

DÍEZ DE CASTRO, E.P. y otros:
La Empresa en Andalucía,
Editorial Cívitas, Madrid, 1995

POR FRANCISCO M. LIÑÁN ALCALDE *

En la obra que estamos comentando, los autores tratan de acercarse a la realidad empresarial andaluza. Se trata de un aspecto muy poco conocido; pero que resulta al mismo tiempo esencial para comprender y mejorar el funcionamiento de esa economía que está siendo estudiada. En efecto, es poco lo que se sabe, desde un punto de vista científico, sobre la empresa andaluza. Todo lo más, se realizan a veces afirmaciones generales basadas en opiniones o experiencias personales; pero que casi nunca han sido contrastadas científicamente. Debido a estas lagunas, y al reconocimiento de las mismas, el Instituto de Fomento de Andalucía comenzó a trabajar en este proyecto en 1993, con el propósito de contribuir al mejor conocimiento del entorno; pero sobre todo, para clarificar las posibles vías de actuación en lo que supone su principal campo de actividad, el fomento empresarial en Andalucía.

Para llevar a cabo este estudio, contactó con el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla, siendo integrantes del mismo los encargados de llevarlo a efecto. La colaboración entre el I.F.A. y el Departamento ha sido muy estrecha a todo lo largo del proyecto, siendo el Instituto supervisor de esta obra, y suministrando también gran cantidad de información procedente de sus bases de datos.

De todas las perspectivas en las que se puede observar la realidad empresarial, este estudio se ha decidido por aquella que se refiere a su organización, elemento esencial en la búsqueda de la necesaria competitividad. Se considera que este aspecto es el que proporciona las claves para aventurar cuál será la evolución futura de estas empresas y, con ellas, la de toda la economía andaluza. El esquema y el contenido del libro son fruto de esa elección.

La idea de fondo de esta obra es la de que la capacidad de adaptación, basada en un conocimiento serio y riguroso de la propia realidad, constituye el principal medio para la transformación profunda y duradera hacia el desarrollo económico y social. La solución a la situación de atraso relativo de Andalucía no depende, al menos no principalmente, de condicionantes externos, ajenos a sus habitantes; sino de la actitud y comportamiento de esos mismos habitantes. Como ilustran muy bien los autores,

La salida del atraso económico en buena parte depende de los esfuerzos de la propia comunidad, que deberá pagar un enorme coste de sacrificio, trabajo,

* Universidad de Sevilla

laboriosidad, educación, mentalización, frugalidad, hábitos y actitudes, para conseguir dar la vuelta a situaciones de partida desfavorables [...] Es preciso comenzar a aceptar que estas cuestiones no materiales son las condiciones necesarias para el progreso, aunque no sea suficiente su existencia para garantizarlo. (pág. 22).

Con el doble propósito de que la realidad sea conocida —para que las actuaciones públicas tengan una base sólida en la que asentarse—, y de que esta obra sirva de punto de partida para otros muchos estudios que completen el aquí iniciado, los autores tratan de contribuir a ese fin último de lograr el desarrollo económico basándose en el autoconocimiento y el propio esfuerzo.

Las fuentes de información disponibles, por la propia naturaleza de los datos, son escasas y poco accesibles. Los autores han trabajado con varias. Para tratar de obtener una visión general sobre el panorama empresarial andaluz recurrieron al censo de establecimientos de la Seguridad Social, cuya edición más reciente data de 1991. Con él, después de las necesarias revisiones, obtienen una segmentación de la población de empresas en función a determinadas variables como la forma jurídica, el tamaño, la distribución geográfica y la sectorial.

Para realizar un análisis económico financiero comparativo entre las empresas andaluzas y el conjunto de las españolas, recurren a la Central de Balances del Banco de España, cuyos datos comparan con una base de datos elaborada por el I.F.A. con información procedente de unas 3000 empresas. En esta fase, su análisis se centra en aspectos patrimoniales, financieros y de rentabilidad. Destaca el hecho de que las estructuras de activo son similares en ambos grupos de empresas. Las pequeñas diferencias observadas tienen más relación con el tamaño (que es menor en Andalucía) y el sector (las empresas andaluzas tienden más a actividades comerciales y agroalimentarias), que con el origen geográfico. En cualquier caso, quedan por explicar esas diferencias que han sido percibidas.

La tercera fuente de información que han utilizado ha sido la realización de una encuesta a casi mil empresarios y/o directivos. Se trataba de un cuestionario muy amplio en el que trataban de obtener la mayor información posible no sólo sobre la organización de la empresa, sino también sobre las características y motivaciones del empresario. Las conclusiones a las que llegan son de gran interés, pues nos sirven para entender por qué se comportan como lo hacen los empresarios andaluces. Así, las empresas más pequeñas sienten con menor intensidad el fenómeno de la competencia. Sin embargo, se debe a que su diminuta dimensión les hace buscar nichos reducidos basándose en las muy limitadas ventajas competitivas ligadas a aspectos típicamente marginales como la ubicación, la atención personalizada al cliente, la habilidad especial de propietario, etc.

El lado negativo de este asentamiento radica en el acomodamiento y la incapacidad de competir saliendo de él, lo que hace a las organizaciones medrosas frente a la posibilidad de una expansión que los obligaría a enfrentarse a otras en la lucha por la conquista del mercado.

Los autores propugnan la intervención en este campo, orientando hacia las empresas más pequeñas apoyos al crecimiento (ya sea clónico o de ensanchamiento) reales y efectivos. Pero es necesario ir más allá de las ayudas financieras, ayudando a resolver los nuevos problemas de gestión. La otra gran baza es la cooperación, que permite acceder a ámbitos que eran antes imposibles. La cooperación se extiende a los terrenos interno y externo, mediante instrumentos como las alianzas estratégicas, los acuerdos temporales, el benchmarking, la generación de compromiso entre el personal.

En definitiva, se trata de un trabajo que pretende servir de origen o referencia para toda una serie de nuevos esfuerzos intelectuales en el campo del conocimiento de los agentes económicos que componen el tejido productivo andaluz, y cuyo papel en el desarrollo de la región resulta decisivo. Por ello, consideramos fundamental su lectura por parte de todo investigador; así como muy enriquecedora para cualquiera preocupado por el futuro de Andalucía.