanzas. Instituto de Estudios de Cajamar.



COLABORACIONES