

# Introducción

José Antonio Vázquez Rosso,  
Director Regional de Comercio. Delegado del ICEX

*Este número monográfico del Boletín Económico de ICE está dedicado, de nuevo, a Andalucía. En efecto, doce años han pasado ya desde que, en junio de 1992 esta revista dedicara un número especial a esta Comunidad Autónoma que tituló «Presente y Futuro de Andalucía».*

*Por aquel entonces, el impulso que supuso, y las esperanzas que generó el magno evento de la Expo 92, constituyeron una apuesta muy importante para Andalucía.*

*Hoy, doce años después, conviene recapitular, hacer balance para encarar un futuro en cuyo horizonte aparecen nuevos y singularísimos retos derivados de una serie de eventos que marcan la pauta: finalizó la Ronda Uruguay con la aparición de la OMC y de nuevos principios del sistema mundial del comercio; irrumpió China espectacularmente en el escenario mundial; tuvieron lugar los acontecimientos lamentables del 11-S (2001), con consecuencias en muchos órdenes; se consolidaron las economías orientales, antes países emergentes; se amplió la UE a 25, etcétera. En definitiva un nuevo escenario mundial al que hay que adaptarse.*

*En este nuevo monográfico participan dieciséis prestigiosos analistas quienes, con todo rigor, y cada uno desde su parcela de actividad, han vertido opinión sobre la situación de esta Comunidad.*

*El número se abre con una serie de artículos dedicados al sector exterior de Andalucía.*

**Antonio Jesús Arias Ranedo**, Jefe de Servicio de Comercio Exterior de la Dirección Regional de Comercio en Andalucía, aborda in extenso el comercio exterior andaluz en el trienio 2000/2003, estableciendo comparaciones con las cifras de 1991. Y todo ello desde el análisis de tres balanzas: la comercial global, comprensiva de todos los capítulos del arancel, y las dos subbalanzas en las que Andalucía es un auténtico referente: la agroalimentaria y la hortofrutícola, estableciendo comparaciones Andalucía/España, refiriéndose a los principales orígenes y destinos, así como a los principales productos importados y exportados.

**Antonio Carrillo Alcalá**, Secretario General de la Confederación de Empresarios de Andalucía, en su artículo sobre Andalucía ante el reto de la Ampliación, se muestra convencido, ya en su prólogo, de que la Ampliación de la UE será una oportunidad para las empresas andaluzas. Manifiesta su convencimiento sobre la necesidad de centrar el debate sobre la verdadera dimensión europea de Andalucía para lo que estima necesario mantener las posiciones que, a lo largo de la andadura comunitaria, Andalucía ha conseguido. La Ampliación es, pues, para él, una oportunidad, y un reto.

*El campo del conocimiento y la innovación en Andalucía lo trata **Ángeles Gil García**, Directora General de Cartuja 93. Cartuja 93, como parque tecnológico, tiene apenas*



ANDALUCÍA

once años, en los que ha conseguido poner en uso una buena parte de los emblemáticos pabellones construidos para la Expo 92. La importancia de Cartuja 93 viene avalada al albergar en su seno a más de 250 empresas y ser el parque tecnológico nacional con un mayor número de trabajadores: más de 9.000.

**Julia Martín Armario**, Profesora de la Universidad de Málaga, analiza, en su trabajo las formas de entrada en los mercados exteriores para las PYMEs andaluzas, partiendo de un trabajo de campo realizado en una muestra multisectorial de PYMEs que desarrollan algún tipo de actividad y en el que se analizan la influencia de distintas variables en la elección de dicho modo de entrada.

¿Puede o no puede Andalucía competir? Esta es la pregunta a la que trata de dar respuesta **José Antonio López de la O Castro**, Director General de Eurocei, en un extenso y documentado trabajo. Tras analizar, en trazos muy generales, la estructura económica de Andalucía (influida de una parte por un nuevo escenario competitivo y, de otra, por unas nuevas pautas de funcionamiento económico-territorial), pasa a considerar el sector secundario (resultando una paulatina pérdida de peso a favor del sector servicios) para, por fin, incidir en un desarrollo económico basado en política de clusters.

Tras estos cinco artículos, el número pasa revista a los principales sectores de actividad económica de Andalucía.

Del importante y tradicional sector del vino y brandy de Jerez se encarga **Bosco Toremocha García de la Rasilla**, Secretario General de Fedejerez. El sector, en palabras del autor, se prepara para seguir ganando, día a día, su futuro, con la sólida base que le otorga una tradición e historia multiseculares. Concentrado en la provincia de Cádiz, afronta nuevos y múltiples desafíos marcados por nuevas tendencias, nuevas demandas de los consumidores, nuevos hábitos de consumo y nuevas formas de hacer las cosas, lo que provoca, por parte del sector, y a título de respuesta, nuevos mensajes y la continua modernización de las estructuras de producción y comercialización, así como la profesionalización de las estructuras directivas de todas las bodegas.

Por su parte, **José Álvarez Calderón**, Inspector del SOIVRE y Director del CATICE de Sevilla, analiza el sector del aceite de oliva, refiriéndose, por un lado, a los datos económicos del sector (producción y consumo), de indudable relevancia, y al que presenta como perfectamente estructurado y asentado y, por otro, a la calidad y su normativa, con una fundamental incidencia en el comercio. Se refiere también a las cifras de exportación de los últimos cuatro años.

La aceituna de mesa, otro sector tradicional y de gran relevancia económica en Andalucía, es objeto de análisis por parte del Director Gerente de su Asociación Territorial, **Antonio de Mora Gutiérrez**. Tras una descripción del sector pasa a analizar su comercio exterior, tanto de importación como de exportación, tocando todo lo referente a principales destinos, ranking de países, exportaciones valoradas en euros (por cantidad y variedad así como la evolución de las exportaciones por formas de presentación, tipos y envases. Considera, por último la situación actual y perspectivas de futuro.

Que Almería es un importantísimo referente en el sector hortofrutícola andaluz, es hoy día, un lugar común. En todo caso, por si hubiera alguna duda, **Lucrecia Ribera Tapia- Ruano**, Directora Territorial de Comercio en Almería, se encarga, en un muy estructurado y documentado trabajo, de introducirnos en la realidad económica del sector en Almería, cuya producción se mantiene creciente a lo largo de los últimos años, y



ANDALUCÍA

cuya proyección internacional se mantiene, si bien, y de cara al futuro, habría que tomar algunas precauciones, sobre todo ante la aparición de nuevos y potentes competidores.

**Enrique Pérez Saturnino**, Presidente de Asociafruit es el encargado de analizar el sector de los cítricos, de gran importancia y desarrollo en la actualidad, pues no en vano en Andalucía se produce el 10 por 100 del total europeo con unas cifras de exportación del 19 por 100 de la producción total. Se trata de un sector muy concentrado en Sevilla y Huelva y que genera un empleo de más de 2,5 millones de jornales al año. La importancia del sector viene avalada por una producción creciente desde 2000, habiéndose duplicado desde 1995 a 2004, situándose en la actualidad en torno a 1.362.725 toneladas.

Los cítricos son objeto de tratamiento singular en este Boletín. Las fresas, ahora, como cultivo consolidado y asimismo de gran importancia y repercusión económica, son analizadas, como sector, por **Fausto Andrés Fuñez**, Inspector del SOIVRE y Director del CATICE de Huelva y **David Barroso Martínez**, Jefe de Sección de dicho CATICE. Consideran, como viene siendo habitual, en primer lugar, su situación actual (España es el tercer país del mundo por superficie cultivada, tras Polonia y EEUU) para analizar, a continuación, las variedades y estructura del sector (muy atomizado en sus casi 2000 agricultores con un promedio de superficie de 3 hs cada uno). Su proyección internacional, que se estudia a continuación, nos habla de unas exportaciones cifradas en un 80 por 100 en volumen y un 85 por 100 en valor de la producción total, destinadas a mercados exteriores.

Otro sector importante en la actividad económica andaluza es el de la marroquinería, de cuyo tratamiento, analítico se encarga **Javier Suárez Carrasco**, Economista y Director de Exportación de Bench Works Int. Tras unas consideraciones iniciales sobre qué debe ser considerado como marroquinería, pasa, a continuación, a referirse a la estructura del sector en Andalucía, su mercado laboral (dándose en el sector, según el autor, un «problemático caso de economía sumergida», así como a los tipos de actividad productiva y su problemática (en franca decadencia en los casos de subcontratación productiva, y productos genéricos).

El mueble andaluz es objeto de análisis por parte del **Consorcio Andaluz de Desarrollo Económico de la Diputación de Córdoba**, gran impulsor y dinamizador del sector. Tras describir el sector del mueble en España (en tercer lugar en el contexto europeo por número de empresas, con un 13 por 100), analizándolo por Comunidades Autónomas, pasa a considerar el sector en Andalucía representado por más de 5.000 empresas concentradas en Córdoba (36 por 100), Sevilla, Málaga y Jaén. Por último, se analiza el comercio exterior del mueble en Andalucía, concluyendo con una serie de estrategias para afianzar el sector.

Ya hemos citado la importancia del sector hortofrutícola en Almería. Un segundo punto importante de la economía almeriense es la industria del mármol, y así lo certifica **Soledad Gutiérrez Pastor** del Gabinete de Comunicación de la Asociación de Empresarios del Mármol con sede en Macael, donde se ubica, asimismo la industria. El sector, impulsado a partir de la década de los ochenta merced a la puesta en marcha del Plan de Actuación Global de la Comarca del Mármol, experimentó en el ejercicio de 2003 el mayor crecimiento de los últimos 6 años, con un volumen de ventas que alcanzó los 611 millones de euros, y un volumen de exportaciones que se incrementó en un 19,95 por 100 respecto a 2002, lo que habla bien a las claras de su potencial exportador.



ANDALUCÍA

*Finalmente el número se cierra con dos artículos referidos al medio ambiente.*

**Fernando Reyero Suárez**, en su calidad de presidente de AESMA (Asociación de Empresas del Sector Medioambiental de Andalucía) se refiere, en un documentado artículo, a los retos de dicho sector (que aparece en escena en los años ochenta) que a pesar de su juventud cuenta ya con 792 empresas, que emplean a 43.000 trabajadores facturando 1800 millones de euros anuales. Se aborda también la proyección internacional del sector.

La agricultura ecológica es el tema que trata, **Francisco Casero Rodríguez**, Presidente del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica. Presenta al sector como una realidad consolidada y de gran futuro al estar plenamente reconocida a nivel mundial, contando con 4.723 operadores (productores y elaboradores) y 277.805 hectáreas dedicadas a la producción en 2003 (56.758 más que en 2002).



ANDALUCÍA