REVISTA DE ESTUDIOS REGIONALES. Extraordinario Vol. II. 1980.

JOAQUIN BOSQUE MAUREL

Andalucía en el comercio exterior español

A diferencia del conjunto de los países de la Comunidad Económica Europea, la relevancia del comercio exterior es en España bastante limitada. Pero, por otra parte, su significación espacial interna, la importancia que cada una de las diferentes regiones españolas tiene en el conjunto de ese comercio exterior, es muy diferente según los casos. Además de que ha sufrido importantes transformaciones en función de los cambios padecidos últimamente por tal comercio internacional. En esa distribución espacial, Andalucía ha ocupado, y todavía ocupa, un lugar importante, aunque en clara regresión. Y con unas posibilidades de futuro, en relación a la adhesión al Mercado Común, no muy optimistas si se mantienen las previsiones más generalizadas en el momento actual.

1. EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL

La importancia del comercio exterior español es considerable, sobre todo cualitativamente. Como ha señalado Perpiña Grau, el equilibrio económico español depende de su conexión con el exterior e, incluso, el desarrollo nacional sólo es posible por esa conexión externa. Y si esa dependencia, como en todo el mundo actual, se remonta al menos a los grandes cambios socioeconómicos introducidos por la Revolución Económica en España alcanzó máximo relieve a partir del Plan Nacional de Estabilización de 1959 que, al suprimir todas las limitaciones autárquicas y proteccionistas fruto de la política inmediata a la postguerra española, creó la situación todavía vigente a pesar de los problemas iniciados, aunque no en exclusiva y por otra parte propios de dicha situación, por la crisis de la energía en 1975.

Sin embargo, la significación cuantitativa de nuestro comercio exterior es reducida, sobre todo, si se compara a España con el conjunto de las naciones que

constituyen el Mercado Común. Mientras en estos países la suma de las importaciones y las exportaciones se aproximan al 40 por ciento de la Renta Nacional, en España representa únicamente el 25 por ciento. Asimismo, teniendo en cuenta la relación existente entre las importaciones y la renta nacional, la propensión media a importar es en España relativamente baja (16 por ciento), superior a la de los Estados Unidos (5 por ciento), cuyo enorme mercado interior le permite una extraordinaria independencia respecto al resto del mundo capitalista, pero muy inferior a las existentes en Europa occidental, que normalmente duplican las cifras españolas.

Por otra parte, la balanza comercial, es decir, la relación entre las importaciones y las exportaciones, es tradicionalmente deficitaria, a causa de la mayor importancia de las primeras, y con una tendencia progresiva a causa del constante aumento de las compras, siempre por encima del más reducido aunque continuado crecimiento de las ventas. Así, frente a un déficit de 294 millones de dólares en 1959, se ha pasado a 2.052 millones en 1965 y a 7.385 en 1975. Sólo en los últimos años se ha producido una cierta estabilización en el proceso, normal dada la relativa atonía del comercio internacional: 6.220 millones de dólares en 1.977 y 4.321 millones en 1978.

La estructura del comercio exterior fundamenta tales cambios y tendencias. Por una parte, España tiene que atender a una serie imprescindible de importaciones, cuya producción en España o no existe o, en todo caso, es insuficiente: petróleo y sus derivados, maquinaria pesada y de precisión, materias primas, algunos productos alimenticios, etc. Y tales adquisiciones son cada vez más cuantiosas y más decisivas para la economía española, tanto por la paulatina elevación del nivel de vida nacional como por la política de industrialización de los últimos decenios. En definitiva, y así lo han reconocido economistas tan dispares políticamente como Fuentes Quintana, Tamames, Gámir y Barón, el modelo de sociedad, industrial y de consumo, provocado por las medidas de 1959 y hoy más o menos en crisis, sólo ha sido posible por el crecimiento y la evolución de las importaciones a partir de dicha fecha.

Por otro lado, en las exportaciones siguen desempeñando un importante papel los típicos productos denominados de «aperitivo y postre», esencialmente agrarios, a pesar del creciente desarrollo de las ventas de artículos fabricados, caracterizados estos últimos por ser típicamente de consumo. Se trata, en general, de unas exportaciones de competitividad dudosa, bien porque no son imprescindibles, como ocurre con los «aperitivos y los postres», o porque su venta viene favorecida por su mediana calidad y por la renuncia voluntaria a su fabricación por parte de las grandes potencias económicas mundiales a causa de motivos ambientales o tecnológicos, en el caso de las ventas industriales. En definitiva, la misma estructura del comercio exterior, lógica según la estructura de la economía nacional, determina una difícil solución a la problemática del

intercambio internacional español, muy perjudicial en conjunto para España, salvo una profunda transformación del modelo económico hoy vigente, sólo posible a largo plazo, y que es imprescindible aun dentro de un sistema eminentemente capitalista.

Esta estructura del comercio exterior es muy reciente. En conjunto, en el período 1961-1970, los artículos fabricados han representado el 55 por ciento de todas las importaciones, destacándose entre ellas las compras de maquinaria pesada y material eléctrico de base (22 por ciento); a continuación se encuentran el petróleo y sus derivados (11 por ciento) y algunos productos alimenticios (20 por ciento), especialmente cereales para pienso. En el mismo período las exportaciones han sido, en primer lugar, manufacturas, con el 45 por ciento, en especial navíos, máquinas herramientas y calzado, seguidas a no demasiada distancia por los productos alimenticios, con el 40 por ciento, y agrios (11 por ciento), vino (5 por ciento) y aceite de oliva (4 por ciento) en los primeros lugares. Sin embargo, mientras en 1961, los productos agrarios representaban el 55 por ciento de las ventas, los minerales el 11 por ciento y las manufacturas el 34 por ciento, en 1975, estas últimas habían pasado a ocupar el primer lugar, con el 67 por ciento de todas las ventas, y los minerales y los productos agrarios habían retrocedido al 8 y al 25 por ciento respectivamente. Paralelamente, las importaciones de manufacturas han pasado del 50 por ciento al 58 por ciento, las de combustibles del 12 al 15 y las de productos agrarios del 17 al 25 por ciento. La misma crisis actual del comercio exterior, y sus graves consecuencias para la economía española, estaban implícitas en estos cambios y, en último término, en la profunda transformación sufrida en los años sesenta por la economía española.

2. *LA DISTRIBUCION REGIONAL DEL COMERCIO EXTERIOR*

Los análisis generales del comercio exterior español son —y han sido— numerosos y excelentes siempre. Por el contrario, el conocimiento de su distribución regional ha tropezado —y tropieza— con muchísimas dificultades. Incluso, en el momento actual, todas las conclusiones que pueden hacerse en este sentido son muy aleatorias, muy poco exactas y, en el mejor de los casos, estrictamente indicativas. En último término, estarán sometidas, en mayor medida que cualquier otro tipo de análisis geográfico, económico y sociológico, a toda clase de futuras revisiones.

La principal razón se encuentra en las fuentes, prácticamente inexistentes, al menos las de carácter directo, y por ello mismo de muy dudosa utilidad a medida que la desagregación espacial se incrementa. Como es sabido, la principal, y prácticamente única, fuente que existe para el estudio del comercio exterior son las Estadísticas que sobre su movimiento anual publica el Ministerio de Comercio. Tales fuentes que globalizan por capítulos del Arancel las compras y ventras realizadas por España con los diversos países extranjeros con los que sostiene relaciones exteriores no contienen la menor referencia regional,

provincial o local. Por ello, todos los estudios realizados hasta la fecha, tanto por las entidades oficiales, como los Servicios de Estudios del Ministerio de Comercio, por ejemplo, y por los investigadores privados, se refieren al comercio exterior nacional como una unidad espacial única.

Sólo recientemente han aparecido algunas fuentes que permiten un cierto acercamiento a la realidad del comercio regional con el exterior, aunque con importantes limitaciones. En primer lugar, cabe destacar el Anuario del Mercado Español que, en su volumen correspondiente a 1974 y con referencia a 1972, realizó, dentro de lo que denomina «Geografía del Mercado», un análisis sobre la «Distribución provincial de la exportación española en 1972». Para ello utilizó datos facilitados por la Dirección General de Aduanas y obtenidos a través de las liquidaciones de la desgravación fiscal concedida a la exportación. Tales datos, como señala el mismo Anuario, ofrecen determinados problemas que hacen los resultados obtenidos solamente indicativos. En primer lugar, existen algunas diferencias, en ciertos casos importantes, en relación con la estadística oficial, debidas, por un lado, al desfase existente entre la fecha en que tuvo lugar la exportación y la liquidación efectiva de la desgravación, y, por otro, a que algunos exportadores, principalmente de los capítulos relativos a plantas, legumbres y frutos no solicitan este derecho a causa de la escasa significación económica que tienen. Por todo ello, fue preciso llevar a cabo ciertas rectificaciones y estimaciones a fin de mejorar los resultados y que han permitido un error máximo, según los autores, del 1,9 por ciento. A estos problemas de base, hay que agregar que las distribuciones provinciales pecan unas veces por exceso y otras por defecto debido a que las atribuciones espaciales se realizan en función del domicilio social de la empresa exportadora y no del lugar de donde realmente se obtienen los productos exportados. Así se explica la supremacía alcanzada por Madrid, primer centro exportador español, en perjuicio evidente de casi todo el resto de España. Por otra parte, estos estudios no se refieren al conjunto del comercio exterior sino solamente a la exportación, siendo así parciales e incompletos, aunque de extraordinario interés.

De los datos del Anuario del Mercado Español, que recientemente fueron objeto de un primer análisis geográfico por Roland Courtot, se deduce, como primer hecho, su extraordinaria concentración espacial. Así, entre trece provincias, con porcentajes superiores al 2 por 100 del total nacional, reúnen el 82,74 por ciento de las exportaciones españolas, mientras que las 37 restantes tienen sólo una cuota de participación del 17,26 por ciento. Pero, incluso, entre las trece provincias exportadoras por antonomasia existen importantes diferencias, ya que Madrid, con el 22,67 por ciento, y Barcelona, con el 16.67 por ciento, controlan el 39,34 por ciento. Si a estas dos cabeceras de la economía nacional se agregan las cinco provincias que les siguen, todas con porcentajes superiores al 3 por ciento pero inferiores al 8 por ciento y, por tanto, bastante alejadas de las dos primeras, el volumen de las exportaciones asciende al 67,72 por ciento. Estas

cinco provincias segundonas son: Alicante (7,83 por ciento), Valencia (6,75 por ciento), Guipúzcoa (5,10 por ciento), Vizcaya (4,79 por ciento) y Murcia (3,91 por ciento). Las otras seis provincias, que completan las trece anteriormente indicadas, todas con valores entre el 2 y el 3 por ciento, son las siguientes: Cádiz, Pontevedra, Tarragona, Sevilla, Castellón, Navarra.

Esta concentración, obtenida a base de las provincias, se ve corroborada si se consideran las diferentes regiones que, por otra parte, constituyen auténticos complejos económicos íntimamente interrelacionados internamente aunque no independientes. La concentración resultante es evidente a pesar de la heterogeneidad superficial de las regiones utilizadas que han sido determinadas por factores eminentemente históricos base de la parcelación nacional a que está conduciendo el reciente mecanismo autonómico. En la regionalización resultante sigue ocupando el primer lugar Madrid que todo hace pensar que acabará constituyendo una sola unidad regional, a pesar de su influencia decisiva sobre el conjunto de la vida española y que incide, sin duda, en su dominio del 22,67 por ciento de las exportaciones nacionales. El segundo lugar, corresponde a Cataluña, que controla el 21,17 por ciento de las ventas españolas al extranjero. A continuación se encuentran el País Valenciano, con el 16,85 por ciento, el País Vasco, con el 11,13 por ciento, y Andalucía, con el 7,30 por ciento. Después, aparecen ya distanciadas las restantes regiones, destacándose Murcia (3,91 por ciento), Galicia (3,88 por ciento) y Canarias (2,75 por ciento). El mínimo valor corresponde a Extremadura con el 0,39 por ciento de las exportaciones nacionales.

La significación alcanzada por cada región en las ventas nacionales al exterior está de acuerdo, sin duda, con su valor económico regional. Así, Cataluña, segunda región exportadora, es la primera de toda España por su VAN ya que reúne el 19,9 por ciento del total español. Le sigue Madrid, primera exportadora, con el 15,7 por ciento. A partir de aquí se produce una alteración importante, ya que Andalucía, la quinta exportadora, es la tercera región en VAN, con el 12 por ciento, siguiéndola, según el orden en la exportación, el País Valenciano, 9,6 por ciento, y Vascongadas 7,7 por ciento. Así pues, salvo en el caso andaluz, la correspondencia valor de la producción-valor de la exportación es clara, con la particularidad de que, con la misma excepción de Andalucía, los porcentajes en la exportación superan netamente los correspondientes al VAN. Después la ordenación de las dos listas, regiones exportadoras y regiones productoras, ofrecen numerosas alteraciones: Extremadura, última región exportadora, supera en VAN (1,8 por ciento) a Navarra (1,5 por ciento), Santander (1,4 por ciento) y Rioja (0,7 por ciento).

En realidad, la significación exportadora no depende sólo del volumen económico, sino también de la complejidad y cualificación de ese volumen económico. En definitiva, dada la estructura de las ventas españolas al

extranjero, ya señalada, serán las regiones más industrializadas, así como aquellas con un mayor nivel de especialización agrario, las que puedan dominar las exportaciones. Y, cuando como en el caso de Cataluña, se unan hasta cierto punto estas dos características, su significación en el comercio exterior se hará prevalente. Máxime, si además de alguna manera tales regiones ejercen un cierto nivel de dominación, de carácter financiero o empresarial sobre todo, en el conjunto del territorio nacional. Así ocurre con Madrid, en especial, y en menor cuantía con Cataluña y el País Vasco.

La Estructura interna de las exportaciones de cada región corrobora estas afirmaciones:

1.º Madrid: 94,19 por ciento del plomo exportado en toda España; 55 por ciento del níquel; 47,88 por ciento del cobre; 77,26 por ciento de navegación; 62,01 por ciento de material aéreo; 48,75 por ciento de material ferroviario; 52,85 por ciento de vehículos terrestres; 46,51 por ciento de material óptico y fotográfico; 65,12 por ciento de productos químicos; 40,32 por ciento de productos farmaceúticos; 32,28 por ciento de prendas de vestir, etc.

2.º Cataluña: 78,8 por ciento de artículos de lana; 76,70 por ciento de algodón; 76,11 por ciento tejidos sintéticos; 68,52 por ciento género de punto; 38,3 por ciento vestidos; 47,50 por ciento productos farmaceúticos; 40,24 por ciento artículos de cuero; 32,90 por ciento papel; 40,06 por ciento calderas, etc.; 32,06 por ciento material eléctrico; 38,52 por ciento material óptico y fotográfico; 24,50 por ciento juguetería; 62,3 por ciento corcho; 23,39 por ciento flores; 19,44 por ciento frutos; 19,84 por ciento oleaginosas; 11,28 por ciento vinos y licores.

3.º País Valenciano: 55,93 por ciento de las frutas; 31,80 por ciento legumbres, hortalizas y verduras; 14,23 por ciento de las flores; 43,78 por ciento de los muebles; 69,74 por ciento del calzado; 53,13 por ciento de la juguetería; 55,47 por ciento de la cerámica; 14,43 por ciento del papel y 13,68 por ciento del vestido.

4.º País Vasco: 31,69 por ciento de la fundición, hierro y acero; 28,58 por ciento de calderas y maquinaria pesada; 46,22 por ciento del material ferroviario; 66,95 por ciento de herramientas; 73,32 por ciento de las armas.

5.º Andalucía: 39,40 por ciento de las grasas y aceites vegetales; 58,80 por ciento de vinos y licores; 43,35 por ciento de conservas o preparados vegetales; 17,52 por ciento de los productos petrolíferos.

El análisis de esta misma estructura permite comprobar y demostrar las limitaciones de la fuente utilizada. No sólo por la incoherencia de que Madrid concentre el 77,26 por ciento de los navíos marítimos y fluviales y sus

componentes, sino por el hecho de que en Andalucía no figure esta misma rúbrica, cuando la Bahía de Cádiz constituye el segundo complejo naval español, el primero si se añade Sevilla. Y este ejemplo no es el único; cabría añadir que la misma Madrid exporta el 94,19 por ciento del plomo, cuando no existe nigún yacimiento y ninguna fundición dentro de sus límites provinciales. Como contrapartida, ninguna aportación hace Andalucía a esa exportación siendo el mayor productor, y tampoco vende material eléctrico aunque posee un importante núcleo productor. Sin embargo, en conjunto, los resultados, si no se olvida su valor indicativo, son de considerable utilidad en un primer intento de establecer la distribución regional del comercio exterior. Sobre todo, si se acepta como hipótesis que las mismas regiones exportadoras serán las importadoras, así como de fijar la jerarquía regional con que ese comercio exterior se encuentra regido. Pero es evidente que resulta imprescindible una mayor profundización así como el empleo de otras fuentes estadísticas e informativas, en especial si se pretende insistir en un mejor conocimiento de la estructura del comercio exterior realizado por cada región.

3. *LA ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR DE ANDALUCIA*

La actividad comercial con el exterior realizada por Andalucía ocupa en la actualidad un lugar secundario. Como hemos visto, la región andaluza concentra únicamente el 7,30 por ciento de las exportaciones, situándose en el quinto lugar entre todas las regiones. Posiblemente, si tuvieramos una estadística similar para las importaciones, disminuiría su significación nacional, tanto en volumen como en su posición jerárquica. Sin duda, una región de limitado desarrollo como Andalucía atraerá volúmenes limitados de compra en el exterior. Como es sabido, las importaciones tienden a concentrarse en las regiones de mayor vigor socioeconómico, las de más alto nivel de vida y las de maxima acumulación fabril y mayor crecimiento, es decir, las más necesitadas de adquisición de energía, de materias primas y de maquinaria pesada, precisamente los renglones que ocupan los primeros lugares entre las compras nacionales. Como contrapartida, y confirmando el hecho anterior, las exportaciones andaluzas —diversos productos alimenticios y derivados del petróleo, según el Anuario del Mercado Español—, son también las propias de un ámbito de bajo desarrollo, asimilándose así a la imagen comercial de una buena parte de los países hispanoamericanos. La confirmación de esta hipótesis depende, sin duda, del análisis interno en profundidad del comercio exterior realizado por Andalucía. Esta posibilidad se encuentra en las «Tablas Input-Output» de las dos Andalucías patrocinadas y publicadas por el Banco de Bilbao en 1978, y que no podemos extender a todo el comercio exterior español desagregado regionalmente a causa de que no existen dichas tablas para la totalidad de las regiones españolas.

De acuerdo con la metodología más generalizada en estos casos, las «Tablas Input-Output» de Andalucía contienen, con referencia a 1975, la

Balanza Comercial para cada una de las dos regiones andaluzas. Su objetivo es «estudiar con cierta profundidad, mediante el análisis sectorial de las exportaciones e importaciones regionales, las relaciones comerciales que mantiene la región con el resto del mundo, midiendo su dependencia con respecto a las importaciones y el carácter compensador o no de sus exportaciones». Con esa finalidad, en cada Tabla existen una serie de Cuadros Estadísticos en que, para el conjunto de cada región, se establecen los resultados de los movimientos comerciales —exportación e importación— para una completa serie de productos y servicios convenientemente desagregados, diferenciándose en cada caso la salida y la entrada entre las diferentes regiones españolas y Andalucía, y entre cada parte de Andalucía y el resto del mundo. Con esta base estadística, fruto de una larga y compleja encuesta, se ha llevado a cabo la elaboración de cuatro tipos de balanzas comerciales, base del análisis que hemos utilizado en nuestro trabajo. Las balanzas comerciales son las siguientes: 1.º Balanza de suficiencia sectorial total; 2.º Balanza de dependencia sectorial; 3.º Balanza de doble dependencia sectorial; y 4.º Balanza de exportaciones sectoriales netas.

Según las «Tablas Input-Output», el volumen de transacciones comerciales de Andalucía con el exterior de su entorno ascendió en el año 1975 a 815.090 millones de pesetas, pudiendo calificarse a la región como un área de economía abierta, ya que este volumen total de transacciones mercantiles llegó a suponer el 112,7 por ciento del Producto Regional Bruto a precios de mercado. Este carácter abierto de la economía andaluza es, sin embargo, limitado, sobre todo si se compara con otras regiones españolas. Así, por ejemplo, según sus correspondientes Tablas, aunque en fecha diferente, en 1972, Aragón llegó a un índice del 187,6 y el País Vasco a 158,6, ambos muy superiores, por atanto, al andaluz.

Estas transacciones se han realizado, por otra parte, en un volumen considerable con el resto de las regiones españolas, que absorbieron, en ese año de 1975, un volumen de 692.848 millones de pesetas, el 85,2 por ciento del total. Así pues, la actividad comercial andaluza se realizó, en principio, a un nivel de internalidad muy superior al promedio nacional, ya que el comercio exterior significó algo menos del 15 por ciento del total frente al 25 por ciento que, en esa misma fecha, significó todo el comercio exterior realizado por España. La internalidad andaluza es, por otra parte, superior a la de otras regiones españolas; así, en Aragón el comercio exterior rebasó el 20 por ciento de las transacciones, mientras que, en el País Vasco, se aproximó al 30 por ciento. Es de suponer que aún es mayor la diferencia respecto a las grandes regiones dominadoras del comercio exterior nacional, Cataluña y Madrid, sobre las cuales no tenemos datos similares a los manejados hasta el momento.

Ahora bien, son bien conocidas las diferencias internas existentes en Andalucía y, que, en principio, parecen oponer, diferenciándolas, las dos grandes unidades andaluzas, la Occidental o Baja Andalucía, y la Oriental o Alta

Andalucía. Estos matices surgen también considerando las transacciones mercantiles y sus consecuencias. En primer lugar, hay que señalar el mayor volumen del comercio exterior a la región realizado por la Baja Andalucía que, en 1975, con un volumen global de 524.530 millones de pesetas significaba el 64,3 por ciento del total andaluz. Asimismo, en Andalucía Occidental el índice de apertura económica, con el 118,7 por ciento del Producto Regional Bruto, supera al promedio andaluz ligeramente (112,7), pero es muy superior al correspondiente a Andalucía Oriental (103,6 por ciento), aunque continúa muy distanciado de los valores, tanto nacionales como de otras regiones españolas, como las indicadas anteriormente, Aragón y el País Vasco.

Por otra parte, el análisis, aunque sea muy superficial, de ese comercio con el exterior de Andalucía, viene a corroborar afirmaciones ya hechas anteriormente. Ante todo, y en conjunto, Andalucía no responde a la estructura del comercio exterior nacional. Según las Balanzas Comerciales de Suficiencia Sectorial de las «Tablas Input-Output», tanto en Andalucía Occidental como en Andalucía Oriental los Sectores Excedentes principales son los agropecuarios, mientras que los deficitarios corresponden al sector secundario. Pero, mientras que Andalucía Occidental presenta un saldo final con superávit, aunque muy reducido, Andalucía Oriental tiene un déficit bastante importante: 2.936 millones de pesetas de superávit para Andalucía Occidental y 36.634 millones de déficit para Andalucía Oriental.

En las Balanzas señaladas, y dentro del carácter indicado, existen algunos matices dignos de ser reseñados. En Andalucía Occidental, los principales excedentes corresponden, en un 48 por ciento al sector agrario, aunque en éste se destaca con gran relieve el sector vinos, que con un saldo positivo de 26.655 millones significa alrededor del 25 por ciento. A continuación, se encuentran las ventas de conservas vegetales, de pescado, de aceite y de azúcar. Pero, además, aparecen algunos sectores fabriles como los transportes, algunas básicas no férreas y los derivados del petróleo. Como contrapartida, los sectores deficitarios más destacados son la minería, con más del 30 por ciento del déficit global, algunos productos agrarios, como la carne y los lacticinios, y en conjunto toda una serie de productos fabriles muy diversificados, como la maquinaria eléctrica, la siderurgia, los productos químicos, diversas manufacturas mecánicas y textiles, etcétera.

En Andalucía Oriental, los sectores excedentarios son los de origen agrario, ocupando el primer lugar las grasas y aceites vegetales, seguidos por ciertos servicios, en concreto la hostelería, y careciendo de significado las actividades industriales, a no ser que se considere como tal la producción de azúcar y la molinería y panadería. El déficit, muy elevado, más de diez veces superior al de la otra Andalucía, se debe a la compra de productos petrolíferos, que sifnifican alrededor del 15 por ciento del déficit final, a los productos químicos y

siderúrgicos y a la maquinaria en general. Incluso, existe déficit en pesca, piensos, lacticinios, productos cárnicos y conservas vegetales, entre otros.

Los hechos anteriores se refieren al conjunto de intercambio andaluz, tanto con el resto de España —incluida la otra Andalucía—, como con el exterior. Considerando estrictamente el sector exterior, resalta en primer lugar, y junto a su escasa incidencia en conjunto, sobre todo, si se la compara con el conjunto nacional, las diferencias entre las dos Andalucías. El comercio con el exterior es, en la Baja Andalucía, unas diez veces superior al correspondiente a la Alta Andalucía, aunque en ambas regiones el déficit es la norma. Asimismo, las exportaciones son en cada caso de origen agrario, aunque mientras en la Occidental el primer puesto corresponde al subsector vinos, en la Oriental, con valor inferior, las ventas principales corresponden a las grasas vegetales y a las hortalizas tempranas. En Andalucía Occidental, hay rubros de cierta significación de carácter fabril, como los derivados petrolíferos y alguna maquinaria eléctrica y de transporte, que carecen de entidad en la Alta Andalucía.

En definitiva, el panorama comercial andaluz no puede considerarse en mogo alguno satisfactorio. Su considerable déficit de conjunto, aunque también presente, con matices, en el sector intrarregional y en el exterior constituye un serio inconveniente —así como una importante causa— en su situación de subdesarrollo. Sobre todo, porque tal déficit no está determinado por una aportación seria de medios de financiación, mediante importaciones de capital fijo, que implicara un posible cambio en el futuro, sino que está motivado por la entrada masiva de productos de consumo, incluidos algunos que pudieran ser obtenidos «in situ», y para los cuales existen serias y bien definidas posibilidades naturales en la región. Esta realidad actual, contrasta, además, con el hecho de que, históricamente, Andalucía ha sido, en épocas muy específicas sobre todo, pero en general siempre, una gran región mercantil dentro de España, y ello tanto en sus relaciones con el resto de España, hecho por otra parte, mal conocido, como, sobre todo, con el exterior. Bastará recordar el papel desempeñado por la Bética respecto del Imperio Romano, por Al-Andalus en el mundo mediterráneo medieval o por el Bajo Guadalquivir respecto a las Indias Occidentales. Incluso, aunque en esos momentos predominó su papel de abastecedor de materias primas y productos alimenticios, tampoco faltaron ciertas actividades fabriles de gran importancia, tanto nacional como internacional.

4. *LAS POSIBILIDADES DE FUTURO*

El comercio exterior de cualquier región, como de cualquier país, se encuentra en íntima dependencia de las posibilidades de crecimiento de la región considerada en sí misma y de las condiciones a que se encuentre sometida la nación de la que forma parte, tanto por ella misma como en función de la problemática exterior con la que está relacionada. En el caso de Andalucía, por

tanto, habrá que tener en cuenta el posible desarrollo del comercio español dadas sus particularidades estructurales actuales, pero, en segundo término, el hecho del prosible, y quizá a corto plazo, ingreso de España en la Comunidad Económica Europea.

Analicemos el primer caso, el desarrollo natural del comercio exterior español y sus consecuencias en el intercambio andaluz. En principio, si no tienen lugar cambios en el momento actual poco previsibles, la tendencia al incremento en España de las exportaciones manufactureras y al retroceso de las ventas de productos alimenticios y de materias primas, favorecerá e incrementará la concentración del comercio internacional español en las regiones más industrializadas, es decir, en el cuadrante nordeste peninsular y en el foco fabril madrileño. Y no sólo porque tales áreas industriales proporcionarán la mayor parte de las exportaciones, sino porque el mantenimiento de dichas ventas exigirá la mejora globa y la racionalización discriminada de tales actividades industriales exportadoras y, por consiguiente, la concentración en esas mismas regiones fabriles de las importaciones de capital fijo y de materias primas y combustibles.

Por otra parte, las regiones menos desarrolladas, de raíz rural, protagonistas de la exportación tradicional agraria, sobre todo de «aperitivos y postres», como Andalucía, verán reducida primero su capacidad de venta y, en definitiva, sus posibilidades de transformación por la atracción de formas de capitalización. Incluso, estas regiones, sometidas a una crisis demográfica creciente, como fruto de su función de aprovisionadora de mano de obra, verán limitadas sus necesidades globales de consumo, nunca compensadas por el posible incremento de su nivel de vida. Como resultado, el déficit de sus balanzas comerciales deberá aumentar en mayor proporción que en el conjunto de las regiones industriales. Incluso, cabe la posibilidad de que su apertura mercantil tienda a disminuir o, en el mejor de los casos, a estabilizarse, a diferencia de las regiones más comerciales cuyo índice tenderá a incrementarse.

En este mecanismo, ligado a la evolución general de las transacciones nacionales, no se tiene en cuenta la específica problemática de algunos de los productos esenciales del campo andaluz, precisamente aquellos que ocupan los primeros lugares en la exportación de la región. Este es el caso, en primer lugar, del olivar, sometido a toda una serie de circunstancias críticas en buena parte causa y efecto de su decadencia como fuente de exportación. También hay que tener en cuenta la situación de los vinos de pasto, muy diferente por otra parte de los vinos de calidad, así como ciertos cereales con relativa capacidad exportadora, como el arroz y los trigos duros. Incluso, los frutales y las hortalizas selectas y tempranas, los de mayores posibilidades, se encuentran inmersos en toda la problemática derivada de su dependencia de los mercados exportadores extrarregionales, especialmente levantinos.

La incidencia posible de la adhesión al Mercado Común Europeo puede ser

también considerable. En 1966, Sampedro y Martínez Cortiña, afirmaban que «la integración jugaría por sí sola el papel de un enérgico corrector de los desequilibrios regionales en España». Y precisamente basaban su opinión en el favor que tendrían en los países comunitarios un porcentaje importante de la producción agraria española y, más concretamente, ciertos cultivos del Levante y Andalucía. Aunque, más tarde, la realidad funcional de la Comunidad ha provocado un fracaso relativo en el equilibrio regional de sus componentes, y ha obligado a una reconsideración de la política de desarrollo regional dentro del Mercado Común, que, como mínimo, exige cierta limitación al optimismo de los citados economistas, no puede descartarse totalmente que la adhesión pueda mejorar sensiblemente el papel de las ventas de productos agrícolas de España en Europa Occidental.

No obstante, parece imprescindible matizar en lo posible tales posibilidades, sobre todo, teniendo en cuenta los estudios de los expertos que coordinados por José J. Rodríguez Alcaide se han referido a «Andalucía y la integración de España en la Comunidad Económica Europea». Por una parte es indudable que la integración no podría tener frutos homogéneos para el conjunto de la economía agraria andaluza debido, ante todo, a sus profundas diferencias internas, con el enfrentamiento de una agricultura competititva, como la de regadío en general y la del secano de las campiñas béticas, que se verían muy favorecidas, y otra sin posibilidades de supervivencia, como la agricultura de montaña y la pequeña explotación de secano. Por otro lado, los contrastes entre los diferentes cultirvos serían muy grandes, ya que mientras los trigos duros, el aroz, los frutos frescos, el aceite de oliva y las aceitunas, y los vinos de calidad tendrían fácil entrada en la Comunidad, aunque con ciertos problemas para el aceite y el arroz, los restantes cultivos se encontrarían con serios problemas. Es claro que estas posibilidades tendrán que enfrentarse con la resistencia de fuertes sectores agrarios de Francia e Italia y, en consecuencia, con posibles restricciones a la actual política agraria del Mercado Común, sobre la cual se basan dichas previsiones.

Por lo que respecta a los resantes sectores de la exportación andaluza, en concreto a los industriales, el panorama es mucho menos halagüeño. En conjunto, Andalucía se encuentra demasiado alejada del centro de gravedad de la economía europea lo que puede limitar la inversión europea en la región e, incluso, reducir su atractivo para al menos una parte de los intereses financieros españoles. Estos, lo mismo que los trabajadores, verán facilitada su emigración hacia el resto de la Comunidad a medida que se amortigüen las barreras actualmente vigentes. Sólo las indudables ventajas de la renta de situación que Andalucía posee, por su carácter de encrucijada entre Europa y Africa y el Atlántico y el Mediterráneo, podrían constituir un freno a esa tendencia restrictiva del crecimiento industrial en, al menos, ciertas partes de Andalucía.

En definitiva, las posibilidades de futuro del comercio exterior andaluz son,

hasta cierto punto, positivas pero en ningún caso fáciles. Sobre todo, porque tanto dentro de la estricta economía española como considerando una Comunidad Europea de doce miembros, el desarrollo económico de Andalucía tendrá que enfrentarse con serios problemas estructurales y coyunturales. Problemas que únicamente podrán superarse mediante la introducción previa de serias modificaciones en el complejo económico andaluz y español, sólo posibles en el cuadro de una bien meditada política de desarrollo regional y de una seria y profunda ordenación del espacio andaluz. Y es claro que para ello son precisos, además de tiempo y técnica, una reconsideración de la política economíca nacional y, en especial, del papel que Andalucía, como las demás regiones en desarrollo, debe desempeñar en España. En cualquier caso no sólo una simple fuente de hombres, materias primas y dinero.