
El perfil del empresario y de la empresa Andaluza

José Antonio MUÑOZ LÓPEZ,
Francisco VILLALBA CABELLO

1. Introducción

La visión tradicional del empresario andaluz, al igual que otras facetas de Andalucía, se ha asentado en tópicos que incluso los propios andaluces han dado por válidos. Esta visión se fraguó al vincular a la clase dirigente andaluza con comportamientos relacionados con la ostentación del ocio, la riqueza y el apego a la tierra (Velarde, 1982).

En las últimas dos décadas esta situación ha cambiado radicalmente, la apertura de los mercados propició la sustitución de los empresarios con una mentalidad más tradicional por una nueva pléyade de empresarios con una formación y actitudes más acordes con lo que la sociedad demanda de sus empresarios. Este cambio en Andalucía coincide con una nueva forma de hacer negocios en todo el mundo que preconiza la desaparición del entorno nacional por otros entornos interregionales (Ohmae, 1996).

La descripción del empresario andaluz requiere abordar el análisis desde varios puntos de vista. Por un lado, establecer un perfil general de cada uno de los aspectos examinados para, posteriormente, descender a las diferencias existentes entre los empresarios de los distintos sectores y de las distintas provincias.

En los epígrafes siguientes analizaremos el perfil del empresario andaluz a partir de los rasgos fundamentales que caracterizan a sus empresas. Para ello, examinaremos en primer lugar algunas caracte-

terísticas básicas de la empresa andaluza centrándonos en la dimensión y naturaleza jurídica de ésta. En segundo lugar, abordaremos los aspectos relacionados con la innovación tecnológica en la comunidad andaluza. A continuación, investigaremos la capacidad emprendedora del empresariado andaluz mediante el análisis de la inversión realizada en los últimos años y las previsiones por este concepto a medio plazo. Por último, presentaremos nuestras conclusiones.

2. Valoración social del empresario

El papel que debe cumplir el empresario ha ido evolucionando durante el siglo XX de acuerdo con las demandas sociales y los nuevos modos de vida en la sociedad occidental. Aún así, las tesis de Shumpeter, aunque con algunos matices, parecen resurgir en la década de los noventa (Daneke, 1998). Las proposiciones de Shumpeter se pueden resumir en:

- El motor o fuerza que dirige el capitalismo no es la acumulación “*per se*” sino el comportamiento del empresario emprendedor quien a través de la innovación tecnológica y organizativa origina el proceso de destrucción creativa.
- El proceso de renovación que inicia el empresario puede originar una reacción de innovaciones en cadena que transforme sectores industriales completos.

Esta adaptación y dinamización del comportamiento empresarial resultan imprescindibles para cualquier proceso de crecimiento económico. En este sentido, no pocas veces se ha citado entre las causas del retraso socioeconómico de Andalucía la debilidad, cuando no carencia, de un espíritu empresarial suficiente, tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa. Sin embargo, bien es cierto que la escasez manifiesta de tal espíritu empresarial debe entenderse también como consecuencia de factores históricos, sociológicos y económicos. En este sentido debe evitarse ocultar la relativa incapacidad o ausencia de voluntad pública de promoción del desarrollo y de canalización de inversiones, que en determinadas épocas existió aunque afortunadamente este aspecto ha sido corregido en la pasada década.

La vinculación de la situación actual a factores históricos ha sido puesta de manifiesto en diversas ocasiones (ausencia de una burguesía consolidada en el siglo pasado, frente a una pujante aristocracia terrateniente ajena a procesos de industrialización y que reforzó su poder tras la desamortización; retraso en las comunicaciones; excesiva dependencia de la toma de decisiones foránea, etc.). Por su parte, unos altos índices de salarización y eventualidad, junto al mantenimiento de fuertes tasas de paro que han caracterizado el modo de producción agrícola andaluz, vienen acondicionando actitudes y mentalidad en la población. Asimismo, el intenso y rápido proceso de desarrollo sufrido por Andalucía, aunque con retraso con respecto al conjunto del Estado, ha condicionado la permanencia de un cierto concepto fisiocrático de riqueza que dificulta la iniciativa de fuentes de riqueza y formas productivas alternativas, coadyuvando negativamente a la formación de actitudes y mentalidad netamente empresariales. Además, las relaciones de producción predominantes han ido condicionando paulatinamente una peculiar visión negativa acerca de las relaciones sociales entre productores.

En las últimas décadas, y hasta épocas muy recientes se ha mantenido un claro divorcio entre los centros fabriles instalados en Andalucía y la razón social de éstos, propiciando una dirección, planificación y gestión desde fuera; se ralentizó la cualificación de la fuerza de trabajo respecto a otras regiones; la disponibilidad de suelo industrial adecuado era claramente insuficiente y el sistema de

transportes, comunicaciones e información, obsoleto e ineficiente. Si bien en la década de los ochenta estos factores han ido, y continúan hoy día, modificándose en la dirección adecuada, aunque aún queda camino por recorrer. Ante todo ello, cabe preguntarse por cuál es la imagen pública del empresario andaluz actual y la capacidad de atracción que ejerce su papel. Esta imagen tiene notable influencia en el desarrollo futuro de proyectos empresariales, por las posibilidades de afectar positivamente al factor subjetivo condicionante de la generación de espíritu empresarial que puede detectarse en nuestra Comunidad Autónoma en la actualidad.

En este sentido, un estudio realizado sobre la situación socioeconómica de Andalucía muestra diversos rasgos que permiten evaluar la percepción social de la función empresarial en Andalucía.

- La opinión que se tiene del empresario depende directamente del grado de conocimiento que se tiene de él, otorgándose además una posición ética más elevada cuanto menor es el tamaño de la unidad empresarial. En concreto, la opinión sobre los empresarios es mejor en el hábitat rural que en el urbano; además, las opiniones más desfavorables se centran en aquellos sectores que mantienen una interacción de carácter productivo con el empresariado: asalariados y parados. Si atendemos a la ética personal, honestidad y capacidad de trabajo son los autónomos y los pequeños empresarios los que mayor reconocimiento tienen.
- El prestigio profesional que se otorga al empresario se sitúa en una posición medibaja (por debajo de médicos, catedráticos, ingenieros o abogados). En cierto modo, ello responde a una valoración al alza de las profesiones liberales frente a las ejecutivas. Además la distribución del índice de prestigio profesional de los empresarios, muestra un incremento en aquellos grupos más relacionados con la producción (altos estudios, varones y trabajadores) frente a mujeres y estudiantes, y de quienes residen en núcleos con más de 10.000 habitantes, frente a hábitats más reducidos.
- Pese al predominio del reconocimiento de una función positiva del empresariado, existe una legitimidad con fisuras ya que hay una mayoría

relativa del conjunto de la población andaluza para la que los empresarios cumplen una función positiva en el sentido de crear riqueza y empleo. Sin embargo, existe un importante sector de la población andaluza que pondera más el motivo individualista o la actitud insolidaria que la función positiva.

- La opinión que sobre el éxito empresarial se tiene es relativamente moderada, determinando tal percepción social una atracción relativamente modesta del rol, más acentuada entre los jóvenes con estudios. Así mismo, son precisamente aquellos grupos con más problemas de empleo los que menos determinante consideran la salida laboral autónoma como medio para obtener trabajo.

Por tanto, puede constatarse la existencia de un bajo prestigio, relativamente afectado por problemas de legitimidad, ligado inversamente al tamaño de la unidad empresarial y a la edad de los entrevistados. Si a ello se añade una carencia relativa de empresarios (evidenciada *ex post* por los niveles de desempleo que sufre la Comunidad Autónoma de Andalucía), queda puesta de manifiesto la dificultad para la adecuada realización de la función empresarial en Andalucía.

3. Algunos rasgos básicos de la empresa andaluza

El primer aspecto relevante para profundizar en el perfil del empresario andaluz es su capacidad para crear empresas. A partir de la información del INE se comprueba que en el período 1994-1998 la creación de nuevas empresas en Andalucía ha sido similar a la de España, habiéndose producido un incremento cercano al 9 por ciento en los dos ámbitos.

Por sectores destaca el descenso en el número de empresas industriales, tanto en Andalucía como especialmente en España, que se ha visto compensado con los incrementos registrados en el resto de sectores productivos. En la construcción el número de empresas se ha incrementado un 25,1 por ciento en Andalucía frente al 22,5 por ciento en España. En el sector del comercio el aumento del número de empresas en Andalucía apenas ha alcanzado el 2 por ciento mientras que en España se ha mantenido prácticamente inalterado. Por último, en el resto del sector servicios el crecimiento del número de empresas ha sido bastante significativo en los dos ámbitos, si bien algo superior para el conjunto nacional.

Cuadro 1. **DEMOGRAFÍA DE LA EMPRESA**

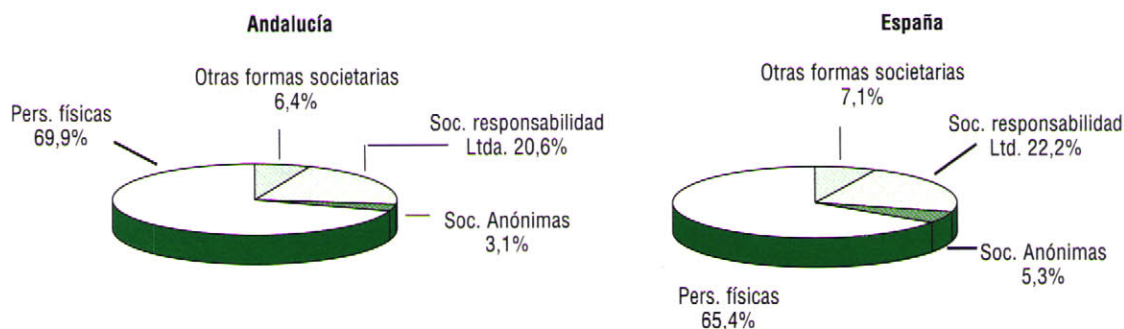
	Andalucía			España		
	1994	1998	Tasa variación	1994	1998	Tasa variación
Industria	28.969	28.789	-0,62	245.671	237.782	-3,21
Construcción	22.493	28.132	25,07	221.646	271.616	22,54
Comercio	126.659	129.005	1,85	787.792	786.384	-0,18
Resto servicios	151.475	173.500	14,54	1.046.450	1.223.019	16,87
Total	329.596	359.426	9,05	2.301.559	2.518.801	9,44

FUENTE: Directorio Central de Empresa, 1995 y 1999, INE

Atendiendo a la estructura jurídica de la empresa andaluza se observa una marcada preferencia por las empresas constituidas por personas físicas frente a las formas societarias (Gráfico 1). Esta situación, con ser también muy relevante, está menos acentuada para el conjunto del empresariado nacional donde las formas societarias representan el 35

por ciento de las empresas, un 5 por ciento más que en Andalucía. Por otra parte, una vez que el empresario ha optado por constituir su empresa con forma societaria las preferencias se inclinan por las sociedades de responsabilidad limitada que representan casi el 21 por ciento de todas las empresas de Andalucía.

Gráfico 1. Empresas según condición jurídica



FUENTE: Directorio Central de Empresas 1999, INE.

Respecto a la estructura jurídica de la empresa en las provincias andaluzas existe una mayor concentración de empresas sin personalidad jurídica, por encima de la media andaluza, en Jaén, Granada y

Cádiz, y un mayor porcentaje de empresas con formas jurídicas en Málaga, Sevilla y Córdoba (cuadro 2).

Cuadro 2. EMPRESAS SEGÚN CONDICIÓN JURÍDICA

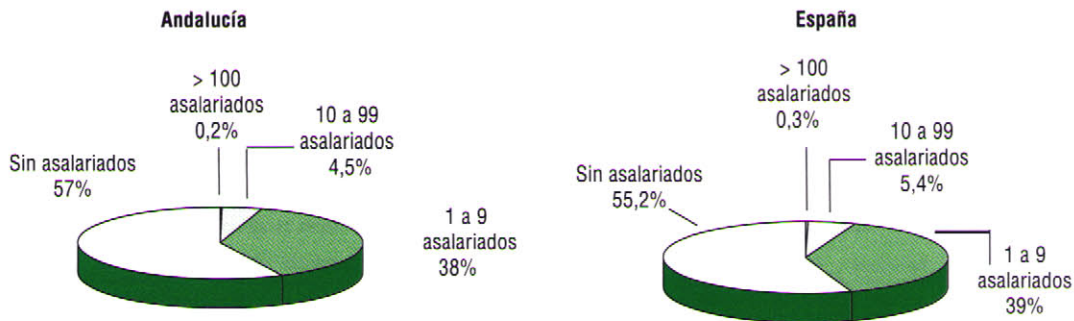
	Total	Pers. físicas	Soc. anónimas	Soc. responsabilidad Ltda.	Otras formas societarias
Almería	28.725	19.926	908	6.244	1.647
Cádiz	46.205	33.654	1.331	8.832	2.388
Córdoba	32.852	22.081	1.043	7.404	2.324
Granada	43.383	31.660	1.085	7.836	2.802
Huelva	20.265	14.160	609	4.325	1.171
Jaén	30.077	22.906	538	4.289	2.344
Málaga	71.766	48.267	2.822	16.309	4.368
Sevilla	86.153	58.627	2.914	18.759	5.853
Andalucía	359.426	251.281	11.250	73.998	22.897
Porcentaje And./España	14,27	15,25	8,43	13,23	12,85
España	2.518.801	1.647.699	133.410	559.483	178.209

FUENTE: Directorio Central de Empresas 1999, INE.

El tamaño ocupa un papel relevante en la estructura y comportamiento empresarial, pues aunque su influencia no es determinante, sí juega a favor de la concentración de capacidades tecnológicas, gerenciales, comerciales, logísticas y financieras. La propia estructura jurídica de la empresa andaluza condiciona su tamaño y le impide alcanzar, en muchos casos, un tamaño óptimo. De la distribución por tamaño de las empresas (medida según la variable número de trabajadores) que aparece reflejada en el gráfico 2, se puede constatar que la empresa andaluza tiene por término medio unas dimensiones excesivamente reducidas.

De acuerdo con el *Directorio Central de Empresas, DIRCE*, del Instituto Nacional de Estadística (1999) el 95,2 por ciento de las empresas andaluzas se clasifican como microempresas al tener menos de 10 empleados, de las cuales un 57 por ciento no tienen asalariados. La comparación con el conjunto de la Unión Europea enfatiza aún más el tamaño reducido de la empresa andaluza, pues la participación de las microempresas en la estructura empresarial comunitaria es del 91,3 por ciento. Asimismo, es en el estrato de pequeñas empresas (de 10 a 99 empleados) donde la menor presencia es más acusada, con sólo un 4,5 por ciento frente al 8 por ciento de la media comunitaria.

Gráfico 2. Empresas según número de asalariados

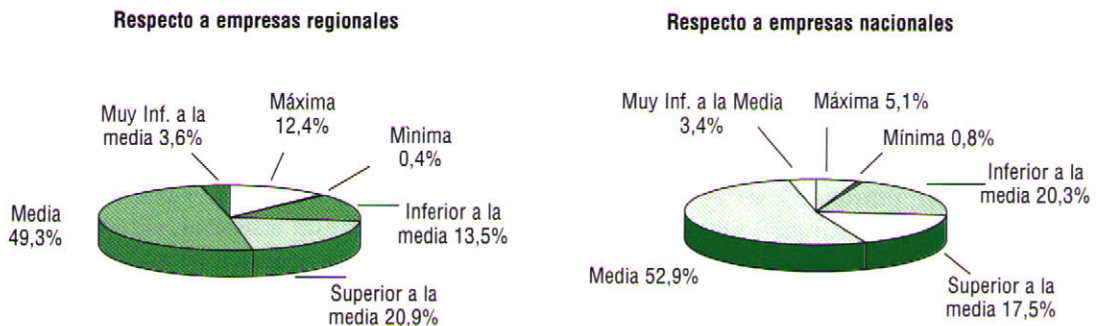


FUENTE: Directorio Central de Empresas 1999, INE

La clasificación de las empresas de acuerdo con su dimensión puede hacerse sobre la base de criterios objetivos, como el realizado anteriormente, pero también está condicionada por la percepción subjetiva que el empresario tiene de su propia realidad. En este sentido, una encuesta realizada por Analistas Económicos de Andalucía sobre una muestra de 534 empresas andaluzas pone de manifiesto que el empresario andaluz no tiene conciencia de la reducida dimensión de su empresa.

La mitad de las empresas encuestadas manifiesta que su dimensión es media (similar) con relación a las empresas competidoras regionales, subiendo este porcentaje hasta el 52,9 por ciento cuando se comparan con las empresas competidoras nacionales (gráfico 3). Al mismo tiempo, el porcentaje de empresas que consideran que su dimensión es inferior o muy inferior a la media regional se sitúa en el 17,5 por ciento, elevándose esta proporción hasta el 24,5 por ciento si se compara con la empresa nacional.

Gráfico 3. Dimensión de la empresa andaluza



FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía

Así, desde el punto de vista de la dimensión, no cabe duda que el predominio de las pequeñas y medianas empresas en Andalucía es mucho más acusado que en el ámbito nacional y comunitario, siendo la carencia de empresas relevantes una de las debilidades fundamentales del tejido empresarial andaluz si se consideran las exigencias que impone la nueva organización de los mercados. Por ello, resulta especialmente significativo la escasa

percepción que el empresario andaluz tiene sobre el reducido tamaño de su empresa.

Un hecho altamente constatado es la fuerte asimetría que presentan las distribuciones de tamaños de las empresas entre sectores económicos (cuadro 3). En el caso de Andalucía es el sector servicios y el del comercio el que mayor concentración de empresas sin asalariados presenta. Por el contrario,

en el sector de la construcción y en el industrial las empresas sin asalariados se sitúan entorno al 30 por ciento de las unidades empresariales. En el tramo entre 10 y 99 empleados las diferencias entre sectores se hacen claramente significativas. La indus-

tria y la construcción agrupan alrededor del 13 por ciento de sus empresas en este intervalo frente al comercio y servicios que no alcanzan el 3 por ciento de empresas de esta dimensión.

Cuadro 3. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS Y NACIONALES POR SECTORES SEGÚN EMPLEO.
(porcentajes respecto al sector)

	Industria		Construcción		Comercio		Resto servicios		Total	
	Andalucía	España	Andalucía	España	Andalucía	España	Andalucía	España	Andalucía	España
Sin asalariados	33,57	33,05	31,94	45,77	60,19	55,10	62,51	61,48	56,97	55,11
De 1 a 9 asalariados	53,18	49,08	53,61	44,94	36,86	41,12	34,35	34,63	38,26	39,13
De 10 a 99 asalariados	12,61	16,59	13,85	8,99	2,83	3,64	2,96	3,59	4,54	5,42
De 100 a 499 asalariados	0,59	1,13	0,59	0,29	0,11	0,12	0,16	0,26	0,21	0,30
Más de 500 asalariados	0,05	0,16	0,01	0,02	0,01	0,02	0,02	0,04	0,01	0,04
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Directorio Central de Empresas, 1999. INE.

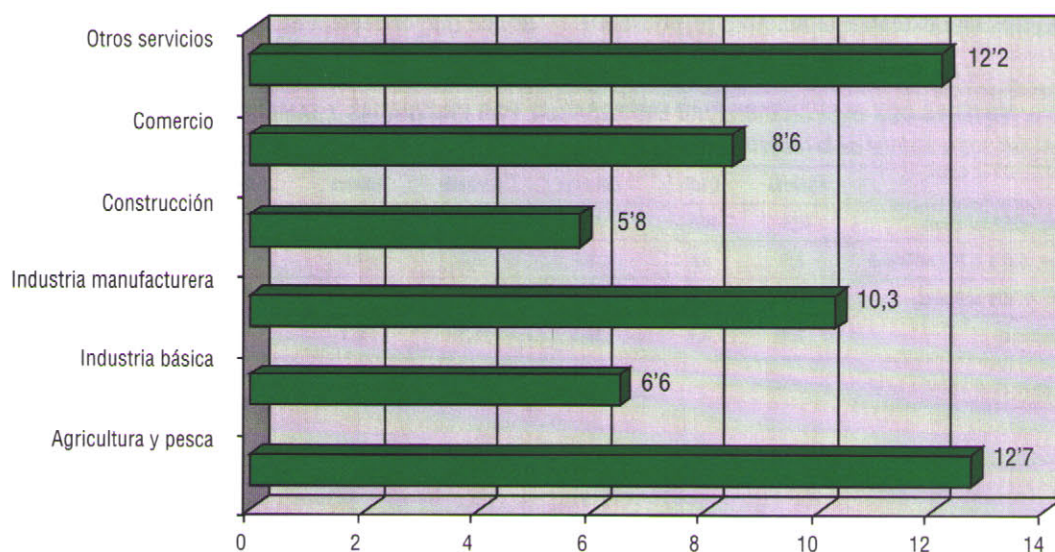
A nivel global, pues, Andalucía posee desventajas competitivas derivadas del escaso desarrollo del tamaño de sus empresas. Por consiguiente, numerosas empresas tienen una dimensión ineficiente, lo que redundará en unos niveles inferiores de productividad a los que potencialmente podrían alcanzarse y un desaprovechamiento de posibles economías de escala. Esto es consecuencia de que el dimensionamiento del proceso productivo andaluz y español desde la década del desarrollo ha estado orientado más hacia una optimización técnico-tecnológica que a una definición de los mercados. El haber mantenido los mercados relativamente cerrados ha generado grandes dificultades en el proceso de integración de los procesos productivos andaluces en los mercados internacionales, propiciando una inadecuada explotación de las capacidades productivas, con las graves consecuencias que ello encierra sobre las estructuras de los costes unitarios.

En todo caso es preciso diferenciar entre dimensión técnica (a la que se ha venido aludiendo hasta ahora, medida por el número de trabajadores o cualquier otra magnitud económica) y dimensión organizativa. Esta última puede superar a la primera cuando las empresas establecen acuerdos con otras compañías para desarrollar actividades en común. La proliferación de estos acuerdos, que generan redes empresariales, constituye un fenómeno que se inscribe en la tendencia a incrementar la dimensión organizativa

manteniendo una dimensión técnica relativamente reducida. Aquí se manifiestan de nuevo las carencias del tejido productivo andaluz al no verse compensadas las dificultades derivadas del tamaño mediante un planteamiento cooperativo, ya que menos de un 25 por ciento de las empresas tenía establecido a principios de los 90 algún tipo de acuerdo de cooperación con otras empresas (Diez de Castro, 1995).

En los últimos años la incorporación de la mujer al mundo laboral en Andalucía ha sido creciente, afectando a todos los sectores y ámbitos. Por ello, resulta de gran interés conocer en que grado las mujeres ostentan puestos de la máxima responsabilidad en las empresas andaluzas, situación que se puede asimilar a la condición de empresario, especialmente en la pequeña y mediana empresa. Para este fin hemos empleado la información recogida en la Central de Balances de Andalucía que dispone de una base de datos con las cuentas anuales depositadas en los registros mercantiles de Andalucía de más de 15.000 empresas.

De la información recogida en la muestra se desprende que el 9,1 por ciento de las sociedades andaluzas tienen a mujeres en puestos de la máxima responsabilidad, siendo las empresas del sector servicios y del sector primario (agricultura, ganadería y pesca) las que concentran un mayor número de mujeres empresarias (gráfico 4).

Gráfico 4. **Mujeres con responsabilidad en sociedades (Porcentajes)**

FUENTE: Central de Balances de Andalucía.

Por provincias es en las de Málaga, Granada y Córdoba donde el porcentaje de mujeres empresarias es mayor, superando la media andaluza. Por el contrario, en Sevilla, Jaén y Almería la proporción de mujeres que dirigen empresas es inferior a la

media regional (cuadro 4). En cuanto a la distribución por sectores y provincias destaca la elevada proporción de mujeres con responsabilidad en el sector de la agricultura y pesca en las provincias de Almería y Córdoba

Cuadro 4. **MUJERES CON RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL POR PROVINCIAS Y SECTORES.**

(porcentajes sobre el total de la muestra provincial)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Agricultura y Pesca	31,3	8,3	30,8	22,2	0,0	0,0	12,5	6,9
Industria básica	5,5	6,6	8,7	9,2	8,9	4,7	9,0	3,3
Ind. manufacturera	11,4	5,1	12,3	12,9	7,5	9,7	15,9	6,5
Construcción	2,9	2,7	7,7	7,4	6,3	2,7	6,4	6,5
Comercio	5,6	9,5	10,9	11,9	9,5	7,4	11,2	5,3
Otros servicios	10,2	11,0	13,8	12,1	12,8	11,2	16,2	9,0
Total provincial	7,1	8,4	10,9	11,1	9,1	7,1	12,6	6,1

FUENTE: Central de Balances de Andalucía, IFA.

El porcentaje de mujeres con responsabilidad en la empresa disminuye a medida que aumenta el tamaño de ésta (medido en término de la facturación). En concreto, para el conjunto de Andalucía, las empresas que facturan por debajo de los 250 millones de pesetas tienen el 11,5 por ciento de sus cargos societarios de máxima res-

ponsabilidad cubiertos por mujeres, siendo en la provincia de Málaga donde mayor es esta proporción (cuadro 5). En las empresas medianas, aquellas que facturan entre 250 y 2.500 millones de pesetas, el porcentaje en Andalucía desciende hasta el 5,8, con la provincia de Málaga, nuevamente, como la que mayor representación feme-

nina tiene en la responsabilidad directiva de las sociedades. Por último, en las grandes empresas, las mujeres que ostentan la máxima responsabili-

dad se sitúan en el 4,4 por ciento del total de la muestra andaluza, siendo la provincia de Granada donde mayor representación tienen.

Cuadro 5. MUJERES CON RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL POR PROVINCIAS Y TAMAÑO
(porcentajes sobre el total de la muestra provincial)

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Pequeñas, <250 millones	10,9	10,8	14,2	13,1	11,4	8,7	16,1	6,9
Medianas, 250 a 2.500 millones	2,7	5,6	5,7	8,0	4,3	4,7	7,7	5,3
Grandes, >2.500 millones	0,0	5,1	4,3	10,7	0,0	6,7	3,1	5,4
Total provincial	7,1	8,4	10,9	11,1	9,1	7,1	12,6	6,1

NOTA: Tamaño medido en función de los ingresos de explotación.
FUENTE: Central de Balances de Andalucía, IFA.

4. Tecnología e innovación en la empresa andaluza

La persistencia de un modelo de empresa tradicional, con grandes carencias en la profesionalización de sus cuadros directivos es muy relevante en Andalucía, pues casi el 70 por ciento de las empresas están gestionadas por sus fundadores o herederos, siendo el nivel de formación superior en el conjunto de directivos inferior al 20 por ciento, y concentrado en las empresas de mayor dimensión, con una práctica ausencia de directivos que hayan tenido presencia profesional en el extranjero (Díez de Castro, 1995).

Este carácter tradicional se traslada a la organización de la empresa, existiendo una ausencia de organigrama definido en más de las 3/4 partes de las empresas andaluzas, y la tendencia a una fuerte organización jerárquica que se traduce en una centralización de la capacidad decisoria y en una elevada rigidez de funcionamiento. La ausencia de métodos de gestión modernos y el escaso recurso al asesoramiento externo, dificultan una adecuada asignación de recursos productivos que mejore la competitividad de las empresas y facilite la innovación y el acceso a las nuevas tecnologías de la empresa andaluza.

La debilidad tecnológica de la empresa andaluza se refleja en las comparaciones internacionales de esfuerzo tecnológico, tanto si se realiza a partir de indicadores de gasto de I+D como de registro de patentes. Al contar con una base tecnológica débil, la aplicación de los factores productivos genera niveles de producto relativamente menores, lo que redundaría negativamente en la capacidad de competir. En concreto, es bien sabido que el sistema español de ciencia y tecnología es relativamente reducido en términos de personal y gasto, habiendo estado tradicionalmente desequilibrado a favor del sector público frente a las empresas, y en favor de Madrid y Barcelona. En los últimos años, los gobiernos autónomos se han convertido en un factor de fomento de los sistemas I+D de primera magnitud; junto a ellos, las universidades, empresas y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas constituyen los pilares básicos sobre los que se articula.

La Comunidad Autónoma de Andalucía aparece en niveles absolutos en la tercera posición nacional tras Madrid y Cataluña contribuyendo al gasto total en I+D con alrededor del 10 por ciento del total nacional. No obstante, en términos del PIB regional, el gasto en I+D en Andalucía desciende hasta la quinta posición con un porcentaje del 0,63 del PIB de Andalucía, cifra inferior a la del conjunto nacional (cuadro 6).

Cuadro 6. GASTO EN I+D RESPECTO AL PRODUCTO INTERIOR BRUTO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(millones de pesetas)

	1994		1995		1996		1997	
	Gastos	Ratio	Gastos	Ratio	Gastos	Ratio	Gastos*	Ratio*
Andalucía	45.088	0,52	57.350	0,62	63.084	0,64	65.865	0,63
Asturias	8.011	0,49	9.600	0,55	10.598	0,58	10.174	0,54
Canarias	13.357	0,55	11.922	0,46	14.372	0,53	13.667	0,41
Cantabria	4.729	0,56	5.023	0,55	5.068	0,53	5.831	0,61
Castilla y León	25.878	0,67	22.333	0,53	23.979	0,54	24.995	0,56
Castilla La Mancha	4.684	0,20	11.081	0,45	11.113	0,42	15.019	0,55
Com. Valenciana	34.642	0,55	34.757	0,52	40.674	0,58	43.971	0,55
Extremadura	4.690	0,37	3.558	0,27	4.658	0,34	5.513	0,36
Galicia	14.070	0,40	19.661	0,51	20.511	0,50	23.639	0,52
Murcia	7.357	0,46	8.451	0,50	8.813	0,50	10.090	0,58
Total Objetivo 1	162.506	0,47	183.736	0,50	204.866	0,52	218.764	0,55
Aragón	13.514	0,61	14.558	0,62	14.490	0,59	14.188	0,56
Baleares (Islas)	1.944	0,12	2.781	0,16	3.556	0,19	4.292	0,19
Cataluña	109.748	0,88	124.308	0,92	135.562	0,95	146.047	0,97
Madrid	203.251	1,97	200.716	1,80	213.453	1,80	216.480	1,68
Navarra	7.788	0,74	9.219	0,81	10.015	0,83	10.404	0,85
País Vasco	42.635	1,06	53.412	1,24	58.851	1,31	59.463	1,25
Rioja (La)	1.340	0,27	1.958	0,37	2.226	0,41	2.378	0,40
España	548.154	0,85	590.688	0,85	641.024	0,87	672.017	0,85

(*) Estimación realizada a partir de "Renta Nacional de España y su distribución provincial", Fundación BBV, 1999.

FUENTE: "Estadística sobre las actividades en Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (I+D)". Indicadores básicos (1997). INE, 1999.

Aunque la contribución de Andalucía al gasto en I+D ha crecido significativamente en los últimos años, la composición de éste se encuentra desequilibrada en favor del gasto público (Administración Pública más Universidades) más aún si se compara con la estructura del gasto en I+D en las regiones

más comprometidas con la investigación y el desarrollo tecnológico (cuadro 7). En este sentido, como señalan Coronado y Acosta (1999) las grandes deficiencias en I+D de Andalucía provienen del sector más débil, el empresarial.

Cuadro 7. GASTO EJECUTADO EN I+D EN ESPAÑA SEGÚN REGIONES Y ENTES EJECUTORES, 1997
(millones de pesetas)

	Gastos Totales		Admón. Pública		Universidades		Empresas	
	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje
Andalucía	65.865	9,8	12.046	10,3	37.994	17,3	15.825	4,7
Asturias (Principado)	10.174	1,5	1.862	1,6	5.050	2,3	3.262	1,0
Canarias	13.667	2,0	3.294	2,8	8.500	3,9	1.873	0,6
Cantabria	5.831	0,9	1.233	1,1	2.715	1,2	1.883	0,6
Castilla y León	24.995	3,7	2.540	2,2	14.287	6,5	8.168	2,4
Castilla-La Mancha	15.019	2,2	1.560	1,3	2.180	1,4	10.279	3,1
Comun. Valenciana	43.971	6,5	5.501	4,7	25.807	11,7	12.663	3,8
Extremadura	5.513	0,8	1.143	1,0	4.086	1,9	284	0,1

Cuadro 7. CONTINUACIÓN

	Gastos Totales		Admón. Pública		Universidades		Empresas	
	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje
Galicia	23.639	3,5	5.048	4,3	12.475	5,7	6.116	1,8
Murcia (Región de)	10.090	1,5	2.224	1,9	3.963	1,8	3.903	1,2
Total Reg. Objetivo 1	218.764	32,4	36.451	31,2	118.057	53,7	64.256	19,3
Aragón	14.188	2,1	2.495	2,2	4.869	2,2	6.824	2,0
Baleares (Islas)	4.292	0,6	1.200	1,0	2.930	1,3	162	0,0
Cataluña	146.047	21,7	14.980	12,8	35.499	16,1	95.568	28,5
Madrid	216.480	32,2	59.353	50,8	41.943	19,1	115.184	34,3
Navarra	10.405	1,5	296	0,3	4.430	4,0	5.679	1,7
Pais Vasco	59.462	8,8	1.620	1,4	11.244	5,1	46.598	13,9
Rioja (La)	2.378	0,4	331	0,3	978	0,4	1.069	0,3
España	672.016	100,0	116.727	100,0	219.950	100,0	335.340	100,0

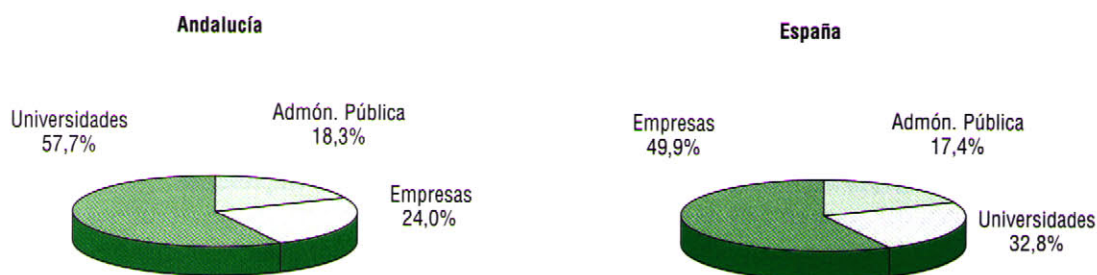
NOTA: Porcentajes respecto al gasto nacional en cada partida

FUENTE: "Estadística sobre las actividades en Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (I+D) 1997". INE. 1999.

El esfuerzo que la empresa privada realiza en I+D en Andalucía puede considerarse modesto pues se sitúa en el 24 por ciento del gasto total por este concepto frente al 50 por ciento que alcanza en el conjunto de España. Esta situación convierte a las universidades andaluzas en los entes que más contribuyen a la innovación y desarrollo tecnológico en

Andalucía pues aportan casi el 58 por ciento del gasto en I+D de la región. No obstante, esta concentración de la I+D en los ámbitos universitarios conlleva algunos problemas para la transferencia de tecnología a la empresa debido al alejamiento de la investigación universitaria de las necesidades de la empresa.

Gráfico 5. Gasto ejecutado en I+D por entes ejecutores, 1997. (Porcentaje respecto al gasto total)



La debilidad tecnológica del tejido empresarial andaluz es más inquietante al centrar el análisis en el sector industrial. Los estudios realizados para Andalucía ponen de manifiesto que el menor desarrollo tecnológico se evidencia tanto si se considera el grado de incorporación y producción de nuevas tecnologías, como la capacidad de investigación de las empresas. En la industria andaluza es muy limitado el uso de nuevas tecnologías, destacando la escasa producción de innovaciones, entendiéndose por éstas según el informe *La industria*

española ante el proceso de innovación, entre otras: la mejora en la calidad del producto, el aumento de la cuota de mercado, la renovación de la cartera de productos, el aumento de la flexibilidad en la producción y la reducción en el tiempo de fabricación.

Los gastos totales dedicados a la innovación por las empresas andaluzas se situaron entorno a los 38 mil millones de pesetas en 1996, cifra que sólo representa el 5,1 por ciento del total nacional (cuadro 8). Del gasto por este concepto realizado en

Andalucía, el 79 por ciento correspondió a empresas con más de 20 trabajadores y el resto a las de menos de 20 empleados. Como cabría esperar la mayor parte del gasto en innovación se concentra en las empresas de mayor tamaño. No obstante, se observa una mayor propensión al gasto en innova-

ción en la pequeña empresa andaluza que en la nacional como lo demuestra el hecho de que para un porcentaje de empresas similar con menos de 20 trabajadores, en el ámbito nacional estas empresas sólo aportan el 10 por ciento del gasto en innovación frente al 21 por ciento en Andalucía.

Cuadro 8. GASTOS TOTALES EN INNOVACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS 1996. (miles de pesetas)

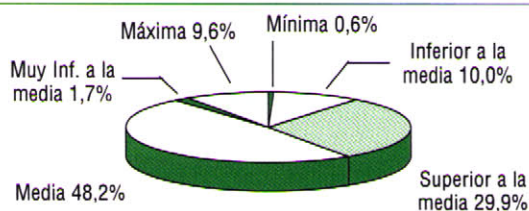
	Menos de 20 empleados		Más de 20 empleados		Total	
	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje	Importe	Porcentaje
Andalucía	7.941.689	10,6	30.130.299	4,2	38.071.987	4,8
Aragón	3.418.070	4,6	53.492.813	7,4	56.910.883	7,2
Asturias (Principado de)	443.409	0,6	6.709.533	0,9	7.152.942	0,9
Baleares	383.823	0,5	2.467.476	0,3	2.851.299	0,4
Canarias	423.072	0,6	4.366.344	0,6	4.789.416	0,6
Cantabria	157.858	0,2	8.839.316	1,2	8.997.174	1,1
Castilla y León	3.117.051	4,2	38.963.114	5,4	42.080.164	5,3
Castilla-La Mancha	3.899.757	5,2	18.950.683	2,6	22.850.440	2,9
Cataluña	17.059.926	22,7	184.169.058	25,6	201.228.984	25,3
Comunidad Valenciana	8.917.254	11,9	44.201.671	6,1	53.118.926	6,7
Extremadura	602.532	0,8	1.227.106	0,2	1.829.638	0,2
Galicia	1.376.161	1,8	48.629.765	6,8	50.005.926	6,3
Madrid (Comunidad de)	10.073.727	13,4	168.155.993	23,4	178.229.720	22,4
Murcia (Región de)	9.458.467	12,6	13.657.652	1,9	23.116.119	2,9
Navarra (Comunidad Foral)	814.843	1,1	12.574.292	1,7	13.389.136	1,7
País Vasco	6.657.329	8,9	75.441.509	10,5	82.098.838	10,3
Rioja (La)	358.170	0,5	7.116.690	1,0	7.474.859	0,9
España	75.103.138	100,0	719.093.314	100,0	794.196.451	100,0

FUENTE: "Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las empresas, 1996". INE, 1999.

Al igual que con el tamaño empresarial es importante conocer cuál es la percepción que el empresario andaluz tiene sobre su nivel tecnológico. En este sentido, los resultados obtenidos por la encuesta realizada por Analistas Económicos de Andalucía muestran que sólo el 12,3 por ciento de las empresas andaluzas consideran que tienen un

nivel tecnológico inferior o muy inferior con respecto a las empresas competidoras regionales (gráfico 6). Esta impresión subjetiva sobre el nivel tecnológico, así como la escasa dimensión empresarial de la empresa andaluza son los factores que condicionan el reducido gasto realizado en I+D+I en Andalucía.

Gráfico 6. Nivel tecnológico respecto a empresas nacionales.



El Sistema Español de Innovación en la empresa adolece de importantes problemas, algunos de ellos estructurales, que se reproducen en Andalucía con mayor intensidad si cabe. El informe sobre *Tecnología e innovación en España 1999* realizado por la Fundación Cotec los ha evaluado a través de una encuesta a expertos de todos los ámbitos profesionales, destacando los siguientes:

- Poca consideración de la cultura empresarial dominante hacia la innovación española.
- Escasa dedicación de recursos financieros y humanos para la innovación en las empresas.
- España no incorpora tantos tecnólogos a sus empresas como otros países europeos.
- El potencial científico y tecnológico generado por el sistema público de I+D no es aprovechado por las empresas españolas.
- Falta de conexión de las empresas que innovan con otras empresas y agentes del sistema de innovación.
- Retraso en la implantación y capacitación en el uso de las nuevas tecnologías en las empresas.

No obstante, los expertos encuestados observan tendencias positivas en cuanto al dinamismo empresarial en materia de innovación, apreciando, además, una positiva evolución de la capacidad tecnológica competitiva de la empresa española a nivel mundial.

5. Inversión

El proceso de innovación que subyace tras el empresario emprendedor debe apoyarse en una dinámica inversora, sin la cual los proyectos, ideas e incluso la propia empresa estarían abocados al fracaso. Por ello, el análisis de la actitud inversora del empresario andaluz se hace imprescindible para conocer la disposición para asumir riesgos y adaptar sus estructuras productivas a las nuevas necesidades de los mercados.

Las inversiones realizadas por los empresarios andaluces en los últimos cinco años, según se desprende de la encuesta realizada por Analistas Económicos de Andalucía en diciembre de 1998, se han destinado principalmente a mejorar la calidad y a ampliar la capacidad productiva, con un 25,6 y

25,3 por ciento, respectivamente. En tercer lugar, el 16,4 por ciento de las inversiones realizadas se han dirigido a mejorar los métodos de organización y gestión, y el resto de las inversiones han perseguido la reducción de los costes en los que incurre la empresa. Hay que destacar que un porcentaje reducido de empresarios ha realizado inversiones destinadas a la apertura de nuevos mercados exteriores y a la mejora de la comercialización de los productos.

Gráfico 7. Tipo de Inversiones realizadas



En cuanto al tipo de inversiones realizadas diferenciando por actividades se observa que en todos los sectores las inversiones más realizadas han sido o bien ampliar la capacidad productiva o bien mejorar la calidad de la línea de productos (cuadro 9). No obstante, aquellas que prestan servicios a las empresas, con el 31,1 por ciento, son las que en mayor medida han dirigido sus inversiones a ampliar la capacidad productiva. De la misma forma estas empresas han centrado también en una elevada proporción, por encima de los demás sectores, sus inversiones en mejorar la línea de productos y los métodos de organización y gestión. Resulta significativo que las empresas industriales han destinado, en general, una mayor parte de sus inversiones a reducir los costes que las empresas de servicios.

Cuadro 9. TIPO DE INVERSIÓN REALIZADA POR ACTIVIDAD

	Energía, agua y Químicas	Transformación de metales	Alimentación y bebidas	Manufacturas	Servicios comerciales	Otros servicios	Servicios a Empresas y otros
Ampliar capacidad productiva	22,5	26,4	25,4	26,1	28,2	23,8	31,1
Mejorar calidad, ampliar-modificar línea productos	23,4	22,9	26,0	28,1	24,1	28,7	29,7
Reducir costes energéticos	14,4	10,4	11,3	9,6	8,6	12,3	4,1
Reducir costes laborales	10,8	10,4	10,0	7,8	7,5	6,6	6,8
Reducir otros costes de producción	13,5	13,9	12,5	12,4	11,5	9,0	5,4
Mejorar métodos de organización y gestión	15,3	16,0	14,7	15,9	20,1	19,7	23,0

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía

Desde la óptica provincial, las empresas radicadas en Málaga han centrado sus inversiones en los últimos años en mejorar la calidad o ampliar la línea de productos en mayor proporción que las otras provincias andaluzas (cuadro 10). Además, las empresas de esta provincia son las que menos inversiones

han realizado para reducir los costes de producción en comparación con el resto de las provincias. Por otro lado, son las empresas de Cádiz las que han realizado más inversiones destinadas a mejorar los métodos de organización y control, seguidas de las empresas de Almería.

Cuadro 10. TIPO DE INVERSIÓN REALIZADA POR PROVINCIAS

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Ampliar capacidad productiva	23,9	26,1	25,4	26,3	26,8	23,8	28,5	28,0
Mejorar calidad, ampliar o modificar línea productos	22,7	24,4	25,1	23,9	29,3	28,5	35,8	25,1
Reducir costes energéticos	9,7	8,0	12,2	10,4	13,4	7,9	9,5	11,4
Reducir costes laborales	9,1	6,3	9,0	10,4	6,1	11,3	6,5	9,1
Reducir otros costes de producción	15,3	12,5	14,0	11,4	8,5	14,6	3,6	10,9
Mejorar métodos de organización y gestión	19,3	22,7	14,3	17,6	15,8	13,9	16,1	15,4

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía

Con ser importantes las inversiones realizadas las previsiones de inversión para los próximos cinco años tienen una gran relevancia pues determinan la voluntad del empresario andaluz de seguir comprometidos con su territorio para seguir generando riqueza y empleo, y para adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercados que se están produciendo de manera acelerada. En este sentido, destaca que el 31 por ciento de los empresarios Andaluces prevén realizar inversiones muy grandes o grandes en los próximos cinco años, el 42,3 por ciento inversiones de volumen medio, el 22,4 por ciento inversiones de mantenimiento y, sólo el 1,3 por ciento no prevé realizar ninguna inversión.

En cuanto a la distribución de estas previsiones por provincias (cuadro 11) se aprecia que es en Granada y Cádiz donde los empresarios prevén realizar en mayor grado inversiones denominadas muy grandes. Si consideramos de manera conjunta las muy grandes y las grandes se constata una mayor predisposición a realizar inversiones de este volumen en Sevilla y Málaga. En tres provincias, Granada, Jaén y Sevilla algunos empresarios manifiestan que no prevén realizar ninguna inversión.

Cuadro 11. VOLUMEN DE INVERSIÓN PREVISTA POR PROVINCIAS

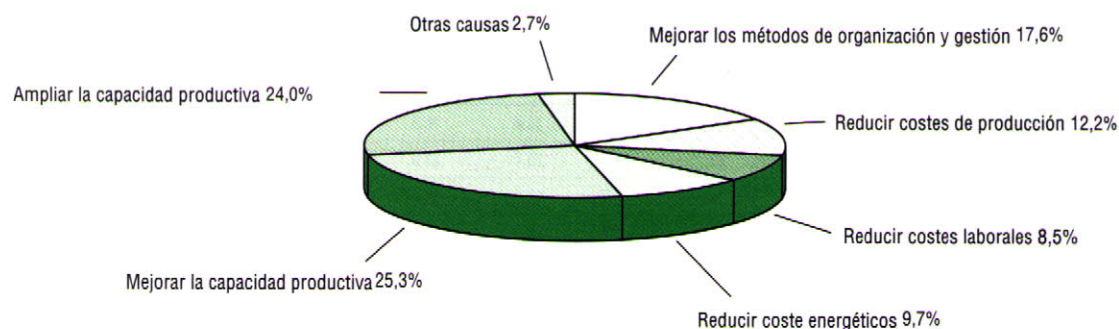
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Muy grandes	6,0	9,0	3,6	11,3	7,3	5,7	4,6	7,3
Grandes	20,0	17,9	21,4	25,8	19,5	22,6	33,8	31,7
Medianas	48,0	53,7	43,8	40,3	48,8	41,5	29,2	36,6
De mantenimiento	26,0	13,4	27,7	19,4	22,0	26,4	29,2	14,6
Ninguna	—	—	—	1,6	—	3,8	—	4,9
N.S./N.C.	—	6,0	3,6	1,6	2,4	—	3,1	4,9

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía

En las inversiones previstas para los próximos años se ha producido un ligero cambio de orientación en cuanto al tipo de la inversión (gráfico 8). Disminuye levemente el porcentaje de inversiones

que se van a destinar a mejorar la calidad y a ampliar la capacidad productiva, y se incrementan las inversiones que se van a dirigir a mejorar los métodos de organización y gestión.

Gráfico 8. Tipo de inversiones previstas



Por actividades, las inversiones previstas para mejorar la calidad o modificar la línea de productos son la primera elección en todos los sectores, excepto transformación de metales y servicios comerciales, donde se opta en un mayor porcentaje

por ampliar la capacidad productiva. Nuevamente las actividades de servicios piensan orientar sus inversiones a mejorar los métodos de organización y gestión en una mayor proporción que las actividades industriales.

Cuadro 12. TIPO DE INVERSIÓN PREVISTA POR ACTIVIDAD

	Energía, agua y Químicas	Transformación de metales	Alimentación y bebidas	Manufacturas	Servicios comerciales	Otros servicios	Resto Actividades
Ampliar capacidad productiva	20,2	28,1	23,6	25,6	24,4	23,9	25,4
Mejorar calidad, ampliar-modificar línea productos	26,6	26,6	25,8	26,2	22,1	28,2	29,6
Reducir costes energéticos	12,8	10,2	10,3	10,7	9,3	9,4	4,2
Reducir costes laborales	9,6	9,4	10,3	8,3	9,3	5,1	7,0
Reducir otros costes de producción	13,8	10,2	13,3	14,0	11,0	11,1	11,3
Mejorar métodos de organización y gestión	17,0	15,6	16,6	15,2	23,8	22,2	22,5

FUENTE: Analistas Económicos de Andalucía

Respecto a la distribución de los tipos de inversión prevista por provincias se observa que Málaga, Huelva y Sevilla son las provincias en las que los empresarios invertirán más en mejoras de la calidad o modificaciones de la línea de productos. Las provincias de Almería y Cádiz son las que más

importancia conceden a las inversiones destinadas a la mejora de los métodos de organización y gestión. En cuanto a la reducción de los costes parece que las previsiones de inversión son algo inferiores en las provincias de Málaga, Cádiz y Huelva que en el resto.

Cuadro 13. TIPO DE INVERSIÓN PREVISTA POR PROVINCIAS

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Ampliar capacidad productiva	22,8	25,1	24,2	22,8	23,4	25,8	25,3	27,3
Mejorar calidad, ampliar o modificar línea productos	22,1	25,1	25,0	24,1	29,7	22,5	32,7	28,7
Reducir costes energéticos	7,4	6,6	11,7	11,1	9,4	9,2	11,3	12,0
Reducir costes laborales	10,3	4,8	9,6	9,9	6,3	11,7	8,7	8,0
Reducir otros costes de producción	15,4	15,0	14,2	11,7	12,5	15,8	5,3	10,0
Mejorar métodos de organización y gestión	22,1	23,4	15,4	20,4	18,8	15,0	16,7	14,0

FUENTE: Análisis Económicos de Andalucía

En definitiva, del análisis del comportamiento inversor del empresario andaluz se desprende que este tiene una elevada conciencia de que la inversión y mejora de sus empresas es la base para hacerla más eficaz y competitiva, lo que se desprende del reducido porcentaje de empresas que no han invertido o que no piensan invertir en el futuro. En este sentido, hay que resaltar las políticas de apoyo a las empresas realizado por la Administración Pública que han facilitado y orientado, en muchos casos, el proceso inversor del empresario andaluz.

6. Conclusiones

En este artículo se han analizado algunos de los aspectos fundamentales que definen el perfil del empresario andaluz, abordando en primer lugar cuestiones relacionadas con la capacidad para crear empresas, la forma jurídica en que estas se crean, su dimensión, los sectores más dinámicos y la representación de la mujer en el mundo de los empresarios. En segundo lugar, se ha analizado la capacidad innovadora y para desarrollar nuevas tecnologías del empresario andaluz, y en tercer lugar se ha indagado en la actitud inversora de los empresarios determinando como se han concretado ésta en los últimos cinco años y que expectativas manifiesta para el futuro.

En la segunda mitad de la década de los noventa la

incorporación de nuevos empresarios en Andalucía ha sido similar a la de España, si se tiene en cuenta el incremento porcentual en el número de empresas que se ha producido en ambos ámbitos. Los sectores más atractivos para los nuevos empresarios han sido la construcción y los servicios (excluido el comercio), al mismo tiempo que el sector industrial parece haber perdido capacidad para atraer nuevos empresarios.

Los empresarios andaluces prefieren crear empresas como autónomos, siete de cada diez, seguidos de las sociedades limitadas, dos de cada diez, siendo los empresarios de Málaga, Sevilla y Córdoba los que en mayor porcentaje recurren a las formas societarias para crear empresas. Estas preferencias se trasladan al tamaño de la empresa andaluza, provocando que el 95,2 por ciento de las empresas tengan menos de 10 asalariados. En este sentido, hay que destacar que el empresario andaluz no tiene conciencia de la reducida dimensión de su unidad productiva. Por sectores, son el sector servicios y el comercio los que en mayor medida adolecen de una dimensión reducida.

La incorporación de la mujer al mundo de los empresarios es todavía reducida en Andalucía pues sólo el 9,1 por ciento de las mujeres ocupan puestos de máxima responsabilidad en la empresa andaluza. Es en el sector servicios y primario donde se produce una mayor concentración de empresarias en Andalucía. Las provincias de Málaga, Granada y

Córdoba tienen un porcentaje de empresarias por encima de la media andaluza, siendo entre las de pequeña dimensión (facturan por debajo de 250 millones de pesetas) donde hay un mayor porcentaje de mujeres empresarias, si bien también resulta significativo el porcentaje de empresarias en la gran empresa.

El gasto en I+D en España se encuentra desequilibrado en favor del sistema público y de las Comunidades de Madrid, Cataluña y el País Vasco. El problema en Andalucía se deriva de la escasa participación de las empresas en el gasto en I+D, más aún si se la compara con las regiones antes reseñadas. Esto se debe a la falta de grandes empresas o al escaso gasto que éstas realizan en I+D.

Por otro lado, los gastos en innovación de las empresas andaluzas apenas alcanzaron el 5 por ciento del total nacional. Más de las cuatro quintas partes de este gasto fue realizado por empresas con más de 20 empleados, y el resto por las demás. En comparación con la empresa española se observa una menor participación de la mediana y gran empresa andaluza en los gastos en innovación lo que condiciona como en el caso de la I+D la posibilidad de alcanzar un volumen de gasto en innovación suficiente. En este sentido, los empresarios andaluces no consideran, en su gran mayoría, que su nivel tecnológico sea inferior al del resto de

empresas competidoras lo que unido a la reducida dimensión de la empresa andaluza constriñen la posibilidad de invertir en I+D+I en Andalucía.

Los empresarios andaluces han mostrado en los últimos años una elevada disposición a invertir en sus empresas para mejorarlas y adaptarlas a las nuevas necesidades de los mercados. Fundamentalmente las inversiones realizadas se han destinado a mejorar la calidad o renovar la línea de productos y a ampliar la capacidad productiva, siendo reducido el porcentaje de empresarios que han invertido en la apertura de nuevos mercados.

La tercera parte de los empresarios andaluces prevén realizar inversiones de un volumen grande o muy grande en los próximos años, siendo los empresarios de Sevilla y Málaga los que manifiestan una mayor predisposición a realizar estas grandes inversiones. Por otro lado, un porcentaje muy reducido de empresarios no prevé realizar ningún tipo de inversión, siendo únicamente los empresarios de Granada, Jaén y Sevilla los que así se manifiestan.

En definitiva, el empresario y la empresa andaluza deben adquirir una mayor conciencia de su realidad, tamaño, estructura, nivel tecnológico, etc. que les permita en el futuro afrontar los nuevos retos del cambiante mundo empresarial.

Referencias bibliográficas

CORONADO, D. y ACOSTA, M. (1999): "Evolución de las actividades de investigación y desarrollo tecnológico en Andalucía", *Boletín Económico de Andalucía*, nº 25, 275-292.

DANEKE, G. (1998): "Beyond Schumpeter: Nonlinear economics and the evolution of the U.S. innovation system", *Journal of Socio-Economics*, vol. 27, nº 1, 97-115.

DÍEZ DE CASTRO, E., GALÁN, J.L., LANDA, J. y LEAL, A. (1995): "La empresa en Andalucía", *Ed. Civitas*, Madrid.

FUNDACIÓN COTEC PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (1999): "Informe COTEC 1999, tecnología e innovación en España", Madrid.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, (1999): "El Directorio Central de Empresas, Resultados Estadísticos 1999", Madrid

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, (1995): "El Directorio Central de Empresas, Resultados Estadísticos 1995", Madrid.

OHMAE, K. (1996): "El despliegue de las economías regionales, oportunidades y desafío empresarial", *Ed. Deusto*, Bilbao.

VELARDE, J.(1982): "Decadencia y crisis en Andalucía", *Instituto de Desarrollo Regional*, Sevilla.