

**LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE
ANDALUCIA**

EOI

200

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Introducción Genérica al Estudio	4
1.1.1. Antecedentes	4
1.1.2. Objetivos de investigación	7
1.1.3. Parámetros	9
1.1.4. Metodología.....	14
1.2. Introducción al Estudio de la Comunidad Autónoma de Andalucía	16
2. ESTRUCTURA SOCIO-ECONÓMICA DE ANDALUCÍA	18
2.1. Entorno Poblacional	18
2.1.1. Población	18
2.1.2. Evolución de la población en Andalucía.....	18
2.2. Magnitudes económicas de Andalucía.	31
2.2.1. Indicadores básicos.....	32
2.2.2. Evolución del PIB	34
2.2.3. Producto Interior Bruto y sus componentes	35
2.2.4. Crecimiento económico.....	38
2.3. El mercado financiero	39
2.3.1. Instituciones de crédito.....	39
2.4. La formación en Andalucía.....	46
2.4.1. Estudio de la oferta/demanda académica	46
2.4.2. Inserción laboral de la formación gestionada por el INEM	50
3. EL MERCADO LABORAL EN ANDALUCÍA.....	53
3.1. Empleo y Paro	53
3.1.1. Datos Generales.....	54
3.1.2. Empleo.....	62
3.1.3. Paro.....	72
4. LAS PYMES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA	83
4.1. Tipología de Pymes.....	83
4.2. Sectores de Actividad Económica	87
4.2.1. Incidencia en la creación de empleo.....	87

4.3. Análisis y Distribución Sectorial de Pymes en la Comunidad de Andalucía: comparación con la Gran Empresa Andaluza.....	91
4.3.1. Industria.....	93
4.3.2. Comercio	97
4.3.3. Distribución por condición jurídica.....	99
4.4. Análisis y Morfología de las Cooperativas en Andalucía.....	101
4.4.1. Tipos de Empresa Social	101
4.4.2. Las Cifras Clave de la Empresa Social Andaluza	102
4.4.3. Implantación Territorial de las Empresas Sociales en Andalucía	106
4.4.4. Análisis de Características de las Cooperativas Andaluzas	109
5. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES EN ANDALUCÍA	115
5.1. La Encuesta	115
5.1.1. Actividad y empleo	118
5.1.2. Equipamiento e instalaciones	123
5.1.3. Ambito territorial.....	125
5.1.4. Proveedores y clientes	128
5.1.5. Servicios Externos	129
5.1.6. Control de Calidad.....	131
5.1.7. Nivel de Informatización.....	132
5.1.8. Factores medioambientales	133
5.1.9. Equipo de responsables en la PYMES andaluzas.	136
5.1.10. Utilización de Herramientas de Gestión.....	137
6. LA TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS ANDALUZAS	140
6.1. Tecnología e innovación.	142
6.1.1. Tipos de innovación	144
6.1.2. Técnica, Tecnología y Ciencia	145
6.1.3. Clasificaciones de las Innovaciones Tecnológicas.....	147
6.1.4. Acceso de las Pymes a la innovación	149
6.1.5. Desarrollo tecnológico e innovación en las Pymes en Andalucía.....	150
6.2. Tecnologías de Innovación como elemento de cambio en procesos y organizaciones.....	151

6.2.1. Efectos sobre el crecimiento.....	153
6.2.2. Efectos sobre la productividad y la competitividad	153
6.2.3. Efectos sobre la renta y el bienestar	154
6.2.4. Efectos sobre el empleo y los mercados de trabajo.....	154
6.2.5. Efectos sobre las necesidades de formación.....	155
6.2.6. Efectos sobre la distribución social	155
6.3. Adaptación a la Sociedad de la Información: comercio electrónico, Internet, etc.	155
6.4. Adaptación de las Pymes andaluzas a las Normas ISO de Calidad.....	157
6.4.1. Implantación de los Sistemas de Calidad en Andalucía.....	158
6.5. Pymes innovadoras en Andalucía.....	164
6.5.1. Características generales	165
6.5.2. Empresa innovadora frente empresa no innovadora: parámetros definitorios	169
7. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN ANDALUCÍA.....	175
7.1. El Comercio Exterior en Andalucía.....	175
7.1.1. Distribución geográfica.	176
7.1.2. Distribución por Productos.....	179
7.1.3. Caracterización de la Pyme Exportadora	181
7.1.4. Problemas y Soluciones.....	192
7.1.5. Problemas	194
7.1.6. Propuestas de Soluciones	196
8. ADAPTACIÓN DE LAS PYMES ANDALUZAS A LOS REQUERIMIENTOS DEL MEDIO AMBIENTE	199
8.1. Adaptación de la normativa medioambiental.....	200
8.2. Establecimiento de Sistemas de Gestión Medioambiental en la empresa.....	209
8.2.1. Reglamento Comunitario EMAS e ISO 14.001	209
8.2.2. Acreditación y Certificación	213
8.2.3. Inversiones en Medio Ambiente.....	219
9. CONCLUSIONES	223
BIBLIOGRAFIA	233

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción Genérica al Estudio

1.1.1. Antecedentes

Según datos del INE, en enero de 2000 existían en España más de 2.518.801 empresas, la mayoría de ellas Pymes. El 99,2 % del tejido empresarial español actual está formado por empresas con una plantilla inferior a los 50 trabajadores.

En cuanto al número de empresas, predominan aquellas pertenecientes al sector servicios, siendo éstas un 48% del total. También es el sector que mayor porcentaje de asalariados absorbe y menor facturación anual obtiene. Según fuentes estadísticas, (Camerdata, 1998), la distribución de las Pymes por cada uno de los principales sectores económicos era la siguiente en España: Industria (11%); Comercio (20%); Hostelería y Restauración (16%); Servicios (48%) y Construcción (5%).

Respecto a la personalidad jurídica, la mayor parte del conjunto de las empresas, son Sociedades Anónimas. Así en el cuadro que sigue se expone una clasificación de las empresas según su forma jurídica y número total:

Sociedades Anónimas	114.101
Cooperativas	19.281
Sociedades Limitadas	489.224
Autónomos	985.111
Otros	125.286
Total:	1.733.003

Fuente: EPA, INE, 3er Trimestre 1999

En las Pymes españolas, el 65,4 % son personas físicas, frente al 27,5 % constituido por sociedades y el 7,1% restante, integrado por cooperativas y otras formas jurídicas. La forma societaria predominante era la responsabilidad limitada, seguida de cerca por la anónima.

Si comparamos las Pymes españolas con las situadas en el resto de la Unión Europea, se comprueba que en España son éstas las principales generadoras de empleo. No ocurre lo mismo en el resto de los Estados miembros, donde son más frecuentes las empresas de mayor tamaño, a las cuales resulta más fácil obtener un mayor grado de internacionalización y competitividad.

Puede asegurarse que las Pymes en España son menos competitivas que las de su entorno, debido a que muchas de éstas encuentran dificultades para su gestión al contar con una capacidad insuficiente de información, apenas incorporar valor añadido a su producto, tener escasa capacidad de innovación tecnológica, junto a una limitada capacidad financiera y excesiva burocracia.

No obstante, en los últimos tiempos se ha venido creando un nuevo marco administrativo e institucional que establece criterios horizontales para todos los sectores en política de apoyo a las Pymes, ya sea a través de:

- La Dirección General de Política de la Pyme, dependiente de la Secretaría de Estado, Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa, ambas pertenecientes al Ministerio de Economía.
- Las acciones estructurales de la UE en forma de subvenciones, otorgadas según las regiones donde se encuentren localizadas las Pymes españolas.
- La D.G. XXIII de la Comisión europea ha venido impulsando el desarrollo de las Pymes, sobre todo a partir del Libro Blanco “Crecimiento, Competitividad y Empleo” de 1993, su Programa Integrado a favor de las Pymes y del artesanado de 1994 o su Informe sobre las Pyme presentado al Consejo europeo de Madrid de

1995, el cual proponía una Acción Concertada entre las autoridades nacionales, regionales y locales junto a los interlocutores sociales e instituciones comunitarias, para la identificación e intercambio de las mejores prácticas empresariales

En la nueva economía el crecimiento está directamente asociado a la innovación tecnológica. La respuesta en nuestro país no ha sido rápida. Así por ejemplo, las empresas españolas invirtieron el 1,2% del PIB en innovación tecnológica e informática, frente al 4% del dedicado en Estados Unidos. Otro problema acuciante es la insuficiencia de profesionales preparados para adaptarse a las tecnologías de la información y se calcula que en toda Europa se podría perder el 1% del PIB por esta carencia. Actualmente el 68% de las Pymes europeas han visto sus negocios perjudicados por este motivo. Se estima que sólo en España, quedará sin cubrir el 13% de los empleos en el sector informático para el año 2002. En este sentido, una formación especializada y a gran escala en esta materia es más que una necesidad para nuestro país.

También se ha comprobado que el crecimiento regional en España no es equivalente en todas sus comunidades autónomas. Así, aunque en 1999 el PIB por habitante ha venido creciendo en todas ellas, las diferencias eran notables. Por este orden, Baleares, Madrid, Cataluña, Valencia y Canarias fueron las que experimentaron un crecimiento mayor; seguidas de Murcia y Extremadura. Mantienen un PIB/hab. superior a la media estatal, Navarra, La Rioja, País Vasco y Aragón. Sin embargo, Cantabria, Castilla y León, Galicia, Asturias, Castilla –La Mancha y Andalucía han tenido un crecimiento menor que la media española. En todo caso, para nuestro análisis debemos situar las Pymes en su contexto, considerando:

- La estructura socio - económica de cada comunidad autónoma
- La situación del mercado laboral en la comunidad autónoma
- El estado del tejido empresarial, con especial mención a las Pymes, en el ámbito territorial de cada comunidad autónoma
- La Percepción del empresario sobre la panorámica actual de las Pymes en la comunidad autónoma a la que pertenecen

1.1.2. Objetivos de investigación

El objetivo del presente estudio es analizar detalladamente la situación actual de las pequeñas y medianas empresas en el ámbito territorial de las distintas comunidades autónomas españolas. A partir de estos datos nos será posible adaptar nuestra oferta formativa a la demanda de cada comunidad autónoma en cuanto a la creación y consolidación de empleo, en las dos vertientes/ líneas de actuación de la EOI: cursos on-line y cursos de formación presenciales. Para el presente estudio es necesario atender a los siguientes aspectos que se exponen a continuación y que hemos identificado como:

- *Necesidades de la formación*

Se trata de efectuar un desglose de la formación académica demandada por el mercado laboral del ámbito autonómico; un estudio de la demanda y de la oferta académica, así como un análisis de las características en la demanda de profesionales de la comunidad autónoma.

- *Factores de consolidación*

Son aquellos elementos que confieren competitividad a la Pyme. Se dividen en los siguientes apartados:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- a) La innovación tecnológica en las empresas- b) Internacionalización de las Pymes- c) Externalización de servicios en la propia empresa- d) Introducción de sistemas de gestión de calidad en las Pymes- e) Adaptación de las Pymes en cada comunidad autónoma a los requerimientos del medio ambiente y de la prevención de riesgos laborales- f) Gestión de Recursos humanos y de la formación |
|--|

- a) La innovación tecnológica en las empresas: se examinarán concretamente cuáles son los sectores más dinámicos, los empleos creados en el ámbito de la Sociedad de la Información, así como la adaptación de las Pymes a ésta, destacando la

incorporación del comercio electrónico, del teletrabajo o de la empresa en red. Así mismo, las tecnologías de la información como elemento de cambio en procesos y organizaciones en las Pymes.

- b) Internacionalización de las Pymes: se trata de evaluar el grado de orientación al exterior que tienen las Pymes, en cualquiera de las formas estratégicas de llevar a cabo los negocios y de organizarse; ya se trate de una internacionalización de tipo:
 - b.1) comercial directa con el cliente, a través de un agente o trader, o bien indirectamente a través de un distribuidor;
 - b.2) industrial o financiera: mediante inversiones directas, alianzas estratégicas o joint-ventures.
- c) Externalización de servicios en la propia empresa: cada vez es mayor el número de empresas que gestionan determinados servicios a través de otras empresas especializadas para ahorrar costes.
- d) Adaptación de las Pymes en cada comunidad autónoma a los requerimientos del medio ambiente y de la prevención de riesgos laborales: el conocimiento de la normativa en estas materias, así como las inversiones para su correcta gestión, van a ser claves para una diferenciación respecto a otras empresas pertenecientes al mismo sector.
- e) Gestión de recursos humanos y de la formación: la existencia de personal suficiente en número, eficiente y preparado para dar respuesta a las necesidades de cada momento son factores clave para la competitividad empresarial.

El mayor o menor grado de participación en los respectivos campos o ámbitos arriba indicados, determinará en qué medida estas empresas se han adaptado favorable o desfavorablemente a las necesidades del nuevo entorno empresarial y su competitividad ante la nueva economía.

- *Forma jurídica de las empresas*

El modo en el cual se encuentran constituidas las empresas será otro criterio a tener en cuenta. El estudio se centrará especialmente en el análisis y distribución sectorial de los trabajadores autónomos y Pymes en la respectiva comunidad autónoma, así como en el análisis y morfología de las sociedades y cooperativas existentes en las distintas autonomías españolas.

1.1.3. Parámetros

Para la elaboración de la muestra en las distintas comunidades autónomas españolas hemos seleccionado los sectores de actividad económica más relevantes en cada autonomía, teniendo en cuenta aquellos cuya aportación hubiera sido más significativa en relación con los siguientes parámetros:

- I) Mayor grado de aportación al PIB autonómico
- II) Los más importantes en la creación de nuevas empresas
- III) Principales sectores de actividad económica que inciden en la creación de empleo

- *Sectores económicos*

Entre los sectores mayoritarios en España se encuentran la industria de productos alimenticios y bebidas, así como las actividades relacionadas con el sector turístico como la hostelería, la construcción y las actividades inmobiliarias. En particular, los sectores elegidos en cada una de las comunidades autónomas, han sido los que se describen a continuación:

- Andalucía:
 - Industria de productos alimenticios y bebidas
 - Comercio al por mayor, al por menor e intermediarios de comercio excepto vehículos de motor y motocicletas, reparación de efectos personales y enseres domésticos
 - Hostelería
 - Transporte terrestre, transporte por tuberías
 - Actividades inmobiliarias
 - Construcción
 - Productor metálicos, máquinas y material eléctrico.

- Cataluña:
 - Industrias textiles
 - Industria de la confección y de la peletería
 - Industria del papel
 - Edición, artes gráficas y reproducciones y soportes grabados
 - Hoteles y restaurantes
 - Construcción general de edificios y obras singulares de ingeniería civil (puentes túneles...)
 - Industria de productos alimenticios y bebidas.

- Madrid:
 - Industria de productos alimenticios y bebidas
 - Edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados
 - Actividades informáticas
 - Industria de la madera y el corcho, excepto muebles, cestería y espartería
 - Fabricación de productos minerales no metálicos
 - Fabricación de maquinaria y material eléctrico
 - Fabricación de material electrónico; fabricación de equipo y aparatos de radio, televisión y comunicaciones

- Valencia:
 - Fabricación de juegos y juguetes
 - Industria de productos alimenticios y bebidas
 - Industria del cuero y del calzado
 - Hostelería
 - Fabricación de material de transporte
 - Fabricación de otros productos minerales no metálicos (cerámica)
 - Metalurgia y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
 - Actividades culturales, recreativas y deportivas

- País Vasco:

- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Metalurgia. Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
- Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico
- Fabricación de maquinaria y material eléctrico
- Fabricación de material de transporte
- Fabricación de productos de caucho y materiales plásticos

- Castilla y León:

- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Fabricación de material de transporte
- Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
- Industria de la madera y del corcho

- Aragón:

- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Metalurgia. Fabricación de productos metálicos excepto maquinaria y equipo
- Fabricación de maquinaria y material eléctrico
- Industria textil y de la confección. Industria del cuero y del calzado
- Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico
- Construcción
- Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques

- Galicia:

- Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería
- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Fabricación de material de transporte
- Fabricación de productos metálicos excepto maquinaria y equipo
- Industria textil, de la confección y peletería
- Fabricación de productos minerales no metálicos

- Castilla - La Mancha:

- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Industria textil, de la confección y peletería
- Hostelería
- Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería.

- Canarias:

- Hostelería
- Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes
- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Construcción
- Comercio al por mayor, al por menor e intermediarios del comercio, excepto vehículos de motor y motocicletas; reparación de efectos personales y enseres domésticos

- Extremadura:

- Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería
- Industria de productos alimenticios, bebidas
- Fabricación de otros productos minerales no metálicos
- Construcción
- Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
- Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor y motocicletas; venta al por menor de combustible para vehículos de motor

- Asturias:

- Industria de productos alimenticios y bebidas
- Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
- Venta; mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para vehículos de motor
- Construcción

- Murcia:

- Industria de la alimentación, bebidas
- Industria textil; industria de la confección y de la peletería. Industria del cuero y del calzado
- Fabricación de otros productos minerales no metálicos
- Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
- Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras
- Construcción
- Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería.

- La Rioja:

- Industria de productos alimenticios y bebidas, excepto vino
- Elaboración de vinos
- Industria del cuero y del calzado
- Industria de la madera y del corcho, incluido muebles; cestería y espartería.

- Baleares:
 - Mantenimiento y reparación de vehículos de motor
 - Industria del cuero y del calzado
 - Industria de productos alimenticios y bebidas
 - Hoteles
 - Actividades de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de apoyo turístico
 - Construcción general de inmuebles y obras de ingeniería civil

- Navarra:
 - Industria de productos alimenticios y bebidas
 - Fabricación de material de transporte
 - Fabricación de productos minerales no metálicos y fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
 - Construcción general de inmuebles y obras de ingeniería civil

1.1.4. Metodología

Datos primarios

Investigación de campo, mediante las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas

a) Cualitativas

Entrevistas en profundidad a expertos, llevadas a cabo por cada titular asignados en cada comunidad objeto de estudio dirigidas a:

- Especialistas del ámbito universitario
- Profesionales expertos en las distintas áreas de la empresa
- Consultores

b) Cuantitativas

- Encuestas extensivas a diversas empresas sitas en cada una de las comunidades autónomas
- Entrevistas formuladas mediante cuestionario estructurado a empresas, a través del método C.A.T.I. (entrevista telefónica)

Datos secundarios

Realización de un análisis documental, a partir de la recopilación de datos procedentes de fuentes secundarias:

- Anuarios estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Información facilitada por las propias Comunidades Autónomas
- EUROSTAT
- Estadísticas del INEM
- Informes del BBVA
- Datos facilitados por las Cámaras de Comercio (Camerdata)

Muestra Cuantitativa

Número de entrevistas realizadas distinto según las Comunidades Autónomas. Se ha considerado una muestra nacional de 5.000 entrevistas a empresas, con un error estadístico máximo de $\pm 1.5\%$ para una distribución poblacional de $p/q= 50/50$ y un nivel de confianza del 95.5% Dos Sigma, distribuidas en tres grupos. En esta división se ha considerado la población así como el tejido industrial de cada comunidad autónoma.

Comunidades Autónomas Grupo A	Comunidades Autónomas Grupo B	Comunidades Autónomas Grupo C
400 encuestas	300 encuestas	200 encuestas
<ul style="list-style-type: none"> - Andalucía - Cataluña - Madrid - Valencia - País Vasco 	<ul style="list-style-type: none"> - Castilla y León - Aragón - Galicia - Castilla – La Mancha - Canarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Asturias - Murcia - La Rioja (150 encuestas) - Baleares - Navarra - Extremadura

A partir de los datos obtenidos, se analizarán y obtendrán conclusiones, destinadas a las Pequeñas y Medianas Empresas de los sectores de actividad tratados, con la finalidad de que éstas sean más competitivas en sus principales ámbitos de actuación. De este modo, se pretende obtener una visión global en cada comunidad autónoma, de cuál es la situación en la que se encuentran las Pymes pertenecientes a los sectores económicos principales que representan las mayores fuentes de empleo y riqueza en el marco territorial respectivo, evaluando a su vez la evolución futura y su adaptación al nuevo entorno empresarial.

1.2. Introducción al Estudio de la Comunidad Autónoma de Andalucía

Como antes se ha mencionado, el tejido empresarial español está formado en la casi totalidad por PYMES, las cuales son la parte más importante y creciente del empleo y del PIB. En el contexto económico español, las pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel fundamental: el 99,9% del tejido empresarial nacional está compuesto por PYMES y este colectivo genera el 70% del empleo y el 64% de las ventas nacionales. La solidez de este sector empresarial es, por tanto, imprescindible para el fortalecimiento del sistema económico, para la creación de riqueza nacional y para la generación de empleo.

En España, según datos del Instituto Nacional de Estadística, existen más de 2,5 millones de empresas, de las que apenas el 0,1% no tenía la consideración de PYME:

Distribución de empresas según su tamaño (España)

Nº de empleados	Nº de empresas	Porcentaje
250 ó más	2.826	0,11
De 50 a 249	17.178	0,68
De 10 a 49	125.062	4,97
De 1 a 9	985.619	39,13
Sin trab.	1.388.116	55,11

Fuente: DIRCE 1998

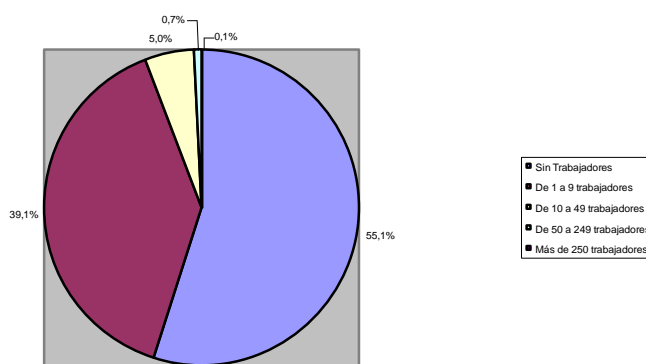
Distribución de empresas según su tamaño (Andalucía)

Nº de empleados	Nº de empresas	Porcentaje
250 ó más	188	0,1
De 50 a 249	1.829	0,5
De 10 a 49	15.114	4,2
De 1 a 9	137.534	38,3
Sin trab.	204.761	57

Fuente: DIRCE 1998

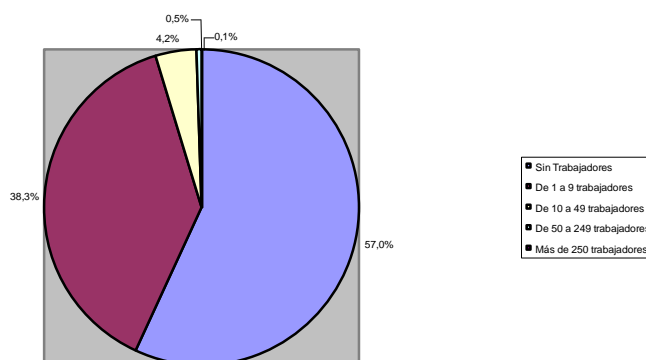
La Comunidad Autónoma Andaluza es la segunda región de España en número de PYMES, adelantada únicamente por Cataluña, donde reside el mayor número de pequeñas y medianas empresas. Igualmente, Andalucía ocupa el segundo puesto en cuanto a tejido empresarial se refiere. Sin embargo, es significativo el bajo peso de empresas de más de 250 trabajadores (inferior al de otras comunidades como el País Vasco o la Comunidad Valenciana, donde el número de empresas es menor), lo que refleja la importancia que tiene la PYME en Andalucía.

Distribución de empresas según tamaño en España (porcentajes)



Fuente: DIRCE. 1998

Distribución de empresas según tamaño en Andalucía (porcentajes)



Fuente: DIRCE. 1998

2. ESTRUCTURA SOCIO-ECONÓMICA DE ANDALUCÍA

2.1. Entorno Poblacional

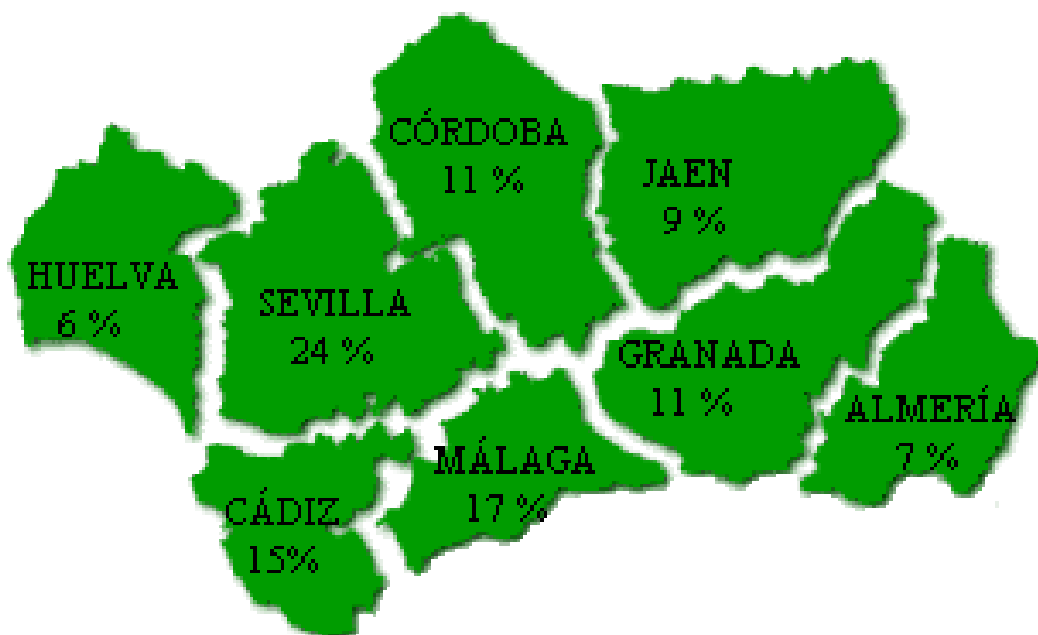
2.1.1. Población

El conocimiento de la población y sus tendencias constituyen un punto de partida importante para la planificación, la asignación de los recursos y la toma de decisiones de diversos ámbitos, especialmente el institucional. Así mismo, resulta de utilidad en la esfera de la iniciativa privada, en lo que atañe a labor de segmentación de mercados y al diseño de estrategias comerciales.

2.1.2. Evolución de la población en Andalucía

La población en Andalucía crece, en general, más lentamente que la población española hasta los años 90, debido a los altos saldos de emigración. A partir de entonces el saldo migratorio (inmigraciones-emigraciones), comienza a ser positivo. Actualmente las tasas de crecimiento de la población son ligeramente superiores a las españolas pero tienden a igualarse, como reflejo de la disminución de la natalidad.

La evolución de la población española y andaluza es similar, las dos responden a un modelo típico de país desarrollado y apuntan a un futuro escenario demográfico sostenible en la Península.

Distribución de la población en Andalucía

Fuente: Anuario Estadístico de Andalucía 1999

Nº habitantes y densidad de población de las provincias andaluzas

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Habitantes	505.448	1.107.484	767.175	801.177	453.958	645.792	1.240.580	1.714.845
Hab/Km ²	58	149	56	63	45	48	168	122

Fuente: Anuario Estadístico de Andalucía 1999. IEA

Las provincias de mayor densidad de población son Málaga y Cádiz, en contraste con provincias como Huelva y Jaén. En conjunto, Andalucía presenta una realidad demográfica bastante descompensada en lo referente al peso poblacional provincial. El 56% de la población andaluza vive en las tres provincias de mayor densidad y casi la cuarta parte de la población andaluza vive en la provincia de Sevilla.

La densidad de la población de Andalucía (83 Hab/Km²) es ligeramente superior a la media española (79 Hab/Km²).

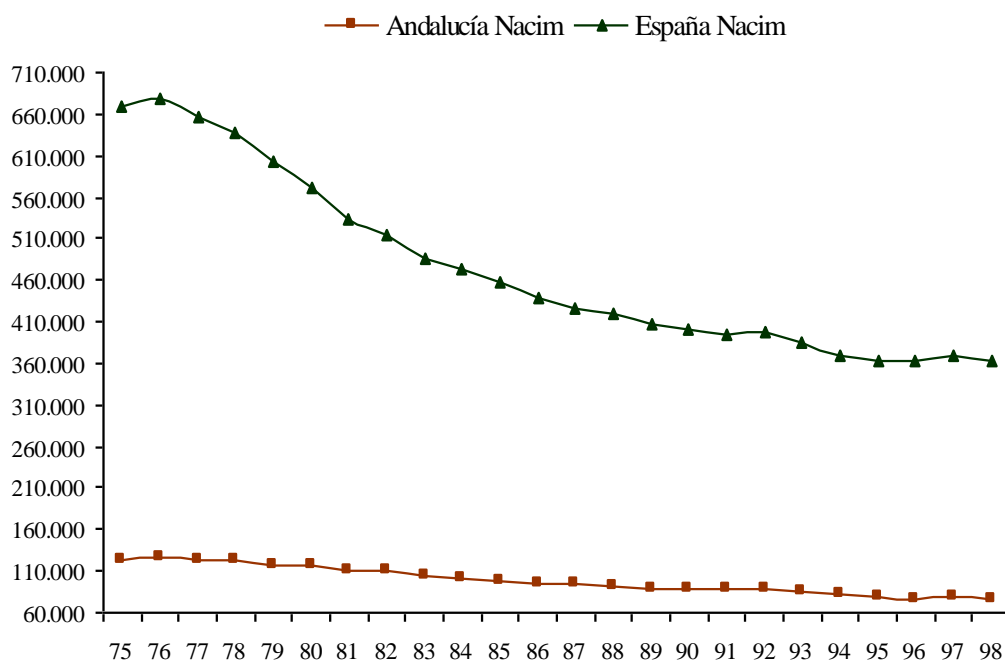
Movimiento Natural de la Población

Las estadísticas del Movimiento Natural de la Población (MNP) se refieren a los tres hechos más importantes desde el punto de vista demográfico: nacimientos, matrimonios y defunciones ocurridos en el territorio español. Esta operación estadística sirve para acercarse al conocimiento de los flujos poblacionales.

Para este trabajo se han cogido los datos del último cuarto de siglo en España y en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Nacimientos

Nacimientos en Andalucía y España. 1975-1998

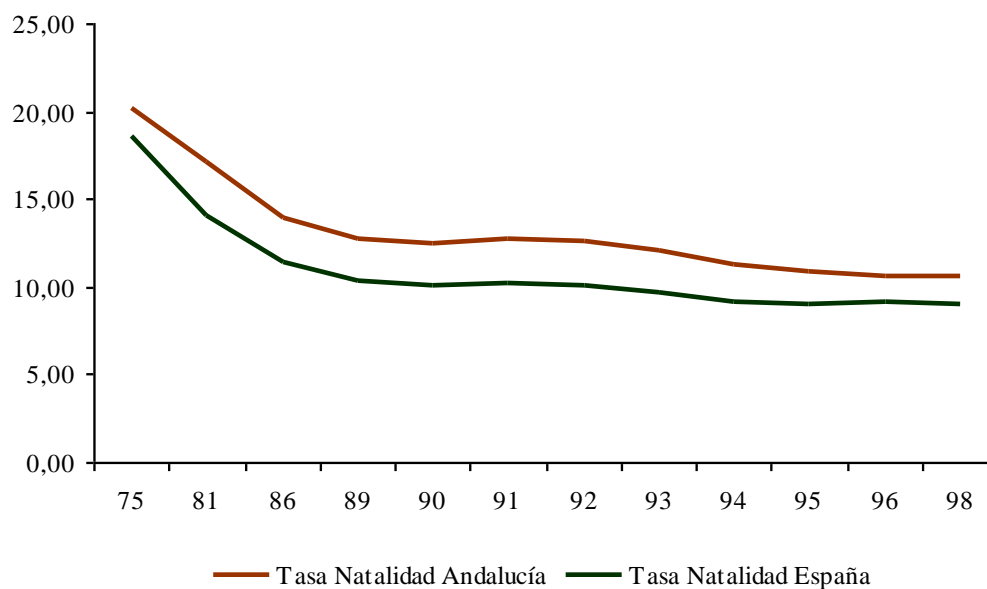


Fuente: IEA 1999

Desde finales de los años 70, se viene produciendo en España una progresiva caída de la natalidad, que le ha llevado a ser el país con menor fecundidad del mundo junto con Italia. En Andalucía el fenómeno es el mismo, aunque el número de hijos por mujer es ligeramente superior a la media española.

Para ver mejor estos datos están las tasas, que permiten comparar a las dos poblaciones, Andalucía y España.

Tasas Nacimientos Andalucía - España. 1975-1998



Fuente: IEA. 1999

Si se observa el indicador coyuntural de fecundidad (número medio de hijos por mujer en periodo de edad fértil) se puede comprobar que en unos pocos años las tasas ha disminuido de forma considerable, de 2,75 en 1980 a 1,28 en 1998. Estos datos vienen justificados por la cada vez mayor participación de las mujeres en la vida activa y el retraso en la edad de la maternidad; comportamientos que han transformado profundamente los modelos familiares.

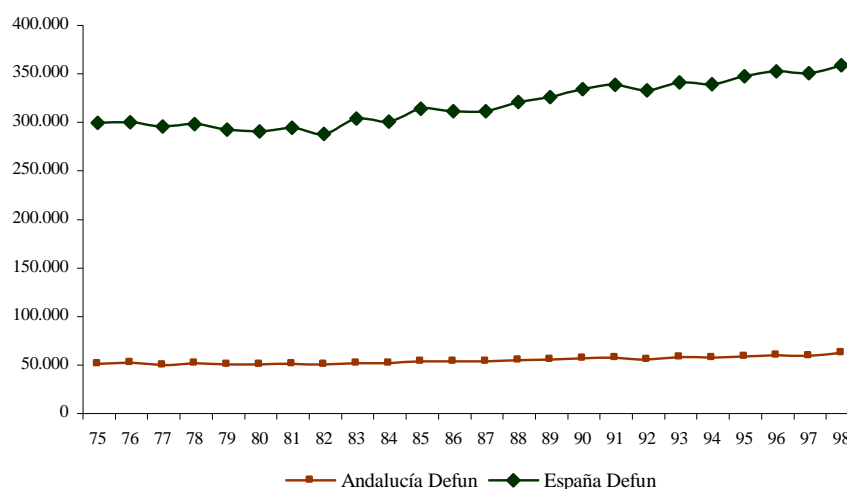
Indicador coyuntural de fecundidad

	1976	1980	1986	1991	1998
Andalucía	3,24	2,75	1,89	1,62	1,28
España	2,80	2,04	1,55	1,33	1,15
Alemania	1,48	1,56	1,37	1,33	1,34
Francia	1,93	1,95	1,81	1,77	1,75
Italia	2,20	1,64	1,42	1,31	1,19
Suecia	1,77	1,68	1,74	2,11	1,51

Fuente: IEA, INE, EUROSTAT. 1999

Si en España este indicador es el que más ha disminuido en la Unión Europea, esta disminución es mucho más acentuada en la comunidad autónoma de Andalucía.

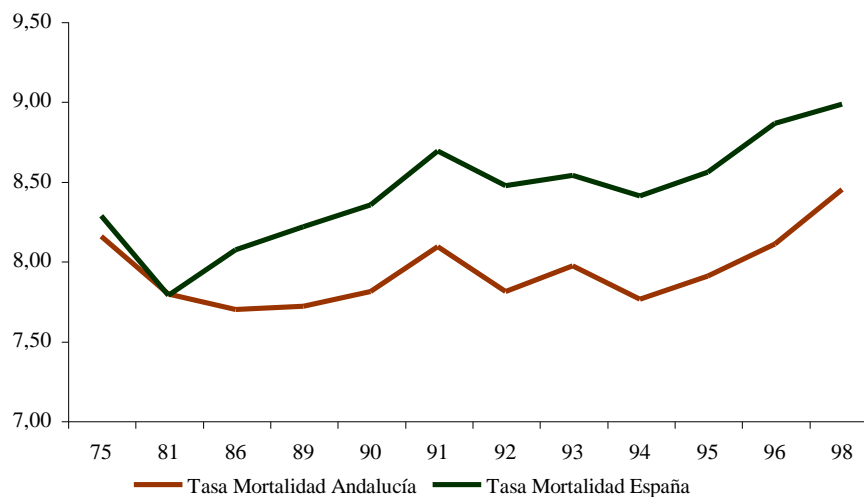
La evolución de la edad media de la maternidad ha aumentado en los últimos años, de los 28,6 años en 1987 hasta los 30 años en 1997, en España, y en cuanto Andalucía la media está en los 28,5 en 1987 hasta los 29,8 años de 1997

Mortalidad**Mortalidad en Andalucía y España. 1975-1998**

Fuente: IEA 1999

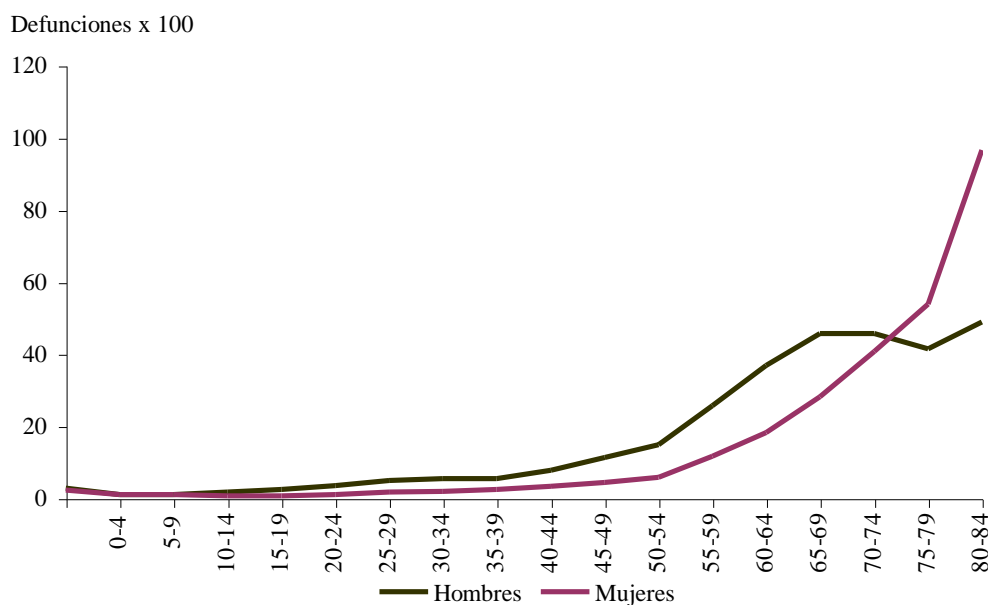
Las curvas de mortalidad en Andalucía son análogas a las de España que se ven mejor en la gráfica de las tasas.

Tasa Mortalidad Andalucía - España. 1975-1998



Fuente: IEA. 1999

Distribución de la mortalidad por grupos de edades y sexo. 1997



Fuente: Anuario estadístico Andalucía.1999

Haciendo una distinción de defunciones por edades, la tasa de mortalidad (se define como el número de defunciones de menores de un año entre el total de nacimientos por 10.000) infantil en Andalucía es 54, prácticamente igual que en España que es de 55. En general en España, la mortalidad infantil en varones supera a la de mujeres.

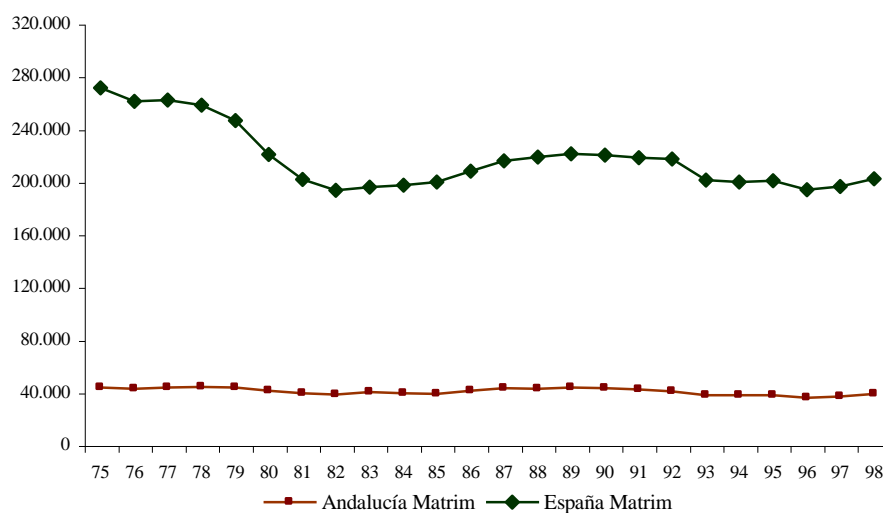
Los varones jóvenes fallecen en un número mayor debido fundamentalmente a los accidentes de tráfico.

Existe una mortalidad mayor de varones a edades medias debido a la incidencia de enfermedades laborales y coronarias, que afectan menos a las mujeres.

Las causas de muerte ha variado considerablemente, disminuyendo la mortalidad debido a enfermedades infecciosas. En cambio aumenta la incidencia de enfermedades cardiovasculares, cáncer, accidentes de tráfico

Matrimonios

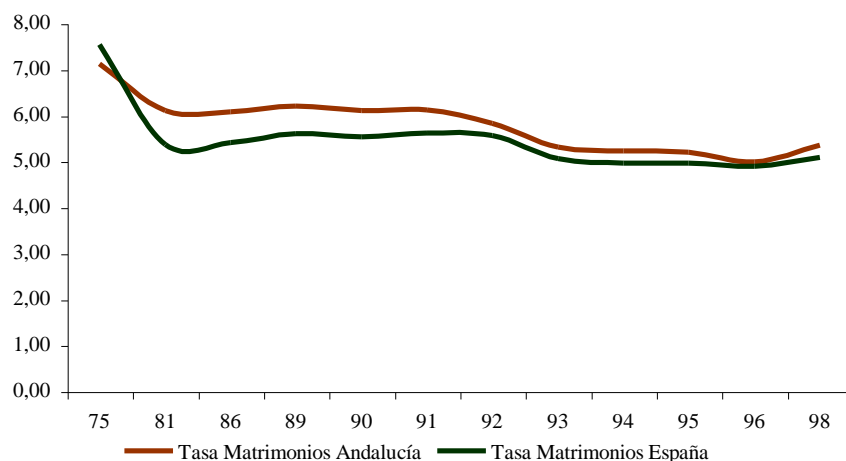
Matrimonios en Andalucía y España. 1975-1998



Fuente: IEA 1999

El número de matrimonios en Andalucía prácticamente no ha variado en este periodo, no así el de España donde desde los años 1975 a 1982 se produjo una bajada para posteriormente quedarse algo más estabilizado. Viendolo en tasas.

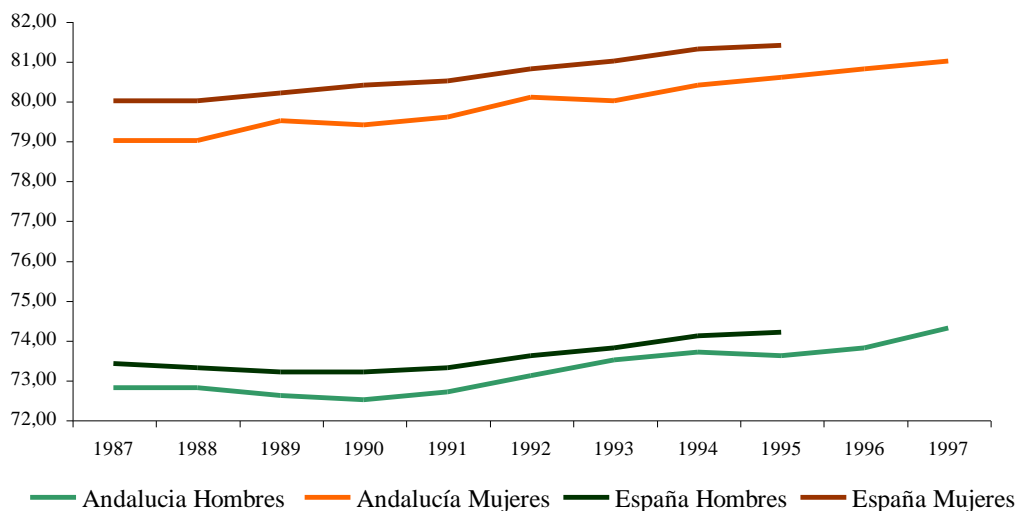
Tasa Matrimonios Andalucía - España. 1975-1998



Fuente: IEA. 1999

La tasa bruta de nupcialidad en Andalucía en 1998 fue de 5,35 mientras que en España fue de 5,08 ese mismo año.

Con respecto a la edad media a la que se llega al primer matrimonio es de 28,9 años para los hombres y 27,0 años en las mujeres en Andalucía (datos referidos a 1998). En España los hombres llegan al matrimonio como media a los 28,82 años y las mujeres a los 26,80 (datos referidos a 1997).

*Esperanza de vida y tasas de crecimiento vegetativo****Esperanza de vida Andalucía-España***

Fuente: Anuario Estadístico de Andalucía.1999

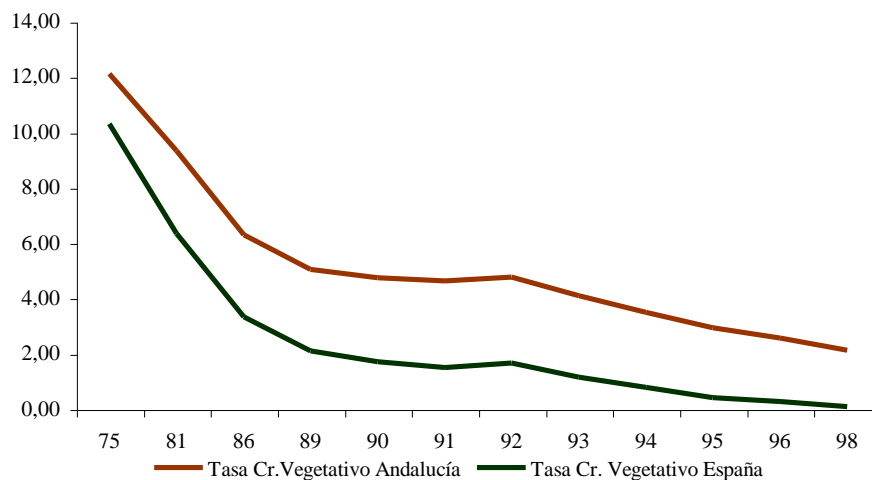
La esperanza de vida en España se sitúa entre las más altas del mundo. Andalucía está a un solo punto por debajo de la media nacional.

La esperanza de vida en las mujeres es superior a la de los hombres y además, esta diferencia va aumentando con el tiempo. La esperanza de vida que se tenía en el año 1998 en Andalucía para los hombres era de 74,06 años y la de las mujeres de 80,98. Con respecto a España y en ese mismo año, para los hombres era de 74,40 años y en las mujeres 81,70.

En apenas dieciséis años la esperanza de vida al nacer ha aumentado 2,71 años en los varones y 3,91 años entre las mujeres.

Tasa Crecimiento Vegetativo

La tasa de crecimiento vegetativo (que se define como la tasa de natalidad menos la tasa de mortalidad) en Andalucía es 2,14, mientras que en España esta cifra es tan solo 0,10.

Tasa Crecimiento Vegetativo Andalucía - España. 1975-1998

Fuente: IEA 1999

Aunque el crecimiento vegetativo tiende a disminuir al igual que el resto de España, esta disminución es más lenta. La todavía superior natalidad y el mayor número de mujeres en edad fértil, explican este dato.

En la actualidad hace falta algo más de dos hijos por mujer (2,2) para garantizar el reemplazo generacional, cifra que no se alcanza en Andalucía ya que la media andaluza se sitúa en 1,31 hijos por mujer, superior al conjunto nacional que es de 1,14 hijos por mujer, que tampoco alcanza la media generacional.

Evolución de los movimientos migratorios

Para terminar el estudio de la evolución de la población en Andalucía, habrá que analizar los movimientos migratorios. La tabla siguiente son las migraciones interiores y exteriores según provincia de origen y destino.

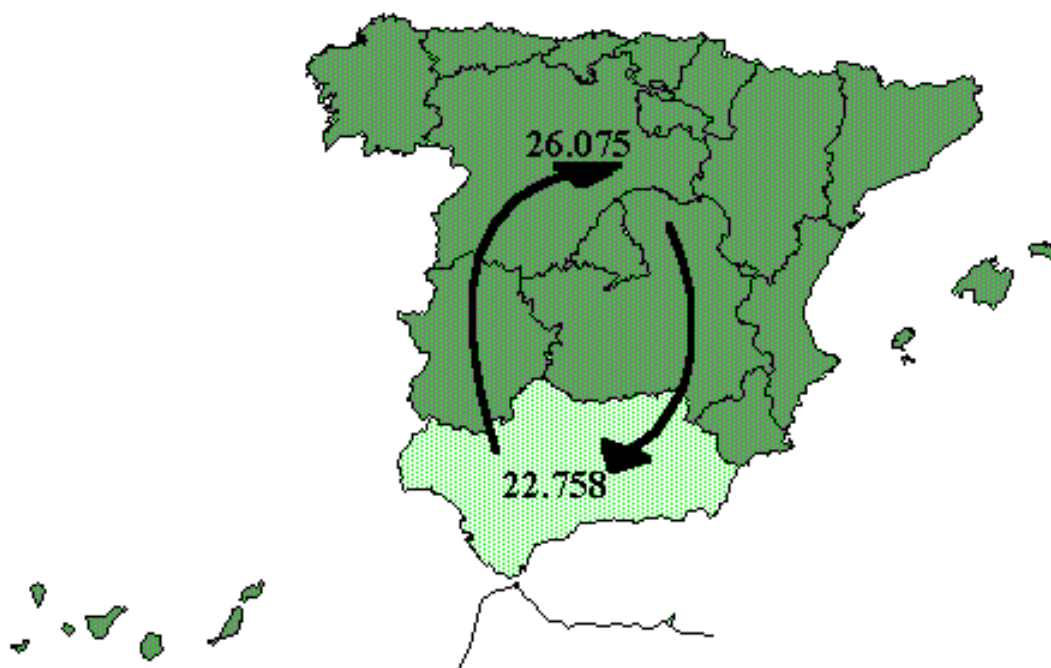
Origen	Destino										
	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	España	Total
Andalucía	59.983	5.128	7.725	4.787	8.071	3.326	3.713	11.548	15.685	26.075	86.058
Almería	4.736	3.705	87	64	567	29	81	133	70	2.026	6.762
Cádiz	8.259	81	5.752	148	186	156	73	819	1.044	5.484	13.743
Córdoba	4.681	94	152	3.043	195	67	215	411	504	2.750	7.431
Granada	8.414	790	188	213	6.083	32	269	602	237	3.317	11.731
Huelva	3.568	18	161	70	38	2.278	19	72	912	918	4.486
Jaén	4.373	148	86	346	446	26	2.833	293	195	3.377	7.750
Málaga	10.873	185	521	343	400	50	127	8.774	473	3.563	14.436
Sevilla	15.079	107	778	560	156	688	96	444	12.250	4.640	19.719
Resto de España	22.758	2.431	3.845	2.571	2.934	896	2.171	3.719	4.191	465.001	487.759
Total	82.741	7.559	11.570	7.358	11.005	4.222	5.884	15.267	19.876	491.076	573.817

Fuente : Anuario Estadístico de Andalucía 1999.IEA

Los estudios sobre migraciones tienen una escasa tradición en España desde la perspectiva del análisis demográfico y adolecen de importantes limitaciones que merman la disponibilidad y la calidad de los datos, en parte dado el retraso en la inscripción en los censos, falta de cobertura, etc.

Históricamente, en Andalucía el elemento principal de la dinámica demográfica no ha sido el crecimiento natural sino las migraciones, cuya importancia ha marcado, hasta muy recientemente, la evolución de su población, llegando a producirse retrocesos de la población en épocas de fuerte crecimiento natural.

El saldo migratorio en Andalucía, inmigraciones (22.758) menos emigraciones (26.075), en el año 1996 fue negativo (3.317).



Fuente : Anuario Estadístico de Andalucía 1999.IEA

Los lugares de destino de las emigraciones andaluzas han sido Cataluña, Baleares, Valencia y Madrid principalmente

En la actualidad el crecimiento de la población está ligado principalmente al crecimiento natural, ya que el saldo migratorio es prácticamente inapreciable, a diferencia con el saldo (negativo) en la década de los 70 que fue de 308.628.

Por contraste, cobra mayor relevancia la movilidad interna, sobre todo a corta distancia. El conjunto de los flujos configura un doble movimiento en Andalucía:

Trasvase de población de municipios pequeños hacia el resto de las ciudades, que se corresponde al modelo antiguo de migración campo-ciudad.

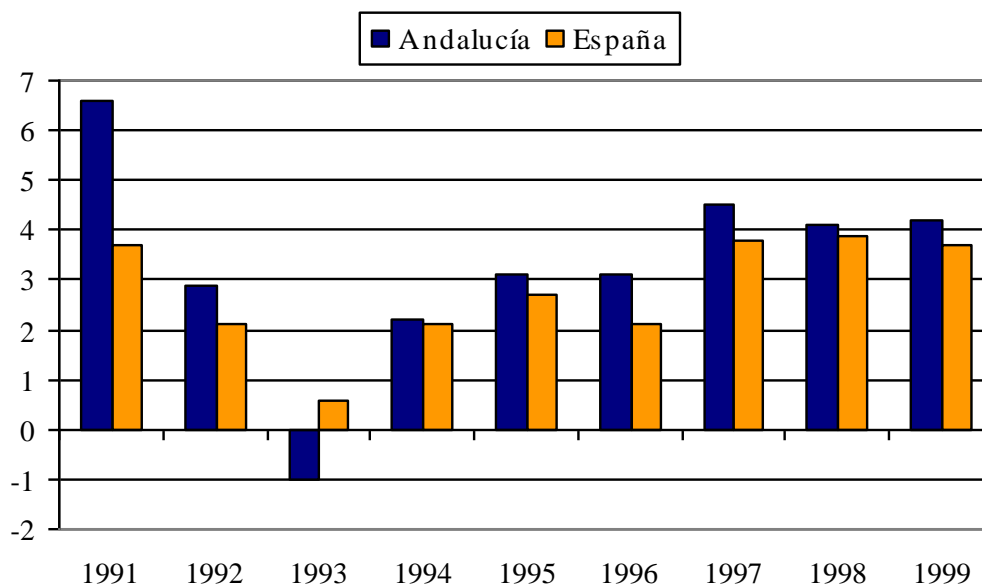
Los grandes núcleos pierden población. Este movimiento tiene que ver con el proceso de reestructuración urbana, que domina actualmente la movilidad de los países más desarrollados, y se establece entre los núcleos centrales de las regiones urbanas y los municipios de su periferia.

2.2. Magnitudes económicas de Andalucía.

En un contexto exterior caracterizado por el inicio de la Unión Económica y Monetaria (U.E.M.) y por una progresiva recuperación de la economía andaluza ha mantenido en 1999 un crecimiento sostenido y significativamente superior a la media europea y española.

A grandes rasgos, la situación de la economía andaluza en 1999 se caracteriza, desde el punto de vista de la oferta, por la aceleración de la trayectoria expansiva que los sectores no agrarios vinieron registrando a lo largo de 1998, especialmente, por la registrada por el sector de la construcción que ha constatado una vez más, el carácter procíclico que tradicionalmente lo ha caracterizado, actuando como locomotora del crecimiento en los ciclos económicos expansivos. Mientras en el primario, los resultados reflejan los efectos de una climatología adversa.

Crecimiento económico. Andalucía-España (% variaciones interanuales)



Fuente : INE; IEA; Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía 2000.

Todo ello se ha reflejado en el tejido empresarial andaluz, el segundo en número de empresas de todas las Comunidades Autónomas españolas, que ha visto como se produce un incremento del número de empresas, especialmente aquellas de mayor dimensión relativa.

2.2.1. Indicadores básicos

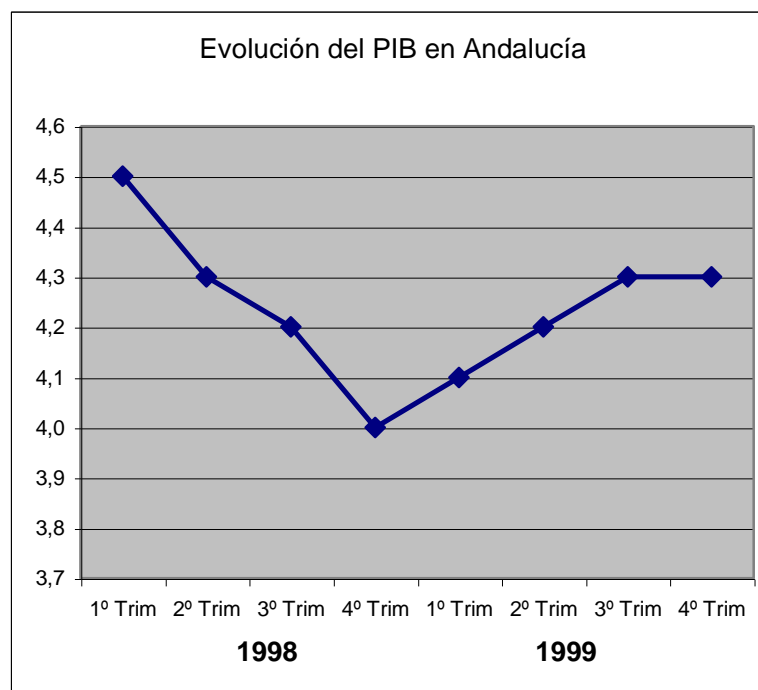
En el primer año de participación en la Unión Económica y Monetaria, y en un contexto de mejora en las relaciones laborales y de notable disminución de la conflictividad laboral, la economía andaluza ha registrado un intenso proceso de creación de empleo, y una notable corrección de las tasas de paro. El crecimiento del empleo, que ha sido superior al del PIB, y del que cabría destacar como aspecto cualitativo importante, que ha sido significativamente elevado en dos colectivos especialmente desfavorecidos del mercado de trabajo como son las mujeres y los jóvenes, es el mayor que se produce en el actual ciclo de crecimiento y ha superado ampliamente el registrado en España y sobre todo en la Unión Europea. Y la tasa de paro, después de haberse reducido en 2,6 puntos porcentuales en 1999, se sitúa en los niveles que tenía al principio de la década de los noventa.

Todo ello, en un contexto en que los precios, tras el periodo de desaceleración que se ha mantenido en los últimos años, han registrado en 1999 al igual que ha ocurrido a escala nacional y en el conjunto de economías más industrializadas un cambio de tendencias asociado, en buena medida, a la evolución de los precios energéticos, que en cualquier caso no ha impedido que los precios andaluces finalicen el año con diferencial favorable respecto a la economía española, como viene ocurriendo desde 1999.

INDICADORES BÁSICOS. ANDALUCÍA 1999	
PIB precios de mercado	
Millones ptas. Corriente	12.845.554
Crecimiento anual nominal	6,9%
Crecimiento anual real	4,3%
PIB per cápita	1.775.116
PIB per cápita España=100	74,1%
PIB Andalucía/PIB España	13,8%
Ocupados	
Miles de personas	2.070,2
Crecimiento anual	5,6%
Ocupados Andalucía/Ocupados España	15,0%
Productividad	
España=100	93,1
Crecimiento de los precios	
Deflactor del PIB	2,5%
IPC	2,4%
Salarios	
Incremento salarial pactado en convenio	2,9%
Empresas	
Number	359.426
Crecimiento anual	1,9%
Comercio Exterior	
Exportaciones	
✓ Millones de pesetas	1.403.698
✓ Crecimiento anual	2,6%
Importaciones	
✓ Millones de pesetas	1358876
✓ Crecimiento anual	11,0%
Saldo exterior	
✓ Millones de pesetas	44.822
Grado de apertura	21,5%
Cuota exportadora	58,0%

Fuente: IEA; INE; M^o Economía y Hacienda; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales 1999

2.2.2. Evolución del PIB



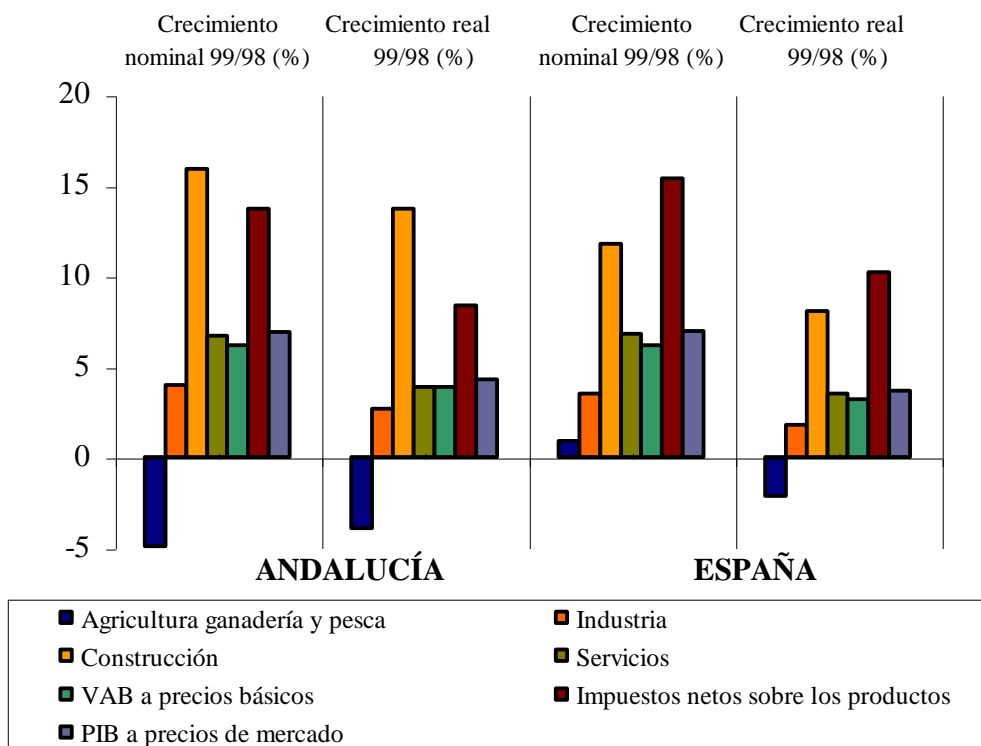
Fuente : IEA. Contabilidad Trimestral de Andalucía 2000.

- En 1999, Andalucía ha generado un Producto Interior Bruto a precios de mercado (PIB p.m.) de 12.845.554 millones de pesetas, el 13,8% del contabilizado a escala nacional. En términos reales, el PIB ha aumentado un 4,3 % por encima del crecimiento de la economía española (3,7%), y del experimentado por el conjunto de países de la Unión Europea, y en particular de la Zona Euro (2,3% según la Comisión Europea, en ambos casos).
- El crecimiento de Andalucía en 1999, similar al alcanzado el año anterior confirma que la economía andaluza atraviesa un ciclo de crecimiento intenso, que abarca un periodo de seis años, y que esta teniendo en la estabilidad de su ritmo de crecimiento una de sus principales características.

2.2.3. Producto Interior Bruto y sus componentes***Producto Interior Bruto y sus componentes (Millones de pesetas)***

	Año 1999	Crecimiento nominal 99/98 (%)	Crecimiento real 99/98 (%)	Crecimiento precios 99/98 (%)
Agricultura ganadería y pesca	764.932	-4,9	-3,9	-1
VAB no agrario a precios básicos	10.920.371	7,1	4,7	2,3
Industria	1.657.296	4	2,7	1,2
Construcción	1.096.787	15,9	13,7	2
Servicios	8.166.288	6,7	3,9	2,7
VAB a precios básicos	11.685.303	6,2	3,9	2,3
Impuestos netos sobre los productos	1.160.251	13,7	8,4	4,9
PIB a precios de mercado	12.845.554	6,9	4,3	2,5

Fuente IEA. Contabilidad trimestral de Andalucía 1999.

Crecimiento del PIB y sus componentes. Andalucía-España

Fuente: INE y IEA, 1999

- El Valor Añadido Bruto del sector agrario, medidos a precios básicos, se ha reducido, en términos reales, un 3,9 % respecto al año anterior disminución más intensa que la registrada en España (-2,1%). Esto ha implicado que el peso del sector primario andaluz sobre el nacional se reduzca durante 1999, situándose el 23,3%, medio punto por debajo del año anterior.
- Estos resultados del sector primario andaluz contrastan con los registrados por la economía andaluza en su conjunto, lo que ha determinado que la importancia relativa del sector se reduzca respecto a los niveles de 1998. De este modo, el peso del sector primario en la estructura productiva andaluza ha pasado a representar el 8,2% del VAB, medido en términos reales, frente al 8,9% del año anterior.

- En relación con los subsectores, la evolución ha sido dispar, ya que mientras que la producción de la agricultura, y en menor medida de la pesca, se reduce, la ganadería y forestal mantiene crecimientos notables.³⁷
- Junto a estos negativos resultados del sector primario, en 1999 se observa una notable intensificación del ritmo de crecimiento en el conjunto de sectores no agrarios andaluces. Así, el VAB a precios básicos de los sectores no agrarios muestra una tasa real de variación del 4,7%, por encima del incremento nacional (3,4%) y del registrado en el ejercicio anterior (4,2%).
- Diferenciando entre los distintos sectores no agrarios, la industria andaluza ha mostrado en 1999, unos resultados positivos que se ha traducido en un intenso proceso de creación de empleo y en un significativo aumento del comercio exterior.
- En 1999, el VAB a precios básicos ha mostrado un aumento del 2,7% en términos reales, que si bien es de menor intensidad que el registrado un año antes, se sitúa por encima del incremento medio alcanzado a escala nacional (1,9%). Esta circunstancia ha supuesto que la industria andaluza gane peso en la industria española, de la que explica el 9% de su VAB.
- Analizando la producción según su destino económico, se pone de manifiesto como está responde a la evolución de la demanda en 1999, esto es, han crecido más aquellas industrias cuyos productos se destinan al proceso productivo, es decir las de bienes intermedios y de inversión, y en menor medida aquellas que van directamente a abastecer el consumo final.
- El VAB a precios básicos de la construcción registra, en términos reales, un crecimiento del 13,7% interanual, superando tanto el crecimiento del año anterior (10,7%), como el que registra el sector en España (8,1%). Este mayor crecimiento relativo de la construcción andaluza respecto a la española ha supuesto un aumento de

la participación de la primera sobre la segunda hasta alcanzar el 16,8%, peso muy por encima del que representa la economía andaluza en la nacional.

- Atendiendo a los subsectores, el comportamiento ha sido positivo tanto en la obra civil,³⁸ como, sobre todo, en la edificación.
- En lo que respecta al sector servicios, los resultados de 1999 confirman la etapa de crecimiento sostenido que atraviesa el sector. El VAB a precios básicos ha crecido un 3,9% interanual, superior al registrado un año antes (3,6%), y por encima del que presenta el sector en España (3,5%).
- Con relación a los subsectores, el turístico ha presentado unos resultados muy positivos. El del transporte, muy vinculado al otro, refleja también un comportamiento muy favorable, al igual que el subsector comercial.

2.2.4. Crecimiento económico

Crecimiento económico y empleo. Andalucía

	1998						1999					
	PIB p.m.			OCUPACIÓN			PIB p.m.			OCUPACIÓN		
	Mill. Ptas	% crto. real	Peso %	Miles	% crto.	Peso %	Mill. Ptas	% crto. real	Peso %	Miles	% crto.	Peso %
Primario	804.077	2,6	8,9	252,0	4,8	12,8	764.932	-3,9	8,2	242,7	-3,7	11,7
Industria	1.593.408	3,6	15,2	256,2	11,1	13,1	1.657.296	2,7	15,1	273,4	6,7	13,2
Construcción	946.095	10,7	8,8	201,9	9,2	10,3	1.096.787	13,7	9,6	246,4	22,1	11,9
Servicios	7.655.185	3,6	67,1	1.250,9	2,2	63,8	8.166.288	3,9	67,1	1.307,7	4,5	63,2
VAB precios básicos	10.998.765	4,1	100				11.685.303	3,9	100			
Impuestos netos sobre productos	1.020.401	5,7					1.160.251	8,4				
Total	12.019.166	4,2		1.961,0	4,3	100	12.845.554	4,3		2.070,2	5,6	100

Fuente: INE; IEA.1999

El dinamismo que ha registrado la economía andaluza en 1999 se ha puesto de manifiesto en un aumento del tejido empresarial. El número de empresas andaluzas de los sectores no agrarios ha crecido un 1,9% respecto a las contabilizadas en 1998, lo que supone un aumento ligeramente superior al alcanzado en el ámbito nacional.³⁹ Con este crecimiento, en 1999 había en Andalucía un total de 359.426 empresas de los sectores no agrarios, que representan el 14,3% del total nacional, es decir medio punto más que la aportación de Andalucía al PIB nacional, y que supone que es la segunda Comunidad Autónoma, después de Cataluña, con mayor número de empresas

2.3. El mercado financiero

El sistema financiero, en el contexto de la actividad económica general, tiene como función la canalización del ahorro hacia la inversión. Abarca, por lo tanto, el conjunto de acciones que se establecen entre aquellas unidades económicas (familias, empresas, sector público) que disponen de un exceso de fondos (ahorro) y desean prestarlos, y las que, careciendo de financiación suficiente, desean tomar dichos fondos a préstamo para producir (inversión).

El conocimiento de la actividad financiera y empresarial es relevante a la hora de definir el comportamiento del sector privado de una economía y, en consecuencia, para extraer conclusiones acerca de la situación económica general

2.3.1. Instituciones de crédito

En 1999, el sistema bancario andaluz se ha visto condicionado por dos factores; de un lado, el inicio de la tercera fase de la Unión Económica Monetaria (UEM) y el consiguiente y el consiguiente nacimiento de la moneda única europea, el euro; y de otro lado, la propia coyuntura económica que ha atravesado la economía andaluza.

En cuanto al segundo de los factores la buena marcha de la economía andaluza ha supuesto que la actividad de las entidades del sistema bancario haya crecido de manera significativa en 1999, especialmente en lo que se refiere a actividad crediticia, que aumenta por encima de la media del sector nacional.

40

Oficinas bancarias por provincias. Año 1998

	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	España
Bancos	2.011	145	257	215	196	114	152	414	518	17.450
Cajas de ahorros	2.562	169	330	305	354	176	290	365	573	17.582
Cooperativas de crédito	831	172	35	81	129	76	115	97	126	3.607
Instituto de crédito oficial	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total	5.404	486	622	601	679	366	557	876	1.217	38.640

Fuente: Anuario estadístico de Andalucía. 1999

Al finalizar el año 1999 existían en Andalucía un total de 5.533 oficinas correspondientes a la Banca privada, las Cajas de ahorros y la Cooperativas de crédito, 129 que en el año 1998. Esto supone un crecimiento del 24% respecto al año anterior, el triple del crecimiento experimentado en el ámbito nacional (0,9%), con lo que aumenta el peso relativo de las oficinas bancarias radicadas en Andalucía respecto al total nacional, hasta situarse en el 14,2%. Esta cifra, aunque ligeramente superior a la participación de la economía andaluza en el PIB nacional, continúa estando por debajo de lo que representa la población andaluza en la española (18,2%).

El mayor crecimiento relativo del número de oficinas en Andalucía respecto al de España, ha supuesto un acercamiento al ratio de habitantes por oficina existente en el conjunto nacional. En 1999 se encuentra abierta una oficina bancaria por 1.308 habitantes, mientras que en el conjunto de España este número se cifra en 1.022 habitantes. Así, en Andalucía el número de habitantes por oficina es superior en un 27,9% a la media nacional, cuando un año antes esta desviación se elevaba al 29,8%.

Depósitos y créditos bancarios del sector privado

	Total		Banca privada		Caja de ahorro		Cooperativas de crédito	
	Depósitos	Créditos	Depósitos	Créditos	Depósitos	Créditos	Depósitos	Créditos
Andalucía	7.478	8.759	2.474	4.001	4.000	3.855	1.005	903
Almería	607	902	126	266	195	277	287	359
Cádiz	873	1.104	339	585	513	484	21	36
Córdoba	895	922	219	376	597	500	79	45
Granada	912	982	231	359	504	482	178	141
Huelva	427	473	112	183	213	220	102	70
Jaén	724	614	194	228	418	312	112	75
Málaga	1.374	1.481	559	757	715	631	100	93
Sevilla	1.666	2.281	694	1.247	845	949	126	84
España	72.290	74.550	30.673	39.427	37.089	31.450	4.529	3.673

Fuente: Anuario estadístico de Andalucía. 1999

Ratios del sistema financiero. 1999

	Andalucía (1)	España (2)	Diferencia (1-2)	España=100
Habitantes por oficina	1.307,9	1.022,2	285,7	127,9
Depósitos privados/PIB p.m. (%)	58,2	77,7	-19,5	74,9
Depósitos privados por oficina (millones euros)	8,1	11,1	-3,0	72,9
Depósitos privados por habitantes (miles euros)	6,2	10,9	-4,7	57,0
Créditos al sector privados/PIB p.m. (%)	68,2	80,1	-11,9	85,1
Créditos al sector privado por oficina (mill.	9,5	11,5	-2,0	82,8

Euros)				
Créditos al sector por habitantes (miles euros)	7,3	11,2	-3,9	64,7
Depósitos/créditos (%)	82,5	94,9	-12,4	87,0

42

Fuente: Informe económico de Andalucía. 1999

Con relación al volumen de los depósitos mantenidos por el sector privado en el sistema financiero andaluz, se pone de manifiesto la menor propensión al ahorro de la economía andaluza respecto de la española, lógica si se tiene en cuenta el menor nivel de renta respecto a la media nacional. Tanto si se mide el volumen de depósitos en relación con el PIB, como al número de habitantes o por oficina bancaria, los ratios son significativamente más bajos en Andalucía

Con relación al PIB a precios de mercado, los depósitos suponen el 58,2 % en 1999, mientras que en el ámbito nacional se eleva hasta el 77,7%; por su parte, el volumen de depósitos por habitantes en Andalucía representa un 57% del registrado en el conjunto nacional; y los depósitos privados por oficina se sitúan en 1999 en el 72,9% de la media nacional.

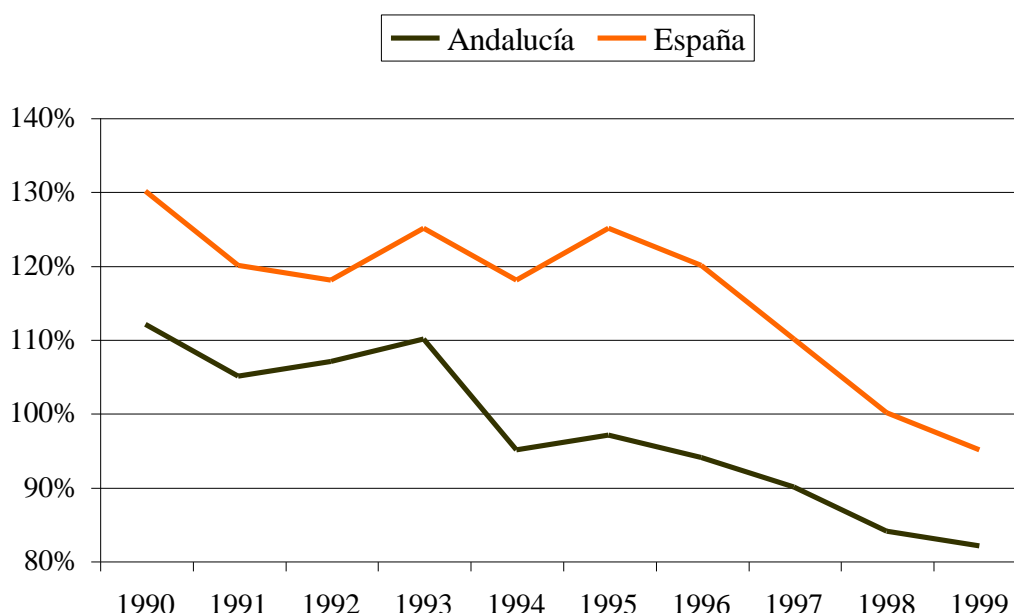
Todos estos ratios han evolucionado en 1999 más rápidamente que en el conjunto nacional, lo que confirma la tendencia de los últimos años de acercamiento a los niveles medios nacionales.

En el caso de los créditos al sector privado, los indicadores andaluces se encuentran por debajo de los nacionales. El volumen de este tipo de créditos supone el 68,2% del PIB andaluza a precios de mercado, mientras que en España es de 80,1%. El rendimiento financiero de la red bancaria andaluza, medido a través del volumen medio de créditos concedido al sector privado por oficina radicada en la región, ha supuesto un crecimiento del 17,2% con respecto al año anterior. Este aumento, al ser superior al observado en el conjunto nacional, permite un acercamiento de los rendimientos por oficina a los registrados, como media, en el total nacional, de modo que la cifra andaluza supone un 82,8% del mismo, 2,4 puntos por encima del

porcentaje del año anterior. Junto a ello, el importe de los créditos al sector privado por habitante en Andalucía se sitúa en el 64,7% respecto a la media nacional.

Al igual que sucediese en el caso de los depósitos, estos indicadores que relativizan el volumen de créditos del sistema financiero andaluz con magnitudes relevantes de la economía andaluza, muestran un acercamiento en su evolución hacia los niveles medios nacionales, destacando, igualmente, que la estructura de endeudamiento del sector privado andaluz se encuentra más cercana a la existente en España en comparación con lo que sucede con los depósitos.

Relación entre los depósitos y los créditos del sistema bancario. Andalucía-España

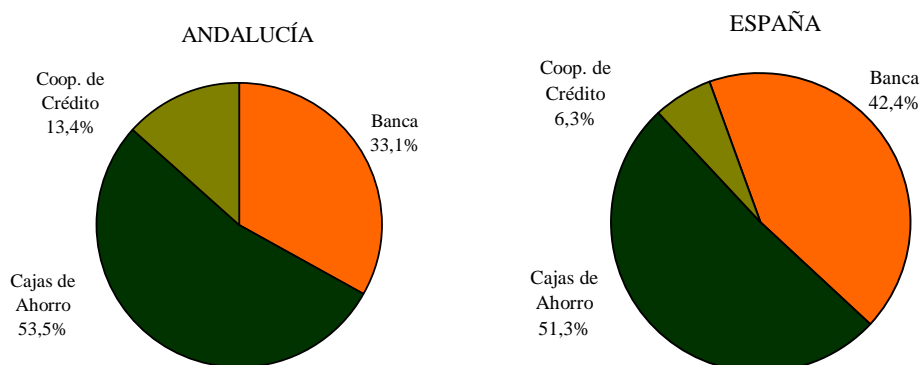


Fuente: Banco de España 1999

La relación entre depósitos y créditos en 1999, como medida aproximada de la tasa de ahorro financiero, refleja que la demanda crediticia andaluza sigue superando a los recursos líquidos existentes en términos de depósitos, es decir que Andalucía necesita captar ahorro de otras regiones para cubrir sus necesidades de financiación. Esta situación sólo se ha producido en la economía andaluza desde el año 1994, es decir, en el actual ciclo de crecimiento, refleja que en 1999 el cociente entre los depósitos y los créditos, ha vuelto a descender situándose en mínimo histórico del

82,5%, debido a un mayor dinamismo en la concesión de créditos frente a la constitución de depósitos. La caída de este ratio es más acentuada en el caso de España, donde pasa a situarse en el 94,9%, frente al 100,4% de un año antes, aunque continúa estando por encima de la cifra registrada en Andalucía.

***Cuota de mercado de las entidades financieras.
Depósitos del sector privado. Andalucía-España. 1999***



Fuente: Banco de España 1999

La evolución registrada por los depósitos privados en cada una de las entidades bancarias, refleja que son las Cajas de Ahorro las que más han aumentado dichos depósitos (19,7% interanual), seguidas de la Banca Privada, que consolida la recuperación que empezase a manifestar el año anterior, con un aumento del 11,7% y de las Cooperativas de Crédito (10,6%).

Las Cajas de Ahorro continúan ganando cuota en el mercado de depósitos, concentrando el 53,3% del total. Por su parte, la Banca Privada sigue perdiendo cuota, descendiendo hasta el 33,1%, es decir, más de veinte puntos por debajo de la cuota que mantienen las Cajas y muy por debajo del peso que la Banca Privada ostenta en el total nacional (42,4%). Las Cooperativas de Crédito También bajan su participación hasta el 13,4% del total.

2.4. La formación en Andalucía

La educación constituye, junto al entorno familiar, uno de los factores de socialización del individuo y su misión es contribuir a su desarrollo físico, intelectual y personal. Por ello, la situación del sistema educativo, de su oferta y sus recursos, es de interés para la gran mayoría de los ciudadanos en sus diversos roles de padres, alumnos, o profesores.

2.4.1. Estudio de la oferta/demanda académica

Las normas básicas que regulan el Sistema Educativo en Andalucía, al igual que en el resto de España son: 1º) la ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE) y 2º) la ley Orgánica de Reforma Universitaria (LRU).

Evolución del alumnado matriculado por niveles educativos en Andalucía

	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99
Educ. Infantil/Preescolar	191.924	192.311	194.024	195.907	196.637	196.916	198.060	204.751
Educ. Primaria/EGB	968.108	935.955	907.996	866.559	831.908	693.608	565.684	555.774
Educ. Especial	31.773	30.344	30.788	31.596	30.277	27.307	24.465	25.271
Educ. Adultos	77.869	86.797	93.525	97.895	100.301	111.603	86.912	81.903
BUP-COU	256.049	264.701	268.882	264.840	234.211	210.083	174.143	109.075
FP	164.071	157.703	151.993	142.784	130.610	111.055	92.953	60.325
LOGSE	28.083	45.025	62.367	91.779	127.702	296.761	442.070	510.934
Universidad	180.396	199.914	219.429	230.708	247.750	257.550	266.972	269.233

Fuente: Consejería de Educación y Ciencia 1999

Los niveles educativos que pertenecen a la Ley General de Enseñanza (1970) como es la educación primaria/EGB y el BUP-COU han ido desapareciendo a lo largo de la década para dar paso a la LOGSE

Alumnado matriculado según universidad y rama

Alumnado matriculado según universidad y rama. Curso 98/99									
	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	P. Olavide	Sevilla
Ciencias Experimentales	1.092	1.984	2.783	8.207	734	1.455	2.932	204	6.436
Ciencias de la Salud	425	2.136	2.871	7.163	386	312	2.588	-	6.419
Enseñanzas Técnicas	2.267	5.413	4.479	8.074	3.944	4.497	8.971	-	18.950
Ciencias Sociales y Jurídicas	9.888	11.452	9.321	30.365	7.597	9.076	20.553	3.264	30.778
Humanidades	848	2.257	1.960	7.064	860	984	4.738	143	13.365
Total	14.520	23.242	21.414	60.873	13.521	16.324	39.782	3.611	75.948

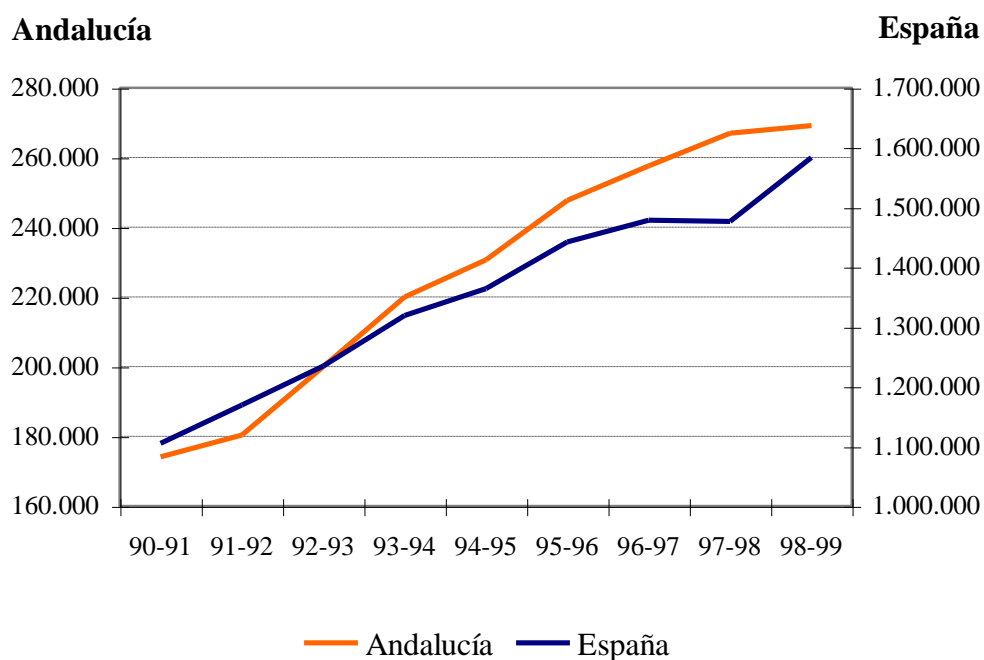
Fuente: Consejería de Educación y Ciencia 1999

De estas cifras se deduce que el 21% de los alumnos matriculados en enseñanza universitaria lo hacen en escuelas superiores o técnicas y sólo un 10% en ciencias experimentales.

Se da la curiosidad que facultades pertenecientes a esta área (Física, Matemáticas, Biología, Informática, Ciencias del Mar, Geología, Química y Ciencias y Tecnología de los Alimentos), cuentan con un número de alumnos matriculados equivalente al que

registra la facultad de Derecho, siendo por tanto el área de Ciencias Sociales y Jurídicas el mayor porcentaje de estudiantes con un 49% del total de Andalucía.

Evolución de alumnos matriculados en universidades públicas



Fuente: Consejería de Educación y Ciencia 1999

El número de alumnos matriculados en enseñanza universitaria en Andalucía ha aumentado desde principio de la década hasta ahora, en un 54,6%, mientras que en España la evolución ha sido menor 43,3%

Formación profesional.

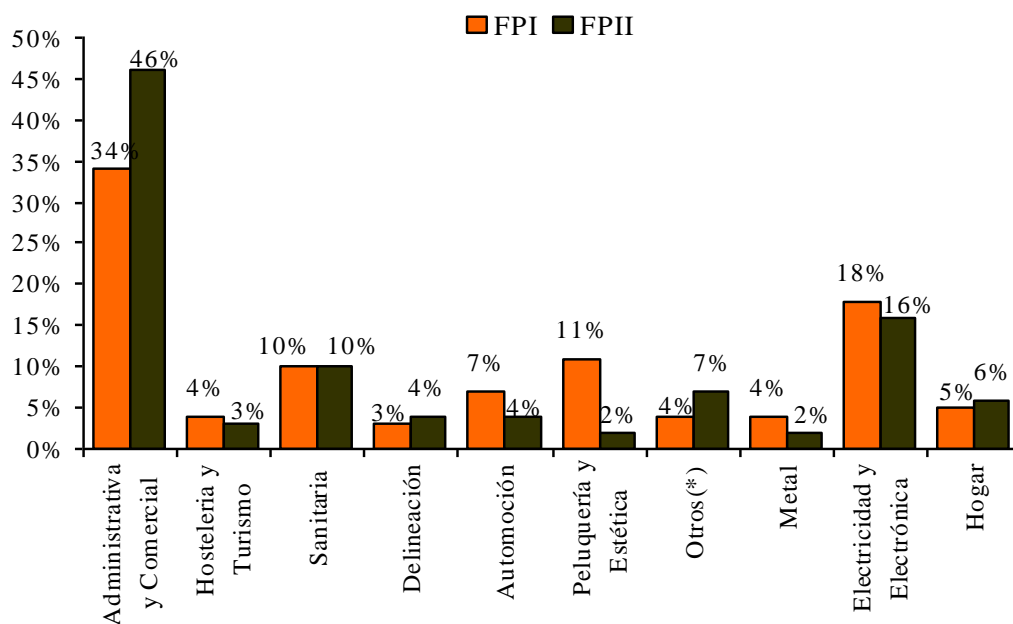
La mayoría de los países comunitarios tratan de crear un marco para la promoción de la inversión en formación profesional y de alentar el desarrollo de la formación permanente.

La implantación de la LOGSE está haciendo que en estos últimos años convivan tres modelos distintos: el antiguo sistema de FP, una reforma que no llegó a cuajar y el nuevo en fase experimental, específica o de ciclos formativos.

La LOGSE ha supuesto la renovación de los contenidos mediante un complejo proceso de creación del currículo de cada especialidad, una profundización en la especialización de las titulaciones y el establecimiento de un catálogo de títulos profesionales que puede ser adaptado en parte por las administraciones autónomas. En Andalucía, el catálogo de títulos profesionales está dividido en 24 ramas o familias, que configuran una oferta de 135 títulos profesionales

Del análisis comparado entre las titulaciones impartidas por la FP y la FP específica, en el curso 94/95, se deducen las siguientes diferencias. Mientras que la FP presenta un carácter escasamente industrial suponiendo sólo un 11,6% de los alumnos del primer grado y el 8,8 del segundo, en la FPE el 20% de los alumnos del nivel II en módulos de significado industrial indica un mayor contenido técnico del nuevo sistema, aunque en el nivel III sólo el 7% del alumnado se inscribe en módulos de significado industrial.

En el curso 96/97 el número de alumnos en las ramas industriales subieron, suponiendo el 28% y el 39% del total, lo que significa un incremento considerable sobre la anterior situación.

Distribución de alumnos de FPI y FPII en Andalucía**Curso 97/98**

Fuente: Consejería de Educación y Ciencia 1999

(*) Agrarias, Artes gráficas, Imagen y sonido, Madera, Marítimo-Pesquera, Química

2.4.2. Inserción laboral de la formación gestionada por el INEM**Según Nivel Académico en España en Cursos Inem**

	Formados	Contratados	Inserción (%)
T. Superior	13.095	8.399	64,14%
T. Media	11.878	8.031	67,61%
BUP/COU	29.545	19.274	65,24%
FPII	12.986	9.526	73,36%
EGB	36.090	25.266	70,01%
FPI	5.366	3.705	69,05%
Certificado escolar	9.342	6.374	68,23%
Estudios primarios	463	305	65,87%
Sin estudios	222	112	50,45%

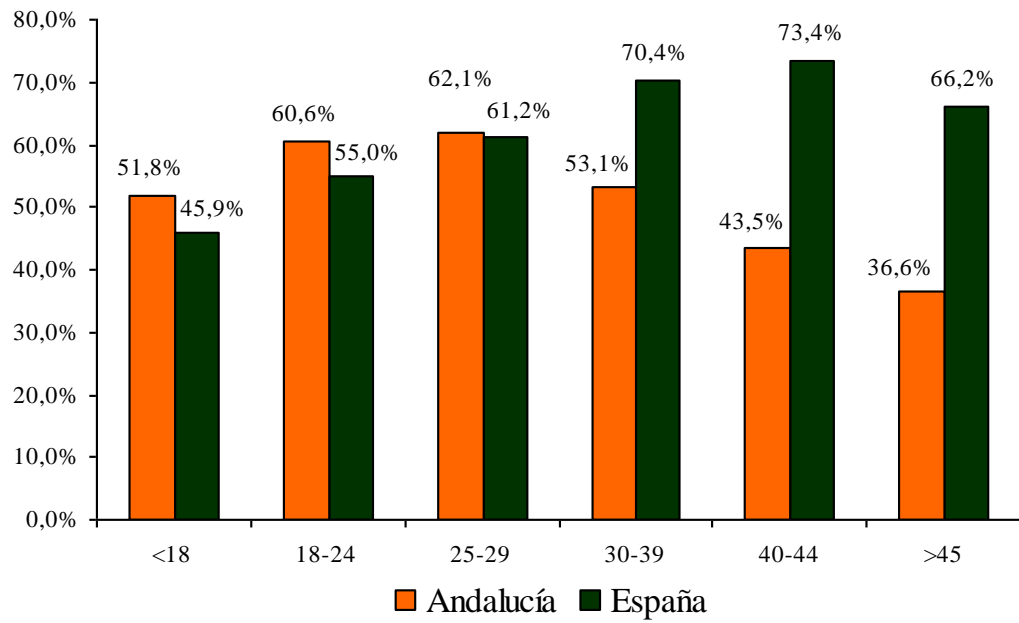
Fuente: INEM

Inserción Laboral por Familias Laborales en Andalucía

	Formados	Contratados	Inserción (%)
Agraria	1.570	960	61,15%
Administración y oficinas	5.201	2.781	53,47%
Artesanía	475	184	38,74%
Automoción	536	343	63,99%
Comercio	1.135	635	55,95%
Docencia e investigación	233	161	69,10%
Servicios a las empresas	4.029	2.332	57,88%
Edificación y obras públicas	1.127	770	68,32%
Fabricación de equipos electromecánicos	171	122	71,35%
Industrias agroalimentarias	258	147	56,98%
Industrias gráficas	105	30	28,57%
Información y manifestaciones artísticas	254	121	47,64%
Industria pesada y construcciones metálicas	409	302	73,84%
Industrias químicas	110	60	54,55%
Industrias textiles, de la piel y cuero	419	177	42,24%
Industrias de la madera y el corcho	502	255	50,80%
Montaje e instalación	676	441	65,24%
Mantenimiento y reparación	375	280	74,67%
Pesca y acuicultura	40	27	67,50%
Prod., transformación y distr, energía y agua	75	47	62,67%
Sanidad	1.009	582	57,68%
Seguros y finanzas	26	11	42,31%
Servicios a la comunidad y personales	1.997	1.098	54,98%
Transportes y comunicaciones	336	231	68,75%
Turismo y hostelería	2.454	1.509	61,49%

Fuente: INEM 1999

Inserción Laboral Por Grupo de Edad en Cursos INEM



Fuente: INEM 1999

3. EL MERCADO LABORAL EN ANDALUCÍA

3.1. Empleo y Paro

Las principales fuentes para la obtención de datos estadísticos sobre las variables más importantes del mercado de trabajo son la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística y las Estadísticas de Paro Registrado y de Empleo del Instituto Nacional de Empleo (INEM). Tradicionalmente, se ha producido un debate en España acerca del grado de precisión de ambas fuentes, alimentado por las diferencias en sus resultados. La disparidad entre las cifras de la EPA y los datos del INEM se debe a una metodología muy distinta a la hora de catalogar la situación laboral de los encuestados. Así, un ama de casa o un estudiante pueden ser considerados como parados por la EPA y, sin embargo, no por el INEM. Por ello, la mayoría de los expertos coinciden en que la EPA subestima la población activa y la ocupada y sobrestima a los parados. Esto ayuda a comprender la gran disparidad existente entre ambas fuentes que, por ejemplo, dan como cifras de paro para Andalucía en Octubre de 2000, 715.800 personas en el caso de la EPA y 356.812 en el del INEM. En todo caso, Andalucía es, con diferencia, la región española con una mayor tasa de paro, seguida por Extremadura a una distancia de 2 puntos.

En todo caso, cabe preguntarse si la tasa de paro superior al 26% es real o está sobredimensionada a partir del rigor con que la EPA realiza el cómputo de parados. No es admisible afirmar que la cuarta parte de la población andaluza esté desempleada, ya que ello supondría la existencia de auténticas revueltas sociales. Aunque esta cifra no se deba sólo a motivos metodológicos (también existen causas estructurales, como la gigantesca economía sumergida existente), sí es necesario llamar la atención sobre la necesidad de armonizar las estadísticas de empleo y paro disponibles.

Junto a éstas, y para otro tipo de cuestiones no contempladas en las anteriores, también puede encontrarse información en la Encuesta de Coyuntura Laboral del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (MTAS), la Encuesta de Salarios en la Industria y los Servicios del INE, la Estadística de Contratos Registrados del INEM y el Cuaderno de Estadísticas Socio-Laborales de la Consejería de Empleo y Tecnología de la Junta de Andalucía.

3.1.1. Datos Generales

A la hora de analizar la situación del empleo en Andalucía, en primer lugar debemos considerar la relación entre Población Activa y Población Ocupada. Así, comprobamos que en el año 1999 existía en Andalucía una población activa de 2.829.670 personas, de las cuales estaban ocupadas 2.070.210, o sea el 73,16%. Este porcentaje es 11 puntos inferior a la media nacional, que se sitúa en el 84,14%. En cuanto a la tasa de paro, es del 26,84% (759.460 personas) frente al 15,86% nacional.

Desglosando estas cifras por provincia, veremos que la que presenta una mayor tasa de ocupación es Almería (85,76%, incluso por encima de la media nacional) frente a Cádiz, con sólo un 67,55%. Y en cuanto a la tasa de paro se repite la situación (un 14,24% en Almería frente a un 32,45% en Cádiz).

Población de 16 y más años según su relación con la actividad .Año 1999.
(Miles de personas) (*)

	Andalucía	España
Activos	2.829,67	16.422,93
Ocupados	2.070,21	13.817,44
Parados		
Buscan primer empleo	174,06	618,18
Han trabajado	585,40	1.987,31
Total	759,46	2.605,49
<i>Tasa de Ocupación</i>	<i>73,16%</i>	<i>84,14%</i>
<i>Tasa de Paro</i>	<i>26,84%</i>	<i>15,86%</i>
Inactivos		
Estudiante	584,60	3.018,78
Jubilado o pensionista	1.030,35	6.557,57
Labores del hogar	1.001,47	5.316,25
Incapacidad permanente	179,42	778,34
Otra situación	109,57	483,80
Total	2.905,41	16.154,74
Población contada aparte	23,72	118,27
Población de 16 y más años	5.758,80	32.695,93

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año

Población de 16 y más años según su relación con la actividad laboral por provincias. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	España
Activos	2.829,67	194,78	444,97	300,43	300,90	173,97	242,77	490,86	680,99	16.422,93
Ocupados	2.070,21	167,04	300,58	208,46	220,94	128,11	188,04	369,58	487,45	13.817,44
Parados										
Buscan primer empleo	174,06	5,72	40,99	18,60	18,10	12,59	8,62	27,40	42,03	618,18
Han trabajado	585,40	22,01	103,40	73,37	61,86	33,27	46,11	93,88	151,52	1.987,31
Total	759,46	27,73	144,39	91,97	79,96	45,86	54,73	121,28	193,55	2.605,49
Tasa de Ocupación	73,16%	85,76%	67,55%	69,39%	73,43%	73,64%	77,46%	75,29%	71,58%	84,14%
Tasa de Paro	26,84%	14,24%	32,45%	30,61%	26,57%	26,36%	22,54%	24,71%	28,42%	15,86%
Inactivos										
Estudiante	584,60	33,60	104,11	58,99	69,49	34,51	45,44	102,54	135,91	3.018,78
Jubilado o pensionista	1.030,35	71,13	133,16	126,02	119,26	64,24	107,20	192,57	216,77	6.557,57
Labores del hogar	1.001,47	55,87	160,64	101,02	126,20	73,74	106,59	154,91	222,49	5.316,25
Incapacidad permanente	179,42	15,22	24,77	15,48	16,17	7,97	4,64	21,42	73,75	778,34
Otra situación	109,57	8,83	12,46	11,53	22,40	5,90	9,15	17,10	22,21	483,80
Total	2.905,41	184,65	435,14	313,04	353,52	186,36	273,02	488,54	671,13	16.154,74
Población contada aparte	23,72	1,30	3,83	2,59	4,19	1,13	2,19	2,96	5,55	118,27
Población de 16 y más años	5.758,80	380,73	883,93	616,06	658,61	361,45	517,97	982,37	1.357,68	32.695,93

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Si analizamos estos mismos datos, a partir de los ofrecidos por el INEM, vemos, tal y como indicamos en la introducción a este apartado, como el número de parados desciende a casi la mitad (366.400 personas), repitiéndose el caso para cada una de las provincias.

Paro registrado por provincias. Años 1981-1999. (Miles de personas). (Media anual)

Andalucía	366,4
Almería	13,5
Cádiz	74,0
Córdoba	40,8
Granada	33,2
Huelva	18,1
Jaén	21,8
Málaga	64,7
Sevilla	100,2
<i>España</i>	<i>1.651,6</i>

Fuente: INEM. Estadística de Empleo.

En cuanto a la evolución por grupos de edad, comprobamos que la población activa andaluza es más joven que la media nacional (4,77% frente a 3,49% entre 16 y 19 años y 13,77% frente a 11,97% entre 20 y 24). Por lo que se refiere a la distribución por provincias es Sevilla la que presenta una población activa más joven.

Población activa según grupos de edad por provincias. Año 1999. (Miles de personas y porcentaje) (*) (1)

	España	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
16-19	573,11 3,49%	135,06 4,77%	11,34 5,82%	18,48 4,15%	15,72 5,23%	14,60 4,85%	8,01 4,60%	10,77 4,44%	20,76 4,23%	35,40 5,20%
20-24	1.965,45 11,97%	389,71 13,77%	22,06 11,33%	65,30 14,68%	39,10 13,01%	39,23 13,04%	26,66 15,32%	31,08 12,80%	65,36 13,32%	100,94 14,82%
25-54	12.166,29 74,08%	2.054,23 72,60%	145,48 74,69%	325,62 73,18%	213,43 71,04%	219,91 73,08%	126,28 72,59%	178,19 73,40%	361,76 73,70%	483,56 71,01%
55 y más	1.718,10 10,46%	250,66 8,86%	15,91 8,17%	35,57 7,99%	32,18 10,71%	27,17 9,03%	13,02 7,48%	22,73 9,36%	42,99 8,76%	61,09 8,97%
Total	16.422,95	2.829,66	194,79	444,97	300,43	300,91	173,97	242,77	490,87	680,99

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa y Elaboración propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

(1) Datos avance

Otro dato interesante es comparar la población activa con los estudios terminados. En este caso, vemos como prácticamente el 50% posee estudios secundarios, poseyendo sólo el 15% estudios postsecundarios (principalmente, universitarios). Sin embargo, si comparamos estos porcentajes con la evolución por grupos de edad, comprobamos que en el tramo de 20 a 29 años, el porcentaje de población activa con estudios postsecundarios asciende hasta el 20,21% y el de analfabetos desciende hasta el 3,72%, mientras que en el tramo de más de 55 años, hay un 38,25% de analfabetos o sin estudios, frente a un 11,91% de postsecundarios. Ello supone que la tendencia es a una mayor cualificación de la mano de obra en la Comunidad Andaluza, lo que, indudablemente, va a reforzar su competitividad.

Población activa según estudios terminados y grupos edad en Andalucía.**Año 1999. (Miles de personas y porcentaje) (*)**

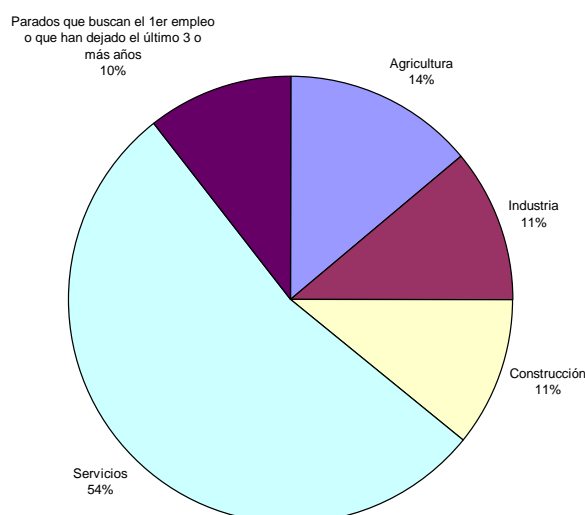
	16-19		20-24		25-29		30-54		55 y más		Total	
Analfabetos y sin estudios	4,72	3,49%	10,22	2,62%	15,90	3,72%	208,76	12,83%	95,87	38,25%	335,70	11,86%
Estudios primarios	27,77	20,56%	50,34	12,92%	53,63	12,55%	442,63	27,21%	85,57	34,14%	660,67	23,35%
Estudios secundarios o medios	102,33	75,77%	298,77	76,66%	271,42	63,52%	698,35	42,92%	39,37	15,71%	1.412,83	49,93%
Estudios postsecundarios o superiores	0,24	0,18%	30,38	7,80%	86,35	20,21%	277,19	17,04%	29,85	11,90%	424,46	15,00%
Total	135,06	100%	389,71	100%	427,30	100%	1.626,93	100%	250,66	100%	2.829,67	100%

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa y Elaboración propia.

Por último, es interesante desglosar estos datos también por sectores de actividad y por provincia. Ello nos permite comprobar que el Sector Servicios es el que ocupa a una mayor parte de la población activa andaluza (un 53,89%) aunque en un porcentaje inferior a la media nacional (57,38%). También es destacable el bajo porcentaje dedicado al sector industrial en comparación con la media nacional (11,07% y 18,33% respectivamente). En cuanto a la distribución provincial, destacan el alto peso del sector agrícola en 5 de las 8 provincias (Almería, Cádiz, Córdoba, Huelva y Jaén, donde alcanza el 26,49%) y la importancia del sector servicios en Málaga (más del 60%).

Población activa según sectores económicos. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Andalucía		España	
Agricultura	392,66	13,88%	1.222,45	7,44%
Industria	313,12	11,07%	3.010,41	18,33%
Construcción	307,97	10,88%	1.652,91	10,06%
Servicios	1.524,97	53,89%	9.422,92	57,38%
Parados que buscan el 1 ^{er} empleo o que han dejado el último 3 o más años (1)	297,30	10,28%	1.114,24	6,79%
Total	2.829,67	100%	16.422,93	100%



Fuente: INE. Encuesta de Población Activa.

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

(1) Tanto la población parada que busca su primer empleo como aquella que habiendo trabajado con anterioridad deja su último empleo hace tres o más años, no son susceptibles de ser clasificados por sectores económicos, ni en las tablas de actividad ni en las de paro.

Población activa según sectores económicos por provincias. Año 1999. (Miles de personas y porcentaje) (*)

	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada		Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla	
Agricultura	36,72	18,85%	42,52	9,56%	58,30	19,41%	49,02	16,29%	36,01	20,70%	64,31	26,49%	32,78	6,68%	71,82	10,55%
Industria	11,45	5,88%	50,89	11,44%	41,09	13,68%	26,70	8,87%	24,58	14,13%	34,02	14,01%	43,30	8,82%	80,32	11,79%
Construcción	23,24	11,93%	51,96	11,68%	32,26	10,74%	33,06	10,99%	19,08	10,97%	22,08	9,09%	63,94	13,03%	61,57	9,04%
Servicios	113,43	58,23%	234,83	52,77%	136,47	45,42%	160,28	53,27%	77,28	44,42%	108,96	44,88%	301,51	61,42%	388,61	57,06%
Parados que buscan el 1 ^{er} empleo o que han dejado el último 3 o más años (1)	9,94	5,11%	64,77	14,55%	32,31	10,75%	31,84	10,58%	17,02	9,78%	13,41	5,53%	49,33	10,05%	78,68	11,56%
Total	194,78	100%	444,97	100%	300,43	100%	300,90	100%	173,97	100%	242,78	100%	490,86	100%	681,00	100%

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa.

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

(1) Tanto la población parada que busca su primer empleo como aquella que habiendo trabajado con anterioridad deja su último empleo hace tres o más años, no son susceptibles de ser clasificados por sectores económicos, ni en las tablas de actividad ni en las de paro.

3.1.2. Empleo

Una vez analizados los rasgos generales de la población activa en la comunidad andaluza, es preciso pasar a detallar los rasgos generales de la población ocupada (personas de 16 o más años que tienen un trabajo por cuenta ajena o ejercido una actividad por cuenta propia). Ya vimos en el apartado anterior que la tasa de ocupación es del 73,16%. Sin embargo, si desglosamos esta cifra por nivel de estudios, comprobaremos como el 48,75% proviene de personas con estudios secundarios o medios, el 23,7% de personas con estudios primarios, el 16,96% con estudios postsecundarios y el 10,92% de analfabetos o personas sin estudios. Sin embargo, si comparamos estos porcentajes con los de población activa, veremos como la tasa de ocupación es mayor entre las personas con estudios postsecundarios (82,71%) y menor entre las personas sin estudios (67,35%), existiendo, por tanto, una clara correlación entre nivel de estudios y tasa de ocupación.

En cuanto a la distribución por edades, es especialmente significativo que para la población mayor de 55 años el mayor peso recaiga en personas sin estudios o con estudios primarios, mientras que entre 25 y 54 cambie radicalmente, y la mayor parte de la población ocupada provenga de personas con estudios secundarios o postsecundarios. Por lo que se refiere a su relación con la población activa, vemos que la tasa de ocupación es creciente (desde el 49,93% entre 16 y 19 años al 80,61% para más de 55 años).

Población ocupada según estudios terminados y grupos de edad en Andalucía. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	16-19		20-24		25-29		30-54		55 y más		Total	
Analfabetos y sin estudios	2,75	4,08%	5,67	2,42%	9,53	3,31%	140,40	10,98%	67,74	33,52%	226,09	10,92%
Estudios primarios	13,76	20,41%	30,93	13,19%	35,35	12,29%	331,71	25,94%	72,00	35,63%	483,75	23,37%
Estudios secundarios o medios	50,68	75,16%	184,15	78,55%	187,10	65,03%	554,02	43,33%	33,37	16,51%	1.009,32	48,75%
Estudios postsecundarios o superiores	0,24	0,36%	13,68	5,84%	55,72	19,37%	252,46	19,75%	28,96	14,33%	351,06	16,96%
Total	67,43		234,43		287,70		1.278,59		202,06		2.070,21	

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa y Elaboración Propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Relación entre Población activa y Población ocupada**Población activa ocupada según estudios terminados. Año 1999. (Miles de personas) (*)**

	Población ocupada	Población activa	
Analfabetos y sin estudios	226,09	335,7	67,35%
Estudios primarios	483,75	660,67	73,22%
Estudios secundarios o medios	1.009,32	1412,83	71,44%
Estudios postsecundarios o superiores	351,06	424,46	82,71%
Total	2.070,21	2.833,66	73,06%

Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos del IAE

Población activa ocupada según grupos de edad. Año 1999. (Miles de personas)

	Población ocupada	Población activa	
16-19	67,43	135,06	49,93%
20-24	234,43	389,71	60,15%
25-29	287,70	427,3	67,33%
30-54	1.278,59	1626,93	78,59%
55 y más	202,06	250,66	80,61%
Total	2.070,21	2.829,66	73,16%

Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos del IAE

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año

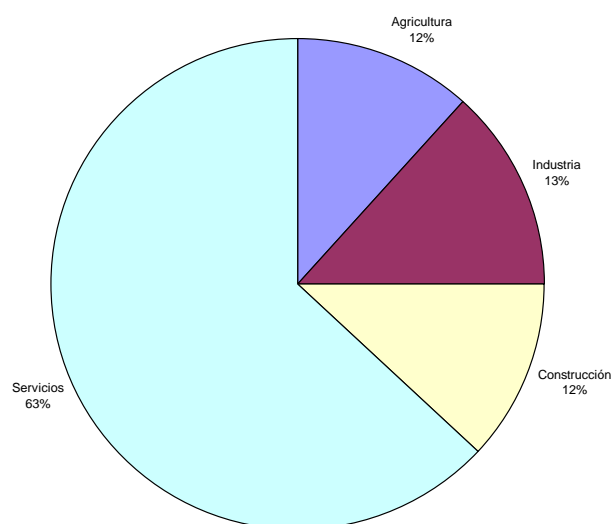
Otro análisis a realizar es el de la distribución de la población ocupada por provincia y por sector económico. Por provincia ya vimos como era Almería la que gozaba de una mayor tasa de ocupación. Y en lo que se refiere a sectores económicos, el 63,17% de la población ocupada procede del sector servicios. Esta cifra está cercana a la media nacional (61,91%). Donde se producen mayores diferencias es en el sector Industrial, que en Andalucía sólo ocupa al 13,21% de la población (frente a la media nacional del

20,15%), mientras que en el sector agrícola, el peso dentro de la tasa de ocupación en Andalucía es del 11,72% (por un 7,34% a nivel nacional).

En comparación con la población activa, la mayor tasa de ocupación se produce en la Industria (un 87,31%), que contrasta con la baja tasa de ocupación en el sector agrícola (61,81%).

Población ocupada según sectores económicos. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Andalucía		España	
Agricultura	242,70	11,72%	1.014,82	7,34%
Industria	273,38	13,21%	2.784,00	20,15%
Construcción	246,44	11,90%	1.463,67	10,59%
Servicios	1.307,69	63,17%	8.554,96	61,91%
Total	2.070,21		13.817,45	



Fuente: INE. Encuesta de población activa y Elaboración Propia

() Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.*

Población ocupada según sectores económicos y provincias. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada		Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla	
Agricultura	33,01	19,76%	25,70	8,55%	31,31	15,02%	31,39	14,21%	22,81	17,80%	39,58	21,05%	16,74	4,53%	42,17	8,65%
Industria	10,28	6,15%	43,07	14,33%	36,57	17,54%	22,46	10,17%	22,58	17,62%	30,59	16,27%	37,58	10,17%	70,27	14,42%
Construcción	21,16	12,67%	39,11	13,01%	22,81	10,94%	28,73	13,00%	15,60	12,18%	20,31	10,80%	50,66	13,71%	48,05	9,86%
Servicios	102,60	61,42%	192,70	64,11%	117,78	56,50%	138,37	62,63%	67,13	52,40%	97,55	51,88%	264,59	71,59%	326,97	67,08%
Total	167,05		300,58		208,47		220,95		128,12		188,03		369,57		487,46	

Fuente: INE. Encuesta de población activa y Elaboración Propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Población activa ocupada según sectores de actividad. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Población ocupada	Población activa	
Agricultura	242,70	392,66	61,81%
Industria	273,38	313,12	87,31%
Construcción	246,44	307,97	80,02%
Servicios	1.307,69	1524,97	85,75%
Total	2.070,21	2.538,72	81,55%

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos del IAE

() Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.*

Otra dato interesante a analizar es la distribución de la población ocupada por situación profesional y sexo. Así, vemos que la mayor parte de la población ocupada lo está en trabajos asalariados (el 77,8 %), mientras que el 18,77% es empresario o miembro de cooperativa. Esta distribución de la población ocupada varía muy poco de la distribución a nivel nacional.

En cuanto a la distribución por sexo, llaman la atención dos datos. Por un lado, en Andalucía es mayor la diferencia entre hombres y mujeres (67,36% y 32,64%) que a nivel nacional (63,62% y 36,38%). Además, es de notar la diferencia de porcentaje en lo que se refiere a empresarios, ya que mientras los hombre aportan por este concepto más del 20% de la población ocupada de su sexo, las mujeres sólo representan el 13%.

Si el análisis lo realizamos según el régimen de afiliación a la Seguridad Social, comprobamos como el 81% corresponde a trabajadores en el Régimen General o en el Agrario por cuenta ajena y sólo un 15,35% son trabajadores autónomos (frente al 17,84% nacional). Es significativo como el porcentaje de trabajadores en el Régimen

Agrario por cuenta ajena es del 23,42%, mientras que a nivel nacional es del 5,88% (aportando Andalucía más del 62% de esta cantidad).

Población ocupada según situación profesional y sexo. Año 1999. (Miles de personas y porcentaje) (*)

	Empresario o miembro de cooperativa		Ayuda familiar		Asalariados		Otros		Total	
Andalucía										
Hombre	298,90	21,43%	26,97	1,93%	1.065,84	76,43%	2,82	0,20%	1.394,52	67,36%
Mujer	89,77	13,29%	40,06	5,93%	544,80	80,63%	1,05	0,16%	675,69	32,64%
Total	388,67	18,77%	67,03	3,24%	1.610,64	77,80%	3,87	0,19%	2.070,21	
España										
Hombre	1.926,91	21,92%	127,16	1,45%	6.725,15	76,50%	11,66	0,13%	8.790,88	63,62%
Mujer	701,76	13,96%	206,35	4,11%	4.111,44	81,79%	7,00	0,14%	5.026,55	36,38%
Total	2.628,67	19,02%	333,51	2,41%	10.836,59	78,43%	18,66	0,14%	13.817,43	

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa y Elaboración propia.

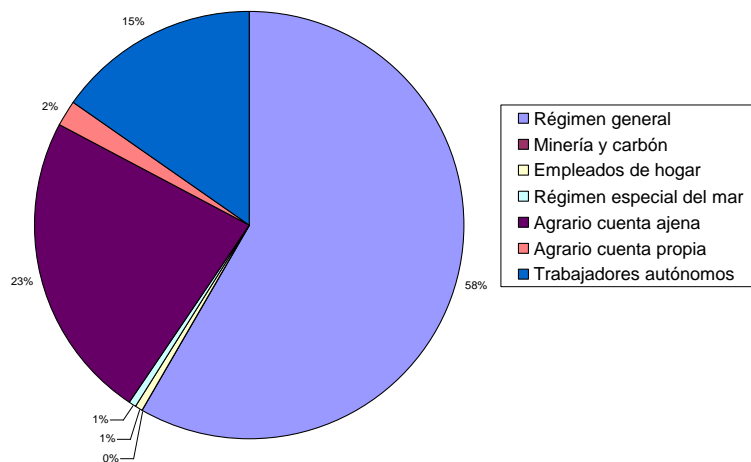
(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Trabajadores afiliados a la Seguridad Social en alta laboral según régimen por provincias. Año 1998. (Media anual en miles)

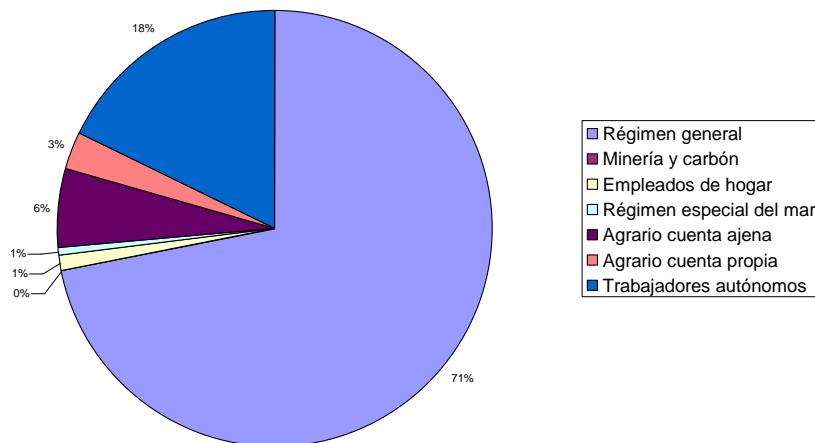
	Andalucía		España	
Régimen general	1.242,7	58,20%	9.762,8	71,83%
Minería y carbón	0,7	0,03%	21,3	0,16%
Empleados de hogar	14,0	0,66%	142,2	1,05%
Régimen especial del mar	12,8	0,60%	79,7	0,59%
Agrario cuenta ajena	500,0	23,42%	799,5	5,88%
Agrario cuenta propia	37,3	1,75%	360,5	2,65%
Trabajadores autónomos	327,8	15,35%	2.425,0	17,84%
Total	2.135,3		13.591,0	

Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Anuario de Estadísticas Laborales y de Asuntos Sociales

Andalucía



España



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Anuario de Estadísticas Laborales y de Asuntos Sociales

Trabajadores afiliados a la Seguridad Social en alta laboral según régimen por provincias. Año 1998. (Media anual en miles)

	Andalucía		Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Régimen general	1.242,7	58,20%	92,9	184,8	115,1	121,5	75,5	91,8	241,9	319,1
Minería y carbón	0,7	0,03%	-	-	0,7	-	-	-	-	-
Empleados de hogar	14,0	0,66%	0,7	1,4	1,3	1,6	0,4	0,7	3,4	4,4
Régimen especial del mar	12,8	0,60%	1,7	5,4	-	0,3	3,7	-	1,5	0,2
Agrario cuenta ajena	500,0	23,42%	33,6	43,2	76,0	70,4	43,6	62,7	48,8	121,7
Agrario cuenta propia	37,3	1,75%	15,8	3,5	4,1	3,8	2,3	2,1	1,9	3,7
Trabajadores autónomos	327,8	15,35%	26,8	40,4	38,5	39,4	18,2	30,9	61,8	71,8
Total	2.135,3		171,6	278,8	235,7	237,1	143,8	188,2	359,3	521,0

Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Anuario de Estadísticas Laborales y de Asuntos Sociales

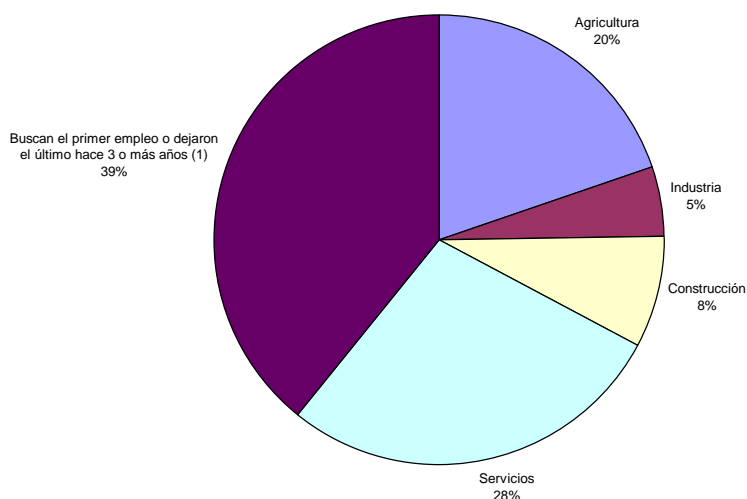
3.1.3. Paro

El último punto que vamos a tratar dentro de este análisis del mercado de trabajo en la comunidad andaluza son las características que ofrece la población en situación de paro.

Así, el primer punto a analizar es el correspondiente a los datos por sectores económicos y provincias. En cuanto a los sectores económicos, el mayor número de parados está en el sector servicios (en valores absolutos). Sin embargo, si comparamos con la población activa, veremos que las mayores tasas de paro se dan en el sector agrícola (un 37,89%), frente al 12,44% en Industria y el 14,01% en Servicios. Por tanto, la economía andaluza debe continuar su progresiva industrialización y giro hacia el sector servicios, disminuyendo el peso de la agricultura en el global de la economía, de cara a la disminución de esta tasa del 26,84% de desempleo.

Población parada según sectores económicos y provincias. Año 1999.
(Miles de personas) (*)

	Andalucía		España	
Agricultura	148,77	20%	207,63	7,97%
Industria	38,96	5%	226,42	8,69%
Construcción	60,76	8%	189,24	7,26%
Servicios	213,68	28%	867,96	33,31%
Buscan el primer empleo o dejaron el último hace 3 o más años (1)	297,29	39%	1.114,24	42,77%
Total	759,46		2.605,49	



Fuente: INE. Encuesta de población activa y Elaboración Propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Población parada según sectores económicos y provincias. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada		Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla		
Agricultura	19,59%	3,71	13,38%	16,82	11,65%	26,99	29,35%	17,63	22,05%	13,20	28,78%	24,73	45,19%	16,04	13,23%	29,65	15,32%
Industria	5,13%	1,18	4,26%	7,82	5,42%	4,53	4,93%	4,23	5,29%	2,01	4,38%	3,42	6,25%	5,72	4,72%	10,05	5,19%
Construcción	8,00%	2,08	7,50%	12,85	8,90%	9,45	10,28%	4,34	5,43%	3,48	7,59%	1,76	3,22%	13,28	10,95%	13,52	6,99%
Servicios	28,14%	10,82	39,02%	42,13	29,18%	18,69	20,32%	21,91	27,40%	10,16	22,15%	11,41	20,85%	36,91	30,43%	61,64	31,85%
Buscan el primer empleo o dejaron el último hace 3 o más años (1)	39,14%	9,94	35,85%	64,77	44,86%	32,31	35,13%	31,84	39,82%	17,02	37,10%	13,40	24,49%	49,33	40,67%	78,68	40,65%
Total		27,73		144,39		91,97		79,95		45,87		54,72		121,28		193,54	

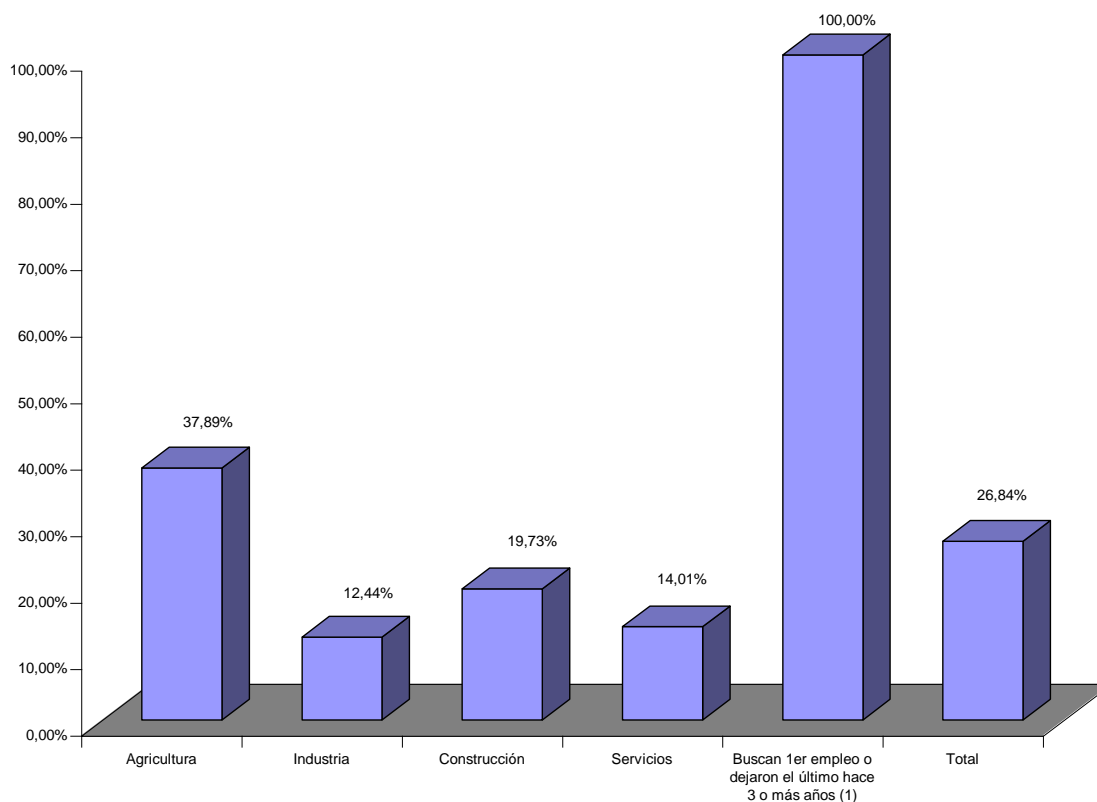
Fuente: INE. Encuesta de población activa y Elaboración Propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

(1) Tanto la población parada que busca su primer empleo como aquella que habiendo trabajado con anterioridad deja su último empleo hace tres o más años, no son susceptibles de ser clasificados por sectores económicos, ni en las tablas de actividad ni en las de paro.

Tasa de Paro por sector de actividad Año 1999. (Miles de personas)

	Población Parada	Población Activa	Tasa de Paro
Agricultura	148,77	392,66	37,89%
Industria	38,96	313,12	12,44%
Construcción	60,76	307,97	19,73%
Servicios	213,68	1524,97	14,01%
Buscan 1^{er} empleo o dejaron el último hace 3 o más años (1)	297,29	297,30	100,00%
Total	759,46	2829,67	26,84%

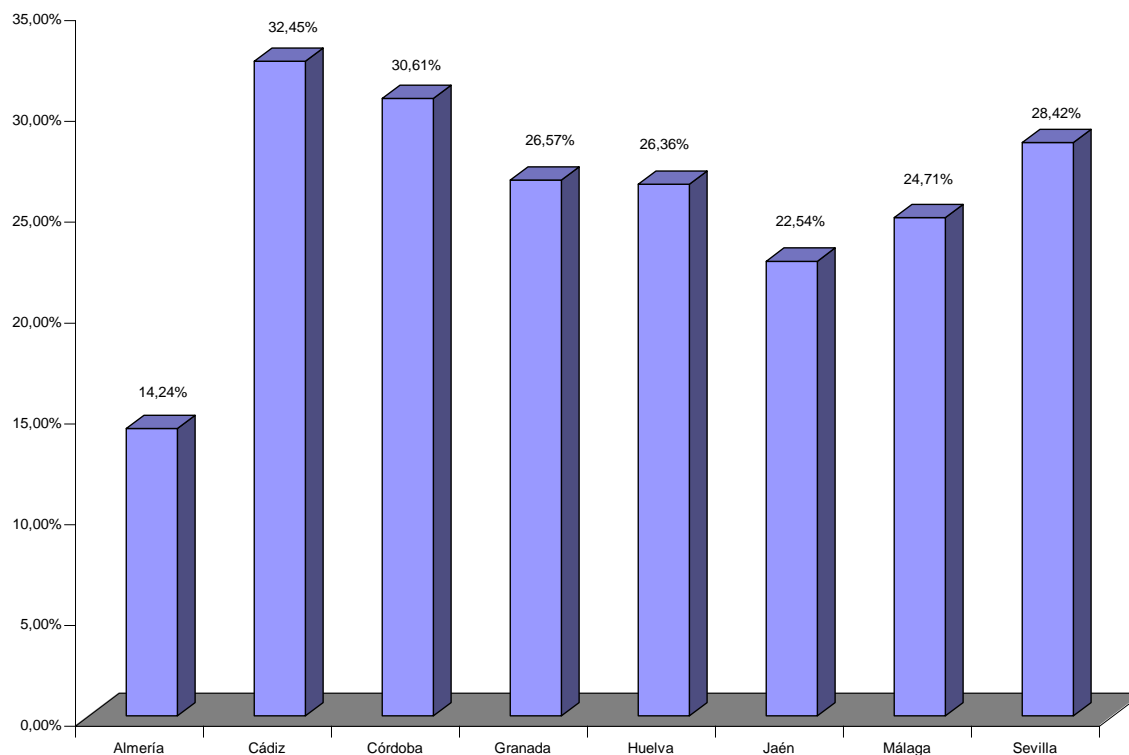


Fuente: Elaboración Propia a partir de datos del IAE

En cuanto a la distribución por provincias es Almería la que presenta una menor tasa de paro, mientras que las cifras más altas se dan en Cádiz, Córdoba y Sevilla (por este orden).

Tasa de Paro por Provincia. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Población Activa	Población Parada	Tasa de Paro
Almería	194,78	27,73	14,24%
Cádiz	444,97	144,39	32,45%
Córdoba	300,43	91,97	30,61%
Granada	300,9	79,96	26,57%
Huelva	173,97	45,86	26,36%
Jaén	242,77	54,73	22,54%
Málaga	490,86	121,28	24,71%
Sevilla	680,99	193,55	28,42%



Fuente: Elaboración Propia a partir de datos del IAE

Otro análisis a efectuar es la distribución por estudios terminados y por grupos de edad. De nuevo (y como es lógico, dado que es el principal segmento de población activa), la mayor parte de la población en paro proviene de personas con estudios secundarios, y con un rango de edad entre 30 y 54 años. Sin embargo, si comparamos estas cifras con la población activa, comprobaremos como la tasa de paro disminuye según aumenta la edad. También existe una clara correlación entre nivel de estudios y tasa de paro, ya que, a partir de los 30 años, los niveles de paro entre titulados superiores son claramente inferiores al resto (entre 30 y 54 años es de apenas el 8,93% frente a más de un 20% para el resto de niveles de estudio). Y recordemos que las personas con este nivel de titulación solamente constituyen el 15% de la población activa. Esta puede ser, por tanto, una de las causas que expliquen la alta tasa de paro de esta Comunidad Autónoma.

Población parada según estudios terminados y grupos de edad. Año 1999.**(Miles de personas) (*)**

	16-19		20-24		25-29		30-54		55 y más		Total	
Analfabetos y sin estudios	1,96	2,90%	4,55	2,93%	6,36	4,56%	68,35	19,62%	28,12	57,87%	109,34	14,40%
Estudios primarios	14,01	20,72%	19,42	12,51%	18,28	13,10%	110,92	31,84%	13,57	27,93%	176,20	23,20%
Estudios secundarios o medios	51,66	76,39%	114,63	73,82%	84,32	60,41%	144,33	41,43%	6,00	12,35%	400,94	52,79%
Estudios postsecundarios o superiores	-		16,69	10,75%	30,63	21,94%	24,74	7,10%	0,89	1,83%	72,95	9,61%
Total	67,63		155,29		139,59		348,34		48,59		759,46	

Fuente: INE. Encuesta de Población Activa y Elaboración Propia

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Relación entre Población Activa y Población parada según estudios terminados y grupos de edad. Año 1999. (Miles de personas) (*)

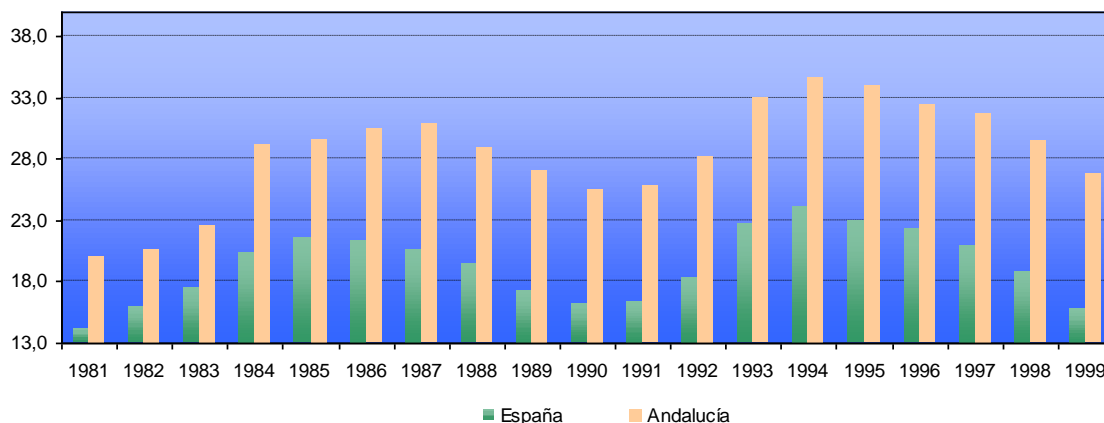
	16-19			20-24			25-29			30-54			55 y más			Total		
	Activa	Desempleada	Tasa de Paro	Activa	Desempleada	Tasa de Paro	Activa	Desempleada	Tasa de Paro	Activa	Desempleada	Tasa de Paro	Activa	Desempleada	Tasa de Paro	Activa	Desempleada	Tasa de Paro
Analfabetos y sin estudios	4,72	1,96	41,53%	10,22	4,55	44,52%	15,90	6,36	40,00%	208,76	68,35	32,74%	95,87	28,12	29,33%	335,70	109,34	32,57%
Estudios primarios	27,77	14,01	50,45%	50,34	19,42	38,58%	53,63	18,28	34,09%	442,63	110,92	25,06%	85,57	13,57	15,86%	660,67	176,20	26,67%
Estudios secundarios o medios	102,33	51,66	50,48%	298,77	114,63	38,37%	271,42	84,32	31,07%	698,35	144,33	20,67%	39,37	6,00	15,24%	1.412,83	400,94	28,38%
Estudios postsecundarios o superiores	0,24	-		30,38	16,69	54,94%	86,35	30,63	35,47%	277,19	24,74	8,93%	29,85	0,89	2,98%	424,46	72,95	17,19%
Total	135,06	67,63	50,07%	389,71	155,29	39,85%	427,30	139,59	32,67%	1626,93	348,34	21,41%	250,66	48,59	19,38%	2.829,67	759,46	26,84%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

(*) Media anual calculada a partir de los cuatro trimestres del año.

Por otro lado, si analizamos la evolución de la tasa de paro, vemos como ésta se está reduciendo desde el año 94, aunque aún no ha alcanzado los niveles de principios de los 80 por debajo del 20%. También comprobamos como la tasa siempre se mantiene muy por encima de la media nacional.

Evolución de la tasa de paro total en Andalucía y España. Años 1981-1999



Fuente: IAE, a partir de los datos del INEM

Finalmente, es interesante conocer el tiempo medio que lleva una persona en situación de desempleo. Para ello, es necesario remitirse a las estadísticas de empleo del INEM, y basarse en el paro registrado. Así, vemos que el 48,41% encuentra trabajo en un plazo inferior a 6 meses. No obstante, llama la atención el elevado porcentaje de personas que requieren de más de 2 años para encontrar un empleo (cerca del 23,41%). Sin embargo, de nuevo comprobamos cómo existen significativas diferencias entre provincias. Así, en Almería, el porcentaje de quienes encuentran trabajo en los seis primeros meses se eleva al 57,68%, mientras que el de desempleados a largo plazo desciende hasta el 16,25%. En el otro extremo se sitúan Málaga y Sevilla, donde el 26,65% y el 25,03% respectivamente tardan más de 2 años en encontrar empleo.

Paro registrado según tiempo de búsqueda de empleo. Año 1999.**(Miles de personas) (*)**

	Andalucía		España	
Menos de 6 meses	177,38	48,41%	800,34	48,46%
De 6 meses a 1 año	74,51	20,34%	342,69	20,75%
Entre 1 y 2 años	28,74	7,84%	133,90	8,11%
Más de 2 años	85,77	23,41%	374,69	22,69%
Total	366,40		1.651,62	

Fuente: INEM. Estadísticas de Empleo y elaboración propia

(*) Media anual calculada a partir de los doce meses del año.

Paro registrado según tiempo de búsqueda de empleo por provincias. Año 1999. (Miles de personas) (*)

	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada		Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla	
Menos de 6 meses	7,79	57,68%	36,00	48,64%	19,76	48,41%	16,30	49,05%	10,12	55,87%	11,24	51,65%	28,69	44,33%	47,47	47,37%
De 6 meses a 1 año	2,59	19,19%	14,91	20,15%	8,59	21,04%	7,18	21,62%	3,52	19,42%	4,39	20,16%	13,40	20,70%	19,93	19,89%
Entre 1 y 2 años	0,93	6,89%	5,92	7,99%	3,10	7,61%	2,84	8,54%	1,19	6,59%	1,64	7,54%	5,39	8,33%	7,72	7,71%
Más de 2 años	2,20	16,25%	17,19	23,22%	9,37	22,95%	6,91	20,79%	3,28	18,12%	4,50	20,65%	17,25	26,65%	25,09	25,03%
Total	13,51		74,01		40,81		33,23		18,12		21,77		64,73		100,21	

Fuente: INEM. Estadísticas de Empleo y elaboración propia

(*) Media anual calculada a partir de los doce meses del año.

4. LAS PYMES EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA

4.1. Tipología de Pymes

A la hora de considerar un criterio homogéneo de clasificación dimensional de las empresas, recientemente la Unión Europea ha establecido un criterio definitorio ad hoc. Éste considera tres variables: el número de trabajadores, el volumen general de negocio o balance general anual y la independencia de la empresa. Así, considera:

- Mediana Empresa: toda empresa que emplee a menos de 250 trabajadores, su volumen anual de negocio no supere los 40 millones de euros o 27 millones el balance general y no sean independientes.
- Pequeña Empresa: aquellas que emplean menos de 50 trabajadores, su volumen de negocio actual no exceda de 7 millones de Euros o cuyo balance general no exceda de 5 millones de euros y cumple el criterio de independencia.
- Microempresas: las que empleen a menos de 10 trabajadores.

A pesar de la definición de las tres variables, no se nos escapa que en la práctica el criterio delimitador de la dimensión de la empresa es el referido al número de trabajadores. Entre las razones que llevan a utilizar preeminentemente la cifra de empleados por empresa como magnitud representativa, está la mayor facilidad para acceder a la información estadística y su mayor fiabilidad. El control de la segunda y tercera variable, de carácter interno y contable para las empresas, no está al alcance de organismo oficial alguno, ni siquiera en el ámbito fiscal. Por el contrario, a pesar de la notable presencia de la economía surgida en la parcela laboral, el número de trabajadores adscritos a la seguridad social constituye el criterio cuantitativo con menor dosis de opacidad y mayor operatividad para medir el tamaño de las empresas.

Según la información de la Base de Datos Ocupacional del Instituto Andaluz de Estadística, la dimensión de las empresas en la comunidad autónoma andaluza sería la siguiente:

- El 99,83% de las empresas andaluzas emplean a menos de 250 trabajadores, siendo consideradas como PYMES
- El 99,48% se encuadrarían en la categoría de pequeñas empresas, al tener menos de 50 trabajadores.
- Las microempresas, con menos de 10 trabajadores, suponen el 98,05% del total.
- Descendiendo más aún, el 90,38% del tejido empresarial andaluz emplea a menos de 6 trabajadores.
- El resto, un 0,17%, tienen más de 250 trabajadores.

Dimensión de las empresas andaluzas

Tamaño (nº trabajadores)	%
Más de 250	0,17%
Menos de 250 (PYMES)	0,35%
Menos de 50 (PEQUEÑA)	1,43%
Menos de 10 (MICROEMPRESA)	7,67%
Menos de 6	90,38%

Fuente: Base de Datos de Actividad Empresarial 1999 (IAE)

Si estudiamos esta estructura en base a los datos que nos proporciona el Observatorio Ocupacional del INEM, vemos como se producen ligeras variaciones respecto a la estructura, aunque las conclusiones que se obtienen de ella son análogas. Por otra parte, si atendemos a la creación de empleo en función del tamaño, cabe reseñar como más

del 57% de los trabajadores desempeñan su actividad en una empresa de menos de 50 empleados, siendo la pequeña empresa, por tanto, el principal motor de empleo de la Comunidad Autónoma

Número de trabajadores y empresas según tamaño

Nº Empleados	Nº Trabajadores		Nº Empresas	
Menos de 5	250.048	20,6%	140.925	79,62%
6-50	445.440	36,6%	33.246	18,78%
51-100	109.424	9%	1.582	0,89%
101-500	208.333	17,1%	1.125	0,63%
Más de 500	203.747	16,7%	149	0,08%

Fuente: INEM. Observatorio Ocupacional 1998

Estos datos vienen a confirmar la atomización del tejido empresarial andaluz. Sin embargo, esta atomización no se aleja significativamente de la de otros países de la Unión Europea. Por ejemplo, en Alemania el 87,3% de las empresas tienen menos de 10 trabajadores. La atomización, no obstante, sí es significativa si lo que se analizan son las cifras absolutas, pues más que el excesivo número de microempresas, lo realmente preocupante es la escasez de entidades de grandes dimensiones (siguiendo con el ejemplo, en Alemania existen algo más de 200 empresas con más de 5.000 trabajadores, que aportan en su conjunto algo más de un millón de empleos).

En cuanto a la distribución por sectores, la mayor parte de las empresas andaluzas pertenecen al Sector Servicios (el 68,59%) que, asimismo, es el sector que emplea a mayor número de personas (el 68,52%). Es muy significativo que el sector agrario solamente emplee al 0,96% de trabajadores, así como la pequeña dimensión de estas empresas.

Estructura empresarial por sectores, número de empresas y trabajadores

Sector	Nº Trabajadores		Nº Empresas	
Agrario	5.823	3,30%	11.700	0,96%
Industria	24.861	14,09%	204.000	16,79%
Construcción	24.739	14,02%	167.057	13,73%
Servicios	121.022	68,59%	833.876	68,52%

Fuente: INEM. Observatorio Ocupacional 1998

Otro dato interesante es el número medio de trabajadores por empresa, que es de 6,87. Si atendemos a la estructura empresarial por sectores, vemos como esta cifra proviene de la media de las empresas del sector servicios, que constituyen más del 68% de las empresas andaluzas. Así, el número medio de trabajadores por empresa oscila entre 2 trabajadores en empresas del sector agrario y 8,22 en Industrias.

Plantilla media por empresa y sector de actividad

Sector	Plantilla media
Agrario	2
Industria	8,22
Construcción	6,75
Servicios	6,89
TOTAL	6,87

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEM. 1998

4.2. Sectores de Actividad Económica

4.2.1. Incidencia en la creación de empleo

Ya hemos visto en el apartado anterior, dedicado al análisis del empleo y del paro, como la economía andaluza crece alrededor del sector servicios, ya que es éste el que emplea mayor número de personas y también el que goza de mayores tasas de ocupación. Es, por tanto, el motor de la creación de empleo. No obstante, también puede ser clarificador el conocimiento de los datos referidos a la dimensión de las empresas de la Comunidad Autónoma Andaluza, es decir, de los empleadores de la provincia.

Para ello, es necesario plantear las pautas generales que caracterizan al tejido empresarial andaluz. Por un lado, existe una fuerte atomización empresarial, que hace que la iniciativa empresarial andaluza se reduzca prácticamente al ámbito de las PYMES e incluso las microempresas. Por otro lado, no hay que dejar de señalar la notable penetración del sector público y de los grandes grupos nacionales y multinacionales, que refuerza este aspecto. Finalmente, la iniciativa empresarial andaluza se encuentra fuertemente concentrada, tanto sectorialmente en torno al sector servicios como territorialmente, en torno a los municipios de mayores dimensiones.

Así, es fundamental hacer especial hincapié en la importancia de buscar nuevas oportunidades de negocio (los denominados yacimientos de empleo) cara a la creación de empleo por parte de las PYMES, ya que los cambios socioeconómicos han contribuido a la aparición de una serie de necesidades sociales que, o bien no son satisfechas de una forma óptima por el actual sistema público y privado, o bien han dejado de estar cubiertas.

Tal es el caso, por ejemplo, de los servicios de proximidad, denominación que engloba tanto a los servicios de atención y cuidado de los niños y personas mayores como a las labores domésticas que se realizan diariamente en el hogar, necesidades que han ido aumentando con la progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral. La actual

valoración del tiempo de ocio y el deseo de mejorar la calidad de vida también han favorecido la demanda de nuevas ofertas y servicios en ámbitos como el de las nuevas tecnologías, el turismo o el medio ambiente, entre otros, por lo que las posibilidades de negocio son enormes.

Junto a la satisfacción de necesidades no cubiertas, otro de los requisitos que deben cumplir estas actividades es que su desarrollo tenga un alto contenido en empleo, exigencia que no es ningún obstáculo, dado que tales actividades tienen la importancia característica de ser intensivas en cuanto a creación de puestos de trabajo. Según un estudio elaborado por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA), que estima la importancia de los mencionados nuevos yacimientos en la economía andaluza, el empleo generado ascendía a finales de 1998 a unas 200.000 personas, cifra que representaba el 10,2% del empleo total en la comunidad autónoma. Parece, por tanto, innegable que estas nuevas actividades son la mejor alternativa al desempleo. Sin embargo, y según el análisis del IEA, "las apuestas políticas europeas sobre la creación de empleo no han sido masivas ni innovadoras ni arriesgadas, y como resultado seguimos con un desempleo elevado, a pesar de estar disfrutando de una fase de crecimiento estable y positiva".

En el cuadro adjunto se recogen cuales son estos sectores creadores de empleo que, como puede comprobarse, y en consonancia con lo ya expuesto, se concentran principalmente en el sector servicios, y dentro de éste es las áreas de ocio, medio ambiente y nuevas tecnologías.

Nuevos Yacimientos de Empleo en Andalucía (datos básicos correspondientes a 1998)

Ámbito	Número de empleos (personas)	Gastos de los Hogares (millones de pesetas)	Gasto público (millones de ptas.)	Sueldos y Salarios (millones de ptas.)
Servicios a domicilio (labores domésticas y atención personal)	64.039	62.876	10.206	71.859
Servicios de atención a la infancia (guarderías y a domicilio)	11.163	11.821	1.507	10.054
Nuevas tecnologías de la información y la comunicación	5.230	-	-	22.246
Revalorización de espacios públicos urbanos	5.397	-	63.984	15.889
Turismo rural, natural y cultural	75.222	64.453	4.761	146.716
Sector audiovisual	4.551	-	20.000	16.047
Desarrollo cultural local	11.823	22.567	69.496	32.256
Gestión de los residuos sólidos urbanos	5.042	-	8.453	6.425
Gestión del agua	3.906	30.891	18.001	17.234
Protección y mantenimiento de las zonas naturales	13.178	8.699	51.788	9.345

Fuente: IAE. 1998

Por otra parte, si atendemos a las actividades más representativas por número de trabajadores, recogiendo las 5 principales actividades en cada provincia (en base a los datos ofrecidos por el Observatorio Ocupacional del INEM), comprobamos como la actividad que emplea a mayor número de personas es el Comercio al por menor (más de 250.000), que aparece entre las 5 principales actividades en todas las provincias. Le sigue la Construcción (con más de 165.000 personas) y que también figura entre las 5 principales actividades en todas las provincias, y Otras actividades empresariales de servicios, con más de 90.000 empleos, y que figura entre las 5 principales en todas las provincias excepto Jaén. Le seguirían Administración Pública (más de 90.000 empleos, y entre las 5 primeras en Cádiz, Granada, Huelva y Jaén), Actividades Sanitarias (más de 65.000, en Cádiz, Málaga y Sevilla) y Comercio al por mayor (más de 35.000, en Córdoba, Huelva, Jaen y Sevilla). Finalmente hay que señalar la alta importancia de la Hostelería en Málaga, donde emplea a más de 24.000 personas.

4.3. Análisis y Distribución Sectorial de Pymes en la Comunidad de Andalucía: comparación con la Gran Empresa Andaluza

Este apartado proporciona información relativa a los establecimientos de producción económica que desarrollan su actividad en Andalucía. La información que aquí se presenta intenta reflejar el tejido empresarial de Andalucía a través de sus características fundamentales, a saber: el número de establecimientos productivos activos en la región, el tamaño de dichos establecimientos y la forma jurídica de las empresas titulares de los establecimientos.

En primer lugar, observamos como la mayor parte de estos establecimientos están dedicados a la actividad de Servicios (un 82%), aunque este porcentaje se reduce si consideramos los tramos de empleo. Así, en establecimientos con más de 100 empleados, baja hasta el 62%.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Datos globales

	Sin empleo asalariado	Tramo de empleo					Total
		De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
TOTAL	74.226	253.834	27.843	5.191	1.287	599	362.980
Industria, incluidas la energía y la construcción							
	13.423	39.471	8.973	2.125	489	223	64.704
Servicios							
	60.803	214.363	18.870	3.066	798	376	298.276

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

Si nos centramos en la Industria, vemos que existe un equilibrio entre la Construcción y el resto de Industrias (47% y 53% respectivamente), residiendo la principal diferencia en las empresas entre 1 y 5 empleados.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Industria, incluidas la energía y la construcción

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Industria, incluida la energía	6.459	22.094	4.566	1.127	265	173	34.684
Construcción	6.964	17.377	4.407	998	224	50	30.020

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

Por lo que se refiere al sector Servicios, la mayor parte de su peso reside en el Comercio (un 78%), frente a lo Servicios Empresariales (11%) y el resto (10%).

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Servicios

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Comercio, reparación de vehículos de motor, motocicletas y artículos personales y de uso doméstico; hostelería; transporte, almacenamiento y comunicaciones	47.013	173.058	12.908	1.715	349	191	235.234
Intermediación financiera, actividades inmobiliarias y de alquiler y servicios empresariales	8.278	20.720	3.724	762	288	103	33.875
Otras actividades de los servicios	5.512	20.585	2.238	589	161	82	29.167

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

A continuación pasamos a analizar la estructura de cada uno de los sectores.

4.3.1. Industria

En primer lugar, si analizamos la industria (excluida la construcción), veremos como de los 34.484 establecimientos existentes, el 96% corresponde a la industria manufacturera, teniendo una relativa importancia las industrias extractivas y energéticas.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Industria, incluida la energía

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Industrias extractivas							
	204	341	153	31	5	4	738
Industria manufacturera							
	6.163	21.505	4.298	1.063	240	157	33.426
Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua							
	92	248	115	33	20	12	520

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE.2000

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Industrias extractivas

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Extracción de productos energéticos							
	1	2	3	6	0	0	12
Extracción de otros minerales excepto productos energéticos							
	203	339	150	25	5	4	726

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

En lo que se refiere a la Industria manufacturera, el mayor peso, en valores absolutos, corresponde a la Industria de la alimentación, bebidas y tabaco (un 24% entre las Industrias Manufactureras y un 12% entre todas las Industrias). Le siguen la Industria Metalurgia y de Productos Pesados (15%), la Industria Textil (7,91%), la Industria de la Madera y del Corcho y la Industria del Papel.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Industria manufacturera

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	1.206	5.382	1.079	259	67	53	8.046
Industria textil y de la confección	590	1.699	421	135	29	12	2.886
Industria del cuero y del calzado	136	497	103	21	3	1	761
Industria de la madera y del corcho	488	1.881	228	39	6	2	2.644
Industria del papel; edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados	536	1.566	245	57	11	12	2.427
Refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares	1	6	4	4	1	1	17
Industria química	107	358	113	30	11	17	636
Industria de la transformación del caucho y materias plásticas	86	362	110	42	13	2	615
Industrias de otros productos minerales no metálicos	393	1.810	519	118	24	9	2.873
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	882	3.547	555	111	20	13	5.128

(continúa)

Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico						
607	513	194	44	10	5	1.373
Industria de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico						
227	406	87	31	13	10	774
Fabricación de material de transporte						
113	336	100	48	14	19	630
Industrias manufactureras diversas						
791	3.142	540	124	18	1	4.616

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000. 2000

En cuanto a los servicios públicos, los establecimientos dedicados a la gestión del agua prácticamente igualan a los de energía eléctrica y gas.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Energía eléctrica y gas							
	67	165	53	4	4	6	299
Agua							
	25	83	62	29	16	6	221

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

Finalmente, si analizamos la industria manufacturera con mayor peso (la industria alimentaria), comprobamos como el mayor peso recae en los establecimientos dedicados a Grasas y Aceites, seguido por las Cárnicas y por las Bebidas.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Industrias de productos alimenticios y bebidas

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Cárnicas	102	447	143	40	6	6	744
Conservación de pescados	18	43	25	5	4	1	96
Frutas y Hortalizas	93	250	71	30	11	7	462
Grasas y aceites	154	533	179	47	6	7	926
Lácteas	45	163	28	9	8	3	256
Molinería	20	81	38	10	2	1	152
Alimentación animal	14	43	29	12	1	1	100
Otros alimenticios	640	3.434	494	80	16	11	4.675
Bebidas	120	388	72	25	13	13	631

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

4.3.2. Comercio

En cuanto al Comercio, el 65% son establecimientos de comercio tradicional, mientras que el 18% son establecimientos de Hostelería y el resto de transporte, comunicaciones y almacenamiento.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Comercio

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Comercio; reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores y artículos personales y de uso doméstico							
	32.813	109.106	9.559	1.133	242	124	152.977
Hostelería							
	5.580	35.677	1.804	269	67	39	43.436
Transporte, almacenamiento y comunicaciones							
	8.620	28.275	1.545	313	40	28	38.821

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

En cuanto a los servicios empresariales, la actividad más representativa es la de Intermediación financiera, que representa el 22%. Significativamente, ésta es una de las actividades donde el número de establecimientos sin empleo asalariado es inferior a la empresas que cuentan con más de 5 personas.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Intermediación financiera, actividades inmobiliarias y de alquiler y servicios empresariales

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Intermediación financiera	465	4.856	1.747	242	89	5	7.404
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	7.813	15.864	1.977	520	199	98	26.471

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

Finalmente, en cuanto al resto de actividades de los servicios, el 68% se refieren a Servicios a la comunidad o Servicios personales, el 17% a Educación y el resto a Actividades sanitarias y Servicios Sociales.

Establecimientos por tramo de empleo y actividad económica. Otras actividades de los servicios

	Tramo de empleo						Total
	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	
Educación	848	3.291	668	268	76	18	5.169
Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales	834	2.647	464	100	34	28	4.107
Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales	3.830	14.647	1.106	221	51	36	19.891

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

4.3.3. Distribución por condición jurídica

Finalmente, podemos estudiar la distribución de las pymes en Andalucía en función de su personalidad jurídica. De esta manera comprobamos que el 61% son personas física. Sin embargo, si este análisis lo efectuamos por tramos de empleo, comprobamos como:

- En las empresas de más de 20 empleados, la forma jurídica predominante es la Sociedad Anónima y la Sociedad Anónima Laboral.
- En las empresas de 6 a 19 empleados, predominan las Sociedades Limitadas, seguidas de las Sociedades Anónimas.
- En empresas de 1 a 5 empleados predominan las personas físicas (entendiendo que en dicha categoría se recogen los empresarios individuales y autónomos).

Establecimientos por tramo de empleo y condición jurídica de la empresa propietaria

Tramo de empleo

	Sin empleo asalariado	De 1 a 5	De 6 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	100 y más	Total
Sociedad Anónima y SA Laboral	2.909	11.532	7.128	2.318	698	436	25.021
Sociedad Limitada	15.033	50.497	13.470	1.968	358	75	81.401
Sociedad en Comunidad de Bienes	1.883	6.480	482	44	4	0	8.893
Sociedad en Cooperativa	1.034	3.673	1.314	215	68	36	6.340
Sociedad Civil	2.239	8.069	1.179	263	72	25	11.937
Empresario Individual / Autónomo	47.826	170.465	3.474	190	29	1	221.985
Otras formas jurídicas	94	386	270	159	52	26	987
Forma Jurídica desconocida	3.118	2.732	526	34	6	0	6.416
TOTAL	74.226	253.834	27.843	5.191	1.287	599	362.980

Fuente: Base de Datos Empresarial. IAE. 2000

4.4. Análisis y Morfología de las Cooperativas en Andalucía

4.4.1. Tipos de Empresa Social

Las modalidades de sociedades en las que tradicionalmente se suele clasificar la Economía Social son:

- Fundaciones y Asociaciones.
- Mutualidades.
- Sociedades Laborales.
- Cooperativas.

Fundaciones y Asociaciones.

Ambas están reguladas por la Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones.

Mutualidades.

Se regulan por la Ley 30/1995 de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados.

Sociedades laborales.

Se rigen por la Ley 4/1997, de 24 de marzo, de Sociedades Laborales.

Cooperativas.

Una cooperativa, según la declaración de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.

La legislación nacional y autonómica aplicable al respecto es la siguiente:

Ley 27/1999, de 16 de Julio, General de Cooperativas.

Ley 2/1999, de 31 de Marzo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

4.4.2. Las Cifras Clave de la Empresa Social Andaluza

Se pretende, en este apartado, dar una visión de conjunto, no solo de las cifras claves para las Empresas Sociales Andaluzas en un momento determinado, (cross section) sino analizar su evolución durante los últimos años, hasta donde ha sido posible la obtención de datos suficientemente contrastados. El método a seguir será analizar la evolución de tres variables (nº de empresas, empleo y socios) en las Cooperativas (distinguimos entre COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO, agrarias, de consumidores y de servicios) y en las Sociedades Laborales y, globalmente, en el conjunto de las Empresas Sociales Andaluzas. Se contrastarán las cifras correspondientes a 1.990 y 1.996. El censo de 1.996 es el último realizado hasta la fecha.

Cooperativas

Cooperativas de Trabajo Asociado.- Han sido el rasgo distintivo de la Economía Social Andaluza. Su evolución y la del empleo generado se presenta en las siguientes tablas:

Cooperativas de Trabajo asociado. N° de empresas

ACTIVIDAD	1.990			1.996		
	EMPL	SOCIO	TRAB	EMPL	SOCIO	TRAB
AGRICULTURA	277	3.562	3.894	164	2110	1560
PROD. ENERG	0	0	0	2	5	11
MANUF. NO METAL	118	1.509	1.882	96	911	1.085
MANU. METALICAS	163	1.245	1.583	58	427	591
ALIMENTOS	110	852	932	96	2.784	863
TEXTIL	360	7.191	7.479	145	3.004	3.137
PAPEL E IMPRES.	33	264	320	47	353	459
OTRAS INDUSTRI.	171	1.808	2.148	199	1.775	2.234
CONSTRUCCION	384	3.308	5.172	296	2.104	3.020
COMERCIO	134	2.026	1.924	237	1.699	1.881
HOSTELERIA	111	827	1.001	64	343	517
TRANSPORTE	117	2.092	2.259	17	131	206
SERVICIOS VENTA	75	622	896	150	1.280	1.349
OTROS SERVICIOS	181	2.970	1.942	71	414	608
TOTAL	2.234	28.276	31.432	1.768	17.340	19.155

Fuente: Censos de Cooperativas Andaluzas 1.990/1.996

En 1.990 las cooperativas de trabajo asociado suponían el 70% de las cooperativas andaluzas y cerca del 30% del total nacional. Con una media de 14 trabajadores fijos por empresa representaban el 77% del empleo cooperativo.

En 1.996 las cooperativas de trabajo asociado sobrepasaban escasamente el 50% de las cooperativas andaluzas. El empleo por empresa no llegaba a 11 trabajadores (baja del 21%) y no alcanzaba al 40% del empleo cooperativo.

Cooperativas de consumidores y usuarios.- En esta rúbrica la nueva Ley 2/1999 de 31 de Marzo engloba las cooperativas de consumo, propiamente dichas, junto con las de vivienda, de crédito, educacionales y de seguros.

Cooperativas de Consumidores y Usuarios. N° de empresas

ACTIVIDAD	1.990			1.996		
	EMPL	SOCIO	TRAB	EMPL	SOCIO	TRAB
ALIMENTACION	37	23.750	215	46	16.435	259
COMERCIO	39	48.647	404	41	29.854	482
OTROS	4	260	100	6	3.296	9
VIVIENDA	95	11.944	435	141	15.628	222
CREDITO	13	84.760	2.104	11	82.760	982
TOTAL	188	169.361	3.258	245	147.973	1.954

Fuente: Censos de Cooperativas Andaluzas 1.990/1.996

Aún cuando el número de cooperativas de consumidores y usuarios ha aumentado, ha disminuido notablemente el número de empleados por empresa, (de 17 a 8, un 47%) incluso el número absoluto de empleados. El porcentaje de disminución mas alto se registra en las cooperativas de viviendas.

Cooperativas de servicios.- En ellas la Ley incluye a las Cooperativas Agrarias (Cooperativas de Servicios Agrarios y Cooperativas de Explotación Comunitaria de la Tierra) y las cooperativas de Servicios Varios, entre las que destacan las Cooperativas de Transporte. La evolución de las cifras en el periodo estudiado es:

Cooperativas de Servicios. Nº de empresas

ACTIVIDAD	1.990			1.996		
	EMPL	SOCIO	TRAB	EMPL	SOCIO	TRAB
SERV. AGRARIOS	587		5.421	869	234120	14.766
EXPL. COMUNIT.	61		833	92	18.249	2.280
TRANSPORTE	64		503	110	1.210	1374
OTR. SERVICIOS	90		1.329	419	27.325	8.411
TOTAL	802		8.086	1.490	280.904	26.831

Fuente: Censos de Cooperativas Andaluzas 1.990/1.996

Son las Cooperativas de Servicios las que han experimentado un mayor incremento en los últimos años, no solo en cuanto al número de empresas sino en la creación de empleo. Han pasado de 10 trabajadores por empresa a 18 trabajadores por empresa, un incremento del 180%. Ha sido notable el incremento de las Cooperativas de Servicios Generales (465%) y el incremento del número de trabajadores por empresa en las Cooperativas de Servicios Agrarios. (de 9 a 17)

Cifras clave del cooperativismo

La tendencia es asemejarse a la estructura cooperativa en otros países de la U.E.; aumentan las Cooperativas de Servicios y disminuyen las de Trabajo Asociado. El número de empleados por empresa aumenta de 13,26 a 13,68, si bien disminuye en las Cooperativas de Trabajo Asociado y en las de Consumidores y Usuarios.

Ha descendido el número de Sociedades Laborales en el periodo 1.990/96. Aunque pudiera parecer que el número de trabajadores por empresa ha aumentado mucho, (de 9.5 a 12.5) esto se debe a un acontecimiento atípico y puntual y es la transformación en SOCIEDAD LABORAL tanto de Minas de Tharsis como de Minas de Río Tinto con 633 trabajadores entre ambas. Prescindiendo de estas empresas el número de

trabajadores por empresa en 1.996 es de 11, lo que, en cualquier caso, supone un aumento sobre 1.990.

Cifras claves de la Economía Social

La Economía Social ha crecido en Andalucía durante el periodo 1.990/96, tanto en el número de empresas que la constituyen (102.6%) como en el número de trabajadores que emplea. (109.7%) Consecuentemente también ha crecido el número de trabajadores empleados por empresa (de 12.69 a 13.57)

Este crecimiento se corresponde con un mayor crecimiento global de las cooperativas (108.6% en número de empresas y 112.1% en número de empleados) y un descenso en las Sociedades Laborales (69.2% en número de empresas y 91.2% en número de empleados)

Dado que, el número de empleados por empresa es de 13.7 en las cooperativas y de 12.55 en las Sociedades Laborales, parece que no perjudica a la creación de empleo el que la política de fomento de la economía social dé preferencia a las cooperativas, que es, precisamente, el criterio de la Consejería de Trabajo de la Junta de Andalucía

4.4.3. Implantación Territorial de las Empresas Sociales en Andalucía

En este apartado se intenta dar una visión territorial de la implantación de la Economía Social en Andalucía y, en los casos en que los datos están disponibles, de su evolución en el periodo 1.990/96. Resulta de interés esta información por dos motivos:

Por una parte la Economía Social es una forma de acceso a determinados bienes y servicios por parte de aquellos colectivos que presentan una situación de debilidad frente al mercado. Su distribución territorial puede dar una idea de las facilidades que existan en los municipios andaluces para la oferta de dichos bienes.

De otra la mayor o menor implantación de la Economía Social en zonas determinadas puede ser un índice de la tradición y el arraigo con que estas ideas cuentan en los distintos lugares.

Distribución provincial y Municipal.- El cuadro siguiente ofrece la distribución de Empresas Sociales Andaluzas por provincias y tipos en 1.990 y 1.996.

Distribución de la Empresa Social por Provincias. N° de empresas

TIPO		AND	AL	CA	CO	GR	H	JA	MA	SE
SOC. LAB	90	578	20	69	71	76	64	42	123	113
	96	403	15	72	64	51	19	57	51	74
C.T.A.	90	2.234	129	298	310	284	144	221	325	523
	96	1.768	118	249	214	218	135	187	206	441
CONSUMO	90	80	2	5	7	3	16	20	15	12
	96	93	6	6	9	10	17	18	12	15
VIVIENDA	90	95	3	26	10	3	11	7	10	25
	96	137	4	34	5	3	19	6	9	61
TRANSP.	90	64	18	17	0	4	8	3	3	11
	96	110	8	18	14	11	11	11	8	29
EXP. TIE	90	61	5	3	9	5	7	8	0	24
	96	92	8	8	22	3	9	14	5	23
AGRAR	90	587	31	34	94	53	64	154	57	98
	96	869	60	41	120	112	120	199	78	139
TOTAL	90	3.699	208	452	501	428	314	455	533	806
	96	3.906	256	491	500	445	359	532	406	917

Fuente: Censos de Cooperativas 1.990/1.996

Excepción hecha de las cooperativas olivareras de Jaén se podría afirmar que la Economía Social se encuentra más presente en las provincias de Andalucía Occidental.

El descenso en el número de Sociedades Laborales, compensado en parte por la subida en Cádiz, es muy importante en Málaga y Huelva, dos provincias en las que las Empresas Sociales Andaluzas tienen poca importancia, en términos absolutos.

Destacan, asimismo, el aumento en el número de Cooperativas de Viviendas en la provincia de Sevilla, principalmente en la capital. Esto es coherente con las dificultades de acceso a la vivienda de esos colectivos “débiles frente al mercado”, sobre todo en las grandes ciudades.

Las cooperativas de transporte en Almería, que experimentaron un fuerte incremento a finales de los '80, reducen su número en mas de un 50%, adecuándose, quizás, a la verdadera importancia de su mercado.

Por último, y como nota destacada el incremento de las cooperativas de servicios (entre ellas las agrarias) siguiendo la tendencia común en la U.E.

Tasa de Empresas Sociales por cada 1.000 personas

		AND	AL	CA	CO	GR	H	JA	MA	SE
CENSO	90	0.53	0.45	0.42	0.65	0.53	0.70	0.69	0.44	0.51
	96	0.54	0.51	0.44	0.65	0.55	0.79	0.82	0.32	0.54
POB. ACTIV	90	1.50	1.22	1.19	1.94	1.63	1.98	2.09	1.16	1.46
	96	1.43	1.40	1.16	1.78	1.45	2.12	2.22	0.85	1.42
POB. OCUP.	90	2.03	1.46	1.77	2.62	2.15	2.60	2.67	1.62	1.95
	96	2.13	1.76	1.88	2.67	2.13	3.19	3.49	1.23	2.09

Fuente: Censos de Cooperativas 1.990/1.996

La tabla anterior presenta la tasa de Empresas Sociales Andaluzas por cada 1.000 personas y considera las poblaciones de los Censos de 1.989 y 1.966, así como las poblaciones activas y ocupadas en los años 1.990 y 1.996.

El hecho de que la tasa descienda en 1.996 respecto de la población activa, mientras sube respecto de la población ocupada, comparándolas con las de 1.990 indica que la Economía Social tiene una mayor participación en el mercado del trabajo, si bien su ritmo de crecimiento es inferior al de la población activa. Esta, por otra parte, se ha incrementado por encima del crecimiento general de la población, como consecuencia, posiblemente, tanto de un mayor acceso de la mujer al mercado del trabajo, como de la desaparición de economías sumergidas.

4.4.4. Análisis de Características de las Cooperativas Andaluzas

Los comentarios que siguen se basan en una encuesta realizada por la EOI entre Empresas Sociales Andaluzas y que se incluyen aquí por entender que pueden aportar elementos que permitan comprender mejor algunas características de las Cooperativas en Andalucía.

Estructura y funciones

Tipos de empresa. (Porcentajes)

	SL	C. CONS	CTA	C. AGRA	C SERV	OTROS
TOTAL	13,5	4,5	39,0	17,0	21,0	5,0

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Las Cooperativas de Trabajo Asociado suponen casi la mitad de todas las Empresas Sociales Andaluzas (Cooperativas). Las cooperativas agrarias se cuentan entre las que poseen mayor número de socios, así como una mayor facturación anual.

Número de socios por empresa. (Porcentajes)

	<10	11-25	26-50	51-100	>100
TOTAL	55,0	13,5	5,5	5,5	20,5

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Más de la mitad son empresas con menos de 10 socios, pero hay un alto porcentaje (sobre el 20%) con más de 100 socios. Más de un 70% de las cooperativas agrarias supera los 100 socios. Correlativamente hay un gran porcentaje de cooperativas de más de 50 socios en el sector Alimentación. Hay una relación entre Facturación y tamaño de la cooperativa. En los tramos de Facturación inferiores a 100 Mpts. el mayor porcentaje corresponde a empresas con menos de 10 socios. Las cooperativas más antiguas tienen proporcionalmente más socios que las modernas.

Número de empleados por empresa. (Porcentajes)

	<10	11 a 25	26 a 50	51 a 100	>100	NS/NC
TOTAL	70,0	15,0	6,0	1,5	2,5	5,0

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Prácticamente las tres cuartas partes de las Cooperativas tienen menos de 10 empleados (70%). Según el DIRCE el 95% de las empresas andaluzas tiene menos de 10 empleados y el porcentaje nacional es del 94,6%. Esto avala la tesis de que la economía social favorece la creación de empleo en las Pymes. Por término medio, las Cooperativas fundadas en los 60's tienen un mayor número de empleados, mientras que el porcentaje de empresas con menos de 110 empleados es menor cuando se incrementa la Facturación anual.

Facturación anual de las cooperativas andaluzas. (Porcentajes)

	<10M	11-25M	26-50M	51-100M	>100M	NS/NC
TOTAL	14,5	21,0	11,0	8,0	33,5	12,0

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Analizando la Facturación anual de las Cooperativas se observa que más de un tercio de las empresas facturan una cantidad anual superior a los 100 Mpts. mientras que el porcentaje de los que facturan menos de 10 Mpts. es bajo.

El porcentaje de empresas que facturan más de 100 Mpts. sube al aumentar el número de empleados o de socios. Las cooperativas agrarias son las que, en mayor porcentaje, facturan en los grupos altos.

Fecha de fundación de la empresa. (Porcentajes)

	1.959	1.969	1.979	1.989	1.999	NS/NC
TOTAL	5,5	4,0	10,0	320	47,0	1,5

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

El porcentaje de empresas activas sobre empresas inscritas es mas alto en los años 50 y 60 que en los 70. En los últimos años ese porcentaje vuelve a subir, pero cabe preguntarse cual será dentro de algunos años. Parece que, después de un periodo de, mas o menos, diez años se estabiliza, a efectos prácticos, el porcentaje entre cooperativas inscritas y activas.

La empresa con 51-100 socios es la mas frecuente entre las fundadas en los años 70, mientras que en los años 50 son las de mas de 100 socios las que alcanzan el mayor porcentaje. En las dos últimas décadas el porcentaje mas frecuente es el del grupo de 11-25 socios. La mayor parte de las Sociedades Laborales fue fundada en los 80 y 90, mientras que entre las cooperativas agrarias es muy superior el porcentaje de empresas de mayor antigüedad. Comparando el número de socios iniciales con el de socios actuales se constata un crecimiento, parece que sostenido.

De igual manera la comparación entre el número de empleados a la fundación de la cooperativa y el número de empleados actual evidencia que, en las cooperativas que se mantienen activas, hay un proceso claro de creación de empleo. La mayor parte de las cooperativas se inicia con menos de 10 empleados; un porcentaje apreciable de empresas tiene el mismo número de socios que de empleados.

Capital inicial de las cooperativas andaluzas. (Porcentajes)

	<10 M	11-25 M	26-50 M	50-100 M	>100 M	NS/NC
TOTAL	79,0	6,5	4,0	0,0	1,5	9,0

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

El capital inicial de las Cooperativas suele ser bajo. Esto es coherente con el hecho, remarcado mas adelante, de que la falta de recursos es una de las razones para decidirse por la empresa social. Casi el 80% de las empresas entrevistadas se han constituido con menos de 10 Mpts. de capital. No llegan al 2% las empresas constituidas con más de 50 Mpts. Las Sociedades Laborales parecen disponer de mas medios para su constitución, así como las cooperativas agrarias. Esto es coherente con el hecho de que tienen un mayor número de socios.

Capital actual de las cooperativas andaluzas. (Porcentajes)

	<10 M	11-25 M	26-50 M	50-100 M	>100 M	NS/NC
TOTAL	38,5	19,5	10,0	5,5	12,5	14

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Los datos sobre el capital actual de las Cooperativas entrevistadas indican que, bien ha habido ampliaciones de capital en las mismas, bien han desaparecido las de menor capital inicial. Es evidente que un capital inicial alto aumenta las probabilidades de supervivencia, así como el que las empresas que sobreviven amplían, no se estancan.

Las cooperativas agrarias, las de mayor número de socios y empleados, así como las de facturación anual mas alta tienen, proporcionalmente, un capital mas elevado. Porcentualmente las Cooperativas de Córdoba y Jaén tienen mas empresas en las categorías altas.

La figura del Director Gerente es muy importante en tanto que permite formarse una idea bastante aproximada del estilo de actuación y de la cultura empresarial de la

cooperativa. El hecho de no existir en una empresa es tan sintomático como su origen o calificaciones. Aproximadamente las dos terceras partes de las empresas entrevistadas tenían un Director Gerente, profesional, con sueldo. En las empresas con más de 100 empleados existe en el 100% de los casos.

Origen del Director de la Cooperativa. (Porcentajes.)

	SOCIO	OTRA	1º EMPL	INEM	NS/NC
TOTAL	76,5	10,0	4,0	7,0	2,5

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Es importante el origen del Director Gerente. En las empresas analizadas procedía de los socios en más de las tres cuartas partes de los casos estudiados. Esto, no debe interpretarse como un profesional de la dirección que se hace socio de la cooperativa, sino como un socio de la misma al que se encarga su dirección. Proviene de otra empresa en un 10% de los casos y del INEM y su primer empleo en el 7% y 4% de los casos.

Tanto en las cooperativas agrarias como en aquellas con alto número de empleados es mas alto el porcentaje de gerentes que provienen de otras empresas, lo cual es un índice de la consideración en que estas empresas tienen al director profesional. En las empresas fundadas en los años 70's y 80's tiene lugar un incremento del porcentaje de gerentes de origen no societario.

Uso de Servicios exteriores por las Cooperativas andaluzas. (Porcentajes)

	CONTABILIDAD	FISCAL	LABORAL
TOTAL	35,0	80,5	76,0

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

Es interesante, también, conocer la estructura organizativa de las Cooperativas. Una estimación propia arroja un porcentaje de casi un 15% de empresas que no disponen de personal administrativo con dedicación exclusiva. Y casi un tercio de las Cooperativas

tampoco tienen organizada la contabilidad con personal propio, debiendo llevarla un gestor o una empresa especializada. Este porcentaje es análogo al obtenido para el conjunto de Pymes andaluzas en la Encuesta EOI 2000.

Abundando en el tema se constata que más del 80% de las Cooperativas contratan una Asesoría Fiscal Externa, en muchos casos con la misma empresa que les lleva también la contabilidad. Al hablar de Asesoría Laboral se entiende la confección de nóminas, redacción de contratos de trabajo y tareas similares. No obstante, en muchos casos, también incluye asesoría legal especializada ante la Magistratura de Trabajo y relaciones con otros estamentos sociales (sindicatos, asociaciones profesionales, etc...) Aproximadamente las tres cuartas partes de las Cooperativas la contratan a otras empresas especializadas. El 54% de la Pymes usan este servicio externo.

Frecuencia de operaciones internacionales de las cooperativas andaluzas. (Porcentajes)

	HABITUAL	ESPORAD.	NO	NS/NC
TOTAL	11,5	12,0	76,0	0,5

Fuente: Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza- 1.999

En lo referente a la experiencia internacional de las Cooperativas se constata que solo algo más de la décima parte, mantiene relaciones con otros países (11%). (*Encuesta EOI-La Empresa Social Andaluza-1.999*) Este porcentaje es inferior al del total de las Pymes (29%). (*Encuesta EOI-Las PYMES en Andalucía-2.000*) También el porcentaje de empresas que no han tenido nunca una relación internacional (76%) difiere en gran manera del de otros sectores (Agroalimentario 31%). (*Encuesta EOI-Internacionalización de la Empresa Agroalimentaria Andaluza-1.998*) El porcentaje de empresas que mantienen contacto internacionales de manera habitual se incrementa al hacerlo el número de socios de la empresa o el número de empleados (80% para más de 100 empleados)

Entre las empresas que han mantenido algún tipo de contacto internacional más de dos tercios estarían dispuestas a ampliar esos contactos, sin distinción de grupos, tipos de empresa, etc...

5. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES EN ANDALUCÍA

5.1. La Encuesta

El cuestionario de la encuesta diseñada para conocer la percepción del empresario sobre la situación de las Pymes en Andalucía consta de 20 apartados más 7 referencias. A este cuestionario respondieron 450 empresas cuya distribución porcentual fue la siguiente:

Por provincias:

- Almería 9.33%
- Cádiz 15.33%
- Córdoba 12.67%
- Granada 12.22%
- Huelva 6.22%
- Jaen 5.78%
- Málaga 15.56%
- Sevilla 22.89%

Por sectores:

- Alimentación 11.33%
- Comercio 41.33%
- Hostelería 17.11%
- Transporte 3.33%
- Inmobiliarias 3.33%
- Construcción 12.89%
- Maquinaria 10.67%

Por número de empleados:

- De 10 a 25 44.00%
- De 26 a 50 34.44%
- De 51 a 100 21.56%

Por facturación anual:

- Menos de 50 millones 0.44%
- De 51 a 100 millones 2.89%
- Más de 100 millones 86.67%
- NS/NC 10.00%

El número de variables analizadas es de 64 y se han establecido tablas de contingencia para cada una de ellas con 12 variables explicativas. (Provincia, Nº de empleados, Sector, facturación, Antigüedad, Evolución actividad, proveedor de otras empresas, Uso de servicios externos, Sistema de Gestión de Calidad, Normativa medioambiental, Innovación y Andalucía Oriental u Occidental) Esto supone un total de 768 tablas a analizar. Con el fin de reducir su número a una cifra “asimilable” se ha efectuado a dichas tablas una prueba “ji cuadrado” seleccionando para su examen posterior tan solo aquellas en las que se podía establecer una dependencia entre variables con un 99% de certeza. (El rechazo de la hipótesis de independencia tiene un nivel de significación igual o menor que 0.01) Esto nos deja para su estudio un total de 139 tablas.



El resultado de los tests de independencia se esquematiza en la tabla adjunta. Esta tabla puede leerse tanto por filas como por columnas. Así puede decirse que, el que la empresa tenga o no un Responsable de la Gestión Medioambiental (fila) se ve influido por el número de empleados de la empresa, por el sector a que pertenezca, porque tenga implantado un Sistema de Gestión de Calidad y porque conozca la legislación Medioambiental que le concierne. Por otra parte el que la empresa sea o no Proveedor de otras empresas (columna) tiene influencia en el Sector a que pertenece y en el Sistema de Gestión de Calidad que utiliza. Algunas de estas dependencias parecen obvias, pero otras no parecen deberse a ninguna relación causal discernible, concluyendo que esta es una relación meramente estocástica.

Encuesta Sobre las Pymes andaluzas

TABLAS DE CONTINGENCIA

Test de independencia

VARIABLES	Provincia	Nº Empleados	Sector	Facturación	Antigüedad	Evolución Actividad	Proveedor Otras	Servicios Externos	Sistema Calidad	Normas medAmb	Este/Oeste	Innova
01.- PROVIN												
02.- EMPLEA												
03.- SECTOR												
04.- CARGO												
05.- FACTURA												
06.- AÑO												
07.- EVOACT												
08.- DIRCORT												
09.- CUADCORT												
10.- ADMCORT												
11.- OPECORT												
12.- DIRLARG												
13.- CUADLARG												
14.- ADMLARG												
15.- OPELARG												
16.- ANTINST												
17.- ANTHARD												
18.- ANTMAQ												
19.- ANTSOFT												
20.- ANTOTR												
21.- RENOV												
22.- RENOVINST												
23.- RENOVHARD												
24.- RENOVMAQ												
25.- RENOVSOFT												
26.- RENOVOTR												
27.- AMBITERR												
28.- %LOCAL												
29.- %AUTONO												
30.- %NACIÓN												
31.- %UE												
32.- %TERCER												
33.- INCREMEN												
34.- INICIA												
35.- NUEVAREA												
36.- PROVEED												
37.- AREAPROV												
38.- SERVEXT												
39.- QUESERVEX												
40.- SISCALID												
41.- CUALSISCAL												
42.- INFOCONT												
43.- INFOMARK												
44.- INFORRHH												
45.- INFOPROD												
46.- INFOLOGIS												
47.- INFOTRO												
48.- NORMEDAMB												
49.- INVERMEDAMB												
50.- IMPRESID												
51.- IMPAGURES												
52.- IMPCONTATMOS												
53.- IMPENVASES												
54.- IMPACEIUSA												
55.- IMPRUID												
56.- IMPOTRMEDAMB												
57.- RESPCALID												
58.- RESPMEDAMB												
59.- RESPRIESGLAB												
60.- REPRRHH												
61.- RESPINFO												
62.- HERRGEST												
63.- ORIENOCCHI												
64.- INNOVA												

 Variables Independientes
 Variables dependientes

TABLAS DE CONTINGENCIA
DEPENDENCIAS A p=0.01

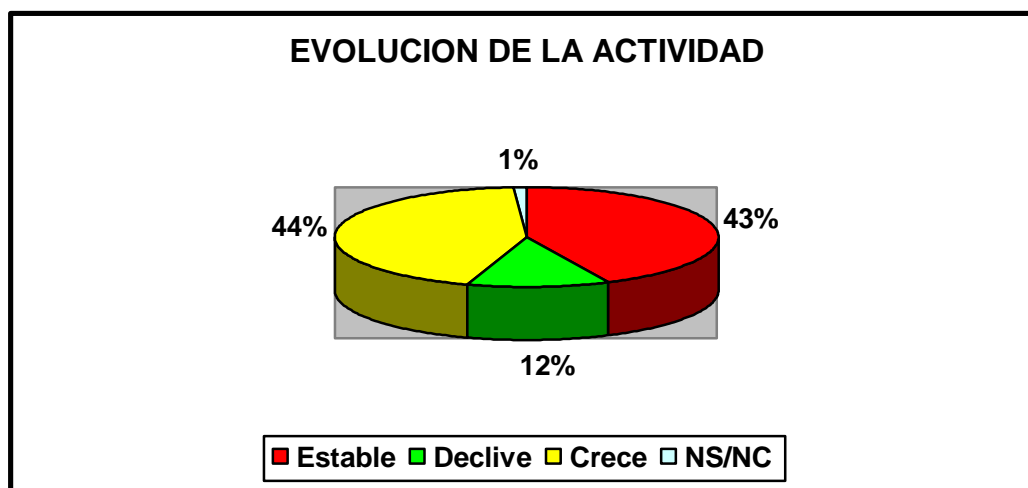
768
138

Del análisis de dichas tablas, así como de la distribución global de frecuencias se puede deducir:

5.1.1. Actividad y empleo

Pudiera parecer, en una primera aproximación, que la actitud del empresario en cuanto se refiere al sesgo de la actividad económica es, básicamente, optimista por cuanto casi la mitad de los mismos (43,78%) consideran que se desenvuelven en una economía en crecimiento. Sorprende, no obstante, que un porcentaje similar (42,67%) considere que se encuentra en una situación estable. Esta opinión, en un escenario en que los índices socio-económicos evolucionan constantemente (paro, inflación, balanza comercial, ...) y en la que se asiste a un proceso de concentración o de alianzas entre empresas de toda clase, es, cuando menos, precipitada e incluso aventurada sin analizar con cierto detalle la situación real. Sería interesante conocer la evolución, incluso a corto plazo, de las empresas que sostienen ese punto de vista.

Punto de vista del empresario sobre la evolución de la actividad en su sector.

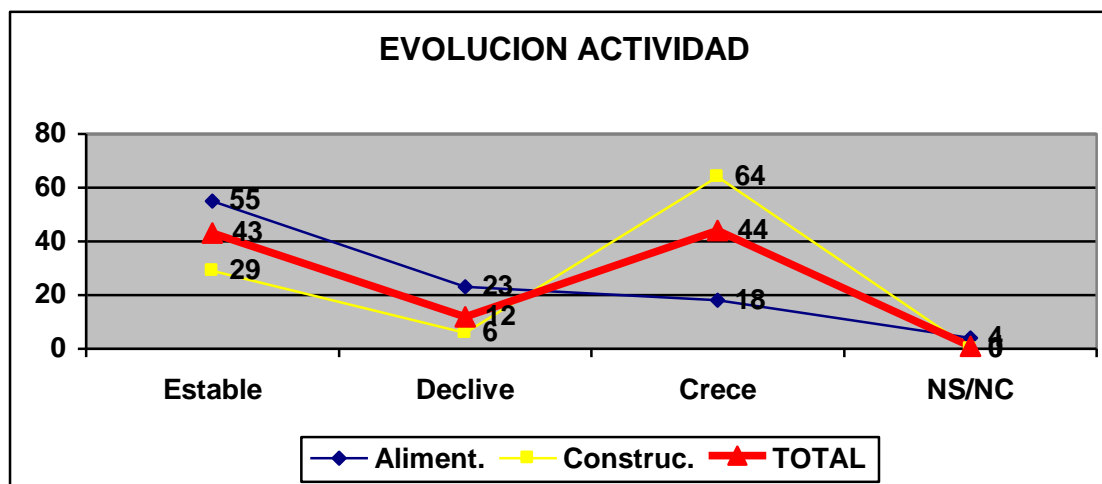


Fuente: Encuesta. EOI 2000

Las empresas con mayor número de empleados son más optimistas en cuanto que un mayor porcentaje de las mismas (67,89%) consideran que la evolución de la economía les será favorable. Entre los diferentes sectores la Construcción es aquel en que un porcentaje más alto de empresas prevé evolución favorable (63,79%) y la Industria

Agroalimentaria el más pesimista; tan solo un 17,65% de las empresas el sector piensan que la actividad económica mejorará.

*Diferencias, por sectores, en la opinión sobre la evolución de la actividad en el sector.
(Porcentajes)*



Fuente. Encuesta EOI 2000

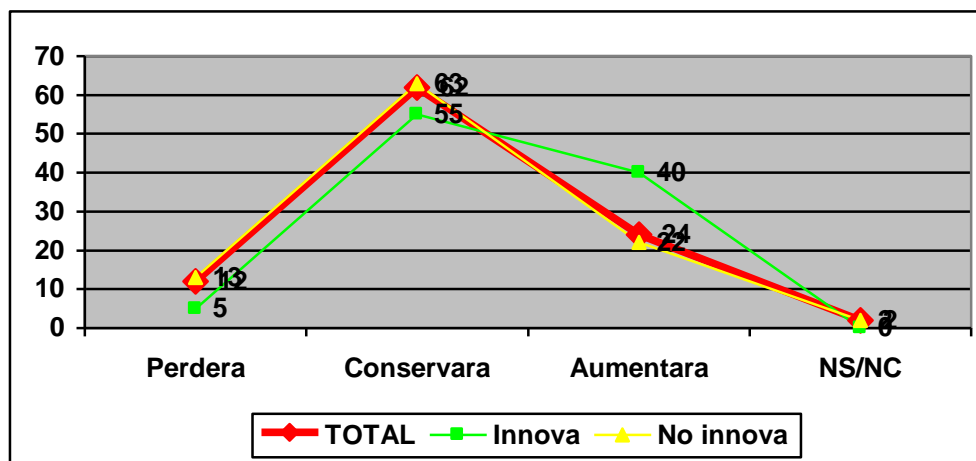
En lo que se refiere a la evolución del empleo a corto plazo, también la opinión de los empresarios es que aumentará, sobre todo en cuanto a los operarios se refiere, (42,67%), siendo mas bajos los porcentajes de empresarios que opinan que aumentará el empleo en directivos, cuadros y administrativos. Para estas tres últimas categorías la opinión mas extendida es que el empleo se mantendrá. Si se considera que el grupo de operarios lo forma la mano de obra no especializada, la primera opinión no está de acuerdo con las recientes declaraciones de empresarios andaluces, que reclaman especialistas que dicen no poder encontrar en número suficiente.

Evolución del empleo a corto plazo. (Porcentajes)

%	Perderá	Conservará	Aumentará	NS/NC
Directivos	12	62	24	2
Cuadros	10	49	38	3
Administrativos	17	56	26	1
Operarios	19	37	43	1

Fuente. Encuesta EOI 2000

Lógicamente aquellas empresas cuya previsión de la actividad económica es de crecimiento presentan un mayor porcentaje de opiniones acerca de aumento en los puestos de trabajo de todas las categorías. Las empresas con mayor número de empleados prevén mayores necesidades de cuadros y técnicos y aquellas consideradas como innovadoras opinan, en mayor medida que el resto, que habrá un aumento de los puestos de trabajo para directivos y técnicos.

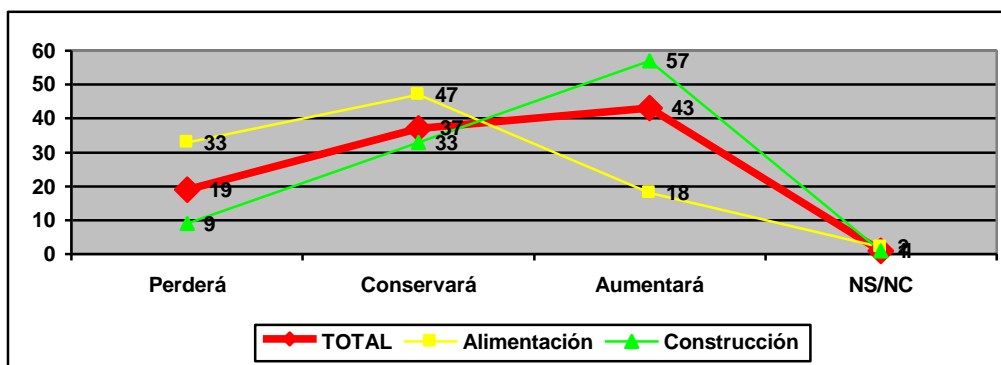
Evolución del empleo de directivos a corto plazo según empresas innovadoras. (Porcentajes)

Fuente: Encuesta EOI 2000

El sector de la Alimentación es el más pesimista en cuanto al aumento de los puestos de trabajo en los operarios (solo lo creen el 17,65% de empresas) y los de la Construcción y Maquinaria los más optimistas. Como dato curioso hay que señalar que

un porcentaje significativamente más alto de empresas que tienen implantado un Sistema de Gestión de Calidad son optimistas en cuanto a la evolución del empleo en directivos y operarios (no en administrativos y cuadros).

Evolución del empleo de operarios a corto plazo según sector. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

La opinión sobre la evolución del empleo a largo plazo puede sintetizarse como sigue: el porcentaje de empresas que opina que se perderá empleo es, prácticamente, el mismo que el de a corto plazo. Aumenta casi un 10% el porcentaje de los que no quieren aventurar una opinión y se mantiene el porcentaje de quienes opinan que se va a conservar el empleo, en detrimento de los que piensan que aumentará. Esto, en el marco de una población activa en aumento, no es precisamente una previsión optimista.

Evolución del empleo a largo plazo. (Porcentajes)

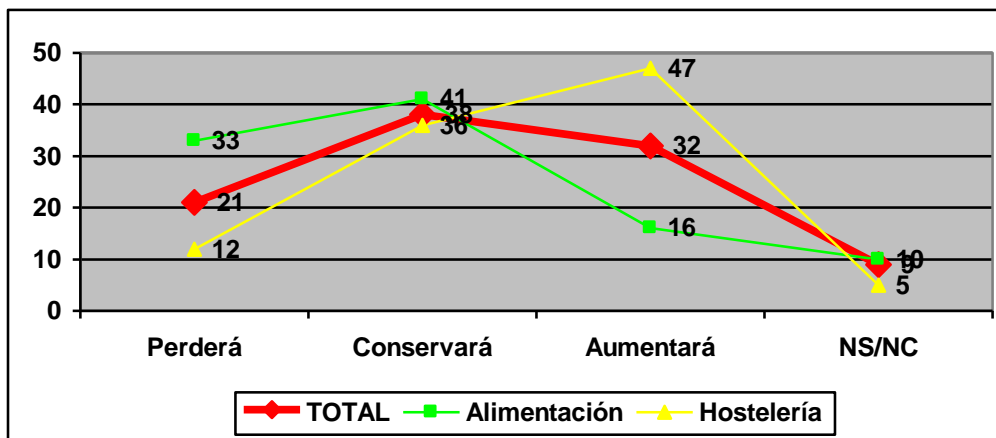
%	Perderá	Conservará	Aumentará	NS/NC
Directivos	13	60	16	11
Cuadros	14	50	25	11
Administrativos	16	54	20	10
Operarios	21	38	32	9

Fuente: Encuesta EOI 2000

La Hostelería y el Transporte son los sectores en los que un mayor porcentaje de empresas opinan que las perspectivas del empleo a medio y largo plazo son de

aumento, tanto en directivos como en operarios. El sector de Alimentación, una vez más, es el que más pesimista se muestra.

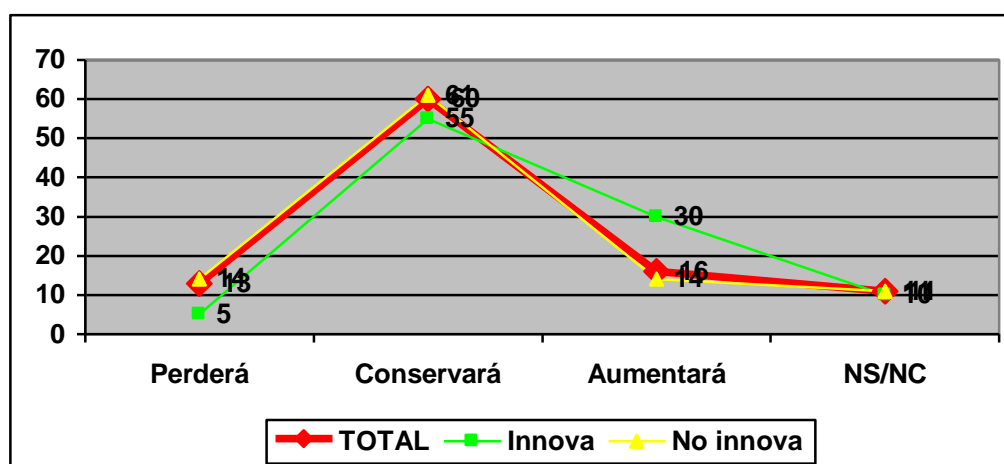
Evolución del empleo de operarios a largo plazo según sector.(Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

Las empresas innovadoras también opinan, en mayor medida que el resto, que las perspectivas del empleo a largo son favorables y lo mismo ocurre en las empresas con un Sistema de Gestión de Calidad implantado, pero esta vez en administrativos y operarios.

Evolución del empleo de directivos a largo plazo según innovación. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

5.1.2. Equipamiento e instalaciones

En otro orden de cosas, más de la mitad de los empresarios (52,66%) consideran que sus instalaciones y edificios son nuevos o casi nuevos y, casi las dos terceras partes (63,78%) califican a la maquinaria empleada como nueva o casi nueva. Los porcentajes para quienes opinan que su equipamiento informático, tanto hardware como software son prácticamente nuevos son aún más altos. (84,22% y 82,44% respectivamente) En este asunto no existen diferencias significativas entre las empresas pertenecientes a los distintos grupos analizados.

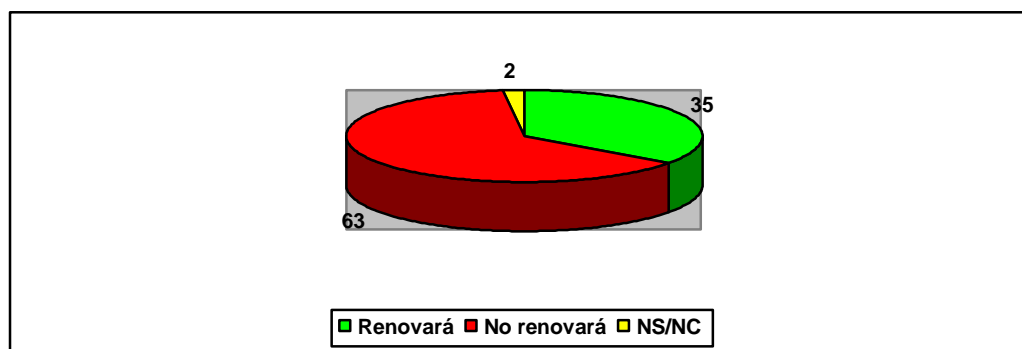
Antigüedad del material de las Pymes. (Porcentajes)

%	Instalación	Hardware	Maquinas	Software	Otros
Nuevo	30	62	40	61	22
Casi nuevo	23	23	30	22	22
Algo antic.	27	9	23	11	33
Anticuadao	20	6	7	6	23

Fuente: Encuesta EOI 2000

Esta opinión es coherente con los planes de renovación a corto y medio plazo previstos por los empresarios consultados, teniendo en cuenta que el porcentaje de empresas que proyecta renovar su material a corto o medio plazo supera escasamente el 35% de los entrevistados.

Intención de las Pymes de renovar su material. Porcentajes



Fuente: Encuesta EOI 2000

En instalaciones y en maquinaria, áreas en que la inversión a realizar es de mayor entidad, el porcentaje de empresas que estima renovar en un plazo de tres años es superior al porcentaje que considera a su equipo “Algo Viejo” y “Anticuoado”; en equipamiento informático la renovación a corto plazo alcanza también a parte de los equipos considerados “Casi Nuevos”. Es importante el porcentaje de empresas que no tienen tomada una decisión a este respecto.

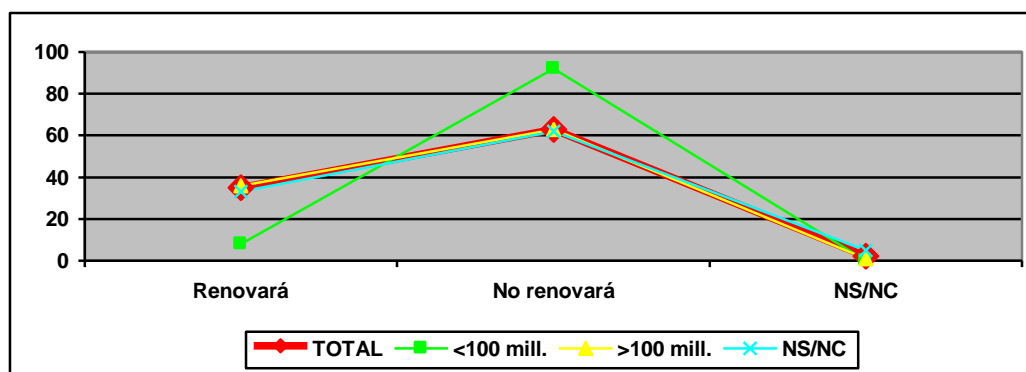
Intención de las Pymes de renovar material. (Porcentajes)

%	Instalación	Hardware	Maquinas	Software	Otros
En 1 año	30	47	40	55	1
En 2 años	16	20	17	19	-
En 3 años	8	9	5	4	-
Mas de 3	17	5	11	4	-
NS/NC	29	19	27	18	99

Fuente: Encuesta EOI 2000

Casi no hay diferencias entre grupos; tan solo se advierte que las empresas con facturaciones anuales inferiores a 100 millones que piensan renovar algún equipo son tan solo el 7% del total de dichas empresas, mientras que en aquellas con facturaciones superiores a 100 millones el porcentaje que prevé renovar es del 36%.

Intención de las Pymes de renovar material según facturación. (Porcentajes.)

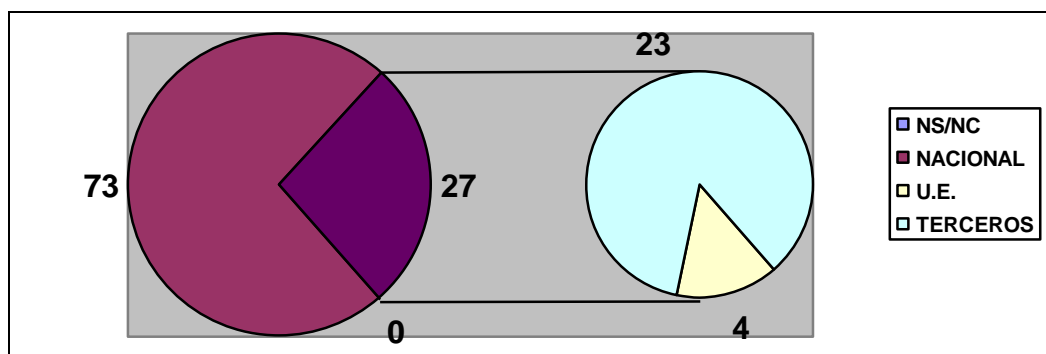


Fuente: Encuesta EOI 2000

5.1.3. Ambito territorial

Algo más de la cuarta parte de las empresas entrevistadas (26,94%) mantienen relaciones comerciales de algún tipo en mercados exteriores y, de entre ellas, una sexta parte del total (15,37%) negocia, además, con terceros países, fuera de la U.E. de una forma más o menos permanente.

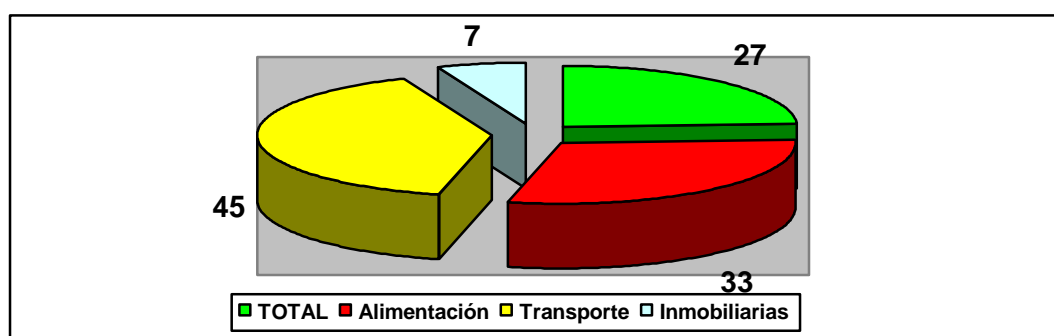
Ambito de actuación comercial de las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

El porcentaje de empresas con proyección internacional es más alto en las empresas con mayor número de empleados. Alimentación y Transporte son los sectores con mayor porcentaje de empresas en mercados internacionales y Construcción e Inmobiliarias las que menos.

Ambito internacional de las Pymes según sectores. (Porcentajes)



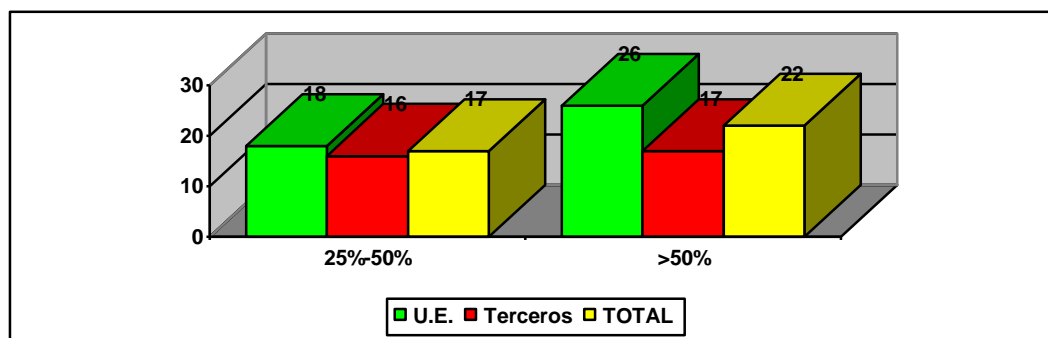
Fuente: Encuesta EOI 2000

Más de la mitad de las empresas que actúan en la U.E. tienen implantado un Sistema de Gestión de Calidad; el porcentaje entre las que negocian con terceros países es mayor. De igual manera el porcentaje de empresas innovadoras que negocian con terceros países es mayor que el de aquellas que lo hacen tan solo con la U.E.

Entre las empresas que mantienen relaciones comerciales con países de la U.E., más de la cuarta parte (26%) afirman que su volumen de negocio en este ámbito supone más del 50% de su actividad; y casi el 18% de dichas empresas dedican a los mercados de la U.E. entre el 25% y el 50% de su actividad.

Las cifras para terceros países son de un 17% de empresas que dedican a este ámbito mas de un 50% de su actividad y del 16% que le dedican entre el 25% y el 50% de su actividad.

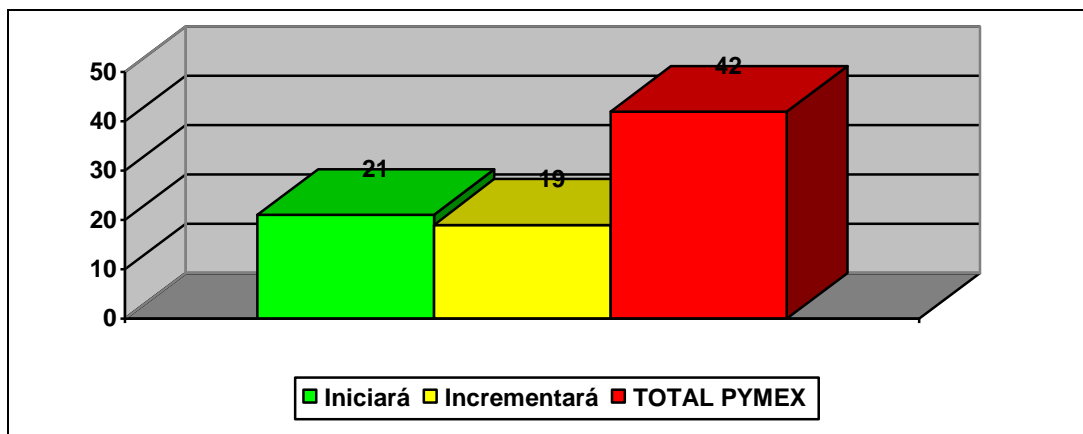
Volumen de actividad internacional de las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

De este 26,94% de empresas con actividad internacional, mas de dos terceras partes (69,42%), o sea un 18,50% del total tiene previsto incrementar sus actividades en sector exterior. En cuanto a las empresas que aún no han llevado a cabo operaciones de mercado exterior, tan solo una quinta parte (20,61%) tiene previsto iniciar esta clase de actividades. Esto supone un 15,12% del total de empresas consideradas, que sumado al 26,94% que ya actúan en mercados internacionales supone que más de un 40% de las Pymes andaluzas (41,78%) pretende acceder a los mercados exteriores.

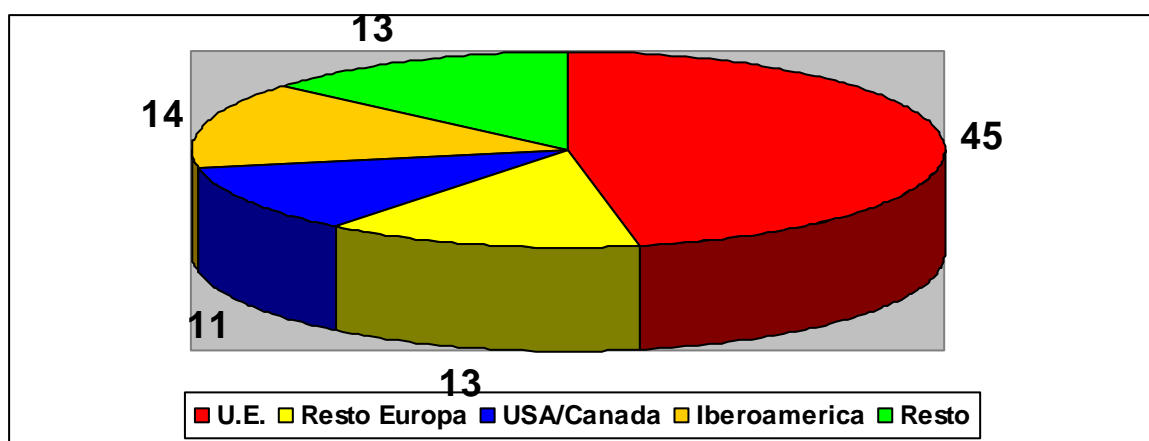
Inicio o incremento de la actividad internacional de las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

Como podría suponerse el objetivo preferente, tanto de las empresas que pretenden iniciar una actividad internacional como de aquellas que proyectan incrementar la ya existente, es la U.E. A continuación figura el resto de Europa, Iberoamérica, USA/Canadá y el resto del mundo. Tratándose de empresas andaluzas hubiera sido interesante conocer que porcentaje considerarían a los países del Magreb como destino de sus actividades empresariales.

Destinos prioritarios de la actividad exterior de las Pymes andaluzas. (Porcentaje)



Fuente: Encuesta EOI 2000

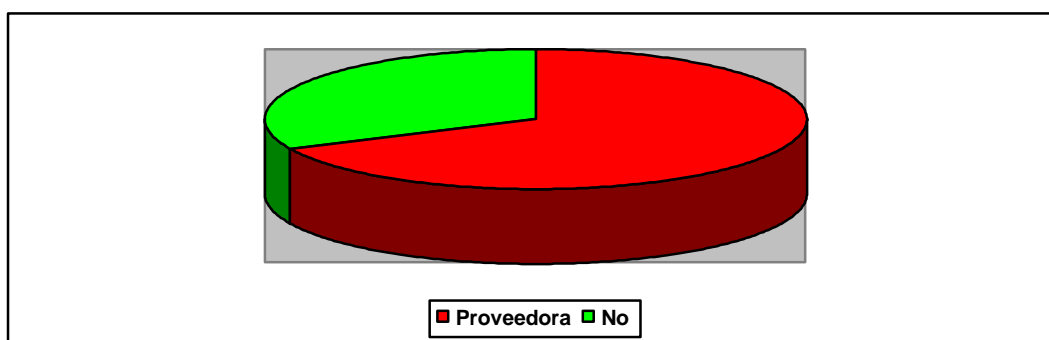
Resulta confuso, con los datos de que se dispone, determinar cual es exactamente el ámbito de actuación de las empresas, fundamentalmente el de aquellas que operan en

mercados locales, autonómicos o nacional. El hecho de que casi el 80% de las empresas afirmen que su intervención en el ámbito de la U.E. es nula puede ser coherente con el porcentaje de 26,94% de empresas que operan en ámbitos internacionales si se supone que algunas de las empresas que actúan en mercados de terceros países no operan con miembros de la U.E. Pero no es fácil explicar el que casi la mitad de las empresas (46,10%) afirmen no dirigir su mercado al ámbito local o que, el porcentaje de empresas que opera en el mercado nacional sea el 43,65% y el porcentaje de las que operan en el mercado autonómico sea del 36,53%.

5.1.4. Proveedores y clientes

Prácticamente dos tercios de las empresas entrevistadas son proveedoras de otras empresas. No consta si su negocio es exclusivamente B2B o si algunas o todas de entre ellas, tienen como cliente también al consumidor final.

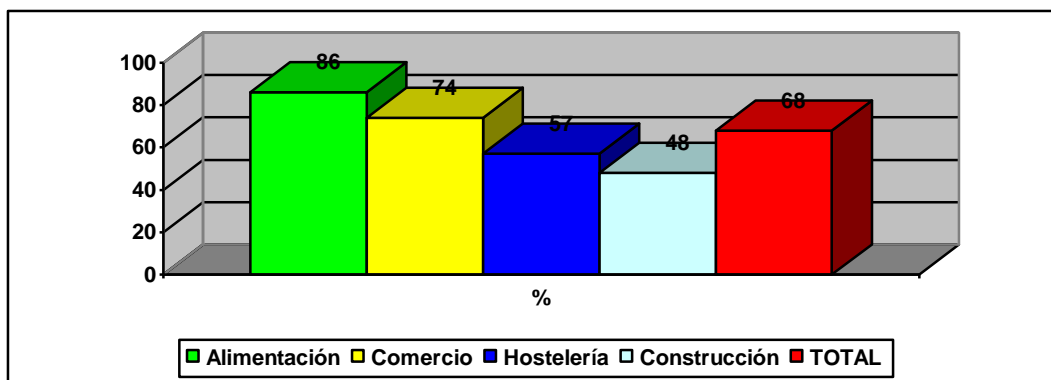
Porcentaje de Pymes andaluzas proveedoras de otras empresas.



Fuente: Encuesta EOI 2000

El sector de Alimentación es el que cuenta con un mayor porcentaje de empresas proveedoras de otras (87%). El sector Inmobiliario es el que presenta un menor porcentaje de empresas proveedoras de otras empresas (40%), mientras que las empresas comerciales son proveedoras de otras empresas en un 75% de los casos consultados.

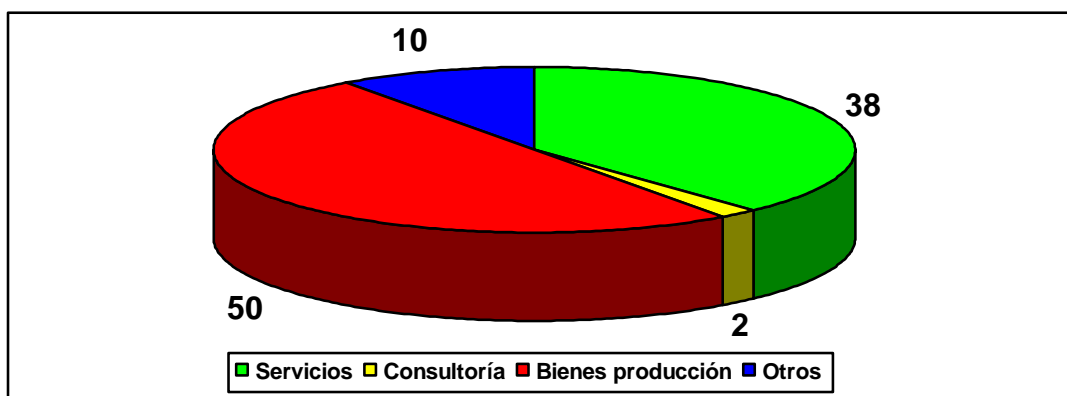
Porcentaje de Pymes andaluzas proveedoras de otras empresas, según sector



Fuente: Encuesta EOI 2000

Más de la tercera parte de las empresas proveedoras (38,68%) lo son de Servicios, según declaración del propio empresario. (Esto, que supone alrededor de una cuarta parte del total de empresas entrevistadas, (26,13%) es un porcentaje superior en casi un 8% al de empresas de servicios (18,89%) que figura en las respuestas a la pregunta específica que se hizo sobre el sector a que pertenece la empresa entrevistada). La mitad de las empresas proveedoras de otras lo son de medios de producción.

Actividad de las Pymes andaluzas proveedoras de otras empresas. (Porcentajes)



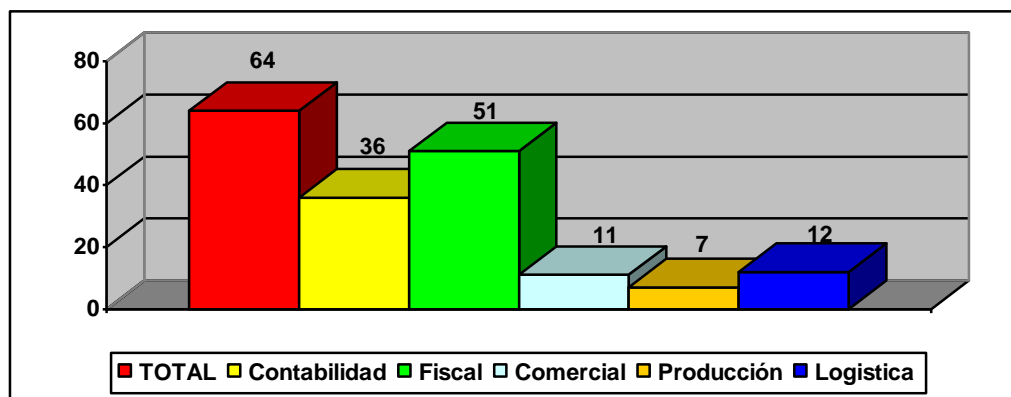
Fuente: Encuesta EOI 2000

5.1.5. Servicios Externos

Casi dos tercios de las empresas (64,22%) utiliza uno o varios servicios externos. La Asesoría Fiscal es el servicio externo más utilizado (51,11% del total de las empresas)

y la Producción “fuera de factoría” el que menos. (6,67%) Resulta asimismo sorprendente que tan solo algo más de la décima parte de las empresas (12%) reconozca utilizar servicios externos de Logística, si es que se incluye el transporte como parte de este concepto.

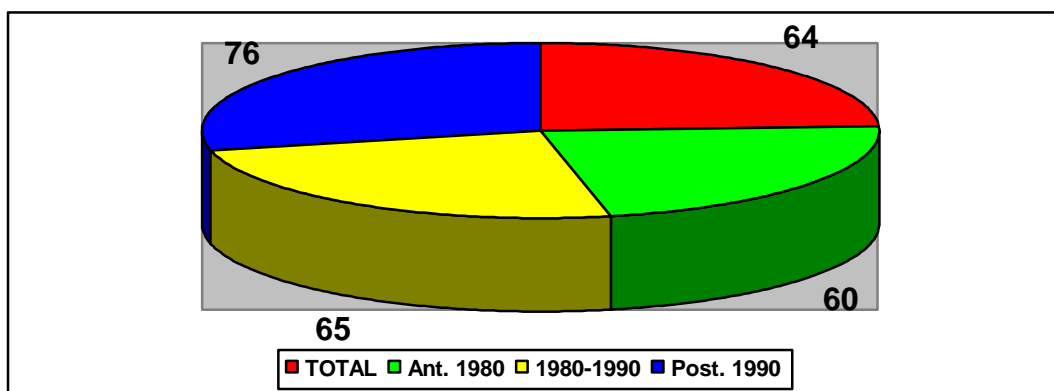
Servicios externos utilizados por las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

En este aspecto la única diferencia significativa que se aprecia entre empresas es la que se refiere a la antigüedad de las mismas. Así las empresas de más reciente creación utilizan más los servicios externos. El porcentaje medio (64,2%) es prácticamente el mismo que presentan las empresas creadas en la década de los '80 (65,7%). Las empresas de los '90 ofrecen un porcentaje de utilización de servicios externos del 76,6% y, en las anteriores a 1.980, el porcentaje es del 60,5%. Sería interesante comprobar si esto responde a una política deliberada de potenciar el “outsourcing” o se debe a deficiencias estructurales que se corregirán con el tiempo.

**Utilización por las Pymes andaluzas de servicios externos según antigüedad.
(Porcentajes)**

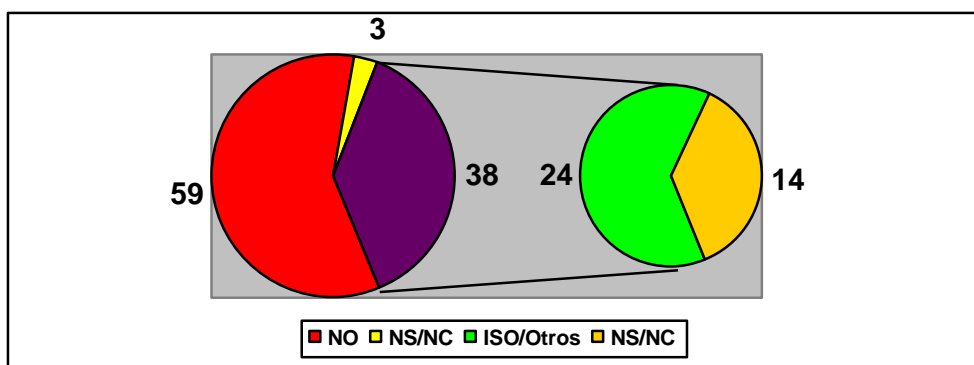


Fuente: Encuesta EOI 2000

5.1.6. Control de Calidad

Algo más de la tercera parte de las empresas encuestadas (37,78%) tienen implantado un sistema de Control de Calidad. De ellas, más o menos la mitad (52,35%) han implantado el ISO 9000.

Porcentajes de Pymes andaluzas que han implementado un S.G.C.

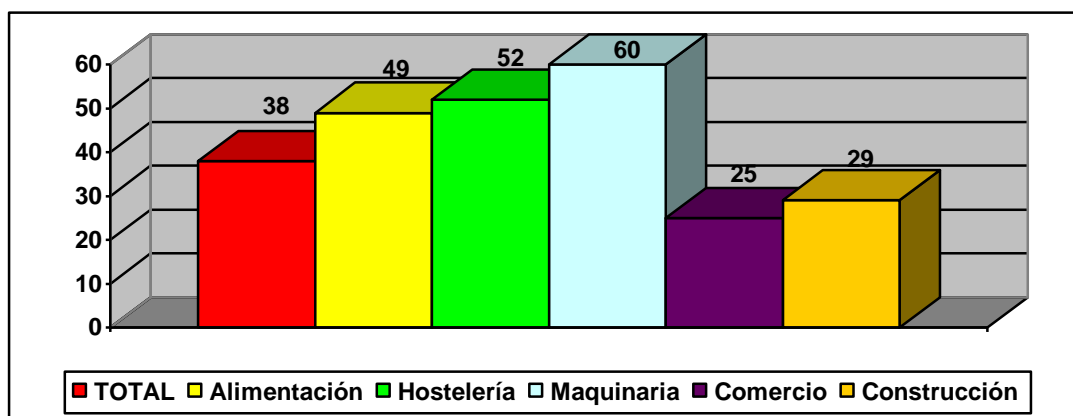


Fuente: Encuesta EOI 2000

Resulta chocante que casi el 40% de las empresas que aseguran disponer de un sistema de Control de Calidad (14% del total) no sepan cual es el sistema de control que tienen instalado.

El porcentaje de empresas que tienen implantado un Sistema de Control de Calidad aumenta al aumentar el número de empleados de la empresa. Por sectores, Maquinaria, Hostelería y Alimentación son los que más porcentaje de empresas tienen con S.G.C. implantado. Construcción y Comercio los que menos.

Implantación de S.G.C. en las Pymes andaluzas según sectores. Porcentajes



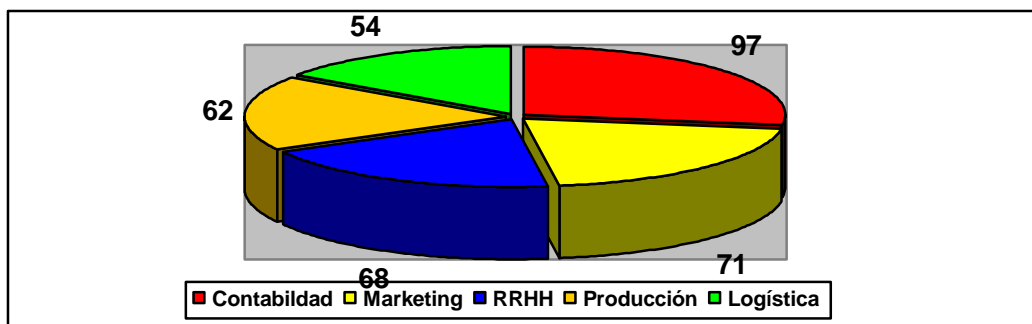
Fuente

: Encuesta EOI 2000

5.1.7. Nivel de Informatización

La Contabilidad, con prácticamente la totalidad de las empresas, (97,33%) es el área de gestión más informatizada, lo que parece contradecir la afirmación anterior de que más de un tercio de las empresas (36,00%) utilizan servicios externos para su Contabilidad. (Hay que entender que están informatizados pero se gestionan exteriormente)

Del resto de las actividades las de Personal, Ventas y Producción están informatizadas entre el 60% y el 70% de los casos y la Logística en poco más de la mitad de los casos. Pero sería interesante conocer si existen empresas que utilicen aplicaciones de ERP ó CRM en mayor o menor grado de sofisticación.

Áreas informatizadas en las Pymes andaluzas. (Porcentajes)

Fuente: Encuesta EOI 2000

El sector a que pertenece la empresa parece tener cierta influencia en cuanto al mayor o menor grado de informatización de la misma. Lo mismo ocurre en cuanto al tamaño de la empresa (empleados y facturación) y se observa una relación muy significativa entre las empresas que tienen implantado un S.G.C. y el grado de informatización de las mismas.

Informatización de las Pymes andaluzas según la implantación de un S.G.C. (Porcentajes)

%	TOTAL	CON S.G.C.	SIN S.G.C.
Contabilidad	71	75	67
RRHH	69	80	71
Producción	63	76	54
Logística	54	62	48

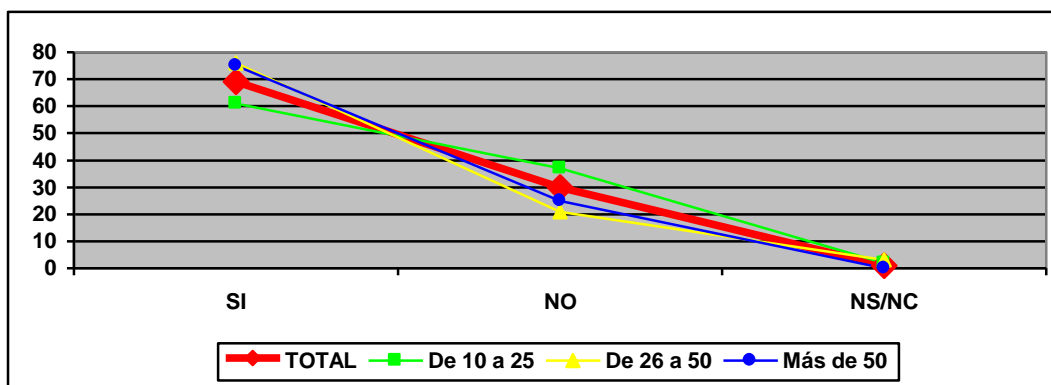
Fuente: Encuesta EOI 2000

5.1.8. Factores medioambientales

En general, el grado de conocimiento, por parte de las Pymes andaluzas, de la normativa medioambiental vigente es bastante alto según se desprende de las respuestas obtenidas. Menos de un tercio de las empresas preguntadas (28,89%) manifestaron desconocerla y son las empresas con más de 10 empleados las que,

aparentemente, manifiestan mayor preocupación por estas cuestiones, con independencia de otros factores como Sector, provincia, etc, ...

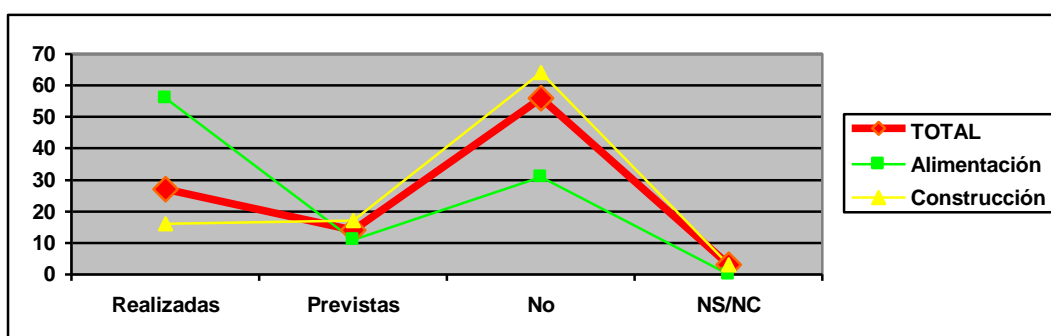
Grado de conocimiento de la normativa medioambiental entre las Pymes andaluzas según el número de empleados. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

Este conocimiento de la normativa, si se admite su existencia, no se traduce en una actuación consecuente con el mismo. El porcentaje de empresas que invirtieron (26,89%) o invertirán (14%) para corregir su impacto medioambiental no difiere demasiado del de aquellas empresas lo suficientemente preocupadas por las repercusiones medioambientales de su actividad como para designar una persona responsable de dichas repercusiones. (34%)

Inversiones medioambientales de las Pymes andaluzas según sector. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

Son las empresas de Alimentación las que, en mayor porcentaje, han efectuado inversiones en temas medioambientales, y las de Construcción las, al parecer, menos preocupadas por estas cuestiones. Existen diferencias significativas debidas a otras variables como N^a de empleados, disponer o no de un S.G.C. ser o no innovadora, ... pero son diferencias de menor cuantía.

Los residuos de la propia actividad son el factor contaminante que preocupa, a un mayor porcentaje de las empresas consideradas (46%). Los ruidos (22,00%) y la eliminación de los aceites usados (22,22%) son, por el contrario, los aspectos medioambientales que menos afectan a las Pymes andaluzas.

La importancia que las empresas de distintos sectores conceden a los diferentes aspectos contaminantes sigue una pauta que se puede calificar de “previsible”. Así Alimentación concede importancia a los residuos y a la contaminación de aguas, Hostelería a las aguas y a la eliminación de envases, Transporte a la contaminación atmosférica y a la eliminación de aceites usados, Construcción a los residuos y ruidos.

***Importancia de aspectos medioambientales para las Pymes andaluzas según sectores.
(Porcentajes)***

	%	ALIM	COM	HOST	TRAN	INMO	CONS	MAQ
Residuos	46							
Aguas	22							
Atmósfera	21							
Envases	41							
Aceit. Usad.	22							
Ruidos	32							

Fuente: Encuesta EOI 2000

La tabla anterior expresa, en su primera columna el factor medioambiental estudiado; a continuación se indica el porcentaje de empresas que lo consideran como Muy/Bastante

Importante. Los cuadros sombreados indican que, en el sector correspondiente, el porcentaje de empresas que consideran ese factor como Muy/Bastante Importante es superior a la media.

Puede resultar sorprendente que, en el sector de Hostelería se conceda importancia a, prácticamente todos los factores de contaminación medioambiental, pero lo que resulta poco coherente es que un sector como la Construcción considere relevantes tantos aspectos medioambientales y sea el que menos inversiones tiene previsto hacer para su corrección.

5.1.9. Equipo de responsables en la PYMES andaluzas.

Puede dar una idea del grado de concienciación de una empresa con aquellas áreas, no directamente relacionadas con la gestión financiera, pero significativas en cuanto a la estrategia empresarial el conocer si, entre sus equipos directivos, ha designado responsables para esas áreas “sensibles”.

Porcentaje de Pymes andaluzas que tienen designados responsables en áreas funcionales, según número de empleados

AREA	TOTAL	10-25	26-50	>50
Calidad	62	51	66	79
Medio Ambiente	35	28	34	51
Prevención de Riesgos	82	74	86	95
RRHH y Formación	62	49	66	80
Informática	83	78	86	87

Fuente: Encuesta EOI 2000

Entre las Pymes andaluzas más de las tres cuartas partes (82,44%) han designado un responsable para la Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales. La legislación exige, salvo en el caso de empresas con menos de 6 empleados, que todas las empresas

tengan un responsable (o equipo de responsables) para estos temas; estos responsables deben poder dedicar el tiempo necesario a la actividad de Prevención sin que en ello interfieran otras obligaciones laborales. Puesto que la muestra se ha tomado entre empresas con más de 10 empleados, técnicamente hay un incumplimiento de la legislación.

En el caso de que las responsabilidades asignadas a empleados en temas como Calidad, Recursos Humanos e Informática sean asignadas en dedicación exclusiva, es decir que no se compartan con otras actividades como Laboratorio de Control de Fabricación, Nóminas y Personal y Contabilidad respectivamente, resulta alentador el alto porcentaje de empresas que dedican la atención de sus equipos directivos a estas cuestiones. (Informática (82,67%), RRHH (62,00%), Calidad (62,22%)) Esto podría interpretarse como una prueba de una visión a largo plazo, de un interés por asuntos que trascienden el horizonte del “día a día”, lo que justificaría una estimación optimista sobre el futuro de las Pymes en Andalucía.

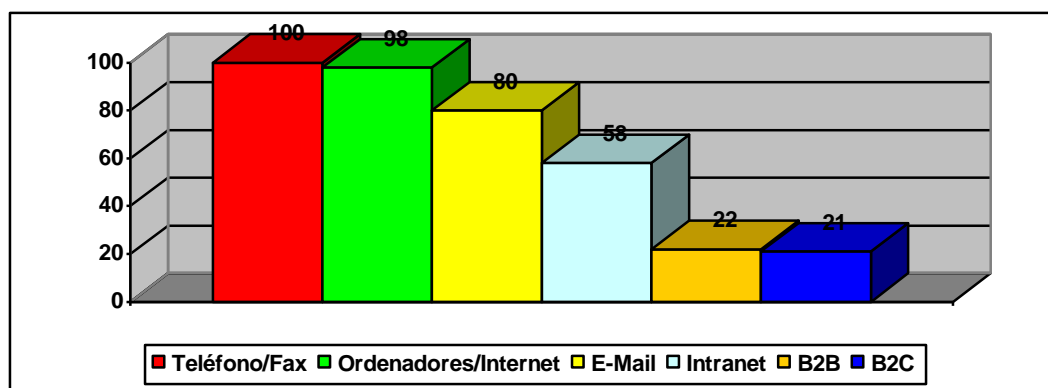
El factor que mas influencia tiene en el porcentaje de empresas que nombran responsables para estas áreas es, lógicamente, el número de empleados de la empresa, salvo en el caso de los responsables de informática en los que influye más el volumen de facturación. Otro factor relacionado con el porcentaje de empresas que nombran responsables para estas áreas funcionales es la existencia o no de un S.G.C.

5.1.10. Utilización de Herramientas de Gestión

En Herramientas de Gestión, el porcentaje de empresas que declaran usarlas puede considerarse como muy alto, en relación con los datos medios de que disponemos. Así el teléfono y el ordenador pueden considerarse de uso universal (99,8% y 97,6%); el correo electrónico se usa casi en un 80% de los casos. Más de la mitad de las empresas tienen sus equipos conectados en red y mas de la quinta parte emplean procedimientos relacionados con el e-business. Y el análisis de las dependencias muestra que no

existen diferencias significativas en los porcentajes de empresas que utilizan estas herramientas de gestión para ninguno de los factores considerados.

Uso de Herramientas de Gestión entre las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 2000

Variables explicativas

Puede ser interesante terminar con una breve referencia a las variables explicativas y a la influencia que han ejercido según se muestra en la tabla adjunta. Las conclusiones que se extraigan acerca de su influencia o falta de ella pueden servir como punto de partida para el diseño de otras encuestas en posteriores estudios.

Las variables que menos han afectado a los resultados de la encuesta han sido, según el número de preguntas dependientes de ellas: Proveedor de otras empresas (2), Utilización de Servicios Exteriores (2), Provincia (4) y Antigüedad (4). Entre las que mas relaciones de dependencia han establecido están: Sector (30), Sistema de Gestión de la Calidad (22), Número de empleados (21) y Empresa Innovadora (19). Algunas variables han tenido una influencia en áreas muy concretas como Evolución de la Actividad (12) que ha afectado, fundamentalmente, a las cuestiones sobre el empleo.

Resulta, hasta cierto punto, sorprendente el que la existencia o no de un S.G.C. influya en tantas cuestiones. Es este uno de los casos, antes citados, en los que no puede establecerse una relación causal directa. Cabe suponer que el hecho de que una empresa

implante un S.G.C. denota una mentalidad o actitud que ejerce su influencia en muchas otras cuestiones.

El procedimiento seguido para llevar a cabo este análisis de la percepción de los empresarios sobre la realidad de las Pymes ha sido considerar los porcentajes globales de respuestas a las cuestiones planteadas y, seguidamente, analizar la repercusión que las doce variables designadas tenían sobre dichos porcentajes, en el caso en que ejercieran alguna influencia significativa sobre ellos.

De igual manera se podría partir de cada una de las doce variables de contingencia, señalando en que factores ejercían alguna influencia significativa y comparando los resultados para cada uno de las categorías en que se estructura la variable de contingencia con el resultado global. Resulta una cuestión de preferencias personales el optar por uno u otro procedimiento.

6. LA TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS ANDALUZAS

El siglo XXI presentará un fuerte desafío a las empresas andaluzas, fundamentalmente por la globalización y la segmentación de los mercados; una mayor agresividad en la competitividad determinada tanto por el precio y la calidad de los productos, como por la seguridad personal y ecológica y por la agilidad de los servicios; la versatilidad de los productos, con constante incorporación de nuevas tecnologías; la incorporación de nuevos sistemas de comunicaciones; las exigencias de mejor formación y adaptación de los trabajadores a las nuevas técnicas.

En la empresa moderna el desarrollo tecnológico es el principal motor de crecimiento y por ello los sectores más competitivos son aquellos que dedican mayores recursos a los procesos de innovación tecnológica. Si la mayor parte de las empresas españolas se sitúan en sectores de bajo nivel tecnológico, esto es más acusado en Andalucía donde las empresas con mayor nivel tecnológico no tienen en general sus centros decisionales dentro de la Comunidad Autónoma.

Se entiende por tecnología el conjunto de conocimientos, procesos y procedimientos utilizados en una actividad productiva. La tecnología de una empresa es una combinación específica y única de todo estos elementos, algunos de los cuales son similares a los utilizados por la generalidad de las empresas - tecnologías horizontales- y otros son compartidos por las empresas que se dedican a una misma actividad productiva - tecnologías sectoriales o verticales -. La mayor o menor actualidad y complejidad relativas de estos elementos determinan el nivel tecnológico de una empresa o de un sector en su conjunto, y la agregación de estos el nivel tecnológico de una economía. La ventaja competitiva basada en la tecnología radica precisamente en una combinación distintiva de conocimientos, procesos y procedimientos valorada por el mercado y protegida de la imitación mediante la protección de la exclusividad o la renovación continuada.

En Andalucía trabaja el 9% de los investigadores españoles y se ejecuta algo más del 8% del gasto nacional total en I+D, aunque estas cifras deben matizarse teniendo en cuenta la intensidad relativa de este tipo de gasto y también su procedencia. Así, el gasto en I+D representa un 0,6% del VAB regional en el periodo 1991-1993 frente a casi un 1% en el conjunto nacional, ya de por sí bastante alejado de las cifras europeas o de la OCDE. En cuanto a su origen es fundamentalmente público: casi un 55% se realiza en las Universidades y sólo un 24% es realizado por las empresas frente al mayor equilibrio del total nacional.

Gastos en I+D. 1994

	Andalucía	España	Andalucía/España (%)
Gastos I+D	100,00	100,00	8,22
Universidades	54,9	31,6	14,30
AA.PP	20,8	20,7	8,24
Empresas	24,3	46,7	4,26
Otras entidades	0,0	1,0	0,34
Personal	100,00	100,00	9,12
Universidades	61,3	43,1	12,97
AA.PP	19,7	21,8	8,24
Empresas	18,9	34,0	5,07
Otras entidades	0,1	1,1	0,44

Fuente: INE. 1996

Las empresas andaluzas realizan sólo el 4% del gasto empresarial nacional en I+D, lo que se puede considerar bastante modesto el esfuerzo empresarial andaluz en este campo. Además, la desvinculación entre la investigación pública y la industria impide que el gasto público tenga una contribución efectiva al desarrollo tecnológico industrial. Un reflejo de los resultados del gasto en I+D viene dado por el número de solicitudes de patentes, que ha sido sólo el 6% del total nacional en el periodo 1988/1993.

Por otra parte, es reducida la presencia de instituciones del comúnmente denominado entorno tecnológico, al que corresponde la generación o adaptación de tecnologías próximas a su aplicación industrial. Respecto al total nacional se hallan en Andalucía sólo un 3% de los fabricantes de maquinaria y equipo mecánico, y un 2,2%, de los fabricantes de equipos de control de procesos. Es algo más significativa la presencia de servicios técnicos de arquitectura, ingeniería y análisis técnico (7,4%) y de servicios de ensayo y análisis técnico (12,1%), pero es preocupante la ausencia de institutos tecnológicos con la misión y actividades que existen en otras comunidades autónomas.

La participación en programas nacionales o internacionales de promoción tecnológica industrial es también bastante modesta. Además se identifican solamente unas 250 empresas con un nivel tecnológico elevado y con cierta capacidad de innovación, confirmado la dualidad de la industria andaluza: por una parte establecimiento de grandes empresas expuestas a la competencia internacional y un reducido conjunto de pymes innovadoras, y por otro una mayoría de empresas de nivel tecnológico medio o bajo, muy orientadas hacia el mercado regional, o a lo sumo, nacional.

6.1. Tecnología e innovación.

El desarrollo tecnológico y la innovación son los motores para transformar el conocimiento en riqueza. Por ello, los sectores y las empresas más competitivas en la economía moderna son aquellos que dedican mayores recursos a los procesos de innovación tecnológica.

La clave de la modernización tecnológica consiste en impulsar la formación de un tejido tecnológico productivo, en el que es esencial tanto la modernización de los procesos, como la adecuada complementariedad entre innovación, la producción de tecnologías y su utilización por la empresa.

En el proceso de cambio tecnológico, existen tres momentos o estados fundamentales, invención, innovación y difusión, que no deben entenderse como fases de un proceso que fluye de forma unidireccional y sin realimentaciones, sino como un esquema organizativo de utilidad para el análisis del cambio.

- ✓ La invención es la creación de una idea potencialmente generadora de beneficios comerciales, pero no necesariamente realizada de forma concreta.
- ✓ La innovación consiste en la aplicación comercial de una idea. Se trata de un hecho comercial y social que crea riqueza y conocimiento.
- ✓ La difusión se basa en la diseminación en la sociedad de una innovación. Es el estado en el cual se ve afectada la economía, obteniendo los beneficios de la innovación.

El progreso de la economía de un país depende de su capacidad para realizar estas actividades, que no tienen por que producirse con igual intensidad en diferentes organizaciones y sociedades. Las tres precisan recursos y habilidades de naturaleza diferente, por lo que los mecanismos de estímulo son distintos para cada una de ellas.

La importancia relativa de las tres actividades también es diferente. La innovación demanda más recursos que la invención, pero no es necesario que el innovador haya realizado previamente la invención, sino que puede tomar o adaptar una ya realizada por otro. La difusión, por su parte, es más crítica que la innovación, puesto que es el requisito imprescindible para que la sociedad reciba los beneficios de esta.

Sin embargo, para que la difusión tenga plenos efectos en una economía moderna sí es necesario que los agentes de la nación hayan efectuado el paso previo de la innovación. Por este motivo, la innovación es el elemento que se considera más a fondo en los estudios de cambio, hasta el punto de que, a menudo, se utilizan indistintamente los términos innovación y cambio como sinónimos.

El cambio en una empresa puede darse a través de innovaciones que se producen por primera vez en la sociedad o a través de innovaciones que han surgido en otro entorno y que la empresa asimila en sus prácticas por primera vez. Esta es la razón por la que existe un doble punto de vista a la hora de identificar y valorar las innovaciones; las que son nuevas para la sociedad y las que son nuevas para la institución que las realiza.

Si bien las primeras tienen más mérito y son las que suelen dar más beneficios, no es menos cierto que las segundas también requieren un cierto esfuerzo, debido al grado de incertidumbre que imponen a la organización, y también proporcionan importantes beneficios. Por ello, es importante la revisión continua de innovaciones introducidas en otros entornos para poder aprovecharlas lo antes posible, dependiendo del nivel de incertidumbre que la organización sea capaz de aceptar.

6.1.1. Tipos de innovación

El cambio, o la innovación, puede producirse de varias maneras diferentes:

- ✓ Introducción de un nuevo producto, o de una nueva característica en un producto, con el que los consumidores no estén aún familiarizados (innovación de producto).
- ✓ Introducción de un nuevo método de producción, es decir, uno que no ha sido probado todavía en la rama de actividad que se considera (innovación de procesos).
- ✓ La apertura de un nuevo mercado, es decir, un mercado en el que no se había entrado todavía, aunque el mercado pudiera existir previamente.

- ✓ El empleo de una nueva fuente de materias primas, de factores de producción o de productos semi-manufacturados, independientemente de si existía ya con anterioridad o ha tenido que ser creada.
- ✓ El desarrollo de un nuevo tipo de organización como, por ejemplo, la creación de una nueva posición en el mercado.

De estos cinco tipos de innovación, la innovación tecnológica se asocia con los dos primeros: innovación de procesos e innovación de productos, que son los relacionados directamente con los medios físicos. Este es el tipo de innovación que se considera en este estudio.

6.1.2. Técnica, Tecnología y Ciencia

La técnica y la tecnología se entienden generalmente como los medios – tanto físicos, dispositivos y herramientas como el conocimiento que se tiene sobre ellos- que intervienen en la producción de unos resultados a partir de unas entradas (tecnología de procesos) o en el funcionamiento de productos o servicios (tecnología de productos).

Tradicionalmente, estos medios estaban basados fundamentalmente en habilidades manuales y visuales y en la experiencia práctica que se transmitía de generación a generación por algún tipo de aprendizaje basado en la práctica, a los que los sajones denominan “learning doing”. Cuando es ésta la situación, se habla de técnica.

La expresión tecnología, con su connotación de un sistema de aprendizaje más formal y sistemático, sólo comenzó a ser de uso general cuando los mecanismos de producción comenzaron a ser de una complejidad tal que los métodos tradicionales de aprendizaje no eran suficientes. Por otro lado, tecnología también connota un cierto dinamismo por el que la base del conocimiento sobre la que descansa no se considera terminada, sino en continuo desarrollo.

Por lo tanto, tanto técnica como tecnología se refieren al conjunto de medios y conocimientos orientados a la consecución de un fin de índole práctico. Sin embargo, en el caso de la tecnología esta base se halla en plena evolución, siendo necesario tener un conocimiento profundo de lo que se hace y por qué se hace. Por el contrario, cuando estos mecanismos se consideran suficientemente probados y conocidos y se pueden aprender mediante la práctica, se está ante una técnica.

Un buen nivel técnico consiste, entonces, en la capacidad de empleo de métodos, instrumentos y equipos para obtener resultados prácticos. Un buen nivel tecnológico exige además la comprensión profunda de las limitaciones y perspectivas de dichas habilidades y la capacidad de mejora de las mismas. La palabra tecnología implica una capacidad de cambio y mejora del conocimiento incluido en las técnicas.

Respecto a la ciencia, si la tecnología se asocia en general con el proceso de invención, innovación y difusión para la obtención de fines prácticos, la ciencia se asocia con el conocimiento base. La principal diferencia radica en los objetivos de las comunidades de personas que trabajan en una o en otra.

Para los tecnólogos, el valor de innovar reside no sólo en la consecución de un fin práctico, sino en la retribución particular que se obtiene. Para la comunidad científica, por el contrario, el conocimiento es un bien público que debe perseguirse en sí mismo, y los científicos compiten por ser los primeros en publicar sus ideas y en obtener el conocimiento público.

Por lo tanto, las políticas científicas y tecnológicas deben tener orientaciones diferentes puesto que los científicos y los tecnólogos tienen diferentes sistemas de incentivos. Sin embargo, ambas políticas no deben considerarse de forma aislada, ya que ciencia y tecnología están íntimamente relacionadas en el proceso de cambio técnico desde la mitad del siglo pasado.

6.1.3. Clasificaciones de las Innovaciones Tecnológicas

De acuerdo con lo expuesto hasta aquí, la innovación tecnológica consiste en la introducción comercial de nuevos productos y procesos obtenidos a partir de la creación de conocimiento sobre los medios empleados.

Se han realizado múltiples clasificaciones de las innovaciones tecnológicas. La primera de ellas, ya comentada, utiliza como criterio el objeto de la innovación, y los dos tipos que considera son innovaciones de productos y de procesos. Una segunda clasificación atiende al impacto que supone la innovación, y considera cuatro tipos:

- ✓ Innovación Progresiva o Incremental. Se trata de pequeñas mejoras introducidas en productos y procesos. Si bien aisladamente son poco significativas, se suceden continuamente de forma acumulativa y constituyen la base permanente del proceso innovador. Un ejemplo puede ser los continuos cambios introducidos en las redes telefónicas para mejorar la calidad del sonido.
- ✓ Innovación Total o radical. Son innovaciones que crean nuevos productos y procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los que existían anteriormente. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las incrementales, sí surgen frecuentemente. Un ejemplo puede ser la televisión.
- ✓ Nuevo sistema tecnológico. Se trata de un tipo de innovación que tiene gran influencia en todo el sistema económico. Afecta a las condiciones de producción no sólo en los sectores en los que se utiliza principalmente, sino en muchos otros tanto industriales como de servicios. De hecho, más que innovaciones aisladas, provocan una serie de innovaciones asociadas sobre una base tecnológica común. Los materiales sintéticos son un ejemplo de este tipo.

- ✓ Revoluciones tecnológicas. Estas innovaciones ocasionan cambios en los paradigmas tecno-económicos asociados con los ciclos económicos largos. Dos ejemplos pueden ser la máquina de vapor y el transistor.
- ✓ Una tercera clasificación atiende a los resultados tecnológicos en los que se basa la innovación:
- ✓ Basadas en hallazgo tecnológico. Parten de nuevos fenómenos físicos o de fenómenos que se explotan por primera vez. Un posible ejemplo es el transistor.
- ✓ Basadas en fusión tecnológica. Consisten en la unión de varias tecnologías diferentes para la producción de un grupo más complejo de productos tecnológicos. Como ejemplo se puede considerar la mecatronica, fusión de la mecánica y la electrónica.

La cuarta y última clasificación que se va a comentar, utiliza como criterio el origen o la motivación de la innovación. La innovación tecnológica puede tener su origen en procesos de invención desencadenados bien por la aparición de una oportunidad tecnológica, o por la detección de una necesidad en el mercado, lo que da lugar a una nueva clasificación:

- ✓ Impulsadas por la tecnología. Estas innovaciones surgen tras la aparición de nuevos resultados tecnológicos que no habían sido buscados para satisfacer ninguna necesidad concreta. Un ejemplo es el uso del transistor en los circuitos electrónicos. En este caso, la invención se basa en un descubrimiento y en la búsqueda de su aplicación.
- ✓ Atraídas por el mercado. Se trata de innovaciones en las cuales el trabajo de desarrollo de tecnología ha ido dirigido desde el principio a la satisfacción de una necesidad y al abastecimiento de un mercado. Un ejemplo es el motor de

inyección. Aquí son necesario evidencias, una necesidad no atendida debidamente y buscar la tecnología adecuada.

La innovación atraída por el mercado es generalmente de naturaleza incremental, tiene menos riesgo y una probable materialización a corto plazo. La innovación dirigida por la tecnología es frecuentemente radical, con alteraciones significativas en la forma de resolver una necesidad conocida, y no suele acumularse fácilmente a otras innovaciones de naturaleza semejante. Al mismo tiempo, suele suponer un riesgo comercial con un coste frecuentemente elevado, pero históricamente, las innovaciones radicales con éxito han supuesto enormes beneficios.

El mundo de hoy está caracterizado por la innovación atraída por el mercado, incremental y producida fusión de tecnologías. Todos los especialistas parecen convencidos de la mayor eficacia innovadora e industrial de este tipo de innovación, que exige comportamientos empresariales distintos de los tradicionales, que se orientaban más hacia la innovación impulsada por la tecnología, radical y basada en nuevos hallazgos tecnológicos.

Por otro lado, la invención del transistor y la introducción de la microelectrónica han generado una infinidad de innovaciones repartidas en toda la sociedad que han producido lo que se ha dado en llamar la revolución de la tecnología de la información y la sociedad de la información. Algunos expertos ven esta evolución como un cambio de paradigma tecno-económico que precisa cambios profundos en las estructuras institucionales, tanto sociales como económicas, para su aprovechamiento pleno.

6.1.4. Acceso de las Pymes a la innovación

La adopción de nuevas tecnologías tiene algunas barreras específicas en el caso de las pymes: el riesgo financiero puede ser relativamente elevado, pueden adolecer de competencia técnica para comprender e implementar la tecnología y además la

información relevante puede no ser fácilmente comprensible. Estas barreras se elevan cuando la tecnología no está estandarizada y es necesaria su adaptación.

La modernización tecnológica es la resultante del desarrollo armónico de los tres componentes de la tecnología: instrumentos, procedimientos y conocimientos, cuyo desequilibrio puede incluso conducir a una merma de la ventaja competitiva de la empresa. Y además, debe situarse en el marco general de las necesidades de innovación de una pyme, que incluye la organización, formación, comercialización, financiación etc., para asegurar una asimilación rápida y eficaz de la tecnología nueva.

6.1.5. Desarrollo tecnológico e innovación en las Pymes en Andalucía

Tanto si considera el grado de incorporación y producción de nuevas tecnologías, cuanto a la capacidad de investigación de las empresas, la Pyme se caracteriza por tener un escaso nivel desarrollo bajo

El menor desarrollo relativo de las Pymes en actividades de investigación y desarrollo tecnológico exige desarrollar una estrategia con una decidida orientación hacia los factores de innovación y tecnología, como motores de competitividad. Esta estrategia de desarrollo tecnológico deberá incorporar varias líneas de actuación:

- ✓ Tratar de organizar de forma más efectiva el acceso de las Pymes a los diferentes Programas de fomento de la capacidad innovadora y tecnológica.
- ✓ Ofrecer servicios de asesoramientos a empresas a través de asesores tecnológicos que en combinación con centros de empresas especializados, deben prestar asistencia a las empresas en la identificación de puntos fuertes y débiles y en la formulación de propuestas de mejora tecnológica.

- ✓ Reforzar los vínculos entre la empresa, la Universidad y otros centros públicos de investigación. La investigación y el desarrollo tecnológico son factores básicos para la competitividad de la empresa.

- ✓ Se deben de considerar las líneas de apoyos financieros combinados, destinada a fomentar la incorporación de actividades de investigación y desarrollo en la empresa. La finalidad última de estas ayudas es apoyar a las pymes en los procesos de innovación que puedan suponer una mejora competitiva de cara a garantizar su viabilidad futura.

6.2. Tecnologías de Innovación como elemento de cambio en procesos y organizaciones.

Ya se ha reiterado que en una unidad productiva, la innovación tecnológica se puede dirigir a la mejora de los procesos (innovación de procesos) o la creación de nuevos productos (innovación de productos). Estas innovaciones generan siempre una serie de efectos que posteriormente trascienden a la propia unidad productiva, afectando a todo el sistema económico y social.

La innovación de procesos provoca, en primer lugar, una reducción de los costes de producción de bienes y servicios, lo que a su vez causa una reducción en el precio final de los productos y, por tanto, un aumento de la demanda. Cuánto aumente la demanda y cuánto se reduzca el precio dependerán de la sensibilidad de la demanda respecto al precio.

La innovación de productos provoca la aparición de nuevos bienes y servicios en el mercado, lo que trae como consecuencia un desplazamiento de la demanda que antes estaba centrada en otros productos.

Ambos tipos de innovaciones en la unidad productiva alcanzan a todo el entorno socioeconómico del país. Los residentes se ven afectados en tanto receptores de renta y en tanto agentes de consumo e inversión. Las otras unidades productivas dentro

del mismo sector también se ven afectadas, pues se ven obligadas a innovar y a producir más barato para mantener sus cuotas de mercado. Por último, los efectos también llegan al resto de las ramas productivas, fundamentalmente a través de las nuevas demandas de los factores de producción (especialmente el trabajo) que son comunes a ellas.

Seguidamente, se comentan someramente los diferentes efectos de las innovaciones tecnológicas de acuerdo con la siguiente clasificación:

- ✓ Efectos sobre el crecimiento, mediante el estímulo de la demanda y por tanto de la producción.
- ✓ Efectos sobre la productividad y la competitividad, mediante la reducción de costes.
- ✓ Efectos sobre la renta y el bienestar, mediante el aumento de la producción del país y la aparición de productos nuevos y de más calidad.
- ✓ Efectos sobre el empleo y los mercados de trabajo, mediante el estímulo de la demanda de productos y las nuevas demandas del factor trabajo.
- ✓ Efectos sobre las necesidades de formación y cualificación, mediante la demanda de trabajadores con conocimiento de nuevas técnicas.
- ✓ Efectos sobre la distribución social, mediante la aparición de nuevos sectores y la desaparición de otros.

6.2.1. Efectos sobre el crecimiento

La innovación se da siempre acompañada de una inversión en bienes tangibles, ya sean bienes de capital o de equipo. Esta inversión se transmite a los sectores suministradores, en los cuales se produce un aumento de producción, afectando a su vez a sus propios proveedores. De esta forma, el efecto inicial se transmite en cascada a lo largo y ancho de la comunidad, actuando sobre toda la economía con factor multiplicador.

Otro efecto añadido que se produce es un cambio sustancial en la estructura productiva de las economías, con el avance de algunas ramas industriales y la reducción de la importancia relativa de los sectores agrarios.

6.2.2. Efectos sobre la productividad y la competitividad

La innovación produce un ahorro de factores de producción (energía, trabajo, etc.) por unidad de producto, con lo que se produce un aumento de la productividad y una disminución de los costes. Esto permite, a su vez, una disminución de los precios de los bienes y servicios finales. El aumento de productividad se traduce en una mayor competitividad que estimula a otras empresas y sectores de la comunidad a innovar y aumentar su propia productividad y de la competitividad del sistema productivo nacional.

El aumento de la competitividad de la comunidad es lo que puede permitirle mantener una posición favorable en el contexto internacional y ganar importantes cuotas de mercado. La comunidad se especializa en los sectores en los que tienen una posición más sólida, alcanzando economías de escala que le permiten seguir aumentando la productividad y la competitividad. Las consecuencias que se producen en la relación real de intercambio también son positivas, como muestra la experiencia empírica. Por último se observa una convergencia tecnológica entre los

países más innovadores, que relega a un segundo plano a los países que dedican menos esfuerzos al desarrollo tecnológico.

6.2.3. Efectos sobre la renta y el bienestar

El crecimiento, y el aumento de la productividad y la competitividad frente a otras naciones produce un aumento de la renta de los residentes del país a través de salarios, beneficios empresariales y a través de un mayor poder adquisitivo. De forma añadida, se produce un incremento de la calidad de los productos, lo que redunda en un aumento del bienestar general.

6.2.4. Efectos sobre el empleo y los mercados de trabajo

La innovación de procesos produce un ahorro inmediato del trabajo necesario por unidad de producto, lo que se interpreta a menudo en el sentido que las innovaciones crean desempleo. Sin embargo, la reducción de costes aumenta a su vez la demanda de productos. Si la sensibilidad de la demanda es suficiente, el efecto será un aumento tal de demanda que precisará una cantidad superior de trabajo que la que existía en origen, con la consiguiente creación neta de empleo.

Lo mismo ocurre con la innovación de productos. Al crearse productos nuevos, se crean nuevas componentes de la demanda y, si la demanda de los productos anteriores no se ve demasiado afectada, la demanda agregada aumenta, produciéndose de nuevo una creación neta de empleo.

Un efecto añadido, y ya comentado, que producen los avances tecnológicos son cambios en la estructura productiva que alteran la distribución de empleo entre sectores. La consecuencia inmediata es que se crean desajustes entre los tipos de empleo necesarios para la nueva estructura productiva y los perfiles de los trabajadores disponibles.

6.2.5. Efectos sobre las necesidades de formación

Las innovaciones tecnológicas producen la aparición continua de nuevos tipos de trabajos, lo cual genera la necesidad de nuevas cualificaciones y conocimientos. En la actualidad, este fenómeno se está haciendo notar poderosamente en la mayoría de los países. Como resultado de ello, es necesaria una actualización continua de la formación de los empleados durante su vida profesional. De forma añadida, los sistemas educativos se orientan hacia una formación general que permita la adaptación de los futuros trabajadores a los continuos cambios en los contenidos de los puestos de trabajo.

6.2.6. Efectos sobre la distribución social

Durante la asimilación del progreso técnico, surgen desajustes y efectos de distribución asimétrica en la sociedad que pueden resultar dolorosos. Junto a unos sectores que florecen, se produce la desaparición de otros sectores tradicionales, con sus secuelas para el empleo en las zonas de localización, y la aparición de desigualdades en el acceso a los beneficios derivados de las innovaciones. De ello se deriva la necesidad de que los poderes públicos introduzcan elementos correctores de las desigualdades que se producen.

6.3. Adaptación a la Sociedad de la Información: comercio electrónico, Internet, etc.

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) son actualmente verdaderas locomotoras del cambio y desarrollo económico. La telecomunicaciones ofrecen la posibilidad de influir en las corrientes comerciales, acelerar el ritmo de adopción de nuevas tecnologías y, en general, cambiar las estructuras y reducir los costes de producción.

Las tecnologías de la información y de la comunicación son responsables directas de la mayor parte del crecimiento del PIB, por su efecto dinamizador sobre todos los sectores industriales, económicos y de la vida general.

Las tecnologías de la información tienen, por tanto, mayor importancia dada su incidencia en la mejora de las operaciones y de la competitividad de las empresas. Los Servicios Avanzados de Telecomunicaciones (SAT) son un habilitador de los procesos de reducción de costes de intermediación e infraestructuras, así como de incremento de ventas. Siendo estos así, es un hecho objetivo que la Pymes tienen ciertas debilidades, que hacen más difícil la implantación de SAT, tales como: escasa informatización y aplicación de nuevas tecnologías; pocos conocimientos SAT en las Pymes; debilidad financiera; dificultad para ver el retorno de la inversión, etc.

El fenómeno de la globalización económica obligará a las empresas andaluzas, en su mayoría Pymes, a identificar y desarrollar nuevos factores diferenciadores competitivos en respuesta a la dinámica cambiante del mercado

El comercio electrónico ofrece la oportunidad de generar ventajas competitivas basadas en la relación con el cliente, permitiendo a las empresas relacionar a compradores y vendedores y entregar productos y servicios con unos costes y activos mucho menores de lo que había sido posible hasta ahora. Su uso por las Pymes constituye un factor estratégico.

Entre otros efectos, el comercio electrónico producirá cambios profundos en las estrategias de gestión de marca y productos tradicionales. En muchos casos ofrece una mejora real sobre la distribución tradicional en términos de selección, precio y proceso de pedido/entrega. Permite personalizar las interacciones con los clientes y generar fidelidad en el cliente ofreciendo información y opciones personalizadas para reducir el tiempo y los gastos incurridos en la negociación con la empresa. Permite ofrecer nuevos servicios de valor añadido por medio de Internet.

6.4. Adaptación de las Pymes andaluzas a las Normas ISO de Calidad

La implantación y certificación de sistemas de calidad ha experimentado un considerable aumento en los últimos años. En España la cifra de empresas certificadas supera las 9000 y en Andalucía el total es de 856.

Por provincias el porcentaje es el siguiente:

Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
9%	8%	9%	6%	7%	13%	13%	35%

Fuente: AENOR 1999

La calidad es un factor primordial en la competitividad de las empresas, producir con calidad, servir con calidad, son solo parte de una nueva cultura global, la Cultura de la Calidad, de la que deben beneficiarse todas las actividades de la empresa, sus procesos y sus productos.

El Sistema de Calidad Total intenta dirigir de manera sistematizada los cambios necesarios en la gestión empresarial al objeto de alcanzar un mayor valor de la producción y el abaratamiento de costes. Este sistema pretende la implantación de un sistema de gestión completo en todos los ámbitos de la empresa, por lo que esperar que una buena parte de las Pymes industriales andaluzas acometan el reto de implementar sistemas de calidad total, sea un objetivo inalcanzable a medio plazo. Es más factible intentar que las industrias andaluzas inicien el cambio en su gestión empresarial, implantando sistemas de aseguramiento de la calidad de sus productos, sistemas de gestión, servicios, instalaciones, seguridad, etc.

El aseguramiento de la calidad significa básicamente que la empresa comprometida con la calidad debe implantar un método formal de trabajo que garantice el cumplimiento de los requisitos mediante el control efectivo de todas las actividades y la corrección de las no conformidades. Este sistema debe permitir la utilización de los recursos con eficacia y eficiencia.

La implantación de un Sistema de Calidad ISO 9000 es una oportunidad excelente para que, con un coste razonable, se implanten medidas efectivas de mejora interna. Los beneficios que aporta el aseguramiento de la calidad a las empresas son: en primer lugar y más evidente, constituye una oportunidad única de analizar de forma conjunta y sistemática los procesos y la organización de la empresa, lo que permite detectar y analizar oportunidades de mejora, que el día a día impide en la mayoría de los casos ejecutar.

Por otra parte, al analizar y sistematizar los procesos se evitan posibilidades de fallo. Al generarse documentación sobre el funcionamiento del sistema, los registros de calidad, se canaliza una fuente importante de información para facilitar el control por la dirección y sustentar la toma de decisiones, posibilitando la mejora continua de los sistemas.

Por lo que respecta al mercado, se mejora la imagen de la empresa y transmite confianza en la calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa y finalmente, dado que la mayoría que han implantado Sistemas de Calidad reclaman a sus proveedores que dispongan del mismo tipo de sistemas, posibilita a la Pyme el posicionarse en una situación de ventaja con respecto a sus competidores no certificados.

6.4.1. Implantación de los Sistemas de Calidad en Andalucía

Se va a ver en primer lugar que empresas (por sectores) tienen implantado algún sistema de Gestión de Calidad, para después analizar en esos mismos sectores el tipo de sistema que tienen implantado.

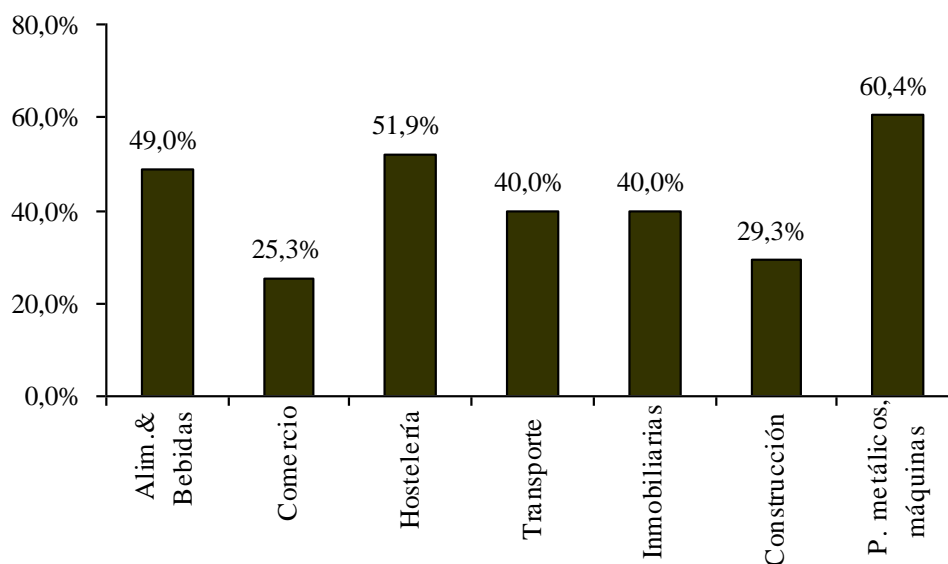
SECTOR	Total empresas	Tienen implantado Sistema de Gestión Calidad			Tipo de sistema			
		SÍ	NO	NS/NC	ISO 9000	Propio	Otros	NS/NC
Alim. y Bebidas	51 100%	25 49,0%	24 47,1%	2 3,3%	12 46,2%	3 11,5%	1 3,8%	10 38,5%
Comercio	186 100%	47 25,3%	132 71,0%	7 11,7%	25 53,2%	2 4,3%	0 0,0%	20 42,6%
Hostelería	77 100%	40 51,9%	35 45,5%	2 3,3%	8 20,0%	6 15,0%	2 5,0%	24 60,0%
Transporte	15 100%	6 40,0%	9 60,0%	0 0,0%	5 83,3%	0 0,0%	0 0,0%	1 16,7%
Inmobiliarias	15 100%	6 40,0%	7 46,7%	2 3,3%	3 50,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 50,0%
Construcción	58 100%	17 29,3%	39 67,2%	2 3,3%	10 58,8%	2 11,8%	2 11,8%	3 17,6%
P. metálicos, máquinas	48 100%	29 60,4%	18 37,5%	1 1,7%	26 89,7%	0 0,0%	1 3,4%	2 6,9%
Totales	450 100%	170 37,8%	264 58,7%	16 26,7%	89 52,0%	13 7,6%	6 3,5%	63 36,8%

Fuente: Encuesta EOI 2000

El número de Pymes con sistema de gestión de Calidad es de 170, lo que supone el 37,8% del total de estas empresas, y comparando con el número total de empresas andaluzas con sistema de Calidad, 856, la proporción es de 19,9 % de Pymes con Sistema de Calidad en el total de las empresas.

En esta gráfica se representa el porcentaje, por sectores, que tienen el Sistema

Proporción de empresas con Sistema de Calidad



Fuente: Encuesta EOI 2000

Las empresas de P. metálicas y máquinas con un 60,4% son las primeras, seguidas de la Hostelería (51,9%) y Alimentación y bebidas (49,0%) después. Son los sectores de Construcción con 29,3% y los últimos el sector de Comercio con un 25%.

Con respecto al sistema de Gestión de Calidad más empleado por las empresas que adoptan alguno, es el de la Norma ISO 9000 y es también muy elevado el porcentaje de empresas, 36,8%, que no saben o no contestan.

El siguiente cuadro analiza a estas mismas empresa y las relaciona con si tiene o no lo que se llama "Responsable de Calidad".

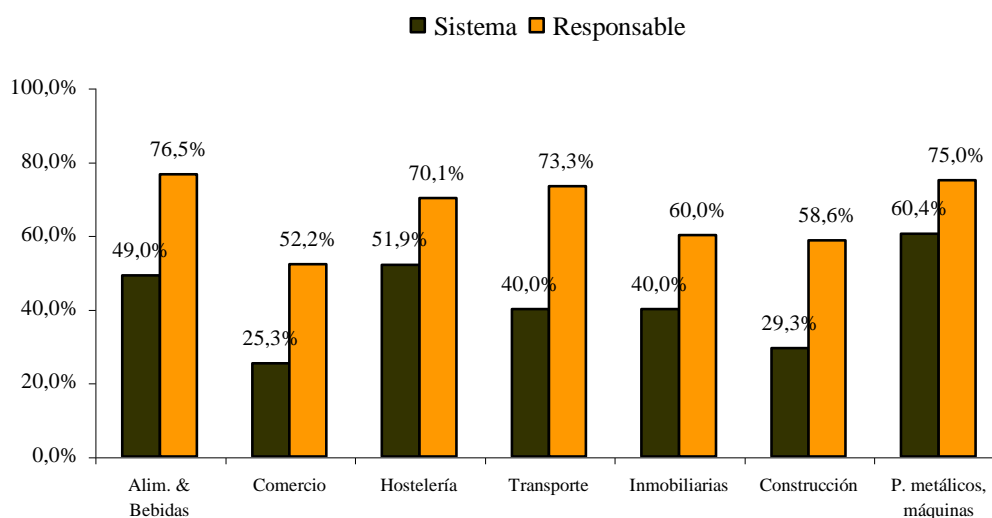
Pymes con un responsable de la Gestión de la Calidad

SECTOR	Total empresas	Tienen Sstema Gestión Calidad			Tiene Responsable de Gestión Calidad		
		SÍ	NO	NS/NC	SÍ	NO	NS/NC
Alimen. & Bebidas	51 100%	25 49,0%	24 47,1%	2 3,3%	39 76,5%	12 23,5%	0 0,0%
Comercio	186 100%	47 25,3%	132 71,0%	7 11,7%	97 52,2%	87 46,8%	2 1,1%
Hostelería	77 100%	40 51,9%	35 45,5%	2 3,3%	54 70,1%	21 27,3%	2 2,6%
Transporte	15 100%	6 40,0%	9 60,0%	0 0,0%	11 73,3%	4 26,7%	0 0,0%
Inmobiliarias	15 100%	6 40,0%	7 46,7%	2 3,3%	9 60,0%	6 40,0%	0 0,0%
Construcción	58 100%	17 29,3%	39 67,2%	2 3,3%	34 58,6%	22 37,9%	2 3,4%
P. metálicos, máquinas	48 100%	29 60,4%	18 37,5%	1 1,7%	36 75,0%	12 25,0%	0 0,0%
Totales	450 100%	170 37,8%	264 58,7%	16 26,7%	280 62,2%	164 36,4%	6 1,3%

Fuente: Encuesta EOI 2000

Se observa que hay 280 empresas que tiene un responsable de Calidad (un 62,2% del total) aunque las empresas que tienen el Sistema es sólo de 170, esto pudiera ser porque aquellas empresas que aun sin contar con un sistema formalizado de "gestión de Calidad", si tuviera un responsable de control de calidad ya que es una figura que hasta aparecer los sistemas formalizados de certificación de la calidad ha estado generalizado en empresas a partir de un cierto tamaño y según que sectores.

La siguiente gráfica relaciona las empresas que tienen un sistema de Calidad con las empresas que tiene un responsable de la misma.

Porcentaje de empresas con Sistema de Calidad y con responsable Calidad

Fuente: Encuesta EOI 2000

En todos los sectores, el porcentaje de empresas con responsable es mucho mayor que las que tienen sistema y en algunos, como es el caso del sector Comercio y el sector Construcción, casi se duplica.

Lo siguiente se va analizar será la facturación asociada a las empresas con sistemas de Gestión de Calidad, o más sencillamente con Responsable de Calidad y si puede atribuirse alguna correlación entre empresas con Gestión de Calidad y empresas con mercados exteriores.

Distribución de la facturación asociada a Pymes con sistema de gestión de calidad/responsable de la función de calidad.

SUPUESTOS		Total empresas	Facturación anual (millones de pta.)			
			<50	51 a 100	>100	NS/NC
Respecto a los sistemas de Gestión de Calidad	SÍ	170 100,0%	0 0,0%	5 2,9%	150 88,2%	15 8,8%
	NO	264 100,0%	2 0,8%	8 3,0%	231 87,5%	23 8,7%
	NS/NC	16 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	9 56,3%	7 43,8%
	Total	450 100,0%	2 0,4%	13 2,9%	390 86,7%	45 10,0%
Respecto a la existencia de responsable de la función de calidad	SÍ	280 100,0%	1 0,4%	8 2,9%	244 87,1%	27 9,6%
	NO	164 100,0%	1 0,6%	5 3,0%	142 86,6%	16 9,8%
	NS/NC	6 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	4 66,7%	2 33,3%
	Total	450 100,0%	2 0,4%	13 2,9%	390 86,7%	45 10,0%

Fuente: Encuesta EOI 2000

El porcentaje de empresas que están en el tramo de mayor de 100 millones de ptas. Es tan grande que realmente la variable facturación, no discrimina a las empresas con Sistema de Gestión de la Calidad, y que por tanto cuenta con un responsable de esa función, de las empresas que contando con un responsable de la función de control no tiene implantados en sus empresas sistemas formales de certificación.

Comercio exterior y adopción de sistemas de gestión de calidad

SECTOR	Variables	Total empresas	Empresas con Sist. de G. calidad	Empresa que exportan	
				UE	Extra UE
Alim. & Bebidas	Nº empr.	51	25	17	13
	% horiz.	100,0%	49,0%	33,3%	25,5%
Comercio	Nº empr.	186	47	31	16
	% horiz.	100,0%	25,3%	16,7%	8,6%
Hostelería	Nº empr.	77	40	22	19
	% horiz.	100,0%	51,9%	28,6%	24,7%
Transporte	Nº empr.	15	6	7	6
	% horiz.	100,0%	40,0%	46,7%	40,0%
Inmobiliarias	Nº empr.	15	6	1	1
	% horiz.	100,0%	40,0%	6,7%	6,7%
Construcción	Nº empr.	58	17	0	1
	% horiz.	100,0%	29,3%	0,0%	1,7%
P. metálicos, máquinas	Nº empr.	48	29	14	13
	% horiz.	100,0%	60,4%	29,2%	27,1%
Totales	Nº empr.	450	170	92	69
	% horiz.	100,0%	37,8%	20,4%	15,3%

Fuente: Encuesta EOI 2000

6.5. Pymes innovadoras en Andalucía

Se define la empresa innovadora, a efecto de este estudio, las empresas que reúnen las siguientes características:

- a) Vende en algún mercado exterior (abiertas al exterior)
- b) Tiene implantado un sistema de calidad
- c) Tiene responsable de Calidad o de Medio Ambiente
- d) Utiliza alguna de las siguientes TIC: comercio electrónico, correo electrónico, etc.

6.5.1. Características generales

Distribución de la empresa innovadora en Andalucía

SECTOR	Distribución horizontal de la Innovación			Distribución sectorial
	Total empresas	Innova	No Innova	Empresas innovadoras
Alimentación & Bebidas	51 100%	11 21,6%	40 78,4%	11 18,3%
Comercio	186 100%	11 5,9%	175 94,1%	11 18,3%
Hostelería	77 100%	18 23,4%	59 76,6%	18 30,0%
Transporte	15 100%	6 40,0%	9 60,0%	6 10,0%
Inmobiliarias	15 100%	1 6,7%	14 93,3%	1 1,7%
Construcción	58 100%	0 0,0%	58 100,0%	0 0,0%
P. metálicos, maquinas	48 100%	13 27,1%	35 72,9%	13 21,7%
Totales	450 100%	60 13,3%	390 86,7%	60 100,0%

Fuente: Encuesta EOI 2000

A la vista de este cuadro sólo el 13,3% de las Pymes son innovadoras.

Con respecto a la última columna que muestra la distribución de las empresas innovadoras, se destaca el sector de la Hostelería con el 30% de todas las empresas innovadoras Pymes, seguido del sector P. metálicas y máquinas.

Entre los sectores que mayor porcentaje de empresas innovadoras presenta, es el sector de Transporte con un 40%, seguido por P. metálicas y máquinas (27,1%) y después el sector Hostelería (23,4%). Por consiguiente la terna de sectores: Transporte, P. metálicas y máquinas y Hostelería.

Tamaño, facturación y ubicación de las Pymes innovadoras

El cuadro siguiente pone de manifiesto las siguientes características morfológicas y de ubicación que se resume en los siguientes puntos.

- ✓ **Tamaño:** un 76,6% del total de las empresas innovadoras, tienen un tamaño comprendido entre los 26 y los 100 empleados (el segmento comprendido entre los 51 y 100 empleados es de 20 puntos por encima del segmento 26 a 100 empleados). Esto parece indicar que la innovación, en el rango que aquí se ha estudiado (de 10 a 100 empleados), se desenvuelve mejor conforme aumenta el tamaño de la empresa.
- ✓ **Facturación:** el 91,7% de las empresas que innovan, facturan más de 100 millones de ptas. Parece significar que para la innovación se requiere una cierta envergadura de la empresa.
- ✓ **Ubicación:** se sitúan en Sevilla el 23,3% y en Málaga el 18,3% los mayores porcentajes de empresas innovadoras.

Configuración morfológica y locacional Pymes en Andalucía

Variable examinada		Unidad de Medida	Total Empresas	Innovan	No Innovan	Distribución vertical emp. Innovadoras
Tamaño (Nº empleados)	10 a 25	Nº empresas	198	14	184	14
		% Hor.	100,0%	7,1%	92,9%	23,3%
	26 a 50	Nº empresas	155	17	138	17
		% Hor.	100,0%	11,0%	89,0%	28,3%
	51 a 100	Nº empresas	97	29	68	29
		% Hor.	100,0%	29,9%	70,1%	48,3%
Facturación (millones pta.)	Menos de 50	Nº empresas	2	0	2	0
		% Hor.	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%
	de 51 a 100	Nº empresas	13	2	11	2
		% Hor.	100,0%	15,4%	84,6%	3,3%
	Más de 100	Nº empresas	390	55	335	55
		% Hor.	100,0%	14,1%	85,9%	91,7%
NS/NC	Nº empresas	45	3	42	3	
	% Hor.	100,0%	6,7%	93,3%	5,0%	

Configuración morfológica y locacional Pymes en Andalucía

Variable examinada		Unidad de Medida	Total Empresas	Innovan	No Innovan	Distribución vertical emp. Innovadoras
Ubicación	Almería	Nº empresas	42	5	37	5
		% Hor.	100,0%	11,9%	88,1%	8,3%
	Cádiz	Nº empresas	69	7	62	7
		% Hor.	100,0%	10,1%	89,9%	11,7%
	Córdoba	Nº empresas	57	6	51	6
		% Hor.	100,0%	10,5%	89,5%	10,0%
	Granada	Nº empresas	55	6	49	6
		% Hor.	100,0%	10,9%	89,1%	10,0%
	Huelva	Nº empresas	28	7	21	7
		% Hor.	100,0%	25,0%	75,0%	11,7%
	Jaén	Nº empresas	26	4	22	4
		% Hor.	100,0%	15,4%	84,6%	6,7%
	Málaga	Nº empresas	70	11	59	11
		% Hor.	100,0%	15,7%	84,3%	18,3%
	Sevilla	Nº empresas	103	14	89	14
		% Hor.	100,0%	13,6%	86,4%	23,3%
TOTALES		Nº empresas	450	60	390	60
		% Hor.	100,0%	13,3%	86,7%	100,0%

Fuente: Encuesta EOI 2000

Es interesante poner en relación la distribución provincial de las empresas innovadoras con su homóloga de todo tipo de empresa para constatar si existen diferencias provinciales en la intensidad innovadora.

EMPRESA	Variables	Total	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Innovadoras	Nº empresas	60	5	7	6	6	7	4	11	14
	% Hor.	100,0%	8,3%	11,7%	10,0%	10,0%	11,7%	6,7%	18,3%	23,3%
Total Empresas	Nº empresas	450	42	69	57	55	28	26	70	103
	% Hor.	100,0%	9,3%	15,3%	12,7%	12,2%	6,2%	5,8%	15,6%	22,9%

Fuente: Encuesta EOI 2000

6.5.2. Empresa innovadora frente empresa no innovadora: parámetros definitorios

6.5.2.1. Las Pymes innovadoras y sus mercados

Variable examinada (respuestas múltiples)		Unidad de Medida	Total empresas	Innovan	No Innovan
Mercados	Local/provincial	Nº empresas	242	15	227
		% vertical	33,8%	25,0%	58,2%
	Autonómico	Nº empresas	165	17	148
		% vertical	36,7%	28,3%	37,9%
	Nacional	Nº empresas	196	54	142
		% vertical	43,6%	90,0%	36,4%
UE	Nº empresas	92	44	48	
	% vertical	20,4%	73,3%	12,3%	
No UE	Nº empresas	69	40	29	
	% vertical	15,3%	66,7%	7,4%	
NS/NC	Nº empresas	1	0	1	
	% vertical	0,2%	0,0%	0,3%	
Totales		Nº empresas	450	60	390
		% vertical	100,0%	100,0%	100,0%

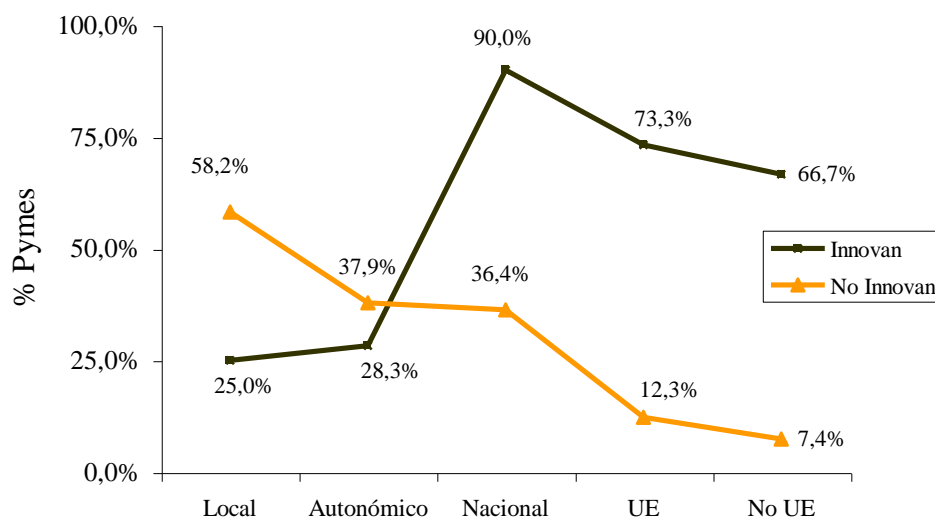
Fuente: Encuesta EOI 2000

Esta tabla representa los resultados del análisis de las Pymes innovadoras frente no innovadoras en lo que se refiere a los mercados respectivos. Así se ve que:

- Las empresas innovadoras están preferentemente presentes en mercados amplios. A la UE acude el 73,3% de las empresas innovadoras (61 puntos por encima de las no innovadoras), al mercado extracomunitario el 66,7% (59,3 puntos por encima de las no innovadoras) y al mercado nacional el 90% de estas empresas (53,6 puntos por encima de las otras).
- Las Pymes no innovadoras se vuelcan en los mercados de radio más corto (local y autonómico) con porcentajes por encima de las innovadoras. A mercados locales acuden el 58,2 de las empresas innovadoras que se sitúan así al 33,2 puntos de diferencia por encima de las innovadoras, y a mercados regionales o autonómicos acuden el 37,9% de las empresas no innovadoras, aventajando a las otras empresas en 9,6 puntos.
- Los mercados en los que se especializan cada tipo de Pymes se resumen en la siguiente tabla

Innovadoras		No innovadoras	
UE	→ 73,3%	Mercados locales	→ 58,2%
Países extra comunitarios	→ 66,7%	Mercados autonómicos	→ 37,9%
Mercado nacional	→ 90%		

La conclusión sería: las empresas innovadoras tienen aptitudes especiales para mercados muy competitivos y amplios, mercados internacionales y mercados nacionales.

Pymes innovadoras vs. no innovadoras respecto a mercados***6.5.2.2. Los Sistemas de Gestión de Calidad y asignación de responsables en materia de Calidad***

Todas las empresas innovadoras mantienen sistemas de gestión de calidad. Pero con sólo esto no basta para ser innovador ya que se necesitaban las otras características para ser innovadoras, de hecho hay empresas no innovadoras que tienen sistema de calidad (28,2%), pero que no lo son por no cumplir algunas de las otras condiciones. De ahí que se pueda afirmar que la gestión de la calidad es una condición necesaria, pero no suficiente.

La practica totalidad de las empresas innovadora (98,3%) tiene responsable de Area de Calidad.

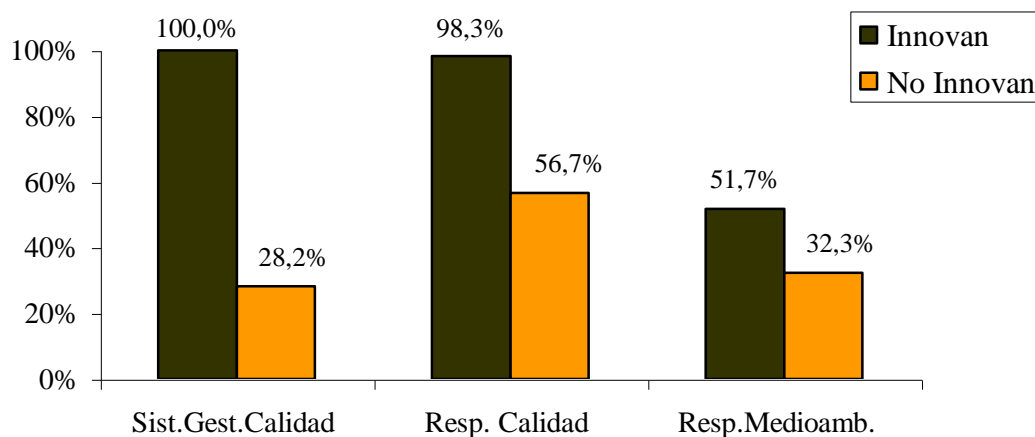
Un 51,7% de las empresas innovadoras, tienen responsable del área de Medio Ambiente

Pymes innovadoras vs. no innovadoras respecto Sistemas de Gestión de Calidad y asignación responsable de Área de Calidad y Medioambiente

Variable examinada		Unidades de medida	Total empresas	Innovan	No Innovan
Tienen Sistema de Calidad	SI	Nº empresas	170	60	110
		% vertical	37,8%	100,0%	28,2%
	NO	Nº empresas	264	0	264
		% vertical	58,7%	0,0%	67,7%
	NS/NC	Nº empresas	16	0	16
		% vertical	3,6%	0,0%	4,1%
Tienen responsable de la función de calidad	SI	Nº empresas	280	59	221
		% vertical	62,2%	98,3%	56,7%
	NO	Nº empresas	164	1	163
		% vertical	36,4%	1,7%	41,8%
	NS/NC	Nº empresas	6	0	6
		% vertical	1,3%	0,0%	1,5%
Tienen Responsable del Área de Medio Ambiente	SI	Nº empresas	157	31	126
		% vertical	34,9%	51,7%	32,3%
	NO	Nº empresas	289	29	260
		% vertical	64,2%	48,3%	66,7%
	NS/NC	Nº empresas	4	0	4
		% vertical	0,9%	0,0%	1,0%
Totales		Nº empresas	450	60	390
		% vertical	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente : Encuesta EOI 2000

Los rasgos en que más difieren las Pymes innovadoras de las otras se pueden resumir en el siguiente gráfico, donde se puede apreciar que la diferencia en implantación del Sistema de Calidad entre una y otra es de 72 puntos y en el caso de la dotación de un responsable del área de Calidad es 41 puntos

Pymes innovadoras vs. no innovadoras en Calidad y Medioambiente

Fuente: Encuesta EOI 2000

6.5.2.3. Las Pymes innovadoras y el empleo de las TIC

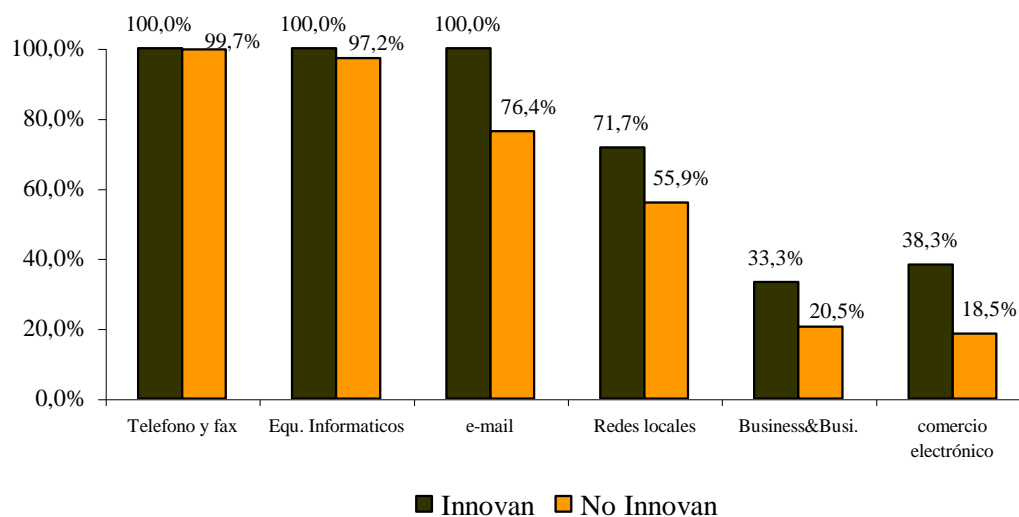
Pymes innovadoras y la utilización de las TIC (Respuesta múltiple)

Variable examinada	Unidades de medida	Total empresas	Innovan	No Innovan
Teléfono y fax	Nº empresas	450	60	389
	% vertical	100,0%	100,0%	99,7%
Equipos informáticos	Nº empresas	439	60	379
	% vertical	97,6%	100,0%	97,2%
Internet/e-mail	Nº empresas	358	60	298
	% vertical	79,6%	100,0%	76,4%
Redes locales	Nº empresas	261	43	218
	% vertical	58,0%	71,7%	55,9%
Business & Business	Nº empresas	100	20	80
	% vertical	22,2%	33,3%	20,5%
Comercio electrónico	Nº empresas	95	23	72
	% vertical	21,1%	38,3%	18,5%
Total	Nº empresas	450	60	390
	% vertical	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta EOI 2000

El teléfono/fax junto con los Equipos Informáticos, al ser instrumentos de uso tan generalizados no resultan significativos en orden a marcar diferencias entre las empresas innovadoras y no innovadoras; no así otras TIC más modernas y discriminantes tales como correo electrónico (25 puntos de diferencia entre ambas), business to business (13 puntos de diferencia) y el comercio electrónico (11 puntos de diferencia).

Por lo que se podría caracterizar a las empresas innovadoras frente a las otras del uso más intenso que se hace del correo electrónico - business to business - comercio electrónico.



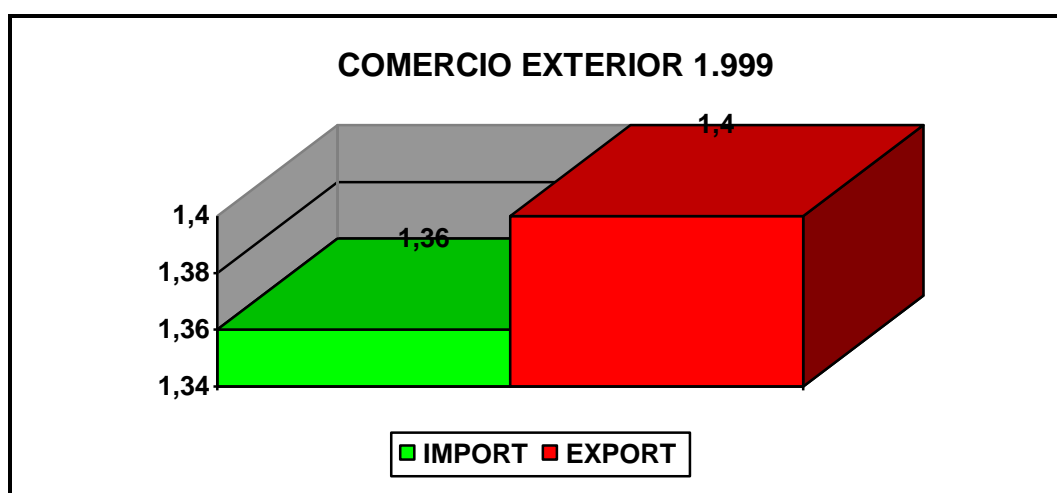
Fuente: Encuesta EOI 2000

7. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN ANDALUCÍA

7.1. El Comercio Exterior en Andalucía

En 1.999 por cuarto año consecutivo el balance comercial de Andalucía con el exterior ha sido positivo, con un superavit de 44.288 mill. de pts. Las exportaciones alcanzaron la cifra de 1,4 bill. de pts. con un incremento sobre el año anterior del 2,6% y las importaciones fueron de 1,36 bill. de pts. si bien el incremento sobre el año anterior fue del 11%.

Volumen de Comercio Exterior en Andalucía. (Billones de pts.)

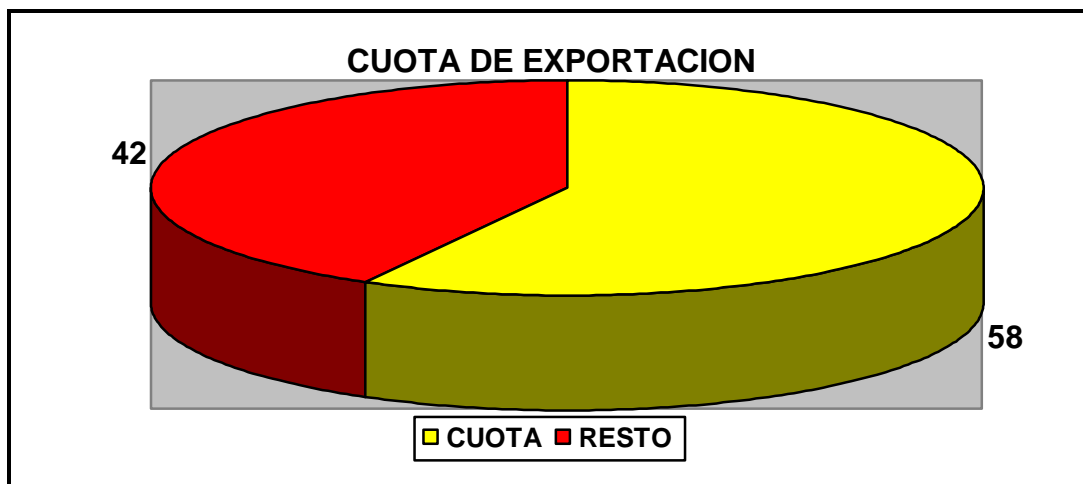


Fuente: Informe Económico de Andalucía. 1999

El crecimiento medio del volumen de operaciones de comercio exterior en Andalucía ha sido del 6,6%, mientras que el mundial tan solo ha alcanzado, según la OMC, un crecimiento del 3,8%.

Sin embargo el PIB de Andalucía ha crecido más, exactamente un 6,9%, lo que supone que su volumen conjunto de comercio exterior ha descendido 0,1% respecto a 1.998, situándose en el 21,5%.

Nuestra cuota exportadora se sitúa en el 58%, un punto mas que en 1.998.

Cuota de exportación para Andalucía en 1.999. (Porcentajes.)

Fuente: Informe Económico de Andalucía. 1.999

7.1.1. Distribución geográfica.

Los países de la OCDE son el principal destino de las exportaciones de Andalucía, con un 81,7% del total. Su volumen ha experimentado un crecimiento del 2,4 % en el último año, debido fundamentalmente a la expansión de las exportaciones a USA y Canadá, así como a Japón y Australia.

Con respecto a los países de la UE, el volumen de exportaciones ha descendido en un – 0,2%, debido a la pérdida de competitividad ocasionada por el incremento relativo de los precios en Andalucía. En la zona Euro de la UE el descenso de las exportaciones ha sido mayor, -0,8%, frente a un crecimiento del 0,7% entre los países no integrados en el Euro.

Los destinos principales dentro de la Zona Euro son Francia, Alemania, Portugal e Italia. Aunque en los dos primeros ha habido ligeros aumentos respecto a 1.998, los descensos en Italia, Portugal (-13,4%) y los Países Bajos explican el descenso global en la Zona Euro.

Fuera de la OCDE destaca el aumento del volumen de exportaciones a los nuevos países industrializados, NPI, (Singapur, Corea del Sur, Taiwán, Hong-Kong) que ha llegado al 53,7%. En realidad esto ha sido una recuperación de los niveles anteriores a 1.998, año en que estos países se vieron más seriamente afectados por la crisis financiera. En cambio las exportaciones a países de la OPEP disminuyeron en un -27,9%.

Distribución geográfica del Comercio Exterior de Andalucía.

(En millones de pesetas.)

	1.999		TASA COBERT.		%99/98	
	IMP	EXP	1998	1999	IMP	EXP
OCDE	667.527	1.146.995	181,3	171,8	8,0	2,4
UE	489.314	940.132	212,2	192,1	9,7	-0,2
REST. EUROPA	30.546	61.484	166,7	201,3	-13,9	4,0
AMERICA	106.825	107.813	86,1	100,9	3,1	20,8
ASIA	32.342	33.272	96,9	102,9	17,7	24,9
OCEANÍA	8.503	4.296	63,1	50,5	58,0	26,4
OPEP	408.539	42.667	15,6	10,4	7,7	-27,9
NPI	8.241	15.271	150,8	185,3	25,1	53,7
RESTO PAISES	274.570	198.762	80,5	72,4	24,3	11,8
EUROPA	63.865	40.559	71,2	63,5	28,2	14,3
AMERICA	67.998	69.712	100,9	102,5	24,7	26,6
ASIA	51.343	29.860	84,0	58,2	50,1	3,9
AFRICA	91.353	29.999	42,5	32,8	11,1	-14,2
OCEANÍA	9	905	-	-	100,0	40,7
DIVERSOS	2	27.726	-	-	100,0	21,0
TOTAL	1.358.876	1.403.698	111,7	103,3	11,0	2,6

Fuente: Informe Económico de Andalucía. 1999

Las importaciones han subido un 11% en 1.999. Se estima que la causa es el fortalecimiento de la demanda interna de Andalucía, así como las ganancias en competitividad que experimentaron aquellos países más afectados por la crisis

financiera o los precios del crudo y que sufrieron devaluaciones en sus monedas. En este sentido cabe remarcar que las importaciones procedentes de los países de la OPEP aumentaron en un 7,7% y las de los NPI en un 25,1%, si bien es menor su peso específico.

El índice de competitividad precio de Andalucía respecto a la OCDE aumentó en un 1,4% frente al 2,4% de aumento de las exportaciones. Las importaciones, sin embargo, crecieron un 8%. A destacar los aumentos en los volúmenes de Asia y Oceanía y el descenso de las importaciones de USA (-8%), explicable este último por la tendencia del dólar.

En cuanto a la UE se refiere las importaciones aumentaron de forma generalizada (salvo Finlandia) hasta el 9,7%; el incremento para los países de la Zona Euro ha sido superior (12,4%). Destaca el crecimiento de las importaciones de Bélgica y Luxemburgo y el descenso de las procedentes de U.K.

La tasa de cobertura de las operaciones exteriores en Andalucía se sitúa en el 103,3%, con un descenso de más de 8 puntos sobre 1.998. Con la UE nuestra tasa de cobertura es del 192,1%, prácticamente la misma en las zonas Euro y No Euro. Destaca la tasa de cobertura con Alemania, del 263,9%, con Francia (238,2%) y con Portugal (212,9%).

Fuera de la UE destaca la tasa de cobertura con los NPI, del 185,3% y, por su sentido contrario la de los países de la OPEP, del 10,4%.

En cuanto al destino de las importaciones la evolución ha sido muy semejante en las diferentes provincias, salvo en el caso de Huelva cuya participación ha descendido en un -0,8%.

En términos generales las provincias de Huelva, Sevilla y Cádiz son las que realizan el mayor volumen de operaciones de mercado exterior, que suponen, en conjunto, las dos terceras partes del total andaluz.

7.1.2. Distribución por Productos

Además de los productos agroalimentarios destacan por su importancia y por su evolución favorable, dos partidas dentro de la clasificación por secciones del Arancel: la de Minerales y la de Material de Transporte. El incremento de esta última partida, que además tiene una tasa de cobertura del 274% ha sido del 15%, y el incremento de las exportaciones de minerales del 28%.

Distribución por productos del Comercio Exterior en Andalucía.*(Miles de millones de pts.)*

	1.999		TASA COBERT.		%99/98	
	IMP.	EXP.	1998	1999	IMP.	EXP.
Anim. Vivos	49,2	26,7	44,4	54,2	-2,7	18,8
Vegetal	84,0	333,1	458,6	396,5	8,3	-6,4
Grasas y Aceites	32,8	85,0	649,2	259,4	80,4	-27,9
Alim. Beb. Tabac.	79,2	101,9	147,1	1287	16,5	1,9
Minerales	572,1	164,7	24,7	28,8	9,7	28,1
Químicos	77,9	74,1	75,7	95,1	-1,2	24,2
Plásticos	33,1	23,7	60,5	71,6	16,4	37,8
Pieles	5,8	6,1	94,3	104,9	25,2	39,3
Madera y corcho	20,6	7,8	54,4	38,0	25,1	-12,7
Papel	18,6	22,6	114,7	121,5	3,0	9,1
Textiles	27,0	28,9	144,6	107,0	29,7	-4,1
Calzado	1,9	0,9	72,5	47,7	-0,9	-34,7
Piedra, yeso, cem.	12,6	18,3	200,5	145,5	-5,7	-31,5
Perlas	3,7	9,0	177,3	241,1	-22,6	5,
Metales comunes	112,0	167,0	166,2	149,1	14,7	2,9
Máquinas	134,1	71,1	45,5	53,0	6,1	23,5
Transporte	63,1	173,2	274,4	274,4	15,2	15,2
Optica, foto	10,3	26,8	270,8	259,8	9,1	4,7
Armas, municiones	-	-	218,2	25,0	-81,8	-97,9
Muebles, juguetes	10,0	15,1	170,7	150,1	30,8	15,0
Arte, antigüedades	0,1	-	49,2	25,0	-65,1	-82,3
No clasificables	10,5	47,6	1114,4	452,9	110,4	-14,5
TOTAL	1.358,9	1.403,7	111,7	103,3	11,0	2,6

Fuente: Informe Económico de Andalucía. 1999

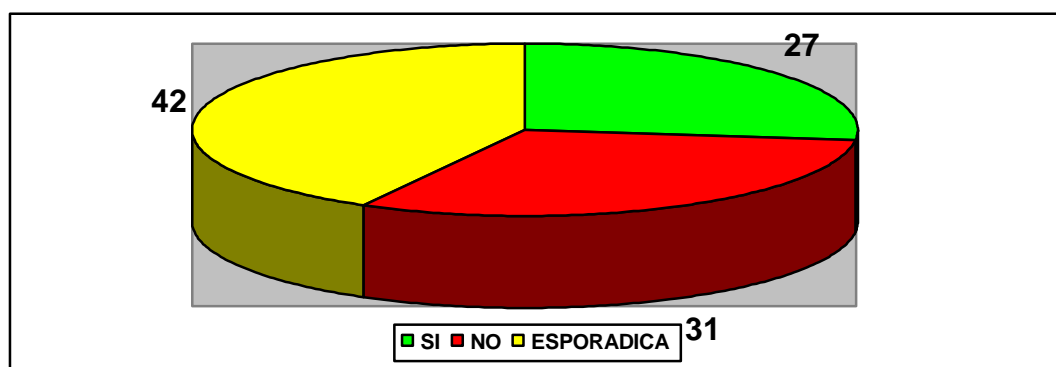
En lo que se refiere al sector agroalimentario se observa una evolución desfavorable. Su tasa de cobertura en 1.999, es del 223%, frente al 409% del año anterior. Frente a un

incremento de las importaciones del 18% las exportaciones en 1.999, descendieron un -6,9%.

7.1.3. Caracterización de la Pyme Exportadora

7.1.3.1. Situación y Propósitos

Actividad Internacional de las Pymes andaluzas. (Porcentajes)

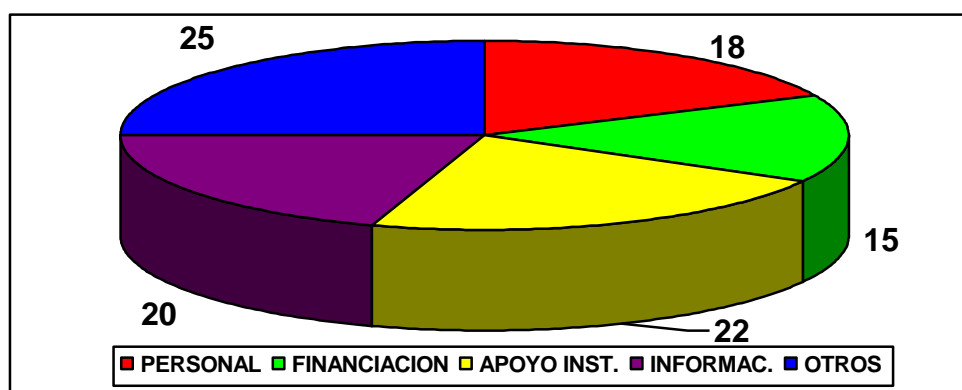


Fuente: Encuesta EOI 1998/2000

Según los datos que suministra la Encuesta EOI 2000, alrededor del 27% de las Pymes andaluzas, mantienen algún tipo de actividad en mercados exteriores. De los datos obtenidos en una Encuesta EOI anterior (1.998), se desprende que la actividad internacional de las Pymes andaluzas tan solo se puede considerar consolidada en menos de la quinta parte de las empresas, que afirman tener un Plan Estratégico escrito y comunicado a sus directivos en el que se consideran actuaciones de internacionalización. Casi un tercio de las empresas no tienen actividad internacional alguna. El resto tan solo tienen actividades internacionales, que podríamos considerar esporádicas, interviniendo en alguna operación exterior, casi siempre asociada con otra empresa de mayor experiencia en este tipo de operaciones. Por ello se puede estimar que casi las tres cuartas partes de las Pymes andaluzas estarían en disposición de iniciar o mejorar procesos de internacionalización. Los resultados de la Encuesta EOI 2000, muestran que este porcentaje se reduce hasta un 41%, en el mejor de los casos.

El tamaño de la empresa influye en los porcentajes de aquellas que ejercen o proyectan actividades en mercados exteriores. Lógicamente son las empresas más grandes las que, en mayor medida, planean actividades internacionales. Por provincias destaca Cádiz en el porcentaje de empresas con Plan Estratégico por escrito, lo mismo que ocurre con el Sector Bebidas. Esto confirma el hecho ya conocido de que las bodegas de Jerez son empresas gestionadas por métodos modernos. Las provincias de Jaén, Granada y Málaga son las que presentan un mayor porcentaje de empresas sin actividad exterior.

Puntos débiles de las Pymes andaluzas frente a su Internacionalización. (Porcentajes.)



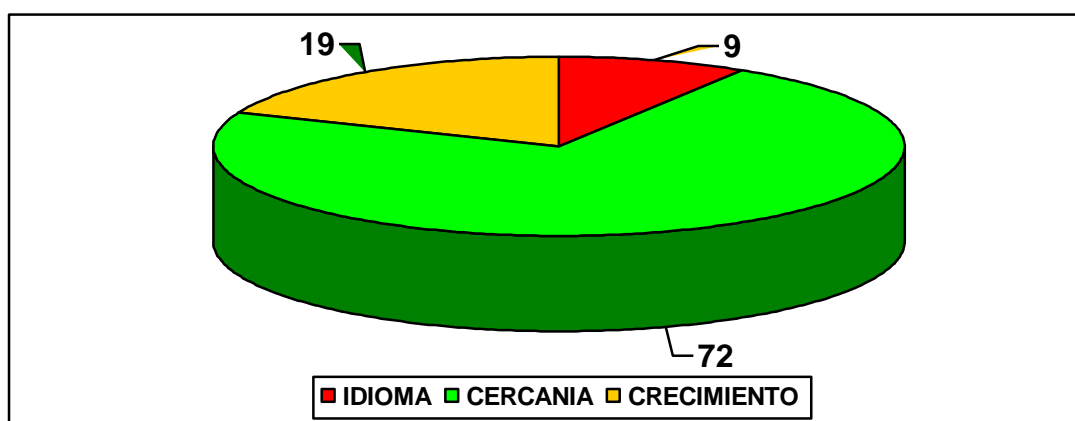
Fuente: Encuesta EOI 1998

En la evaluación que hacen las empresas de sus puntos débiles respecto a la internacionalización se hace evidente una actitud hacia el mercado exterior muy extendida. Se considera que este es un mercado en el que hay que entrar “de la mano de” (normalmente alguien con experiencia). Como es poco probable que la competencia facilite la introducción se recurre a los contactos y apoyos institucionales cuya falta es el punto débil mas señalado. Ocurre algo semejante con la necesidad de información que, como se evidencia mas adelante, se refiere casi exclusivamente a la Información Oficial. Los problemas de Formación de Personal en tercer lugar y, por último, la necesidad de Financiación ponen de manifiesto la dependencia que las

empresas del sector tienen de la Administración a todos sus niveles. En este aspecto no hay diferencias entre provincias, sectores, antigüedad, ...

Pese a que menos del 70% de las empresas analizadas reconocen haber emprendido, al menos una vez, una actividad internacional son más de las tres cuartas partes las que afirman conocer el mercado internacional en el que se desarrolla su actividad. Esta afirmación es contradictoria, aunque puede interpretarse en el sentido de que la empresa tiene claro en qué países querría desarrollar una actividad internacional, lo que estaría más de acuerdo con la carencia de información aducida como punto débil por un tercio de los entrevistados.

Criterios para la elección de países extranjeros por las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



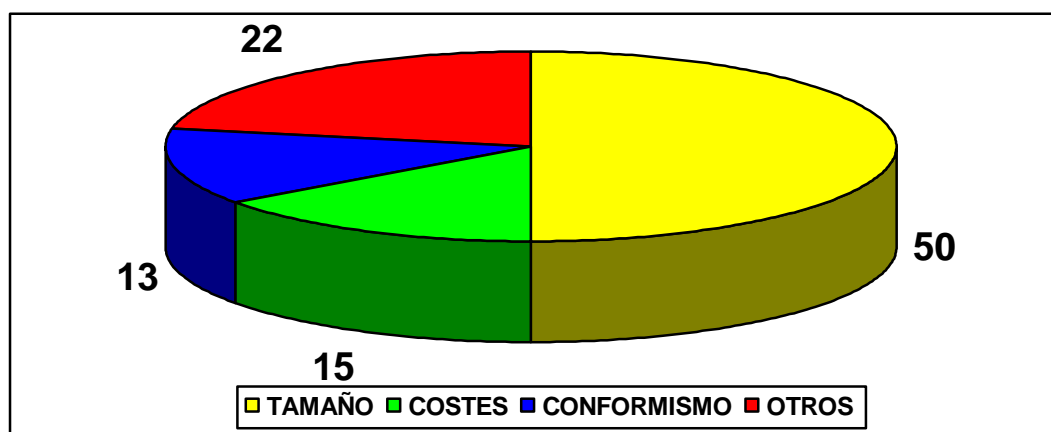
Fuente: Encuesta EOI 1998

Casi las tres cuartas partes de las empresas manifiestan sus preferencias por los países más cercanos. El idioma no es un factor decisivo, pues menos de un 10% de las empresas declaran sus preferencias por este concepto. Los países con mercado en crecimiento son objeto de preferencia de casi una quinta parte de las empresas, si bien estas últimas presentan unas características muy particulares. Son las empresas de mayor volumen de negocio o de mayor número de empleados las que manifiestan sus preferencias por los países con mercado en Crecimiento.

Establecidas las premisas que anteceden, el punto mas importante es conocer el propósito de las empresas acerca de iniciar o ampliar una política de internacionalización. Y también de conocer los motivos de aquellas empresas que no han considerado interesante modificar su situación actual.

Motivos aducidos por las Pymes andaluzas para rechazar la internacionalización.

(Porcentajes)



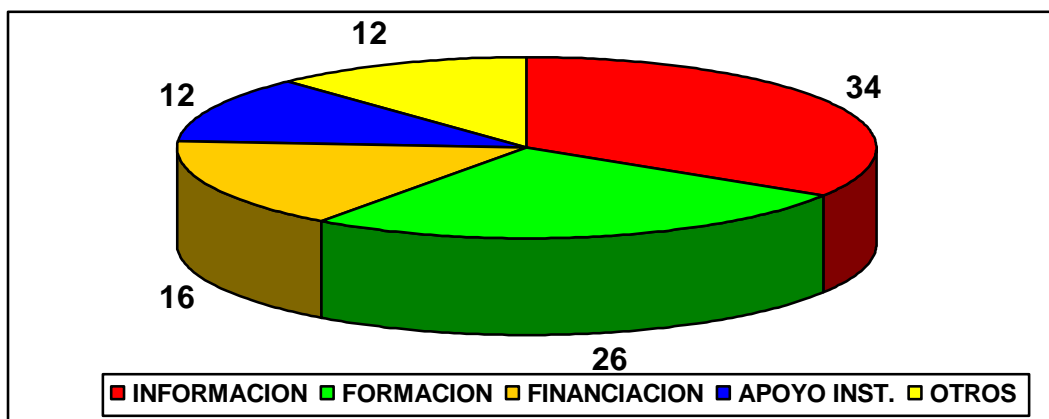
Fuente: Encuesta EOI 1998

Entre los motivos que se aducen para rechazar la internacionalización predominan los que hacen referencia al tamaño o ámbito reducido de la explotación (49.45%), lo que puede hacer pensar que algunas de estas empresas no disponen, quizás, de información suficiente sobre las operaciones concertadas y asociaciones de exportadores. Hay un porcentaje notable (15.38%) que opina que la internacionalización encarecería el producto. La satisfacción con su “status” (13.19%) es otra de las razones aducidas, si bien no resulta claro a que “status” se refieren al mencionarlo. Naturalmente son las empresas con pocos empleados y escaso volumen de facturación las que mas justifican su rechazo por motivos de tamaño.

Puesto que las empresas manifestaron la existencia de puntos débiles en su estructura y organización parece lógico preguntarse sobre sus necesidades de asistencia para el desarrollo del proceso. Casi la quinta parte de las empresas consultadas afirman no

tener necesidad de dicha asistencia. En cualquier caso un 79.8% de las empresas manifiestan la necesidad de asistencia en el proceso.

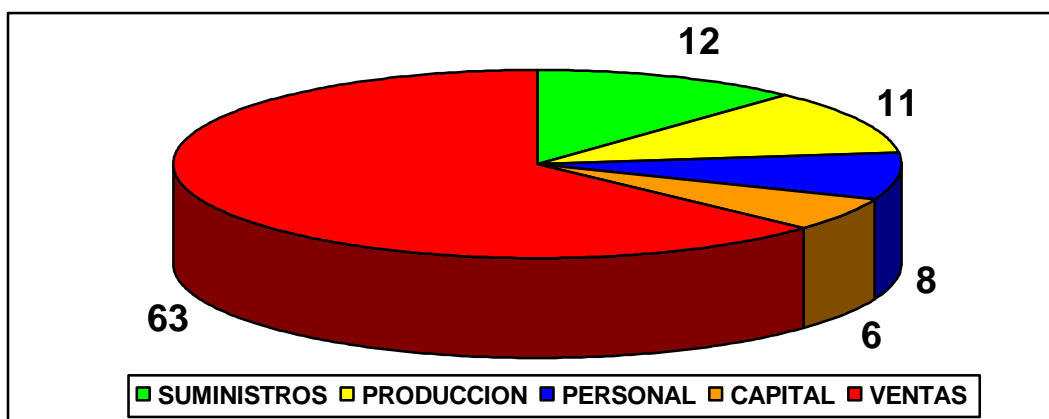
*Necesidades de asistencia para la internacionalización de las Pymes andaluzas.
(Porcentajes)*



Fuente: Encuesta EOI 1998

En el mismo sentido parece lógico comparar el tipo de asistencia solicitado con los puntos débiles reconocidos con anterioridad por las empresas. La concordancia, en este caso, no es total por cuanto pasa a primer lugar la necesidad de Información, en sus diversos aspectos, (34.09%) y disminuye bastante la de Apoyo Institucional. Baja la necesidad de Financiación y sube la de Formación y Recursos Humanos. En las empresas de mayor tamaño se valoran más los Apoyos Institucionales.

Areas de internacionalización para las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 1998

La internacionalización de una empresa no se limita solo a comerciar en un mercado exterior. Pero esto es lo que podría pensarse observando las preferencias de las empresas consultadas. Nueve de cada diez plantearía su internacionalización en el área de las ventas; si a esto unimos el 16.6% que la plantearía en el área de suministros vemos que la práctica totalidad de las empresas analizadas consideran la internacionalización bajo un aspecto comercial. Tan solo el 16% de las empresas planean internacionalizar su producción, el 11.7% buscarían un personal adecuado a tareas en el exterior y solo el 8% estudiarían admitir capital extranjero o invertir en empresas exteriores.

Como se ha apuntado anteriormente es pequeño el número de empresas que se plantean internacionalizar áreas distintas de las Ventas por lo que no es posible un análisis muy preciso de sus circunstancias. Cabe, no obstante señalar según el área:

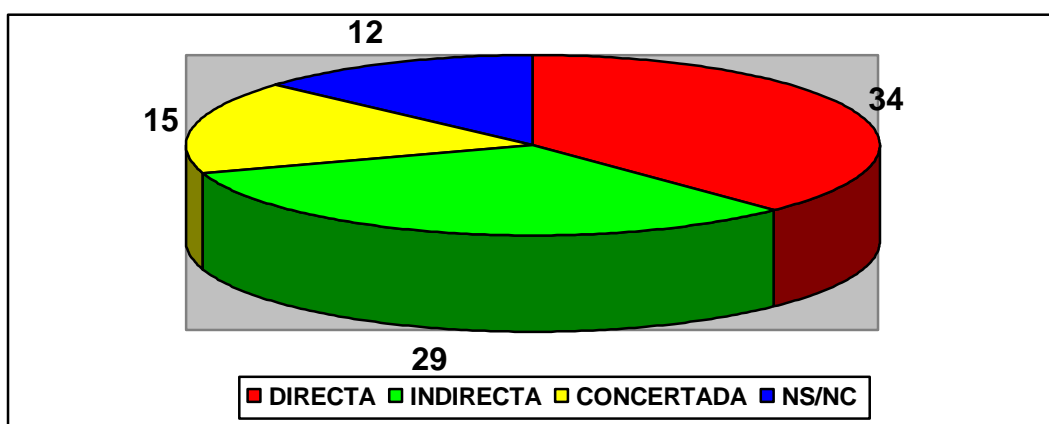
SUMINISTROS.- La calidad (62.6%) parece ser un factor decisivo en cuanto a los motivos que llevan a internacionalizar las compras. La mayoría (81.5%) de las empresas conocen a proveedores y casi dos tercios (63.0%) opinan que reducirían costes.

PRODUCCION.- El menor coste es el principal argumento que lleva a las empresas a internacionalizar la producción. La mayor facilidad de acceso a materias primas ni se menciona. Los inconvenientes están relacionados con la posibilidad de fallos en la regularidad de la producción y cumplimiento de plazos. Un 61.5% de las empresas de este grupo no disponen de medios para acometer la producción en el exterior sin que se vea afectada la producción nacional.

CAPITAL.- Del 8% de empresas que consideran la posibilidad de internacionalizar su capital ninguna cotizaría en bolsa, mas o menos la mitad buscarían capital nacional con preferencia, tan solo un sexto prefieren capital extranjero y hay una sola dispuesta a invertir en el exterior. No parecen muy consistentes las respuestas a esta pregunta.

PERSONAL.- Hay casi un 10% de empresas que no contratarían personal extranjero. A las preguntas de si sus directivos hablan idiomas, salen al extranjero o residirían en otro país si fuera necesario, contestan afirmativamente mas de la mitad (52.6%) de las empresas consultadas, pero no las mismas empresas a todas las preguntas.

***Conocimiento por parte de las Pymes andaluzas de los tipos de exportación.
(Porcentajes)***



Fuente: Encuesta EOI 1998

La exportación es el área de internacionalización que mas empresas han elegido. Hay, no obstante, entre esas empresas que han elegido internacionalizar sus ventas una cuarta parte (24.32%) que ni siquiera conocen los distintos tipos de operaciones de exportación que pueden realizarse. Las exportaciones directas son las mas conocidas (70.27%) seguidas de las indirectas (59.46%) y las concertadas. (50.67%) La mayor incidencia de empresas que no conocen los distintos tipos de exportación se da en las mas pequeñas. Curiosamente se ha encontrado un porcentaje inusualmente alto de estas empresas en la provincia de Sevilla. Por el contrario el porcentaje de empresas que han manifestado ignorancia es, prácticamente, nulo en Cádiz.

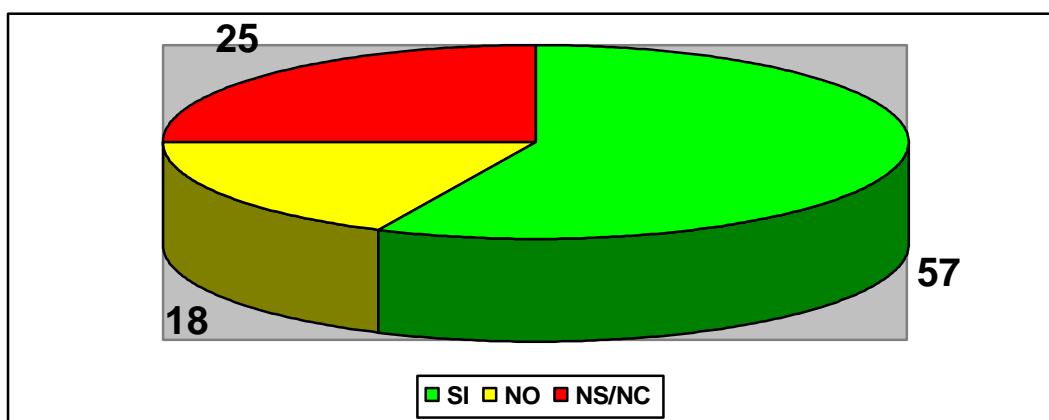
Al 46% de las empresas que declararon conocer la Exportación Concertada se les preguntó por los distintos de los tipos mas usuales de dicha clase de exportación (Consortios, Unión Temporal, Join ventures, piggyback...). Casi la mitad desconocía estas operaciones (45.33%)

Preparación y Conocimientos

En el contexto de este análisis puede ser interesante estimar el grado de conocimiento que las empresas tienen de aspectos relacionados con la Internacionalización como pueden ser: Significado de los Incoterms. Grandes Uniones Económicas Internacionales, Servicios de Información... Aunque el nivel general de conocimiento parece alto (al menos de los nombres de las Entidades por las que se les pregunta) sigue habiendo un porcentaje, a veces de casi la cuarta parte de las empresas dispuestas a internacionalizarse, que carecen de las nociones mas elementales de temas básicos relacionados con la internacionalización.

Otra forma de estimar el “nivel de proyección exterior” de las empresas es la de conocer su asistencia o participación en Ferias y Congresos. Prácticamente el 90% de las empresas visita Ferias y asiste a Congresos y algo mas de un 60% participa en ellos.. El porcentaje de participación es menor en las empresas mas pequeñas.

Satisfacción de las Pymes andaluzas con la ayudas a la internacionalización (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 1998

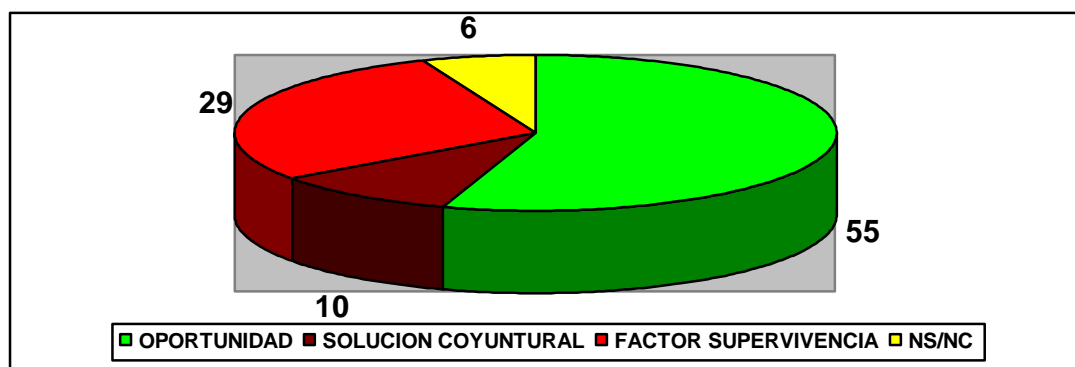
Las empresas con mas empleados suelen utilizar en mayor porcentaje las Ayudas Oficiales. Hayan o no utilizado estas ayudas, las empresas opinan sobre como podrían mejorarse, si bien casi una cuarta parte de ellas opina en blanco. Entre las que ofrecen alguna sugerencia predominan casi empatadas (41.7% / 42.9%) las que piden mas agilidad en los trámites y las que piden mas información.

En términos generales parece que las Pymes andaluzas no están lo suficientemente informadas de las necesidades que trae consigo el proceso de internacionalización y que, la preparación y formación de su personal es, se insiste en términos generales, insuficiente para abordar este tipo de proyectos con ciertas garantías.

Motivos y Consecuencias

La Internacionalización es un proceso complejo, casi nunca fácil y que supone un esfuerzo y, por supuesto, un riesgo. Es importante conocer lo que supone para las empresas el proceso de internacionalización que les lleva a asumir los peligros y dificultades que puede traer consigo.

Cómo consideran la internacionalización las Pymes andaluzas. (Porcentajes)



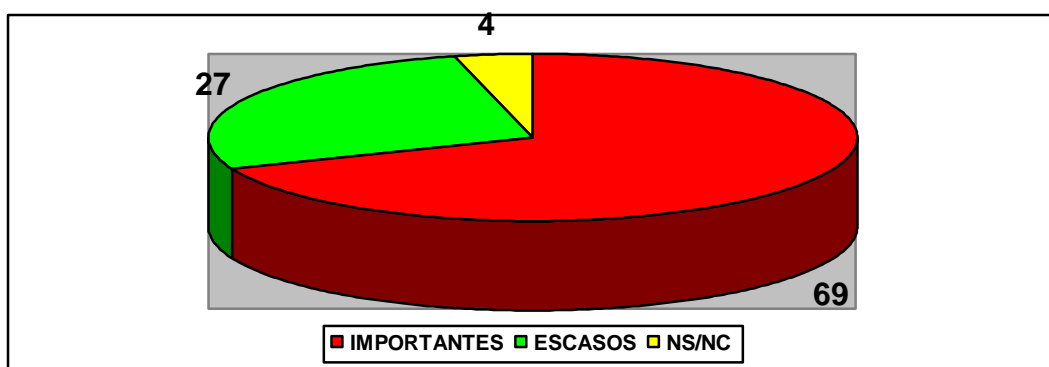
Fuente: Encuesta EOI 1998

Para mas de la mitad de las empresas la internacionalización es una oportunidad que hay que aprovechar para no estar en desventaja frente a la competencia. Casi la décima parte ha encontrado en ella una solución, podríamos decir coyuntural, a problemas de la

empresa. Mas de la cuarta parte opina que es la única posibilidad que tiene la empresa para sobrevivir en un mercado que evoluciona hacia una liberalización cada vez mayor. Entre las empresas con mas empleados y mayor volumen de negocio se nota una mayor tendencia a considerar la supervivencia como el motivo de Internacionalización.

En la estimación que las empresas hacen de las consecuencias de la internacionalización, mas de las dos terceras partes opinan que se producirán cambios importantes y sobre una cuarta parte, que dichos cambios serán escasos. Pero mas de la mitad opina que esos cambios afectarán al personal en menos de un 30% lo que supone que el impacto de la internacionalización sobre el aumento del empleo se valora como escaso.

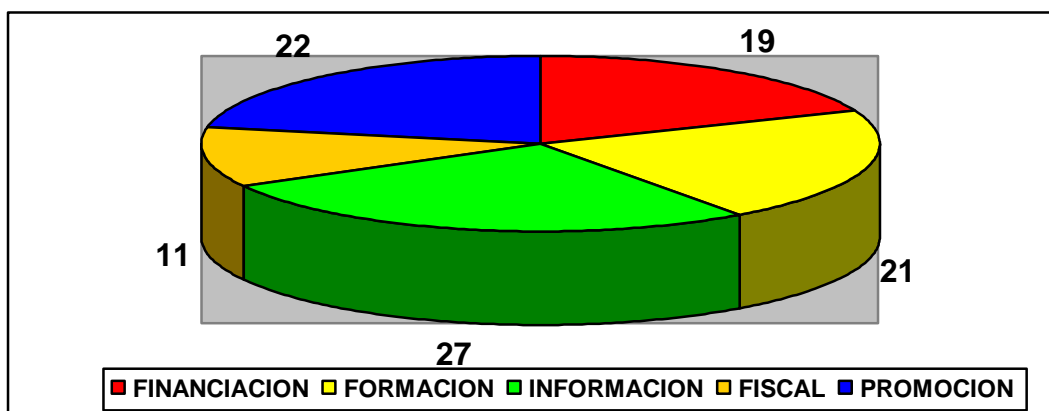
Estimación por las Pymes andaluzas de los cambios producidos por la internacionalización. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta EOI 1998

Los cambios parece que afectarán mas a las empresas de menor número de empleados. En las empresas de mas de 100 empleados o de volumen de negocio alto los cambios afectarán, proporcionalmente mas, a los directivos que a los obreros y ocurrirá lo contrario en empresas pequeñas.

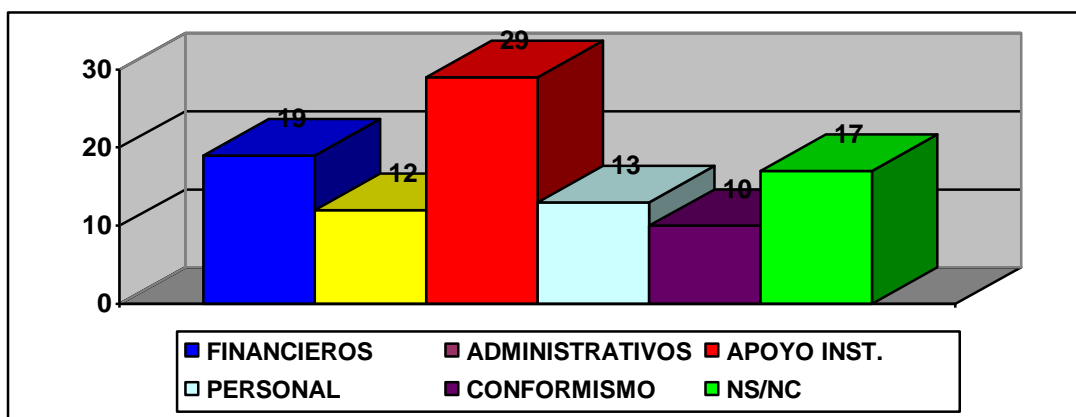
***Apreciación por las Pymes andaluzas de las ayudas a la internacionalización.
(Porcentajes)***



Fuente: Encuesta EOI 1998

Podría parecer una repetición innecesaria el insistir en conocer el tipo de ayuda que necesitarían para internacionalizarse teniendo en cuenta que ya han opinado sobre sus Puntos Débiles y sobre la necesidad de Asistencia Técnica. Sin embargo se obtienen opiniones no siempre coincidentes. Aunque relacionados los Puntos Débiles, la Asistencia Técnica y las Ayudas difieren en la importancia que les conceden las Pymes. La Información sigue siendo la ayuda más solicitada por más de las tres cuartas partes de las empresas (76.1%) y la Financiera -exceptuamos la Fiscal Laboral- la menos solicitada por algo más de la mitad (55.8%).

Por último, habiendo quedado patente que estas empresas consideran que la Internacionalización es algo conveniente, cuando no necesario, se considera importante conocer cuáles han sido los motivos por los que, hasta ahora, no la han acometido plenamente más que en un pequeño porcentaje (17,11%) de los casos.

Obstáculos a la internacionalización de las Pymes andaluzas. (Porcentajes)

Fuente: Encuesta EOI 1998

Los resultados que se obtienen de esta consulta no son totalmente coincidentes con lo que cabría esperar. Hay que suponer que, si una empresa considera a la Información, p.ej., como la ayuda más importante, la falta de una Información adecuada debería ser la causa principal que le haya impedido internacionalizarse. Sin embargo los resultados de la pregunta dan como primer obstáculo la falta de apoyo adecuado (44.8%) y en segundo lugar a los problemas financieros. (30.1%) De entre las empresas que han decidido internacionalizarse hay una cuarta parte (25.2%) que ignoran por que no lo han hecho antes y un 14.1% aduce que no lo hizo por estar satisfecha con su situación anterior. En el estudio de la distribución por categorías se observa que las empresas más pequeñas parecen tener más problemas de personal y financiación que las grandes. El porcentaje de empresas satisfechas es muy alto en la provincia de Sevilla.

7.1.4. Problemas y Soluciones

Entre las Pymes de Andalucía son muchas las empresas que han participado en alguna actividad relacionada con otros países, pero son muy pocas las que, como parte de sus estrategias y políticas de empresa, han convertido la actividad internacional en parte integrante de su quehacer diario, lo que es una forma tan buena como otra cualquiera

de definir los procesos de internacionalización. Hay, no obstante, un porcentaje bastante alto de empresas que desearían emprender procesos de Internacionalización “a fondo” y esto sería conveniente, tanto para el sector, como para el conjunto de la economía andaluza. Prácticamente la totalidad de esas empresas reconoce la necesidad de ayudas para acometer el proceso y, de hecho, las reclama.

Al expresar las empresas sus opiniones sobre aspectos referentes a sus puntos débiles respecto de la internacionalización, asistencia necesaria en caso de acometer programas de internacionalización o ayudas que consideran imprescindibles para llevar a cabo con éxito el proceso, hay coincidencia y mayoría en señalar tres factores: Información, Formación y Apoyo Institucional. Incluso aquellas empresas que hacen especial hincapié en factores de Financiación no dejan de considerar los tres anteriores, al menos, tan importantes como el económico.

Hay que plantearse, no obstante, que ámbitos abarcan las actuaciones sobre cada uno de estos factores. Por citar un ejemplo, no tienen el mismo nivel las informaciones acerca de la forma de cumplimentar un Pliego de Condiciones en una licitación de obra, que las referentes a la situación del mercado hortofrutícola en un país determinado, las relacionadas con los posibles socios en una actividad exterior o, llevando las cosas al extremo, los elementos básicos de Gestión de Empresas. Y algo semejante puede decirse de las actividades de Formación.

Esto viene a cuento de que la Internacionalización de una empresa no es un proceso simple, reducido a la realización de una simple venta en otro país que no afecta para nada a la organización, estructura y hasta cultura empresarial. En el mejor de los casos supone el equivalente al proceso de penetración de la empresa en un nuevo mercado, sin abandonar los anteriores, con todo lo que esto implica en cuanto a establecimiento de redes, logística, decisiones sobre cobros y pagos, financiación del crecimiento de la producción, gastos de introducción, etc... En otros casos puede implicar la adopción de decisiones adicionales sobre inversión en el exterior, cambios en la estructura del capital, contratación de personal experto en tecnologías nuevas para la empresa, habituarse a nuevas leyes o costumbres.

No cabe duda de que la Información, Formación y Ayudas que necesita una empresa para internacionalizarse están disponibles en muchas de las organizaciones. Sin embargo su utilización por las empresas presenta problemas, algunos derivados de la propia naturaleza, tanto de las empresas como de los organismos que ofrecen estos servicios, y otros surgidos como consecuencia de las relaciones (o falta de ellas) existentes entre ambos.

7.1.5. Problemas

1.- Se puede citar como primer problema la forma en que la oferta de esos servicios de Información, Formación o Apoyo Institucional llega a su destinatario (el empresario). Se detecta cierto espíritu “funcionarial” en algunos casos, espíritu que consiste en la adopción de una actitud pasiva por parte de quienes pueden dispensar estos servicios. No se trata de que ahuyenten al solicitante - que también se dan casos - sino de que no se hace nada por atraerlo. La actitud de “esperar a que vengan” puede incluso ser parte de una política no explicitada pero asumida y practicada por todo un colectivo. Esto constituye un obstáculo grave para que empresas de tamaño mediano o pequeño puedan acceder a determinados servicios que no se encuentran lo suficientemente publicitados. Utilizando un símil comercial podemos decir que no se hace la oferta lo bastante atractiva.

Una consecuencia colateral de esta situación es la existencia de una especie de “circulo cerrado” de empresas lo suficientemente grandes como para dedicar personal al seguimiento de estas ofertas. Estas empresas, siempre las mismas en opinión de algunos pequeños empresarios, aprovechan mejor las oportunidades de ayuda con lo que aumenta el “gap” entre ellas y las Pymes.

2.- También puede haber deficiencias en la calidad de la información ofrecida. Hay que considerar que, incluso cuando un organismo se dedica a la formación, debe informar, en primer lugar, de sus ofertas formativas. Se ha detectado, entre los pequeños empresarios fundamentalmente, un estado de ánimo que puede resumirse en la frase

“Hay que ir a la cabeza”. Se basan en la suposición de que hay personas en los niveles inferiores de las organizaciones que ponen dificultades a la recepción de solicitudes y proyectos e incluso tratan de desanimar a los solicitantes aduciendo falta de viabilidad de las propuestas recibidas o manifestando su pesimismo sobre las posibilidades de conseguir ayudas que tiene el solicitante. Según quienes presentan esta queja los responsables de niveles superiores muestran una mayor dedicación a su cometido y, siempre que puedan ser abordados directamente, garantizan una mas correcta atención a las solicitudes que reciben.

Existe la opinión, manifestada en varias ocasiones por pequeños empresarios, de que los grandes proyectos reciben una atención desproporcionada en detrimento de aquellos de menor cuantía. En esta línea consideran igualmente que hay un trato discriminatorio a favor de las solicitudes presentadas a través de las organizaciones empresariales frente a las que presentan pequeños empresarios directamente.

3.- El último, pero no el menos importante, problema que afecta a la eficacia en el uso de las ayudas a la internacionalización se debe a la falta de coordinación entre los organismos que pueden colaborar con las empresas en el proceso. Como se apuntó con anterioridad se puede considerar el proceso de internacionalización de una empresa como un proyecto de cierta complejidad. En un Plan Estratégico para la Internacionalización se necesitaría, como mínimo, información referente a:

- Estudios de mercado en otros países.
- Redes de agentes o representantes.
- Legislación local. Reglamentos técnicos.
- Ayudas financieras. Medios de pago.
- Ferias y otras actividades de promoción.

Y muchas materias mas. La tarea de recoger todas estas informaciones e integrarlas en un Plan Estratégico coherente y viable sería ya compleja si, además, no hubiera que espigarlas entre las ofertas de unas cuarenta organizaciones, cada una de las cuales ofrece servicios diversos que, en muchos casos, se solapan entre si. Es evidente que se

trata de un trabajo que se encuentra fuera de las posibilidades de la mayoría de las Pymes.

7.1.6. Propuestas de Soluciones

La eficacia de un programa o de una serie de disposiciones se mide por el grado en que se alcanzan sus objetivos. El aumento del número de empresas que consideran la actuación en el mercado exterior parte habitual de sus actividades ha de dar idea del éxito de los programas y servicios de los organismos que ofrecen apoyos a la internacionalización. Sin pretender menoscabar el trabajo realizado, entendemos que hay algunas sugerencias que pueden hacerse en orden a incrementar la eficiencia de su actuación y que se derivan de la propia naturaleza de los problemas detectados.

1.- En lo que a la oferta de servicios se refiere no nos cabe duda de que puede mejorarse su presentación recurriendo a técnicas de marketing mas eficaces, no necesariamente mas caras. En primer lugar hay que hacer llegar la oferta de servicios directamente al destinatario y en una forma atractiva. A riesgo de incurrir en tautologías no cabe duda de que una oferta de cursos de formación en “marketing” internacional no interesará, en absoluto, al Director Administrativo de una empresa. Por otra parte personalizar una comunicación supone andar medio camino hacia su consideración por parte de la persona a la que va destinada.

En cuanto al contenido de la oferta quizás un aspecto “menos oficial”, sin que suponga detrimento de la “dignidad” de la misma, pueda contribuir a que su receptor le preste una mayor atención cuando le llega. Por otra parte el seguimiento telefónico, vía fax o E-mail de una oferta por correo es un medio fácil y barato de reavivar el interés del destinatario en el asunto ofertado además de una forma segura de chequear el resultado de una campaña de difusión de servicios oficiales o privados.

2.- La calidad del servicio y la actitud de las personas que lo prestan son temas, cuando menos, “vidriosos” y, desde luego, muy sujetos a controversia. Sin pretender prejuzgar sobre las aptitudes y actitudes de todo un colectivo no parece descabellado el proponer

que los programas de formación lleguen también a las personas que han de prestar los servicios que demandan las empresas. La mejora de sus capacidades en temas como comunicación, redundaría en beneficio de todos.

3.- En cualquier caso podemos considerar problemas menores aquellos sobre cuya solución se han hecho sugerencias en los dos puntos anteriores. El problema que subyace en el fondo de la cuestión se deriva de una falta de coordinación que afecta tanto a las empresas como a las organizaciones que pueden prestarles ayuda en su internacionalización.

Se ha repetido hasta la saciedad que la elaboración de un Plan Estratégico que considere la internacionalización de una empresa es un proceso complejo para cuyo diseño y puesta a punto necesitan ayuda la mayoría de las empresas. Pues bien: podríamos decir que la ayuda mas precisa para las empresas que quieren internacionalizarse es aquella que les asesore sobre donde encontrar ayudas.

Considerando el proceso de internacionalización como un Proyecto a redactar se puede ver que abarca toda una serie de factores que han de relacionarse:

- Definición de Tareas.
- Duración de las mismas. Secuencias.
- Enlaces y relaciones.
- Medios necesarios. Determinación y asignación.

Desde el establecimiento de los pasos a dar, visitas a realizar, nuevo personal necesario, nuevas inversiones, necesidades de circulante, estudios a llevar a cabo... parecería que se necesita un ejercito de especialistas, tan solo para efectuar las preguntas necesarias. Un empresario pequeño, incluso mediano no tiene, normalmente, tiempo para siquiera buscar a quienes puedan informarle o formarle sobre estas cuestiones. Necesariamente los proyectos que elabore serán incompletos y con un riesgo de fracaso mucho mas elevado.

Se necesita, en una gran parte de los casos, de un organismo asesor que lleve de la mano a la empresa desde los pasos previos a la redacción del proyecto y que incluso la supervise y asesore en las primeras fases de su ejecución. La existencia de organizaciones de este tipo no solo haría aumentar el número de PYMES que se “engancharan al carro de la internacionalización” sino que haría disminuir en forma apreciable el número de fracasos en estos procesos.

Queda por determinar cual sería ese organismo. Recientemente la Junta de Andalucía está tratando de poner en marcha un Plan de Internacionalización de las Empresas Andaluzas para el que intenta llegar a acuerdos de cooperación entre aquellos de sus Departamentos afectados por el proceso, los sindicatos y las organizaciones empresariales. Teniendo en cuenta que son cinco las Consejerías implicadas: Cultura, Comercio, Trabajo, Agricultura y Economía, cada una con objetivos propios; considerando también que se trata de proyectos empresariales que afectan a las organizaciones sindicales de forma indirecta parece lógico que sea una organización independiente la que coordine los trabajos y la que cree el o los organismos asesores a que nos referíamos. Este organismo, en el que participarían representantes de los distintos sectores implicados habría de tener carácter autónomo para garantizar la eficacia de su actuación. Patronato, Fundación, empresa participada, ... en cualquier caso dotado de presupuesto independiente. Con ello se daría un paso adelante realmente decisivo en el camino de la internacionalización de empresas.

8. ADAPTACIÓN DE LAS PYMES ANDALUZAS A LOS REQUERIMIENTOS DEL MEDIO AMBIENTE

La protección del medio ambiente, que ha cobrado una creciente importancia en los últimos años, es una de las actividades que mayores posibilidades ofrece en Andalucía para la creación de nuevos negocios y, por tanto, de empleo. Dentro de este amplio ámbito se incluyen aspectos tales como la recuperación, cuidado y aprovechamiento reciclajes naturales, el negocio del reciclaje y la gestión y reutilización del agua. Por ejemplo, según un estudio del IEA, el grado de sensibilización de las familias andaluzas respecto de la recogida selectiva de residuos es muy alto, especialmente en el segmento de familias con hijos con un nivel cultural y económico medio-alto. Para el 50% de los encuestados, el reciclaje es importante, y para el 44% es muy importante. Sin embargo, sólo el 63,4% de las familias tienen acceso cerca de su domicilio a contenedores para la recogida selectiva de residuos, proporción que desciende hasta el 30% en el caso de los contenedores de latas y plásticos. Estas dificultades son quizás las que llevan al 53,2% de las familias consultadas a declarar estar interesadas en un servicio no gratuito de recogida de basuras, material textil o escombros, una actividad que, por tanto, tiene favorables perspectivas.

Las iniciativas que ya existen están lideradas tanto por grupos internacionales como por parados de larga duración y se caracterizan aún por una escasa participación femenina y un bajo nivel de cualificación. La gestión de residuos sólidos urbanos da empleo en la actualidad en Andalucía a unas 5.000 personas y moviliza un gasto público anual de unos 8.500 millones de pesetas anuales.

En cuanto a la gestión del agua, esta actividad ofrece grandes posibilidades en diferentes ámbitos, entre ellos la mejora del abastecimiento, el desarrollo de la desalinización, el fomento del ahorro y la privatización de la distribución y la construcción de ciertas infraestructuras. Este segmento da empleo en Andalucía a casi 4.000 personas y moviliza una inversión pública de 18.000 millones de pesetas cada año.

Por tanto, podemos afirmar que, a pesar de que este sector se enfrenta aún a problemas como la falta de mano de obra cualificada y los obstáculos culturales, sus perspectivas

de crecimiento son buenas, gracias sobre todo a la aplicación de las nuevas normativas medioambientales.

Cuestión distinta es cómo la pequeña y mediana empresa andaluza se está adaptando a los requerimientos que la creciente importancia del medio ambiente le está imponiendo. En este sentido, dos son los principales aspectos a considerar: por un lado, el cumplimiento de la normativa medioambiental como hemos dicho, y por otro, la implantación de los Sistemas de Gestión Medioambiental en la empresa

8.1. Adaptación de la normativa medioambiental

En primer lugar, como hemos dicho, vamos a analizar la situación de la pyme andaluza en cuanto a adaptación a la normativa medioambiental existente en la actualidad. Según el Estudio sobre las PYMES españolas realizado el presente año por la EOI, el 69,3% de las PYMES andaluzas conocen la normativa relativa al medio ambiente que afecta a su empresa. Este porcentaje aumenta hasta el 80% para las empresas consideradas "innovadoras". Sin embargo, no se observan diferencias significativas si consideramos el año de creación o el grado de actividad económica, pese a que hay un ligero incremento de este conocimiento en función del año de creación (cuanto más reciente es su creación, mayor conocimiento existe) y a la actividad económica (a más actividad, mayor conocimiento). Es, por tanto, un porcentaje considerable, aunque, dada la creciente importancia del medio ambiente que antes considerábamos, es preocupante que cerca del 30% de estas pymes desconozcan cual es esta normativa.

Conocimiento de la Normativa Medioambiental

¿Conoce la normativa relativa al Medio Ambiente?	TOTAL	INNOVACION		ACTIVIDAD ECONÓMICA			AÑO DE CREACIÓN		
		Innova	No Innova	Estable	En declive	En crecimiento	Hasta 1980	1981 a 1990	Desde 1990
SI	69,3%	80%	67,7%	71,9%	69,1%	66,5%	71,4%	69,3%	62,5%
NO	28,9%	18,3%	30,5%	26,6%	30,9%	31%	27,1%	29,5%	32,8%
NS/NC	1,8%	1,7%	1,8%	1,6%	-	2,5%	1,4%	1,2%	4,7%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

En cuanto a la distribución por provincias, es Córdoba la provincia en la que se produce un porcentaje más alto (un 77,2%), seguida de cerca por Jaén (con un 76,9%), frente al escaso 62,9% de Málaga.

Por lo que se refiere al volumen de empleados, el conocimiento es significativamente mayor en empresas con más de 25 empleados (75,3% frente al 61,6% de empresas con menos de 25 empleados).

Otro dato significativo es que el porcentaje de empresas que conoce la normativa aumenta hasta un 83,3% en el caso de empresas que tiene previsto incrementar su acción hacia mercados exteriores en el futuro. Así mismo es mayor el conocimiento de la normativa en empresas que son proveedoras de terceros (un 73%) que en el caso de no serlo (61,6%).

Conocimiento de la Normativa Medioambiental por Provincia

¿Conoce la normativa relativa al Medio Ambiente?	SI
ALMERÍA	71,4%
CÁDIZ	66,7%
CÓRDOBA	77,2%
GRANADA	70,9%
HUELVA	71,4%
JAÉN	76,9%
MÁLAGA	62,9%
SEVILLA	67%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Por sectores de actividad, es el de Alimentos y Bebidas el que presenta un mayor porcentaje de conocimiento de la normativa (cerca del 88%), mientras que es el Comercio el que presenta porcentajes más bajos (61.3%). Llama la atención el que haya un mayor conocimiento de la normativa entre empresas inmobiliarias que entre empresas de construcción, dada la íntima relación entre ambos sectores y la evidente importancia del medio ambiente para ambos.

Conocimiento de la Normativa Medioambiental por Sector de Actividad Empresarial

¿Conoce la normativa relativa al Medio Ambiente?	SI
ALIMENTOS Y BEBIDAS	88,2%
COMERCIO	61,3%
HOSTELERÍA	71,4%
TRANSPORTE	66,7%
INMOBILIARIAS	80%
CONSTRUCCIÓN	70,7%
PRODUCTOS METÁLICOS Y MÁQUINAS	72,9%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Por otro lado, si comparamos la implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad con el conocimiento de la normativa, comprobaremos como el 77,6% de las empresas (por tanto, por encima de la media) que tienen implantado este sistema conocen dicha normativa. No obstante, es de reseñar que solamente el 37,8% de las pymes tienen implantados estos sistemas, por lo que un incremento de dichos sistemas probablemente producirá un aumento de dicho conocimiento.

Conocimiento de la Normativa Medioambiental y Sistemas de Gestión de Calidad

¿Conoce la normativa relativa al Medio Ambiente?	SI	TOTAL
EMPRESAS CON SISTEMA DE CALIDAD	77,6%	42,3%
EMPRESAS SIN SISTEMA DE CALIDAD	63,6%	53,8%
NS/NC	75%	3,8%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Finalmente, podemos señalar otros dos datos relevantes:

- Solamente el 82,% de las empresas que tienen previsto realizar alguna inversión para reducir el impacto medioambiental de su empresa conocen la normativa que les afecta. Este porcentaje desciende hasta el 58% en el caso de no tener prevista esta inversión, lo que establece una clara correlación entre desconocimiento de la normativa y falta de inversión en actuaciones medioambientales.
- El 56,4% de las empresas que conocen la normativa no disponen de un responsable de medio ambiente. Por tanto, una cosa es el conocimiento y aplicación de la normativa y otra muy distinta la conciencia medioambiental que aun tienen nuestras pymes.

Otro punto a resaltar es la importancia que conceden las empresas a cada uno de los puntos relacionados con la gestión medioambiental. Así, la gestión de residuos se configura como el aspecto de mayor importancia, ya que el 46% de las pymes lo consideran como muy o bastante importante. En el otro extremo, la contaminación atmosférica sólo es considerada importante por el 20,9% de los encuestados. De los resultados, vemos como se configuran dos grande bloques de preocupaciones medioambientales: por un lado la gestión de residuos en general (incluyendo envases y embalajes) que afecta a más del 40% de las empresas, y por otro los vertidos de aguas

residuales, aceites usados, contaminación atmosférica y ruidos que afectan a, aproximadamente, un 22%. No obstante, no deja de llamar la atención que en ningún caso los porcentajes superen el 50%, lo que nos lleva incluso a dudar de que se 70% de empresas que afirman conocer la legislación medioambiental, realmente la conozcan.

Importancia de la Gestión Medioambiental

Importancia para su empresa	Gestión de Residuos	Vertidos de Aguas Residuales	Contaminación Atmosférica	Residuos de Envases y Embalajes	Aceites Usados	Ruidos
Mucho	26,2%	13,8%	13,6%	22,9%	12,4%	12%
Bastante	19,8%	8,9%	7,3%	17,6%	9,8%	10%
SUBTOTAL	46%	22,7%	20,9%	40,5%	22,2%	22%
Poco	22,7%	11,1%	17,6%	24,2%	12,9%	19,3%
Nada	30,2%	62,9%	58,7%	34,9%	62%	55,8%
SUBTOTAL	52,9%	74%	76,3%	59,1%	74,9%	75,1%
NS/NC	1,1%	3,3%	2,9%	0,6%	2,9%	2,9%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Si este análisis lo desglosamos por sectores, observamos que:

- Para el sector de Alimentos y Bebidas, la mayor preocupación la constituyen los residuos, que tienen mucha o bastante importancia para el 53% de las empresas consultadas, encontrándose por encima de la media. Asimismo, el vertido de aguas residuales solamente preocupa al 41,2% del sector, cifra que, pese a situarse muy por encima de la media, es significativamente baja para un sector en el que prácticamente la mayoría de las industrias realizan estos vertidos. Ello reafirma nuestra opinión de que la afirmación acerca del conocimiento de la normativa por parte de las empresas debe cuestionarse seriamente. Finalmente, en general observamos una preocupación por los temas medioambientales por encima de la media.
- Comercio: en general se detecta una baja consideración de los aspectos medioambientales, consecuencia en muchos casos de la propia índole de estos negocios. Por ello, la mayor preocupación reside en los residuos de envases y embalajes, aunque entendemos que sigue siendo considerablemente baja (sólo el 45% de los entrevistados lo consideran como algo relevante).
- Hostelería: en este caso, las mayores preocupaciones vienen por el lado de los ruidos y los aceites usados. No obstante, de nuevo llama la atención que en ningún caso se supere el 50% (y en el caso de los ruidos, no llega al 30%).
- Transporte: es otro de los sectores críticos, en cuanto a la importancia que tienen para el medio ambiente, y en el que sin embargo, no existe esta concienciación, en particular en el aspecto de ruidos. Es cierto que la preocupación por la contaminación atmosférica es muy superior a la media, pero sigue estando, en general, en un umbral inferior al 50%, lo cual supone un grave déficit.
- Inmobiliarias: se encuentran en situación similar al resto de sectores: importancia por encima de la media en aspectos específicos (ruidos, aguas residuales..), pero en general bajos índices de concienciación.

- **Construcción:** las mayores preocupaciones vienen por el lado de los residuos y los ruidos, aunque, una vez más se mantienen en niveles bajos.

- **Productos metálicos y maquinaria:** especialmente significativa es la baja importancia de los vertidos de aguas residuales, donde el nivel de importancia es peligrosamente bajo (inferior incluso que en el Comercio o en el Transporte).

Importancia de la Gestión Medioambiental por Sectores

Mucha o Bastante Importancia para su empresa	Gestión de Residuos	Vertidos de Aguas Residuales	Contaminación Atmosférica	Residuos de Envases y Embalajes	Aceites Usados	Ruidos
Alimentos y Bebidas	53%	41,2%	25,4%	40,3%	17,7%	15,6%
Comercio	42,4%	16,7%	11,8%	45,7%	14%	12,4%
Hostelería	46,8%	41,2%	11,8%	46,8%	40,3%	29,9%
Transporte	40%	6,7%	40%	6,7%	40%	26,7%
Inmobiliaria	46,6%	33,4%	20%	53,3%	26,7%	33,3%
Construcción	55,1%	29,3%	34,4%	19%	22,4%	37,9%
Productos metálicos	41,7%	6,3%	12,5%	43,7%	22,9%	29,4%
<i>MEDIA GLOBAL</i>	46%	22,7%	20,9%	40,5%	22,2%	22%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

En general, por tanto, observamos una baja concienciación de la pequeña y mediana empresa andaluza en cuestiones medioambientales, lo cual va a traer como consecuencia, como vamos a comprobar en el siguiente apartado, una baja implantación de sistemas de gestión medioambiental o de figuras en la empresa que asuman dicha gestión.

8.2. Establecimiento de Sistemas de Gestión Medioambiental en la empresa

8.2.1. Reglamento Comunitario EMAS e ISO 14.001

Una vez analizado este conocimiento de la normativa medioambiental, el siguiente paso es analizar hasta que grado las pymes andaluzas están dispuestas a facilitar el cumplimiento de la misma, mediante el establecimiento de los correspondientes Sistemas de Gestión Medioambiental.

Hace menos de ocho años, el concepto de Sistema de Gestión Medioambiental era nuevo para la mayoría de las empresas. Sin embargo, su posterior desarrollo y difusión ha sido muy rápido. Así, la primera norma sobre Sistemas de Gestión Medioambiental, la norma británica BS 7750 (*“Specification for Environmental Management Systems”*) fue publicada, con carácter experimental, en el año 1992. El concepto de Sistema de Gestión Medioambiental actualmente vigente se recoge en el Reglamento EMAS (Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambiental), de la Unión Europea. Dicho reglamento define a este Sistema como “aquella parte del sistema general de gestión que comprende la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política medioambiental”. Los puntos básicos de este sistema, según este Reglamento, serían política medioambiental de la empresa, planificación, implantación y operación, control y corrección, revisión y mejora continua.

Por tanto, un Sistema de Gestión Medioambiental es una herramienta que capacita a una organización a alcanzar el nivel de comportamiento medioambiental que ella

misma se propone. Es decir, permite asegurar que las repercusiones medioambientales de sus instalaciones, actividades, productos y servicios son acordes con su política medioambiental y con sus correspondientes objetivos y metas. Por tanto, la introducción y puesta en práctica de un Sistema de Gestión Medioambiental puede contribuir a que se alcancen resultados óptimos en cuanto a la reducción de impacto medioambiental de la empresa, la identificación de oportunidades medioambientales (por ejemplo, reducción del consumo de energía, reciclaje,...), etc., como consecuencia de la adopción de un enfoque estructurado y lógico. Sin embargo, un Sistema de Gestión Medioambiental no garantiza por sí mismo la consecución de unos resultados medioambientales óptimos. Éstos dependerán en gran medida de cómo se defina y estructure este Sistema, como se implante, como se integre el mismo en la gestión de las operaciones habituales de la empresa, y como se desarrolle y se controle su funcionamiento. Así mismo, será clave contar con una estructura organizativa con una asignación clara de las responsabilidades de las personas con competencias en actividades con incidencia en el Sistema, y que dichas personas cuenten con la formación, información interna y competencia profesional necesaria.

Por otro lado, la comunicación externa, con el objetivo de informar a las partes interesadas sobre los objetivos medioambientales de la empresa y sobre los resultados conseguidos en su comportamiento medioambiental, es un elemento de gran trascendencia, aunque este elemento no esté incluido en las exigencias de la Norma ISO 14001, norma internacional que especifica los requisitos para certificar, registrar y/o autoevaluar el Sistema de Gestión Medioambiental de una organización.

Por último, cabe señalar que la integración del medio ambiente en la gestión empresarial mediante la implantación y certificación de Sistemas de Gestión Medioambiental contribuye a la mejora de la posición competitiva de las empresas. Entre los beneficios potenciales, podemos destacar los legales (facilita el cumplimiento de la legislación, evitando multas, sanciones, ...), de producción (ahorro de materias primas, reducción del consumo de energía...), de gestión (complementa los sistemas de calidad, seguridad e higiene, ...), marketing (obtención de etiquetas ecológicas, diversificación...), financieros (reducción de costes, acceso a ayudas económicas...),

imagen, etc. No obstante, la importancia relativa de los diferentes beneficios potenciales es muy variable de una empresa a otra, y dependerá de factores como la naturaleza de la empresa, sus productos y servicios, los aspectos medioambientales asociados a sus instalaciones, la localización geográfica, la legislación medioambiental aplicable o el posicionamiento en el mercado.

¿Es la pyme andaluza consciente de la importancia de estos sistemas? Las empresas, como hemos dicho, disponen actualmente de dos sistemas voluntarios a la hora de manifestar su compromiso con el medio ambiente mediante la implantación de sistemas de gestión medioambiental. Ésta se realiza bien mediante la certificación conforme a la Norma UNE-EN-ISO 14.001:1996 de Sistemas de Gestión Medioambiental o mediante el Registro Europeo según el Reglamento de la Unión Europea nº 1836/93 de 29 de Junio de 1993 (Reglamento EMAS). La aparición de estos dos sistemas de certificación, unido a la creciente preocupación por los temas ambientales y a la mayor presión legislativa, han hecho posible que en estos últimos años el componente medioambiental se vaya consolidando como un factor que debe integrarse en la gestión global de la empresa, y de este modo que el tratamiento de los temas ambientales de la empresa empiece a ser visto como un factor de competitividad, tanto desde el lado de la oferta, por mejoras en la productividad, como de la demanda, por diferenciación y cualificación de los productos.

Es objeto del sistema comunitario promover la mejora continua de los resultados de las actividades industriales en relación con el medio ambiente, ya que establece la necesidad de realizar auditorías ambientales internas y, a partir de ellas, elaborar una declaración medioambiental. Para garantizar la objetividad de las mismas se establece una validación de la declaración medioambiental por parte de un verificador independiente, que supondrá la comprobación de que las políticas, los programas, los sistemas de gestión, los procedimientos de evaluación y la propia declaración cumplen los requisitos. Con este Sistema de Gestión Medioambiental se trata de comprometer a los centros de producción para evaluar y mejorar sus resultados, facilitando posteriormente al público dicha información.

El Reglamento comunitario presenta algunas desventajas en su aceptación frente a la Norma ISO 14.001, ya que exige hacer pública la declaración ambiental, se dirige sólo a empresas industriales y su reconocimiento se limita al ámbito europeo, frente a la ISO 14.001, que certifica a la empresa ante un mercado más amplio al ser de alcance internacional, a la vez que es extensible a todo tipo de empresas.

Estas diferencias quedan reflejadas en el siguiente cuadro, donde se muestran el número por años de centros andaluces que se han adherido a un Sistema de Gestión Medioambiental (entre EMAS e ISO). El total resultante es de 58 centro, teniendo en cuenta que el Reglamento comunitario fue posterior a la Norma.

Número de Empresas con Certificación Ambiental en Andalucía

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	TOTAL
ISO 14.001	1	1	2	4	9	36	48	101
Reglamento EMAS				1		4	1	6

Fuente: Instituto de Desarrollo Regional y EOI. 2000

Para aquellas empresas que deseen registrarse en el EMAS y que ya cuentan con la certificación según la ISO 14.001, existe un documento que revisa aquellos aspectos que necesitan ser tenidos en cuenta. Se trata del informe UNE 150007 sobre Uso de las Normas UNE-EN-ISO 14001, 140010, 14011 y 14012 para el registro de las empresas en el Reglamento EMAS.

A nivel autonómico, y de acuerdo con la competencia de la Junta de Andalucía para el desarrollo legislativo en materia de medio ambiente, se aprobó el Decreto 53/1999 de 2 de Marzo, para la aplicación del Reglamento 1836/93 de 29 de Junio (Reglamento EMAS). Según el mismo, las declaraciones medioambientales validadas se presentarán

ante el órgano competente que designen las autoridades, y que en Andalucía es la Dirección general de Protección Ambiental de la Consejería de Medio Ambiente.

El siguiente cuadro, pues, clarifica las competencias en los ámbito nacional y autonómico

ORGANISMO COMPETENTE PARA LA REALIZACIÓN DE LO ESTABLECIDO EN EL REGLAMENTO EMAS	
NACIONAL	Ministerio de Medio Ambiente
ANDALUZ	Dirección General de Protección Ambiental de la Consejería de Medio Ambiente
ENTIDAD DE ACREDITACIÓN DE VERIFICADORES AMBIENTALES	
NACIONAL	ENAC
ANDALUZ	ENAC, hasta que se establezca otro organismo
REGISTRO	
NACIONAL	Registro de Establecimientos Industriales del Ministerio de Ciencia y Tecnología, creado pro Ley 21/1992
ANDALUZ	Registro de Centros Ecoauditados. Además, deber de dar traslado de los datos al Registro de Establecimientos Industriales de Andalucía

Tras la aprobación del citado Decreto andaluz, se ha creado un nuevo Registro de Establecimientos Industriales en Andalucía, a través del Decreto 129/99 de 18 de Mayo, que sustituye al anterior.

8.2.2. Acreditación y Certificación

La acreditación es un mecanismo que proporciona la confianza necesaria en los certificados, informes de inspección, actas de ensayo, certificados de calibración y validaciones medioambientales emitidos por los diferentes organismos en Europa.

Dentro de la Unión Europea, y como indica la Comisión, la acreditación es fundamental para el correcto funcionamiento de un mercado transparente y de calidad.

La Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) nació en 1995 y su función es calificar y acreditar a las entidades que desempeñen trabajos de certificación, así como a los laboratorios de ensayos y calibración. Surgió bajo el impulso de las directrices comunitarias, a partir de las cuales se regularon en nuestro país los aspectos referentes a la calidad y seguridad industrial. ENAC dispone de un sistema y unos requisitos sobre la acreditación de verificadores así como de criterios generales para acreditar entidades que serán las que lleven a cabo la certificación de los sistemas de gestión medioambiental.

En Andalucía, la Consejería de Medio Ambiente aun no ha designado a una entidad de acreditación propia de verificadores ambientales, por lo que, subsidariamente, es ENAC la que desempeña las funciones competentes. Así viene establecido en el Real Decreto 85/1996 de 26 de Enero, donde se especifica que la Entidad designada a nivel nacional tendrá carácter subsidiario en aquellas Comunidades Autónomas que no designen la suya propia. Esta situación se debe a que los requisitos para ser verificador medioambiental son muy exigentes y, además, actualmente en Andalucía no hay ningún verificador ambiental que acreditar.

A continuación, se muestran el total de centros adheridos al Sistema Comunitario de Gestión Medioambiental. Los nombres de las empresas certificadas a nivel nacional no se recogen, ya que es el ámbito andaluz el que nos concierne. Sin embargo, como dato de referencia se reflejan el total de ellas:

Total de Centros Registrados en el Sistema Comunitario

Comunidad Autónoma	Nº de Centro
<i>Cataluña</i>	38
<i>Navarra</i>	6
Andalucía	6
<i>Madrid</i>	4
<i>Aragón</i>	5
<i>Castilla y León</i>	2
<i>País Vasco</i>	2
<i>Valencia</i>	1
<i>Galicia</i>	1
TOTAL	65

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente. 2000

Centros Andaluces Registrados en el Sistema Comunitario

ENTIDAD	PROVINCIA	FECHA
PETRESA	CÁDIZ	26-02-1997
ENCE	HUELVA	12-01-1999
CEPSA (Refinería de La Rábida)	HUELVA	12-01-1999
ATLANTIC COOPER S.A.	HUELVA	23-03-1999
CEPSA (Refinería La Línea)	CÁDIZ	1999

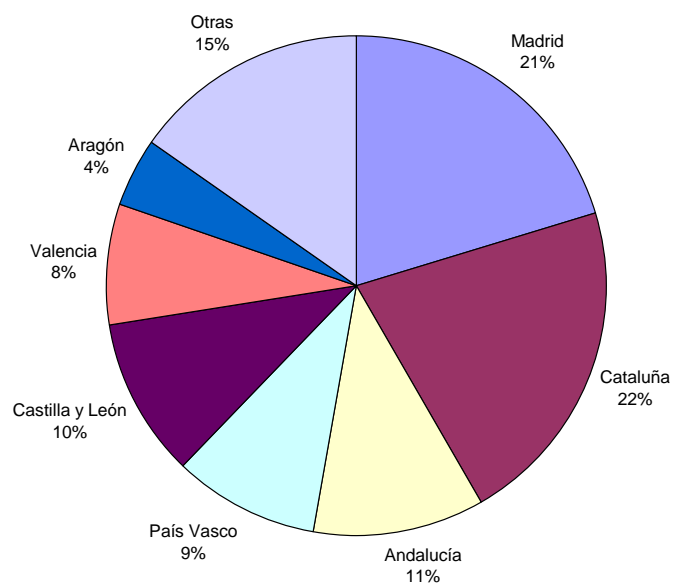
Fuente: Ministerio de Medio Ambiente. 1999

Andalucía ocupa la segunda posición, con seis empresas registradas en este campo, quedando por debajo de Cataluña y a igual nivel que Navarra. Su crecimiento es lento, pero avanza progresivamente y con ventaja respecto al resto de las Comunidades Autónomas.

Frente a estos datos, a continuación se representa el número de centro que han optado por el Sistema de Gestión Medioambiental según la ISO 14001, lo que demuestra el mayor grado de aceptación que esta norma ha tenido frente al Reglamento.

Total de Centros Certificados según la norma ISO 14001

<i>Comunidad Autónoma</i>	<i>Nº de Centro</i>
<i>Cataluña</i>	197
<i>Madrid</i>	188
<i>Andalucía</i>	101
<i>Castilla y León</i>	95
<i>País Vasco</i>	86
<i>Valencia</i>	72
<i>Aragón</i>	41
<i>Otras</i>	141
TOTAL	921



Fuente: EOI 1999

En este caso Andalucía se sitúa en tercera posición, con un total de 101 centros certificados según la norma ISO 14001, esta vez por debajo de Madrid y Cataluña.

Como resultado de cotejar estos datos, una revisión por provincias nos ayudará a visualizar en cuáles de las provincias andaluzas se concentra mayor número de empresas (los datos corresponden al año 1999, con una certificación medioambiental del total de 58).

Distribución por Provincias del total de Centros Andaluces con Certificación Medioambiental

Provincia	N ^a Centros	
Sevilla	16	27,58%
Málaga	13	22,41%
Cádiz	12	20,68%
Huelva	11	18,96%
Córdoba	2	3,44%
Granada	2	3,44%
Almería	1	1,72%
Jaén	1	1,72%

Fuente: Instituto de Desarrollo Regional (IDR). 1999

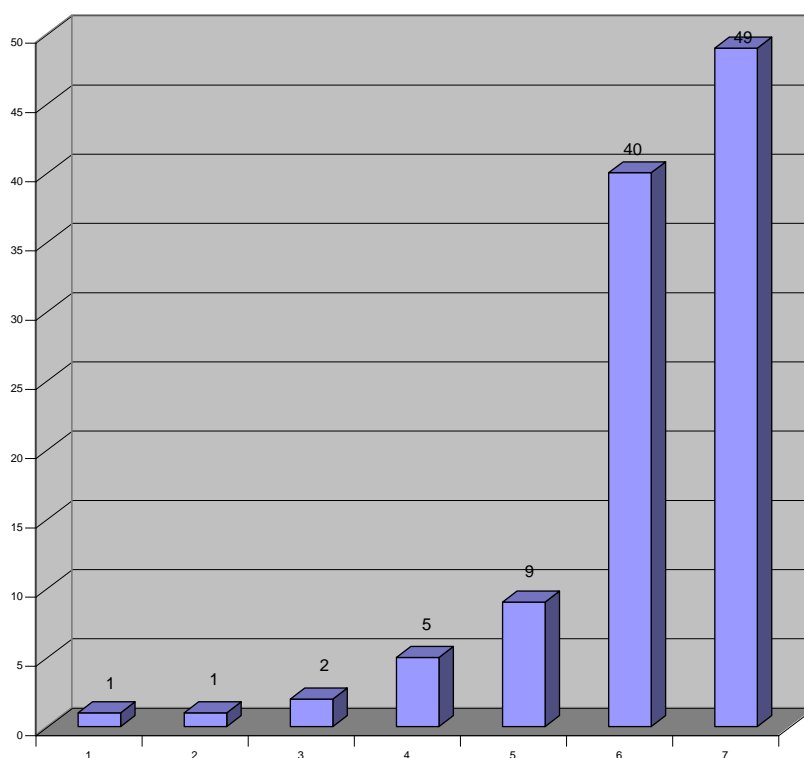
Como se observa en el cuadro, las provincias de Jaén y Almería tienen escasa representación, ya que junto a Granada son las menos industrializadas de Andalucía.

Es de interés comentar una nueva etiqueta que aparece en el mercado regional. Nos referimos a la Etiqueta "Doñana 21, Calidad Natural para empresas registradas" que tiene un carácter novedoso frente a otras existentes, ya que trata de diferenciar los productos de una comarca, en este caso de la comarca de Doñana, que engloba a 14 municipios. En ella se exigen criterios de calidad y medioambientales en un mismo

certificado según las normas ISO 9001 e ISO 14001 respectivamente. A la vez, exige contar con un programa anual de mejora continua de la calidad de sus productos y de los impactos medioambientales que produzcan en el desarrollo de sus actividades. La etiqueta Doñana 21 es una marca exclusiva de la Fundación Doñana 21 y está teniendo bastante éxito gracias a la acogida por parte de 24 empresas de los municipios afectados que ya la han solicitado, y que actualmente están en proceso de ajuste a los requisitos que se contemplan en el propio Reglamento de uso y gestión de dicha etiqueta.

La Fundación Doñana 21 es la encargada de verificar el cumplimiento de los requisitos exigidos a las empresas, siendo AENOR la entidad encargada de conceder la acreditación, pues lo que se acredita es a la empresa, no al producto, que pone esos productos en el mercado, dando garantía de la calidad de su producción en el respeto del medio ambiente.

Para concluir, se puede afirmar que actualmente en Andalucía existen 107 centros que están sujetos a un Sistema de Gestión Medioambiental por cualquiera de los dos métodos. El siguiente gráfico refleja el paulatino crecimiento del número de ellos. Este último año, sin duda, es el más representativo y la previsión para los años venideros es de un mayor crecimiento, ya que cada vez son más las empresas que saben que es un factor de competitividad que les permitirá mantenerse en el mercado.



Fuente: IDR a partir de datos de AENOR y el Ministerio de Medio Ambiente

8.2.3. Inversiones en Medio Ambiente

¿A qué puede deberse este bajo nivel de implantación de los Sistemas de Gestión medioambiental en la empresa andaluza? Si analizamos los planes de inversión de las pymes andaluzas cara a la reducción de su impacto medioambiental, veremos como solamente el 26,9% ha realizado ya esta inversión y el 14% tienen previsto hacerla, frente al 56,2% que no tienen entre sus planes a corto o medio plazo el realizar ningún tipo de inversión cara a la implantación de la gestión medioambiental. Este 56,2% contrasta con el 28,9% que decía desconoce la legislación, ya que ello supone que cerca de un 30% de la pequeña y mediana empresa andaluza conoce la legislación medioambiental, pero no está dispuesta a realizar ningún tipo de inversión cara a su aplicación. Además, se trata de un porcentaje que prácticamente se mantiene si consideramos el año de creación de la empresa o su grado de actividad económica. Y lo que es más preocupante, el 40% de las empresas consideradas "innovadoras" no pretenden realizar esta inversión.

Inversiones en Gestión Medioambiental

¿Tiene previsto realizar alguna inversión para reducir el impacto medioambiental de su empresa?	TOTAL	INNOVACION		ACTIVIDAD ECONÓMICA			AÑO DE CREACIÓN		
		Innova	No Innova	Estable	En declive	En crecimiento	Hasta 1980	1981 a 1990	Desde 1990
SI, ya la he realizado	26,9%	30%	26,4%	28,1%	27,3%	25,4%	24,3%	27,7%	31,3%
SI, tengo previsto hacerla	14%	26,7%	12,1%	15,1%	7,3%	14,7%	17,1%	13,3%	7,8%
SUBTOTAL	40,9%	56,7%	38,5%	33,2%	34,6%	40,1%	41,4%	41%	39,1%
NO	56,2%	40%	58,7%	55,7%	63,6%	54,8%	55,2%	56,6%	59,4%
NS/NC	2,9%	3,3%	2,8%	1%	1,8%	5,1%	3,3%	2,4%	1,6%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Por otra parte, el 34,9% de las pymes andaluzas tienen asignado un responsable de medio ambiente, porcentaje aun inferior. No obstante, es significativo y esperanzador, que las empresas innovadoras ya dispongan en más de un 50% de este responsable. También llama la atención que el porcentaje suba según aumenta la antigüedad de la empresa, ya que ello es indicativo que la experiencia de una empresa lleva a que finalmente tomen la decisión de nombrar a dicho responsable.

Empresas que Disponen de un Responsable de Medio Ambiente

TOTAL	INNOVACION		ACTIVIDAD ECONÓMICA			AÑO DE CREACIÓN		
	Innova	No Innova	Estable	En declive	En crecimiento	Hasta 1980	1981 a 1990	Desde 1990
34,9%	51,7%	32,3%	31,8%	38,2%	36%	39%	32,5%	26,6%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Si este análisis lo hacemos por sectores, veremos como el sector Transporte es el que, en mayor medida, dispone de responsables de Medio Ambiente. Asimismo, el sector de Alimentos y Bebidas se encuentra muy por encima de la media. En el otro extremo se encuentra el sector de Productos Metálicos y el de Comercio. En ambos casos, coincide con aquellos casos en los que, como vimos en el apartado anterior, se le da una menor importancia a los aspectos medioambientales, tal y como se observa en el cuadro 53. Por ello, una mayor concienciación de la importancia de los aspectos relacionados con el medio ambiente llevará a que las empresas se planteen la implantación de sistemas que les permitan gestionar dichos aspectos.

Empresas que Disponen de un Responsable de Medio Ambiente (por Sectores)

SECTOR	
Transporte	66,7%
Alimentos y bebidas	60,8%
Inmobiliarias	53,3%
MEDIA	34,9%
Construcción	34,5%
Hostelería	33,8%
Productos Metálicos	31,3%
Comercio	25,3%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

Relación entre Importancia de la Gestión Medioambiental y Responsables de Medio Ambiente por Sectores

Mucha o Bastante Importancia para su empresa	Gestión de Residuos	Vertidos de Aguas Residuales	Contaminación Atmosférica	Residuos de Envases y Embalajes	Aceites Usados	Ruidos	<i>Dispone de Responsable de Medio Ambiente</i>
Alimentos y Bebidas	53%	41,2%	25,4%	40,3%	17,7%	15,6%	60,8%
Comercio	42,4%	16,7%	11,8%	45,7%	14%	12,4%	25,3%
Hostelería	46,8%	41,2%	11,8%	46,8%	40,3%	29,9%	33,8%
Transporte	40%	6,7%	40%	6,7%	40%	26,7%	66,7%
Inmobiliaria	46,6%	33,4%	20%	53,3%	26,7%	33,3%	53,3%
Construcción	55,1%	29,3%	34,4%	19%	22,4%	37,9%	34,5%
Productos metálicos	41,7%	6,3%	12,5%	43,7%	22,9%	29,4%	31,3%
MEDIA GLOBAL	46%	22,7%	20,9%	40,5%	22,2%	22%	34,9%

Fuente: Encuesta EOI. 2000

9. CONCLUSIONES

- La evolución de la población española y andaluza es similar, las dos responden a un modelo típico de país desarrollado y apuntan a un futuro escenario demográfico sostenible en la Península.
- La densidad de la población de Andalucía (83 Hab/Km²) es ligeramente superior a la media española (79 Hab/Km²).
- El indicador coyuntural de fecundidad ha disminuido, en unos pocos años, de forma considerable por la mayor participación de las mujeres en la vida activa y el retraso en la edad de la maternidad.
- La tasa de mortalidad infantil en Andalucía, prácticamente igual que en España que es de 55. En general en España, la mortalidad infantil en varones supera a la de mujeres.
- Las causas de muerte ha variado considerablemente, disminuyendo la mortalidad debido a enfermedades infecciosas. En cambio aumenta la incidencia de enfermedades cardiovasculares, cáncer y accidentes de tráfico
- La tasa bruta de nupcialidad en Andalucía en 1998 fue de 5,35 mientras que en España fue de 5,08 ese mismo año
- La esperanza de vida en España se sitúa entre las más altas del mundo. Andalucía está a un solo punto por debajo de la media nacional.
- Aunque el crecimiento vegetativo tiende a disminuir al igual que el resto de España, esta disminución es más lenta. La todavía superior natalidad y el mayor número de mujeres en edad fértil, explican este dato.

- En Andalucía, históricamente, el elemento principal de la dinámica demográfica no ha sido el crecimiento natural sino las migraciones, cuya importancia ha marcado, hasta muy recientemente, la evolución de su población, llegando a producirse retrocesos de la población en épocas de fuerte crecimiento natural. En la actualidad el crecimiento de la población está ligado principalmente al crecimiento natural, ya que el saldo migratorio es prácticamente inapreciable, a diferencia con el saldo (negativo) en la década de los 70 que fue de 308.628.
- La economía andaluza ha mantenido en 1999 un crecimiento sostenido y significativamente superior a la media europea y española.
- A grandes rasgos, la situación de la economía andaluza en 1999 se caracteriza, desde el punto de vista de la oferta, por la aceleración de la trayectoria expansiva que los sectores no agrarios vinieron registrando a lo largo de 1998, especialmente, por la registrada por el sector de la construcción, actuando como locomotora del crecimiento en los ciclos económicos expansivos. Mientras en el primario, los resultados reflejan los efectos de una climatología adversa.
- El crecimiento del empleo, que ha sido superior al del PIB, y del que cabría destacar como aspecto cualitativo importante, que ha sido significativamente elevado en dos colectivos especialmente desfavorecidos del mercado de trabajo como son las mujeres y los jóvenes.
- En 1999, Andalucía ha generado un Producto Interior Bruto a precios de mercado (PIB p.m.) de 12.845.554 millones de pesetas, el 13,8% del contabilizado a escala nacional. En términos reales, el PIB ha aumentado un 4,3 % por encima del crecimiento de la economía española (3,7%), y del experimentado por el conjunto de países de la Unión Europea, y en particular de la Zona Euro (2,3% según la Comisión Europea, en ambos casos).

- La economía andaluza atraviesa un ciclo de crecimiento intenso, que abarca un periodo de seis años, y que esta teniendo en la estabilidad de su ritmo de crecimiento una de sus principales características.
- Los resultados del sector primario andaluz contrastan con los registrados por la economía andaluza en su conjunto, lo que ha determinado que la importancia relativa del sector se reduzca respecto a los niveles de 1998.
- La industria andaluza ha mostrado en 1999, unos resultados positivos que se ha traducido en un intenso proceso de creación de empleo y en un significativo aumento del comercio exterior.
- La construcción registra, en términos reales, un crecimiento del 13,7% interanual, superando tanto el crecimiento del año anterior (10,7%), como al que registra el sector en España (8,1%).
- En lo que respecta al sector servicios, los resultados de 1999 confirman la etapa de crecimiento sostenido que atraviesa el sector. Con relación a los subsectores, el turístico ha presentado unos resultados muy positivos. El del transporte, muy vinculado al otro, refleja también un comportamiento muy favorable, al igual que el subsector comercial.
- El dinamismo que ha registrado la economía andaluza en 1999 se ha puesto de manifiesto en un aumento del tejido empresarial. El número de empresas andaluzas de los sectores no agrarios ha crecido un 1,9% respecto a las contabilizadas en 1998, lo que supone un aumento ligeramente superior al alcanzado en el ámbito nacional.
- La buena marcha de la economía andaluza ha supuesto que la actividad de las entidades del sistema bancario haya crecido de manera significativa en 1999,

especialmente en lo que se refiere a actividad crediticia, que aumenta por encima de la media del sector nacional.

- Con relación al volumen de los depósitos mantenidos por el sector privado en el sistema financiero andaluz, se pone de manifiesto la menor propensión al ahorro de la economía andaluza respecto de la española, lógica si se tiene en cuenta el menor nivel de renta respecto a la media nacional.

- El número de alumnos matriculados en enseñanza universitaria en Andalucía ha aumentado desde principio de la década hasta ahora, en un 54,6%, mientras que en España la evolución ha sido menor 43,3%

- La población activa, a medida que disminuye su edad, aumenta su nivel de formación, lo que supone que se está produciendo una progresiva cualificación de la mano de obra.

- La importancia del sector Industrial en Andalucía es baja respecto a la media nacional, mientras que el peso del sector Agrícola es mucho mayor que dicha media.

- A mayor nivel de estudios se da una mayor tasa de ocupación.

- Almería es la provincia que goza de una mejor situación, con los mayores índices de ocupación.

- La mayor tasa de paro se da en el sector Agrícola. Dado que dicho sector tiene un peso mayor que a nivel nacional, deben diseñarse políticas tendentes a reducir el porcentaje de población activa en dicho sector, favoreciendo su reciclaje a otros sectores (Industrial y Servicios).

- Existe un bajo nivel de autónomos o empresarios, lo que también contribuye a que la tasa de paro sea superior a la media nacional.

- Por tanto, tres serían las principales medidas cara a reducir la tasa de paro:
 - Incremento del número de personas con estudios postsecundarios.

 - Incremento del número de empresarios y autónomos.

 - Traspase de población activa del sector Agrícola al sector Servicios y al Industrial.

- Más del 99% de las empresas andaluzas pueden considerarse como PYMES.

- El 57% de los trabajadores andaluzas desempeñan su actividad en una empresa de menos de 50 empleados.

- La mayor parte de las empresas andaluzas (68,59%) pertenecen al Sector Servicios.

- El número medio de trabajadores por empresa es de 6,87, cantidad que se reduce a 2 en el caso del Sector Agrario.

- Las principales actividades creadoras de empleo en PYMES son el Comercio al por menor y la Construcción. Dentro del sector industrial destaca el volumen de la Industria Alimenticia.

- Desde el punto de vista de la creación de empleo, las cooperativas son mucho mas eficaces que las sociedades comerciales.

- En cooperativas, se advierte una falta de formación a todos los niveles, muy extendida.
- Es sintomática la falta de interés por la tecnología en las cooperativas.
- Las pymes andaluzas son optimistas, en un alto porcentaje, en cuanto a la evolución, a corto y medio plazo, de su actividad. El sector de la construcción es el más optimista y el de la alimentación, el más pesimista.
- La misma actitud prevalece en lo referente al empleo, tanto a corto como a medio plazo. No queda clara la distinción entre operarios especializados o no.
- Las pymes se consideran bien equipadas en cuanto a instalaciones, maquinaria, equipos, etc, ... y afirman tener planes de renovación.
- Un alto porcentaje de las pymes andaluzas son proveedoras de otras empresas.
- Prácticamente la totalidad de las pymes utilizan servicios exteriores, fundamentalmente en las áreas de administración y asesorías.
- Casi un tercio de las pymes andaluzas dicen tener implantado un sistema de Gestión de Calidad. Ciertas discrepancias en otros aspectos hacen dudar de la significación de este porcentaje.
- La práctica totalidad de las pymes andaluzas está parcialmente informatizada, al menos en el área administrativa. La producción es el área menos informatizada.
- Si bien afirman conocer, casi todas, la normativa medioambiental, son pocas las que le prestan interés y, menos aún, las que tienen previstas inversiones para adecuar sus procesos a esta normativa.

- Afirman tener directivos responsables de áreas “innovadoras” como Calidad, Formación, RRHH, Medioambiente, etc, ... si bien no queda claro si esa responsabilidad tiene o no, carácter exclusivo.
- La implantación y certificación de sistemas de calidad ha experimentado un considerable aumento en los últimos años, siendo la provincia de Sevilla la que registra el mayor porcentaje de certificación.
- La implantación de sistemas de calidad por sectores, sitúa a las empresas de P. metálicas y máquinas como las primeras, seguidas de la Hostelería y Alimentación y bebidas después. Los sectores de la Construcción y Comercio son los de menor implantación.
- El porcentaje de pymes innovadoras es muy bajo, situándose en el sector de la Hostelería el mayor número de pymes innovadoras.
- La innovación, en el rango que aquí se ha estudiado (de 10 a 100 empleados), se desenvuelve mejor conforme aumenta el tamaño de la empresa.
- En cuanto a la facturación, el 91,7% de las empresas que innovan, facturan más de 100 millones de ptas, lo que parece significar que para la innovación se requiere una cierta envergadura de la empresa.
- En cuanto a su localización los mayores porcentajes de empresas innovadoras se sitúan en Sevilla (23,3%) y en Málaga (18,3%).
- Las empresas innovadoras están preferentemente presentes en mercados amplios. A la UE acude el 73,3% de las empresas innovadoras (61 puntos por encima de las no innovadoras), al mercado extracomunitario el 66,7% (59,3 puntos por encima de las no innovadoras) y al mercado nacional el 90% de estas empresas (53,6 puntos por encima de las otras).

- ❑ Las Pymes no innovadoras se vuelcan en los mercados de radio más corto (local y autonómico) con porcentajes por encima de las innovadoras.
- ❑ Todas las empresas innovadoras mantienen sistemas de gestión de calidad, de ahí que se pueda afirmar que la gestión de la calidad es una condición necesaria.
- ❑ La practica totalidad de las empresas innovadora (98,3%) tiene responsable de Area de Calidad.
- ❑ El uso del teléfono/fax ,junto con los equipos informáticos, al ser instrumentos de uso tan generalizados no resultan significativos en orden a marcar diferencias entre las empresas innovadoras y no innovadoras; no así otras TIC más modernas y discriminantes, pudiéndose caracterizar a las empresas innovadoras frente a las otras por el uso más intenso que se hace del correo electrónico y del comercio electrónico.
- ❑ Más de la mitad de las pymes andaluzas ha tenido algún contacto con empresas exteriores pero, tan solo un porcentaje cercano al 10%, tienen una actividad consolidada en ámbitos internacionales. Considerando aquellas que tienen previsto iniciar su actividad en estos mercados el porcentyaje de empresas internacionalizadas se acerca al 40%.
- ❑ El aspecto de la internacionalización más considerado es el que se refiere a la exportación de productos andaluces a otros mercados.
- ❑ Las pymes andaluzas son cada vez más conscientes de la importancia que tiene su proyección exterior, pero consideran que es un proceso complejo que no pueden abordar sin ayuda.

- Los aspectos en que dicha ayuda es más necesaria son los referentes a: información, formación y apoyo institucional.
- Las pymes consideran que es precisa una actitud más activa por parte de las instituciones. Más calidad en la información y más interés por parte de los responsables en la información al pequeño empresario.
- Dado que son muchos los organismos que pueden ser de utilidad a la pyme exportadora se echa de menos una mayor coordinación entre ellos. Se consideraría esencial la creación de una “Oficina Única”.
- Dentro de la propuesta de soluciones considerada en el estudio se consideran como puntos especialmente relevantes:
 - La información que llega a las pymes no está bien dirigida ni tampoco resulta especialmente motivadora. Podrían utilizarse técnicas de marketing de penetración y seguimiento para mejorar su efectividad.
 - Se echa en falta una mayor formación y motivación en parte del personal responsable, sobre todo a niveles intermedios.
 - Una entidad que facilitara la redacción e implantación de proyectos de internacionalización “llave en mano” a las pymes ayudaría mucho al desarrollo del proceso de internacionalización.
- Todavía existe un alto porcentaje de pequeñas y medianas empresas andaluzas que desconocen la existencia de una normativa medioambiental que les afecte. Este desconocimiento es mayor cuanto menor es la dimensión de la empresa.

- Dada la baja importancia que se concede a los aspectos relacionados con la gestión medioambiental (residuos, aguas residuales, ruidos, etc.), es probable que el desconocimiento de la normativa sea aun mayor que lo reflejado en los datos de la encuesta manejada.

- Un incremento en la implantación de Sistemas de Gestión de la Calidad producirá un mayor conocimiento de esta normativa.

- El sector de actividad en el que el conocimiento de la normativa medioambiental es mayor es el sector de Alimentos y Bebidas.

- A mayor desconocimiento de la menor normativa se da una menor inversión en actuaciones medioambientales.

- Entre las empresas que conocen esta normativa, más de la mitad no disponen de un responsable de medio ambiente.

- Existe una baja concienciación en la Hostelería del Ruido como factor medio ambiental.

- La industria de productos metálicos apenas presta importancia a las aguas residuales.

- Los sectores que conceden mayor importancia a los distintos aspectos de la gestión medioambiental son los que poseen un mayor número de responsables de medio ambiente en las empresas.

BIBLIOGRAFIA

"Anuario Estadístico 1999" Instituto de Estadística de Andalucía, Sevilla, 2000

"El Futuro del Empleo y del Formación en la Provincia de Sevilla", Diputación de Sevilla, 1998

"El Sector de la Consultoría Medioambiental", Instituto de Desarrollo Regional, Sevilla, 2000

"Información sobre Mercado de Trabajo Provincial: Resumen Anual de Datos del Observatorio Ocupacional: 1998", INEM, 1999

"La Economía Andaluza 2000 (documento para reflexión), Ilustre Colegio de Economistas de Sevilla, 2000

"Nuevos Yacimiento de Empleo" en Economía y Empleo (Suplemento del Diario de Sevilla), 3 de Septiembre de 2000