

## ÍNDICE

INTRODUCCION	.....
I.	ANDALUCÍA EN EL HORIZONTE FEDERAL. LA PROFUNDIZACIÓN EN EL AUTOGOBIERNO
II.	PROYECTO ANDALUCISTA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
III.	LA FUNCIÓN PÚBLICA ANDALUZA
IV.	LA POLÍTICA ECONÓMICA
V.	LA INDUSTRIA ANDALUZA
VI.	EL TURISMO EN ANDALUCÍA
VII.	LA AGRICULTURA
VIII.	LA PESCA
IX.	COMPROMISO CON EL COMERCIO ANDALUZ
X.	LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANDALUZA
XI.	LA POLÍTICA TERRITORIAL
XII.	POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL
XIII.	EDUCACIÓN Y CULTURA
XIV.	MUJER ANDALUZA
XV.	LA JUVENTUD
XVI.	LA SANIDAD
XVII.	SERVICIOS SOCIALES

## LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANDALUZA

### 1. INTRODUCCIÓN

Para el Partido Andalucista las PYMES representan un elemento de importancia vital para el sistema económico y social andaluz en su conjunto, siendo, por tanto, fundamental la puesta en marcha de una auténtica política de promoción y protección de las mismas si realmente se aspira a conseguir mayores cotas de desarrollo.

Porque, al margen del elevado peso específico que las pequeñas y medianas empresas puedan tener en la economía andaluza, se hace necesario señalar las funciones trascendentales que las PYMES, según un conocido estudio encargado por la Comisión Europea, desempeñan en nuestro sistema socioeconómico:

- 1.- Satisfacen las necesidades de independencia y libertad de muchos empresarios que no desean someterse al sistema organizativo de las grandes empresas.
- 2.- Contribuyen a un tipo de oferta de bienes y servicios más diversificada.
- 3.- Constituyen un elemento fundamental para una auténtica economía competitiva que escape de los efectos monopolistas y oligopolistas de los grandes grupos empresariales.
- 4.- Son, en gran medida, el principio y el semillero de los nuevos empresarios.

En la economía andaluza, al igual que en otros contextos económicos occidentales, existe un elevado peso específico de las PYMES en el colectivo empresarial. En concreto, más del 99,8 por ciento de las unidades productivas de Andalucía presentan una plantilla inferior a 500 trabajadores y el empleo que absorben representa el 81 por ciento del total. Naturalmente, si se computaran los efectos de la economía sumergida estos

porcentajes serían aún más elevados, pues es bien conocida la incidencia de la misma en los colectivos empresariales de menor dimensión.

## ESTRUCTURA DIMENSIONAL DE LA EMPRESA ANDALUZA

Bajo el criterio del número de empleados o de la cifra de ventas, el número de grandes empresas nacionales con sede social en Andalucía viene a representar en torno al 6 por ciento del total español considerado, porcentaje éste que no se corresponde ni con la proporción de población o territorio que posee Andalucía, en torno a un 17 por ciento del total nacional, ni tampoco con ninguno de los indicadores económicos más utilizados -nivel de renta, producto interior bruto, ahorro interno, etc.- cuyo porcentaje respecto al conjunto de la economía española gira en torno al 12 por ciento.

Frente a ese 6 por ciento se produce una elevada concentración, de casi el 80 por ciento de unidades productivas, en torno a lo que podemos denominar "microempresas" con cinco o menos trabajadores, por lo que la atomización empresarial en lo que al contexto productivo andaluz se refiere, va mucho más allá de la expresión clásica y convencional de "pequeña y mediana empresa". Parece pues incuestionable que esta característica del empresario andaluz resulta de especial importancia para cualquier política de promoción empresarial que se quiera articular para nuestro ámbito económico.

Esta importancia especial queda reforzada aún más si tenemos en cuenta el factor empleo. El 43,6 por ciento de los empleos andaluces está generado en empresas de 30 o menos trabajadores, considerable diferencia con el 39,4 por ciento del resto de España.

Todos estos datos llevan a afirmar taxativamente que la fragmentación del sector empresarial en Andalucía se encuentra en primera línea entre las economías de la Europa comunitaria.

## LA PENETRACIÓN EXTERIOR

Interesa conocer en lo posible no sólo el tamaño y características de la empresa "en Andalucía", sino también de las empresas "andaluzas". El criterio que se suele seguir para adscribir las distintas empresas a cada región

no es otro que el de la localización de la sede social. Pero ello no es suficiente para determinar el origen territorial de la unidad productiva, pues no son pocas las empresas que, aún teniendo formalmente su sede social en Andalucía, pertenecen a la órbita del sector público o a la de algún grupo financiero-empresarial de ámbito nacional o supranacional.

Es evidente que el empresariado que actúa en el ámbito territorial de Andalucía no necesariamente procede del capital andaluz ni de la iniciativa de andaluces, y ello confiere, indudablemente, trascendencia al proceso de desarrollo. Sin entrar en el análisis de esta cuestión, baste señalar fenómenos como la asignación del excedente empresarial, la división internacional del trabajo, o la posibilidad de control de sectores básico-estratégicos, para calibrar la importancia que ello tiene no en el mero crecimiento, sino en el auténtico desarrollo económico.

¿Hasta qué punto las grandes decisiones que afectan al sector productivo de Andalucía son tomadas por el empresariado andaluz?

Basándonos en estudios estimativos a los que hemos tenido acceso y, aunque se refieren sólo a empresas con más de 50 trabajadores, podemos afirmar que el 60 por ciento del empleo del sector privado de toda Andalucía lo absorben empresas con establecimientos en nuestra Comunidad pero "no andaluzas".

A esta penetración empresarial precedente del resto de España hay que añadir la creciente inversión extranjera que se ha producido en Andalucía en los últimos años.

## 2. EL FRACASO DE LAS POLÍTICAS ACTUALES DE APOYO A LAS PYMES ANDALUZAS

Las políticas aplicadas hasta ahora, tanto por el Gobierno Andaluz como por la Administración central sobre las PYMES, han resultado un rotundo fracaso.

En principio hay que señalar que, con independencia de las críticas que se pueden realizar a la Administración en relación a su eficacia en la gestión de ayudas, el apoyo público a las empresas en Andalucía es bastante importante desde el punto de vista cuantitativo. En la actualidad existe un amplio abanico de ayudas a las PYMES, provenientes de la

Comunidad Europea, Junta de Andalucía, Ayuntamientos, Ministerio de Trabajo, etc., dándose incluso la curiosa paradoja de que en algunos casos estos programas de ayuda no se cubren por insuficiencia de demanda.

Esta última circunstancia apuntada puede constituir un primer exponente de la falta de eficacia de esos programas de ayudas a las PYMES, pues, en efecto, el simple hecho de que exista un importante volumen de recursos financieros dirigidos a potenciar las pequeñas y medianas empresas no quiere decir necesariamente que las medidas adoptadas sean las más eficaces y adecuadas a la realidad empresarial andaluza.

De esta forma esquemática podríamos sintetizar en algunos puntos los principales aspectos negativos que afectan a la generalidad de estos programas de ayudas a las PYMES y que hacen que, en buena medida, en Andalucía no se logre conseguir un sector empresarial autóctono, competitivo y fuerte. Estos puntos serían los siguientes:

- La propia concepción de PYME no se adecua en absoluto a la realidad del tejido empresarial andaluz que hemos analizado al principio. La mayoría de estos programas están inspirados en el concepto de "pequeña y mediana empresa" que rige en la Unión Europea. En este sentido, hay que señalar que aunque desde un punto de vista teórico los órganos económicos de la Comunidad no tienen establecida ninguna definición general de PYMES, en el plano operativo las distintas instituciones e instrumentos de apoyo barajan algunas magnitudes relacionadas con las PYMES europeas que poco o nada tienen que ver con las andaluzas.
- Esta política institucional de apoyo a las PYMES suele estar también caracterizada por una idea finalista de ampliación de la planta empresarial, modernización de bienes de equipo mediante la utilización de tecnología avanzada o la inversión en el factor I+D. Sin embargo, estos criterios finalistas que sobre el papel tratan de impulsar la inversión productiva y la tecnología punta, se corresponden escasamente con las necesidades financieras de la mayor parte de las empresas andaluzas. Estas necesidades financieras están más orientadas al circulante que al activo fijo y, por tanto, constituyen un factor clave para los beneficiarios de las ayudas institucionales sean, en gran medida, empresarios vinculados a grandes grupo nacionales o multinacionales.
- La gran variedad de instituciones con programas de ayuda de subvenciones y modalidades de créditos blandos no gozan de la debida coordinación informativa y unificación de criterios para su concesión. Esta insuficiencia de coordinación en la política de apoyo provoca claramente un

efecto negativo tanto en lo que se refiere a la duplicidad de los esfuerzos , en que el sector público compite consigo mismo, como a la opacidad frente a los posibles destinatarios.

Por otra parte, los mecanismos articulados para combatir este fenómeno, como ha sido el caso de las "ventanillas únicas" o las publicaciones en forma de "guías orientativas" para las PYMES, han tenido unos efectos parciales muy reducidos, debido a una cierta incapacidad para conectar con las necesidades y características del empresariado andaluz.

- Relacionado en gran medida con el punto anterior, también se hace necesario señalar las complejidades de la burocracia en la gestión de los incentivos. El excesivo burocraticismo y la notable lentitud en los procesos de concesión hacen que no resulten sorprendentes las críticas que desde sectores empresariales se hacen en este sentido.

### 3. LA ALTERNATIVA ANDALUCISTA

De todo el análisis anterior se desprenden en principio dos conclusiones genéricas que nos hacen dudar de la eficacia de las medidas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas andaluzas:

1.- La existencia de un conocimiento auténtico y profundo acerca de la situación estructural y problemática socioeconómica del tejido empresarial "de" Andalucía, y no exclusivamente "en" Andalucía.

2.- La demostrada ausencia en nuestros actuales gobernantes de una voluntad clara de propiciar un crecimiento económico andaluz más integral, no limitado a aspectos cuantitativos, más atento a mejorar la calidad de vida, menos dependiente, más autocentrado y más acorde con las capacidades potenciales endógenas.

El análisis del empresariado andaluz que hemos realizado anteriormente constituye una plataforma necesaria, aunque nunca suficiente, para acometer con realismo y, por tanto, con un mínimo de eficacia cualquier política económica para Andalucía, que incluya el enfoque empresarial.

La búsqueda de un verdadero desarrollo económico duradero y autosostenido pasa, a nuestro juicio, por un modelo endógeno estimulante de los recursos propios y para ello, en lo que al ámbito empresarial andaluz se

refiere, se hace imprescindible la potenciación financiera, tecnológica y formativa de las Pymes y microempresas autóctonas andaluzas.

El grave desconocimiento de la problemática real del tejido empresarial andaluz hace que la preocupación institucional por el tema se haya convertido no en una auténtica política de promoción del empresariado sino en una diversidad de políticas, o más bien en una diversidad de acciones que, aún siendo cuantitativamente importantes, carecen de una adecuada ordenación y articulación entre sí.

En este sentido, la alternativa a estas "acciones de ayuda", en gran medida de carácter "asistencial", con escasos efectos dinamizadores, la constituye una auténtica "política de promoción" de carácter integrado; es decir, una política que contemple conjuntamente las medidas de índole fiscal, financiera, laboral, comercial, formativa, etc., dentro de un objetivo global de incremento de la eficacia productiva. Para ello, la acción de gobierno que el Partido Andalucista propone, debe articularse en torno a un horizonte temporal del medio y largo plazo, pues estamos ante un problema profundo y de naturaleza estructural y no meramente coyuntural. Por razones estrictamente expositivas, pero concibiéndolos como una unidad integral y de conjunto, podríamos diferenciar en la política de promoción empresarial para Andalucía dos planos de acción.

En primer lugar el referido a las medidas puramente estructurales o de fondo, dirigidas a dotar a Andalucía de la infraestructura técnica y de servicios necesaria para generar procesos de economías productivas que faciliten la inversión empresarial en las áreas más "desérticas", así como a adecuar los diferentes programas de apoyo a las Pymes, derivados de la esfera comunitaria y estatal, a la realidad "microempresarial" de Andalucía.

Respecto a este último aspecto el Partido Andalucista desarrollará los estudios analíticos pertinentes para optimizar los criterios de concesión de ayudas provenientes de los programas de la Comunidad Europea y de la Administración Central. Es obvio que desde las instancias autonómicas resulta difícil reelaborar el diseño de dichos programas, pero en la asignación práctica de los mismos sí es posible mejorar notablemente su rentabilidad económica y social mediante un conocimiento más profundo sobre qué tipos de ayudas y qué tipo de empresas se desea apoyar.

Igualmente, frente a las actuales ayudas indiscriminadas que contemplan uniformemente el universo convencional de las Pymes, es necesario considerar con cierta preferencia los sectores y subsectores de actividad con ventajas competitivas, con mayor conexión con el resto del

tejido empresarial interno y, por tanto, con mayor efecto multiplicador en la economía andaluza.

De otra parte, sobre la base de este enfoque estructural, consideramos imprescindible implementar una política de carácter más puntual y específica, pero concebida siempre de forma integral, que debería contemplar como mínimo las siguientes medidas a corto, a cargo del sector público autonómico en sintonía con las corporaciones locales:

- Apoyo en la gestión de las ayudas y trámites necesarios para el desenvolvimiento y actuación de las empresas, tanto en el mercado regional y con los organismos locales y autonómicos, como en los niveles nacionales y comunitarios.
- Asesoramiento sobre viabilidad de mercado de nuevos productos. Este asesoramiento no tiene que estar necesariamente planteado de forma puntual referido a cada empresa que lo solicite, sino emitiendo información pública y especialmente a las Agrupaciones y Asociaciones Empresariales, Cámaras de Comercio, etc., sobre los huecos que puedan existir o que se puedan producir en la demanda, tanto a nivel andaluz como nacional o internacional. Muchas de las importaciones de bienes o servicios que se producen en nuestro mercado, se podrían cubrir, sin duda, por las empresas andaluzas si existiera una infraestructura informativa válida y fiable.
- Vinculada estrechamente al punto anterior, se hace necesaria la creación de una red de "centrales informativas" a semejanza de las "euroventanillas" comunitarias- para las pequeñas y medianas empresas andaluzas, en las que se facilite información no sólo sobre la demanda sino sobre suministros, costes de materias primas, nuevos equipos técnicos, etc.
- Elaboración de planes de reconversión sectorial y planteamiento de reindustrialización en su caso.
- Redefinición de los planes de formación profesional y ocupacional adaptando sus orientaciones a las necesidades reales de las empresas y promocionando programas de formación a impartir en el interior de las empresas con programas elaborados en cooperación con las mismas y con una marcada vocación práctica.
- En los sectores y subsectores que así lo exijan, se debería propiciar un proceso de redimensionamiento empresarial, no sólo como ya existe a través de las "euroventanillas" con las Pymes comunitarias, sino entre las propias empresas andaluzas. Alternativa y/o paralelamente a los procedimientos de

fusión, sería positivo para el conjunto del colectivo empresarial, e incluso para la economía andaluza en general, la implementación de una política de fomento de colaboración entre pequeñas empresas de la que se podrían obtener importantes economías de escala y ampliaciones de mercado.

Al igual que ya se ha experimentado con éxito en otros contextos económicos similares al de Andalucía, esa colaboración interempresarial debería articularse en torno a un modelo de integración vertical, en el que se jerarquizaran por empresas las diferentes fases de elaboración de producto y se utilizaran colectivamente las redes de distribución y comercialización.

- El apoyo financiero a través de créditos "blandos" a las Pymes andaluzas debe orientarse con especial énfasis al activo circulante, sin vincularlo necesariamente a operaciones de modernización o ampliación del activo fijo que supongan un fuerte volumen de inversión. Este tipo de apoyo debe incluir moratorias o períodos de carencia en la amortización de los créditos concedidos.

Igualmente, dentro de las medidas financieras para con las Pymes, el Partido Andalucista propone intensificar el papel de la banca oficial, así como el de las Cajas de Ahorros y Cajas Rurales andaluzas.

- Desde el punto de vista de la política fiscal, las medidas del sector público hacia las PYMES debería incluir, además de una consideración favorable y genérica respecto a los tipos impositivos, los siguientes puntos:

a) Desgravaciones fiscales sobre los beneficios no distribuidos. Ello potenciaría el incremento de los capitales propios de las Pymes, además de fomentar la autofinanciación empresarial en Andalucía, cuyo nivel medio se sitúa bastante por debajo del nacional.

b) Facilidades para constituir un fondo de ahorros orientado a la inversión. A este fin sería deseable la autorización pertinente para formar reservas que se nutran de un mecanismo adecuado de prórroga en el pago de los impuestos.

c) Desgravación en los impuestos sobre el patrimonio y sucesiones de los capitales invertidos en las pequeñas empresas.

d) Un tratamiento fiscal de carácter excepcional para los beneficios obtenidos de innovaciones rentables así como a los procesos de amortizaciones de las inversiones en el factor I+D.

⊗ El Partido Andalucista propone la consideración de vacaciones fiscales y apunta que

- Por la notable importancia que poseen las PYMES andaluzas en la generación de empleo - como ya se señaló anteriormente, de modo especial en el estrato empresarial de hasta 30 trabajadores-, deberían ser objeto de medidas específicas que redujeran sensiblemente las cargas sociales por parte empresarial.

- El fomento de los programas de formación para empresarios, además de contemplar la tradicional cualificación en materia contable, fiscal o financiera, debería orientarse hacia otras vertientes temáticas, que, según se ha puesto de manifiesto en recientes estudios, presentan importantes debilidades de cara al Mercado Único: estructura organizativa, métodos de producción, de exportación y aplicación tecnológica.

- El acceso a los programas de apoyo comunitarios a través de las "euroventanillas" podría alcanzar mayor provecho y evitar la irracional competencia entre empresas andaluzas, si existiera una mínima ordenación y coordinación de las diferentes peticiones, al objeto de trasladar la competencia desde el ámbito interno al mercado europeo y competir colectivamente, de ese modo, con otros países y regiones comunitarios.

- Igualmente, al objeto de potenciar la vertiente comercial de las pequeñas y medianas empresas andaluzas, el Partido Andalucista pondrá especial énfasis en los siguientes aspectos:

a) Reforzar las medidas institucionales de marketing, a nivel nacional y comunitario, para productos elaborados en Andalucía.

b) Establecer mecanismos crediticios especiales orientados no sólo a "la exportación" sino a las pequeñas empresas y "microempresas" andaluzas con vocación exportadora.

c) Facilitar el acceso de las Pymes, autónomos y profesionales andaluces a los mercados de demandas públicas provenientes de las corporaciones locales, provinciales y Junta de Andalucía. Para las operaciones cuantitativamente importantes se debería establecer mecanismos de fraccionamiento de acuerdo con la capacidad de las PYMES del sector correspondiente.

Finalmente, y como complemento a todo lo anterior, el Partido Andalucista desarrollará una política de promoción del espíritu empresarial andaluz que sepa llegar a la sensibilidad de los agentes económicos actuales y potenciales que existen, y con imaginación, en la sociedad andaluza. Dentro de esta coordenada, parece fundamental la articulación de iniciativas entre el

sector público y las esferas universitaria y empresarial. La dinamización del potencial endógeno de Andalucía puede adquirir gran intensidad a partir de una colaboración en esa línea, pues cabría incidir eficazmente en la concienciación social de la importancia y trascendencia de la actividad empresarial y en la modernización de los agentes socioeconómicos andaluces.