

Sumario de colaboraciones

Este Boletín Económico de Andalucía, dedicado a analizar el **tejido empresarial andaluz**, se inicia con un artículo de Carmen Camelo, Daniel Lorenzo, Fernando Martín, José Ruiz, de la Universidad de Cádiz, y Ramón Valle, de la Universidad de Sevilla, en el que se estudia el **papel de los recursos intangibles en la competitividad del tejido empresarial andaluz**. El análisis, que se basa en una muestra de 25 empresas de Andalucía y otras 45 del resto de España, pone de manifiesto que, existen valoraciones distintas de los factores (tangibles e intangibles) que las empresas consideran relevantes para la competitividad. Así, en el pasado, las empresas andaluzas concedían una mayor importancia a los factores precio, innovación en los procesos de fabricación y reputación, mientras que las nacionales al factor de innovación en técnicas y métodos de marketing. Respecto al futuro, el factor más valorado por la muestra nacional es la segmentación en productos de alto precio, mientras que en Andalucía se da más importancia a la mejora de la calidad y rendimiento de las materias primas e innovación de los procesos de fabricación. Junto a ello, el estudio refleja que si sólo se consideran los factores intangibles, las diferencias geográficas se atenúan, ya que las empresas los consideran una condición necesaria para la competitividad en todos los casos.

Joaquín Guzmán, F. Javier Santos, Isidoro Romero y Francisco Liñán, de la Universidad de Sevilla, analizan en su artículo la **calidad del tejido productivo andaluz**, más concretamente de las PYMES, entendiéndolo por calidad la contribución al

desarrollo económico en general. Los resultados del estudio ponen de manifiesto que, este aspecto en Andalucía no alcanza el nivel más adecuado para hacer frente con total garantía al creciente proceso de competencia y globalización de los mercados que caracteriza a la economía mundial. La justificación la centran en que las actividades que contribuyen en mayor medida al desarrollo endógeno, es decir, el que se alcanza como consecuencia de la utilización de los recursos productivos propios y del dinamismo de las PYMES y empresarios locales, además de concentrarse en subsectores de un contenido tecnológico medio y bajo, están dominadas por unidades productivas de muy reducida dimensión, lo cual, unido al débil espíritu asociativo reinante, limita las posibilidades de internacionalización y de innovación, fundamentales para la consolidación y expansión empresarial.

José Antonio Muñoz y Francisco Villalba, de Analistas Económicos de Andalucía, presentan una **caracterización del empresario andaluz**. Entre otros aspectos, en primer lugar, estudian cuestiones relacionadas con la capacidad para crear empresas, su forma jurídica y dimensión, los principales sectores y el papel de la mujer, poniendo de manifiesto que, en la segunda mitad de la década de los noventa, la incorporación de nuevos empresarios en Andalucía ha sido similar a la de España, que los sectores principales son la construcción y los servicios y, básicamente, se trata de empresarios autónomos. Junto a ello, se constata que el número de mujeres empresarias en Andalucía es todavía reducido. En segundo lugar,

analizan la capacidad innovadora y para desarrollar nuevas tecnologías del empresario andaluz, resultando que el gasto de las empresas andaluzas en I+D es comparativamente reducido en relación al promedio nacional. Por último, también se aborda el análisis de la actitud inversora de los empresarios, lo que refleja que en los últimos años se ha manifestado una gran predisposición inversora, básicamente en mejora de la calidad y ampliación de la capacidad productiva.

El artículo de Mercedes Sánchez-Apellániz, de la Universidad de Sevilla se centra específicamente en el colectivo de **mujeres empresarias**. Del mismo se desprende que las empresarias andaluzas se concentran en sectores de actividad tradicionalmente femeninos, entre los que destacan las empresas ligadas a la alimentación, y las relacionadas con la elaboración de productos artesanales, con la salvedad de un sector con unas perspectivas muy favorables, como es el de tecnologías de la comunicación y de la información. Junto a ello, hay que destacar la preponderancia de empresas de tamaño muy reducido, salvo contadas excepciones. Ello le lleva a concluir que más que un colectivo realmente competitivo, se trata de un "ghetto empresarial" que reproduce los mismos esquemas de discriminación laboral que se dan en el mercado de trabajo por cuenta ajena.

Juan Ayllón, presidente de la Federación Andaluza de Asociaciones de **Jóvenes Empresarios**, expone en su artículo los objetivos básicos de esta asociación, que se resumen en orientar y canalizar las iniciativas empresariales de los jóvenes emprendedores andaluces, colectivo especialmente afectado por el desempleo. Junto a ello, hace referencia al perfil del joven empresario, que se caracteriza por los siguientes rasgos: edad media de 30 años, predominio de hombres, y con una cualificación elevada.

Antonio Checa, director de la revista *Andalucía Económica*, dedica su artículo a las denominadas **empresas gacela** en Andalucía, es decir, aquellas de crecimiento alto y elevado rendimiento. Entre los rasgos más relevantes de este tipo de empresas, destaca, junto a la rápida proliferación con que se están creando, su extensión a todos los sectores productivos, especialmente servicios, y más concretamente el comercio; su amplia extensión geográfica a lo largo de todo el territorio andaluz, aun-

que más de la mitad se concentran entre Sevilla y Málaga; y su especial contribución a la creación de empleo. Junto a ello, no obstante, también señala algunas limitaciones como son su escasa presencia en actividades innovadoras y la gran proclividad al cambio de propiedad.

Buenaventura Olea, de la Universidad de Granada, partiendo de la idea de que el **sector agrario andaluz**, en un contexto marcado por un mercado cada vez más competitivo, necesita cambios económicos, estructurales y de gestión para adaptarse a la demanda de una mayor variedad de productos y calidad de los mismos, analiza los principales problemas que le caracterizan. Para ello, estudia tres pilares básicos: la estructura productiva, el capital humano, y la política de gestión llevada a cabo por las empresas andaluzas del sector, detectando importantes déficits, tales como inexistencia de un óptimo dimensional, insuficiente modernización tecnológica, y deficiencias en profesionalización del capital humano. Ante esta situación, el autor considera necesaria la implantación de políticas encaminadas, entre otros objetivos, al desarrollo del sector de forma armónica y sostenible, mediante una ley de modernización de las explotaciones agrarias, programas de ayudas e incorporación de jóvenes, jubilaciones anticipadas, etc.

M^a Ángeles Rastrollo, de la Universidad de Málaga, centra su trabajo en la **empresa turística andaluza** que, según afirma, está en fase de reestructuración para adaptarse a las nuevas tendencias competitivas. El diagnóstico realizado pone de manifiesto que, en los últimos años, el turismo andaluz ha experimentado un incremento de su cuota de mercado, como consecuencia del esfuerzo realizado en la diversificación de la oferta, la mejora de la calidad de los servicios y la imagen de la región. Junto a ello, también se detectan deficiencias, como la pequeña dimensión de las empresas turísticas andaluzas, lo que condiciona negativamente su dimensión técnica, con insuficiente incorporación de activos tecnológicos y déficits en la dirección estratégica, siendo igualmente necesario el avance en la formación de los recursos humanos. Ante esta situación, la autora considera que la revalorización del producto turístico andaluz sólo es posible basándose en una actuación pública y privada conjunta, que permita la incorporación de nuevos sistemas de comunicación y comercializa-

ción, que sitúan la oferta en condiciones competitivas frente a los grandes grupos turísticos mundiales.

María Dolores Genaro, de la Universidad de Granada, aborda en su artículo el estudio de los **servicios a las empresas** y sus relaciones con el sistema productivo andaluz, con el objetivo de determinar el grado en que las empresas andaluzas incorporan este tipo de servicios y su integración en la producción. Para ello, aplica la metodología input-output a la tabla input-output de Andalucía elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía para 1995, llegando a la conclusión de que los servicios a las empresas se encuentran muy integrados en la economía andaluza, especialmente en el sector servicios. A pesar de ello, considera necesario fomentar los servicios a empresas, mediante medidas tales como la implantación de incentivos fiscales y financieros que fomenten la creación de este tipo de empresas o la reducción de costes para las empresas que demanden sus servicios.

Daniel Coronado y Manuel Acosta, de la Universidad de Cádiz, presentan un diagnóstico sobre la **innovación empresarial del sector industrial andaluz**. En primer lugar analizan los condicionantes estructurales en los que se desarrolla la actividad innovadora de las empresas, poniendo de manifiesto la concentración en sectores de bajo contenido tecnológico, y la escasa representación de actividades de fuerte competencia tecnológica. A continuación, se centran en el comportamiento tendencial y comparado de las actividades empresariales de investigación y desarrollo tecnológico durante la última década, constatando que en Andalucía el gasto empresarial en I+D es notablemente inferior a la media nacional, aunque ha aumentado considerablemente en la última década.

Asimismo, profundizan en determinadas características de las empresas innovadoras andaluzas, destacando su especialización en el sector de alimentación, bebidas y tabaco, y su concentración extrema en torno al área metropolitana de Sevilla y grandes ciudades como Almería, Málaga o Granada. Todo ello permite concluir, entre otros aspectos, que en Andalucía la aportación de actividades empresariales de I+D es prácticamente la mitad de lo que le correspondería según la contri-

bución en términos de VAB industrial; que las empresas que innovan son escasas y los gastos en I+D que realizan son inferiores a la media nacional; y que la especialización tecnológica es elevada en un sector de escasa complejidad tecnológica como es el de alimentación, bebidas y tabaco.

Francisco Alcalá, de la Universidad de Jaén, analiza los **intermediarios no bancarios**, es decir, las entidades de capital riesgo y sociedades de garantía recíproca, y su influencia en el desarrollo de las PYMEs. Para ello, estudia las inversiones que llevan a cabo y los avales que conceden, como muestra de la dinamicidad de su actividad de impulso y estímulo del tejido productivo andaluz. El análisis realizado, permite concluir que, en Andalucía, la actividad de capital riesgo está dispersa en un elevado número de entidades de escasa dimensión, lo que dificulta la posibilidad de afrontar operaciones de gran envergadura. Junto a ello, y ante el reducido volumen de recursos que gestionan, las empresas andaluzas se ven obligadas a satisfacer su demanda con otros intermediarios del sector español. En cuanto a las SGR, reflejan un continuado crecimiento de sus capitales y del número de socios partícipes, aunque el análisis de los avales refleja un cierto estancamiento de los formalizados y un descenso de los presentados, lo que, según el autor, puede estar reflejando el desincentivo que para algunas PYMES supone el coste del aval, lo que les lleva a no solicitarlo.

Soledad Barrios, de la Universidad de Granada, aborda en su artículo el análisis de la **política de apoyo a la actividad empresarial** en Andalucía llevada a cabo por entidades de desarrollo regional, tales como el Instituto de Promoción Industrial de Andalucía (IPIA), la Sociedad para la Promoción y Reconversión de Andalucía (SOPREA) y el Instituto de Fomento de Andalucía (IFA). Con este trabajo se pone de manifiesto que estas entidades han aportado modalidades de intervención más eficientes que las desarrolladas directamente por la administración pública, y han permitido establecer vínculos y canales de comunicación entre las instituciones y la realidad empresarial de la región, rompiendo el aislamiento entre ambas que, tradicionalmente, ha limitado la efectividad de la política de apoyo al tejido empresarial.

En el artículo siguiente, Salvador Durbán, presidente del IFA, profundiza en la problemática de las

PYMES andaluzas y los **instrumentos financieros de apoyo que dispone el IFA**. Más concretamente, y en primer lugar, utilizando la Central de Balances de Andalucía, analiza las particularidades de la PYME andaluza en relación con el resto de empresas nacionales, concluyendo que presentan una mayor descapitalización, así como un excesivo peso del activo circulante. Junto a ello, también se detecta un coste del endeudamiento más elevado que el que soportan otras empresas nacionales. Posteriormente, como se ha señalado, el autor se centra en los instrumentos de apoyo del IFA para mejorar estas carencias. En este sentido, se distinguen tres líneas principales de actuación: el fomento del acceso a una mejor estructuración del pasivo, mediante el Sistema de Capital Riesgo y de Garantías Recíprocas; la mejora de la calidad del endeudamiento mediante líneas de subsidiación de tipos de interés y ayudas reembolsables; y, por último, la mejora de la gestión empresarial a través de actuaciones de apoyo a la competitividad de la empresa.

Braulio Medel, presidente de Unicaja, y José Manuel Domínguez, director del Gabinete Técnico de dicha entidad, nos ofrecen una visión de las interrelaciones entre **las Cajas de Ahorros andaluzas y el sector empresarial**. Para ello, en primer lugar, hacen referencia al papel del sistema financiero en el desarrollo económico, considerando que realiza una función esencial: la transformación de activos, y la intermediación entre ahorro e inversión. Seguidamente se analiza la estructura financiera de las empresas andaluzas, lo que pone de manifiesto que la dependencia de los intermediarios financieros es mayor en las pequeñas y medianas empresas. A continuación, se presenta un inventario de las principales vías de relación entre las Cajas de Ahorros y las empresas, entre las que destacan la financiación empresarial, las ayudas a la reestructuración de empresas, la creación de empresas propias, las participaciones empresariales y la promoción de empresas. Junto a ello, se analiza la evolución de la estructura del activo de las Cajas andaluzas, con especial referencia a la inversión crediticia, destacando su especial aumento en la segunda mitad de los noventa hasta alcanzar casi el 70% del balance total a finales de 1999, y a la cartera de renta variable.

Francisca Castilla y Carmen Ruiz, de la Universidad de Jaén estudian **las sociedades labo-**

rales como proyecto empresarial orientado a la creación de empleo. Tras hacer un repaso de su normativa reguladora y sus diversas modificaciones, se centran en el factor humano, que si bien es importante en cualquier empresa, especialmente lo es en una sociedad laboral, identificando las distintas tipologías de socios y los cauces de participación de los mismos en la sociedad, así como sus funciones. Asimismo, se analiza el papel de la sociedad laboral en la creación de empleo, ya que si bien en un principio, estas sociedades eran una continuidad de empresas en crisis, actualmente cumplen una función básica de creación de empleo y de acceso de desempleados al mercado laboral a través de una empresa autogestionada. El trabajo se completa con el análisis de una sociedad laboral situada en Jaén, Aceitunera Jiennense S.L., que permite identificar los distintos rasgos que caracterizan a estas sociedades puestos de manifiesto a lo largo del artículo.

Juan José de Lucio, del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, analiza **la empresa andaluza desde la perspectiva de sus relaciones con el exterior**. En primer lugar, analiza las principales características de la empresa exportadora, constatándose que las PYMES suponen el grupo más numeroso de empresas con relaciones comerciales en el exterior, aunque es cierto que las empresas más grandes tienen un peso relativamente superior. A continuación profundiza en el caso de las empresas andaluzas y su comercio exterior, analizando su distribución provincial, con un claro predominio en Cádiz, Sevilla y Málaga; la relación directa entre tamaño de la empresa y volumen de comercio exterior, circunstancia que está más acentuada en Andalucía que en el conjunto de España; los principales destinos y origen del comercio exterior andaluz; y los principales productos exportados. El trabajo se completa con algunas propuestas de estrategias de comercio exterior para la economía andaluza, en la línea de los objetivos básicos del "Plan de internacionalización de la empresa andaluza" de la Junta de Andalucía, cuyos objetivos básicos son: consolidar la presencia exterior de las empresas, incrementar su propensión exportadora y favorecer la inversión exterior andaluza.

Juan Delgado y Francisco González, de la Universidad de Granada, analizan **la relación exis-**

tente entre exportación de la empresa manufacturera andaluza y determinados factores como tamaño de la empresa, participación extranjera en el capital y pertenencia a sectores innovadores. Para ello, y tras una revisión teórica de la relación planteada y la presentación de los resultados de estudios similares a nivel nacional, se centran en el caso de la industria andaluza, basándose para ello, en una encuesta realizada a 145 empresas industriales de más de 30 trabajadores. El estudio pone de manifiesto, entre otros resultados, que cuanto mayor es el tamaño de las empresas, mayor es el porcentaje de producción que destinan al exterior. Respecto a la relación entre participación de capital extranjero y decisión de exportar, la propensión a acudir a los mercados exteriores es mayor en las empresas participadas por capital extranjero. En tercer lugar, no parece existir una clara relación entre pertenencia a sectores más o menos dinámicos en términos tecnológicos y propensión exportadora.

Junto a estos artículos, este BEA, dedicado al sector empresarial andaluz, se completa con el análisis de dos empresas andaluzas muy significativas: **Abengoa** y **Sando**.

La primera de ellas, es descrita como “empresa de ingeniería aplicada y equipamiento que aporta soluciones integrales en los sectores de la energía, telecomunicaciones, transporte, agua, medio ambiente, industria y servicios”. En el trabajo se hace referencia a su organización, actividades desarrolladas por los distintos grupos de negocios y datos financieros. Asimismo, se describe la estrategia de futuro de la empresa, que se dirige hacia cuatro grupos de negocios, entre los que, junto a su actividad tradicional (la ejecución de proyectos “llave en mano” y el suministro de servicios a terceros), se encuentran los negocios relacionados con la sociedad de la información, la consolidación de la empresa como líder europeo en biocarburantes, y el desarrollo sostenible. Para terminar se ofrece una visión histórica desde la fundación de la empresa hasta nuestros días.

Respecto a Sando, empresa familiar del sector de la construcción y obra pública, se ofrece una panorámica de la trayectoria seguida desde sus orígenes hasta la formación del grupo actual de empresas. Asimismo se hace referencia a la composición del capital humano de la empresa, las inversiones en

nuevas tecnologías y se destacan las principales obras en que ha participado.

Junto a estos artículos, en la sección Tribuna de Economía se han incluido dos trabajos. En el primero de ellos, Eduardo Cuenca, de la Universidad de Granada, se centra en el análisis del **comercio interior y la internacionalización de la distribución comercial en Andalucía**. Para ello, en primer lugar, estudia las nuevas orientaciones de la distribución comercial en Andalucía, debido a los cambios en el entorno económico y a distintos factores sociales, lo que ha llevado a las empresas a realizar ajustes que les permitan responder a las nuevas exigencias del mercado, surgiendo nuevos establecimientos comerciales. Ello lleva al autor a estudiar las principales características de las empresas de distribución en Andalucía, haciendo referencia a su naturaleza jurídica, con predominio de la persona física; la existencia de un solo local; la concentración de las inversiones en los mayoristas; la escasa presencia de equipo informático; y el débil nivel formativo de los empresarios, entre otros aspectos. Junto a este panorama general, destaca algunos rasgos específicos del comercio mayorista, de un lado, y del minorista, de otro, profundizando en este último caso, con un análisis de las nuevas formas de este tipo de comercio como el hard discount y los sistemas de ventas no tradicionales como la venta automática o a domicilio. En último lugar se hace referencia al Plan Integral de Fomento del Comercio Interior, elaborado por la Junta de Andalucía para el período 1998-2001 con el objetivo de hacer frente a los problemas del sector de la distribución comercial, mediante una serie de programas dirigidos, entre otros fines, hacia la modernización de las pymes comerciales, el fomento de la cooperación empresarial y de la formación, y la articulación del comercio con el tejido productivo andaluz.

El segundo trabajo de Tribuna de Economía ha sido elaborado por José J. Benítez y Pedro Raya, de la Universidad de Málaga, y en él presentan las características y potencialidades del **sistema aeroportuario andaluz**. En el trabajo se justifica el liderazgo del aeropuerto de Málaga y la funcionalidad turística que desempeña, junto al aeropuerto de Almería, en el contexto regional. También se destaca la proyección que, en los últimos años, está alcanzando el aeropuerto de Jerez, mientras que el de Sevilla se relaciona con su fun-

ción administrativa y de capitalidad de la región. Junto a ello, se aportan datos sobre la tendencia reciente en el tráfico regular y chárter en Andalucía, que refuerzan las ideas apuntadas con anterioridad. Para terminar, los autores incluyen

una reflexión sobre una propuesta de gestión descentralizada de los aeropuertos andaluces, que mejoraría la conectividad aérea de Andalucía y reduciría la dependencia de la región respecto a otros aeropuertos.