

Aproximación al fenómeno de las empresas *gacela* en Andalucía

Antonio CHECA GODOY

1. Introducción

En los últimos años, desde mediados de la década de los noventa, con el auge de la figura del emprendedor, pero sobre todo con la liberalización y diversificación de los mercados, su internacionalización y el crecimiento de la competitividad, cobran perfil propio, hasta constituir un grupo relevante, las empresas que muestran un crecimiento alto sostenido, un elevado rendimiento, muy por encima del promedio de su sector y de los niveles medios de la economía de su entorno.

Ese crecimiento rápido no ha estado nunca ausente en el panorama económico de cualquier comunidad, Andalucía incluida, pero por lo general ha sido aislado y coyuntural, de sectores –el minero es buen arquetipo– que han sabido aprovechar unas circunstancias favorables¹. Sin embargo, en nuestros días, el proceso es bien diferente. El sistema en su conjunto parece mucho más proclive a que determinadas empresas, con buen conocimiento del mercado y de sus oportunidades y no necesariamente de gran dimensión, bien al contrario, alcancen niveles de expansión destacados,

que no resultan fortuitos ni en medida relevante externos al propio esfuerzo empresarial, sino que residen en esencia en esa habilidad para detectar oportunidades del mercado, una rápida incorporación de novedades tecnológicas y en la asunción decidida de riesgos de todo tipo –económicos, estratégicos o financieros–; de ahí que, aunque domine entre ellas, por la dinámica misma de la evolución de la economía actual, el sector servicios –comercio incluido–, aparezcan en prácticamente todos los sectores y subsectores de esa economía.

Resulta patente que el proceso económico presente obliga a las empresas a un esfuerzo excepcional, sin parangón con otras etapas históricas, para ganar competitividad², concepto que además se hace en nuestros días mucho más móvil y complejo, por la incidencia de factores nuevos o que se presentan con rasgos más acusados, como la exigencia de calidad, la de permanente innovación tecnológica o la llevada y traída globalización de la economía. Además, en un marco económico liberal la competitividad se sitúa de forma creciente más en el ámbito de las empresas que en el de un estado que privatiza sus sociedades y debe garantizar a lo

1. Véase Parejo A. y Sánchez A., editores (1999), *Economía andaluza e historia industrial. Estudios en homenaje a Jordi Nadal*, Almería, Universidad/Unicaja. Se trata de un amplio repertorio de trabajos sobre la empresa andaluza de los dos últimos siglos, que ponen de relieve los muchos esfuerzos fallidos, y los aislados éxitos del proceso de industrialización andaluz desde una óptica esencialmente empresarial.

2. Una perspectiva reciente, y desde la comunidad andaluza, del problema en VV. AA. (2000), *Los retos de la competitividad empresarial*, Málaga, Analistas Económicos de Andalucía.

sumo la libre competencia y buscar mercados financieros ágiles, dotar unas infraestructuras adecuadas y practicar una política de incentivos no discriminatoria.

Pero también resulta patente que a ese redoblado esfuerzo en competitividad acompañan muchas mayores posibilidades en un mercado cada día más internacional y donde crecen a ritmo exponencial bienes y servicios, donde en definitiva se multiplican las oportunidades de negocio.

2. Andalucía

En el caso de Andalucía, esos últimos años de notable ritmo de crecimiento económico se han significado sin duda por la presencia de rasgos positivos cara a la expansión de este tipo de empresas. Por un lado, el número de nuevas sociedades en la comunidad se viene situando por encima de las 12.000 anuales, nivel estimable y mucho más habida cuenta de los precedentes, y además con tendencia al aumento, de forma que en el 2000 pueden alcanzarse o bordearse las 15.000 nuevas sociedades en Andalucía; por otro lado, el creciente número de empresas andaluzas que pasa los rubicones básicos para la competitividad: exportación, calidad certificada³..., sin olvidar un sistema financiero que con menores intereses, la más baja morosidad que se recuerda y más disponibilidad para los créditos es también mucho más propicio que en pasadas etapas para la colaboración con la empresa dinámica⁴.

En ese panorama no es extraño que la figura de la empresa de gran rendimiento cobre importancia al

dejar de representar casos aislados o fugaces, más explicables por factores externos a la propia empresa que por la actividad de ella, para pasar a configurar modelos relativamente frecuentes y desde luego sugestivos, tanto por esa dinámica propia como por su carácter ejemplarizante, que contribuye –entre otros aspectos– a una reacomodación de la figura del empresario –del emprendedor, el término de moda– en la sociedad, mucho más positiva y bien visible hoy también en Andalucía en muy distintos ámbitos.

La floración de empresas *gacela* –otro término, muy expresivo, que ha hecho por ello rápida fortuna– hay, asimismo, que enmarcarla, sin duda, en la nueva coyuntura económica que vive la comunidad, y en especial sus pymes, desde aproximadamente 1995-1996, con la mejoría de la situación financiera de la empresas, la reducción del gasto financiero, y en general de los costes laborales, y un mayor rendimiento de las inversiones, entre otros aspectos⁵.

En cualquier caso, conviene advertir que no se trata de un arquetipo o una figura perfectamente delimitada, al contrario, en el desarrollo reciente del mundo empresarial andaluz se perciben varios nuevos tipos de empresas que si bien cabe genéricamente considerar o definir como de gran rendimiento o de elevado crecimiento, obligan, en cuanto la mirada profundiza, a distinguir diversos modelos, a los que obedecen los distintos tipos establecidos, por ejemplo, desde el prestigioso anuario usualmente conocido como *Ardán*, que en Andalucía realizan el Instituto de Fomento de Andalucía, IFA, y Analistas Económicos de Andalucía, AEA, con datos de la Central de

3. Queda fuera del ámbito de este artículo el estudio de la certificación de la calidad empresarial, con un auge nada ajeno a la crecimiento de las empresas de gran rendimiento y a las exigencias de la competitividad. Incluyendo todas las empresas y organismos certificadores, a finales de 1999 superaban ya el millar las empresas andaluzas certificadas, con un ritmo de progresión muy notable. Véase al respecto el número 110 de *Andalucía Económica*, de abril de 2000.

4. En un estudio reciente, pero ya clásico, el coordinado por Emilio Pablo Díez de Castro (1995), *La empresa en Andalucía*, Madrid, Editorial Civitas/IFA, realizado precisamente en los primeros años de la década, vísperas de la eclosión de las empresas *gacela*, se destacan como principales obstáculos para las empresas de la comunidad los costes financieros y la morosidad de los clientes. Un 15% de las desaparecidas lo son por ahogo financiero, aunque la causa señalada con más frecuencia es la no competitividad en precios. Véanse páginas 251 y siguientes.

5. Un análisis de la empresa andaluza en el crucial periodo 1994-1997, en el que se pasa de una aguda crisis económica a una intensa expansión, en Eseca (1999), *Informe económico financiero de Andalucía 1999*, Granada, Caja General de Ahorros, en especial el capítulo “La empresa andaluza y su evolución. Central de Balances de Andalucía 1994-1997”, páginas 115 y siguientes.

Balances de Andalucía⁶, y que en su edición de 1999 establece cuatro tipos de empresas de gran rendimiento, en función, claro, de qué entendamos por gran rendimiento y los parámetros que establezcamos. En cualquier caso, todas muestran un notable grado de eficiencia empresarial, de rentabilidad en el negocio que denotan un cambio de mentalidad y de comportamiento en el empresariado andaluz muy estimable⁷.

Propiamente de *alto rendimiento* serían –según los criterios allí utilizados– aquellas empresas que muestran un crecimiento sostenido de su rentabilidad del 25%, promedio, durante al menos tres años consecutivos, y sin que en ese trienio en ningún año baje la rentabilidad del 15%. La rentabilidad se mide por la relación entre beneficios y activos empleados para su obtención.

Empresas *gacela* –en las que vamos a centrar nuestro análisis– serían aquellas que sencillamente ofrecen un crecimiento sostenido en ingresos por encima del 25% durante al menos tres años seguidos, sin otro requisito. Al estar basada la calificación sólo en ese crecimiento del volumen de negocio su número es relativamente amplio en cualquier economía en expansión.

Junto a estos dos tipos de empresas, cabrían situarse otros modelos de sociedades también muy características del momento económico que atravesamos, caso de las *generadoras de riqueza*, con valor creciente para el accionista y nunca inferior al 10% asimismo en al menos tres años consecutivos y finalmente empresas de *alta pro-*

ductividad, es decir empresas que destacan en recursos humanos, con gran valor añadido por empleado y además creciendo por encima de un 10% en cada año de ese trienio puesto como periodo mínimo para evaluar un proceso de alto rendimiento.

Con tales acotaciones, el número de empresas de estos últimos tipos en una comunidad como la andaluza lógicamente se reduce, pues se trata de baremos muy exigentes –aunque imprescindibles, como en todos los demás, para evitar confundir crecimientos sólidos y estables con expansiones fortuitas o efímeras, favorecidas también por la bonanza económica–, y no alcanza siquiera el medio centenar, aunque puedan ser muy representativas.

De todos esos tipos, que evidentemente podrían ampliarse con algunos más, el que ha hecho más fortuna es el de empresas *gacela*, también el más sencillo, pues como requisito exige sólo un importante crecimiento de las ventas. Pero el imán del concepto de empresa expansiva explica que proliferen en los últimos años las listas de tales empresas, respondiendo a diversos criterios, raramente plurianuales, aunque los anteriormente señalados nos parecen más rigurosos y por ello mismo más válidos para un análisis regional⁸.

Aflora, por ejemplo, el concepto de empresa de gran crecimiento, que aúna ventas, beneficios, rentabilidad y valor bursátil, pero concepto que implica abordar por lo general sólo el análisis de las grandes

6. Queda fuera del análisis, por falta de datos contrastados, casi todo el mundo de las cooperativas andaluzas, con excepción del reducido número –alrededor del 10%– que envían habitualmente datos a los registros mercantiles andaluces. Se trata, sin embargo, de un sector donde también se producen crecimientos importantes en ventas en los últimos años y donde potencialmente se están dando muchas *gacelas*. Un reciente estudio relaciona 65 cooperativas agrarias andaluzas que superan los 1.000 millones de facturación en 1997, y los autores reconocen no haber podido obtener datos de dos provincias, Cádiz y Granada. Véase FUENTES, F. y VEROZ, R., “Las cooperativas agrarias en Andalucía”, en *Informe anual del sector agrario en Andalucía 1998*, Málaga, Unicaja.

7. Se consideran en este sentido pioneras en nuestro país las obras de Cabanelas J. y Vaamonde A. *Las empresas gacela de Galicia* (Consortio de la Zona Franca de Vigo, 1995) y *Las empresas gacela de Euskadi* (Sociedad para la Reconversión Industrial de Euskadi, 1996).

8. Los criterios no son constantes incluso entre los propios estudiosos. Así Analistas Económicos de Andalucía, el grupo que lidera el estudio de estas empresas en nuestra comunidad, ofrece en *Andalucía Económica* (nº 112, junio 2000), un listado de 525 empresas *gacela*, tomando como aquí como baremo de selección aquellas que en el periodo 1995-1998 han crecido en ventas al menos un 50%, superan los 250 millones de facturación y han obtenido siempre beneficios en esos cuatro años.

empresas⁹. Importante igualmente es el análisis de las empresas exportadoras, que suelen ser también empresas muy dinámicas y competitivas.

En los últimos años, según el anuario Ardán'99, son más de 300 –334 exactamente– las empresas que superan en Andalucía un crecimiento anual del 25%, al menos durante 36 meses. Los años estudiados en ese anuario, el trienio 1995-1997, configuran una etapa de expansión económica –tras el bache del trienio anterior, 1992-1994–, que lógicamente favorece más este tipo de crecimiento rápido en ventas, y sin duda cuando dispongamos de datos sobre el trienio de gran expansión 1998-2000 el número será muy superior. Con criterios algo menos severos, por ejemplo un crecimiento del 50% entre 1995 y 1998 inclusive, el número supera el medio millar. Se trata, en cualquier caso, de un número importante¹⁰. Recuérdese que si en 1996-1997 los ingresos de las empresas andaluzas crecen en torno al 7%, en 1998 ese crecimiento saltaba al 13%.

Sin duda la proliferación de empresas *gacela* es la mejor confirmación de la aparición de una nueva generación de empresarios en Andalucía –y, ciertamente, no sólo en ella– que saben detectar oportunidades de negocio e incluso los momentos de cambio –pues no son raras las que evolucionan también muy rápidamente en sus actividades, líneas de productos u objetivos económicos–. Por su mayor número, que posibilita un análisis pormeno-

rizado, nos centraremos como queda apuntado en la figura de las empresas *gacela* andaluzas.

Más que en empresas concretas, por lo general jóvenes y con bajo costo en personal –del orden de los tres puntos menos que el promedio de empresas de la comunidad–, conviene detenerse en el proceso mismo de su aparición y expansión. Es ciertamente difícil mantener durante muchos años un crecimiento por encima del 25% anual, de ahí que a tenor de los datos disponibles sobre los últimos años¹¹, sea llamativo que entre la relación de empresas *gacela* del cuatrienio 1993-1996 y las del cuatrienio 1995-1998, el número de las que están presentes en ambos es bajo y no alcanza siquiera a la mitad.

Es decir que empresas *gacela* de hoy es muy probable que no lo sean dentro de cuatro o cinco años, con independencia de que globalmente su número en la comunidad tienda a crecer. Obviamente, a más facturación alcanzada tras unos años de crecimiento intenso, más difícil resulta mantener esos ritmos altos, sin que falte algún caso en que a una etapa de crecimiento muy alto sigue una de crisis¹²

Esa alta rotación detectable entre las empresas *gacela* andaluzas –aunque sería conveniente tener algo más de perspectiva–, indica que estamos ante un estadio, una etapa en la evolución de la empresa, propiciado por la nueva configuración de los mercados y el mayor espíritu empre-

9. Dado el bajísimo número de empresas con sede social en Andalucía que cotizan en Bolsa, tales listas tienen escaso interés para nuestra comunidad cuando incluyen este baremo, muy reductor. Véanse, como informes recientes, "Las empresas que crean más valor para el accionista", y "Las empresas que más crecen" en *Actualidad Económica*, nºs 2.173 y 2.185, de febrero y mayo de 2000. Este último, por ejemplo, estudia cien grandes empresas españolas, de las que tienen sede social en Andalucía apenas Puleva, Superdiplo, Abengoa y –desde 2000– El Águila. Aquel analiza 75 empresas, de las que tienen sede andaluza Sotogrande, Abengoa, Puleva y Superdiplo.

10. El anuario Ardán (*Andalucí@'99-10.000 empresas*) incluye sólo las empresas que presentan sus datos en los registros mercantiles andaluces, excluye por tanto a empresas con sede social fuera de la comunidad, Madrid sobre todo, aunque con actividad esencialmente andaluza, y a buena parte del sector cooperativo, donde también se vienen produciendo algunos casos de crecimiento *gacela*, no tanto en otros tipos de alto rendimiento.

11. Utilizamos para este trabajo las relaciones de *gacelas* aparecidas en el citado anuario Ardán -334 empresas- y en *Andalucía Económica*, nºs 102, de julio/agosto de 1999, con 400 sociedades y 112, de junio de 2000, con 525. En todos los casos relación establecida por Analistas Económicos de Andalucía, pero para períodos diferentes, 1995-1997 en el primero, 1993-1996 en el segundo y 1995-1998 en el último.

12 Un ejemplo: Astilleros de Huelva, que en 1997, supera los 11.200 millones de pesetas (67,4 millones de euros) de facturación, es una *empresa gacela* de gran dimensión –la sexta por ventas entre las 334 que reúnen todos los requisitos en el trienio aludido, 1995-1997–, con un crecimiento promedio en esos años del 34,0%, sin embargo tras esos años de expansión entra en crisis, reduce su facturación en 1998 a 7.400 millones, presenta suspensión de pagos y luego –2000– comienza a recuperarse.

sarial, que posibilitan grandes crecimientos en ventas durante cortos períodos de tiempo, pero que no facilita tanto la continuidad de ese alto rendimiento. De ahí que lo más positivo sea la propia existencia de un número creciente de sociedades mercantiles –y sobre todo nuevas sociedades– en la comunidad con elevado crecimiento de sus ingresos al poner de relieve la presencia de un número importante de empresas innovadoras, con independencia de esa inevitable volatilidad.

También hay que resaltar la frecuencia creciente con que una empresa que alcanza un crecimiento alto tipo *gacela* es adquirida o absorbida por empresas o grupos de empresas más poderosos, rasgo muy característico del tiempo económico que vivimos, donde tan habituales son los cambios de propiedad en las empresas que descuellan y en especial precisamente en sectores con alto número de *gacelas*, como es el de la distribución comercial. En 1998, *gacelas* de importante facturación –como la antequerana Almacenes Gómez Serrano, con 23.000 millones de ventas en 1997, vendida a Mercadona– cambiaron de manos, pero el proceso se aceleró durante 1999 cuando una veintena de empresas andaluzas de distribución, incluidas *gacelas* tan significativas como Dialco o Supermercados Guerrero, pasaron a formar parte de grupos como Ahold, Carrefour o Superdiplo.

3. La distribución geográfica

En principio, uno de los rasgos más llamativos de estas empresas es su aceptable distribución geográfica, es decir, su presencia en todo el territorio andaluz. Es cierto que su número es mucho más alto en las dos provincias más habitadas y con mayor número anual de nuevas empresas, Málaga y Sevilla, pero están bien presentes en el resto de la comunidad e incluso, considerando el número de habitantes, cabe incluir entre esas provincias más dinámicas a Almería y sólo debe anotarse una menor dinámica en el caso de Huelva.

Pero quizá más sugestivo incluso y más revelador que el mero reparto por provincias, sea su distribución en función del tamaño del municipio donde tienen su sede. Estableciendo tres niveles, grandes ciudades –más de cien mil habitantes, es decir, las

ocho capitales de provincia mas Jerez y Algeciras–, un segundo nivel de ciudades medias, entre 25.000 y 100.00 habitantes, y finalmente localidades menores de los 25.000, se percibe que aunque el tirón de la gran ciudad sea muy alto, lógico además en comunidad tan urbana como la andaluza, es estimable también la existencia de empresas *gacela* en localidades con menos de 25.000 habitantes, dato especialmente relevante en provincias como Granada y Jaén, incluso en el equilibrado caso de Cádiz, la provincia con menor número de municipios y con más población urbana de Andalucía (véase el cuadro nº 1).

Málaga y Sevilla capitales, cada una con medio centenar de empresas *gacela*, entre 1993 y 1996, es decir, por encima del 12% del total andaluz en ese periodo cada una, muestran una muy notable presencia de este tipo de sociedades y lo mismo cabe decir de Almería ciudad, mientras la relación capital– provincia está más equilibrada en el resto. Contemplando el periodo 1995-1998 (cuadro nº 2), crece la importancia de las *gacelas* en Sevilla capital y, sobre todo, en Córdoba. Destacando también, en la relación nº de *gacelas*/nº habitantes, el caso de Lucena.

Ese reparto territorial de las empresas *gacela* andaluzas es bien positivo, en cuanto muestra además que no se limita a un número reducido de localidades. Es más, si esta distribución se simplifica y se establece sólo una doble división mucho más clásica, empresas *gacela* en ciudades con más de 100.000 habitantes y del litoral andaluz por un lado, y empresas en localidades menores de 100.000 habitantes y no litorales, por otro, estas últimas aportan un 31% del total andaluz, cuando en población representan el 46; puede parecer un porcentaje bajo, pero es sin duda muy superior al de cualquier otra coyuntura histórica en nuestra comunidad. Alrededor de un 10% de las empresas *gacela* tienen sede en localidades con menos de 10.000 habitantes, y en total superan holgadamente en 1993-1996 las setenta las localidades de la región con al menos una empresa *gacela*, pero son ya nada menos que 136 en el periodo 1995-1998, sobre una relación de 525.

Estamos, en suma, ante un proceso que pone de manifiesto un nuevo espíritu emprendedor y además suficientemente descentralizado para poder afirmar que se produce, aunque con diferente inten-

sidad, en toda la comunidad autónoma. Si atendemos además al dato de que la mayoría de estas empresas –más del 85%– no alcanzan siquiera la década de antigüedad, ese perfil renovador se hace aún más nítido.

En alguna medida, la distribución geográfica de las empresas *gacela* tiende a corregir la tendencia clásica a la centralización empresarial en la comunidad. Un reciente estudio sobre la localización de la empresa agroalimentaria en Andalucía, con datos que en general abarcan hasta 1995¹³, muestra preocupación porque este sector, vital en la economía andaluza, manifiesta tendencia a concentrarse en grandes ciudades, sobre todo en las empresas de mayor valor añadido, y en un grupo de ciudades medias –una veintena– que el estudio define como “zonas rurales de éxito”, en buena parte en el denominado “eje transversal de la región”. Es significativo que prácticamente todas esas localidades incluyan alguna empresa *gacela* en el periodo 1995-1998, pero raramente agraria.

Cuadro nº 1. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS GACELA ANDALUZAS EN FUNCIÓN DEL TAMAÑO DE LAS POBLACIONES EN QUE SE UBICAN (1993-1996).

Provincia	>100.000 hbs.	25.000-100.000	<25.000 hbs.	Total
Almería	15	5	10	30
Cádiz	19	15	14	48
Córdoba	18	9	13	40
Granada	14	-	26	40
Huelva	5	-	12	17
Jaén	5	9	21	35
Málaga	50	28	6	84
Sevilla	51	33	22	106
Total	177	99	124	400

FUENTE: elaboración propia sobre relación de empresas *gacela* de Andalucía Económica (nº 102, julio/agosto 1999), 400 empresas andaluzas que superan en el periodo 1993-1996 el 30% de aumento de ingresos.

Cuadro nº 2. DISTRIBUCIÓN PROVINCIAL DE EMPRESAS GACELA EN EL PERIODO 1995-1998.

Provincia	Total <i>gacelas</i>	Capital	Otras ciudades
Almería	7,9%	12	El Ejido, 8.
Cádiz	8,8%	5	Jerez, 14
Córdoba	15%	42	Lucena, 16
Granada	7,7%	11	Peligros, 7
Huelva	4,1%	12	
Jaén	5,4%	8	Mancha Real, 6
Málaga	20,4%	60	Antequera, 9
Sevilla	30,7%	79	Alcalá de Guadaíra, 14 Dos Hermanas, 13
Total	100%	43,6%	

FUENTE: Elaboración propia a partir de Análisis Económicos de Andalucía en “525 empresas *gacela* de Andalucía”, en Andalucía Económica, nº 112, junio 2000. Empresas que crecen más de un 50% en ingresos entre 1995 y 1998 inclusive.

4. Las actividades económicas

Cabe una perspectiva complementaria de la presencia de empresas *gacela* en la comunidad, su distribución en función de la actividad económica. Atendiendo a la codificación SIC¹⁴, se perciben cuatro grupos que prácticamente totalizan ese abanico de empresas. El comercio y la distribución –incluyendo mayoristas y minoristas– representan por sí solos nada menos que un 40% del total, los distintos tipos de fabricación, un 30%, el sector de la construcción e inmobiliario en torno al 13% y los servicios el 10%. Llama la atención la debilidad del sector agrario sin transformación de productos o el transporte, aunque este parece mejorar en los años siguientes.

Atendiendo a una división más amplia y adaptada al caso andaluz, la que refleja el cuadro nº 3, podremos tener una perspectiva más cercana y más explícita. Así vemos la importancia relativa que alcanza entre las empresas *gacela* por ejemplo la renovada y dinámica industria del mueble andaluz, con muchas sociedades pujantes en localidades como Mancha Real y Huelma, en Jaén, o Lucena,

13. Véase Coq, Daniel (1999), “La localización de la industria agroalimentaria”, en Grupo Área, *Globalización e Industria Agroalimentaria en Andalucía*, Mergablum, Sevilla, páginas 101 a 159.

14. Clasificación de origen norteamericano: Standard Industrial Classification, (Washington, 1987).

en Córdoba, incluso Dos Hermanas en Sevilla, o el no menos activo sector de la venta de vehículos, con concesionarios que muestran formidable expansión de sus ventas en prácticamente todas las ciudades relevantes de la comunidad, incluso cabeceras comarcales y ciudades medianas o pequeñas –Linares, Cofín, Huércal– pero también se percibe la importancia de la más tradicional industria cárnica, con fuerte presencia en localidades medias y pequeñas –Campillos, Cártama, Albolote, Trévelez, Juviles, Doña Mencía, Cárcheles, Rosal de la Frontera, Aroche, Jabugo–, lo que igualmente ocurre, aunque en menor grado, en el sector de la confección¹⁵.

Por el contrario, sectores tradicionales, como el transporte, muestran relativamente pocas empresas *gacela* y lo mismo cabe decir de un sector de la importancia, para Andalucía, del turismo, aunque es probable que en años posteriores a los analizados esa presencia de la actividad turística entre las empresas de alto rendimiento andaluza, sobre todo en los subsectores de agencias de viajes y hoteles, haya crecido de forma apreciable. También el transporte parece sector con creciente presencia de *gacelas*.

Sin embargo, es patente que el grueso de las empresas *gacela* andaluzas de los últimos años –y probablemente, a tenor de la evolución de la economía en el bienio 1998-1999 y primer semestre del 2.000 el rasgo se haya acentuado–, lo constituyen las empresas dedicadas al comercio y a la construcción, entendiéndose ambas actividades en un sentido muy amplio, pues construcción englobaría a todo el sector de contratistas de obras, promoción inmobiliaria, ingeniería civil y obra pública, y en comercio/distribución se incluyen lo mismo mayoristas que minoristas.

Se deduce de todo lo anterior que las empresas *gacela* no se ubican necesariamente con preferencia en sectores nuevos, sino sencillamente en actividades, con frecuencia bien clásicas, que ofrecen claras posibilidades de expansión rápida. De ahí

que sean aún escasas, aunque no falten, estas empresas en sectores como medio ambiente, finanzas, informática y nuevas tecnologías, ocio o servicios a empresas y sea muy aislada su presencia en actividades que tradicionalmente se han vinculado al sector público, como enseñanza o sanidad, pero donde emergen en los últimos años en toda España nuevas empresas.

Cuadro nº 3. LAS EMPRESAS GACELA ANDALUZAS POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS (1993-1996).

Actividad económica	% sobre total
Agricultura, ganadería y pesca	3
Comercio/Distribución	26
Construcción/Inmobiliario	13
Industria alimentaria	9
Industria no alimentaria	11
Informática y Nuevas tecnologías	3
Mueble /Madera	7
Servicios	4
Textil	3
Transporte	5
Turismo/Ocio	6
Venta de vehículos	8
Otros	2

FUENTE: elaboración propia a partir del ranking de Andalucía Económica, nº 102, 1999.

5. Las de mayor crecimiento

El cuadro nº 4 refleja las empresas andaluzas que en el trienio 1995-1997 han superado de promedio el 60% de aumento en ingresos, según la Central de Balances de Andalucía¹⁶. Es decir, típicas *gacelas*, empresas altamente rentables. Son 109. Se observará la relevancia de las empresas de la construcción –más de una veintena–, y de las de comercio/distribución –trece–, a tenor de lo anteriormente apuntado, pero hay que resaltar también la excelente aportación de los concesionarios de vehículos o las fábricas de muebles.

15. Aunque el textil/confección no suele considerarse sector de innovación, muestra una presencia estimable entre las *gacelas* andaluzas. Es curioso que en la etapa 1995-1998 localidades importantes, pero con pocas *gacelas* -Loja, Andújar o Lebrija-, las que tengan sean de confección.

16. Ese porcentaje es justamente el promedio de crecimiento de las 334 empresas *gacela* reseñadas en el anuario Ardan'99.

En esos datos están, en buena medida, la cara y la cruz, las posibilidades y las limitaciones de las empresas de gran rendimiento en Andalucía. Aparecen algunas firmas de sectores punta, pero –en informática, por ejemplo– se trata por lo general de empresas orientadas mucho más a los suministros que a la fabricación o al software. La parca representación de la nueva economía entre las empresas andaluzas de alto rendimiento es quizá el dato menos positivo del despliegue de estas empresas en los últimos años en la comunidad andaluza. Sin duda el emprendedor andaluz se orienta por el momento sobre todo hacia actividades relativamente clásicas y algo más seguras a su juicio.

Por otro lado, los datos sobre estructura financiera de estas empresas confirman como su objetivo básico el de aumentar las ventas, y que a él se sacrifican otros, como pudiera ser el control del gasto, salvo los costes laborales. Lo que no se produce en otro tipo de empresas de gran rendimiento, mucho más orientadas al equilibrio interno. Las empresas *gacela* suelen ser menos solventes, pero más rentables, que el promedio; como empresas jóvenes y con menores recursos económicos, muestran más endeudamiento y sobre todo mucha financiación ajena a corto plazo.

Si el concepto de empresa *gacela* no supone por sí solo una excelencia empresarial, si es un buen exponente de una coyuntura económica muy activa. Que en Andalucía existan casi 150 empresas que entre 1995 y 1997 doblan o incluso triplican ingresos, es ante todo confirmación de dinamidad.

6. El empleo

En opinión de algunos especialistas en empresas *gacela*, como José Cabanelas, este tipo de empresas aportarían en torno al 70% de los nuevos empleos en las economías actuales. El porcentaje parece a priori alto, aunque en cualquier caso estamos, sin duda, ante una contribución relevante.

Ocurre que entre las *gacelas* se dan lo mismo empresas con muy bajo número de empleados en relación a la facturación declarada y empresas con alto número de empleados, si bien hay que precisar

que al no distinguir las fuentes estadísticas entre empleo fijo y empleo temporal o a tiempo parcial –que parece porcentualmente importantes en estas jóvenes empresas– algunas cifras aportadas podían matizarse.

Incluso conviene subrayar como dentro de un mismo sector de actividad se producen casos muy diferentes. En las empresas constructoras, por ejemplo: los contratistas de obras, muy abundantes entre las *gacelas*, tienen muy escaso empleo fijo, al contrario que las propiamente dedicadas a la edificación, por lo general con mucho más alto volumen de trabajadores.

Algunos sectores de empresas *gacela* con trabajo relativamente homogéneo a lo largo del año –las de muebles pueden ser un excelente ejemplo; también, aunque con matices, las textiles–, muestran con pocas excepciones un alto nivel de empleo, situación que no se produce en otro sector pujante, pero bien diferente, como el de venta de vehículos donde lo usual es un alta facturación con muy ajustadas plantillas.

Algo muy similar ocurre con algunas empresas de la nueva economía –verbigracia, finanzas– donde pueden darse importantes niveles de ingresos con un número de empleados verdaderamente bajo. Ungest, de Málaga, orientada a los fondos de inversión, ingresa en 1997 los 1.567 millones de pesetas con sólo 8 empleados, aunque otra *gacela*, Asesores bursátiles de Córdoba, con 12 trabajadores, factura 154 millones en el mismo año, lo que ratifica la heterogeneidad de las empresas *gacela* y la dificultad de realizar afirmaciones tajantes.

7. Gacelas y grupos de empresas

Aunque la imagen dominante que tenemos de las empresas *gacela* es la de jóvenes sociedades independientes promovidas por nuevos empresarios, un acercamiento detenido nos permite detectar la frecuente presencia entre ellas de compañías vinculadas a grupos económicos potentes y asentados, grupos de empresa andaluces en proceso de diversificación de sus actividades.

Así, entre el centenar largo de empresas relacionadas en el cuadro nº 4, se incluyen sociedades

como Heliopol, del grupo de empresas de la construcción Salvador Rus; Japonesa de vehículos, del grupo sevillano de automoción Tecsa; dos empresas, Diasolf y Diasa Informática, del grupo de empresas cordobés Sánchez Ramade, o Sistemas de Control de Energía, empresa del grupo Abengoa, incluso una gran empresa, Dragados Offshore, del potente grupo Dragados y Construcciones, empresa de Puerto Real. Entre las gacelas del periodo 1995-1998 se incluye Urende, del grupo de empresas cordobés Sánchez-Ramade, Instalaciones Abengoa SA, del

grupo Abengoa, y Vinagres y salsas, del grupo cordobés Mueleoliva.

Tampoco faltan algunas inmobiliarias vinculadas a grupos de ámbito estatal, sobre todo en la Costa del Sol, o incluso algún caso de filial de grandes empresas extranjeras: Oil Aquitane¹⁷.

Todo ello no hace sino confirmar la heterogeneidad del propio concepto de empresas *gacela*, que unidas sólo por un crecimiento muy alto de sus ingresos muestran múltiples y sensibles diferencias.

Cuadro nº 4. EMPRESAS DE MAYOR CRECIMIENTO EN VENTAS EN ANDALUCÍA, MÁS DEL 60%, EN 1995-1997.

EMPRESA	SEDE	ACTIVIDAD	TASA%
CONSTRUCCIONES MARÍN HILINGER, S.L.	CÓRDOBA	CONSTRUCCIÓN	516,7
NEWCOMAR, S.L.	MARBELLA (Málaga)	INFORMACIÓN COMERCIAL Y COBROS	411,0
BIENESTAR Y CONFORT, S.A.	MONACHIL (Granada)	CONSTRUCCIÓN	288,8
OIL AQUITANE, S.L.	HUÉRCAL OVERA (Almería)	PETRÓLEOS	263,5
DRAGADOS OFFSHORE, S.A.	PUERTO REAL (Cádiz)	CONSTRUCCIÓN	249,4
FULGENCIO SPA, S.L.	MOTRIL (Granada)	AGRICULTURA	249,2
LASCONY, S.A.	HUÉRCAL DE ALMERÍA (Almería)	ESTACIONES DE SERVICIO	247,7
GRUINSUR, S.L.	ALGECIRAS (Cádiz)	CONSTRUCCIÓN	245,8
COMERCIALES DEL PONIENTE, S.A.	EL EJIDO (Almería)	COMERCIO	222,6
TRATAMIENTOS GUADALQUIVIR, S.L.	LORA DEL RÍO (Sevilla)	ABONOS, PESTICIDAS	219,6
TRANSMISIÓN Y RODAJES, S.L.	JAÉN	COMERCIO MINORISTA	217,6
NOVOPARC DE S.C., S.L.	MARBELLA (Málaga)	CONSTRUCCIÓN	210,2
ECISOL, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	176,2
URBANIZADORA SANTA CLARA, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	171,9
DISTRIBUCIONES EUROPEAS DE LICORES, S.L.	MÁLAGA	COMERCIO BEBIDAS	167,5
DISTRIBUCIONES DIEGO CANALS, S.L.	CÓRDOBA	COMERCIO	160,2
ARROCEÍAS DÁRSENA, S.L.	LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA (Sevilla)	AGRICULTURA	156,0
MUEBLES DE LA ABUELA, S.L.	LUCENA (Córdoba)	MUEBLES	153,9
SEVILLA SIGLO XXI, S.A.	SEVILLA	SERVICIOS A EMPRESAS	150,3
METALÚRGICA POYATOS, S.A.	ALBOLOTE (Granada)	MAQUINARIA	143,5
BECA INMOBILIARIA, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	140,6
G.H.E. MOTOR HISPANIA, S.L.	SEVILLA	VENTA VEHÍCULOS	130,8
MISA ANDALUCÍA, S.A.	MÁLAGA	MATERIAL ELÉCTRICO	130,6
SUPER ROCÍO, S.L.	LEPE (Huelva)	COMERCIO MINORISTA	129,9
DIASOFT, S.L.	CÓRDOBA	INFORMÁTICA	128,9
HOGARHOTEL ALMERÍA, S.L.	ALMERÍA	ALIMENTACIÓN	128,9
SUPERMERCADOS UNISUR, S.L.	ALMERÍA	COMERCIO MINORISTA	128,9

17. Entre las empresas de alto rendimiento se incluye también Linares, fibras industriales SA, vinculada al grupo de Santana Motor y que demuestra la vitalidad y solidez que pueden alcanzar estas filiales incluso de grupos que han atravesado una profunda crisis, como es el que nos ocupa.

Cuadro nº 4. CONTINUACIÓN

EMPRESA	SEDE	ACTIVIDAD	TASA%
AGRÍCOLA RIO BAYA, S.L.	LEPE (Huelva)	AGRICULTURA	127,2
CEREALES PEÑARANDA, S.L.	FUENTES DE ANDALUCÍA (Sevilla)	AGRICULTURA	127,2
METALÚRGICAS MONTOREÑAS, S.A.L.	MONTORO (Córdoba)	MAQUINARIA AGRÍCOLA	114,2
TAHERMO, S.L.	MÁLAGA	VENTA VEHÍCULOS	111,2
SERFOSUR, S.L.	PADULES	SERVICIOS FORESTALES	109,7
ASTIPESCA, S.L.	HUELVA	PESCA	108,0
EUROCEI, S.A.	S.JUAN AZNALFARACHE (Sevilla)	SERVICIOS A EMPRESAS	107,8
ORTEGA VELA, S.A.	ESTEPONA (Málaga)	CONSTRUCCIÓN	106,1
STAEI, S.A.	MÁLAGA	INDUSTRIAS GRÁFICAS	105,8
DIASA INFORMÁTICA, S.A.	CÓRDOBA	INFORMÁTICA	102,2
ENCOFRADOS CARTANA, S.L.	MÁLAGA	CONSTRUCCIÓN	101,0
MACÍAS RAMOS E HIJOS, S.L.	HUELVA	ALIMENTACIÓN	101,0
SUPERDIPLO, S.A.	CHICLANA (Cádiz)	COMERCIO MINORISTA	100,8
NUEVO SAN BERNARDO, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	98,3
PAZ Y PAZ, S.L.	POZOBLANCO (Córdoba)	CONSTRUCCIÓN	97,9
UNGEST S.G.I.I.C., S.A.	MÁLAGA	FONDOS DE INVERSIONES	96,4
CARPINTERÍA NTRA.SRA. DE LOURDES, S.L.	PUERTO REAL (Cádiz)	CARPINTERÍA MECÁNICA	95,3
TAVAR, S.L.	SEVILLA	COMERCIO MINORISTA	95,2
LUSAN CARBURANTES, S.L.	SALTERAS (Sevilla)	ESTACIONES DE SERVICIO	93,9
HELIOPOL, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	93,4
RULECO, S.L.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	87,8
C. COREAL, S.L.	GRANADA	CONSTRUCCIÓN	87,6
JAMÓN JAROTE, S.L.	VILAFRANCA DE CÓRDOBA (Córdoba)	CÁRNICAS	87,0
GESTIONES MEDIOAMBIENTALES DEL SUR, S.L.	CÓRDOBA	MEDIO AMBIENTE	86,7
TAROL, S.A.	SEVILLA	CONSTRUCCIÓN	85,2
TINCASUR, S.L.	CÁDIZ	REPARACIÓN BUQUES	85,0
INTPLUS, S.L.	DOS HERMANAS (Sevilla)	AUTOMOCIÓN	84,9
ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.	MANCHA REAL (Jaén)	MAQUINARIA AGRÍCOLA	84,8
GORDIANO, S.L.	DOS HERMANAS (Sevilla)	MUEBLES	84,6
TALLERES HERMANOS CANO, S.L.	ÚBEDA (Jaén)	AUTOMOCIÓN	82,8
AGRÍCOLA MALAGUEÑA, S.A.	MÁLAGA	MAQUINARIA AGRÍCOLA	82,2
DIEGO MARTÍN ROSADO, S.L.	BOLLULLOS PAR DEL CONDADO (Huelva)	MADERAS	81,8
AHUMADA-CABEZA PROMOTORES CONSTRUCCIÓN, S.L.	S.JUAN AZNALFARACHE (Sevilla)	CONSTRUCCIÓN	81,2
ANDALUZA TRATAMIENTOS HIGIENE, S.A.	GRANADA	LIMPIEZA	80,9
HOMOVIL, S.A.	HUÉRCAL DE ALMERÍA (Almería)	VENTA VEHÍCULOS	80,0
HONDY MOTORS, S.A.	SEVILLA	VENTA VEHÍCULOS	79,5
MICROINF, S.L.	MAIRENA DEL ALJARAFE (Sevilla)	INFORMÁTICA	79,1
ABANCE INFORMÁTICA, S.L.	EL PUERTO DE SANTA MARÍA (Cádiz)	INFORMÁTICA	79,0
AGROITÁLICA, S.L.	SEVILLA	ABONOS, INSECTICIDAS	77,8
RIOMIN EXPLORACIONES, S.A.	SEVILLA	MINERÍA	77,6
JAPONESA DE VEHÍCULOS, S.A.	SEVILLA	VENTA VEHÍCULOS	75,6
INTEGRAL-1, S.L.	SEVILLA	VENTA VEHÍCULOS	73,9

Cuadro nº 4. CONTINUACIÓN

EMPRESA	SEDE	ACTIVIDAD	TASA %
SOCIEDAD ANDALUZA DE COMPONENTES ESPECIALES, S.A.	SEVILLA	AERONÁUTICA	73,7
GREMOCAR, S.L.	ÉCIJA (Sevilla)	MOBILIARIO OFICINA	73,6
RANCHOS REUNIDOS, S.A.	MIJAS (Málaga)	CONSTRUCCIÓN	73,2
FONTANERÍA DEL SUR, S.L.	CÓRDOBA	FONTANERÍA	72,2
TALLERES MORENO Y BOZA, S.L.	MÁLAGA	CARPINTERÍA METÁLICA	72,1
ARALFRUIT, S.A.	SAN JUAN DEL PUERTO (Huelva)	AGRICULTURA	72,0
CADIMER, S.L.	CÁDIZ	COMERCIO MINORISTA	71,5
OBRAS DE MANCHA REAL, S.L.	MANCHA REAL (Jaén)	CONSTRUCCIÓN	71,3
AGROLABOR, S.L.	BAZA (Granada)	COMERCIO MINORISTA	70,2
ALFONSO MÉNDEZ CONSTRUCCIONES, S.L.	MARBELLA (Málaga)	CONSTRUCCIÓN	69,4
AUTOMOCIÓN LA TORRECILLA, S.A.	CÓRDOBA	VENTA VEHÍCULOS	69,0
ISIDORO GÓMEZ LÓPEZ, S.A.	MONTELLANO (Sevilla)	AUTOMOCIÓN	67,2
INDUSTRIAS ARTESANAS DE JABUGO, S.A.	JABUGO (Huelva)	CÁRNICAS	66,7
D.S.M. DERETIL, S.A.	CUEVAS DE ALMANZORA (Almería)	QUÍMICA-FARMACIA	66,6
EVARIE, S.L.	ALHAURÍN EL GRANDE (Málaga)	TEXTIL	66,5
VOLQUETES Y CARROCEERÍAS MONTALBÁN, S.L.	LOJA (Granada)	AUTOMOCIÓN	66,3
SISTEMAS DE CONTROL DE ENERGÍA, S.A.	SEVILLA	INFORMÁTICA	66,1
CANGUT, S.L.	UTRERA (Sevilla)	VENTA VEHÍCULOS	65,8
MOTOS MURIEL, S.L.	HUELVA	VENTA VEHÍCULOS	65,8
TELEPIZZA GRANADA, S.A.	GRANADA	RESTAURACIÓN	65,7
CALDERERÍAS INDÁLICAS, S.L.	NÚJAR (Almería)	METAL	65,6
CIRESA BUNKER, S.A.	SEVILLA	CONSIGNATARIOS BUQUES	65,0
ESPALMEX, S.L.	PALMA DEL RÍO (Córdoba)	AVICULTURA	64,8
GARCÍA INFANTES E HIJOS, S.L.	GÚEJAR SIERRA (Granada)	AGRICULTURA	64,7
FRUTAS ÁLVAREZ MORENO, S.L.	UTRERA (Sevilla)	AGRICULTURA	64,5
HORNO DON PANADERO, S.L.	VALENCINA DE LA CONCEPCIÓN (Sevilla)	PANADERÍA	64,5
AMBIENTES INFANTILES, S.L.	SEVILLA	MUEBLES	64,0
TAMESUR, S.A.L.	PUENTE GENIL (Córdoba)	MAQUINARIA	64,0
SURABETO, S.A.	ALCALÁ DE GUADAIRA (Sevilla)	COMERCIO MINORISTA	63,7
STYLUC, S.L.	LUCENA (Córdoba)	MUEBLES	62,5
PROMAIN SUR, S.A.	SEVILLA	COMERCIO MINORISTA	61,9
PROMOCIONES MOTRIL, S.A.	MOTRIL (Granada)	CONSTRUCCIÓN	61,9
GALO ADAMUZ, S.A.	CÓRDOBA	JOYERÍA	61,8
MECANIZACIÓN Y CALDERERÍA VILLAHARTA, S.L.	VILLAHARTA (Córdoba)	METAL	61,2
REAL DEL GOZCO, S.A.	SANTA FÉ (Granada)	MAQUINARIA AGRÍCOLA	61,0
ACEITES RUIZ CASADO, S.L.	MÁLAGA	OLEÍCOLA	60,8
ASESORES BURSÁTILES CÓRDOBA, S.A.	CÓRDOBA	FINANZAS	60,8
LA QUINTA CLUB DE GOLF, S.A.	MARBELLA (Málaga)	DEPORTE	60,8
INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN ALLUE, S.A.	MÁLAGA	CONSTRUCCIÓN	60,7
EMPRESA DE TORNEADOS ANDALUCES, S.L.	ALHAURÍN EL GRANDE (Málaga)	GALVANOPLASTIA	60,1

FUENTE: elaboración propia a partir de Anuario Ardán99-10.000 empresas de Andalucía, que incluye 334 empresas que aumentan sus ingresos en 1995-1997 por encima del 25% anual.

8. Alto rendimiento

El concepto antes expresado de empresa de *alto rendimiento*, más restrictivo, es también más ajustado en cuanto no mide sólo un crecimiento en ventas, sino que aporta una visión de rentabilidad alta y continuada. En definitiva dibuja las empresas más solventes, de ahí también su número más reducido, equivalente a una cuarta parte de las empresas *gacelas*.

Sin embargo, la relación de estas empresas que incluye el citado anuario –un total de 82– permite realizar algunas observaciones muy sugestivas. Ahora sí se percibe una posición relevante de todo el heterogéneo sector servicios, aunque en él la distribución mantenga su primacía, pero también asoma el sector del transporte. Dentro de los servicios el abanico es significativo. Aparecen por ejemplo cinco empresas funerarias y también menudean las de ocio –golf, casinos, máquinas recreativas–, las de sanidad e incluso el asesoramiento y en general los servicios a empresas. Se destaca además el importante reguero de empresas con actividades de economía muy del momento, desde venta por correspondencia a financieras, medio ambientales, seguridad o gestión de cobros.

9. Gacelas y sociedad de la información

El rótulo que ha pasado a simbolizar nuestro sistema es el de *sociedad de la información*, que parece sustituir definitivamente en los últimos años al de *sociedad de consumo*, vigente durante varias décadas. Sin duda, el avance de la tecnología y en especial la orientada a favorecer la comunicación entre personas ha adquirido tal relieve en los últimos años que tiende a definir al conjunto de la sociedad presente. Por las oportunidades que ofrece, en principio, esta *sociedad de la información* a las empresas y sobre todo para creación de nuevas sociedades, parece oportuno el analizar su presencia entre las empresas *gacela* andaluzas, o empresas de alto rendimiento, desde luego llamada a expandirse en los próximos años.

Esa presencia es aún francamente escasa, incluso adoptando criterios muy amplios en la definición

de *sociedad de la información*, pero algunos ejemplos tenemos. Así entre las empresas de alto rendimiento andaluzas figura un grupo periodístico –Prensa Malagueña, empresa editora del diario *Sur*–, que en 1997 alcanza un 30% de beneficios, y entre las empresas *gacela* del periodo 1993-1996 el grupo Novotécnica, editor del diario *La Voz de Almería*. El listado de las de alto rendimiento incluye también dos empresas vinculadas con el mundo de la música pop, la discográfica sevillana Pasarela SL y la marbellí Danza Invisible SL. Aparecen asimismo en todos los listados empresas de publicidad, sobre todo de Málaga y Sevilla (Meridiana 3, I punto Publicidad, Servicios de Publicidad Urbanos...). Lo más destacado, no obstante, es la presencia de empresas de informática –Abance Informática, Cofimán, Computadores modulares SA, Control de Apoyos–. Significativo ha sido el crecimiento de la sevillana Arrakis, convertida en poco tiempo en uno de los principales servidores de Internet en España y vendida en 1999 al grupo de la British Telecom. Una empresa de producción de cine y vídeo –Productora cinematográfica 29, de Mairena del Aljarafe–, varias de telecomunicaciones –Centro de Tecnología de las Comunicaciones, de Málaga; Endesa Ingeniería/Telecomunicaciones, en Sevilla– redondean un panorama interesante, pero aún no suficientemente rico.

Ocurre además que la empresa de la *sociedad de la información* requiere por lo general altas inversiones y que por la complejidad de su tecnología propende extraordinariamente a la concentración en áreas urbanas desarrolladas y a la formación de grandes empresas de ámbito estatal. Es significativo que de 29 concesiones realizadas por el estado para operadores de tipo A (telefonía fija con redes ajenas), 24 hayan sido para empresas con sede social en Madrid o Barcelona, y sólo cinco para sociedades del resto de España, incluida una empresa andaluza, la malagueña ARI, que habrá de invertir 1.000 millones para dar servicios de telefonía e Internet a pymes, con especial atención a la telefonía IP¹⁸. Y si en algún momento ha parecido que la *sociedad de la información* podría llevar a una multiplicación empresarial, pronto se han desarrollado rápidos procesos de concentración, como se está viendo en el caso de los servidores españoles de Internet. El mapa final del cable en España –tras el periodo de concesiones pasado– muestra

18. Véase diario *Cinco Días*, 16-V-2000.

una clara hegemonía de empresas suprarregionales, aunque en el caso andaluz se haya configurado una empresa regional relevante, Supercable.

En otros sectores de la amplia sociedad de la información, como el de las televisiones locales, domina mucho más la precariedad económica que la alta rentabilidad. De hecho, solo una empresa de este sector, la cordobesa Procono, ha aparecido en algún listado como empresa de gran crecimiento en los últimos años.

10. Gacelas y empresas exportadoras

La vinculación que pueda existir entre las empresas *gacela* y el núcleo más dinámico de las empresas exportadoras andaluzas, justifica un acercamiento, siquiera sucinto, a estas últimas empresas. El número de empresas andaluzas que exportan al extranjero viene creciendo a excelente ritmo en los últimos años, y en el periodo 1996-1998, Andalucía ha sido la comunidad española que más empresas ha aportado al Plan Pipe (Plan de Iniciación para la Exportación), superando las 250.

Según el último ranking disponible a escala estatal¹⁹, de las 1.000 empresas españolas que exportaron en 1998 por encima de los 1.500 millones de

pesetas, 50 son andaluzas y otras 20 –Acerinox o Astilleros podrían ser ejemplos– son empresas de ámbito estatal con fuerte presencia productora en la comunidad andaluza. Puede no ser un número alto –el primer concepto supone apenas el 5% del total y con las empresas estatales asciende al 7%–, pero es un número muy superior al de hace cinco o diez años. Empresas aceiteras de cinco provincias, las hortofrutícolas almerienses y freseras onubenses, pero también empresas cárnicas, de confección incluso siderúrgicas, figuran entre esas empresas.

Otra relación de empresas exportadoras andaluzas²⁰, muestra como en la comunidad existe ya un número relevante de empresas esencialmente orientadas a la exportación, de forma que ésta supone más de las tres cuartas partes de sus ventas, si bien es igualmente perceptible su concentración en el sector agroalimentario, pues son casi un 80% de ese núcleo de empresas andaluzas claramente orientadas a la exportación.

No obstante, un cruce de listados –los de empresas exportadoras y empresas *gacela*– permite resaltar que todavía son pocas las empresas *gacela* de vocación exportadora, aunque las hay, y que este tipo de sociedades de gran crecimiento se orientan sobre todo a mercados internos, ocurre con todas las *gacelas* de comercio, casi todas las de construcción y transporte e incluso la mayoría de las de turismo.

Cuadro nº 5. EMPRESAS GACELA QUE SUPERAN LOS 6 MILLONES DE EUROS (1.000 millones de pesetas) EN INGRESOS EN 1998.

Empresa	Localidad	Actividad	Ingresos (euros)
Clínica Santa Elena SA	Torremolinos	Sanidad	29.290.594
Cementos y Pinturas SA	Córdoba	Construcción	22.695.482
Siplán SL	Alcalá de Guadaíra	Textil	21.620.310
Surabeto SA	Alcalá de Guadaíra	Comercio minorista	18.661.169
Gocertrans	Alcalá de Guadaíra	Transporte	16.048.570
Plásticos Juncaril SA	Albolote (Granada)	Artes gráficas	15.422.840
La Electromotor Diesel SA	Sevilla	Reparación vehículos	14.260.968
Transportes Mauri e hijos SL	Alcalá de Guadaíra	Transporte	14.127.210
Transportes del Pino Granada SL	Peligros (Granada)	Transporte	12.626.139
Carpintería Nuestra Sra. de Lourdes SA	Puerto Real (Cádiz)	Construcción naval	12.212.366

19. "Las mil mayores empresas exportadoras", en *Actualidad Económica* nº 2.153, octubre 1999.

20. "Cien empresas exportadoras andaluzas", en *Andalucía Económica*, nº 97, 1999.

Cuadro nº 5. CONTINUACION

Empresa	Localidad	Actividad	Ingresos (euros)
Persianas Ecijanas SL	Ecija (Sevilla)	Fabricación estructuras de madera	10.398.892
Suministros Eléctricos Cordobeses SA	Córdoba	Comercio mayorista de maquinaria	10.092.600
Diseños y proyectos técnicos SA	Dos Hermanas	Fabricación de cisternas y depósitos	9.427.317
Mínera del Santo Ángel SL	Gilena (Sevilla)	Extracción de arenas	9.332.528
Misa Andalucía SA	Málaga	Comercio mayorista de maquinaria	7.884.873
Gestión de Pastelería	Alcalá de Guadaíra	Comercio mayorista alimentación	7.739.483
Unión de Limpiezas SL	Jerez de la Frontera	Limpieza	6.691.941
Comercializadora Frigopuerto SL	Algeciras	Transporte	6.528.297
Productos congelados del Sur SA.	Cádiz	Comercio mayorista de alimentación	6.105.552
Dragados Offshore SA	Puerto Real (Cádiz)	Construcción metálica	6.059.880

FUENTE: Elaboración propia a partir de Analistas Económicos de Andalucía, "Las 525 empresas *gacelas* de Andalucía", en Andalucía Económica nº 112, junio 2000. Incluye relación de 525 empresas andaluzas con crecimiento en ingresos superior al 50% en el periodo 1995-1998.

11. A modo de conclusiones

La aparición y el crecimiento en número de las empresas *gacela* es uno de los procesos más significativos de nuestra evolución económica reciente y fenómeno positivo en la medida en que, sobre todo, revela la presencia de un nuevo y activo empresariado y el crecimiento de la figura del emprendedor entre nosotros, además su distribución por el territorio andaluz muestra que, aunque dominen los ámbitos urbanos, no se limita a ellos y que estas empresas tienen presencia importante en un número creciente de ciudades pequeñas o medias que vienen demostrando notable dinamici- dad. Aunque se trata de un conjunto inevitablemen-

te heterogéneo, son empresas que por lo general figuran entre las más proclives a la creación de empleo, a la demanda de financiación externa y, en definitiva, son factor de dinamización económica.

Pero sus limitaciones son también evidentes. Baja presencia, por ejemplo, en áreas difíciles, con mucha frecuencia las áreas más innovadoras, y, por el contrario, tendencia a concentrarse en sectores tenidos por seguros –al menos en una buena coyuntura económica, como es la que atraviesa la comunidad desde 1996-1997–, o más proclives a rápidos crecimientos de ventas, como puedan ser el comercio y la distribución o la construcción. Al mismo tiempo, se trata de empresas con mayor proclividad al cambio de propiedad.

Bibliografía

Andalucía@99. 10.000 empresas, directorio e informe económico financiero (1999), Málaga, Analistas Económicos de Andalucía/IFA/Ardán.

CABANELAS, J. y VAAMONDE, A. (1995), *Las empresas *gacela* de Galicia*, Vigo, Consorcio de la Zona Franca..

DÍEZ DE CASTRO, E, coordinador (1995), *La empresa en Andalucía*, Madrid, Editorial Civitas/Instituto de Fomento de Andalucía.

ESECA (1999), *Informe económico-financiero de Andalucía*, Granada, Caja General de Ahorros.

GRUPO AREA (1999), *Globalización e Industria Agroalimentaria en Andalucía*, Sevilla, Mergablum.

HAMEL, G. y PRAHALAD, C. K. (1995), *Compitiendo por el futuro*, Barcelona, Ariel.

PAREJO BARRANCO, A. y SÁNCHEZ PICÓN, A., coordinadores (1999), *Economía andaluza e historia industrial*, Almería, Universidad de Almería/Unicaja.

VV. AA.,(2000), *Los retos de la competitividad empresarial. Algunas reflexiones*, Málaga, Analistas Económicos de Andalucía.

Revistas

Actualidad económica, nºs 2.153 (1999), 2.157 (1999), 2.173 (2000) y 2.185 (2000).

Andalucía económica, nºs 97 (1999), 101 (1999), 102 (1999), 110 (2000) y 112 (2000).