

Internacionalización de la economía alicantina

Begoña Fuster García
Carmen Martínez Mora
Universidad de Alicante

Recibido, Junio de 2002; Aceptado, Diciembre de 2002.

BIBLID [0213-7525 (2003); 68; 89-128]

PALABRAS CLAVE: Intenacionalización, Exportaciones, Inversión directa en el extranjero.

KEY WORDS: Internationalization, Exports, Foreign direct investment.

RESUMEN

El propósito del trabajo es analizar el grado de internacionalización de la economía alicantina, que se manifiesta por la presencia de sus empresas en los mercados externos a través de diversas estrategias de entrada. Dicho proceso de internacionalización está siendo gradual. Tradicionalmente, la economía alicantina ha presentado una importante vertiente exportadora y en los últimos años ha ido ganando importancia la inversión directa en el extranjero, aunque esta estrategia está todavía en las primeras fases.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyse the grade of internationalization of the Alicante economy, which it reveal by the presence of their firms in the foreing markets by the diferent entry modes. The internationalization process of the companies from Alicante is being gradual. Traditionally it has presented an important exporter slope and in the last years it has been increasing the foreign direct investment, although this strategy is still in the beginning phases.

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se analiza el grado de internacionalización de la provincia de Alicante, que se manifiesta por la presencia que sus empresas tienen en mercados extranjeros a través de las diversas estrategias de entrada en los mismos.

Una empresa puede introducirse en un país foráneo mediante la exportación de sus productos; a través de la realización de acuerdos contractuales con empresas extranjeras, de licencia o franquicia; o realizando inversión directa en otro país para producir sus productos o parte de ellos en el mismo. Cuando una empresa adopta cualquiera de estas vías de entrada en el exterior se está internacionalizando. Pero ni todas ellas implican la misma asignación de recursos por parte de la empre-

sa que los lleva a cabo, ni todas garantizan la misma conexión con los mercados extranjeros. Es decir, cada una de las estrategias de entrada descritas implican distintos grados de riesgo, que deben ser asumidos cuando son adoptadas, así como distintos beneficios potenciales derivados del aumento de las ventas que se pueden generar, tanto en los mercados en los que se introduce la empresa, como en otros, incluido el mercado de origen¹.

Las empresas pueden vender sus productos en mercados extranjeros a través de las exportaciones. Ahora bien, la exportación puede ser indirecta, cuando se realiza desde el país nacional a través de intermediarios, o directa, cuando las ventas las realiza directamente la empresa en el país de destino, lo que exige invertir en dicho país en la creación de sus propias empresas de distribución. La exportación indirecta es menos arriesgada y requiere menor asignación de recursos. Sin embargo, cuando se exporta directamente las ventas potenciales son mayores, así como las garantías de continuidad de las mismas, debido a que la empresa, al tener una mayor presencia en el mercado extranjero, dispone de mayor información sobre el mismo, lo que le puede permitir captar mayor cuota de mercado y ofrecer un mejor servicio, al tiempo que aumentan las posibilidades de mantener los clientes captados.

La exportación a determinados países puede resultar difícil como consecuencia, por un lado, de la existencia de elevadas barreras a la entrada por esta vía derivadas de la política comercial o de la propia estructura del mercado que generen las empresas existentes y, por otro lado, de la falta de incentivos por parte de las empresas para llevarla a cabo, por ejemplo, si estiman que no existe suficiente demanda potencial. En estos casos las empresas se pueden introducir indirectamente en estos mercados a través de la realización de acuerdos contractuales con empresas de dichos países. Con estos contratos las empresas nacionales normalmente ceden a la empresa extranjera algún activo (patentes, marcas, "know-how", etc...) y, a cambio, reciben un pago en forma de "royalty". Estos contratos suelen tener una vigencia temporal, por lo que permiten a las empresas introducirse indirectamente en otros países durante un periodo de tiempo, con la posibilidad de hacerlo directamente en el futuro si las circunstancias fueran entonces favorables.

Finalmente, la estrategia más comprometida es la inversión directa. Cuando una empresa invierte en otro país para producir en él asume un elevado riesgo, puesto que debe asignar una mayor cantidad de recursos. En primer lugar, porque debe disponer de mayor información sobre el mercado exterior, cuya búsqueda implica un coste. Y, en segundo lugar, por los recursos que la inversión en sí misma requiere. Sin embargo, la inversión directa en el extranjero puede potencialmente generar un mayor crecimiento para la empresa que la realiza. Si se lleva a cabo en

1. Una descripción detallada de todos los modos de entrada de empresas en mercados extranjeros se encuentra en Root (1998).

países con elevados niveles de renta, por la elevada demanda potencial que estos pueden presentar. Y si se lleva a cabo en países con bajos niveles de renta, por los bajos costes de producción, generalmente salariales, que estos suelen tener asociados, y la consiguiente mejora de competitividad precio que ello conlleva.

Una empresa, por tanto, puede ser internacional cuando adopta cualquiera de las estrategias mencionadas. Pero el grado de internacionalización que alcance y las posibilidades de crecimiento futuro aumentan cuando dicha internacionalización pasa por la adopción de estrategias más comprometidas².

A lo largo de este artículo, se va a estudiar el proceso de internacionalización del tejido empresarial alicantino, analizando las diferentes estrategias existentes, excepto en lo que se refiere a la adopción de acuerdos contractuales, debido a la falta de información estadística al respecto. El trabajo se estructura de la siguiente forma. En el segundo apartado se estudia la vertiente exportadora de las empresas alicantinas, analizando la crisis del modelo exportador tradicional y la necesidad de adoptar de nuevas estrategias competitivas. Asimismo, se hace referencia a la dinámica de la estructura sectorial y geográfica de la exportación provincial desde mediados de los ochenta. Posteriormente, se aborda la estrategia de internacionalización que exige un mayor compromiso por parte de las empresas, es decir, la inversión directa en el extranjero, analizando tanto su distribución sectorial como geográfica. Por último, hay un epígrafe donde se recoge una síntesis de las principales conclusiones.

2. LA EXPORTACIÓN ALICANTINA

2.1. Agotamiento del modelo exportador tradicional

Uno de los rasgos que ha caracterizado tradicionalmente a la economía alicantina es, sin duda, su importante vocación exportadora, configurándose como una provincia con una base económica fuertemente orientada al exterior, rasgo que comparte con el resto de la Comunidad Valenciana. Esta importante vertiente exportadora se pone de manifiesto, 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 (Cuadros 1 y 2). Asimismo, el saldo positivo que mantiene en todo momento la balanza de mercancías resalta la superioridad de las exportaciones frente a las importaciones alicantinas (Cuadro 1), reflejando todavía más el carácter eminentemente exportador de la provincia de Alicante.

2. Pitelis (2000).

CUADRO 1
COMERCIO EXTERIOR DE ALICANTE

	Exportaciones				Importaciones				SALDO	Tasa de Cobertura
	Valor (mill. ptas. Corrientes)		% Alicante/ España		Valor (mill. ptas. Corrientes)		% Alicante/ España			
	T.var.	C.Valenciana	% Alicante/ España	% Alicante/ España	T. var	C.Valenciana	% Alicante/ España	X-IM (mill. pts)	X/IM (%)	
1985	184.467	25.62	4.49	32.982	7.12	0.64	151.485	559.30		
1986	173.619	-5.88	24.18	4.55	51.128	55.02	122.491	339.58		
1987	187.319	7.89	25.75	4.45	51.548	0.82	135.771	363.39		
1988	182.552	-2.54	23.81	3.90	61.041	18.42	121.511	299.06		
1989	185.807	1.78	22.31	3.62	73.377	20.21	112.430	253.22		
1990	198.533	6.85	22.01	3.52	84.208	14.76	114.325	235.77		
1991	190.903	-3.84	18.88	3.07	98.607	17.1	92.296	193.60		
1992	197.205	3.3	19.15	2.99	110.600	12.16	86.605	178.30		
1993	245.575	24.53	21.66	3.07	109.147	-1.31	136.428	224.99		
1994	325.758	32.65	22.59	3.34	147.890	35.5	177.868	220.27		
1995	368.190	13.03	22.55	3.25	174.227	17.81	193.963	211.33		
1996	420.336	14.16	23.31	3.23	187.418	7.57	232.918	224.28		
1997	510.415	21.43	24.70	3.28	225.340	20.23	285.075	226.51		
1998	545.237	6.82	24.92	3.28	248.177	10.13	297.060	219.70		
1999	524.816	-3.75	23.22	3.01	258.206	4.04	266.610	203.25		
2000	593.810	13.15	23.36	2.90	310.602	20.29	283.208	191.18		
2001	627.994	5.76	23.83	2.93	355.546	14.47	272.448	176.63		

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística, *Estadística de Comercio Exterior*.

CUADRO 2
APERTURA COMERCIAL DE LA ECONOMÍA ALICANTINA

	Exportaciones/PIB (%)				Importaciones/PIB (%)				Coeficiente de Apertura externa (X+IM/PIB) %			
	Alicante		Comunidad Valenciana		Alicante		Comunidad Valenciana		Alicante		Comunidad Valenciana	
1985	19.24	23.90	España	13.67	3.44	15.38	España	17.04	22.68	39.28	España	30.72
1987	14.94	18.26		10.75	4.11	13.18		15.44	19.05	31.43		26.18
1989	11.66	16.37		10.41	4.60	11.50		17.03	16.26	27.87		27.44
1991	9.90	16.43		10.41	5.12	11.15		16.18	15.02	27.57		26.59
1993	11.76	17.05		12.22	5.23	12.04		16.01	16.99	29.09		28.23
1994	14.65	20.29		13.89	6.65	14.26		17.53	21.30	34.56		31.42
1995	14.96	20.79		14.84	7.08	14.83		18.46	22.03	35.62		33.30
1996	16.13	21.73		16.11	7.19	15.10		19.39	23.32	36.83		35.50
1997	18.40	23.38		18.09	8.12	16.23		21.19	26.53	39.61		39.28
1998	18.35	23.09		18.02	8.35	16.72		22.17	26.70	39.82		40.19
1999	16.17	21.98		17.50	7.95	17.14		23.23	24.12	39.12		40.73

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Valenciano de Estadística, Estadística de Comercio Exterior, y del BBVA, La Renta Nacional de España y su distribución provincial

La temprana vocación exportadora, que caracteriza no sólo a la provincia alicantina sino al conjunto de la Comunidad Valenciana, tiene su origen en las exportaciones de productos agrícolas en los dos primeros tercios del siglo XX, para ir dejando paso progresivamente a las exportaciones de productos industriales tradicionales que empezaron a ocupar un lugar nada desdeñable durante la etapa de desarrollo de los años sesenta y principios de los setenta, configurándose, desde entonces, como el núcleo fundamental de la exportación alicantina al representar alrededor del 85% de las ventas provinciales al exterior (Cuadro 3).

CUADRO 3
EXPORTACIONES AGRÍCOLAS E INDUSTRIALES DE ALICANTE, COMUNIDAD VALENCIANA Y ESPAÑA

	Alicante		Comunidad Valenciana		España	
	Agrícolas	Industriales	Agrícolas	Industriales	Agrícolas	Industriales
1985	14.83	85.17	17.85	82.15	8.33	91.67
1986	17.29	82.71	24.48	75.52	10.70	89.30
1987	19.59	80.41	24.22	75.78	11.51	88.49
1988	17.36	82.64	23.81	76.19	11.39	88.61
1989	16.83	83.17	23.37	76.63	10.66	89.34
1990	14.07	85.93	20.81	79.19	9.42	90.58
1991	15.05	84.95	20.99	79.01	9.60	90.40
1992	17.52	82.48	23.37	76.63	10.06	89.94
1993	19.83	80.17	22.69	77.31	10.90	89.10
1994	16.94	83.06	21.59	78.41	10.49	89.51
1995	16.13	83.80	20.22	79.78	10.21	89.79
1996	16.12	83.88	19.37	80.63	9.88	90.12
1997	15.46	84.50	19.05	80.95	9.94	90.06
1998	14.38	85.62	17.58	82.42	9.55	90.45
1999	14.20	85.80	17.09	82.91	9.32	90.68
2000	13.30	86.70	16.81	83.19	8.61	91.39
2001	13.17	86.83	16.62	83.38	9.31	90.69

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Valenciano de Estadística, *Estadística de Comercio Exterior*

Es precisamente en el periodo de crecimiento de los sesenta cuando la provincia alicantina consolida una base productiva diversificada entorno a un amplio espectro de productos como calzado, juguete, textil, muebles, alimentación o materiales de construcción, que cuentan con una larga tradición artesanal en tierras alicantinas. La especialización manufacturera de pueblos o comarcas enteras en estas líneas de producción constituyó la base de una estructura industrial configurada por pequeñas empresas de carácter familiar, con bajo nivel de capitalización, intensivas en mano de obra barata, y dedicadas fundamentalmente a la producción de bienes de consumo final³. Las ventajas comparativas salariales desempeñaron en este contexto un papel crucial, consolidándose durante la década de los sesenta una base exportadora con una elevada elasticidad precio de los productos exportados y una escasa atención a factores tan importantes como la calidad, el diseño, la imagen, la marca, etc. El reducido tamaño de las empresas supuso en muchos casos importantes limitaciones al desarrollo de investigación y diseños propios, así como a la configuración de una red comercial propia, dificultando, de esta manera, la consecución de ventajas competitivas basadas en la diferenciación del producto. Esta especial configuración ha situado a la exportación alicantina ante una situación de notable sensibilidad ante variaciones en los precios relativos y en los tipos de cambio.

La crisis económica de los años setenta supuso un duro golpe para buena parte del tejido empresarial alicantino que veía cómo se iban difuminando sus ventajas comparativas, impidiendo la prolongación del modelo de crecimiento que se sucedió en la etapa anterior. El espectacular alza salarial, el fuerte crecimiento de los precios relativos, el menor ritmo de expansión de las economías importadoras, así como el endurecimiento de la competencia por parte de los nuevos países industrializados que compiten vía costes en segmentos de la oferta en los que la industria alicantina se había especializado, son algunos de los aspectos que ayudan a comprender la delicada situación por la que atraviesa el sector empresarial entre mediados de los setenta y principios de los ochenta. Las estrategias seguidas para hacer frente a los adversos impactos de la crisis fue dispar, así como también lo han sido los resultados obtenidos por los diferentes sectores en la etapa posterior. Mientras que un conjunto de actividades productivas tradicionales, como materiales de construcción y algunas líneas del sector textil, apostaron por la innovación tecnológica, prestando mayor atención a todas las cuestiones relacionadas con la diferenciación del producto, otro grupo de sectores básicos como el calza-

3. Un análisis acerca de las bases del modelo económico tradicional que hicieron posible la dinámica expansiva de los sesenta y principios de los setenta y que, posteriormente, se convertirán en puntos débiles durante la recuperación económica que se inicia a mediados de los ochenta, puede encontrarse en Pedreño (1993).

do, el mueble, el juguete y parte del textil, buscaron una salida transitoria a la crisis, optando por el recurso a la economía sumergida como mecanismo para afrontar la pérdida de competitividad, lo que se traduce en una escasa introducción de capital humano en las empresas y una fuerte caída en el ritmo inversor, lo que repercutirá negativamente en la dinámica innovadora de las empresas y, por ende, en sus niveles de competitividad⁴.

A partir de mediados de los ochenta y hasta principios de los noventa, coincidiendo con la etapa de recuperación de la economía española, asistimos a un deterioro en la dinámica exportadora de la provincia de Alicante, poniendo de manifiesto las debilidades implícitas en el modelo tradicional. Las exportaciones alicantinas inician a partir de mediados de los ochenta un claro declive, llegando a presentar en 1991 su menor nivel de participación en el PIB provincial (9,90%). Este deterioro en la dinámica exportadora es compartido con el conjunto de la exportación española, aunque en la provincia levantina se presenta de manera mucho más acentuada. Resultado de ello, es la significativa pérdida de peso que registran las exportaciones alicantinas, pasando de representar el 4,49% del total nacional en 1985 al 2,99% en 1992, el porcentaje más bajo alcanzado hasta ese momento.

Son diversas las razones que ayudan a explicar la negativa evolución de las exportaciones durante estos años: la adopción del IVA en 1986, que eliminaba la existencia de los subsidios encubiertos de los que hasta entonces venían disfrutando las empresas exportadoras con la aplicación del ITE; la progresiva eliminación de las barreras arancelarias en el comercio con los países de la UE; la adopción gradual de los aranceles comunitarios frente a terceros países; y el notable crecimiento de la demanda interna que pone de manifiesto el efecto absorción que ejerce la demanda nacional sobre los excedentes exportables de las empresas. Sin embargo, difícilmente se puede afirmar que estos factores hayan incidido con mayor intensidad en la economía alicantina que en el resto de España. Por ello, es necesario hacer hincapié en otros factores adicionales que ayuden a explicar el carácter diferencial de la crisis exportadora en la provincia alicantina.

La política monetaria fuertemente restrictiva que desembocó en una continua sobrevaloración del tipo de cambio de la peseta, junto a la elevada elasticidad pre-

4. La tendencia descendente mostrada por la inversión industrial registrada en la provincia alicantina entre 1974-80 refleja el efecto de la crisis económica. Así mientras que 1976 es el año con mayor esfuerzo inversor (3.134 millones de pesetas), 1980 es el de menor volumen de inversión industrial (1.544 millones de pesetas). Entre 1981-84 se inicia una lenta pero paulatina recuperación, alcanzándose una inversión media en este periodo de 3.797,7 millones de pesetas. Al descender al análisis sectorial, se observa durante esta etapa de crisis una pérdida de peso sobre el volumen total de inversión de los sectores tradicionales (juguetes y parte del textil, fundamentalmente), manifestándose los materiales de construcción como uno de los sectores con mayor dinamismo inversor. Un análisis más detallado de la inversión industrial alicantina puede encontrarse en Cividanes y Hernández (1993).

cio de la exportación alicantina, superior a la media española, desempeñan un papel crucial a la hora de explicar el peor comportamiento que registraron las exportaciones alicantinas entre 1986 y 1991⁵. Durante estos años, el modelo exportador tradicional basado en ventajas competitivas vía precios empezó a mostrar notables síntomas de agotamiento, poniéndose ya entonces de manifiesto la necesidad de cambiar de estrategia competitiva, fomentando la calidad, el diseño y la cooperación empresarial, así como mejorando las redes de comercialización o sus propias posiciones con respecto a estrategias de internacionalización más comprometidas.

Desde 1993 y hasta 1997, las exportaciones alicantinas van a presentar unas elevadas tasas de crecimiento, superiores a la media nacional, que contrastan con las alcanzadas en el periodo anterior (Cuadro 1). Este cambio en la dinámica exportadora obedece fundamentalmente a las devaluaciones de la peseta de 1992, 1993 y 1995, que permitieron a la empresa alicantina recuperar parcialmente la competitividad precio perdida en los años previos y aumentar su presencia en los mercados externos.

Sin embargo, a finales de la década de los noventa, coincidiendo con la puesta en marcha de la Unión Económica y Monetaria, se produce un importante cambio en la tendencia exportadora alicantina, llegándose incluso a presentar tasas de crecimiento negativas en 1999. Nuevamente, en estos años la exportación alicantina ha mostrado un peor comportamiento que la nacional, reduciéndose su participación en el volumen total de exportaciones españolas hasta el 2,9% en 2001.

El modelo exportador tradicional alicantino, que ya había dado sobradas muestras de agotamiento a finales de los ochenta -periodo caracterizado por tensiones inflacionistas, sobrevaloración del tipo de cambio y la disciplina cambiaria impuesta por el Sistema Monetario Europeo (SME)-, se ve nuevamente amenazado desde la entrada de España en la Unión Económica y Monetaria en enero de 1999, al eliminarse la posibilidad de recurrir al tipo de cambio como posible mecanismo de compensación, cuando menos temporal, de eventuales pérdidas de competitividad. Difícilmente, en este nuevo contexto, las exportaciones alicantinas pueden alcanzar altas tasas de crecimiento sobre la base de empresas que, sean del sector que sean, sigan fijando sus estrategias competitivas fundamentalmente vía precio. La mayor influencia que ejercen los precios frente a variables vinculadas a la diferenciación del producto se pone también de manifiesto cuando se analiza la competitividad de las exportaciones españolas⁶, aunque con menor intensidad, dadas las características de la estructura exportadora alicantina, mucho más centrada en sectores

5. Para un análisis en más profundidad sobre los efectos de la política monetaria sobre el sector exportador de la Comunidad Valenciana, véase Pardo y Pedreño (1990).
6. Véase Martín y Moreno (1993), Sánchez y Vicens (1992), Gil y Mañez (1996), Martínez Zarzoso (1999), Barcenilla y Montálvez (2000) y Fuster (2003).

de contenido tecnológico bajo y medio bajo, como se pone de manifiesto en el siguiente epígrafe de este artículo.

La evolución futura del sector exportador provincial vendrá determinada por la capacidad de sus empresas de abandonar las ventajas competitivas basadas en precios y tipos de cambio, y prestar una mayor atención a las ventajas basadas en la diferenciación del producto, que son las que parecen predominar en las relaciones comerciales entre los países que constituyen los principales socios comerciales. No obstante, existen empresas, e incluso sectores enteros, como el caso del mármol, que se han adaptado con éxito a las nuevas exigencias impuestas por el mercado, basando sus estrategias competitivas en la innovación tecnológica. *Panamá Jack* constituye un buen ejemplo de una empresa perteneciente a un sector tradicional, el calzado, que ha llevado a cabo un intenso proceso de adaptación tecnológica, que le ha permitido ocupar las primeras posiciones en los mercados internacionales, donde compite, no vía precios, sino otorgando una gran atención a cuestiones que considera fundamentales, tales como la calidad del producto, la imagen de marca, la atención al cliente, las campañas publicitarias, la distribución y comercialización de productos, el servicio post-venta, etc⁷.

Las actividades industriales tradicionales deben, por tanto, apoyarse en la innovación tecnológica y el capital humano como pilares básicos de la competitividad⁸. En efecto, se trata de factores imprescindibles para conseguir que los productos que constituyen la base productiva provincial puedan ser competitivos en los mercados externos, sin tener que recurrir a un deterioro en los salarios o en los márgenes de beneficios de las empresas, sobre todo desde la pertenencia de España a la Unión Económica y Monetaria (UEM). La importancia de la tecnología se acentúa, asimismo, ante el espectacular avance que se está produciendo en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), las cuales permiten enormes posibilidades tanto en la reducción de los costes de producción y en el tiempo de los procesos productivos como en la comercialización de productos vía correo electrónico⁹.

Sin embargo, el reducido tamaño de las empresas alicantinas constituye un obstáculo a la innovación tecnológica. La evidencia empírica pone de manifiesto que la probabilidad de que las empresas emprendan actividades innovadoras es

7. Referencias al perfil estratégico de esta empresa alicantina pueden encontrarse en Galiano y Gómez Gras (1993), Martínez Mora (1997) y Canto (2002).
8. Son muchos los estudios empíricos que han demostrado la importancia de la *innovación tecnológica* como factor de competitividad. Véase, entre otros, Dosi *et al* (1990), Verspagen y Wakelin (1993), Magnier y Toujas Bernate (1994), Amable y Verspagen (1995), Landesmann y Pfaffermayr (1997) y Amendola *et al* (1994, 1998) y Guntín (2002). Asimismo, la influencia del *capital humano* sobre el comercio exterior ha sido puesta de manifiesto desde los pioneros trabajos de Keesing (1965, 1966) y Kenen (1965).
9. Martín (1999).

fuertemente creciente con el tamaño empresarial, especialmente en el sector industrial¹⁰. No obstante, las empresas innovadoras de la provincia de Alicante presentan un tamaño extremadamente reducido¹¹.

La baja capacidad tecnológica que caracteriza al tejido empresarial alicantino en su conjunto constituye, por tanto, una importante debilidad competitiva que es necesario solventar¹².

2.2. Análisis sectorial de la exportación alicantina

Las exportaciones alicantinas presentan un significativo grado de concentración desde una perspectiva sectorial (Figura 1 y Cuadro 4)¹³. En 2001, sólo el calzado representaba el 38,95% de las ventas provinciales realizadas al exterior. Junto a él, cabe destacar las exportaciones de productos vegetales (12,39%), textiles (9,29%) y productos diversos (6,62%), sección en la que destaca el capítulo relativo a juguetes. Los cuatro absorben conjuntamente casi el 70% de todas las exportaciones provinciales de 2001¹⁴. Todo esto dibuja una distribución porcentual de las exportaciones alicantinas centrada fundamentalmente en producciones tradicionales, las cuales, como es sabido, se caracterizan por presentar un bajo contenido tecnológi-

10. Estudios que relacionan la actividad tecnológica con el tamaño empresarial en España pueden encontrarse en Gumbau (1994), Buesa y Molero (1998), Urraca (1998) y González y Rodríguez (1999).
11. Más (1993) afirma que el 79,8% de las empresas innovadoras alicantinas cuentan con menos de 50 trabajadores.
12. Esta característica es extensible al conjunto de la economía española, manifestándose más acusadamente en el tejido empresarial alicantino. Son diversos los trabajos que realizan un análisis comparado de la situación tecnológica de España con relación a los países de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, poniendo de manifiesto la baja capacidad tecnológica que caracteriza a nuestro país. Véase Martín (1999) y Buesa y Molero (2001).
13. Véase el índice de Hirschman (Cuadro 4). Se trata de un coeficiente que mide el grado de concentración sectorial de las exportaciones, que se expresa de la siguiente manera:

$$IH = 100 * \sqrt{\sum_{j=1}^n \left(\frac{a_j}{A} \right)^2}$$

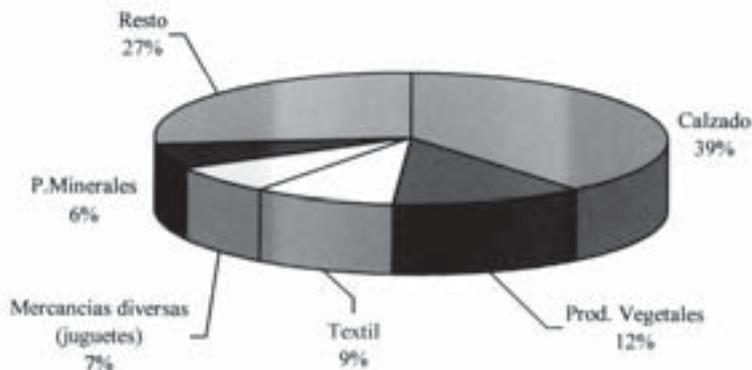
donde a_j representa el valor de las exportaciones del sector j y A el valor total de las exportaciones. Conforme este índice crece refleja una mayor concentración sectorial, hasta alcanzar un valor máximo de 100, situación que indicaría que todas las exportaciones se concentran en un solo sector.

14. Esta concentración todavía se acentúa más cuando se desciende en el nivel de agregación a los capítulos e incluso a las partidas, manifestando que dentro de cada una de las secciones más representativas son sólo unos pocos capítulos los responsables de tal importancia (cuadros 5 y 6). Sirva de ejemplo que en el año 2000, el capítulo 64, *Calzado, polainas, botines y artículos análogos*, representaba el 40,64% de la exportación provincial y, dentro de él, la partida 64.03, *Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de cuero natural*, representaba el 31,24% del total exportado por la provincia alicantina.

co. De hecho, más del 90% de las ventas alicantinas al exterior se concentran en sectores de contenido tecnológico bajo y medio bajo (Cuadro 7). Los rasgos característicos del tejido empresarial alicantino, como la pequeña dimensión de sus establecimientos, la intensidad en recursos naturales y mano de obra, así como el empleo de tecnologías estandarizadas, son factores que explican la notable presencia de las actividades tradicionales con bajo y medio bajo contenido tecnológico en el conjunto de exportaciones de la provincia de Alicante¹⁵.

Esta estructura exportadora tradicional de la economía alicantina no ha sufrido importantes cambios en las últimas décadas. No obstante, sí se perfila desde mediados de los ochenta un continuado descenso en el grado de concentración sectorial, como pone de manifiesto el índice de Hirschman (Cuadro 4)¹⁶. Concretamente, la evolución de la estructura sectorial de las exportaciones alicantinas viene marcada desde 1986 por el progresivo declive de los productos del reino vegetal, del calzado, del juguete y de parte del sector textil en la exportación alicantina, al

FIGURA 1
PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES, 2001



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Valenciano de Estadística

15. Gumbau (1994) analiza el papel que desempeña el tamaño de las empresas como determinante de la innovación tecnológica.
16. Un claro ejemplo del descenso en el grado de concentración sectorial es que en el año 1986 los dos principales sectores exportadores, *Calzado, sombrerería, paraguas...* (56,95%) y *Productos del reino vegetal* (17,14%) representaban conjuntamente el 74,09% de la exportación alicantina y en 2001 representan el 51,34%.

CUADRO 4
ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES ALICANTINAS (EN PORCENTAJES)

Secciones del arancel	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
01 Animales vivos y Productos																
reino animal	0.15	0.32	0.33	0.28	0.24	0.16	0.23	0.4	0.62	0.89	0.88	0.72	0.58	0.67	0.72	0.78
02 Productos del reino vegetal	17.14	19.26	17.03	16.55	13.83	14.89	17.29	19.29	16.32	15.25	15.24	14.74	13.79	13.53	12.59	12.39
03 Grasas, Aceites y Ceras	0.01	0	0.02	0.01	0.02	0.02	0.06	0.05	0.15	0.01	0.04	0.03	0.04	0.05	0.03	0.04
04 Prod. Alimenticios, Bebidas, Tabaco	1.14	1.61	1.65	1.68	1.63	2.05	2.21	2.05	2.05	2.14	1.91	1.8	1.98	1.88	1.94	1.95
05 Productos Minerales	1.72	1.08	0.88	0.78	0.64	0.72	1.08	1.24	1.34	1.37	2.55	4.72	4.25	4.8	6.13	5.83
06 Productos Químicos y Derivados	0.55	0.66	0.73	0.71	0.86	1.25	1.11	1.11	0.96	0.93	0.93	1.13	1.21	1.42	1.69	1.79
07 Materias plásticas artificiales,																
Caucho y manuf.	0.88	0.86	1.04	1.19	1.05	1.12	1.56	2.11	1.99	1.92	1.94	1.90	2.29	2.98	3.62	3.66
08 Piel, Cueros y sus manufacturas	0.92	0.95	1.02	1.17	1.29	1.01	1.13	1.17	1.23	1.2	1.02	0.95	1.18	1.17	1.47	1.55
09 Madera, Corcho y sus manufacturas	1.23	1.38	1.10	1.24	1.15	0.94	0.79	0.75	0.71	0.71	0.78	0.79	0.86	0.74	0.62	0.71
10 Papel y manufacturas	0.19	0.17	0.47	0.70	0.71	1.16	0.58	0.91	0.78	0.85	0.99	0.84	1.17	1.30	1.53	1.72
11 Materias textiles y sus manufacturas	7.31	8.46	8.08	8.37	7.44	8.05	8.37	8.29	8.26	9.01	10.36	10.29	10.64	10.40	9.42	9.29
12 Caizado, Sombrerera, Paraguas,																
Plumas artif.	56.95	52.33	52.49	51.78	55.04	52.33	49.63	47.19	49.86	47.49	44.95	46.00	44.54	42.53	40.66	38.95
13 Manuf. piedra, cemento, etc.;																
Cerámica, Vidrio	1.73	2.10	2.65	3.15	2.73	3.61	4.24	3.87	3.89	4.65	4.5	2.93	3.30	3.32	3.42	3.63

Continúa...

CUADRO 4
ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES ALICANTINAS (EN PORCENTAJES)
(Conclusión)

Secciones del arancel	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
14 Perlas Finas, Piedras Y Metales																
Preciosos	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.03	0.01	0.09	0.03	0.01
15 Metales Comunes Y Sus																
Manufacturas	1.53	1.63	2.23	2.1	2.21	2.33	2.22	3.13	3.09	4.06	3.56	3.49	3.93	3.78	3.84	3.38
16 Maquinas Y Aparatos,																
Material eléctrico	1.80	1.58	1.76	2.01	2.31	2.00	2.22	1.63	2.09	1.55	3.14	2.84	2.74	3.11	3.2	3.99
17 Material De Transporte	0.60	0.31	0.39	0.49	0.59	0.53	0.56	0.38	1.01	1.76	1.45	1.07	1.43	2.08	2.18	2.69
18 Optica, Fotografía y Cine;																
Aparatos Precisión	0.09	0.13	0.14	0.17	0.14	0.14	0.16	0.14	0.13	0.17	0.13	0.19	0.27	0.28	0.25	0.32
19 Armas y Municiones	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20 Mercancías y Productos Diversos	6.01	7.08	7.81	7.4	7.42	7.61	6.43	5.91	5.29	5.77	5.33	5.32	5.57	5.60	6.62	6.62
21 Objetos de Arte y Antigüedades	0.03	0.08	0.06	0.03	0.02	0.03	0.09	0.05	0.06	0.05	0.05	0.06	0.05	0.06	0.05	0.05
No Clasificados	0.01	0.00	0.11	0.17	0.11	0.06	0.02	0.33	0.16	0.20	0.23	0.15	0.14	0.21	0.64	0.64
Índice de Hirschman	36.43	32.48	31.95	31.08	33.57	31.16	29.14	27.45	28.93	26.61	24.52	25.31	23.87	22.12	20.39	19.09

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Valenciano de Estadística, Estadística de Comercio Exterior.

CUADRO 5
EXPORTACIONES SECTORIALES DE LA PROVINCIA DE ALICANTE, 1986-2000. PRINCIPALES CAPÍTULOS DEL ARANCEL (EN PORCENTAJES)

Capítulos del arancel	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
64. Calzado, Pielinas, Botines y art. análogos	56,93	52,32	52,47	51,76	55,01	52,31	49,60	47,17	49,83	47,45	44,89	45,96	44,51	42,49	40,64
08. Frutos comestibles	8,87	8,79	6,79	7,73	6,57	6,99	8,27	10,56	9,18	8,29	8,26	8,48	7,45	7,25	6,62
07. Legumbres, hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	7,68	9,86	9,52	8,04	6,56	7,04	8,18	7,99	6,42	6,30	6,16	5,59	5,53	5,38	4,92
95. Juguetes, juegos y artículos para el esparcimiento o el deporte	5,58	6,50	6,94	6,70	6,72	6,90	5,67	5,30	4,65	4,99	4,51	4,47	4,55	4,62	4,87
25. Sal, azufre, tierras y piedras; yesos, cales y cementos	1,72	1,04	0,85	0,73	0,51	0,72	1,08	1,23	1,33	1,20	2,27	4,31	3,87	4,37	5,24
76. Aluminio y sus manufacturas	1,09	1,20	1,75	1,41	1,47	1,49	1,44	2,40	2,49	0,00	2,98	2,88	3,36	3,14	3,08
68. Manufact. de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o análogos	1,64	1,96	2,47	2,85	2,95	3,32	3,87	3,52	3,59	4,40	4,25	2,64	2,91	2,88	2,84
55. Fibras sintéticas	1,69	1,62	1,55	1,29	1,46	2,05	2,09	2,44	2,29	2,14	2,38	2,69	2,69	2,47	1,66
39. Materias plásticas y sus manufacturas	0,55	0,57	0,81	0,84	0,72	0,79	1,10	1,67	1,50	1,31	1,21	1,16	1,52	2,14	2,57
52. Algodón	0,27	0,37	0,40	0,63	0,58	0,64	0,71	0,93	1,00	1,20	1,65	1,75	1,86	2,00	2,12
84. Calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos	1,40	1,21	1,36	1,69	2,02	1,79	1,98	1,24	1,33	1,25	1,30	1,35	1,47	1,69	1,75

Continúa...

CUADRO 5
EXPORTACIONES SECTORIALES DE LA PROVINCIA DE ALICANTE, 1986-2000. PRINCIPALES CAPÍTULOS DEL ARANCEL (EN PORCENTAJES)
 (Conclusión)

Capítulos del arancel	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
87. Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás veh. terrestres	0,03	0,11	0,15	0,19	0,37	0,35	0,48	0,35	0,86	1,67	1,26	0,83	1,16	1,64	1,84
85. Máquinas, aparatos y material eléctrico	0,40	0,36	0,39	0,33	0,28	0,21	0,24	0,39	0,76	0,30	1,84	1,49	1,28	1,42	1,46
54. Filamentos sintéticos o artificiales	-	-	0,46	0,65	0,56	0,65	0,66	0,55	0,59	0,71	1,00	1,07	1,17	1,37	1,34
59. Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos	-	-	0,12	0,22	0,21	0,40	0,66	0,82	0,95	1,43	1,96	1,63	1,48	1,31	0,96
48. Papel y cartón	0,15	0,15	0,45	0,63	0,66	1,08	0,51	0,85	0,72	0,79	0,93	0,80	1,02	1,22	1,48
56. Guata, fieltro y telas sin tejer	0,36	0,63	0,46	0,65	0,56	0,62	0,74	0,97	1,08	1,22	1,12	0,97	1,07	1,08	0,99
57. Alfombras y otros revestimientos para el suelo, de mat. textiles	2,00	2,34	2,37	2,43	2,12	1,91	1,58	1,03	0,87	0,86	0,88	0,71	0,72	0,64	0,63
60. Tejidos de punto	1,68	2,03	0,92	0,80	0,62	0,62	0,68	0,43	0,29	0,31	0,29	0,32	0,32	0,18	0,24
Subtotal	92,0	91,1	90,2	89,6	90,0	89,9	89,5	89,8	89,7	85,8	85,8	89,1	89,9	87,7	85,3

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística: Estadística de Comercio Exterior

tiempo que otras industrias manufactureras tradicionales, como productos vinculados con el sector de la construcción y parte del textil, han ganado participación en las mismas (Cuadro 5). Esta diferente dinámica exportadora es el reflejo de las diferentes estrategias competitivas seguidas por la mayor parte de sus empresas. Mientras que los primeros han continuado dando prioridad a las ventajas competitivas basadas en precios, los últimos han modificado dichas estrategias en los últimos años, concediendo mayor atención a las cuestiones vinculadas a la diferenciación del producto, aspecto estrechamente vinculado a la innovación tecnológica.

CUADRO 6
PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR LA PROVINCIA
DE ALICANTE, 2000

Partidas arancelarias	Ranking exportaciones (%)	Participación principales productos exportados	
		Alicante/C.V (%)	Alicante/España (%)
1 64.03 Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de cuero natural	31,24	98,43	73,06
2 25.15 Mármol, travertinos, ecaussines y demás piedras calizas y alabastro...	4,19	91,26	77,67
3 64.02 Los demás calzados con piso y parte superior de caucho o de plástico	3,73	95,16	80,47
4 64.04 Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de mat. textiles	3,67	97,64	57,03
5 68.02 Piedra de talla o de construcción trabajada (excepto pizarra) y sus manufacturas	2,83	77,69	34,08
6 95.03 Los demás juguetes; modelos reducidos y similares para entretenimiento; rompecabezas de cualquier clase	2,25	57,06	33,79
7 08.05 Agrios frescos o secos	2,10	4,86	3,91
8 07.09 Las demás hortalizas frescas y refrigeradas	2,08	58,53	9,79
9 08.02 Frutos de cáscaras frescos o secos	1,83	96,59	33,88
10 95.02 Muñecas que representan sólo seres humanos	1,72	98,55	88,22
% acumulado	55,64	54,49	35,52

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística: *Estadística de Comercio Exterior*

CUADRO 7
**ESTRUCTURA SECTORIAL DE LAS EXPORTACIONES ALICANTINAS EN
 FUNCIÓN DE SU CONTENIDO TECNOLÓGICO**

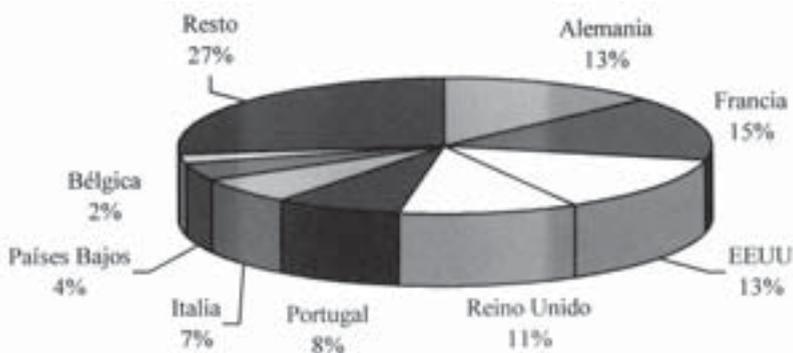
	1995	1996	1997	1998	1999	2000
NIVEL TECNOLÓGICO ALTO	0.25	0.84	0.57	0.41	0.39	0.67
Aeronaves y naves espaciales	0.05	0.13	0.10	0.16	0.06	0.04
Máquinas de oficina y equipos informáticos	0.07	0.04	0.03	0.04	0.09	0.08
Material electrónico; radio, TV y comunicaciones	0.09	0.61	0.36	0.15	0.15	0.39
Productos farmacéuticos	0.04	0.06	0.07	0.06	0.09	0.16
NIVEL TECNOLÓGICO MEDIO ALTO	5.30	6.20	5.99	6.57	7.89	8.34
Equipos e instr. médico quirúrgicos y de precisión	0.11	0.07	0.12	0.20	0.19	0.16
Vehículos de motor	1.83	1.47	0.93	1.37	1.97	2.19
Maquinaria y material eléctrico	0.32	1.68	1.54	1.46	1.68	1.47
Productos químicos, excepto farmacéuticos	1.44	1.37	1.62	1.75	2.06	2.43
Otro material de transporte	0.17	0.06	0.10	0.05	0.05	0.04
Maquinaria y equipo mecánico	1.43	1.56	1.68	1.74	1.95	2.05
NIVEL TECNOLÓGICO MEDIO BAJO	19.42	18.54	16.89	18.11	19.55	21.27
Productos de caucho y materias plásticas	2.15	2.18	2.20	2.56	3.40	4.03
Embarcaciones y servicios de reparación	0.09	0.12	0.19	0.16	0.45	0.37
Manufacturas diversas	6.11	5.64	5.75	5.73	5.97	6.19
Metales no ferrosos	4.14	3.50	3.50	3.97	3.73	3.67
Otros productos minerales no metálicos	6.04	5.97	3.95	4.48	4.65	4.94
Prod. metálicos excepto maquinaria y equipo	0.65	0.74	0.73	0.68	0.71	0.87
Coque y productos de refino de petróleo	0.20	0.35	0.50	0.45	0.52	1.08
Metales ferrosos	0.04	0.04	0.06	0.08	0.12	0.14
NIVEL TECNOLÓGICO BAJO	75.02	74.42	76.55	74.90	72.17	69.71
Prod. de papel, productos editados o impresos	1.02	1.19	1.04	1.42	1.57	1.86
Prod. textiles, de confec., de cuero y de calzado	68.51	67.83	70.37	67.82	65.15	62.22
Prod. alimenticios, bebidas y tabaco	4.15	3.89	3.54	3.77	3.77	4.04
Madera, corcho, sus productos y muebles	1.35	1.51	1.61	1.90	1.68	1.60

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística: *Estadística de Comercio Exterior*.

2.3. Análisis geográfico de la exportación alicantina

La principal zona de absorción de la exportación alicantina es la UE. En concreto, en 2000 más del 65% de las ventas provinciales al exterior se dirigían a los países comunitarios y, fundamentalmente, a Francia (15,47%), Alemania (13,21%) y Reino Unido (10,98%), siendo estos países los principales destinatarios europeos de la exportación alicantina. Asimismo, es importante destacar a Estados Unidos como un significativo destino de los productos alicantinos, situándose como tercer país en importancia, detrás de Francia y Alemania, al absorber en 2000 el 13,13% del total de las exportaciones provinciales. Los cuatro principales clientes (Francia, Alemania, Estados Unidos y Reino Unido) representan conjuntamente el 53,55% del total exportado, reflejando la elevada concentración espacial que caracteriza a la exportación alicantina (Figura 2 y Cuadro 7).

FIGURA 2
PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LA EXPORTACIÓN ALICANTINA, 2000



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Valenciano de Estadística

Desde una perspectiva dinámica, se observa que desde la entrada de España en la UE las relaciones comerciales intracomunitarias han recibido un notable impulso. Mientras que en 1986 representaban un 53% del total exportado por la provincia alicantina, en 2000 este porcentaje ha ascendido hasta el 65%. Esta mayor representación de los países de la UE se ha producido en detrimento de otros mercados, fundamentalmente el estadounidense, que ha experimentado una sustancial pérdida de importancia a lo largo de estos años. Estados Unidos, que en

CUADRO 8
PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ALICANTINAS (EN PORCENTAJES)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Francia	13.64	15.85	17.13	16.69	16.71	18.72	18.81	17.84	15.49	15.10	14.03	14.21	14.41	14.76	15.47
Alemania	15.92	17.68	16.93	16.40	17.87	19.44	18.94	19.43	17.81	17.59	18.04	15.06	14.86	15.43	13.21
EEUU	32.76	25.65	23.43	22.74	20.71	17.87	16.63	14.98	17.07	14.33	12.90	13.13	13.07	12.90	13.13
Reino Unido	10.10	11.05	11.87	11.69	10.50	8.85	8.89	8.75	8.98	9.43	9.79	9.95	10.12	10.46	10.98
Portugal	1.52	2.67	3.05	3.35	3.45	4.19	4.30	4.80	4.34	4.67	5.39	5.25	6.42	7.44	7.72
Italia	3.12	3.61	3.91	5.17	6.07	5.89	6.25	6.21	7.26	7.35	7.29	7.58	7.30	7.32	6.53
Países Bajos	3.55	4.00	3.76	3.16	3.28	3.34	3.13	3.67	4.29	4.24	4.15	4.27	4.04	3.87	3.98
Bélgica (*)	2.13	2.20	2.57	2.58	2.44	2.43	2.51	2.42	2.34	2.60	2.59	2.53	2.64	2.59	2.43
México	0.13	0.16	0.21	0.69	0.81	0.78	1.25	1.51	1.76	0.40	0.34	0.49	0.78	0.86	1.34
Grecia	0.18	0.28	0.32	0.54	0.6	0.54	0.61	0.58	0.71	1.02	1.04	0.99	1.04	1.19	1.21
Argelia	0.45	0.28	0.31	0.57	0.79	0.78	1.09	0.72	0.98	1.04	1.05	1.19	1.39	1.27	1.15
Suecia	1.41	1.38	1.21	1.35	1.41	1.32	1.30	1.06	0.83	0.87	0.96	1.04	1.07	1.04	1.09
Arabia Saudita	1.93	2.03	1.60	1.36	1.29	1.56	1.84	1.92	1.43	1.48	1.25	1.27	1.20	1.06	1.06
Rusia	0.00	0.00	0.01	0.10	0.09	0.10	0.12	0.83	0.70	0.87	1.49	2.02	2.10	0.78	1.03
Japón	0.21	0.32	0.64	0.77	0.92	0.86	0.84	1.06	1.53	2.20	2.25	1.39	0.91	0.96	0.94
Hong Kong	0.28	0.23	0.29	0.26	0.21	0.30	0.36	0.57	0.70	0.96	1.30	1.79	1.16	1.02	0.93
Israel	0.25	0.24	0.22	0.21	0.23	0.25	0.33	0.60	0.90	1.00	0.94	1.12	1.06	0.99	0.92
Dinamarca	0.54	0.56	0.58	0.57	0.49	0.55	0.50	0.54	0.56	0.77	0.71	0.73	0.82	0.98	0.88
China	0.00	0.00	0.04	0.03	0.16	0.05	0.01	0.01	0.02	0.10	0.21	0.67	0.69	0.64	0.87
Canadá	2.25	1.82	1.90	2.10	2.62	2.06	2.07	1.60	1.25	1.13	0.76	0.89	0.94	0.87	0.83
Resto	9.75	9.98	10.01	9.68	9.33	10.13	9.23	11.90	11.06	12.83	13.53	14.42	13.97	13.57	14.30
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(*): Hasta 1998 incluye Luxemburgo

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística, Estadística de Comercio Exterior

1986 constituía el principal destino de la exportación alicantina absorbiendo el 32,76% de la misma, ha reducido notablemente su participación hasta situarse en el 13,13% en 2000. La explicación de este comportamiento regresivo hay que buscarlo no sólo en las modificaciones de la política comercial española derivadas de la adhesión de España en la UE, sino también en factores adicionales, entre los que ocupa un papel fundamental el tipo de ventajas con las que compiten una buena parte de las empresas de calzado, sector más representativo de la exportación alicantina a Estados Unidos (85%). Dos son los factores que explican el deterioro de dicha ventaja en precios. Por un lado, la evolución del tipo de cambio peseta/dólar desde mediados de los ochenta, que encareció significativamente los productos españoles en el mercado norteamericano y, por otro lado, la creciente importancia que en los mercados internacionales han ido adquiriendo todo un con-

CUADRO 9
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES INTRACOMUNITARIAS CON LOS PAÍSES DE LA UE (EN PORCENTAJES)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Alemania	27.73	26.95	27.44	23.68	23.00	23.06	20.23
Francia	24.11	23.13	21.33	22.35	22.30	22.05	23.69
Reino Unido	13.98	14.44	14.88	15.64	15.65	15.62	16.81
Portugal	6.75	7.16	8.19	8.26	9.94	11.12	11.83
Italia	11.31	11.26	11.09	11.93	11.30	10.93	10.00
Países Bajos	6.68	6.50	6.31	6.71	6.25	5.78	6.10
Bélgica *	3.64	3.98	3.94	3.98	4.08	3.97	3.72
Grecia	1.10	1.56	1.57	1.56	1.62	1.77	1.85
Suecia	1.29	1.34	1.46	1.64	1.66	1.55	1.67
Dinamarca	0.87	1.17	1.07	1.16	1.27	1.46	1.34
Austria	1.39	1.23	1.31	1.72	1.58	1.32	1.21
Finlandia	0.78	0.85	0.97	0.94	0.80	0.71	0.68
Irlanda	0.36	0.43	0.42	0.42	0.56	0.66	0.62
Luxemburgo	-	-	-	-	-	0.10	0.25
TOTAL UE	100	100	100	100	100	100	100

(*): Hasta 1998 incluye Luxemburgo

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística, *Estadística de Comercio Exterior*

junto de países del sudeste asiático que, al contar con unas sustanciales ventajas en costes, han sido capaces de ofrecer productos similares a los que constituyen la base exportadora alicantina a un precio significativamente inferior. Ambos factores desempeñan un papel crucial a la hora de explicar la caída de la ventas alicantinas a Estados Unidos, país que hasta el año 1990 ha sido el principal importador de productos alicantinos.

3. LA INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTRANJERO (IDE) DE ALICANTE

3.1. *Evolución reciente de la IDE*

La industria alicantina desde sus orígenes se ha caracterizado por un elevado grado de internacionalización que se pone de manifiesto fundamentalmente en su vertiente exportadora, tal y como se desprende del análisis anterior. Sin embargo, si bien la exportación puede permitir un importante crecimiento en el exterior a las empresas que la realizan, éstas no tienen aseguradas ni la continuidad de su expansión en el exterior ni el mantenimiento de las cuotas de mercado alcanzadas en el país de destino. Para ello, será necesario que avancen en su proceso de internacionalización. Por un lado, la emergencia de países cuyas industrias disfrutan de notables ventajas en costes, que les permiten competir vía precio en todos aquellos bienes de consumo que constituyen la base productiva de la industria alicantina (calzado, juguete, textil...) y, por otro lado, la diversidad de estrategias que están siendo utilizadas por las multinacionales en todos los sectores en los que las empresas alicantinas tienen que competir, tanto en el mercado foráneo como en el nacional¹⁷, suponen una amenaza para el sector exportador alicantino.

Una vía de adquirir ventajas potenciales, tanto en los mercados extranjeros como en el mercado de origen, es a través de la realización de inversiones directas en otros países. Esta estrategia de internacionalización puede realizarse con dos fines. Por un lado, para vender directamente en el país en el que se lleva a cabo la IED, lo que permite aumentar la cuota de mercado captada, así como la continuidad de las ventas, ya que esta estrategia es la que garantiza potencialmente una mayor conexión de las empresas con los países extranjeros¹⁸. Por otro lado, dicha inversión puede tener la finalidad de reducir costes de producción, para mantener o aumentar la competitividad precio de las empresas y, de este modo, poder seguir creciendo tanto en el mercado de origen como internacionalmente¹⁹.

17. Esta situación se analiza con detalle en Martínez Mora (1997).

18. Caves (1971), Mucchielli y Philippe Saucier (1997).

19. Traxler y Woitech (2000).

Ahora bien, la inversión directa en el extranjero, si bien puede generar potencialmente las ventajas descritas, sin embargo, es la estrategia de entrada en un país extranjero que implica mayor riesgo, por la gran cantidad de recursos que es necesario asignar. Y, en este sentido, las empresas de menor tamaño son las que han de enfrentarse a mayores limitaciones por su menor capacidad de recursos²⁰.

El análisis de la IDE de las empresas alicantinas se inicia en el año 1988 porque es a partir de la adhesión de España a la Unión Europea en 1986 cuando empiezan a producirse flujos de inversión directa al extranjero, como consecuencia de la adopción de diferentes estrategias de internacionalización por parte de empresas que, si bien se habían caracterizado por una importante orientación al exterior desde sus orígenes, ésta se manifestaba sólo vía exportaciones. Hasta el año 1994 el volumen de inversión directa en el extranjero de Alicante es en promedio sólo de 372,3 millones de pesetas, siendo nula en el año 1995, aunque aumenta considerablemente durante 1996 y 1997 con volúmenes de 9.972,36 y 4.788,37 millones de pesetas, respectivamente. De esta manera, la IDE alicantina pasa de representar un 1,02 por ciento de la IDE de la Comunidad Valenciana y un 0,07 por ciento de la nacional, a un 29,48 por ciento y un 0,24 por ciento, respectivamente, en 1997.

CUADRO 10
INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTRANJERO (IDE) (EN MILLONES DE PESETAS)

Año	IDE de Alicante	IDE C. Valenciana	IDE España	Alicante/CV (%)	Alicante/España (%)
1988	348,70	2.820	219.362	12,37%	0,16%
1989	565,13	4.230	280.385	13,36%	0,20%
1990	130,95	3.230	454.814	4,05%	0,03%
1991	741,50	4.538	676.905	16,34%	0,11%
1992	494,69	4.074	546.958	12,14%	0,09%
1993	25,35	386	444.927	6,57%	0,01%
1994	299,80	6.067	1.019.976	4,94%	0,03%
1995	0	126.477	948.276	0,00%	0,00%
1996	9.972,36	19.327	1.233.654	51,60%	0,81%
1997	4.788,37	16.243	1.957.388	29,48%	0,24%

Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores.

20. Johanson y Vahlne (1977).

Sin embargo, a pesar de la tendencia creciente mostrada en los últimos años, la IDE de la provincia de Alicante, al igual que la de la Comunidad Valenciana en su conjunto, es muy reducida (Cuadro 10). Ello se debe a que, tanto en la Comunidad Valenciana como en la provincia de Alicante, el tejido empresarial está integrado en su mayor parte por pequeñas y medianas empresas. Y aunque ello no ha impedido, como se ha analizado previamente, que se realicen volúmenes importantes de ventas en el exterior a través de exportaciones, sin embargo sí que constituye una limitación relevante a la hora de avanzar en el proceso de internacionalización mediante estrategias más comprometidas como la inversión directa en el extranjero.

Habitualmente las pequeñas y medianas empresas suelen llevar a cabo un proceso de expansión internacional gradual, que comienza con la adopción de estrategias menos arriesgadas, como la exportación, y cuando se alcanza una presencia importante en otros mercados a través de esta vía, gracias a la cual adquieren mayor información y mayor capacidad de recursos, entonces ello puede constituir un *input* que se puede aprovechar para avanzar en el proceso de internacionalización y adoptar estrategias como la inversión directa en el extranjero, que pueden generar una conexión potencial con los mercados externos mucho mayor²¹.

El tejido empresarial alicantino se encuentra, por tanto, en las primeras fases de su proceso de internacionalización, con una presencia muy importante en el extranjero a través del comercio exterior pero con niveles todavía reducidos de inversiones directas en otros países. No obstante, la evolución creciente de dichas inversiones en los últimos años y la trayectoria exportadora analizada previamente, conduce a prever que el proceso de expansión internacional debe continuar a través de la adopción de estrategias que impliquen un mayor compromiso con los mercados internacionales.

3.2. Distribución sectorial de la IDE de Alicante

Durante el periodo 1988-92 el sector de distribución comercial es el principal sector de actividad en el que se realizan las inversiones en el extranjero, correspondiéndole el 45 por ciento del total de la inversión realizada por las empresas alicantinas. Dichas inversiones se han realizado fundamentalmente en los principales países receptores de la inversión de la Unión Europea, (Francia, Alemania, Reino Unido y Portugal), en Estados Unidos, en tres países de Latinoamérica, (Costa Rica, Panamá y Colombia) y, en menor medida, en Marruecos y Hong Kong.

21. De acuerdo con las previsiones del modelo de Uppsala que se recoge en Johanson y Wiedersheim (1975).

La gran inversión que han realizado las empresas alicantinas en este sector es el reflejo del proceso gradual de expansión internacional que están llevando a cabo, en el sentido de que estas empresas comenzaron su actividad en países extranjeros mediante exportaciones, y en los primeros años en los que realizan inversiones en el exterior, lo hacen fundamentalmente creando empresas de distribución, y no de producción, que sería la estrategia que implicaría un mayor compromiso con el mercado extranjero en aquellos países en los que existe presencia previa a través de la exportación indirecta²².

CUADRO 11
IDE DE ALICANTE POR SECTORES DE ACTIVIDAD (EN MILLONES DE PESETAS)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
43. Textil	13,8		11	1,1	117,8	0,7				
61. Comercio	209,2	328	73,9	269,1	63,8		21,9			1,7
83. Actividades Inmobiliarias	55,5	171	7,9	106,6	67,3					
24. Prod. Minerales no metálicos	0,8		7,6	22						
48. Caucho y Materiales Plásticos	68,1		4,7		6,7					
75. Transporte	1,1		3,6							
42. Alimentos y Bebidas			4,8	6						
45. Calzado y Vestido		2		89,7	22,2					
25. Industria Química		23,8							1,6	
66. Hostelería			6,8	143,1						
96. Servicios Culturales					205,7					
74. Otras Activ. Empr.						24,7	278		9991	4787

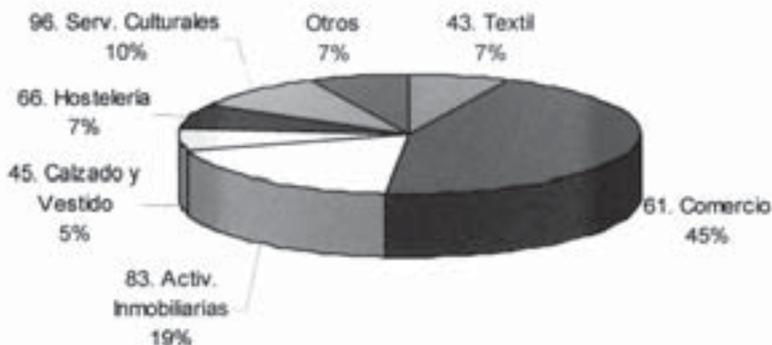
Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores

Los sectores en los que se realiza el resto de la inversión directa tienen una representación mucho menor. En primer lugar, el sector de Actividades Inmobiliarias representa el 19 por ciento, realizándose dicha inversión en Reino Unido, Portugal, Suecia y Francia. En segundo lugar, los Servicios Culturales representan el 10

22. Este proceso gradual también se ha producido en la expansión internacional del conjunto de empresas de la economía española como se demuestra en Merino (2001).

por ciento, concentrándose esta inversión en el año 1992 en Argentina (205,7 millones de pesetas). Por último, Alimentos y Bebidas absorbe un 7 por ciento de la IDE y se realiza básicamente en Túnez y Polonia, durante los años 1990 y 1991. Asimismo, destaca Hostelería con otro 7 por ciento de la IDE, en México y Costa Rica.

FIGURA 3
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE POR SECTORES DE ACTIVIDAD (1988-1992)



Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores.

La principal actividad económica que invierte en el extranjero en el sector de la distribución comercial durante el periodo 1988-92 es Calzado y Vestido, que realiza un 51% del total de la IDE alicantina en la creación de empresas comerciales, siendo Francia e Italia los principales destinos de dichas inversiones. En segundo lugar, destaca el sector Inversiones Financieras de Cartera, con un 19% del total, que invirtió más de cien millones de pesetas en el año 1988 en el sector Comercio de Reino Unido. Asimismo, a la Industria Química se le atribuye el 11% de la inversión realizada en la distribución comercial durante el periodo analizado, estando dichas inversiones localizadas en Italia, Portugal, Marruecos y Estados Unidos. A continuación, se sitúa el sector Comercio, con un 10 por ciento de las inversiones, cuyo destino es Italia, Costa Rica, Panamá y Colombia. Por último, otros sectores que también cabe mencionar por el peso de sus inversiones extranjeras en la creación de empresas de distribución son Alimentos y Bebidas (4%), cuya inversión se localiza en México; Caucho y Materiales de Plástico (3%), con inversiones en Reino

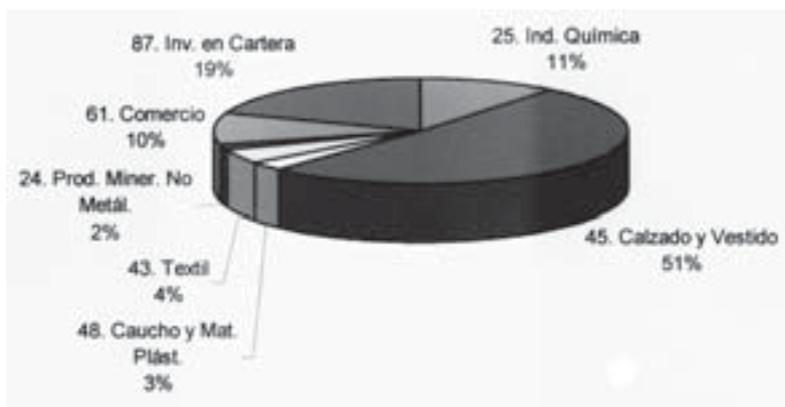
Unido y Portugal; y Productos Minerales no Metálicos (2%), con inversiones en Hong Kong y Alemania en los años 1988 y 1991.

CUADRO 12
IDE DE ALICANTE EN EL SECTOR COMERCIO POR SECTOR DE ORIGEN

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
25. Industria Química	12,23	41,5		0,59	3,54					1,7
45. Calzado y Vestido	1,5	132		140						
48. Caucho y Materiales plásticos	9	5,53								
43. Textil	16,8			6,43						
24. Prod. Minerales No Metálicos	5			4,69						
61. Comercio	52,24									
87. Inv. Financ. en Cartera	103,3									
42. Alimentos y Bebidas					0,15					
19. Cuero									21,9	

Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores

FIGURA 4
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE POR SECTOR DE ORIGEN (1988-1992)



Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores

El análisis anterior pone de manifiesto la existencia de una importante relación entre los sectores que llevan a cabo la inversión directa en el extranjero en la creación de empresas comerciales durante este periodo y el peso que sus exportaciones tienen sobre el total de las exportaciones alicantinas²³. Se observa que los principales sectores exportadores son el sector Calzado, Alimentos, Juguetes y Textil, absorbiendo entre los cuatro el 70,4 por ciento de las exportaciones alicantinas, y de ellos el mayor peso relativo le corresponde al sector calzado, que representa el 42,49 por ciento. Estos sectores, excepto el sector Juguete, son los principales inversores en el extranjero, correspondiéndole al principal sector exportador, el sector Calzado, el mayor volumen de inversión directa en el extranjero.

Los otros tres sectores que destacan como inversores -Industria Química, Productos Minerales no Metálicos y Caucho y Materiales Plásticos- no presentan porcentajes importantes de exportación, pero como puede comprobarse en el cuadro 4, en los tres casos dichos porcentajes aumentan a partir del año 1992, que es cuando se realizan las inversiones, siendo el sector Productos Minerales no Metálicos el que experimenta el mayor crecimiento exportador.

Las inversiones que se realizan en la creación de empresas comerciales propias para exportar directamente tienen el objetivo de fomentar dichas exportaciones, y generalmente las realizan empresas que previamente han exportado de forma indirecta a los mercados a los que se dirigen, porque ello les permite contar con una cuota de mercado mínima que rentabilice la inversión. Esto explica que precisamente sean los sectores descritos los que han llevado a cabo estas inversiones. Además de que estos sectores son los que han destinado una mayor asignación de recursos para la generación de innovaciones (de diseño, de marketing, ect.), lo que les permite disponer de ciertas ventajas de propiedad, tal y como revela el trabajo de Martínez Mora (1997)²⁴, constituyendo tales ventajas de propiedad un factor relevante para acometer el proceso de internacionalización²⁵.

Finalmente, puede observarse cómo la composición sectorial de la inversión directa en el extranjero varía considerablemente en los últimos años (Cuadro 11). A partir del año 1993 la inversión en sectores en los que se ha invertido durante los primeros años es prácticamente nula. Sin embargo, ésta alcanza cifras mucho más elevadas en los años 1994, 1996 y 1997, pero casi toda la inversión se realiza en Otras Actividades Empresariales (sector 74). En este sector está comprendida la

23. Alguacil y otros (1999) analizan la relación de causalidad existente entre las exportaciones y la inversión directa en el extranjero.

24. Asimismo, a nivel nacional, Merino (2002) demuestra que las empresas que mayor grado de internacionalización han alcanzado son aquellas que más han invertido en la generación de innovaciones.

25. Véase, entre otros, Hymer (1960) y Dunning (1979).

creación de sociedades *holdings*, a través de las cuales se canalizan inversiones en otros países diferentes del país en el que se realiza la inversión inicial y en otros sectores. Sin embargo en este caso no podemos realizar un análisis completo del destino sectorial final de estas inversiones al no disponer de información de las inversiones realizadas por los *holdings* receptores.

3.3. Distribución geográfica de la IDE de Alicante

La mayor parte de la inversión directa en el extranjero realizada por las empresas de la provincia de Alicante tiene como destino la Unión Europea (75%). El resto de la inversión se distribuye fundamentalmente entre Estados Unidos (19%), Paraísos Fiscales (12%) y Latinoamérica y Países Africanos (13%) (cuadro 13).

La Unión Europea es el principal receptor de la inversión directa en el extranjero de Alicante durante todos los años, excepto en 1994, año en el que el 92,7 por ciento de la inversión total se realiza en Paraísos Fiscales. El que sean los mercados comunitarios los principales escenarios de proyección de la empresa alicantina se explica fundamentalmente por la integración de España en la Unión Europea, cuyo efecto más inmediato ha sido el aumento de las relaciones comerciales con los socios comunitarios, que tradicionalmente ya tenían un peso notable²⁶.

Como se ha visto previamente, los países de la Unión Europea han constituido un destino geográfico prioritario durante muchos años para las exportaciones, tanto alicantinas como para el conjunto de las nacionales, debido a la proximidad geográfica, a sus elevados niveles de renta, que generan una elevada demanda potencial, y a la competitividad derivada de los precios que venían disfrutando los productos alicantinos en tales mercados. La adhesión de España a la Unión Europea ha supuesto que estas relaciones comerciales se intensifiquen. Por ello, esta área geográfica es la que ofrece a las empresas mayores ventajas para introducirse más directamente, asignando mayores cantidades de recursos a través de inversiones directas. Por un lado, es de estos países de los que se dispone de mayor información y, por tanto, el acceso a ellos implica menores costes relativos que a otros en los que no haya presencia previa. Por otro lado, los productos de las empresas alicantinas ya son conocidos en los mercados comunitarios a través de las exportaciones, por lo que la captación del mercado potencial es relativamente más fácil²⁷.

El segundo país receptor de la inversión directa de Alicante es Estados Unidos, que absorbe el 19 por ciento de la IDE alicantina. A este país también se ha dirigido tradicionalmente una parte importante de las exportaciones, fundamental-

26. Véase Resmini (2000).

27. Fernández-Otheo (2000).

mente en los sectores de Calzado, Vestido e Industria Química. Las relaciones comerciales previas con el mercado estadounidense, así como la elevada demanda potencial del mismo, explican su importancia en el destino de la inversión directa de la provincia alicantina.

Por último, también se han realizado inversiones, aunque de menor importancia, en Países Africanos, fundamentalmente en Marruecos, y en algún país de Latinoamérica.

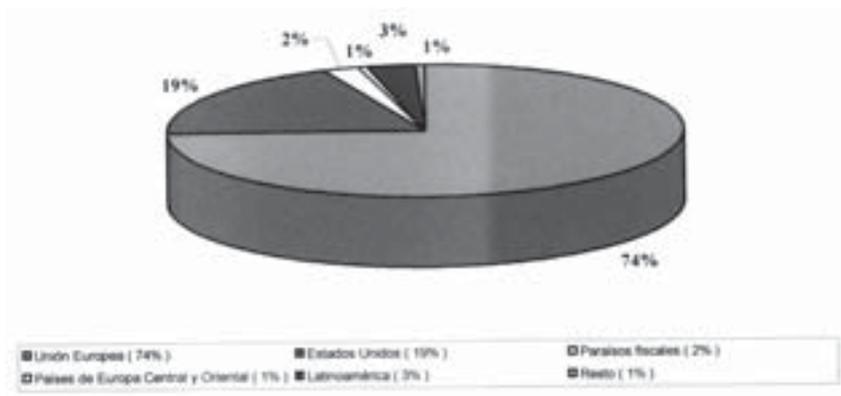
Los países del Norte de África presentan diversas ventajas como receptores de la inversión. En primer lugar, la gran proximidad geográfica, lo que permite que la deslocalización de la producción en ellos pueda realizarse sin necesidad de asumir elevados costes. En segundo lugar, las ventajas fiscales que dichos países aplican a las inversiones extranjeras. Y, por último, el ahorro en los costes de producción, sobre todo salariales, que pueden aprovecharse por las empresas inversoras.

Latinoamérica está constituyendo en los últimos años un lugar de destino relevante para la inversión directa española y, en menor medida, también para la alicantina. Estos países han sido, asimismo, tradicionalmente el destino de nuestras exportaciones. Aunque son países distantes geográficamente, sin embargo los lazos culturales con España han propiciado que la expansión internacional de nuestras empresas se haya dirigido de forma natural desde el principio hacia dichos países. Por esta razón, constituyen también un destino natural de nuestra inversión directa en el extranjero, presentando además otras ventajas específicas para llevarla a cabo. Por un lado, ventajas derivadas de las expectativas de que el conjunto de países de América Latina constituye un mercado potencial muy amplio con perspectivas de crecimiento futuro. Y, por otro lado, ventajas derivadas del menor desarrollo económico de los países latinoamericanos respecto a España, que sitúa a nuestras empresas en una posición relativa superior sin tener que enfrentarse a una elevada competencia, lo que les puede permitir alcanzar el liderazgo en el futuro sobre dicho mercado si se alcanza una presencia importante en el mismo a través de inversión directa²⁸.

En la Unión Europea, la distribución por países de destino de la inversión alicantina se mantiene similar hasta el año 1992, y varía sustancialmente a partir del año 1993. Durante el periodo 1988-92 el principal país receptor de la inversión directa de Alicante en la Unión Europea es Portugal, con el 30 por ciento (gráfico 6). Este país, con quien apenas existían relaciones comerciales previas a la adhesión española a la Unión Europea, sin embargo se ha convertido después en un destino muy importante de la inversión en el extranjero, no sólo para Alicante sino también para el conjunto de la economía española. Los siguientes países europeos recepto-

28. Durán (1999) y Sánchez Díez (2002).

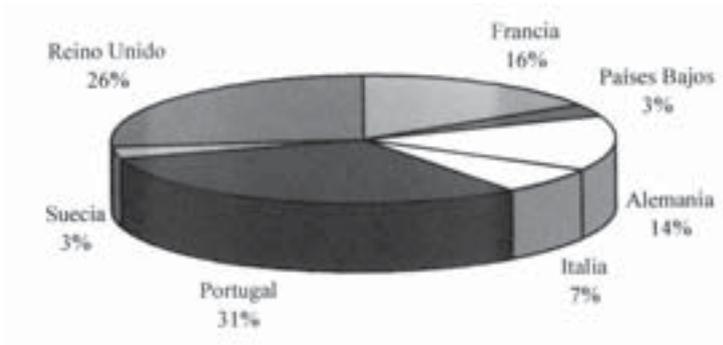
FIGURA 5
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE ALICANTE POR PAÍSES DE DESTINO (1988-1997)



Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores.

res de nuestra inversión, por orden de importancia, son Reino Unido (26 por ciento), Francia (16 por ciento), Alemania (14 por ciento) e Italia (7 por ciento). Estos países son, asimismo, los principales destinos de las exportaciones alicantinas a la Unión Europea, como se ha visto previamente y, por esta razón, constituyen los destinos más atractivos para la inversión con el fin de intensificar las relaciones existentes y alcanzar una mayor posición en sus mercados. A partir del año 1993, sin embargo, la inversión directa en los países mencionados es nula, y casi nula en el resto del mundo, y prácticamente toda la inversión se realiza en Países Bajos, alcanzando valores mucho mayores en los años 1996 y 1997.

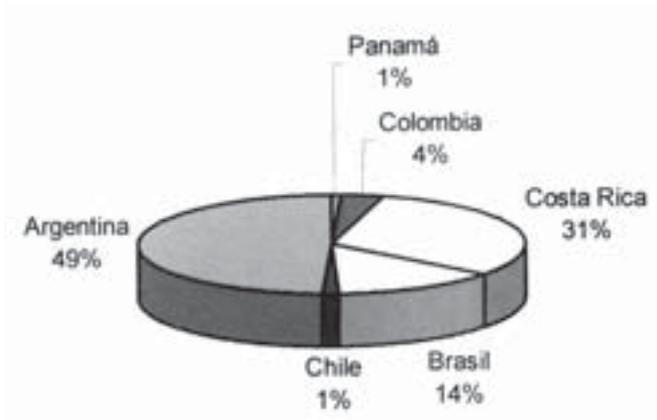
FIGURA 6
INVERSIONES DIRECTAS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE EN LA UNIÓN EUROPEA (1988-1992)



Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores.

En Latinoamérica, hasta el año 1993, los principales países receptores de inversión directa son, por orden de importancia, Panamá (49 %), Costa Rica (31 %) y Brasil (14 %) (Figura 7).

FIGURA 7
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE EN LATINOAMERICA



Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores.

CUADRO 13
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE ALICANTE POR PAÍSES DE DESTINO (EN MILLONES DE PESETAS)

	1988	%	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%	1993	%	1994	%	1995	%	1996	%	1997	%	
Francia	3	0,9%	132,3	23,4%	10,68	8,2%	13,3	1,8%	15,31	3,1%											
Países Bajos	1,74	0,5%	19,98	3,5%					8,12	1,6%	24,66	97,3%	21,9	7,3%			7.500	75,2%	4000	83,5%	
Alemania			0,82	0,1%			4,69	0,6%	143,75	29,1%											
Italia	40	11,5%	8,6	1,5%			22,4	3,0%													
Portugal	35	10,0%	73,34	13,0%	15,52	11,9%	141	19,0%	58,01	11,7%											
Suecia	12,07	3,5%	20,36	3,6%																	
Dinamarca							14,3	1,9%													
Reino Unido	129,41	37,1%	105,4	18,7%	3,56	2,7%	28,3	3,8%	12,1	2,4%											350,2
Subtotal UE-15	221,22	63,4%	360,8	63,9%	29,76	22,7%	224	30,2%	237,29	48,0%	24,66	97,3%	21,9	7,3%			7500	75,2%	4350	90,9%	
Estados Unidos	25,52	7,3%	158,8	28,1%	56,13	42,9%	133	18,0%	24,54	5,0%							2.470,75		436		
México	10,85	3,1%			3,07	2,3%	14,9	2,0%	22,79	4,6%											
Subtotal Países																					
OCDE no UE	36,37	10,4%	158,8	28,1%	59,2	45,2%	148	20,0%	47,33	9,6%							2470,75	24,8%	436,4	9,1%	
Panamá	3,33	1,0%									0,69	2,7%									
Colombia	8,7	2,5%	8,9	1,6%																	
Costa Rica	0,8	0,2%			6,41	4,9%	143	19,3%													
Brasil	68,14	19,5%																			
Chile			5,52	1,0%																	
R. Dominicana							1	0,1%													
Venezuela							0,16	0,0%													

Continúa...

CUADRO 13
INVERSIONES DIRECTAS EN EL EXTRANJERO DE ALICANTE POR PAÍSES DE DESTINO (EN MILLONES DE PESETAS)
 (Conclusión)

	1988	%	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%	1993	%	1994	%	1995	%	1996	%	1997	%
Argentina					11	8,4%	22	3,0%	205,72	41,6%										
Subtotal América																				
Latina	80,97	23,2%	14,42	2,6%	17,41	13,3%	166	22,4%	205,72	41,6%	0,69	2,7%							1,7	0,0%
Paraisos Fiscales	2,9	0,8%	1,92	0,3%			102	13,8%					277,9	92,7%						
Eur. Central y Ori.					7,59	5,8%	96,8	13,1%												
Países Africanos	2,25	0,6%	0,98	0,2%	16,99	13,0%	4,69	0,6%	4,23	0,9%										
Países Asiáticos	5	1,4%	28	5,0%					0,2											1,61
Resto del Mundo			0,16	0,0%																
TOTAL INVERSIÓN	348,71		565,1		130,95		742		494,77		25,35		299,8		0		9972,36			4788

Fuente: Dirección General de Transacciones Exteriores

4. CONCLUSIONES

La economía alicantina se caracteriza por su importante orientación hacia el exterior, que se manifiesta fundamentalmente en la vertiente exportadora, aunque en los últimos años también ha ido ganando importancia la inversión directa en el extranjero, si bien esta estrategia de entrada presenta todavía unos bajos volúmenes, aunque la tendencia mostrada en los últimos años es creciente.

Durante los años sesenta y principios de los setenta, la economía alicantina consolidó una base exportadora muy dinámica caracterizada por una elevada elasticidad precio y una escasa diferenciación de los productos exportados, fruto de un modelo de crecimiento basado en ventajas comparativas salariales y bajo contenido tecnológico. Tras un interrumpido periodo de dinámica exportadora, la provincia alicantina presenta a mediados de los ochenta una elevada propensión a exportar, significativamente superior a la media nacional, estando concentradas sus exportaciones en productos manufactureros tradicionales como calzado, textil, juguete y materiales de construcción, así como en productos vegetales.

Sin embargo, a finales de los ochenta se asiste a un importante deterioro de la actividad exportadora alicantina, poniéndose de manifiesto, por un lado, las debilidades implícitas en un modelo exportador basado en las tradicionales ventajas competitivas vía costes/precios y, por otro, la necesidad por sustituir dichas ventajas competitivas por otras basadas en productos y procesos, puesto que lo que tradicionalmente era considerado como una ventaja aparece como una debilidad en los más avanzados niveles de desarrollo.

Asimismo, el modelo exportador tradicional alicantino se ha visto amenazado ante la puesta en marcha de la Unión Económica y Monetaria en enero de 1999, al imposibilitarse el acceso al tipo de cambio como mecanismo para recuperar la competitividad perdida. En este contexto, las empresas son conscientes de que deben otorgar cada vez mayor importancia a los recursos humanos especializados y a la tecnología compleja, puesto que son los que ofrecen la posibilidad de conseguir altos niveles de productividad y, por tanto, mejoras en la competitividad.

En lo relativo a las inversiones directas realizadas en el extranjero, el proceso se ha iniciado recientemente y los valores todavía no son elevados, debido a que esta estrategia implica la asignación de un mayor volumen de recursos y de compromiso con el exterior que las exportaciones. Asimismo, el tamaño pequeño que caracteriza al tejido empresarial alicantino representa una barrera importante para llevar a cabo esta estrategia a una escala mayor, sobre todo durante los primeros años, cuando comienza el proceso de inversiones en el exterior. Son precisamente los principales sectores exportadores los que están realizando la mayor parte de las inversiones en el extranjero. Dichas inversiones se han realizado al principio, sobre

todo en la creación de empresas propias de distribución, y éstas se han dirigido fundamentalmente a la Unión Europea, en los mismos países a los que se venían dirigiendo las exportaciones.

El proceso de internacionalización que se está generando en la provincia de Alicante es gradual, puesto que se ha iniciado con la utilización de las estrategias menos comprometidas, exportaciones indirectas, y ha avanzado, produciéndose inversiones directas en países extranjeros para exportar directamente en ellos a través de la creación de empresas comerciales. También se han llevado a cabo inversiones directas para producir en otros países, pero éstas tienen un volumen mucho menor.

En los últimos años el valor de la inversión directa en el extranjero aumenta considerablemente y cambia la composición sectorial de la misma. A partir del año 1994 casi toda la inversión se realiza en "Otras Actividades Empresariales" y se dirige a Paraísos Fiscales. Como se ha explicado, en este sector está comprendida la creación de sociedades *holdings*, y, por esta razón, a partir de los datos disponibles no es posible conocer el destino final de dichas inversiones, ni sectorialmente ni por países.

Este cambio confirma de nuevo que el proceso de internacionalización está siendo gradual. En la primera fase se avanza desde las exportaciones indirectas a la realización de inversiones en el extranjero para exportar directamente y en los últimos años el proceso sigue avanzando. El volumen de inversiones en el extranjero crece y el destino predominante ya no parece ser la distribución, sino la creación de sociedades más complejas por sectores que no se pueden desvelar a partir de la fuente de datos disponible.

En definitiva, si el proceso continúa evolucionando como lo ha hecho hasta ahora cabe prever que las inversiones directas sigan creciendo y ello contribuya, a su vez, a fomentar el comercio exterior alicantino.

BIBLIOGRAFÍA

- ALGUACIL, M.T, BAJO, O., MONTERO, M. Y ORTS, V. (1999): “¿Existe causalidad entre exportaciones e inversión directa en el exterior? Algunos resultados para el caso español”, *Información Comercial Española*, nº 782, pp. 29-34.
- ALONSO, J.A. Y DONOSO, V. (1998): *Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales*, ICEX, Madrid.
- AMABLE, B. Y VERSPAGEN, B. (1995): “The role of technology in market shares dynamics”, *Applied Economics*, vol. 27, pp. 197-204.
- AMENDOLA, G., GUERRIERI, P. Y PADOAN, P.C. (1998): “International patterns of technological Accumulation and trade”, en D. Archibugi y J. Michie (eds), *Trade, Growth and Technical Change*, University Press, Cambridge, pp. 141-167.
- AMENDOLA, G., DOSI, G. Y PAPAGNI, E. (1994): “The dynamics of International Competitiveness”, *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 146, pp 451-471.
- BARCENILLA, S. Y MONTÁLVEZ, M.D. (2000): “La competitividad de las manufacturas españolas: un análisis dinámico para el periodo 1973-93”, Encuentro de Investigadores *La industria española en los últimos cincuenta años*, Universidad de Barcelona, junio 2000.
- BUESA, M. Y MOLERO, J. (1998): “Tamaño empresarial e innovación tecnológica en la economía española”, *Información Comercial Española*, nº 773, pp. 155-173.
- BUESA, M. Y MOLERO, J. (2001): “Innovación y cambio tecnológico”, en J.L. García Delgado (dir), *Lecciones de Economía Española*, 5ª edición, Civitas, Madrid pp. 127-148.
- CANTO, R. (2002): “Adaptación tecnológica e internacionalización: La experiencia de Panamá Jack”, *XVII Jornadas de Alicante sobre Economía Española*, Universidad de Alicante.
- CAVES, R.E. (1971): “ International corporations: The industrial economics of foreign investment” *Economica*, 38, (149), pp. 1-27.
- CIVIDANES, J.L. Y HERNÁNDEZ, G. (1993): “Dinámica industrial y áreas de especialización”, en A. Pedreño (dir.), *Estructura económica de la provincia de Alicante*, Diputación Provincial de Alicante, Alicante, pp.173-188.
- DOSI, G., PAVITT, K. Y SOETE L. (1990): *The economics of technical change and international trade*, New York University Press.
- DUNNING, J. (1979): “Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory”, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 41, nº 4, pp. 269-295.
- DURÁN, J.J. (1999): *Multinacionales españolas en Iberoamérica. Valor estratégico*, Pirámide, Madrid.

- FERNÁNDEZ OTHEO, C.M. (2000): “Efectos de la integración sobre la inversión directa extranjera”, en R. Myro, *Economía Europea, Crecimiento, Integración y transformaciones sectoriales*, Civitas, Madrid.
- FUSTER, B. (1993): “Sector Exterior: Dinámica y crisis de la exportación alicantina”, en A. Pedreño (dir.), *Estructura económica de la provincia de Alicante*, Diputación Provincial de Alicante, Alicante, pp. 281-294.
- FUSTER, B. (1994): “Problemas de competitividad del sector exportador valenciano”, *Revista de Estudios Regionales*, vol. 39, pp. 115-138.
- FUSTER, B. (2003): *La competitividad de las manufacturas españolas en la UE*, Universidad de Alicante, Alicante.
- GALIANO, J.A Y GÓMEZ GRAS, J.M. (1993): “La competitividad en un sector tradicional: perfiles estratégicos de Panamá Jack”, *2n Congrés d’Economia Valenciana*, Comunicaciones, Tomo I, pp. 167-176.
- GIL, S. Y MAÑEZ, J. (1996): “Determinants of Spanish manufacturing exports to the European Union: a panel data analysis”, *Investigaciones Económicas*, vol. XX, nº2, pp. 177-193.
- GONZÁLEZ, X. Y RODRÍGUEZ, L. (1999): “Importación y generación de tecnología en la industria manufacturera española”, *Papeles de Economía Española*, nº 81, pp. 115-126.
- GUMBAU, M. (1994): “Los determinantes de la innovación: el papel del tamaño de la empresa”, *Información comercial española*, nº 726.
- GUNTÍN, X. (2002): “El efecto tecnológico en los flujos comerciales: evidencia empírica para los países industrializados de la OCDE”, *Información Comercial Española*, nº 796, pp. 77-86.
- HYMER, S. (1960): *International operations of national firms: a study of direct foreign investment*, MIT Press.
- JOHANSON, J. Y VAHLNE, J.E. (1977): “The Internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments”. *Journal of International Business Studies*, vol. 8, pp. 23-32.
- JOHANSON, J. Y WIEDERSHEIM, P. (1975): “The internationalisation of the firm—four Swedish cases”, *Journal of management Studies*, oct., pp. 305-22.
- KEESING, D.B. (1965): “Labor skills and international trade: evaluating many trade flows with a single measuring device”, *Review of Economics and Statistics*, vol. 47, agosto, pp. 287-294.
- KEESING, D.B. (1966): “International economics: progress and transfer of technical knowledge. Labor skills and comparative advantage”, *American Economic Review*, vol. 56, mayo, pp. 249-258.
- KENEN, P. (1965): “Nature, capital and trade”, *Journal of Political Economy*, vol. 73, nº 5, octubre, pp. 437-460.

- LANDESMANN, M. Y PFAFFERMAYR, M. (1997): "Technological competition and trade performance", *Applied Economics*, vol. 29, pp. 179-196.
- MAGNIER, A. Y TOUJAS-BERNATE, J. (1994): "Technology and trade: empirical evidences for the major five industrialized countries", *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 130, nº 3, pp. 494-520.
- MARTÍN, C. (1999): "La situación tecnológica: cambio técnico y política tecnológica", en J.L. García Delgado (dir): *España, Economía: Ante el siglo XXI*, Espasa, Madrid, pp. 355-376.
- MARTÍN, C. Y MORENO, L. (1993): "Determinantes de las exportaciones intracomunitarias de las industrias españolas" en J. Dolado, C. Martín, y L. Rodríguez, (1993): *La industria y el comportamiento de las empresas españolas* (Homenaje a Gonzalo Mato), Alianza Economía, pp 197-210.
- MARTÍNEZ MORA, C. (1997): *Causa de la internacionalización de las empresas: Un estudio aplicado a pequeñas y medianas empresas de la provincia de Alicante*, Instituto de Cultura Juan Gil Albert, Diputación Provincial de Alicante.
- MARTÍNEZ MORA, C. (2001): "Determinantes de la internacionalización de las Pymes. Casos de Estudio en Alicante", *Economía Industrial*, nº 332, pp. 149-162.
- MARTÍNEZ ZARZOSO, I. (1999): "Competitividad internacional de la industria española", *Información Comercial Española*, nº 781, pp. 143-156.
- MÁS, F. (1993): "Innovación empresarial alicantina: el papel de los servicios", en A. Pedreño (dir.), *Estructura económica de la provincia de Alicante*, Diputación Provincial de Alicante, Alicante, pp. 331-345.
- MERINO, F. (2001): "La internacionalización de las PYMES españolas", *Papeles de Economía Española*, nº 89/90, pp. 106-116.
- MERINO, F. (2002): "Innovación y apertura al exterior de las empresas españolas", *XVII Jornadas de Alicante sobre Economía Española*, Universidad de Alicante.
- PARDO, G. Y PEDREÑO, A. (1990): "El sector exterior de la economía valenciana: impacto de la política monetaria", *Economistas*, nº 45-46, pp. 178-183.
- PEDREÑO, A. (1993): "El modelo alicantino en la economía valenciana: Singularidades, potencialidades y limitaciones", en A. Pedreño (dir.), *Estructura económica de la provincia de Alicante*, Diputación Provincial de Alicante, Alicante, pp. 13-35.
- PITELIS, C. (2000): "A theory of the growth of the transnational firm: A penrosean perspective", *Contributions to political economy*, vol. 19, pp. 71-89.
- PORTER, M. (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza y Janés, Barcelona.
- RESMINI, L. (2000): "The determinants of foreign direct investment in the CEE: New evidence from sectoral patterns", *Economics of transition*, vol. 8, pp. 665-89.

- ROOT, F. (1998): *Entry Strategies for international markets*, Jossey-Bass, San Francisco.
- SÁNCHEZ DÍEZ, M.D. (2002): *La internacionalización de la economía española hacia América Latina*, Universidad de Burgos, Burgos.
- SÁNCHEZ, P. Y VICENS, J. (1994): "Competitividad exterior y desarrollo tecnológico", *Información Comercial Española*, nº 726, pp 99-115.
- TRAXLER, F. Y WOITECH, B. (2000): "Transnational investment and national labour market regimes: a case of "regime shopping?," *European Journal of industrial relations*, vol. 6, pp. 141-59.
- URRACA, A. (1998): "I+D y recursos alternativos a la innovación en la industria española", *Economía Industrial*, nº 319, pp. 90-104.
- VERSPAGEN, B. Y WAKELIN, K. (1993): "International competitiveness and its determinants", Documento de trabajo, *Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology (MERIT)*.