

«LA ESTRATEGIA DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE ANDALUCIA DENTRO DE LA POLITICA COMUNITARIA DE APOYO A LA PYME DE CARA AL MERCADO INTERIOR EUROPEO»

José Manuel Romero Alvarez

1. LOS EFECTOS DEL MERCADO INTERIOR EUROPEO EN LAS PYMES DE ANDALUCIA

El Mercado Interior Europeo deriva de un principio político de armonización económica por parte de los países miembros de la C.E. y se entiende como un espacio económico unificado en el que las personas, los servicios, los capitales y las mercancías pueden circular libremente en iguales condiciones para todos. La implantación de este gran mercado supondrá la eliminación de las actuales barreras físicas, técnicas y fiscales.

La eliminación de las barreras aún existentes en el comercio intercomunitario permitirá la reducción de gastos, el crecimiento de la producción y la mejora de la productividad.

La empresa andaluza, especialmente la de mediano o pequeño tamaño, ante el escenario de oportunidades y amenazas que va a presentar la ya inminente realidad del Mercado Unico Europeo, se encuentra en una situación de cierta debilidad con respecto a la de otras regiones más desarrolladas.

Sin embargo, el hecho de estar inmersos en un proceso de renovación, debido al tirón que supuso la recuperación económica de los 80, puede aprovecharse —instrumentadas y desarrolladas adecuadamente las acciones a acometer— para adaptar y modernizar la PYME andaluza a las exigencias del Mercado Interior Europeo.

Con el fin de incidir de forma más efectiva en las necesidades que vayan surgiendo para esa adaptación, es imprescindible conocer las conse-

cuencias derivadas de la eliminación de las limitaciones actuales.

En el ámbito de la producción en la empresa, el Mercado Interior Europeo va a significar la exigencia de productos con requisitos y estándares técnicos, según las reglamentaciones comunitarias y normas de calidad según la demanda del consumidor europeo (el cargo de los productos hortofrutícolas andaluces cuando se firmó el Acta Unica puede servir de ejemplo). En esta nueva situación no sólo será necesario cumplir las reglamentaciones para el producto de exportación, sino también para el mercado local (al contemplarse una mayor protección del consumidor y la salud) ya que los principios de reconocimiento recíproco de las disposiciones y la armonización para la libre circulación de las mercancías supondrá por tanto repercusiones de reglamentaciones y normas, unificación de procedimientos, unificación de normas, homologación de productos, responsabilidad de los productores, emisión de contaminantes, etc. y serán todos ellos aspectos a empezar a considerar y analizar por parte del empresario.

Para el caso de Andalucía, tienen especial incidencia los efectos de la armonización en los sectores de maquinaria agrícola, productos agroalimentarios, productos químicos y materiales de construcción y dentro de ellos cuestiones como la normalización, el control de calidad de los productos, coberturas de seguro, licencias, flexibilidad de los procesos de cara a una adaptación rápida (industria agroalimentaria), adaptación del producto a la legislación medioambiental, entre otros.

En el ámbito del aprovisionamiento habrá que tener en cuenta la introducción del documento único aduanero, la supresión de las tasas de importación nacionales, los correspondientes controles en las fronteras internas de la C.E. y la estricta aplicación de las reglas antidumping (vino, textil y transformados metálicos), factores que afectan a un gran número de empresas en Andalucía, especialmente en cuanto a sus compras e importaciones en países «terceros» no comunitarios. Los aspectos a considerar serán básicamente los precios, la flexibilidad en los contratos y la legislación antidumping.

En al ámbito del *transporte y el almacenamiento* las repercusiones serán del orden de *supresión de cuotas bilaterales en transportes terrestres,*

introducción del cabotaje mediante agentes ajenos a la zona y liberalización de la estructura tarifaria.

En el ámbito del *mercado* hay que considerar efectos en la normativa sobre duplicidad, exigencia del ecu como unidad de cuenta para contabilidad y transacciones, normas de envase y embalaje, marcas y patentes.

En el ámbito de *seguros, medios financieros y transferencia de capital* se va a contemplar la liberalización de circulación de capitales, equiparación de la imposición sobre títulos y liberalización de los seguros. Es de suponer que en este apartado la empresa andaluza pueda disponer del dinero a un coste algo menor que el actual, aunque la posibilidad de endeudamiento en divisas tiene unos costes adicionales por los seguros de cambio. Las transferencias de capital, tendrán una incidencia muy importante en la industria agroalimentaria, al tener esta industria una participación extranjera cada vez mayor.

Por último, en cuanto a *estructura y organización de la empresa*, el Mercado Unico va a significar la armonización de la fiscalidad de las empresas y reglas especiales para las PYMES en el caso de impuestos indirectos, aplicación de la «S.A.-C.E.» (Sociedad Anónima Comunitaria), normalización de los contratos de trabajo y simplificación de estados contables.

De forma general, el efecto más directo puede ser el desplazamiento de muchas empresas andaluzas de su mercado regional o nacional, por parte de competidores externos, más eficientes y dinámicos, mediante su presencia en nuestro sistema productivo o accediendo al mercado desde sus centros de producción actuales.

Por tanto, las empresas que pretendan no sólo subsistir sino, como debe ser en buena lógica empresarial, quieran aumentar sus mercados, necesitarán hacer un importante esfuerzo de adaptación y modernización a la nueva situación que se acerca.

Tomando ahora los efectos positivos que puedan derivarse de la existencia del Mercado Unico, podríamos resumirlos principalmente en: menores costes, mayor crecimiento económico y mejora de la productividad.

La reducción de los costes derivada de la supresión de las barreras físicas y de una mayor competencia entre los suministradores, ha de provocar un descenso en los precios de compra de los productos intermedios, con el consiguiente efecto positivo sobre los costes de producción. La consecuencia es que, al tener la mayor parte de la industria no agroalimentaria un fuerte consumo de estos productos intermedios y ser de procedencia extraregional, se va a disponer de una ventaja comparativa importante para acometer otros procesos de adaptación.

El crecimiento económico previsto se puede cifrar en torno al 4% y la creación de empleo va a depender de si el sector servicios actúa como elemento de arrastre en los procesos de adaptación industrial.

La productividad o competitividad es el factor más trascendental ya que de él va a depender la supervivencia de un buen número de empresas sobre todo industriales.

La escasa competitividad se puede medir por la falta de dimensión adecuada, el ofrecer productos no adaptados a la demanda, el no incorporar exigencias de calidad, la no incorporación de nuevas tecnologías, la no profesionalización de la gestión y la rigidez para la utilización de los recursos humanos.

La competitividad de las empresas se ha convertido en el factor clave para su supervivencia y la máxima garantía para afrontar el futuro próximo, con la implantación del Mercado Interior Europeo como horizonte. Obviamente, la falta de competitividad será el problema más importante a solucionar por las empresas en los años venideros.

Como conclusión se puede establecer que, para que nuestra región no salga fuertemente perjudicada con la apertura de las fronteras comunitarias, tendremos que realizar esfuerzos en todos los órdenes, especialmente en todo lo relacionado con la competitividad de nuestras empresas. El hecho de que los principales efectos positivos se concentren en los sectores industriales y de servicios, y Andalucía no tenga una posición importante en el primer sector obliga a elegir una estrategia selectiva

2. LA POLÍTICA COMUNITARIA DE APOYO A LAS PYMES

Las razones fundamentales por las que la política comunitaria selecciona a la PYME como actuación estratégica son, por un lado, que la PYME se encuentra presente en todos los sectores económicos y es imprescindible para el crecimiento y el empleo y por otro que incorpora un factor de estabilidad en el empleo en épocas de recesión.

Asimismo, la justificación de intervención en las PYMES es debido a motivos de diversos órdenes.

En el orden económico, porque representan más del 90% de las empresas de la Comunidad; en el orden de la competencia, porque fomentando y apoyando las PYMES se evitará la masiva concentración de empresas grandes; por la naturaleza misma de su dimensión que la condiciona en las dificultades de financiación, personal, formación, exportación y gestión; también en el orden del desarrollo regional, puesto que las PYMES son la riqueza única y exclusiva de ciertas zonas de la Comunidad; y por último en el orden social, al establecer relaciones estrechas entre empresarios y empleados, fomentando formación y educación de trabajadores.

Las cada vez menores competencias de los gobiernos nacionales y la pérdida del margen de maniobra en la política fiscal a aplicar por éstos, ha llevado a un mayor protagonismo de la Comunidad Europea en el diseño de la política de apoyo a la empresa y en concreto a la PYME.

A partir de julio del 89 la política comunitaria de apoyo a la PYME toma una nueva dimensión, al abandonar el principio de actuación como medida de carácter discontinuo y dirigida a la empresa de forma específica y toma un carácter más integrador con otras políticas comunitarias, de manera que las acciones específicas se integran en las políticas a la empresa, de investigación, ayudas regionales y formación profesional.

Para dar operatividad a esta nueva filosofía se transformó la TASK FORCE PYMES creada en 1986 por una Dirección General de la Política de Empresa, Comercio, Turismo y Economía Social.

La nueva política en favor de la PYME se materializa en un programa de acción con dos bloques diferenciados: la mejora del entorno empresarial y el

fomento del desarrollo de las empresas.

Mejora del entorno empresarial

Dentro de este primer bloque *Mejora del Entorno Empresarial* se pueden considerar los siguientes objetivos:

– Eliminación de obstáculos indebidos de carácter administrativo, financiero y jurídico que impidan el desarrollo y la creación de PYMES.

– La información y ayuda a las empresas en especial a las PYMES, sobre políticas nacionales y comunitarias, disposiciones y actividades que le interesen o puedan interesarle.

– El fomento de la cooperación y la asociación entre empresas, especialmente entre las PYMES de diferentes regiones.

Para alcanzar los objetivos anteriores, la Comunidad impulsa las siguientes medidas

– PROPORCIONAR UN ENTORNO FAVORABLE A LAS EMPRESAS. Eje fundamental sobre el que debe girar toda actuación de apoyo a la PYME. Dicho entorno no está constituido únicamente por la Administración Pública y las disposiciones legislativas, sino que participan otros agentes económicos y sociales, tales como las grandes empresas, las organizaciones empresariales y sindicales.

– FOMENTO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL. Se exige la necesidad de creación de consorcios de cooperación, ofreciendo la Comunidad para ello un buen instrumento: la Agrupación Europea de Interés Comunitario (AEIE).

Igualmente se debería potenciar la promoción de iniciativas empresariales por parte de los jóvenes y la creación de sociedades cooperativas, S.A.L. Para este segundo objetivo se cuenta con el instrumento de los Centros Europeos de Empresa e Innovación (C.E.E.I.).

Asimismo es necesario potenciar la figura de la subcontratación entre empresas europeas.

– MEJORA DEL APARATO ADMINISTRATIVO. Adaptando aquellas normas que proporcionen

la mayor facilidad para el desenvolvimiento empresarial e instituyendo normas que faciliten las relaciones armoniosas entre empresas con posibilidades de cooperación.

– **POTENCIAR EL ADECUADO FUNCIONAMIENTO DE LA PYME.** La definitiva implantación del mercado interior supone, por sí misma, la creación de un entorno favorable para las empresas, al eliminar todos los obstáculos que impiden las buenas relaciones entre las empresas de los diferentes países miembros.

Fomentando los instrumentos que eviten distorsiones del comercio intracomunitario motivadas por actuaciones neoproteccionistas en los Estados miembros.

Difundiendo los avances y situaciones que se producen o se puedan producir en la política de eliminación de las fronteras físicas a través del instrumento de la euroventanilla, cuyos instrumentos deberían guiarse por el principio del aprovechamiento y coordinación de los organismos ya existentes.

Facilitando el acceso al mercado de ofertas públicas, lo que exigirá establecer conceptos homogéneos de PYMEs y un control eficaz de licitaciones.

– **ADAPTACION DEL DERECHO DE SOCIEDADES.** Se persigue la aprobación del estatuto de sociedad europea con el fin de reforzar la competitividad empresarial, la eliminación de la traba de libertad de establecimiento facilitando la apertura de nuevos mercados en otros países comunitarios. Asimismo potenciar la patente y marca europea.

– **CONFIGURACION DE LA COMPETENCIA.** Exigir la aplicación de las disposiciones dictadas y profundizar en la propuesta de regulación de la concentración de empresas.

– **FISCALIDAD ESTIMULANTE.** A través de medidas como la reducción de la carga fiscal sobre beneficios reinvertidos; instaurar un régimen de amortización que permita modernizar el equipamiento; disminuir los gravámenes fiscales en los casos de sucesión, cuando se trate de empresas y continúe la actividad; disminuir los gravámenes sobre la transferencia de la propiedad de las empresas; desglosar en los beneficios fiscales las deducciones por inversión de las que se realizan por crea-

ción de empleo; primar fiscalmente la creación y transmisión de PYMEs; adaptar un sistema armonizado de traslado en el tiempo de la carga impositiva para favorecer al máximo la inversión de las PYMEs; evitar la doble imposición.

Promoción de la creación y desarrollo de PYMES

En este bloque se agrupan las siguientes medidas de apoyo a PYMES:

– **INSTAURACION DE SERVICIOS DE ASESORAMIENTO Y GESTION.** Prestación de servicios útiles para la gestión de la empresa (contabilidad, fiscalidad, financiación, tecnología e innovación) que contribuyan a hacer de las PYMEs empresas más flexibles y competitivas, ya que en la mayoría de los casos no pueden incorporar estos servicios a su estructura interna.

– **FORMACION.** Tanto de directivos como del resto de los empleados. En el caso de formación de los empleados a través de las medidas dirigidas a potenciar el contacto de los organismos que elaboran planes de formación; incrementar las ayudas financieras a la formación profesional de la PYME; creación de una amplia red de Centros de Formación; prestar atención a la formación en el campo de las nuevas tecnologías, facilitando los intercambios de información entre la PYME y los ofertantes de nuevas tecnologías, asegurando los adecuados recursos humanos para la gestión de las nuevas tecnologías y potenciando la formación y cualificación.

En el terreno de la formación de directivos habrá que facilitar los cauces para una formación continuada.

– **INFORMACION.** Todas las acciones que contribuyen a incrementar la información y formación constituyen los pilares básicos sobre los que se asienta el desarrollo de la PYME.

El instrumento para la ejecución de esta medida es la figura del Centro de Información Empresarial.

Los Centros de Información Empresarial (CIE) tienen tres objetivos fundamentales:

Informar a las empresas de todos los temas de interés comunitario. La preparación y cualifica-

ción de los técnicos de estos Centros les permite el acceso a la información estructurada de I+D comunitario y otros programas, cambios en el Mercado Interior, políticas sectoriales, fuentes de financiación comunitarias y otros temas de interés.

Ayudar y asesorar a las empresas que participan en actividades promovidas por la Comunidad, por ejemplo, en sus solicitudes de participación en programas concretos o asesorándolas sobre las dificultades que puedan encontrar como consecuencia de la adopción de las medidas comunitarias. Por ello, los Centros actúan también como vía de comunicación de las empresas con la Comisión y pueden comunicar y advertir de problemas que puedan surgir de las reglamentaciones comunitarias.

Crear una red de asociados que se intercambien información sobre las normativas nacionales y regionales o sobre aquellos procedimientos que tengan un interés directo para las empresas. Este servicio contribuye a la liberalización del Mercado Interior.

– EXPORTACION. Comunicación de experiencias entre sectores muy heterogéneos, creación de una sociedad europea de seguros para el crédito a la exportación, así como al fomento de las inversiones en actividades comerciales e industriales.

– CREACION E INNOVACION. Se debe incidir en aspectos que contribuyan a garantizar la continuidad de la empresa. Por tanto las ayudas previstas para la creación deberían prolongarse durante el periodo de lanzamiento.

En este sentido se han creado los Centros Europeos de Empresa e Innovación, como instrumento dinamizador de una economía actualmente en proceso de despegue y salida al nuevo mercado europeo.

Los CEEI se caracterizan por ser un sistema de detección, estímulo y acercamiento de nuevos empresarios y proyectos, cuyo rasgo dominante es que el método empleado consiste en formar al empresario disponiendo a su vez de un consejero temporal en materia de planificación y gestión de empresas.

Los CEEI proporcionarán a las nuevas empresas servicios básicos de administración y, opcionalmente, aquéllas que lo soliciten tendrán a su disposición

locales adecuados a sus necesidades instalados en los mismos CEEI. En los locales del CEEI, el empresario puede residir temporalmente, ya que una vez transcurrido un periodo determinado, si la empresa es rentable debe poder abandonar el Centro e instalarse en su emplazamiento definitivo, sin que ello implique la pérdida del contacto con el CEEI, que puede seguir prestando sus servicios de asesoramiento a la empresa.

Para la realización de sus funciones, los CEEI dispondrán de financiación proveniente de recursos propios (a través del pago de los servicios prestados y alquiler de locales) y de fondos públicos (locales, autonómicos, nacionales y comunitarios) y privados.

Las empresas instaladas en cada CEEI financiarán sus gastos de inversión mediante capital propio, capital «semilla», capital riesgo, subvenciones públicas y créditos bancarios.

Asimismo es importante fomentar la cooperación Universidad-Empresa y el desarrollo de programas de colaboración estudiantes-empresas.

El programa COMETT dedica especial atención a las necesidades de formación de las PYMES. Se han creado agrupaciones regionales de compañías y Centros de Formación para proveer un canal de comunicación para las PYMES que requieren servicios de formación tecnológica de los centros de enseñanza superior en la región. Además COMETT financia proyectos transnacionales de formación en ámbitos tales como el de transferencia y gerencia de la innovación, la dimensión internacional de las PYMES y la introducción de la tecnología en este sector empresarial.

En el campo de la innovación se prevé la intensificación de la asociación de las PYMES en los trabajos de investigación e innovación, estableciendo un marco necesario para la participación de las PYMES en los programas comunitarios de I+D y aumentando el potencial innovador de las PYMES, dado que este es el principal vehículo de renovación industrial.

Dentro del fomento de la innovación y cooperación tecnológica entre las PYMES, se han de intensificar las acciones llevadas a cabo en el marco del plan de desarrollo transnacional de la infraestructura de apoyo a la innovación y transferencia de tecnolo-

gía que han producido un efecto considerable sobre las PYMES (cooperación transnacional para promover acercamientos entre las PYMES, cooperación transnacional para la divulgación de nuevas tecnologías entre las PYMES, promoción del diseño industrial, incorporación de una dimensión europea a las conferencias sobre tecnología, visitas de grupos de las PYMES a Centros Tecnológicos en el extranjero, organización de redes de expertos en modernización de industrias tradicionales).

La Comisión de la C.E. considera que las nuevas tecnologías deberían estar al alcance de las PYMES y que estas deberían tener acceso a los programas comunitarios de Investigación y Desarrollo como son los programas BRITE, ESPRIT y RACE.

El programa BRITE proporciona I+D a la tecnología de producción y a los nuevos materiales. El programa ESPRIT ofrece la posibilidad de que las PYME cooperen con grandes y pequeñas empresas y con Universidades para el desarrollo de tecnologías avanzadas de la información. El programa SPRINT está concebido para difundir las nuevas tecnologías.

En el área de innovación se debe continuar desarrollando la fórmula de investigación por contrato.

Y, finalmente, se debería crear un programa de difusión de conocimientos técnicos.

PYME Y DESARROLLO REGIONAL. Para la cooperación entre empresas y regiones se ha creado una red de cooperación empresarial (BCNET) consistente en un sistema informatizado basado en una red de asesores empresariales establecidos en todos los países miembros. Esta red permite la rápida identificación de empresas interesadas en asociarse mediante actuaciones concretas de cooperación.

La BC-NET también facilitará la participación de las PYMES en los programas comunitarios, como BRITE, ESPRIT y SPRINT, así como una mayor comprensión de los obstáculos a la cooperación entre empresas de diferentes Estados miembros y el fomento de la extensión de la cooperación a países terceros. Muchos de estos países ya se han interesado en el proyecto y en una etapa posterior se tendrá en cuenta su posible participación.

El programa EUROPARTENARIAT tiene por objetivo fomentar la cooperación entre PYMES de regiones atrasadas o en declive y empresas de otras regiones de la comunidad.

Este programa no se limita a facilitar los acuerdos de cooperación comercial, técnica o financiera sino que, además, incita a las empresas a la cooperación en la medida en que se insta a las empresas a colaborar con carácter transnacional para llevar a cabo planes de desarrollo y diversificación.

Las acciones EUROPARTENARIAT se caracterizan por beneficiar los proyectos más rentables, susceptibles de ejercer un efecto impulsor sobre las inversiones productivas de la región.

El impacto de la cooperación se analiza en valores de renta, de crecimiento de las actividades y de transferencia de tecnología.

La promoción de relaciones de asociación es una condición necesaria e indispensable para el despliegue y renovación industrial en la que las PYMES aportan su capacidad de adaptación y las grandes empresas su tecnología, sus estructuras y su red.

CAPITALIZACION O SISTEMAS DE FINANCIACION DE LAS PYMES. Medidas dirigidas a que la PYME obtenga su financiación en condiciones más favorables, mediante la intensificación de los instrumentos BEI y NIC.

Al ser insuficiente la dotación en recursos propios de las PYMES, estas operan en una situación de desventaja a la hora de obtener líneas de crédito, empréstitos o avales; por tanto, se debe propiciar el acceso al capital-riesgo.

La figura de las sociedades de capital riesgo juega un papel muy importante al cubrir la financiación de la PYME, ya que esta no puede recurrir normalmente al mercado de capitales, estas sociedades cubren, además de la faceta financiera, el aspecto de asesoramiento o asistencia técnica.

Otro instrumento fundamental para el apartado de financiación y dentro de las empresas que no disponen de garantías suficientes, es la figura del segundo aval y la potenciación de las Sociedades de Garantía Recíproca.

Los préstamos globales de la Comunidad siguen siendo una importante fuente de financiación para las PYMES.

Asimismo, los Programas Operativos, que incluyen las Operaciones Integradas de Desarrollo y los Programas Integrados Mediterráneos, recogen medidas experimentales de financiación tales como la cooperación entre bancos para distribuir los préstamos con vistas a mecanismos de reparto de riesgos y el fomento del capital-riesgo.

COOPERACION ENTRE EMPRESAS. La cooperación es un medio adecuado para mantener al mínimo los costes de mercado; llegar a economías de comercialización y producción importantes; acceder a las nuevas tecnologías; expandir la variedad de productos.

Las medidas a acometer para potenciar los vínculos entre las empresas pueden versar sobre investigación (ESPRIT y BRITE), competitividad, innovación y transferencia de tecnología, formación (COMETT), ayudas para la creación de negocios, cooperación industrial (búsqueda de socios para la cooperación técnica, comercial, financiera y de subcontratación).

Aquí se han expuesto someramente el conjunto de acciones que la Comunidad Europea espera desarrollar en el entorno empresarial PYME. Influirá mucho en la efectividad de su aplicación la receptividad empresarial, la intensidad y calidad de aplicación de las medidas por parte de los órganos que tengan que desarrollarlas y, sobre todo, de un entorno económico favorable que implique un efecto multiplicador de dichas medidas.

3. SITUACION DE LA PYME EN ANDALUCIA ANTE LA NUEVA REALIDAD DEL MERCADO INTERIOR EUROPEO

Una vez comentadas las diferentes medidas contempladas por la C.E. dentro de su política específica de apoyo a la PYME, analicemos la situación de la empresa andaluza, al objeto de disponer del marco adecuado que permita concretar y adaptar dichas medidas a nuestra realidad regional.

La identificación de los principales factores restrictivos a la competitividad de las empresas andaluzas diverge según las expectativas de las empresas y

los sectores de actividad en cuestión, sin embargo se puede hablar de una serie de factores comunes tales como:

– Desfase tecnológico y dificultades para mantener el nivel tecnológico existente.

– Dificultades de aprovisionamiento. Andalucía importa el 36% de los consumos intermedios de su economía, de los que el 78% van destinados al sector industrial.

– Problemas de financiación. Sobre todo para afrontar planes de inversión que permitan la mejora tecnológica, una ampliación de la capacidad productiva o el acceso a nuevos mercados.

– Recursos Humanos con niveles no óptimos de cualificación y especialización. Esto, a su vez, ligado a una insuficiente capacidad empresarial y espíritu de empresa.

– Deficientes estructuras de comercialización.

– Escasez de suelo industrial y de servicios avanzados a las empresas .

Específicamente por subsectores económicos, y nos referiremos a los más destacados de nuestra región, sus problemas fundamentales son:

La industria agroalimentaria tiene importantes problemas tecnológicos, comerciales y financieros.

En el sector de *aceites y grasas*, el problema acuciante de la comercialización.

En el sector de *conservas vegetales* es necesario asesoramiento tecnológico, adaptar los procesos a nuevos productos, impulsar los canales de comercialización y potenciar la estrategia de marcas.

Para las *conservas de pescado*, además de los ya expresados para el sector de conservas vegetales, existe un problema específico de descapitalización de las empresas que a su vez deriva de una inadecuada dimensión, consecuencia de una negativa empresarial a la concentración industrial.

En el sector de *bebidas* la situación en Andalucía exige resolver problemas de renovación tecnológica y de gestión.

Por recoger sólo un ejemplo más del sector agroalimentario, el subsector *lácteo y sus derivados* tiene dificultades de comercialización y de dimensión que como en el caso anterior, es debido a una estrategia de actuación contraria a la concentración.

En el sector de *manufactura metálica* existen dificultades en las áreas de gestión, nivel tecnológico y mercado. En el área de gestión por su bajo nivel de informatización y automatización de procesos; en el área tecnológica por la ausencia de un asesoramiento adecuado en la modernización y adaptación tecnológica y en el área del mercado por la rigidez de los canales de distribución. Existe un problema adicional en este sector que es la pequeña dimensión de la mayoría de las instalaciones.

En el sector de la *pedra natural* sus problemas se concentran en la gestión, y más concretamente en la cualificación del personal sobre todo en las áreas de exportación y mecanización de la gestión.

En el sector de la *química orgánica y derivados del petróleo* concurren dificultades de gestión y reconversión tecnológica. La cualificación adecuada del personal y la dependencia tecnológica, constituyen, quizás, sus principales problemas desde el punto de vista de la gestión, mientras que la falta de incentivos fiscales a la I+D supone el principal escollo en el aspecto de la reconversión tecnológica.

En la *química orgánica* son la falta de personal cualificado, la aparición de nuevos productos y la reconversión de los procesos, los principales obstáculos a superar.

Para la *química intermedia y final* se presentan problemas en los ámbitos de la dependencia tecnológica, la comercialización y la inadecuada dimensión industrial.

En el sector del *material electrónico* confluyen desventajas en las áreas de gestión, reconversión tecnológica y dimensión industrial. Dentro del área de gestión, por la falta de personal cualificado, y en cuanto a la reconversión tecnológica, por la aparición de nuevos productos y la necesaria reconversión de sus procesos.

Sectores de bienes de consumo básicos como textil, cuero y calzado, deben enfrentarse a proble-

mas de formación, nuevas tecnologías y dimensión, principalmente.

El sector de *madera y muebles* tiene dificultades de concentración de empresas, descapitalización y estrategias comerciales definidas.

En *papel y artes gráficas*, existen inconvenientes de falta de asesoramiento tecnológico, cualificación del personal y, en el caso concreto de artes gráficas, un problema de informatización.

Hasta aquí la exposición de la situación de la industria y los subsectores más representativos. Pero no sería completo un análisis de los problemas de la situación de la empresa andaluza si no se contempla el sector turístico. Incluso deberíamos hablar ya de «industria turística» ya que esta respondería al esquema clásico de transformación-aprovechamiento de recursos, propio de toda actividad industrial, recursos que, en el caso de Andalucía, con la adecuada incorporación de tecnología turística (servicios, atenciones complementarias, turismo residencial, multipropiedad, etc...) es ya de hecho un sector clave de nuestra economía.

El sector *turismo y actividades complementarias*, junto con el sector construcción tan directamente relacionado con aquél, tiene una serie de problemas comunes al resto de los sectores empresariales y otros específicos. En cuanto a las dificultades comunes se podría hablar de necesidad de reconversión tecnológica (modernización), dificultades de gestión (necesidad de formación continuada en los niveles directivos y de operación) y comercialización (disponiendo de la infraestructura, tratar de incorporar mayores niveles de calidad en la demanda). En cuanto a las dificultades específicas, las derivadas de las fluctuaciones monetarias, coyuntura política y degradación ambiental.

En resumen, el empresario andaluz exige un apoyo decidido en la búsqueda de soluciones para sus problemas de *gestión* (formación, administración moderna, asesoramiento y servicios avanzados de selección de personal, informatización, calidad, planificación estratégica, análisis de la competencia, entre otros); para sus problemas de *producción* (tecnología-selección, costes, reconversión y asistencia de calidad-proveedores, metrología, diseño, análisis, investigación, desarrollo de patentes, cualificación, etc); problemas de *mercado* (distribución, exporta-

ción, marcas, seguros, técnicas de cobro, envase y embalaje, política de intermediarios, etc...); y problemas *financieros* (garantías-S.G.R., avales solidarios, segundas hipotecas-, ingeniería financiera-leasing, capital-riesgo, fondos de arranque, eurotech capital- fiscalidad, autofinanciación, amortización, etc.)

4. APLICACION DE LOS INSTRUMENTOS PREVISTOS EN LA POLITICA COMUNITARIA HACIA LAS PYMES POR PARTE DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE ANDALUCIA

Descritos los efectos del Mercado Interior Europeo sobre las empresas, descritas también las medidas previstas por la Comunidad en favor de las PYMES y expuestos los principales inconvenientes con los que se encuentra la empresa andaluza –principalmente la empresa industrial– trataré de explicar en este capítulo, el papel del Instituto de Fomento de Andalucía como vehículo apropiado para la aplicación efectiva de la política comunitaria en favor de la PYME en nuestra región.

La situación de la empresa en Andalucía lleva al Instituto de Fomento a plantearse unos objetivos para su actuación que enlazan estrechamente con la política comunitaria de apoyo a PYMES.

Los objetivos contemplados en la Ley de creación del Instituto recogían tres objetivos básicos tales como:

– Promover, facilitar y coordinar los medios públicos y privados en la Comunidad Autónoma de Andalucía hacia la creación de empresas dirigidas a los sectores que se consideren básicos y hacia los objetivos de promoción económica.

– Consolidar y potenciar la estructura empresarial mediante el aumento de la competitividad de las empresas a través del apoyo a la mejora de la gestión, la comercialización y la introducción de las ventajas tecnológicas, así como el estímulo a la inversión y prestación de apoyo financiero a las empresas.

– Además se marcaba como objetivo la dirección y control de las empresas de la Junta de Andalucía, cuya finalidad sea el fomento económico.

Con el fin de establecer una mayor articulación de las actuaciones se establecieron los siguientes objetivos intermedios:

– *Fortalecimiento de la estructura empresarial* mediante la dotación a las empresas de una dimensión adecuada, disminuyendo el minifundismo y procurando un entramado productivo de dimensiones adecuadas para afrontar la dinámica económica.

– *Mejorar la competitividad de las PYMES andaluzas*, apoyando la mejora de los parámetros tecno-organizativos de las empresas de manera que éstas incorporen modernas técnicas de gestión, administración y comercialización, de tal forma que las decisiones que adopten respondan a un adecuado conocimiento de la situación y perspectivas de la empresa y los mercados, que les permita una positiva adaptación al entorno, como fomentar la innovación empresarial y el desarrollo tecnológico de las empresas de forma que puedan afrontar nuevos procesos productivos y acceder a nuevos mercados.

– *Mejorar la financiación de las empresas*, adecuando la estructura financiera de las empresas a las necesidades actuales, canalizando recursos o interviniendo en tal sentido, de forma que se garantice a las empresas financiación suficiente en cuanto a plazo y coste, que le permita mejorar su liquidez y solvencia, así como hacer frente a las necesidades de nuevas inversiones.

– *Desarrollo de sectores prioritarios* a través del desarrollo y potenciación de los sectores que cuentan con ventajas en nuestra región y se encuentran en expansión tanto a nivel nacional como internacional, como aquellos sectores de demanda creciente no presentes en el entramado productivo regional y que conviene implantar, generando así efectos inducidos sobre el tejido empresarial existente, y contribuyendo así a la necesaria diversificación productiva.

– *Revalorización y desarrollo de los recursos industriales y artesanales* que busca tanto el relanzamiento de sectores que por encontrarse en fases maduras conviene apoyarlos en su reestructuración y adaptación a las nuevas necesidades del mercado, como en el desarrollo a las actividades y territorio con potencialidades endógenas, que por determinadas circunstancias quedan marginadas de los procesos expansivos de la economía regional.

Una vez expuestos los objetivos básicos e intermedios del Instituto, se concluye que de las estrategias elegidas para instrumentar y desarrollar dichos objetivos la más importante es la «estrategia PYME».

Como ya quedó dicho, la aplicación de la política comunitaria en favor de la PYME tiene dos grandes líneas: la mejora del entorno empresarial y la potenciación de las empresas. Para el caso de la mejora del entorno empresarial se proponían medidas como la adaptación del derecho de sociedades, fiscalidad, configuración de la competencia y eliminación de normas administrativas. Dichas medidas, por su naturaleza y trascendencia, tienen un marco superior al de un ente de promoción económica como el Instituto. Sin embargo, en el bloque de potenciación de las empresas, con las medidas ya citadas de información, formación, financiación, cooperación, innovación, asesoramiento, exportación e integración del desarrollo regional, es el Instituto el ente más apropiado para llevar a cabo las medidas contempladas. En definitiva, existen unas medidas que son «de Estado» y sólo corresponde al Instituto difundirlas y extenderlas y otras, que son operativas e instrumentales, y que el Instituto ha venido aplicando desde su creación en razón de los objetivos marcados por la política económica de la Junta de Andalucía.

Los factores que demuestran la idoneidad del Instituto de Fomento de Andalucía para la ejecución de dichas medidas son de tres tipos: adaptabilidad, capacidad y trayectoria.

– La *adaptabilidad*, porque la configuración jurídica del Instituto le permite actuar en todas las situaciones permitidas de la esfera económica, adecuando su actuación financiera, técnica, operativa, etc, a la dirección más ventajosa para los intereses de nuestra región.

– La *capacidad*, porque la reunión de medios humanos y materiales, junto con los recursos asignados y gestionados, le dan la posibilidad de intervenir con la intensidad y eficacia que le marcan en cada momento las autoridades económicas regionales en función de los problemas económicos planteados en Andalucía.

– La *trayectoria* del Instituto de Fomento de Andalucía ha sido clara, tanto en la gestión de recur-

sos (recibiendo desde el año 1983, en que se crean sus organismos precedentes, tareas de coordinación, ejecución, colaboración e intervención), como en la promoción económica (con funciones para impulsar, instrumentar y dirigir).

Aplicación de los instrumentos de actuación del Instituto de Fomento de Andalucía

Expuestos los elementos que definen la aptitud de nuestro Instituto para el papel de ejecutor de las medidas de política en favor de la PYME por parte de la C.E., pasemos a describir la aplicación concreta de los instrumentos disponibles.

Las PYMEs padecen defectos estructurales que las colocan en inferioridad de condiciones en un mercado de libre competencia: falta de profesionalización para la gestión empresarial, falta de información, imposibilidad de acceso a los nuevos procesos tecnológicos y ausencia de investigación y, por último, inadecuada financiación.

El Instituto de Fomento de Andalucía tiene como objetivo prioritario el apoyo decidido a las PYMEs por ser las que más fácilmente pueden lograr el objetivo final de creación de empleo.

Analizando por separado cada uno de los inconvenientes de la PYME podemos asimismo examinar los instrumentos de actuación puestos en marcha por el Instituto, para su corrección.

Falta de formación y profesionalización empresarial

La multiplicidad de tareas que convergen en el empresario de la PYME no le permiten estar en condiciones de conocer en profundidad para cada una de las tareas, cuáles son las fórmulas mejor adaptadas ni las técnicas más modernas. Incluso en una empresa próspera y bien dirigida, algunos de sus elementos de actividad suele presentar repetidamente lagunas o imperfecciones. Frecuentemente esto es lo que ocurre en relación con los métodos de gestión y dirección, la contabilidad industrial, los precios de fabricación, la política de previsiones, etc...

En este sentido, hay que decir, que el Instituto consciente de esta problemática, se ha marcado como meta promover a todos los niveles, acciones de formación para pequeños y medianos empresa-

rios que además de la gestión empresarial, abarquen otros campos, tales como el entorno legal comunitario, las técnicas de comercialización en la nueva situación de liberalización comercial, etc...

El Instituto interviene en los programas dirigidos al Sector Industrial a través de los cursos a especialistas y mandos intermedios, dentro del apartado de informática aplicada a la industria.

Colabora en programas de fomento empresarial y es el promotor de los Centros Europeos de Empresas e Innovación (CEEI) de Andalucía: el de San Juan de Aznalfarache (Sevilla) y el del Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga.

Asimismo, apoya iniciativas de entidades públicas y privadas en el terreno de la mejora de la gestión.

Falta de información

Normalmente, el empresario-director de la pequeña y mediana empresa actúa aislado, y carece de documentación e información, o bien, la información disponible no está bien adaptada a sus necesidades. No tiene la posibilidad de mantenerse adecuadamente informado.

La principal razón por la que el empresario no está informado es porque no tiene un canal adecuado. Si la estructura de la empresa lo permite será la propia organización la que «tratará» la información disponible y la elevará al responsable para su decisión. Pero en la mayoría de los casos no existe canal de información o resulta muy deficiente.

La totalidad de los instrumentos de corrección de la falta de información han tenido el mismo problema: la falta de continuidad en su desarrollo.

Estas dos características (ausencia de canal de información y discontinuidad en los instrumentos aplicados), llevaron al Instituto a plantear su área de información con un doble enfoque: atención a la PYME a través de las Gerencias Provinciales (con un tratamiento previo de la información disponible) y Divulgación y Difusión del material documental de interés.

Se ofrece, por tanto, el canal de la Gerencia Provincial para el empresario cuya estructura no le per-

mite acceder a las vías convencionales de información y se ofrece también la posibilidad a las empresas con canales de información establecidos que utilicen el Fondo Documental del Instituto.

Este Fondo Documental está constituido por: Bases de Datos (ámbito legal, técnico, comercial, financiero, empresarial, etc...), Publicaciones (documentos de divulgación, cuadernos, guías, folletos, etc...) además de Catálogos (publicaciones, productos, servicios, suelo) y Centros de Documentación (centros especializados).

Deficiente comercialización

Se pretende el apoyo a la comercialización, colaborando con la Dirección General de Cooperación Económica y Comercio en tareas como la realización de análisis de mercado, de campañas de promoción, facilitando la creación de estructuras comerciales en otras regiones y países, o poniendo en contacto a las empresas andaluzas con cadenas internacionales de distribución.

Problemática tecnológica y de investigación

El reto tecnológico es una de las cuestiones que preocupan de manera prioritaria al Gobierno Andaluz, y ha dado lugar a una serie continuada de medidas de política industrial encaminadas a la difusión industrial de I+D en las PYMES.

El Instituto desarrolla con especial énfasis los Programas Comunitarios SPRINT (mejoras en los procesos tecnológicos) y ESPRIT (tecnologías de la información). Los Programas y Planes del Estado relativos al Apoyo a la Innovación Tecnológica (CDTI), PEIN-III (Electrónica, Informática), Programa Nacional de Investigación y los Programas y Planes Autonómicos de Modernización e Innovación tecnológica, Programas en base a calidad a empresas, Convenios Universidad-Empresa (con especial referencia al programa COMETT), Colaboración centros CSIC-Empresa, Plan Andaluz de Investigación y Ciencia, etc., etc.

El Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga y el Proyecto Cartuja'93, son los dos medios de innovación tecnológica con que contaremos en nuestra región, configurándose ambos como pilares muy importantes de la política de desarrollo tecnológico en Andalucía. Ambos centros significan la posibili-

dad de una concentración de empresas con tecnologías avanzadas y sobre todo, de irradiación de las mismas hacia la pequeña y mediana empresa andaluza, ofreciéndole a ésta la posibilidad de integrarse en proyectos de futuro.

Por otro lado, el Instituto está desarrollando programas específicos de desarrollo tecnológico en las áreas de Electrónica, Informática y Telecomunicaciones; Diseño Industrial y Desarrollo Energético.

El Instituto cuenta además, con un programa específico de Innovación Tecnológica que es complementario de la línea financiera del Centro Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

Financiación de las PYMES

En la actualidad, falta de una financiación adecuada es uno de los mayores problemas con los que se enfrenta la pequeña y mediana empresa, y llegan a constituir un factor que limita sus posibilidades de expansión.

En un gran número de pequeñas y medianas empresas el capital está formado por una o varias familias de reducido poder económico, que no pueden suministrar los fondos necesarios que demanda la empresa en su expansión.

Se añade a ésto la enorme dificultad que tienen las Pymes para conseguir préstamos a largo plazo.

Por lo general, las Pymes tienen únicamente acceso al mercado de dinero (créditos a corto plazo), donde los tipos de interés actuales se mueven en una banda que oscila entre 5 y 10 puntos por encima del índice de inflación.

El conjunto de problemas enumerados hace que la financiación de la PYME sea una de las líneas de actuación más abordada por el Instituto de Fomento de Andalucía, habiendo desarrollado para ello un amplio abanico de instrumentos.

Los instrumentos de apoyo a la inversión y financiación son los siguientes:

Subvenciones a la inversión y modernización:

– Subvención a la Inversión en general (Ley de Incentivos Económicos Regionales), donde el Insti-

tuto opera como órgano técnico de consulta.

– Subvenciones a la mejora de la eficacia de estructuras agrarias (a través de avales concertados con la Consejería de Agricultura y Pesca).

– Subvenciones a la transformación y comercialización de productos agroalimentarios (combinado con la Ley de Incentivos Regionales y la posibilidad de subsidiación de interés o avales técnicos).

– Subvenciones a la Inversión en Zonas de Acción Especial (ZAE).

Subvenciones a Infraestructuras:

– A través de los programas comunitarios PRISMA y STAR.

Financiación: Los instrumentos financieros del Instituto de Fomento de Andalucía se han aplicado en función de los siguientes objetivos:

a) Mejorar las posibilidades de financiación a medio y largo plazo de los proyectos empresariales de inversión, reconversión e innovación.

b) Posibilitar la reconversión de las estructuras financieras de los pasivos de las Pyme que son inadecuadas en cuanto a plazo y tipo de interés.

c) Resolver la problemática de secular falta de «garantías bastantes» de las Pyme a la hora de solicitar y/o contratar ayudas financieras.

Las acciones realizadas para la consecución de estos objetivos se enmarcan dentro de la estrategia operativa global del Instituto, en el sentido de que se aplican unos criterios selectivos de actuación conforme a las prioridades establecidas. Se ofrece un paquete de productos financieros «privilegiados» con los que se persigue apoyar financieramente a un proyecto ubicado dentro de los objetivos de promoción empresarial del Instituto, al que se ha diagnosticado una viabilidad económica técnica, financiera y comercial y, al mismo tiempo, está respaldado por unas garantías mínimas.

Los instrumentos financieros son los siguientes:

– Participación en operaciones de capital riesgo, de forma compartida o exclusiva. *Participaciones*

minoritarias, para completar o equilibrar la estructura financiera de proyectos empresariales deficitarios en capitalización inicial, o bien para colaborar con la dirección de las empresas, a través de su Consejo de Administración, en las que se ha contraído algún riesgo, o presentan carencias de tipo organizativo, técnico, comercial, etc. Y participaciones mayoritarias, para protagonizar proyectos empresariales de gran interés estratégico, en los que la iniciativa privada ha renunciado a ser el principal agente promotor, o carece de capacidad económico-financiera para serlo.

– Concede directamente préstamos a medio y largo plazo para la financiación de proyectos de inversión o reconversión protagonizados por Pymes.

– Subsidiación del tipo de interés en préstamos a medio y largo plazo afectos a Convenios suscritos con Entidades Financieras, públicas o privadas, para la financiación de proyectos de inversión o reconversión.

– Concede préstamos directos del Instituto para la reconversión en plazo y tipos de interés, de otros préstamos y créditos que suponen una gran carga financiera para las Pyme.

– Concede directamente avales técnicos y financieros.

– Reavala, y avala subsidiariamente.

– Prima las subvenciones al coste de los préstamos concertados con las Entidades Financieras, cuando se formalicen con el aval de una S.G.R.

– Subvenciona directamente el coste de los avales de las S.G.R. afectos a los préstamos subvencionados, concertados con las Entidades Financieras.

Por lo que respecta a la política comunitaria de cooperación entre empresas, el Instituto de Fomento de Andalucía, ha desarrollado ampliamente programas de cooperación subvencionados por la C.E., siendo organizador del EUROPARTENARIAT 89, celebrado en Torremolinos (Málaga). Por otra parte, colabora con la oficina comunitaria de aproximación de empresas, desarrolla encuentros empresariales transfronterizos, ejecuta el programa SPRINT de transferencias de tecnologías y está integrado en la red BC-NET de oportunidades empresariales.

Por lo que se refiere a la política de PYMEs y Desarrollo Regional, la decisión de aceptación del Instituto de Fomento de Andalucía como organismo intermediario del instrumento de la Subvención Global, merece un desarrollo aparte y convierte al Instituto en el instrumento clave de la administración autonómica.

PYME y desarrollo regional

El Instituto de Fomento de Andalucía demostró su vocación de organismo impulsor del desarrollo regional con los Planes de Actuación Sectoriales y Territoriales, y se le confirmó en este papel al encomendarle los Planes de Fomento de los Parques Naturales y los cometidos, relacionados con el mundo empresarial, establecidos en los Programas Operativos, tareas encuadradas todas dentro de una estrategia de desarrollo endógeno; pero es ahora, con la designación de órgano ejecutor de la Subvención Global cuando se ve reconocida su destacada actuación en este campo, suponiendo, a la vez, un paso cualitativo de gran importancia en su trayectoria.

El instrumento de la Subvención Global consiste en la posibilidad por parte de un Organismo Intermediario, en este caso el Instituto de Fomento de Andalucía, de gestionar los fondos destinados a las regiones, bajo una fórmula de fondos globales o subvención global. Ya en la propuesta se reconoce que el Organismo Intermediario debe seleccionarse teniendo en cuenta las funciones a desarrollar, tanto financieras como generales, la organización necesaria para poder responder a las exigencias que plantean tanto la gestión como el seguimiento y control de la subvención. Se indica que la Subvención Global debe recaer en una Institución que sea capaz de poner en funcionamiento una estrategia de desarrollo y de combinar diferentes medios de intervención.

La instrumentación de las acciones en la Subvención Global se concreta en nueve programas: Planes Sectoriales, Mejora de la Gestión Empresarial, Apoyo a proyectos de interés regional, Innovación empresarial y transferencia de tecnología, Infraestructura empresarial, Planes de Fomento en Parques naturales, planes territoriales de Desarrollo, Promoción de Suelo Industrial y Asistencia Técnica.

La Subvención Global se ha definido para un periodo de tres años (1991-1993), ascendiendo el gasto total de los programas a 10.145 millones de

pesetas, de los que 5.437 corresponden al FEDER y 4.708 al Instituto de Fomento de Andalucía, y contempla de forma específica subvenciones directas, subvenciones a estudios, participaciones en capital, préstamos, subsidiación de tipo de interés y ayudas técnicas.

Finalmente, confiar que el principal destinatario de todas estas medidas, el empresario andaluz, encuentre en el Instituto de Fomento de Andalucía, la organización competente y capacitada que le ayude a resolver sus necesidades de adaptación a la nueva situación de mayor competitividad que se avecina.

BIBLIOGRAFIA

Las empresas andaluzas ante el reto del Mercado Interior Europeo de 1993. Nota informativa. IFA. Delegación de Bruselas, 1991.

El Mercado Interior Europeo. Documento. Consejería de Economía y Hacienda, 1991.

Programa Andaluz de Desarrollo Económico 1991-1994. Consejería de Economía y Hacienda. 1991.

El sector industrial en Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda. IFA. 1991.

Subvención Global de Andalucía 1991-1993. IFA. 1991.

Las Pymes y el Mercado Interior Europeo. IMPI. 1990.

Objetivos y estrategias de la política de apoyo empresarial IFA. 1991.

Informe Económico Financiero de Andalucía 1990. ESECA, 1991.

Instrumentos financieros comunitarios de apoyo a las PYMES. Economía Industrial. Mayo-junio, 1990.