

# Análisis introductorio

## 1. Introducción

En este estudio introductorio del BEA nº 28-29 se ofrece una aproximación a la situación y características del tejido empresarial andaluz. Para ello, junto a aspectos tradicionales en un análisis de este tipo, como son la dimensión y localización geográfica de las empresas andaluzas, su tamaño, distribución sectorial, y forma jurídica, se abordan otros como los flujos de entrada y salida al tejido empresarial, esto es, sobre el proceso de creación y disolución de empresas, así como la importancia e implicaciones de las denominadas empresas multilocalizadas, es decir, aquellas que teniendo el domicilio social en una determinada Comunidad Autónoma, tienen establecimiento abierto en otras.

Todo ello se completa con el análisis de otras cuestiones de gran actualidad y relevancia para el futuro de las empresas andaluzas, como es el proceso de innovación tecnológica en las mismas; la globalización económica mundial y la participación en la misma de las empresas andaluzas; y el reto al que se enfrentan las empresas andaluzas en los próximos años debido a la participación de España en la Unión Monetaria Europea y, en particular, al proceso de adaptación al euro.

Para terminar, en el análisis se ha incluido también una somera caracterización de los empresarios y directivos andaluces, haciendo referencia a rasgos tales como las motivaciones de los mismos para

fundar una empresa, su antigüedad en la empresa, experiencia en su cargo, y nivel de formación, entre otros aspectos.

## 2. Dimensión y localización geográfica

El Instituto Nacional de Estadística (INE) viene publicando, con periodicidad anual, el *Directorio Central de Empresas* (DIRCE), que constituye un conjunto organizado de información con datos de identificación, localización, distribución territorial y clasificación por tamaño y actividad económica de empresas.

Los datos de este directorio, obtenido a partir de fuentes administrativas y ficheros estadísticos, complementados con otras informaciones procedentes de las operaciones estadísticas corrientes del INE, ofrecen información para las actividades económicas encuadradas en los sectores no agrarios. Estos ponen de manifiesto que, en el año 2000, y con información referida a uno de enero, el sector empresarial andaluz está compuesto por un total de 376.646 empresas de los sectores no agrarios, que representan el 14,5% del total nacional. Esta importancia relativa, si bien es inferior al peso de la población andaluza sobre el conjunto de España, (18,3% en 1999, según el INE), supera en siete décimas a la aportación de esta Comunidad Autónoma al PIB nacional (13,8% en 1999), y supone que Andalucía es la segunda Comunidad Autónoma, después de Cataluña, con mayor número de empresas.

Desde mediados de la década de los noventa, fecha en la que se dispone de esta información, el número de empresas andaluzas se ha incrementado en un

14,3%, lo que pone de manifiesto un mayor dinamismo que a nivel nacional, donde en el lustro 1995-2000 el aumento ha sido inferior (12,8%).

**Cuadro 1. NÚMERO DE EMPRESAS. ANDALUCÍA-ESPAÑA.**

	1995		2000		% Cto. 1995/2000
	Número	% sobre total	Número	% sobre total	
Almería	24.950	7,6	29.913	7,9	19,9
Cádiz	43.366	13,2	45.886	12,2	5,8
Córdoba	36.269	11,0	40.356	10,7	11,3
Granada	39.390	12,0	45.111	12,0	14,5
Huelva	18.848	5,7	20.872	5,5	10,7
Jaén	28.293	8,6	30.829	8,2	9,0
Málaga	62.981	19,1	76.081	20,2	20,8
Sevilla	75.499	22,9	87.598	23,3	16,0
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>329.596</b>	<b>100,0</b>	<b>376.646</b>	<b>100,0</b>	<b>14,3</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>2.301.559</b>	<b>-</b>	<b>2.595.392</b>	<b>-</b>	<b>12,8</b>

FUENTE: DIRCE (INE).

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía.

Desde el punto de vista territorial, la distribución geográfica de las empresas andaluzas guarda una coherente relación con la población y con el potencial económico, siendo las provincias más pobladas y que aportan más al PIB de Andalucía las que absorben un mayor número de empresas. En este sentido, Sevilla y Málaga concentran el mayor número de empresas, absorbiendo en conjunto un 43,4% del total. Frente a ello, la menor entidad del tejido empresarial se observa en Huelva, con 20.872 empresas en 2000, el 5,5% del total.

En la localización de las empresas, además, influyen otros factores, entre los que destaca la diferente estructura productiva de cada provincia. Así, en aquellas, como es el caso de Málaga, en que el sector servicios tiene una mayor importancia relativa, el número de empresas es relativamente superior, ya que, como se verá con posterioridad, en este sector predominan tanto las empresas que no emplean a ningún asalariado como aquellas que tienen un menor número de los mismos.

En cuanto a la dinámica provincial que han registrado las empresas andaluzas en los últimos cinco años, las que más han aumentado han sido las de

Málaga (20,8%) y Almería (19,9%). Junto a ellas, también en Sevilla (16%) y Granada (14,5%), el aumento ha sido superior al promedio de la región y del conjunto de España. En las restantes provincias, el número de empresas se ha incrementado con menor intensidad, destacando especialmente Cádiz con un 5,8%.

### 3. Tamaño de la empresa andaluza

El primer aspecto importante a destacar en el análisis de la empresa andaluza según su tamaño, es que la mayor parte del tejido empresarial andaluz, al igual que ocurre a nivel nacional, está compuesto por empresas que no tienen a su cargo a ningún asalariado. En el año 2000, según el DIRCE, hay en Andalucía un total de 212.899 empresas no agrarias sin asalariados, lo que supone el 56,5% del total, un porcentaje ligeramente superior a la media nacional (54,6%). Junto a ello, el otro 43,5% de las empresas andaluzas, es decir, 163.747 tienen algún personal asalariado en el año 2000.

El número de empleados por empresa pone de manifiesto que en Andalucía, al igual que a nivel

nacional, hay un claro predominio de pequeñas y medianas empresas. El 88,2% de empresas andaluzas con asalariados tienen menos de 10 trabajadores, porcentaje ligeramente superior al registrado en España (86,7%).

En el lado opuesto, las grandes empresas son muy escasas, contabilizándose, en el año 2000, sesenta con quinientos trabajadores o más, lo que significa

el 5,2% del total nacional; porcentaje que dista en gran medida de la importancia relativa que en conjunto presenta la empresa andaluza que tiene asalariados sobre el total de España (13'9%). Es significativo que casi el 60% de estas grandes empresas (58,3%) se concentran en Sevilla y Málaga, es decir, en las provincias de mayor peso económico de Andalucía.

**Cuadro 2. EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS. ANDALUCÍA-ESPAÑA.**

	2000				1995				% Cto. 1995/2000	
	Andalucía		España		Andalucía		España		Andalucía	España
	Número	% sobre total	Número	% sobre total	Número	% sobre total	Número	% sobre total		
<b>Sin Asalariados</b>	212.899	56,5	1.417.221	54,6	201.008	61,0	1.326.433	57,6	5,9	6,8
<b>Con Asalariados</b>	163.747	43,5	1.178.171	45,4	128.588	39,0	975.126	42,4	27,3	20,8
<b>1 a 9</b>	144.460	38,4	1.021.248	39,3	115.694	35,1	855.145	37,2	24,9	19,4
<b>10 a 49</b>	17.021	4,5	135.114	5,2	11.370	3,4	103.560	4,5	49,7	30,5
<b>50 a 199</b>	1.944	0,5	17.735	0,7	1.263	0,4	13.111	0,6	53,9	35,3
<b>200 a 499</b>	262	0,1	2.910	0,1	201	0,1	2.316	0,1	30,3	25,6
<b>500 y más</b>	60	0,0	1.164	0,0	60	0,0	994	0,0	0,0	17,1
<b>TOTAL</b>	376.646	100,0	2.595.392	100,0	329.596	100,0	2.301.559	100,0	14,3	12,8

FUENTE: DIRCE (INE).

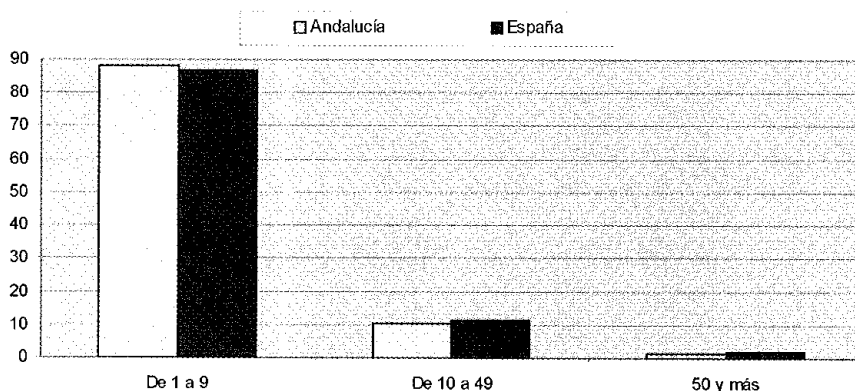
ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía.

Desde una perspectiva dinámica, el aumento del tejido empresarial entre 1995 y el año 2000 se ha centrado, básicamente, en aquellas empresas que tienen asalariados, que aumentan un 27,3% interanual, mientras que las que no los tienen tan sólo se han incrementado en un 5,9%.

Dentro de las empresas que cuentan con personal asalariado, y en línea con lo que ocurre a nivel nacional, el mayor crecimiento se da en aquellas que poseen un tamaño medio. Así, las empresas que tienen entre 10 y 49 empleados se han incrementado en un 49,7% y las que tienen entre 50 y

199, un 53'9%. Ello ha determinado que, en el actual ciclo de crecimiento, y con la información disponible del lustro 1995-2000, la creación de empresas en Andalucía no ha estado centrada en las de menor tamaño, sino en las de una dimensión relativa mayor, de manera que las empresas con nueve trabajadores o menos han perdido peso sobre el total, aunque todavía siguen siendo las de mayor importancia relativa. Junto a ello, señalar que el número de empresas de mayor dimensión (500 asalariados o más) apenas ha variado en el período considerado.

Gráfico 1. NÚMERO DE EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS. AÑO 2000



NOTA: Porcentaje de empresas sobre el total.  
FUENTE: DIRCE (INE).  
ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía

#### 4. Distribución sectorial

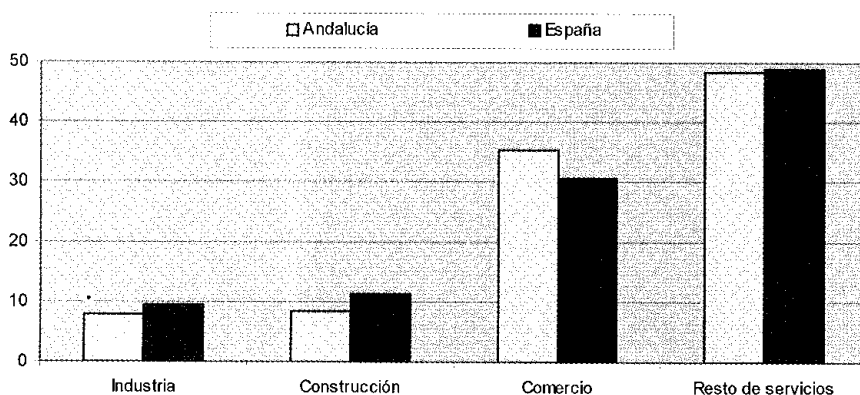
La distribución de las empresas no agrarias andaluzas por sectores productivos, pone de manifiesto que, en el año 2000, según el DIRCE, la mayor parte, en concreto el 83,7%, pertenece a los servicios, representando un 7,9% las empresas industriales y un 8,3% las del sector de la construcción. A nivel nacional estos porcentajes son parecidos, si bien las empresas industriales y de la construcción tienen un mayor peso relativo, en detrimento de las de servicios.

En relación a las empresas del sector servicios, la mayoría se concentra en subsectores tradicionales como son el comercio y la hostelería, en los cuales Andalucía tiene una mayor especialización produc-

ta que la media nacional. Las actividades comerciales, que a nivel nacional representan en el año 2000 el 30,5% de las empresas no agrarias, absorben en Andalucía el 35,3%, perteneciendo casi las tres cuartas partes (71,5%) al comercio minorista. Las empresas incluidas en la actividad de hostelería representan el 11% del total de empresas andaluzas no agrarias, frente al 10,1% a nivel nacional.

Junto a ello, y dentro de los servicios, en Andalucía destacan también por su importancia cuantitativa las empresas incluidas en "otras actividades empresariales", entre las que se encuentran la asesoría jurídica y fiscal, o la consulta y asesoramiento sobre dirección y gestión empresarial, que significan un 12,2% del total del tejido empresarial andaluz de los sectores no agrarios.

Gráfico 2. NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN SECTOR ECONÓMICO. AÑO 2000



NOTA: Porcentaje de empresas sobre el total.  
FUENTE: DIRCE (INE).  
ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía

Entre las empresas industriales, que como se ha indicado tienen una representación del 7,9% del total, por debajo de la media nacional (9,3%), destacan por su número las empresas de los subsectores de productos alimenticios y metálicos, en clara sintonía con la especialización industrial de Andalucía.

Analizando el incremento del número de empresas respecto a las existentes en 1995, se observa que en la construcción, sector más dinámico del actual ciclo de crecimiento, ha sido donde más han aumentado (39,7%), por encima además del crecimiento registrado en el sector a nivel nacional

(32,3%), seguido por los servicios (25'4%) y, en último lugar, la industria (3'1%).

Diferenciando por ramas de actividad, destaca la fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos, sector de fuerte crecimiento a nivel internacional, como la más dinámica, ya que entre 1995 y el año 2000, el número de estas empresas se ha multiplicado por cinco. Le siguen las actividades asociativas, que casi se han cuadruplicado y, en tercer lugar, son las actividades auxiliares a la intermediación financiera las de mayor crecimiento, multiplicándose por 2'5 en el período considerado.

**Cuadro 3. NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN ACTIVIDADES ECONÓMICAS. ANDALUCÍA.**

	2000		% Cto 1995/2000
	Número	% sobre total	
<b>TOTAL</b>	376.646	100,0	14,3
<b>INDUSTRIA</b>	29.910	7,9	3,2
<b>Industria de productos alimenticios y bebidas</b>	6.165	1,6	-9,2
<b>Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería</b>	2.192	0,6	7,0
<b>Fabricación de otros productos minerales no metálicos</b>	2.395	0,6	1,1
<b>Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo</b>	4.697	1,2	14,5
<b>Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras</b>	4.319	1,1	5,8
<b>Resto actividades industriales</b>	10.142	2,7	5,9
<b>CONSTRUCCIÓN</b>	31.309	8,3	39,2
<b>SERVICIOS</b>	315.427	83,7	13,4
<b>Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos</b>	94.965	25,2	1,9
<b>Hostelería</b>	41.347	11,0	2,6
<b>Transporte terrestre; transporte por tuberías</b>	29.709	7,9	5,9
<b>Otras actividades empresariales</b>	45.802	12,2	37,3
<b>Resto actividades terciarias</b>	103.604	27,5	24,5

FUENTE: DIRCE (INE).

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía.

Si junto a la distribución sectorial de las empresas se considera el tamaño de las mismas, se observa que mientras que en el comercio y las restantes actividades de los servicios predominan las empresas que no tienen asalariados, en la industria y la construcción no se produce este fenómeno, ya que son mayoritarias las empresas que tienen algún asalariado.

Por otro lado, en todos los sectores se observa un

claro predominio de las pequeñas empresas, aunque especialmente en el comercio y los restantes servicios, donde las empresas con menos de diez trabajadores representan el 92'2% y 91%, respectivamente, mientras que la media andaluza de los sectores no agrarios es del 88,2%.

Las empresas de dimensión intermedia, es decir, entre 10 y 199 trabajadores, tienen mayor importancia relativa en la industria y la construcción.

Y las grandes empresas, de más de 500 trabajadores, se concentran la mayoría en los servicios, especialmente en las ramas de intermediación financiera y de asesoría jurídica y fiscal, y consulta y asesoramiento sobre dirección y gestión empresarial.

## 5. Forma jurídica

Respecto a la forma jurídica, el aspecto más destacable del panorama empresarial andaluz, según ponen de manifiesto los datos publicados en el DIRCE, es la menor proporción relativa de empresas con personalidad jurídica, frente a las que son persona física. Esta circunstancia está relacionada con el predominio de empresas que no tienen ningún asalariado, que caracteriza tanto al tejido empresarial nacional como andaluz.

De otro lado, entre las empresas con personalidad jurídica, destacan las Sociedades de Responsabilidad Limitada, que en 2000 significan un 21,8% del total de empresas no agrarias andaluzas. En segundo lugar, se encuentran las Sociedades Anónimas, seguidas por las Comunidades de Bienes y las

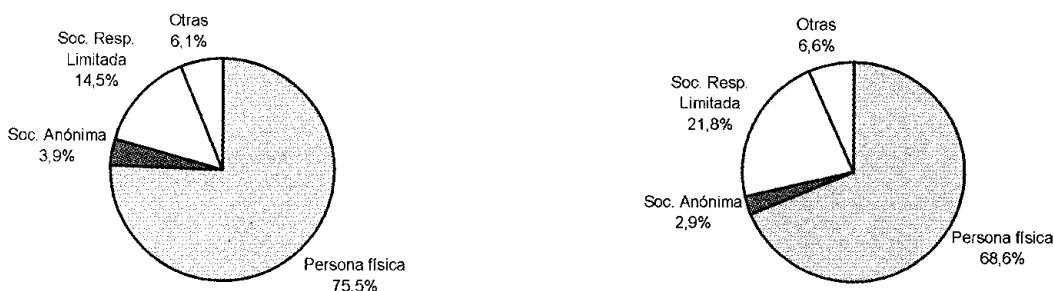
Cooperativas, siendo las Sociedades Colectivas y las Comanditarias muy poco representativas.

Esta estructura de la empresa, según su forma jurídica, presenta similar distribución que la media nacional, si bien cabe destacar la menor presencia relativa de las empresas personas físicas en España (64,1% del total), y por contra, el mayor peso de las que tienen personalidad jurídica, especialmente en las Sociedades Anónimas y de Responsabilidad Limitada.

Resulta interesante destacar que en el actual ciclo de crecimiento, son las empresas constituidas como Sociedades de Responsabilidad Limitada las que más han crecido, aumentando en el período 1995-00 un 72,32%, en línea con lo registrado a nivel nacional. Le siguen en importancia las Cooperativas y las Comunidades de Bienes, con un aumento del 16'2% y 6'3%, respectivamente.

Frente a ello, destaca la reducción de las Sociedades Colectivas (-30'2%) y, en menor medida de las Sociedades Anónimas (-13'6%), fenómeno que también se observa en el conjunto nacional.

Gráfico 3. DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN FORMA JURÍDICA. ANDALUCÍA



NOTA: Porcentaje de empresas sobre el total.

FUENTE: DIRCE (INE).

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía

## 6. Flujos de entrada y salida al tejido empresarial

El DIRCE contempla una descripción de la demografía empresarial, teniendo en cuenta las altas de empresas que se producen, así como la permanencia y las bajas durante el ejercicio objeto del estudio.

Esta información de altas, bajas y permanencia en el mencionado Directorio, sólo se publica a nivel nacional y no por Comunidades Autónomas, hecho que impide realizar un análisis, en base a esta estadística, sobre el proceso de creación y disolución de empresas en Andalucía.

Ante esta limitación, se puede obtener una primera

aproximación de la dinámica de creación y disolución de empresas en Andalucía tomando como referencia la *Estadística de Sociedades Mercantiles* que ofrece el INE, si bien resaltando que esta estadística sólo comprende menos de un tercio de las unidades contempladas en el DIRCE, al dejar fuera las unidades constituidas por personas físicas y otro tipo de sociedades no mercantiles.

Con estas salvedades, la *Estadística de Sociedades Mercantiles*, que recoge información sobre Sociedades Anónimas, de Responsabilidad Limitada, Colectivas y Comanditarias, pone de manifiesto que en 1999 se crearon en Andalucía 15.244 sociedades, un 7,1% más que el año anterior, y se disolvieron un total de 755, con un crecimiento del 4,9% interanual. A nivel nacional, los datos fueron menos favorables, aumentando en menor medida la creación de sociedades (2,5% interanual) y con mayor intensidad la disolución de las mismas (7,2%).

Estos datos indican que, en 1999, se disolvieron en Andalucía un 5% de las empresas que se crearon. Este ratio, que puede considerarse como un indicador de "mortalidad de empresas", es inferior al de España, donde se destruyeron el 8,4% de las empresas creadas.

Además, esta menor propensión relativa a la disolución de empresas en Andalucía, no es exclusiva del año 1999, sino que se mantiene en los últimos años. En el quinquenio 1995-99 se disolvieron en Andalucía el 8,3% de las sociedades que se crearon, mientras que en España ese ratio se elevó al 10%.

Desde una perspectiva territorial, el análisis provincial pone de manifiesto que, al menos en los últimos cinco años, Málaga es la provincia con el ratio sociedades disueltas sobre creadas más elevado (15,2%), situándose en segundo lugar Cádiz, con un 8,8%. Por el contrario, el menor registro se obtiene en Almería, donde sólo se disuelven un 3,6%, seguida de Huelva y Sevilla. En cualquier caso, a excepción de Málaga, el resto de provincias presenta un ratio inferior a la media nacional.

## 7. La multilocalización de las empresas

Actualmente, y en el contexto de creciente globalización de las relaciones económicas, la multilocali-

zación de empresas en diversos territorios es una circunstancia que va adquiriendo mayor importancia. Las estadísticas oficiales disponibles no permiten distinguir qué parte del valor añadido generado en una región es imputable a empresas domiciliadas fiscalmente en la misma y qué parte corresponde a empresas foráneas.

La estadística sobre "*Empleo, Salarios y Pensiones en las Fuentes Tributarias*", publicada por la Agencia Tributaria y el Instituto de Estudios Fiscales, ofrece, entre otros aspectos, información sobre empleo y salarios según el domicilio de la empresa pagadora y según el domicilio del trabajador, lo que permite evaluar el impacto de la multilocalización en las distintas CCAA. Esta se justifica en que la masa de salarios percibida por los asalariados de una región puede tomarse como una razonable aproximación a las rentas salariales generadas en la misma, ya que las personas, en general, trabajan en establecimientos localizados en el territorio de la propia Comunidad Autónoma.

En 1996, última información disponible de la citada estadística, de los 3'5 billones de pesetas percibidos por los trabajadores asalariados de Andalucía, y supuestamente generados en establecimientos de dicha Comunidad, sólo 2'6 billones, es decir, el 74'6% fueron pagados por entidades domiciliadas en Andalucía. El resto de salarios procede de empresas con domicilio fiscal en otras CCAA pero con establecimiento en Andalucía.

Entre las restantes CCAA que integran el Territorio de Régimen Fiscal Común (TRFC), es decir, excluido el País Vasco y Navarra, para las que la estadística no dispone de información, Extremadura y las dos Castillas se sitúan, asimismo, entre las CCAA en las que destaca la relevancia de las empresas con domicilio fiscal fuera de la Comunidad Autónoma, incluso en una proporción superior a la de Andalucía.

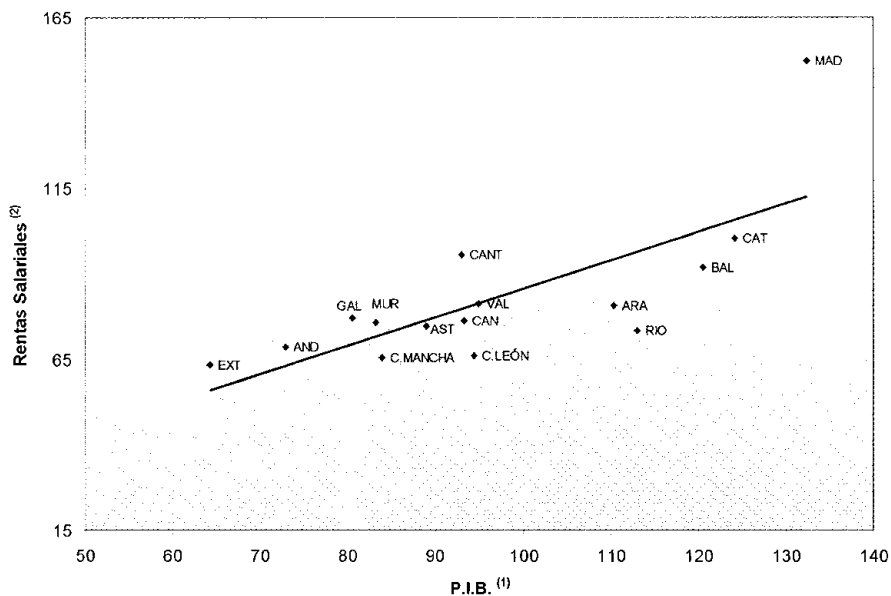
En el lado opuesto, en Madrid y Cataluña, se produce el fenómeno contrario, observándose que a estas CCAA se imputan más salarios de los que se pagan a los asalariados residentes en las mismas.

Si en lugar de analizar los salarios percibidos se considera el número de empleos, se llega a estas

mismas conclusiones. En 1996, el 81% de los asalariados andaluces trabajan en empresas con domicilio fiscal en la Comunidad Autónoma, mientras que el 19% restante pertenece a empresas con

domicilio fiscal fuera de Andalucía, siendo asimismo Extremadura y las dos Castillas, las CCAA en las que se reproduce esta circunstancia, y también en este caso con mayor intensidad.

Gráfico 4. PRODUCTO INTERIOR BRUTO Y RENTAS SALARIALES. AÑO 1996



NOTA: (1) PIB por habitante a precios corrientes España=100.

(2) Proporción de rentas salariales pagadas por empresas fiscalmente domiciliadas en la Comunidad Autónoma respecto al total de rentas salariales.

FUENTE: INE, Agencia Estatal de Administración Tributaria e Instituto de Estudios Fiscales.

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía

Estos datos permiten extraer dos importantes conclusiones. De un lado, que si el 19% de los asalariados andaluces están empleados por empresas con domicilio fiscal fuera de Andalucía y reciben el 25'4% de los salarios, las empresas con domicilio fiscal fuera de Andalucía pagan, por término medio un salario anual superior a las andaluzas (2.253.174'5 pesetas y 1.554.636'7 pesetas, respectivamente en 1996).

De otro lado, se constata que existe una relación inversa entre presencia de empresas domiciliadas fuera de la CCAA y nivel de renta. Reflejo de ello es que, como se ha visto, mientras que Extremadura, las dos Castillas y Andalucía, que son comunidades con un PIB per cápita relativamente menor, destacan como las CCAA con mayor presencia de empresas con domicilio fiscal fuera de la región, Madrid y Cataluña, con un PIB per cápita notablemente superior al promedio nacional, la situación es contraria.

## 8. La innovación tecnológica en la empresa andaluza

La innovación tecnológica es considerada uno de los factores determinantes del crecimiento económico, además de contribuir notablemente al progreso social y cultural. Bajo dicho concepto se engloban aquellas actividades que implican nuevos productos o procesos, o modificaciones tecnológicas de los mismos, considerándose una innovación como tal cuando se introduce en el mercado (innovación de producto) o se usa en un proceso de producción de bienes o prestación de servicios (innovación de proceso). Por tanto, la actividad innovadora implica tanto la investigación y desarrollo tecnológico (I+D), como diversas actividades de organización, financieras y comerciales.

El análisis de este aspecto en relación a la empresa andaluza, implica ciertas limitaciones de tipo estadís-

tico, disponiendo el INE de dos fuentes básicas para ello. De un lado, la *Encuesta sobre las Actividades en Investigación y Desarrollo Tecnológico*, que permite el estudio de este aspecto de la innovación, la I+D, diferenciando entre los sujetos que la realizan, en este caso las empresas, administraciones públicas y centros de enseñanza superior. De otro, la *Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas*, mediante la cual es posible profundizar en el análisis del subsector empresarial, y más concretamente en las empresas que realizan innovaciones tecnológicas, concepto que, como se ha comentado, es más amplio que el de I+D.

Los datos disponibles sobre investigación y desarrollo tecnológico (I+D), es decir, sobre

aquellos trabajos creativos que aumentan el volumen de conocimientos y su utilización para concebir nuevas aplicaciones, ponen de manifiesto que en Andalucía, en los últimos años, se han incrementado notablemente los recursos dedicados a I+D. De este modo, en 1998, última información disponible, el gasto total en este concepto asciende a 77.436 millones de pesetas, frente a los 17.676 de 1987, primer año para el que se dispone de esta información. Ello, de otro lado, pone de manifiesto que este esfuerzo ha sido superior al realizado en el promedio de España, de manera que la importancia relativa del gasto total en I+D andaluz respecto al nacional, ha pasado del 7'7% al 9'9% en el período considerado.

**Cuadro 4. INTENSIDAD TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA AÑO 1998**

	Gasto en Innovación		Cifra de Negocios		Intensidad tecnológica (*)	
	ANDALUCÍA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ESPAÑA	ANDALUCÍA	ESPAÑA
<b>Total Industria</b>	66.962	1.010.671	5.007.360	57.435.121	1,3	1,8
<b>Industrias extractivas, energía y agua</b>	616	56.750	849.538	6.018.237	0,1	0,9
<b>Alimentación, bebidas y tabaco</b>	22.274	113.120	1.815.102	10.779.052	1,2	1,0
<b>Industria textil, confección, cuero y calzado</b>	349	28.088	186.380	3.513.312	0,2	0,8
<b>Madera y corcho</b>	1.563	21.762	72.011	1.184.612	2,2	1,8
<b>Papel, edición, artes gráficas</b>	1.783	71.413	159.103	3.437.577	1,1	2,1
<b>Industria química</b>	3.883	121.048	290.052	4.943.551	1,3	2,4
<b>Caucho y materias plásticas</b>	5.060	24.207	84.658	2.192.847	6,0	1,1
<b>Productos minerales no metálicos diversos</b>	4.745	48.297	287.663	3.027.464	1,6	1,6
<b>Metalurgia y fabricación de prod. metálicos</b>	1.740	83.283	512.331	6.048.000	0,3	1,4
<b>Maquinaria y equipo mecánico</b>	1.219	65.379	99.692	2.917.202	1,2	2,2
<b>Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico</b>	10.238	120.023	167.796	3.670.395	6,1	3,3
<b>Material de transporte</b>	12.586	240.594	341.740	7.957.420	3,7	3,0
<b>Industrias manufactureras diversas</b>	903	16.707	141.293	1.745.452	0,6	1,0

NOTA: Millones de pesetas salvo indicación en contrario.

(\*) Cociente entre gasto en innovación y cifra de negocios expresado en porcentaje.

FUENTE: Encuesta sobre innovación tecnológica en las Empresas 1998.INE.

ENCUESTA Industrial de Empresas 1998.INE

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía.

Junto a ello, otros indicadores, como los referidos a los recursos humanos, permiten extraer conclusiones similares. El personal en equivalencia a dedicación plena, es decir, aquellas personas que dedican al menos el 90% de su jornada laboral a actividades de I+D y la equivalencia a dicha dedicación de las personas con dedicación parcial (entre el 10% y el 90% de su jornada laboral), también se ha incrementado notablemente entre 1987

y 1998, y con mayor intensidad que en el promedio nacional, ascendiendo en este último año a 10.943 personas, el 11'3% del total de España, frente al 7% de 1987.

No obstante, a pesar de esta positiva evolución, los principales ratios de I+D en la Comunidad Autónoma andaluza son inferiores a los nacionales. Con información referida a 1998, el gasto total en I+D en

Andalucía representa un 0'7% de su PIB, frente al 0'9% en el conjunto nacional, aunque ello implica un importante avance respecto a 1987, año en que el gasto en I+D suponía el 0'4% del PIB andaluz.

Junto a ello, si se pondera el personal dedicado a I+D por el número de activos, en 1998 resulta en Andalucía una ratio de 3'9 personas por cada mil activos, frente a 6 en el caso de España. El diferencial, no obstante, disminuye si sólo se considera al personal investigador, resultando en este caso una ratio de 2'7 investigadores por cada mil activos en Andalucía, y de 3'7 a nivel nacional.

Si el análisis de estos indicadores se circunscribe exclusivamente a las empresas, se constata que el gasto en I+D realizado por las mismas entre 1987 y 1998 se ha incrementado considerablemente y con mayor intensidad que a nivel nacional, ascendiendo en 1998 a 25.102 millones de pesetas. Como aspecto menos positivo hay que señalar que su peso sobre el gasto total en I+D es escaso, representando el 32'4%, mientras que a nivel nacional supone el 52'1% del total.

Frente a ello, en Andalucía se constata una mayor importancia relativa del gasto en I+D realizado por las administraciones públicas y por los centros de enseñanza superior que en el conjunto nacional. Además, si esta estructura se compara con la correspondiente a 1987, la importancia relativa de la I+D realizada por las empresas andaluzas respecto al total incluso ha experimentado una cierta reducción, pasando del 33'3% al 32'4% señalado para 1998.

Si se considera el número de personas en equivalencia a dedicación plena en actividades empresariales de I+D sobre el total del personal dedicado a I+D, el desfase respecto a España también es significativo, ascendiendo en Andalucía a un 19'5% y en el conjunto nacional a un 35'7%, aunque el avance desde 1987 también ha sido más intenso, ya que en Andalucía este personal se ha multiplicado por 2'2 en estos años, y a nivel nacional por 1'7.

Todo ello, puede justificarse por la composición de la propia estructura productiva andaluza, con un menor peso del sector industrial, caracterizándose éste, asimismo, por la menor presencia relativa de subsectores de mayor nivel tecnológico como el de

maquinaria y equipo, y material y equipo eléctrico y electrónico. Junto a ello, también hay que tener en cuenta que el menor tamaño relativo de las empresas andaluzas dificulta, en cierta medida, el acceso a estas actividades de I+D.

Como se ha señalado anteriormente, la *Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas* del INE permite profundizar en la caracterización de la empresa andaluza innovadora, concepto que, como se ha visto, es más amplio que el de I+D, que es sólo una parte de la actividad innovadora, y puede ser realizada en diferentes etapas del proceso innovador.

El análisis de la información disponible para las empresas industriales andaluzas, refleja que en 1998, el gasto en innovación realizado por las mismas asciende a 66.961,9 millones de pesetas, lo que significa un 6'6% del total realizado a nivel nacional. Esta cifra, además, implica un gran avance respecto al nivel que el gasto en innovación alcanzaba en la encuesta anterior, referida a 1996, ya que no sólo se ha incrementado notablemente, sino que lo ha hecho a un ritmo significativamente superior al nacional (75'9% y 27'3%, respectivamente). A pesar de ello, el gasto en innovación realizado por las empresas industriales andaluzas como proporción de su cifra de negocios es del 1'3%, algo inferior al que resulta para el conjunto de España (1'8%).

La información que recoge la *Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas* es muy limitada a nivel regional. Tan sólo es posible conocer cómo se distribuye el gasto en innovación en función del tamaño de las empresas y por sectores de actividad.

En función del primer criterio, en 1998 el 22'7% del gasto total en innovación realizado por las empresas industriales andaluzas se concentra en aquellas que tienen menos de veinte empleados, mientras que a nivel nacional este porcentaje es tan sólo del 9'4%. Frente a ello, el 77'3% del gasto se realiza por empresas con veinte empleados o más, mientras que a nivel nacional ese porcentaje se eleva hasta el 90'6%. Por tanto, en Andalucía, la importancia de las pequeñas empresas industriales en el gasto total en innovación es significativamente superior que en el conjunto nacional, lo que, de otro lado, es consecuente con

el mayor predominio relativo de este tipo de empresas en Andalucía.

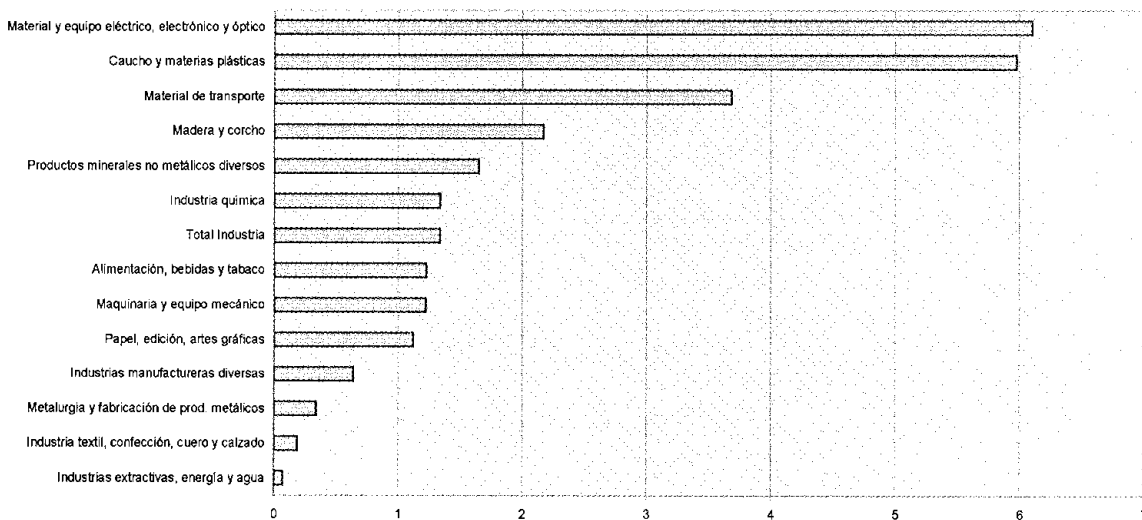
De otro lado, si se considera la distribución sectorial, destaca el gasto en innovación en las actividades de alimentación, bebidas y tabacos (33'2%), seguidas por material de transporte (18'7%), y material y equipo eléctrico, electrónico y óptico (15'3%).

Más concretamente, y dentro de material de transporte, destaca la construcción naval, seguida por la aeronáutica y espacial, que es la actividad que, a

nivel nacional, realiza un mayor gasto en innovación dentro de este subsector industrial.

En cuanto a material y equipo eléctrico, electrónico y óptico, más de la mitad del gasto en innovación en Andalucía corresponde a instrumentos de óptica y relojería, siendo importante destacar, además, que la tercera parte del gasto en innovación que a nivel nacional realizan las empresas de este ramo corresponde a empresas andaluzas. A nivel nacional, por su parte, la mayor concentración del gasto se observa en aparatos de radio, TV y comunicación.

**Gráfico 5. INTENSIDAD TECNOLÓGICA EN LA INDUSTRIA. ANDALUCÍA. AÑO 1998**



NOTA: Cociente entre Gasto en Innovación y Cifra de Negocios expresado en porcentaje.

FUENTE: Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas (1998) INE.

Encuesta Industrial de Empresas (1998) INE.

ELABORACIÓN: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía

Ahora bien, estos datos adquieren verdadero significado cuando se relaciona el gasto en innovación respecto a la cifra de negocios en cada actividad industrial, es decir, en la medida en que se considera la intensidad tecnológica de las empresas industriales. Ello pone de manifiesto que las empresas pertenecientes a los sectores de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico; caucho y materias plásticas, y material de transporte, son las que muestran una mayor intensidad tecnológica en Andalucía, siendo importante destacar que en todos este ratio es superior a los correspondientes a nivel nacional.

Asimismo, se observa que en Andalucía existe una mayor dispersión entre la intensidad tecnológica de los distintos subsectores industriales, de manera que frente a esos tres que se han destacado ante-

riormente como los de mayor intensidad, en otros, como industria extractivas, energía y agua, industria textil, y metalurgia y fabricación de productos metálicos, el nivel es muy reducido. A nivel nacional, sin embargo, la intensidad tecnológica de las empresas industriales es más homogénea entre los distintos sectores, reflejando que el proceso de innovación tecnológica está más generalizado.

## 9. La empresa andaluza y las relaciones comerciales con el extranjero

En los últimos años se está asistiendo a un creciente proceso de globalización de las relaciones económicas, que entre otros aspectos, se está concre-

tando en la consolidación de unidades de mercado supranacionales y está produciendo un aumento de la apertura exterior de las economías.

La economía andaluza no ha permanecido al margen de este proceso y, especialmente, desde la integración en la Unión Europea en 1986 sus empresas han aumentado de manera notable sus vínculos con el exterior.

Esta creciente importancia de las relaciones exteriores en la economía andaluza se pone de manifiesto si se tiene en cuenta que en la década de los noventa, y con datos hasta el año 1999, el volumen de comercio exterior medido en términos nominales, se ha multiplicado por 2'3, es decir, se han incrementado en un 127'2%, por encima del crecimiento económico, que se cifra en un 73'6% nominal en ese período.

Esto ha llevado a que, a lo largo de estos años, aumente el grado de apertura exterior de la economía andaluza, medido por el cociente entre el volumen de exportaciones e importaciones y el PIB andaluz, situándose en el 21'5% en 1999. Junto a ello, y por cuarto año consecutivo, se ha registrado un superávit, confirmándose que las empresas andaluzas están colocando en los mercados exteriores productos por un valor superior al derivado de sus necesidades de importación, lo que refleja una favorable posición competitiva de las mismas.

Adicionalmente, a lo largo de los últimos años, las empresas andaluzas vienen mostrando una creciente orientación exportadora. La cuota exportadora, medida como el cociente entre las exportaciones y el valor añadido de los sectores cuya producción de mercancías es susceptible de ser exportada, es decir, agrario e industrial, ha pasado del 35'2% en 1990 al 57'3% en 1999.

Esta mayor orientación exportadora de las empresas andaluzas ha tenido en los mercados de la Unión Europea su principal destino, ya que actualmente más de las dos terceras partes de las ventas al exterior se realizan a esos países. Además, las relaciones comerciales que Andalucía mantiene con los países de la Unión Europea son muy positivas, ya que mantiene una posición de superávit comercial que, salvo con Grecia e Irlanda, es generalizada con el resto de países.

Por otra parte, y en relación a la composición de las exportaciones andaluzas, hay que destacar que mayoritariamente tienen un origen industrial. En concreto, en 1999, el 76% fueron exportaciones industriales, correspondiendo el resto al sector agrario. Además, el sector industrial tiene una cuota exportadora significativamente mayor que el primario (61'7% y 40'6%, respectivamente), lo que refleja que es un sector cuya producción está relativamente más volcada hacia el exterior.

El análisis anterior se ha basado en las estadísticas del Departamento de Aduanas del Ministerio de Hacienda. Los datos que se publican tienen la limitación de no ofrecer información del número de empresas exportadoras e información adicional sobre las mismas. El Consejo Superior de Cámaras de Comercio, en base a una explotación específica de las estadísticas del citado departamento, ha publicado recientemente un estudio que bajo la denominación "*La empresa exportadora española*", ofrece información a nivel nacional y de CCAA sobre las empresas exportadoras y algunas características de las mismas.

En este sentido, de la información estadística contenida en el citado estudio, referido al año 1998, se desprende que Andalucía concentra un 8,3% del total de 54.873 empresas que en España realizaron exportaciones en 1998, esto es 4.567 empresas.

De éstas, el 38'2% han realizado exportaciones regularmente, esto es, y a criterio del mencionado estudio, en cada uno de los últimos cuatro años, mientras que en el conjunto nacional el porcentaje asciende hasta el 47'6%, es decir, que las empresas andaluzas son menos regulares, en el sentido de continuidad en el tiempo, en cuanto a la colocación de sus productos en el extranjero.

El importe medio de las exportaciones realizadas por las empresas andaluzas se cifra en 176 millones de pesetas en 1998, lo que representa un 71,8% del volumen medio español. Sin embargo, el grado de concentración de las exportaciones en grandes empresas es menor en Andalucía respecto a lo que sucede en otras comunidades. Así las cuatro mayores empresas exportadoras andaluzas sólo concentran el 17,1% del total, frente a grandes concentraciones como en Castilla y León o Aragón (en ambos casos por encima del 70%) o respecto a la media del conjunto de todas las comunidades autónomas, que se sitúa en el 27'6%.

La propensión exportadora andaluza, esto es, el porcentaje de empresas que exporta mercancías sobre el total de empresas, se cifra en el 15,2%, frente a la media española del 23,9%, o frente a las mayores propensiones de las comunidades más exportadoras, como Madrid o Cataluña (por encima del 30%).

Los capítulos del arancel que concentran un mayor número de empresas exportadoras andaluzas son el de "Calderas, máquinas, aparatos mecánicos y sus partes", que comprende 613 empresas (el 13,4% del total) y el de "Muebles, mobiliario médico-quirúrgico,..." con 510. Estos capítulos son precisamente el primero y tercero en importancia en el ámbito nacional. Sin embargo, los dos capítulos siguientes en concentración de empresas exportadoras en Andalucía (frutos comestibles y legumbres y hortalizas) no coinciden con los diez primeros en el ámbito nacional, respondiendo a la especialización productiva que la región sigue manteniendo en los sectores hortofrutícolas.

## 10. Caracterización de los empresarios y directivos andaluces

A pesar del interés que supone conocer los rasgos y características que definen a los dirigentes empresariales, la información disponible para su estudio es limitada y los trabajos en relación a esta materia son poco frecuentes. Entre ellos, cabe citar el publicado por el IFA en 1995 bajo el título "*La empresa en Andalucía*", que, entre otros aspectos, contiene un apartado dedicado a analizar los rasgos y características de los empresarios y directivos andaluces, en base a una encuesta realizada al respecto.

El primer aspecto a precisar es qué se entiende por empresario. En el mencionado estudio se hace referencia a que empresario es una figura que realiza una función intermedia entre la inversión y la dirección, de manera que el directivo profesional se puede considerar como un empresario en la medida que puede emprender y asumir riesgos, ya que es la libertad o autonomía para realizar su labor lo que determina la condición de empresario. Es decir, que el concepto de empresario se considera en un sentido amplio, integrando en el mismo a los directivos de empresas, pudiéndose hablar más correctamente de dirigentes empresariales.

La encuesta realizada permite comentar algunos rasgos de la naturaleza de los dirigentes empresariales, entre los que destaca el hecho de que en la mayoría de las empresas éstos son directores profesionales, y en menor medida, las empresas andaluzas están dirigidas por su fundador (32'3% del total). De otro lado, se constata que cuanto mayor es el tamaño de la empresa aumentan los directores profesionales (23% en las pequeñas y 92'3% en las grandes), y que las pequeñas suelen estar gerenciadas por el fundador o algún heredero, circunstancia que no se da en ninguna empresa de gran tamaño.

A nivel sectorial, en la construcción existe un mayor número de empresas gestionadas por su fundador y en los servicios es donde menos. Junto a ello, hay que resaltar que en Andalucía, la clase empresarial está formada por empresarios genuinamente andaluces, que pasan la mayor parte de su vida laboral en la región y es aquí donde, básicamente, adquieren su experiencia profesional, destacando la ausencia de directivos con experiencia profesional en el extranjero.

En relación a los niveles de formación, el 45% de los directivos tiene estudios universitarios medios o superiores, siendo este porcentaje especialmente alto en empresas con más de cien trabajadores. Por sectores, los servicios presentan un mayor porcentaje de universitarios (49%), seguido de la industria (44%) y la construcción (33%).

Respecto a las motivaciones de los empresarios andaluces para fundar una empresa, la principal es prosperar económicamente (40'5%), seguida por la idea de ser independientes (27'3%). Sin embargo, si se distingue según el tamaño de las empresas, en las pequeñas (20 trabajadores o menos) el motivo más relevante es el ser independiente. Por su parte, en las empresas de gran tamaño (más de 250 trabajadores), no predomina ningún motivo sobre otro.

De otro lado, en cuanto a los principales obstáculos para la creación y crecimiento de las empresas en Andalucía, se observa que el 41% de los dirigentes empresariales encuestados consideran la falta de espíritu empresarial como factor condicionante. Junto a ello, ante la pregunta de si la dureza y la poca recompensa que proporciona el ser empresario implica un obstáculo, el 32% contestó afirmativamente, respuesta que fue dada, asimismo, por el 31'5% de los encuestados al plantearles como con-

dicionante la falta de preparación y conocimientos. Por tanto, estos tres factores señalados, y en el orden comentado, son destacados por los empresarios andaluces como los principales condicionantes para la creación de empresas.

En cuanto a la permanencia o antigüedad en la empresa, hay que señalar que los dirigentes andaluces se caracterizan por una gran estabilidad y escasa movilidad a otras empresas, lo que implica una gran experiencia, pero, y según pone de manifiesto el estudio que se comenta, al mismo tiempo puede suponer mayor rigidez y falta de flexibilidad para adaptarse a los cambios. Más concretamente, un 26'7% lleva trabajando en la misma empresa entre 10 y 20 años, siendo este carácter más acentuado en las grandes empresas. Diferenciando por sectores, los dirigentes con mayor antigüedad se concentran en la industria (un 55'6% tiene una permanencia de más de 10 años) y los de menor antigüedad, en los servicios (el 20'2% lleva menos de tres años en la empresa).

Sin embargo, a pesar de su amplia permanencia en la empresa, la experiencia en los cargos de máxima responsabilidad de la misma es relativamente pequeña. Un 29% de los directivos lleva menos de tres años en este puesto de máxima responsabilidad, y tan sólo un 15'4% tienen una experiencia directiva de más de 20 años. Al realizar este análisis en función del tamaño de la empresa, se observa que todos los directivos con menos de un año de experiencia en puestos de máxima responsabilidad pertenecen a empresas con menos de 100 trabajadores, y que conforme aumenta el tamaño de las empresas disminuye el porcentaje de directivos con antigüedad en ese cargo.

En cuanto al modo de acceso de los directivos a estos puestos, hay que señalar que en Andalucía, la contratación mediante un proceso de selección es muy poco utilizado (no llega al 16% de la muestra de la encuesta realizada), y existe una relación directa y creciente entre tamaño de la empresa y porcentaje de directivos contratados mediante este procedimiento, en concreto el 46% de los casos en las empresas con más de 500 empleados, y tan sólo el 3'8% en las que tienen menos de 20. Adicionalmente, en los procesos de contratación de directivos, el 50'5% de los empresarios considera la experiencia como factor más relevante, seguido por el conocimiento personal o las positivas refe-

rencias (23'4%), excepto en las empresas de más de 500 empleados, donde se le da más importancia al conocimiento personal que a la experiencia. Junto a ello, resulta significativo el escaso valor que se atribuye a la titulación, ya que sólo un 5'6% de los encuestados lo considera relevante para cubrir un puesto de directivo.

## 11. La empresa andaluza ante el EURO

La Unión Económica y Monetaria (UEM) está teniendo importantes implicaciones para los países integrantes de la misma. La plena realización de un mercado interior, la entrada en funcionamiento de un banco central único y la fijación de los tipos de cambio, entre otros factores, está transformando las condiciones en que se desenvuelven las economías europeas, y por tanto las empresas. Lugar destacado entre estos factores ocupa la adopción de una moneda única para todos los estados miembros, que aun existiendo ya desde primeros de 1999, su circulación efectiva se realizará en el año 2002, y va a suponer la culminación del mercado interior, facilitando la total libertad de circulación de los factores.

Las consecuencias de la puesta en marcha de la moneda única depende de la preparación y capacidad de respuesta de los distintos sectores de actividad económica, y en particular de las empresas que operan en los mismos.

A priori, estos efectos son mayores en las empresas con mayor proyección internacional y, especialmente, en aquellas que desarrollan su actividad en varios países de la UEM, que se ven beneficiadas por la eliminación de las fluctuaciones de las monedas y la reducción de costes de transacción, comerciales y financieros.

De otro lado, la circulación efectiva del euro va a implicar una mayor transparencia de precios y, consecuentemente, mayor competencia, lo que afectará a las estrategias y políticas comerciales de las empresas. Asimismo, implica la necesidad de las empresas de reflejar su contabilidad en euros, así como de introducir cambios informáticos...etc, implicando todo ello una demanda de formación de su personal.

Ante todo ésto, resulta interesante conocer la opinión de los empresarios, acerca del proceso de adaptación de las empresas al euro, lo que es posible analizando los resultados de una encuesta elaborada por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio sobre "*La adaptación de la empresa española al euro*", publicada en abril de 2000.

En primer lugar, de dicha encuesta se desprende que las empresas andaluzas se muestran menos optimistas que el promedio de las nacionales respecto a las ventajas que la implantación del euro generará para las mismas. El 59% considera que los efectos serán positivos, frente al 65% en el conjunto de España, siendo además, tras Castilla y León y Cataluña, la más pesimista al respecto.

De otro lado, los empresarios andaluces se consideran peor informados que la media nacional sobre los efectos de la implantación del euro para su empresa, ya que sólo un 66% opina que está suficientemente informado, frente al 74% del conjunto de España, y tan sólo los empresarios canarios y gallegos manifiestan un mayor pesimismo que los andaluces.

Junto a ello, también es inferior el porcentaje de empresarios que en el momento de realización de la encuesta opinan que las empresas andaluzas estén adaptadas al euro (33% en Andalucía y 39% a nivel nacional). Consecuentemente, en mayor proporción que en el promedio de España, opinan que el tiempo de adaptación a la nueva situación será más largo. Así, mientras que en Andalucía el 73% de los empresarios considera que su empresa estará definitivamente adaptada al euro antes de primeros de enero del año 2002, a nivel nacional este porcentaje se eleva hasta el 79%.

Por otra parte, y respecto al coste de la adaptación al euro, un 39% de los empresarios andaluces espera que sea inferior a 250.000 ptas (33% a nivel nacional) y un 26% que será superior a un millón de pesetas (27% en el promedio de España). Estas cifras, relativamente más positivas en Andalucía, deben relacionarse con la menor dimensión relativa de la empresa andaluza, lo que puede implicar menores costes relativos.

Por último, la proporción de empresas que en el momento de realización de la encuesta tenía ya sus

precios expresados en euros es inferior en Andalucía (45%, frente a 49% a nivel nacional), mostrándose también en esta región un mayor pesimismo respecto a la incidencia del euro sobre la evolución futura de los precios. Así, aunque la mayoría (76%) considera que los precios se van a mantener, en el conjunto de España esta opinión está más generalizada (81%) y, además, la proporción de empresarios andaluces que esperan que los precios se incrementen es del 16%, frente al 13% a nivel nacional.

## 12. Conclusiones

Andalucía cuenta con un tejido empresarial significativo que, en el contexto de las Comunidades Autónomas españolas, es el segundo en importancia, desde el punto de vista cuantitativo, tras el de Cataluña.

Al igual que ocurre a nivel nacional, la mayor parte del tejido empresarial andaluz está compuesto por empresas que no tienen a su cargo a ningún asalariado, correspondiendo el resto a un claro predominio de pequeñas y medianas empresas en un porcentaje que sólo supera ligeramente a la media nacional.

Si junto al tamaño de las empresas se considera la distribución sectorial de las mismas, se pone de manifiesto que en la industria y la construcción son mayoritarias las empresas con asalariados, observándose en los servicios el fenómeno contrario, aunque hay que destacar que las grandes empresas pertenecen en su mayor parte a este sector.

Respecto a la forma jurídica, destaca el predominio de empresas que son persona física, lo que guarda relación con la gran importancia que tienen en Andalucía las empresas sin asalariados. Entre las empresas con personalidad jurídica, de otro lado, las más significativas son las Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Desde una perspectiva dinámica, hay que destacar que en los últimos años el tejido empresarial andaluz refleja un mayor dinamismo relativo que el nacional, y como aspecto significativo cabe señalar que la creación de empresas en Andalucía no se está produciendo en las de menor tamaño, sino en las de una dimensión relativa mayor.

Adicionalmente, la "mortalidad de empresas", entendida como la relación entre las empresas que se disuelven y las que se crean, muestra unas ratios inferiores en Andalucía, es decir, que en esta Comunidad Autónoma la propensión a la disolución de empresas es relativamente menor.

La diferenciación entre empresas con domicilio fiscal en Andalucía, y aquellas que tienen establecimiento en la Comunidad Autónoma pero domicilio fiscal en otra, pone de manifiesto que el 25% de los sueldos que reciben los asalariados andaluces son pagados por empresas domiciliadas fuera de Andalucía, siendo estos salarios relativamente superiores, por término medio, a los que pagan las empresas que sí tienen el domicilio fiscal en Andalucía. Junto a ello, se constata que existe una relación inversa entre nivel de renta y presencia de empresas foráneas, es decir, no domiciliadas en la región, ya que junto a Andalucía, Extremadura y las dos Castillas, que son comunidades autónomas con un PIB per cápita relativamente menor, destacan con mayor presencia de empresas con domicilio fiscal fuera de la región, mientras que en otras como Madrid y Cataluña, con un PIB per cápita notablemente superior al promedio nacional, la situación es contraria.

Otro aspecto relevante es el importante esfuerzo que las empresas andaluzas han realizado en los últimos años, tanto en gastos en I+D como, en general, en gastos en innovación tecnológica, presentando unas ratios de crecimiento superiores a la media nacional. En cualquier caso, la intensidad tecnológica de las empresas industriales, medida como cociente del gasto en innovación y la cifra de

negocios, es relativamente inferior en Andalucía, estando además más concentrada en determinados subsectores. Este es el caso de los subsectores de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico; caucho y materias plásticas, y material de transporte, que son las que muestran el mayor nivel de intensidad tecnológica, superando incluso los alcanzados en el conjunto nacional.

De otro lado, en un contexto de creciente globalización de las relaciones económicas, se constata que las empresas andaluzas vienen intensificando, en los últimos años, de manera notable, sus vínculos comerciales con el exterior, poniéndose de manifiesto una creciente orientación exportadora de las mismas, que básicamente tiene un origen industrial.

Respecto a la caracterización de los dirigentes empresariales andaluces hay que destacar el hecho de que en su mayoría sean directores profesionales, muy vinculados a la región, donde prácticamente adquieren su experiencia profesional, siendo escasa, asimismo, la movilidad entre empresas. El principal motivo que lleva a los empresarios andaluces a la fundación de una empresa es la idea de prosperar económicamente, al tiempo que consideran la falta de espíritu empresarial como el principal condicionante para la consolidación del tejido empresarial andaluz.

En cuanto a la opinión de los empresarios andaluces sobre las consecuencias de la implantación del euro, puede destacarse que, con carácter general, se muestran menos optimistas que el promedio de los nacionales respecto a las ventajas que ello puede reportar para sus empresas.