

Problemas de competitividad del sector exportador valenciano

Begoña Fuster García
Universidad de Alicante.

El contenido del presente trabajo analiza la evolución del conjunto exportador valenciano, con el fin de explicar las causas del comportamiento regresivo que ha experimentado en los últimos años. Para ello, este análisis se apoya en una teoría, desarrollada por M. Porter¹ que se inscribe en una óptica microeconómica, tomando como principal punto de referencia la empresa o, a lo sumo, el sector. Concretamente, explica la base del éxito competitivo empresarial, describiendo de qué forma las empresas deben aprovechar y ampliar las ventajas del entorno en el que se encuentran ubicadas para ser más competitivas.

1. DINAMICA DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Según Porter, el núcleo fundamental para que una empresa alcance ventaja competitiva² se encuentra en la *innovación*, entendiéndose por tal término, no sólo las nuevas tecnologías, sino también cualquier nueva forma de hacer las cosas que se comercializa. Se puede manifestar en el diseño de un nuevo producto, en un nuevo proceso de producción, en un nuevo enfoque de marketing, en una nueva forma de comercialización, en la identificación de nuevos grupos de clientes o en una nueva manera de formar u organizar. Cualquiera de estas vías puede ofrecer a la empresa nuevas y mejores formas de competir, otorgándole la oportunidad de alcanzar una posición competitiva en el exterior, al presentar una importante ventaja respecto a sus rivales. La mejora y la innovación son dos procesos que nunca finalizan, por lo que siempre deben estar presentes en la empresa. Por ello, aunque una empresa presente una posición competitiva debe estar inmersa en un continuo proceso de perfeccionamiento que le permita ir mejorándose día a día, con el fin de no quedarse rezagada. Para ir mejorando su posición en el contexto internacional, o por lo menos no empeorándola, la empresa debe practicar una forma de lo que se ha llamado "destrucción creativa" de ella misma, que consiste en destruir sus antiguas ventajas cuando estas aún lo son y crear otras nuevas que sean más sustentables.

1. PORTER, M. (1991).
2. La ventaja competitiva es un término netamente empírico: se mide por una participación significativa y sostenida en las exportaciones mundiales a un amplio conjunto de países.

Por ello, cualquier factor que presione a las empresas a estar continuamente innovando será considerado como favorable para la consecución del éxito competitivo, mientras que, por el contrario, todo aquello que haga que la empresa adopte una postura pasiva y cómoda será contraproducente para el alcance de un volumen elevado y sostenido de exportaciones.

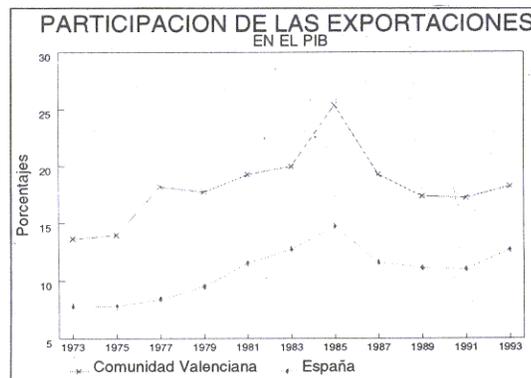
Este nuevo enfoque teórico ha permitido interpretar los problemas de competitividad que atraviesan actualmente una gran parte de las empresas valencianas y marcar con precisión la senda que deben seguir para ser más competitivas en el contexto internacional.

2. GRADO DE APERTURA DE LA ECONOMIA VALENCIANA

El sector exterior constituye uno de los sectores más dinámicos y significativos de la Comunidad Valenciana, caracterizándola como una economía abierta y fuertemente relacionada con el exterior. Esta característica se refleja básicamente en la vertiente exportadora, conformando ésta uno de los principales pilares del crecimiento económico valenciano.

La Comunidad Valenciana presenta un importante componente exportador que la convierte en una región con una base económica fuertemente orientada al exterior, tanto si se mide por la magnitud de los flujos comerciales en relación a la producción total, como comparativamente con el conjunto de la nación y, en consecuencia, más sensible a las variaciones de los mercados internacionales que la media española.

GRAFICO 1



FUENTE: Elaboración propia con datos de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, Instituto Valenciano de Estadística y Banco Bilbao-Vizcaya.

Este carácter eminentemente exportador de la economía valenciana caracteriza tanto a los productos agrarios como a los industriales, aunque con una intensidad diferente, siendo la vertiente exportadora del sector agrícola más importante que la del sector industrial.

CUADRO 1
COEFICIENTES DE APERTURA EXTERNA SECTORIALES

	%C.V. / ESP		% X agríc.		% X indus.	
	Xind.	Xagr.	C.V.	ESP.	C.V.	ESP.
1973	12,70	87,30	36,30	15,17	63,70	84,83
1975	13,62	86,38	31,16	13,11	68,84	86,89
1977	16,16	83,84	24,35	11,01	75,65	88,99
1979	14,03	85,97	32,52	11,96	67,48	88,04
1981	14,85	85,15	23,16	11,42	76,84	88,58
1983	13,38	86,62	22,68	8,82	77,32	91,18
1985	15,70	84,30	17,85	8,30	82,15	91,70
1987	14,79	85,21	24,22	11,51	75,78	88,49
1989	13,92	86,08	23,35	10,66	76,65	89,34
1991	14,20	85,80	20,99	9,60	79,01	90,40
1993	12,94	87,06	21,76	10,73	78,24	89,27

FUENTE: *Elaboración propia a partir de datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, Instituto Valenciano de Estadística y Banco Bilbao-Vizcaya.*

Ahora bien, tomando como base las premisas teóricas de Porter, la consecución de un volumen elevado de exportaciones será beneficioso siempre y cuando éstas contribuyan al crecimiento de la productividad. Para ello, las exportaciones han de estar basadas en aquellos sectores que sean altamente productivos. Los sectores que entrañen *tecnología compleja y recursos humanos altamente especializados* son los que ofrecen la posibilidad tanto de conseguir altos niveles de productividad como de garantizar un crecimiento sostenido de la misma. Por ello, la competitividad frente a los rivales extranjeros no debe buscarse a través de mano de obra barata y abundante, ya que esta variable repercute de manera negativa sobre los niveles de productividad de una economía y además proporciona ventajas fácilmente soslayables por los rivales extranjeros, provocando importantes problemas de competitividad.

Sin embargo, en contraposición con esto, el núcleo fundamental de la estruc-

tura industrial valenciana está integrado por un conjunto de PYMEs que presentan bajos niveles de capitalización y empleo intensivo de mano de obra barata y poco cualificada. Estas empresas compiten con *ventajas de orden inferior* basadas en el diferencial de precios respecto a sus competidores, a pesar de los inconvenientes que éstas presentan a largo plazo al ser muy vulnerables ante cualquier nueva fuente de coste inferior o ante nuevos diseños de productos u otras formas de diferenciación. Las empresas valencianas, por tanto, no se caracterizan por estar inmersas en un continuo proceso de innovaciones, lo que les ha dificultado el acceso a ventajas cada vez más refinadas, de orden superior, basadas en la diferenciación del producto, que son las realmente significativas para el éxito empresarial.

Este problema de competitividad, que afecta a la mayor parte de las empresas valencianas, constituye la principal explicación del deterioro registrado en la dinámica exportadora de la Comunidad Valenciana durante los últimos años.

3. DINAMICA EXPORTADORA VALENCIANA

A partir de 1985 se detecta un importante descenso en el ritmo de crecimiento exportador tanto a nivel nacional como regional, aunque de manera mucho más acusada en la Comunidad Valenciana. El mayor deterioro sufrido por las exportaciones valencianas se explica básicamente atendiendo al tipo de ventaja con que compiten una gran parte de sus empresas. Estas ventajas, de orden inferior, se han visto en muchos casos difuminadas como consecuencia de la interacción de varios factores:

CUADRO 2
TASA VARIACION INTERANUAL MEDIA ACUMULATIVA DE LAS EXPORTACIONES

	C.V.	ESPAÑA		C.V.	ESPAÑA
1974	14,59	34,79	1984	52,63	31,50
1975	29,28	8,12	1985	5,05	9,76
1976	27,10	32,22	1986	-0,26	-7,13
1977	52,88	32,91	1987	1,31	10,38
1978	23,25	29,19	1988	5,39	10,63
1979	23,14	21,98	1989	8,63	10,19
1980	12,14	22,25	1990	8,27	9,66
1981	28,98	26,56	1991	12,11	10,54
1982	9,12	18,22	1992	1,84	6,13
1983	27,24	27,43	1993	14,49	20,85

FUENTE: *Elaboración propia a partir de datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.*

En primer lugar, *la política monetaria fuertemente restrictiva aplicada por el Gobierno español* que ha venido presionando sobre una peseta que ya se encontraba sobrevalorada cuando se integra en el Sistema Monetario Europeo. Esto ha agravado todavía más nuestra inflación diferencial, traduciéndose en una pérdida de competitividad vía precio superior al 20%. Pérdida de competitividad que tiene una incidencia mayor sobre aquellas empresas que tradicionalmente han dirigido su producción hacia conjuntos sectoriales muy sensibles al precio, tal y como es el caso de las empresas que constituyen la industria autóctona valenciana.

Para evitar el fuerte deterioro que sufren las exportaciones como consecuencia de posibles incrementos en los precios de nuestros productos en los mercados exteriores es preciso que las empresas cambien progresivamente su estrategia competitiva, inclinándose hacia ventajas basadas en la calidad y en la diferenciación del producto, y teniendo en consideración aspectos tan importantes como el diseño, la marca –denominación de origen en su caso–, los canales de distribución y un trato al cliente apropiado, de tal modo que los consumidores extranjeros sigan interesados por los mismos productos a pesar de que se incremente el precio que han de pagar por ellos. Por tanto, es necesario que los empresarios alejen de sus mentes la idea de ser competitivos merced únicamente al nivel de precios y le den mayor importancia a los aspectos cualitativos mencionados anteriormente.

En segundo lugar, cabe destacar *el surgimiento y consolidación en los mercados mundiales de Nuevos Países Industrializados* –Taiwan, Filipinas, Corea del Sur, Singapur, China...– que cuentan con una importante ventaja en costes al disponer de abundante mano de obra muy barata que les permite ofrecer productos similares a los ofrecidos por las empresas valencianas –calzado, vestidos, juguetes...– pero a precios mucho más bajos, convirtiéndose, de esta manera, en una seria amenaza para nuestro sector exportador autóctono.

Aquí se pone nuevamente de manifiesto el inconveniente de competir mediante ventajas vía coste inferior. Las producciones basadas en abundante y no cualificada mano de obra, así como en tecnologías no avanzadas además de repercutir negativamente sobre la productividad de una economía, son accesibles a muchas naciones en vías de desarrollo dispuestas a introducirse en los mercados mundiales manteniendo unos costes muy bajos.

Por tanto, si se asume que la competitividad no puede estar basada en bajos costes de mano de obra ni en el empleo de tecnología básica, será preciso poner en marcha medidas que permitan disponer de personal con el grado de formación adecuado para ocupar eficientemente los puestos de producción, así como los de organización y gestión. De esta manera, el principal activo con el que cuentan las empresas para afrontar el reto de la competitividad es la de su capital humano, ya que es el que, en última instancia, facilita o dificulta la posibilidad de llevar a cabo los cambios requeridos.

En tercer lugar, las empresas valencianas se han visto amenazadas por un *importante desfase tecnológico e innovador* respecto a las empresas de los países más desarrollados. Esta es la causa de que, tanto sus productos como sus métodos de producción se hayan quedado obsoletos en relación con los de aquellos países que han llevado a cabo un importante proceso inversor. De aquí se desprende la necesidad de que las empresas valencianas inicien un proceso de inversiones sostenidas y acumuladas en I+D que deriven en ventajas más dinámicas, de orden superior, que les permitan competir en condiciones favorables frente a los países más desarrollados.

Estos tres factores (impacto negativo de la política monetaria, consolidación de los NPI en los mercados internacionales y desfase tecnológico e innovador respecto a los países más avanzados) son los que explican las causas del peor comportamiento registrado por las exportaciones valencianas desde mediados de los ochenta.

Para un futuro próximo se augura un comportamiento favorable en el sector exportador valenciano, tendencia que ya se ha venido observando desde los últimos meses de 1993, influenciado fundamentalmente por las sucesivas *devaluaciones* experimentadas por la peseta a partir de finales de 1992. Ante estas devaluaciones las empresas valencianas han recuperado parcialmente la competitividad-precio perdida en los últimos años al resultar ahora sus productos más baratos en los mercados exteriores. Sin embargo, la búsqueda de competitividad en forma de moneda débil está plagada de peligros a largo plazo al frenar sustancialmente el proceso de perfeccionamiento de la economía, puesto que las expectativas de un tipo de cambio más bajo induce a las empresas a seguir compitiendo vía precios, retrasando, de esta manera, el cambio hacia ventajas competitivas de orden superior. Por tanto, la devaluación rara vez conduce a un crecimiento a largo plazo de la productividad. En este sentido, Porter afirma que una moneda fuerte es más proclive a fomentar la mejora, debido a que los esfuerzos de las empresas por innovar y perfeccionarse están muy influenciados por la presión a la que se encuentren sometidas.

Estructura sectorial de las exportaciones valencianas.

Una vez analizada a grandes rasgos la dinámica exportadora valenciana en los últimos años, así como sus previsiones futuras, a continuación se expone brevemente su estructura sectorial con el fin de ver cuáles han sido los principales motores de las exportaciones valencianas durante el período 1973-93.

Las exportaciones valencianas, al principio del período de estudio, se encontraban concentradas entorno a un conjunto de actividades que constituyen la base de la estructura productiva tradicional de la Comunidad Valenciana –productos del

reino vegetal y calzado fundamentalmente y, en un segundo término, productos alimenticios, madera, muebles, juguetes y textil-. Sin embargo, a lo largo de estos años han experimentado un importante proceso de diversificación sectorial como consecuencia del *cambio en la composición de las exportaciones*. Este cambio gira alrededor de cinco ejes fundamentales:

CUADRO 3
ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES VALENCIANAS CLASIFICADAS POR SECCIONES DEL ARANCEL

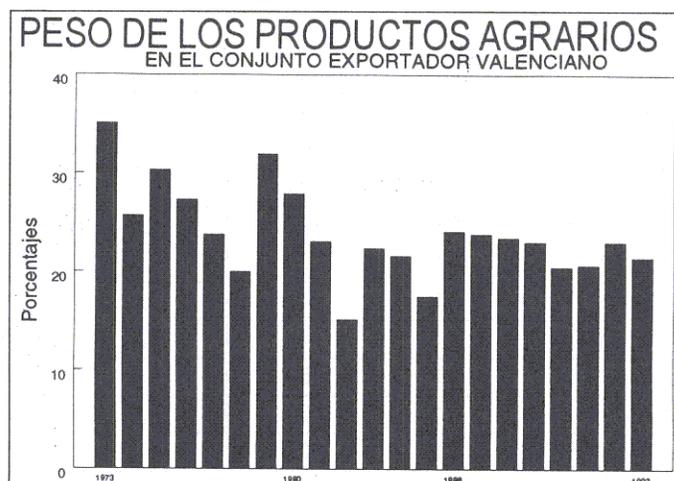
	1973	1980	1986	1993
Prod. reino animal	1,2	0,5	0,3	0,3
Prod. reino vegetal	35,1	27,9	24,2	21,4
Grasas y aceites	0,3	1,0	0,2	0,2
Industria alimenticia	6,4	3,8	2,2	2,7
Prod. minerales	2,4	2,6	3,3	1,1
Prod. químicos	0,8	1,2	1,8	3,7
Plástico y caucho	0,2	0,4	0,5	1,0
Piel y cuero	2,0	2,3	1,5	1,3
Madera y corcho	5,7	4,0	1,5	0,9
Papel	1,4	0,9	0,3	0,7
Textiles	4,0	10,3	6,0	5,6
Calzado	22,8	11,1	14,6	10,2
Piedra y cerámica	3,5	6,3	6,2	15,5
Joyería y bisutería	0,9	0,8	0,7	0,4
Metales comunes	3,3	4,1	3,5	2,2
Maquinaria	0,9	6,7	14,5	12,2
Mat. transporte	3,1	12,6	14,6	15,4
Optica y precisión	0,2	0,3	0,4	0,3
Armas y municiones	0,0	0,0	0,0	0,3
Muebles y juguetes	5,7	3,1	3,6	4,4
Arte y antigüedades	0,0	0,0	0,0	0,0
No clasificadas	0,0	0,0	0,1	0,3

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

En primer lugar, *la pérdida de posiciones de los productos agrícolas frente a los industriales*. Las exportaciones agrícolas valencianas han registrado una significativa pérdida de importancia en la estructura exportadora valenciana durante el período analizado, como consecuencia tanto de la mayor expansión relativa de la industria como de factores específicos del tipo de productos de que se trata, como es la menor elasticidad-renta de la demanda de productos agrarios.

La agricultura valenciana está sufriendo en estos momentos una importante pérdida de competitividad que ha llegado a afectar, incluso, al sector más dinámico: los cítricos. Dos son las causas principales que explican la profunda crisis que atraviesa nuestro sector agrícola: por un lado, la cada vez más escasa presencia de profesionales a tiempo completo en la agricultura, y por otro lado, la reducida dimensión de las explotaciones valencianas. Ambos factores han provocado un importante deterioro de la competitividad de los productos valencianos frente a los de terceros países, unos por desarrollar una agricultura industrializada³ y otros por poseer unos costes de producción, en especial mano de obra, muy bajos.

GRAFICO 2



FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

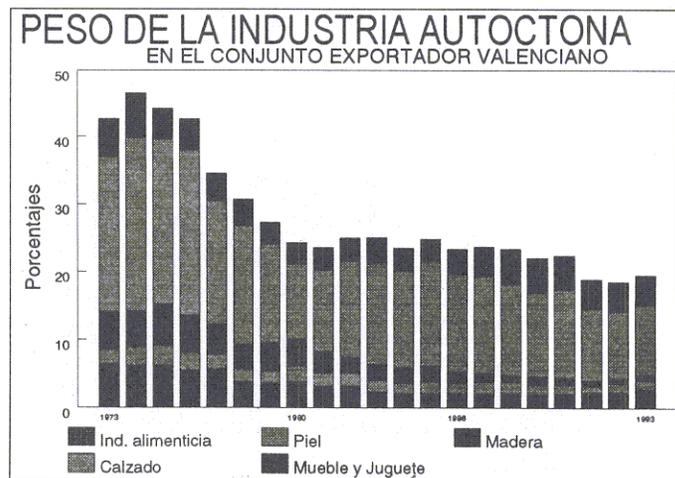
3. La agricultura industrial permite reducir los costes de explotación de los cultivos y favorece la mecanización e innovación de las técnicas de cultivo, frente a la agricultura tradicional y minifundista valenciana que sale al mercado a unos precios menos competitivos.

Por consiguiente, el sector agrario valenciano se enfrenta a la necesidad de modificar sus pautas de comportamiento tradicionales. La formación profesional y la innovación son los dos pilares sobre los que debe cimentar su futuro para mejorar su posición competitiva.

En segundo lugar, *la difícil situación que atraviesan los sectores tradicionales de la industria valenciana*, entre los que cabe destacar Calzado, Piel, Mueble, Juguete, Madera e Industrias alimenticias.

Ante los problemas con los que se encontró el sector industrial durante los años setenta y principios de los ochenta –subida de los precios de materias primas, subida de los salarios reales, mayor presión de la carga que representa la seguridad social sobre los costes salariales totales, endurecimiento de la competencia en los mercados internacionales...– todas las empresas deberían haber cometido una importante renovación tecnológica, diversificando mercados, investigando y desarrollando diseños propios, mejorando las redes comerciales, aumentando el tamaño y producción de sus industrias, beneficiándose de las economías de escala y buscando segmentos de la oferta en los que fuese posible sustituir las fuentes de ventaja tradicionales por otras más refinadas. Sin embargo, muy pocas empresas optaron por esta vía.

GRAFICO 3

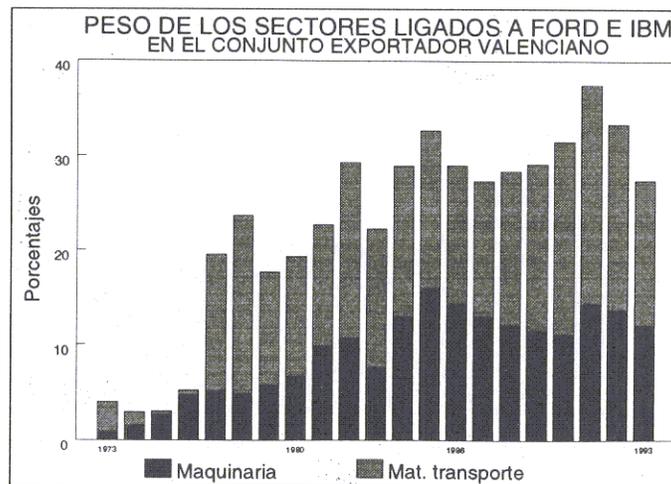


FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

Una gran parte de las empresas que integran la industria autóctona valenciana se vieron incapaces de hacer frente a la crisis económica y adoptaron una política defensiva, vía reducción de costes laborales, como principal mecanismo de salvaguardar su competitividad vía precio. Esta opción por la economía sumergida lleva tras de sí toda una serie de connotaciones negativas, tales como la caída en la relación capital/trabajo, la adopción de técnicas menos avanzadas y más intensivas en mano de obra y, por último, el abandono del diseño y la producción propia en favor de la imitación. Todos estos aspectos afectan adversamente a la dinámica innovadora de la empresa, traduciéndose en un importante deterioro de su posición exportadora, puesto que, como es sabido, las empresas deben basar sus estrategias en la mejora y en la innovación si quieren alcanzar y mantener una posición competitiva.

En tercer lugar, la ubicación en la Comunidad Valenciana de dos grandes iniciativas foráneas –FORD e IBM– con un elevado componente exportador. Estas dos empresas, estrechamente vinculadas a las secciones de "Material de transporte" y "Maquinaria y aparatos" respectivamente, han ido ganando terreno en las exportaciones valencianas a un ritmo muy acelerado como consecuencia del empleo de técnicas especializadas y mano de obra cualificada, al contrario de lo que ocurría en los sectores que conforman la industria autóctona valenciana.

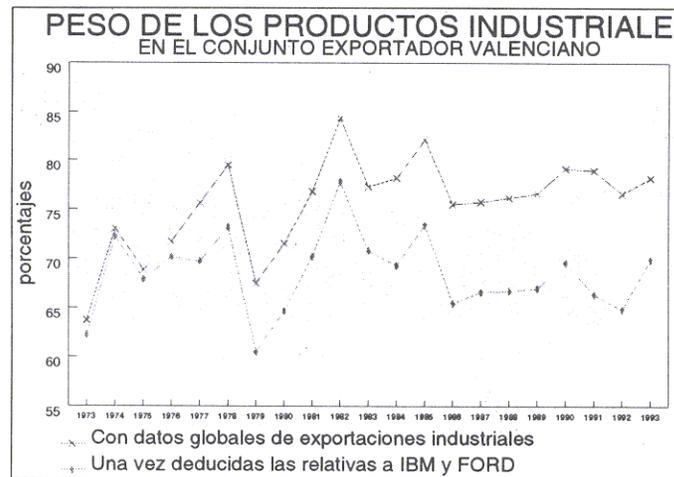
GRAFICO 4



FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

Son precisamente estas dos empresas las que han evitado un mayor deterioro del sector exportador valenciano en los últimos años, ya que sin su presencia nuestras exportaciones industriales se hubiesen visto significativamente reducidas (gráfico 5). Por tanto, el modelo de desarrollo exógeno, ligado a las multinacionales FORD e IBM ubicadas en la Comunidad Valenciana ha ido desplazando progresivamente el tópico desarrollo endógeno vinculado a la industria autóctona valenciana.

GRAFICO 5



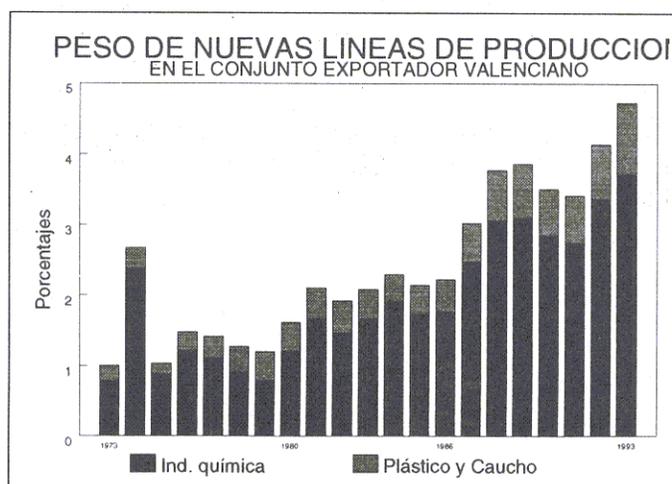
FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

En cuarto lugar, es preciso hacer mención al *surgimiento de nuevas líneas de producción* vinculadas a "Productos de la industria química"⁴ y "Plástico y caucho". Estas producciones han cuadruplicado su participación en las exportaciones valencianas, pero, a pesar de ello, no pueden ser consideradas como elementos claves del sector exportador valenciano, dado su bajo nivel de partida. El avance experimentado por ambas secciones se debe a que sus empresas han ofrecido productos novedosos que han resultado atractivos para los consumidores, lo que las ha

- Los productos exportados por la Comunidad Valenciana en esta sección son muy heterogéneos, aunque destacan aquellos ligados a industrias auxiliares de actividades económicas con cierta raigambre en la economía valenciana, como son: pigmentos y colorantes, desinfectantes, insecticidas, herbicidas, etc.

animado a llevar a cabo crecientes inversiones con el fin de perfeccionar sus productos y ofrecer otros nuevos que también consigan captar la atención de una demanda sensible ante la aparición de productos que cubran nuevas necesidades.

GRAFICO 6

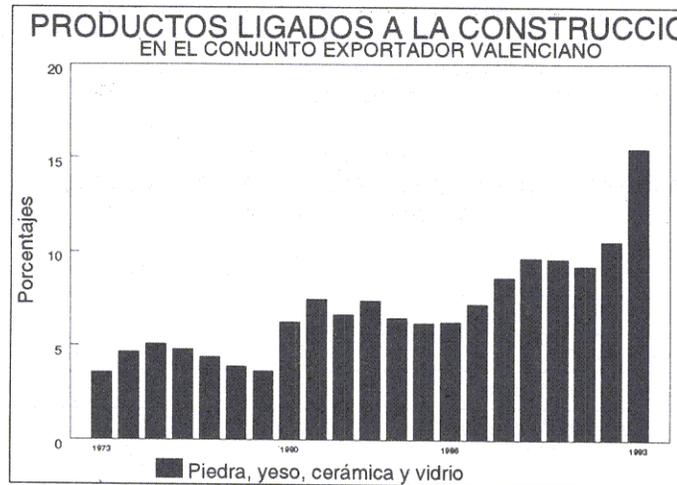


FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

En quinto lugar, *el incremento registrado por las exportaciones de productos industriales ligados al sector de la construcción*. La sección que engloba todos estos productos –Piedra, yeso, cemento, cerámica, vidrio y sus manufacturas– y, en especial, el capítulo relativo a los productos cerámicos, ha presentado una favorable evolución a lo largo del período considerado, como consecuencia del espectacular crecimiento que ha registrado el sector de la construcción. La dinámica expansiva ligada a la edificación y urbanización que ha tenido lugar en la Comunidad Valenciana ha generado importantes efectos directos e indirectos sobre el resto de la economía, siendo las actividades industriales vinculadas a este sector las que presentan un mayor dinamismo tanto en la inversión como en la creación de empleos, frente a la atonía mostrada por el sector industrial autóctono. Por tanto, una gran parte de las empresas valencianas vinculadas a la construcción se han visto inmersas en un proceso de perfeccionamiento y mejora, como consecuencia de haberse encontrado sometidas a una constante presión en pos de la innovación debido a la influencia de unos compradores locales entendidos, unos fuertes canales de distribución y una intensa rivalidad empresarial. Gracias a las inversiones

realizadas por las empresas industriales valencianas ligadas a la construcción, éstas han conseguido incrementar su presencia en los mercados exteriores.

GRAFICO 7



FUENTE: Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

Estructura de las exportaciones industriales valencianas atendiendo a criterios de demanda

Todos los cambios detectados en las exportaciones industriales valencianas obedecen a los criterios de evolución de la demanda de manufacturas.⁵ A lo largo del período analizado se ha producido un cambio significativo en la estructura industrial exportadora, la cual se ha orientado hacia productos de demanda media y fuerte, en detrimento de los de demanda débil. Este cambio está asociado básicamente a Informática (demanda fuerte), Material de transporte (demanda media) y, en menor medida, a Maquinaria industrial (demanda media) y Química (demanda fuerte). Por su parte, la fuerte caída de peso relativo registrada en las exportaciones de demanda débil está ligada a Textil, Cuero y manufacturas, y Productos diversos –juguetes, muebles...–.

5. La industria se puede descomponer en tres grandes sectores denominados de *demanda débil*, *demanda media* y *demanda fuerte*. Esta clasificación sectorial responde a una agrupación de las diversas actividades industriales en función de la tasa de crecimiento de su demanda en un amplio mercado compuesto por los países de la UE, Estados Unidos y Japón.

No obstante, a pesar de que los bienes de demanda fuerte son los que presentan una mayor tasa de crecimiento, estos se sitúan todavía muy alejados de los de demanda media y débil, los cuales constituyen el grueso de las exportaciones valencianas, representando conjuntamente el 85% de las mismas. Por tanto, el peso que tiene la industria valenciana en los sectores de mayor expectativa de crecimiento es reducido, aunque se detecta una cierta mejoría que permite confiar en una mayor convergencia, no sólo respecto a España, sino lo que es más importante, con relación a los países más avanzados.

CUADRO 4
EXPORTACIONES VALENCIANAS SEGUN INTENSIDAD DE LA
DEMANDA (en porcentajes).

	1973	1986	1992
DEMANDA FUERTE			
Química y Farmacia	1,27	2,46	4,49
Mat. eléctrico y electrónico	0,35	0,71	1,49
Informática e instr. de precisión	0,25	13,80	9,64
TOTAL	1,87	16,97	15,62
DEMANDA MEDIA			
Alimentación, bebida y tabaco	0,10	0,03	3,15
Plástico y caucho	0,38	0,61	1,03
Papel e imprenta	2,37	0,39	8,86
Maquinaria industrial	1,15	6,72	7,61
Material de transporte	5,14	20,14	26,10
TOTAL	19,51	30,87	38,75
DEMANDA DEBIL			
Minerales no metálicos	5,80	8,43	13,98
Textil, cuero y manufacturas	47,21	30,55	21,45
Siderurgia y minerales metálicos	2,29	3,84	13,98
Productos metálicos	3,04	0,40	0,43
Productos diversos	20,28	8,95	7,39
TOTAL	78,62	52,16	45,63

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

CUADRO 5
TASAS DE VARIACION DE LA INVERSION
Y DE LA EXPORTACION VALENCIANA ENTRE 1974 Y 1993

	INV. (%)	EXP. (%)
Material de transporte	33,13	42,66
Maquinaria	16,17	52,98
Industria química	14,96	36,87
Caucho y Plástico	14,36	48,33
Papel	13,68	50,42
Cuero	13,60	13,04
Joyería y bisutería	12,76	34,01
Inst. precisión y óptica	9,71	27,73
Materiales de construcción	7,21	27,22
Calzado	5,68	17,51
Madera	5,41	21,42
Muebles, juguetes y diversos	5,29	24,30
Alimentación, bebida y tabaco	4,99	26,83
Textil y confección	1,79	23,61

FUENTE: Elaboración propia con datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, Instituto Valenciano de Estadística y Consellería d'indústria, comerç y turisme.

Papel de la inversión en la dinámica exportadora

Como se ha visto en los epígrafes anteriores, la dinámica exportadora valenciana no afecta con igual intensidad a todos los sectores, sino que se presentan marcadas *diferencias intersectoriales*. La explicación de estas discrepancias reside en el distinto esfuerzo inversor llevado a cabo por los diferentes sectores valencianos. Aquellos que han registrado un mayor nivel de inversión, no identificando la competitividad únicamente con el precio del bien, sino teniendo en cuenta aspectos vinculados a ventajas de orden superior, son precisamente los que han presentado un mayor crecimiento de sus exportaciones –Material de transporte, Maquinaria, Industria química, Plástico y caucho, y Papel– (Cuadro 5). Mientras que aquellos sectores en los que ha predominado la pasividad, inclinándose hacia estrategias basadas en costes, han reducido significativamente su peso en el conjunto exportador valenciano, siendo los más representativos el Calzado, el Mueble, el

Juguete y parte del Textil. El futuro de estas actividades tradicionales no debería llegar a ser preocupante si se incorporan tecnologías más avanzadas, fruto de los necesarios planes de inversión, que redunden en una mayor especialización y aprovechamiento de las ventajas iniciales.

Por consiguiente, se pone una vez más de manifiesto que la mayor competitividad de nuestras exportaciones tiene que provenir de una expansión auto-sostenida de las inversiones autónomas en I+D y un avance continuado de la productividad total.

Diferencias intrasectoriales entre la dinámica exportadora valenciana y española

El análisis realizado también pone de manifiesto la existencia de importantes *diferencias intrasectoriales* entre el comportamiento exportador valenciano y el nacional, las cuales pueden ser debidas bien a peculiaridades globales de cada zona geográfica y que afectarían por igual a todos los sectores allí ubicados, bien a características exclusivas del sector en cada zona.

En este sentido, Porter argumenta que hay cuatro atributos propios de cada zona geográfica –Condiciones de los factores⁶, Condiciones de la demanda⁷, Sectores de apoyo y afines⁸ y Estrategia, estructura y rivalidad empresarial⁹– que determinan el entorno en el que nacen y compiten las empresas allí ubicadas, por lo que son decisivos a la hora de ver qué sectores tienen mayor probabilidad de ser competitivos. Estos cuatro determinantes difieren de unos sitios a otros, y esto es lo que explica que ciertos sectores sean más competitivos en unas zonas geográficas que en otras. Un sector será competitivo en una determinada área siempre y cuando el entorno que conforman los determinantes sea apropiado para poder competir.

Este argumento es válido a la hora de explicar porqué se registra una diferente estructura exportadora entre la Comunidad Valenciana y España, puesto que el entorno conformado por cada zona geográfica –nacional y regional– será apropiado para el desarrollo de determinados sectores e inadecuado para el de otros.

6. Hace referencia a la posición del área geográfica en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.
7. Se refiere a la naturaleza de la demanda interior de los productos del sector, es decir a la cantidad y sobre todo a la calidad de la demanda local. La calidad de la demanda está ligada a la existencia o no de compradores entendidos y exigentes.
8. Está vinculado a la presencia o ausencia de sectores proveedores y sectores conexos que sean internacionalmente competitivos. Los sectores conexos son aquellos que pueden compartir actividades (por ejemplo, canales de distribución, desarrollo de la tecnología) o transferirse técnicas propias de unos a otros, así como también se denominan sectores conexos los que ofrecen productos complementarios.
9. Se refiere a las condiciones vigentes respecto a cómo se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre las empresas allí ubicadas.

Las diferencias intrasectoriales entre la dinámica exportadora valenciana y española se combinan, por tanto, con dinamismos relativos de cada sector en su área también diferentes.

Dinamicidad y especialización de las exportaciones valencianas

Las anteriores disimilitudes, inter e intrasectoriales, son las que están detrás de los cambios en la estructura de las exportaciones valencianas y del tipo de especialización relativa de nuestra economía.

CUADRO 6
DINAMICA Y ESPECIALIZACION DE LA EXPORTACION VALENCIANA

	IE (93)	Tasa var. Xcv 73-93
Productos del reino animal	17	9,93
Productos del reino vegetal	248	14,13
Grasas y aceites	17	14,10
Alimentos, bebida y tabaco	61	12,23
Productos minerales	29	12,33
Prod. de la industria química	57	26,53
Plástico y caucho	23	25,97
Piel y cuero	117	14,49
Madera y corcho	112	6,71
Papel	28	12,99
Textil	123	18,26
Calzado	472	12,37
Piedra, cemento, cerámica, vidrio	466	25,94
Metales preciosos	82	12,51
Melates comunes	24	14,79
Maquinaria	77	33,20
Material de transporte	61	26,65
Optica y aparatos de precisión	21	20,54
Armas y municiones	147	44,15
Muebles y Juguetes	214	15,75
Objetos de arte	4	14,90

FUENTE: *Elaboración propia con datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, Instituto Valenciano de Estadística e Instituto Nacional de Estadística.*

IE: Índice de Especialización¹⁰.

La exportación valenciana se encuentra especializada fundamentalmente en torno a productos típicos de la agricultura mediterránea y a actividades industriales que se desarrollan de manera predominante en nuestra Comunidad, siendo menos significativas en el conjunto nacional –Calzado, Cerámicos, Muebles, Juguetes, Textil y Madera–. Las empresas valencianas han encontrado un entorno fértil para competir en estos sectores, como consecuencia de que todos los determinantes se han mostrado favorables. Sin embargo, en muchos casos no lo han sabido aprovechar. Por ello, estas secciones, a excepción de la relativa a Cerámicos, no se corresponden con las más dinámicas de la región –Maquinaria (IBM), Material de transporte (FORD), Industrias químicas y Plástico y caucho–, siendo la especialización relativa en estas últimas sustancialmente pequeña. La explicación de esto estriba en que nuestra ventaja competitiva en dichas actividades, sobre todo las vinculadas a las multinacionales FORD e IBM, no difiere sustancialmente de la del resto de España, obediendo su localización concreta en la Comunidad Valenciana a factores exógenos a nuestro entorno, pudiendo haber funcionado de manera similar en cualquier otra localización nacional alternativa.

Asimismo, las actividades que presentan un elevado índice de especialización regional se encuentran concentradas, a nivel nacional, fundamentalmente en la Comunidad Valenciana, proporcionando ésta una importante ventaja para las mismas. La concentración de empresas dedicadas a una misma actividad entorno a una sola región o ciudad es considerado por Porter como un factor muy significativo para el alcance de un elevado volumen de exportaciones. Esto es debido a que la estrecha proximidad geográfica entre las empresas de un sector potencia la influencia de cada uno de los determinantes que configuran el entorno en el que compiten –condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores conexos y de apoyo y rivalidad empresarial–. Las empresas compitiendo unas cerca de otras, intentarán en todo momento igualar las mejoras de sus competidores locales; tendrán un contacto más directo con sus proveedores y sectores conexos, los cuales tenderán a ubicarse en la misma zona, formando agrupamientos¹¹, lo que les per-

10. El índice de especialización se define como:

$$IE = \left(\frac{X^{CVI}}{X^{CVI}} \right) / \left(\frac{X^{EI}}{X^{EI}} \right) \times 100$$

Este índice compara el peso de cada sector en el conjunto exportador valenciano y en el nacional. Si el índice alcanza un valor superior a cien significa que el sector en cuestión tiene un peso mayor en la Comunidad Valenciana que en el conjunto español. Al ser un índice relativo, no está directamente relacionado con el valor en términos absolutos, es decir, un sector puede ser irrelevante dentro del conjunto de las exportaciones valencianas y presentar un índice superior a cien, si su irrelevancia es todavía mayor a nivel nacional.

11. Cada agrupamiento integra a un conjunto de sectores conectados entre sí, bien mediante relaciones horizontales (clientes, tecnologías y/o canales de distribución comunes), bien mediante relaciones verticales (comprador-proveedor).

mite alcanzar una óptima posición para el intercambio y la cooperación; harán que los clientes afincados en las proximidades sean cada vez más entendidos en los productos que tales empresas ofrecen y exijan continuamente una mayor calidad de los mismos. Todo ésto crea unas condiciones ventajosas para competir en los mercados internacionales, puesto que las empresas se encontrarán continuamente presionadas a mejorar y perfeccionarse, lo que les brinda la oportunidad de ir alcanzando progresivamente ventajas cada vez más refinadas, que son más difíciles de arrebatar. No obstante, para que esto se cumpla es preciso que las empresas presenten una adecuada capacidad de respuesta en forma de inversiones continuadas dentro de su sector.

Aquellas secciones que, a nivel nacional, se encuentran concentradas en la Comunidad Valenciana –Calzado, Cerámica, Textiles, Muebles, Juguetes e Industrias alimenticias– son las que tienen un peso representativo en nuestro conjunto exportador. Sin embargo, en los últimos años estas actividades se están viendo desplazadas por otras –Material de transporte y Maquinaria–, dada la pequeña capacidad de respuesta de las primeras para conseguir ventajas más relevantes para el éxito competitivo, es decir, no han sabido aprovechar las ventajas que se derivan de la concentración empresarial.

4. PATRON GEOGRAFICO DE LAS EXPORTACIONES VALENCIANAS

A continuación se trata de analizar el patrón geográfico de las exportaciones valencianas durante el período 1973-92.

El principal destino de los productos valencianos en los mercados exteriores está constituido por *la UE-12*. Varias razones justifican este elevado peso exportador, entre las cuales cabe destacar por un lado, la proximidad a estos mercados, lo cual es muy importante para las exportaciones agrícolas (frutas y hortalizas fundamentalmente) dado el carácter perecedero de las mismas. Por otro lado, se debe hacer referencia al establecimiento de las grandes iniciativas foráneas en nuestra Comunidad, que, en el caso de la *FORD*, presenta estrategias de diversificación de su producción por Europa.

A su vez, la importancia de este mercado ha ido incrementando de manera significativa desde 1973, crecimiento que se hizo más intenso a partir de 1983, como consecuencia fundamentalmente de la pérdida de peso relativo experimentada por otros mercados, sobre todo los países productores de petróleo y Estados Unidos. Asimismo, la participación comunitaria en el conjunto exportador valenciano se intensifica todavía más a partir de 1986, con la integración de España en la *CE*, tendencia que probablemente continuará acentuándose en los últimos años.

Dentro de la *UE-12* se aprecia una marcada concentración de las exportaciones valencianas entorno a Alemania y Francia, fundamentalmente.

CUADRO 7
PATRON GEOGRAFICO DE LAS EXPORTACIONES VALENCIANAS

EUROPA	1973	1983	1986	1992
CEE	56,9	59,6	67,9	73,5
Alemania	21,9	17,6	18,6	19,6
Francia	14,6	18,4	18,4	19,3
Reino Unido	8,2	10,6	13,7	8,6
Países Bajos	5,1	3,4	4,5	3,6
Bélgica-Luxemburgo	3,4	3,4	3,1	3,4
Italia	1,7	4,1	6,0	12,6
Irlanda	0,4	0,9	0,7	—
Dinamarca	0,8	0,7	1,1	0,5
Grecia	0,3	0,1	0,3	0,9
Portugal	0,6	0,4	1,6	5,0
Suiza	3,2	2,3	1,8	1,5
Suecia	1,9	0,9	1,4	1,0
AMÉRICA				
Estados Unidos	21,3	11,5	12,2	5,8
Canadá	1,1	1,1	1,2	0,8
México	3,9	0,4	0,3	1,2
Venezuela	0,6	0,3	0,2	0,2
ASIA				
Arabia Saudita	0,1	5,3	2,1	2,1
Kuwait	0,2	1,1	0,5	0,3
Irán	0,1	0,9	0,5	0,3
Líbano	0,4	0,6	0,4	0,2
Japón	0,9	0,4	0,4	0,6
Israel	0,3	0,6	0,4	0,4
AFRICA				
Egipto	0,0	0,9	0,5	0,3
Argelia	0,8	2,2	0,4	0,5
Marruecos	0,3	0,6	0,5	1,0
Libia	0,6	1,2	0,1	—
OCEANÍA				
Australia	0,5	0,3	0,2	—

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana e Instituto Valenciano de Estadística.

Un país que también merece especial atención dentro del entorno comunitario es el caso de Italia, al ser el que presenta un comportamiento más dinámico a lo largo del período de estudio. Al principio del mismo, el volumen de los intercambios valencianos con Italia era pequeño, debido a que las exportaciones valencianas se componían básicamente de productos agrícolas mediterráneos y productos de las industrias tradicionales, sectores todos ellos en los que competían directamente con los italianos, existiendo, por tanto, una falta de complementariedad entre los productos típicos valencianos e italianos. El incremento de las ventas a Italia registrado desde los ochenta es resultado de los cambios acaecidos en la estructura exportadora valenciana, como consecuencia de las inversiones foráneas y la aparición de nuevas líneas de producción.

Paralelamente al caso italiano se encuentra Portugal, país que también ha mejorado sustancialmente su posición en el seno de la UE-12, por razones análogas al caso italiano.

La segunda gran zona de absorción de las exportaciones valencianas corresponde al *mercado estadounidense*, el cual en 1973 constituía el segundo cliente de la Comunidad Valenciana detrás de Alemania. Sin embargo, a lo largo de estos años, ha ido perdiendo fuerza y dinamismo de manera significativa como consecuencia fundamentalmente de la posición fuertemente apreciada de la peseta frente al dólar, que ha provocado el encarecimiento de nuestros productos en el mercado americano, en un momento en el que aparecen en los mercados internacionales todo un conjunto de naciones en vías de desarrollo que ofrecen los mismos productos que constituyen la base de las ventas valencianas a EEUU –calzado fundamentalmente– a precios mucho más baratos, soslayando de esta forma la ventaja de orden inferior con la que compiten la mayor parte de las empresas valencianas autóctonas.

Cabe destacar una tercera zona de absorción, que fue significativamente importante hasta mediados de la década de los ochenta. Esta está constituida por *la Cuenca mediterránea* en un amplio sentido, incluyendo los países de Oriente Medio. Dentro de este conjunto de países se incluyen una gran parte de los miembros de la OPEP, los cuales constituyeron el grupo de países que dieron un mayor impulso a la exportación valenciana entre los setenta y principios de los ochenta. El intenso crecimiento registrado por las exportaciones valencianas orientadas a estos países se explica por el incremento registrado por los precios del crudo durante la década de los setenta. Esto provocó una importante transferencia de renta desde los países importadores hacia los productores de petróleo, los cuales se encontraron con una capacidad financiera y poder de compra muy superiores a su capacidad productiva. De esta situación se benefició la Comunidad Valenciana destinando una buena parte de sus productos (textil, cerámica, vidrio, productos minerales y derivados del metal) a estos mercados, dada la proximidad geográfica y la

existencia de cierta complementariedad con tales economías. Dentro de este conjunto de países destaca Arabia Saudita, Argelia, Libia y Kuwait.

A partir de 1983 se observa una importante caída de las exportaciones valencianas dirigidas a estos países productores de petróleo, como consecuencia del descenso experimentado por sus ingresos procedentes de las exportaciones de petróleo, lo que implica a una limitada capacidad de absorción por parte de los mismos, dado su bajo nivel de desarrollo.

No obstante, cuando se habla de la importancia de estos países para el sector exportador valenciano, sobre todo en la década de los setenta, hay que tener presente que, a pesar de haber ocupado posiciones importantes, siempre han estado muy detrás de los principales importadores europeos y estadounidenses.

Los restantes mercados muestran a lo largo de este período un cierto retroceso, debido a la competencia, por un lado, de países en vías de desarrollo que presentan líneas de producción similares a las tradicionales de la Comunidad Valenciana a precios menores, y, por otro lado, de países desarrollados que compiten con productos más diferenciados y de mayor calidad que los valencianos. Dicha pérdida no ha sido compensada por los nuevos productos que han alcanzado un peso significativo en el conjunto exportador valenciano desde los ochenta –material informático y vehículos automóviles–, debido a que estos mercados son abastecidos por las empresas multinacionales, IBM y FORD, desde otras filiales diferentes a la valenciana.

De aquí se desprende que el sector exportador valenciano padece un *elevado grado de vulnerabilidad* como consecuencia de estar bastante concentrado desde el punto de vista geográfico, atendiendo a sus principales zonas de absorción, mercado comunitario y estadounidense fundamentalmente.

5. CONCLUSION

Como conclusión señalar que la mejora de competitividad de las empresas valencianas precisará de una doble acción a nivel empresarial: por un lado, la introducción de un adecuado control de costes internos que permita frenar la tendencia alcista en los precios de nuestros productos, siempre que ésta no vaya acompañada de otros aspectos que la justifiquen y, por otro lado, mucho más relevante para el éxito competitivo, el fortalecimiento de los factores cualitativos en las producciones valencianas, para lo cual es necesario impulsar la búsqueda de una cultura tecnológica. Competir en agricultura o industria implica disponer de productos de buena calidad, pero a precios competitivos y contando con infraestructuras también competitivas.

BIBLIOGRAFIA

- ALCAIDE, Julio. (1986): «Características económicas de la Comunidad Valenciana». *Papeles de Economía Española*. Serie Comunidades Autónomas, nº 4, pp. 17-25.
- ALONSO, José Antonio (1991): «Economía española: especialización comercial y factores de competitividad» en VELARDE, GARCIA DELGADO y PEDREÑO: *Apertura e internalización de la economía española* (1991). Economistas libros. Colegio de Economistas de Madrid, pp. 39-102.
- ANDRES, Critóbal, MONFORT, Vicente y USACH, Juan (1992): «El sector industrial: especialización productiva y territorial» en MARTINEZ SERRANO, J.A., PEDREÑO, A. y REIG, E.: *Estructura Económica de la Comunidad Valenciana*. Espasa-Calpe, Madrid, pp. 133-166.
- BUSTELO, Pablo (1992): «Los dragones asiáticos del comercio internacional». *ICE, Boletín Económico*, nº 2321, pp. 1251-1255.
- CONSEJO DE CAMARAS DE COMERCIO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (1992): «*El comercio exterior de la Comunidad Valenciana 1991*».
- CONSELLERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1987): «*Exportaciones valencianas 1973-83*»
- FERNANDEZ, José Ismael, GARCIA Leandro, SUAREZ, Celestino (1992a): «Actividad exportadora y vertebración del arco mediterráneo». *Papeles de Economía Española*. Serie Comunidades Autónomas, nº 11, pp. 372-382.
- FERNANDEZ, José Ismael, GARCIA Leandro, SUAREZ, Celestino (1992b): «Dinámica exportadora y relaciones exteriores» en VELARDE, J., GARCIA DELGADO, J.L. y PEDREÑO, A.: *Ejes territoriales de Desarrollo: España en la Europa de los noventa*. Economistas libros. Colegio de Economistas de Madrid, pp. 401-420.
- FERNANDEZ, José Ismael, SOSPEDRA, Ismael y SUAREZ, Celestino. (1992): «Comercio exterior» en MARTINEZ SERRANO, J.A., PEDREÑO, A. y REIG, E.: *Estructura económica de la Comunidad Valenciana*. Espasa-Calpe. Madrid, pp. 267-290.
- FUSTER, Begoña (1993): «Análisis reciente de las exportaciones valencianas y sus problemas de competitividad», tesis de licenciatura, Universidad de Alicante.
- JORDAN, Josep M. (1986): «La economía valenciana en el contexto del área mediterránea». *Papeles de Economía Española*. Serie Comunidades Autónomas, nº 4, pp. 432-449.
- MAS, Matilde, ORTS, Vicente y DIEZ, Félix (1988): «El sector exterior de la economía valenciana». *Documents d'economia*. Generalitat Valenciana.
- MARTINEZ, Aurelio (1986): «Evolución de las exportaciones de la Comunidad Valenciana». *Papeles de Economía Española*. Serie Comunidades Autónomas, nº 4, pp. 405-431.
- MARTINEZ, Aurelio, MARTINEZ, José Antonio y REIG, Ernest (1988): «La econo-

- mía valenciana ante la recuperación económica». *Papeles de Economía Española*, nº 34, pp. 155-172.
- MARTINEZ, Aurelio y PEDREÑO, Andrés (1990): «Comunidad Valenciana. Crecimiento y crisis exportadora». *Papeles de Economía Española*, nº 45, pp. 379-396.
- MARTINEZ, Aurelio y PEDREÑO, Andrés (1992): «La economía valenciana frente al reto del Mercado Unico» en MARTINEZ SERRANO, J.A., PEDREÑO, A. y REIG, E. *Estructura económica de la Comunidad Valenciana*. Espasa-Calpe. Madrid, pp. 457-482.
- MARTINEZ, Aurelio y PEDREÑO, Andrés (1994): «Exportación y turismo: factores revitalizadores de la economía valenciana». *Papeles de Economía Española*, nº 59, pp. 220-226.
- MARTINEZ, José Antonio y REIG, Ernest (1992): «Crecimiento y cambio en la economía valenciana» en MARTINEZ SERRANO, J.A., PEDREÑO, A. y REIG, E. (1992): *Estructura económica de la Comunidad Valenciana*. Espasa-Calpe. Madrid, pp. 41-72.
- PEDREÑO, Andrés (1992): «Comunidad Valenciana: hacia un nuevo modelo de crecimiento». *Papeles de Economía Española*, nº 55, pp. 384-397.
- PEDREÑO, Andrés y PARDO, Gloria (1990): «El sector exterior de la economía valenciana: impacto de la política monetaria». *Economistas*, nº 45-46, pp. 178-183.
- PEDREÑO, Andrés y RODENAS, Carmen (1993): «La economía valenciana ante la Unión Económica y Europea». *Papeles de Economía Española*, nº 55, pp.
- PORTER, Michael (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*. Plaza & Janes. (Es traducción de *The competitive advantage of nations*. The Free Press, MacMillan, Nueva York).
- ZABALZA, A. (1992): «Política fiscal y plan de convergencia». *Revista de Economía*, nº 13, pp. 18-22.

FUENTES ESTADISTICAS

- BANCO BILBAO-VIZCAYA: *Renta Nacional de España y su distribución provincial*. Series desde 1975 hasta 1989.
- BANCO DE ESPAÑA: *Informe anual*. Varios años.
- CAMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: *La región exporta* (Series desde 1973 hasta 1984), y *El comercio exterior de la Comunidad Valenciana* (Series desde 1986 hasta 1991).
- CONSELLERIA D'INDUSTRIA, COMERÇ Y TURISME: *La inversión industrial registrada*.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE): *España. Anuario estadístico*. Series desde 1974 hasta 1993.
- INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADISTICA (IVE): *Estadística de Comerç Exterior de la Comunidad Valenciana*. Series desde 1986.