

# DE LA NEUTRALIDAD A LA BELIGERANCIA: EMPRESARIOS Y ELECCIONES EN LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA

Ángeles González Fernández  
Universidad de Sevilla

Las relaciones entre la política y los grupos de interés, especialmente socioeconómicos, constituyen una de las cuestiones fundamentales en cualquier sistema político democrático. En lo que se refiere a gobierno y empresarios puede afirmarse que ambos establecen una relación de dependencia mutua ya que los segundos, en su función de hombres de negocios asumen una serie de decisiones (producción de bienes y servicios, niveles de inversión, precios, salarios, etc.) que afectan tanto al conjunto de los ciudadanos como al propio gobierno y, al mismo tiempo, éste interviene de manera decisiva en el desarrollo de la actividad empresarial a través del establecimiento, vía legislación, del marco económico y de relaciones industriales. Así pues, entre empresarios y actores políticos se produce una interactuación que genera una penetración y una dependencia mutuas y proporciona a los empresarios una posición privilegiada frente a otros grupos en cuanto forman parte del proceso de formación de las políticas públicas<sup>1</sup>.

La preocupación de los empresarios hacia la vida política ha de contemplarse como un hecho natural, tanto en su condición de ciudadano -no puede olvidarse- como en su condición de empresario y, a mi modo de ver, ese interés se acentúa de modo especial en aquellos períodos en que -como ocurrió en la España de los setenta- está en juego la formulación de un nuevo sistema político y de un nuevo modelo de sociedad. No sólo eso porque, además, en el caso español, operaban otros dos factores de gran relevancia: de un lado, un generalizado desprestigio social de los empresarios y la actividad empresarial -aunque algo menos intensa en el caso de las pymes- y, de otro, la presencia de una izquierda, política y sindical, que cuestionaba la economía de libre mercado. Así pues, la necesidad de defender su propio modelo de sociedad y su posi-

Este trabajo se inserta dentro del Proyecto de Investigación BHA2001-3852-C05-04 de la DGICYT "La transición a la democracia en Andalucía Occidental: modernización social, actitudes y estrategias ante el cambio político".

<sup>1</sup> Lindblom, C.E. *Politics and markets. The world's political economic systems*. Basic Books, Inc. New York, 1977, pp. 171-198; Coleman, W.D., *Business and politics. A study of collective action*. McGill-Queen's University Press, 1988, pp. 5-7. En última instancia, se ha afirmado que en "Western European countries, business is part of politics and politics is part of business"; Van Schendelen, M.P.C.M. y Jackson, R.J., *The politicization of business in Western Europe*, Routledge, London, 1990, p. 12.

*La Transición: política y sociedad en Andalucía*  
Coordinador de la edición: Alberto Ramos Santana

© De los textos, los autores

Imagen de cubierta: Toni Carbonell  
Maquetación: Idea dos diseño S.L.

Edita:  
Fundación Municipal de Cultura  
Excmo. Ayuntamiento de Cádiz

I.S.B.N.: 84-89736-97-9

Depósito Legal: CA-685/05

Impreso en: Artes Gráficas Nueva

ción como empresario en el cambio de régimen impulsó la adopción de unas actitudes y estrategias políticas que fueron evolucionando conforme avanzaba el proceso de transición y consolidación democráticas y en función, lógicamente, del grado de satisfacción, o por mejor decir, insatisfacción, respecto a las políticas gubernamentales y sus consecuencias sobre sus intereses.

Por otra parte, los primeros gobiernos de la transición mostraron una especial atención al mundo empresarial, estimulando la creación de una organización unitaria en la consideración de que constituía un factor de estabilización del proceso tanto desde un punto de vista político como económico; no se trataba sólo de que los empresarios asumieran los valores y comportamientos propios del sistema democrático sino, muy especialmente, de que contrapesaran el poder sindical, alineado con las opciones rupturistas de las formaciones de izquierda, y de que contribuyeran a atemperar los efectos sociales de la grave crisis económica en que se hallaba el país.

El análisis de las relaciones entre los partidos políticos y los empresarios constituye una cuestión muy compleja y desde luego no puede limitarse a los procesos electorales, pero dada la obligada brevedad del texto sólo plantearé una aproximación a las elecciones por entender que constituyen los períodos culminantes en los que las posiciones de los empresarios y de los partidos políticos se manifiestan de forma más clara, no sólo porque se interpelan mutuamente sino porque ambos también se dirigen a la opinión pública que, en definitiva, decidirá en las urnas el tipo de gobierno y la política que regirá el país durante la legislatura. Al mismo tiempo, el análisis de los sucesivos comicios permitirá examinar la evolución de las relaciones partidos políticos-empresarios a lo largo del proceso transicional.

Esa aproximación se realiza desde una perspectiva regional en la consideración de que se trata de un marco especialmente adecuado en este campo concreto de investigación por varios motivos, tanto de orden general como derivados de la coyuntura en que se hallaba el país. Entre los primeros, la relevancia de las asociaciones regionales como piezas fundamentales de los sistemas asociativos de interés en cuanto proporcionan a sus miembros foros de consulta y negociación sobre aspectos y problemas específicos, así como canales alternativos de acceso a los actores políticos a nivel nacional. Entre los segundos, es preciso subrayar la confluencia de tres factores: la necesidad de las nuevas organizaciones empresariales de obtener un maximum de representatividad que reforzara su legitimidad y su participación en el diseño del cambio político, lo que requería conseguir una aproximación a los intereses de las pymes, mayoritarias en España y vinculadas generalmente a un ámbito local, provincial o, como mucho, regional; el desarrollo del Estado de las autonomías que planteó la necesidad de crear organizaciones intersectoriales cercanas a los nuevos poderes<sup>2</sup> y, por último, la existencia de una subcultura territorial que, en el caso de Andalucía, tuvo su mejor exponente en el predominio de las izquierdas.

<sup>2</sup> La importancia del factor territorial ha llevado a considerar las organizaciones regionales como elemento "sine qua non" del nuevo modelo asociativo español. Coleman, W.D. y Jacek, H.J.(eds.), "Capitalist, collective action and regionalism: an introduction" en *Regionalism, business interest and public policy*. EUI y SAGE Publications, 1989, p. 2; A. González Fernández: "Empresarios y Transición: la articulación de grupos de interés empresariales en Andalucía, 1975-1979". *Spagna Contemporanea*, nº 19, 2001, pp. 83-103.

Antes incluso de la muerte de Franco y, sobre todo tras la muerte del dictador, determinados círculos empresariales y bancarios, conscientes de la urgente necesidad de plantear una postura unitaria en la defensa de sus intereses a nivel político y a nivel sindical, decidieron la creación de un sistema asociativo nuevo, basado en los principios de libertad y voluntariedad, aunque a causa del atraso de su iniciativa y de las rivalidades internas, en las fechas en que se celebraron las primeras elecciones -junio de 1977- todavía no se había hecho realidad. Ciertamente es que desde 1976 el ritmo de creación de asociaciones empresariales -tanto de carácter sectorial como territorial- fue espectacular, pero no obedecieron a un plan único, diseñado de forma coherente y coordinado, sino como resultado de iniciativas claramente diferenciadas que pugaban por asumir el control del futuro sistema<sup>3</sup>.

Las nuevas asociaciones empresariales se presentaron ante la opinión pública y, sobre todo ante los empresarios, como grupos de interés con una amplia gama de objetivos que contemplaban la prestación de servicios diversos a los asociados, necesarios para suscitar y mantener su adhesión (asesoría jurídica, laboral, financiera, etc.) y muy especialmente, su actuación como grupos de presión cerca de los poderes públicos. No obstante, algunos empresarios se mostraron partidarios de una intervención directa en la vida política mediante su presencia en el parlamento a través de una representación corporativa, similar a la existente bajo el régimen franquista aunque ahora a través de las nuevas asociaciones<sup>4</sup>, si bien no fue esa la posición predominante -probablemente por su inadecuación a los principios del nuevo régimen- y pronto fue descartada.

Igualmente, todas las asociaciones estipularon en sus estatutos la total independencia de los partidos políticos, rasgo éste de vital importancia para garantizar la afiliación de empresarios de distintas ideologías, mantener su libertad de acción en el mercado y, sobre todo, para facilitar los procesos de consulta y negociación con el gobierno, cualquiera que fuera la tendencia política de éste:

*"España camina hacia un régimen democrático y la democracia exige otro modo de actuar porque hay más intereses en juego que los que se han manejado hasta ahora. Tenemos que conseguir interlocutores válidos ante cualquier sistema de gobierno que pueda venir"*<sup>5</sup>.

No obstante, esa independencia no significaba en ningún caso neutralidad puesto que, como ya se ha visto, la actividad empresarial está condicionada por la política de los gobiernos, especialmente por sus decisiones en materia económica y laboral y, en este sentido, los empresarios defienden un modelo socioeconómico concreto, basa-

<sup>3</sup> Véase, entre otros, el número monográfico de *Papeles de Economía*, 1985, nº 22; Pardo Avellaneda, R. y Fernández Castro, J., *Las organizaciones empresariales y la configuración del sistema de relaciones industriales en la España democrática, 1977-1979*, en F. Miguélez, C. Prieto (dirs.) *Las relaciones laborales en España*, Madrid, siglo XXI, 1995 (2. ed.), pp. 147-184; Aguilar, S., *El asociacionismo empresarial en la transición postfranquista*, en "Papers", 1985, nº 24, pp. 53-84. A. Soto Carmona, *De la representación a la organización patronal*, en "Sociología del Trabajo", 1995, nº 24, pp. 99-119; S.J. Gutiérrez Álvarez: *Aproximación histórica a las organizaciones empresariales en España. II. Las organizaciones empresariales en la Transición: 1975-1978*. Madrid, Fundación CEIM, 2001; González Fernández, A., "Empresarios y Transición: la articulación de grupos de interés empresariales en Andalucía, 1975-1979". *Spagna contemporanea*, 2001, nº 19, pp. 83-103.

<sup>4</sup> Sobre esta cuestión, González Fernández, A. *Políticos y empresarios ante las primeras elecciones democráticas. Andalucía, junio 1977*. Actas de las IV Jornadas de Historia del Mundo Actual, Logroño, 2002 (en prensa). Salvo indicación contraria, el análisis de estas elecciones se basa en ese trabajo.

<sup>5</sup> Declaraciones del presidente de la federación empresarial granadina. *Sol de España*, 16-10-1976.

do en la economía de libre mercado, hecho que -como algún dirigente empresarial reconocía- "ya suponía una posición política"<sup>6</sup>. Por consiguiente, puede afirmarse que tanto los empresarios como sus asociaciones tienden a identificarse, podría decirse que de manera natural, con aquellos partidos que defienden este modelo, si bien -como se comprobará- sus organizaciones como tales mantuvieron una posición autónoma y no establecieron una vinculación especial con ningún partido político<sup>7</sup>.

De hecho, es preciso subrayar que el empresariado no forma un grupo compacto y homogéneo y sus intereses económicos pueden ser muy distintos, como también pueden serlo sus opciones ideológicas. Ciertamente hubo empresarios acérrimos partidarios del franquismo y opuestos a la democracia, pero esa posición no puede generalizarse en modo alguno a todo el mundo empresarial; es más, el inextricable vínculo entre libertad económica y libertad política les llevaría a la aceptación de las instituciones democráticas<sup>8</sup>. Por ello, no es de extrañar que no pocos militasen en alguna de las numerosas formaciones políticas que surgieron a lo largo de 1976, e incluso en los grupos de oposición política anteriores a la muerte de Franco, y que venían a cubrir prácticamente todo el espectro político, excluida la extrema izquierda, aunque mayoritariamente se situaron en el centro-derecha<sup>9</sup>.

## I. LAS ELECCIONES GENERALES DE JUNIO DE 1977

La convocatoria para las primeras elecciones democráticas suscitó en todo el país enormes expectativas y un ambiente general de entusiasmo, del que también participaron los empresarios. No obstante, en estos momentos no hubo un pronunciamiento por parte de las organizaciones ya constituidas, probablemente porque en estas fechas muchas de las nuevas organizaciones existían poco más que sobre el papel y, en el caso de aquellas con una cierta estructura, por el rechazo de algunos de sus dirigentes a adoptar posición alguna ante el proceso electoral conforme a su vocación apartidista<sup>10</sup>, aunque es posible que también influyera la conveniencia de mantener un perfil bajo en el ámbito político dado ese generalizado desprestigio social antes mencionado. De otro lado, también es preciso tener en cuenta que desde finales de mayo todas las encuestas daban como claro triunfador a la UCD, coalición que -sobre todo tras la inclusión de los partidos liberales- ofrecía a los empresarios mayores garantías de estabilidad política y de evitar el triunfo de las izquierdas.

Así pues, en estos momentos la preocupación fundamental parecía radicar en la interlocución con el futuro gobierno, muy especialmente en lo que se refería a la con-

<sup>6</sup> Id. *Ideal*, 18-12-1977

<sup>7</sup> Sobre el escenario en que pueden desarrollarse las relaciones entre grupos de interés y partidos políticos, véase Morlino, *Democracy between consolidation and crisis. Parties, groups and citizens in Southern Europe*. Oxford University Press, 1998, pp. 39 y 221-222.

<sup>8</sup> Para el distanciamiento de los empresarios respecto al franquismo véase, además, Linz, J.J. y Miguel, A. de, *Los empresarios y el poder público*. Madrid, 1966; C. Molinero y P. Ysas: "Los industriales catalanes y el primer "ventenio" franquista: adhesión política y disidencia económica", en *España franquista. Causa general y actitudes sociales ante la Dictadura*. Albacete, Universidad de Castilla-La Mancha, 1993, pp. 161-178. La vinculación entre libertades económica y política y aceptación del gobierno democrático por las asociaciones empresariales europeas a partir de 1945 en Windmuller, J.P. y Gladstone, A., *Employers associations and industrial relations. A comparative study*. Oxford University Press, 1984, p. 6.

<sup>9</sup> Cfr. González Fernández, A. *Políticos y empresarios ante las primeras elecciones democráticas. Andalucía, junio 1977*.

<sup>10</sup> Es el caso de la AEI de Max Mazin. Cfr. S.J. Gutiérrez Álvarez: *Aproximación histórica a las organizaciones empresariales en España* p. 114-115.

certación de un pacto gobierno-agentes sociales para afrontar los graves desequilibrios de la economía, y para la que era requisito fundamental la creación de una organización unitaria y jerarquizada que asumiera la representación de los empresarios y que fuera reconocida como tal por el gobierno y por los sindicatos. De esta manera, en la primavera de ese mismo año se inició un complejo y difícil proceso de negociaciones entre los dirigentes de las tres organizaciones existentes, que contó con el concurso inestimable del propio gobierno de Suárez y luego de Fomento del Trabajo Nacional, que aportó -además- a C. Ferrer Salat, el hombre carismático y con un pasado sin mácula para la presidencia de la nueva organización, constituida a finales de junio con la denominación de CEOE<sup>11</sup>.

Por lo tanto, los empresarios no disponían en estos momentos de medios para influir de forma colectiva en la organización del sistema de partidos, como tampoco para orientar el voto de los miembros de las recién creadas asociaciones, si bien la inexistencia de una organización cúpula y de un entramado asociativo consistente no constituyó un obstáculo para que los partidos políticos, especialmente de centro y derecha, prestaran una atención específica a los intereses empresariales con el objetivo de captar sus votos. Al fin y al cabo, los políticos adoptan comportamientos empresariales en la medida en que compiten en el mercado de votos e influencia y maximizan su función de utilidad, al igual que hacen los votantes, y no puede olvidarse que los empresarios -especialmente los pequeños y medianos- constituyen un yacimiento importante de votos que en modo alguno podían minusvalorar.

En este sentido, aunque las asociaciones empresariales como tales no se pronunciaron ante las elecciones, los partidos políticos sí mostraron una acusada preocupación hacia los empresarios y el mundo empresarial como se constata al examinar la composición de las listas electorales, en las que figuraron no pocos hombres de negocios, sobre todo en las confeccionadas por AP y UCD, si bien también participaron en las de otros partidos de menor implantación<sup>12</sup>. Probablemente su presencia hay que ponerla en relación con el deseo de los partidos de incluir a personas representativas de sectores sociales y económicos diversos con el objetivo de cubrir el más amplio espectro de actividades e intereses<sup>13</sup> y estuvo en función de la situación del partido en la provincia, de los contactos personales establecidos entre los dirigentes nacionales o provinciales y determinados empresarios y, naturalmente, de las simpatías de éstos hacia determinada opción ideológica y partidista. En la mayor parte de los casos su inclusión se produjo mediante ofertas realizadas por parte de los dirigentes provinciales del partido, ratificada luego por la dirección nacional, si bien la invitación no implicaba una posterior afiliación puesto que no pocos figuraron en las listas en calidad de independientes<sup>14</sup>, si

<sup>11</sup> Sobre el proceso de gestación puede verse el libro de los periodistas Díaz Varela, M. y Guindal, M., *A la sombra del poder*. Barcelona, 1990, que ofrece una excelente información aunque análisis escaso y el de S.J. Gutiérrez Álvarez, aunque al tratarse de una obra de encargo, se centra fundamentalmente en la AEI.

<sup>12</sup> Formaciones que incluían desde la extrema derecha (Alianza Nacional 18 de Julio) hasta partidos de izquierda como Unidad Socialista, Alianza Socialista Democrática, PSOE y otros. En estos casos se trataba generalmente de pequeños empresarios o bien autopatronos. En las listas electorales andaluzas he podido detectar hasta 127 candidatos empresarios o vinculados con el mundo empresarial.

<sup>13</sup> Valga en este sentido la afirmación de los dirigentes de AP en Córdoba: "Hemos buscado personas vinculadas a los intereses de la provincia en sus diversos estamentos (...) (y así) impulsar el desarrollo de los sectores primarios para potenciar el desarrollo industrial". *Córdoba*, 22-4-1977.

bien como ya se ha mencionado, en algunas provincias los candidatos empresarios se habían afiliado a esos partidos con anterioridad e incluso algunos de ellos ostentaban cargos significativos a nivel provincial.

Lógicamente a la hora de seleccionar a los posibles candidatos, los partidos eligieron a empresarios relativamente conocidos a nivel local y provincial de ahí que muchos de ellos desempeñasen puestos relevantes en la Organización Sindical (OS), especialmente vinculados al sector agrario, nada extraño si se tiene en cuenta su importancia en la economía andaluza y el hecho de que una parte importante de los afiliados, especialmente de UCD y AP, eran agricultores y ganaderos<sup>15</sup>.

Por lo que se refiere a la campaña electoral, los partidos políticos concedieron una notable importancia al mundo empresarial en sus programas electorales, si bien se centraba en las *pymes*, lógico tanto por su casi absoluto predominio en el tejido industrial español, en general, y andaluz, en particular, como por su mejor consideración social en relación a los grandes empresarios. Como es natural, los partidos de centro y derecha mostraron una mayor preocupación hacia los problemas que arrastraban estos sectores, aunque no hasta el punto de asumir abiertamente y de forma completa la defensa de los intereses empresariales, por lo que no existieron los elementos necesarios para que los empresarios -en su calidad de electores- pudieran identificarse con un partido político concreto, posibilitando la ampliación de las opciones porque es preciso tener en cuenta que el voto no es resultado únicamente de una opción ideológica ni de la posición socioeconómica de los votantes, sino que también influye de manera decisiva la valoración de los costes y beneficios de las ofertas y programas electorales.

Por último, en lo relativo a los resultados y consecuencias de las elecciones andaluzas, en las que el partido más votado fue el PSOE con el 35,2% de los votos, seguido de UCD, con el 34,1%, el PCE (11,2%) y AP (6,9%)<sup>16</sup>, los hechos más significativos consistieron en el hundimiento de las formaciones de extrema derecha y el descalabro de AP, que no obtuvo ningún representante parlamentario. Este último hecho, en especial, vino a demostrar de forma palpable, en lo que se refiere a los empresarios, que la adscripción ideológica no se corresponde mecánicamente con la opción electoral, sino que está en función de otras variables entre las que puede destacarse la presencia de otras alternativas consideradas más adecuadas, en este caso UCD.

## II. LAS ELECCIONES GENERALES DE MARZO DE 1979

Las segundas elecciones generales de la democracia se celebraron en un contexto claramente diferenciado respecto a las anteriores por lo que junto a elementos de continuidad, existieron otros novedosos que incidieron de modo determinante en la actitud y estrategias de los empresarios.

Entre ellas, la existencia en las fechas en que se convocaron las elecciones de confederaciones y federaciones provinciales relativamente consolidadas, al menos en las capitales, y de una organización cúpula, la CEOE, que había conseguido desarrollar una amplia movilización empresarial desde el momento de su creación, de manera que ahora pudo producirse un pronunciamiento y una participación institucional en el proceso electoral; la prolongación de la crisis económica y el empeoramiento de las expectativas empresariales, dado el aumento en el número de presentación de expedientes de crisis y cierres de empresas, al tiempo que proseguía la tendencia descendente de la productividad y una intensa conflictividad laboral frente a la que el gobierno -denunciaban- mantenía una notoria pasividad<sup>17</sup>. Por último, y no por ello menos importante, a lo largo de los meses previos a las elecciones se difundió en el mundo empresarial un profundo y notorio descontento hacia la política seguida por el gobierno debido a que, frente a las expectativas suscitadas tras las elecciones de 1977 acerca de la elaboración de un programa económico corrector de los desequilibrios pactado con empresarios y sindicatos, el gobierno no sólo había desatendido esta insistente reclamación del mundo empresarial sino que, además, había puesto en marcha una serie de medidas que -según afirmaban- lesionaban gravemente sus intereses<sup>18</sup>.

Ya la firma de los Pactos de la Moncloa suscitó un malestar generalizado habida cuenta de que fueron suscritos por los partidos políticos sin contar con las organizaciones de interés y de que los sindicatos disponían de portavoces políticos pero no así los empresarios, que se sentían huérfanos en cuanto UCD no asumía sus planteamientos y AP tenía una escasa implantación a nivel nacional y ninguna representación parlamentaria por Andalucía<sup>19</sup>. La tensión entre la CEOE y las organizaciones empresariales miembro y el gobierno alcanzó cotas de extraordinaria intensidad a comienzos de 1978, tras la presentación en el parlamento del proyecto de ley sobre Acción Sindical en la Empresa, que fue calificado directamente de marxista, y la constatación de que sus esperanzas de establecer canales de comunicación y consulta con el gobierno habían resultado fallidas, por lo que se produjo un claro distanciamiento respecto al partido del

<sup>14</sup> Gunther, R., Sani, G y Shabad, G., *El sistema de partidos políticos en España. Génesis y evolución*. Madrid, CIS, 1986, pp. 99-106. Caciagli, M., *Elecciones y partidos en la Transición Española*. Madrid, CIS, 1986, pp. 19-20; López Nieto, L., *Alianza Popular: estructura y evolución electoral de un partido conservador (1976-1982)*. CIS-siglo XXI, 1988; Hopkin, J., *El partido de la Transición. Ascenso y caída de UCD*. Madrid, 1999.

<sup>15</sup> En Málaga, hecho único en Andalucía, también concurrió una denominada "Candidatura Independiente de la Pequeña y Mediana empresa", formada por empresarios de bares y cafeterías que pretendían conseguir una representación parlamentaria propia para la defensa de la *pyme*, con pocos resultados.

<sup>16</sup> Sobre el resultado de las elecciones en Andalucía véase -entre otros- Checa Godoy, A., *Las elecciones de 1977 en Andalucía*; Arcas Cubero, F y Ruíz Sinoga, J.D., "Elecciones en Málaga durante la Transición democrática (1977-1982): un análisis social". *Actas II Congreso Historia de Andalucía*. Andalucía Contemporánea. Córdoba, pp. 651-665; Márquez Cruz, G.M., *Almería en la Transición*; Castillo Rama, A., *La Transición en Cádiz (1975-1982). Aspectos políticos y electorales*. Cádiz, Quórum Libro Ed., 1999, pp.137-197; Lemus López, E. "La transición del consenso". Álvarez Rey, L. y Lemus López, E., *Historia de Andalucía Contemporánea*. Huelva, Universidad de Huelva, 1998, pp. 504-505.

<sup>17</sup> *Sol de España*, 18-4-1978. El impacto de la crisis en Rojo, L.A., "La crisis de la economía española, 1973-1984", en J. Nadal, J. Carreras, C. Sudriá (Comps.), *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica*. Barcelona, Ariel, 1987, pp. 190-200; J.M. Serrano Sanz, *Crisis económica y transición política*, en M. Redero San Román. (ed.) *La Transición a la democracia en España. "Ayer"*, 1994, n° 15, pp. 135-164; Delgado Cabeza, M., *Las tres últimas décadas de la economía andaluza*, en M. Martín Rodríguez (dir.), *Estructura económica de Andalucía*. Madrid, Espasa Calpe, 1993, pp. 57-11; Auriolos Martín, J., *Claves actuales de la Economía Andaluza*. Málaga, Ed. Ágora, 1989.

<sup>18</sup> Se constata así que no siempre los partidos considerados más adecuados por los empresarios son los que adoptan las políticas más coherentes con sus intereses debido a la necesidad de no retraerse el apoyo del centro izquierdo. En este caso, además, hay que tener en cuenta la heterogeneidad ideológica en el seno de UCD. Cfr. Lanzalaco, L. y Urbani, G., *Imprenditori en Europa. Le rappresentanze imprenditoriali in prospettiva comparata*. SPI, Roma, 1992, p. 25.

<sup>19</sup> Cfr. Huneeus, C., *La Unión de Centro Democrático y la Transición a la democracia*, p. 229 y 368; Trullen i Thomas, J., *Fundamentos económicos de la transición política española. La política económica de los Acuerdos de la Moncloa*. Madrid, 1993, pp.158-221.

gobierno, que resultó extremadamente útil en cuanto —como señala Trullen y Thomas<sup>20</sup>— sirvió para fortalecer sus señas de identidad ante los mismos empresarios y, también, frente al gobierno. De hecho, algunos dirigentes de la CEOE advirtieron públicamente el coste que podría suponer para la UCD el mantenimiento de esa política en futuras consultas electorales:

*"Somos empresarios y ciudadanos y, por tanto, electores. Somos un millón de empresarios y más de tres millones y medio también de empresarios autónomos. Si añadimos a ese número a nuestros familiares, representamos una masa electoral que sin duda puede tener una influencia definitiva en cualquier Gobierno de cualquier tipo"*<sup>21</sup>.

Y para demostrarlo la CEOE organizó una serie de concentraciones masivas dentro de una campaña, denominada significativamente "de Afirmación Empresarial" con el objetivo de mostrar, tanto al gobierno, la opinión pública como a los propios empresarios, su capacidad de movilización y la necesidad de que se contara con el mundo empresarial a la hora de elaborar leyes que afectaran a sus intereses y en el que se lanzaron duras acusaciones contra lo que calificaban de política izquierdista del gobierno<sup>22</sup>. Tras el éxito de las concentraciones y conforme a las consignas lanzadas, las confederaciones y federaciones provinciales andaluzas adoptaron una actitud más crítica hacia el gobierno, expresada con toda claridad en una serie de entrevistas celebradas tanto con ministros que visitaban la región como con los parlamentarios provinciales, pero el resultado no fue el esperado dado que la respuesta más habitual a sus reivindicaciones consistía en la solicitud de comprensión hacia el difícil momento que atravesaba el país, la necesidad de que los empresarios se adecuaran a los nuevos tiempos y la advertencia de que "los otros", en referencia al PSOE, "lo harían peor", de modo que las organizaciones andaluzas asumieron como propios los planteamientos de Max Mazin<sup>23</sup>.

La convocatoria de elecciones generales no provocó un pronunciamiento claro por parte de la CEOE a favor de ningún partido político conforme a su definición apartidista. De hecho, aunque se suscitó una intensa polémica acerca del apoyo financiero de la organización a la campaña electoral de la UCD, resulta altamente improbable que las asociaciones empresariales como tales realizaran aportaciones financieras, aunque ello no excluye que grandes empresarios o la misma CEOE actuaran como intermediarios entre la UCD y la Banca o, como subrayan algunos de los dirigentes andaluces entrevistados, que los empresarios a título individual entregaran dinero a algún partido<sup>24</sup>.

<sup>20</sup> La CEOE criticó la "actuación indecisa e incoherente" del gobierno y solicitó el desarrollo de consultas con el gobierno para que se tuviera en cuenta la opinión del empresariado. *Sol de España*, 8-10-1977. El mismo Ferrer Salat afirmó en Nueva York que el proyecto de ley sobre Acción Sindical era "el ataque más duro que ha sufrido la libertad de empresa en Occidente". *Sol de España*, 12-4-1978 Trullen i Thomas, J. *Fundamentos económicos de la transición política española*, pp. 160-1.

<sup>21</sup> Max Mazin en la cumbre empresarial de Andalucía Oriental celebrada en Granada. *Sol de España*, 11-1-1978.

<sup>22</sup> Una referencia completa sobre el desarrollo del acto celebrado en Madrid en *ABC*, 7-2-1978.

<sup>23</sup> Entrevista realizada al secretario general de la Confederación Empresarial Sevillana (CES), 26-10-2000. El presidente de la federación granadina afirmó estar "profundamente desilusionado con los parlamentarios granadinos que no habían apoyado las aspiraciones empresariales". *Ideal*, 1-4-1978. Idéntico resultado tuvieron sus gestiones cerca de AP: "(Reprochó al sr. Fraga) la falta de un compromiso concreto sobre los problemas planteados y, en segundo lugar, su pudor, similar al de otras personas y partidos no marxistas en reconocer el enorme potencial electoral que el empresariado significa". *Ideal*, 2-4-1978

<sup>24</sup> *Diario 16* y 24-1-1979. Véase Espín, E. "Los medios de campaña: la organización partidista", en Esteban, J. de y López Guerra, L. (eds.), *Las elecciones legislativas del 1 de marzo de 1979*. Madrid, CIS, 1979, p. 174.

Pese a su neutralidad, la organización empresarial sí se mostró muy clara en la defensa de su modelo social, basado claro está en la economía de libre mercado, y en la necesidad de que los empresarios acudieran a las urnas, llamamientos que, según Espín, han de entenderse como un apoyo indirecto a UCD, el partido al más podía perjudicar una elevada abstención<sup>25</sup>. Por su parte, las organizaciones adheridas a CEOE secundaron de forma unánime esta posición, incluso con mayor contundencia, como expresó el presidente de la Confederación Empresarial Sevillana (CES):

*"Los empresarios no pueden quejarse de lo que pueda ocurrir si previamente no han acudido a las urnas. Dentro del empresariado hay diversidad de opciones, por lo que la CES es aseptica en cuanto a su posición frente a los partidos. No obstante, consideramos que es lógico que los empresarios voten a aquellos partidos que no cuestionen —de una manera sincera— la supervivencia de la empresa privada, sin cuya existencia no hay libertad política ni formal"*<sup>26</sup>.

Por su parte, al igual que ocurriera en 1977 y probablemente por idénticas razones, los partidos políticos también incluyeron a empresarios en sus listas electorales y dedicaron una atención específica a sus intereses en la campaña. De hecho, los temas abordados por los partidos de centro-derecha reflejaron la evolución de sus relaciones con los empresarios desde las elecciones anteriores. Así, por ejemplo, la campaña de Coalición Democrática (CD) advertía sobre las nefastas consecuencias que la política del gobierno había tenido sobre la empresa dado el deslizamiento hacia la izquierda de la UCD, argumento que sintonizaba a la perfección con los planteamientos que los empresarios venían formulando desde finales de 1977<sup>27</sup>. Afirmación similar puede hacerse respecto a UCD, aunque en este caso el enemigo a batir era el PSOE, por lo que uno de los ejes de su campaña consistió en la defensa de un modelo de sociedad similar al de los países de Europa Occidental, muy querido por los empresarios por la aceptación implícita de su modelo económico, al tiempo que se insistía en que la moderación del PSOE no era más que una careta electoral<sup>28</sup>, afirmación que también coincidía con los argumentos de las organizaciones empresariales.

No obstante, pese a esa aproximación de UCD a los intereses empresariales durante la campaña, la política económica del gobierno tuvo un coste electoral indudable y, de hecho, sus pocos resultados —sólo consiguió una distancia de 800.000 votos respecto al PSOE— dieron ocasión a algunos dirigentes andaluces a mostrar su esperanza de que el gobierno rectificara su política en el ámbito económico y en las relaciones laborales<sup>29</sup>. En relación al incremento del apoyo electoral a las izquierdas, la CEOE transmitió un mensaje de tranquilidad y prudencia, toda vez que el modelo social y económico ya estaba perfectamente definido en el texto constitucional, en tanto que algunos dirigentes empresariales andaluces manifestaron con mayor rotundidad su satisfac-

<sup>25</sup> Espín, E. "Los medios de la campaña: la organización partidista". En *Ibid.*, p. 174 y 183-184.

<sup>26</sup> *El Correo de Andalucía*, 24-2-1979

<sup>27</sup> Cfr. García Morillo, J., "El desarrollo de la campaña" en *Op. Cit.*, p. 226. Véase además Gunther, R., Sani, G y Shabad, G., *El sistema de partidos políticos en España*, pp. 305 y 320-332. *ABC*, 16-2-1979.

<sup>28</sup> García Morillo, J., "El desarrollo de la campaña" en *Op. Cit.*, p. 206 y 226.

<sup>29</sup> "Se entiende que a partir de ahora UCD se concienciará de los problemas económicos en coherencia con su campaña electoral, en la que destacaba soluciones frente al paro y la seguridad ciudadana". *El Correo de Andalucía*, 4-3-1979

ción ante el fracaso de la izquierda y el alejamiento del peligro que -en su opinión- ello hubiera supuesto para la empresa y la economía del país<sup>30</sup>.

### III. LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA. MAYO 1982

Las elecciones autonómicas supusieron un punto de inflexión tanto en lo que se refiere a la vida política del país como a la actitud y estrategias de los empresarios andaluces en los procesos electorales de la Transición<sup>31</sup>. En este sentido constituyen una excelente demostración no sólo de la estrecha vinculación entre grupos de interés y vida política, como hemos venido exponiendo hasta ahora, sino de la escasa distancia que en ciertos momentos puede separar a los primeros de los partidos políticos.

Hasta 1980 la actitud de los empresarios y de sus organizaciones hacia las elecciones puede considerarse conforme a unos parámetros de normalidad dentro de unas estructuras políticas democráticas: una participación a título individual en las candidaturas en el caso de 1977, impulsada por la necesidad de los partidos de centro y derecha de asegurarse el apoyo del mundo empresarial y favorecida por la vocación política de determinados empresarios; una intervención de carácter institucional claramente decantada a favor de los partidos de centro-derecha en cuanto defensores de una economía de libre mercado y de libre empresa en 1979. A partir de 1980, en cambio, la CEOE modificó su estrategia para comenzar a comportarse cuasi como un partido político en una tendencia que fue in crescendo hasta culminar en 1982, de manera más intensa en las andaluzas de mayo y de una forma más moderada, pero igualmente clara en las generales de octubre.

La nueva línea de actuación de la organización cúpula de los empresarios ha de enmarcarse en un contexto muy preciso, marcado por el enfrentamiento con el gobierno y el partido que lo sustentaba, y que se tradujo en la intervención de la CEOE y de las confederaciones territoriales en las elecciones autonómicas de Cataluña (marzo de 1980) y Galicia (octubre de 1981), en las que sus campañas favorecieron claramente a CIU y AP respectivamente. Por lo tanto, la campaña de la CEOE en Andalucía formaba parte de una estrategia diseñada a nivel nacional, si bien es cierto que en esta ocasión adoptó una virulencia mayor debido a la fuerte implantación del PSOE en la región y al hecho de tratarse del último proceso electoral antes de las generales.

Para comprender esa evolución es preciso tener en cuenta factores de tipo económico, indudablemente, pero también de tipo político. Entre los primeros, el empeoramiento de las expectativas empresariales como resultado de la segunda crisis energética de 1979 que aumentó el descontento hacia la política económica del gobierno, a la que se tachaba de excesivamente intervencionista y dominada por el sector socialdemócrata del partido. En Andalucía, además, se denunciaban el incumplimiento de las promesas sobre la realización de inversiones en la región hasta el punto que el presidente de la Confederación Empresarial de Andalucía (CEA) lanzó una clara advertencia al gobierno:

<sup>30</sup> El presidente de la CES ABC, 4-3-1979; La posición de CEOE en ABC, 6-4-1979. Más claro fue el presidente de Fomento del Trabajo Nacional (FTN): "El empresario hubiera preferido lógicamente unos resultados electorales distintos, pero creo que este viraje hacia la izquierda no afectará a la actividad industrial". *Ibid.*, 7-6-1979.

<sup>31</sup> Véase Caro Cancela, D., *Las primeras elecciones autonómicas de Andalucía (1982)*. Cádiz, Universidad de Cádiz y uniceza, 1992. Salvo indicación contraria, los datos para este epígrafe proceden de esta obra.

"El presidente del gobierno no nos puede defraudar (...) porque si así fuera los empresarios andaluces no dudaríamos en enfrentarnos al gobierno"<sup>32</sup>.

Bien es cierto que el impacto del 23-F permitió el establecimiento de una breve tregua, que posibilitó la firma del Acuerdo Nacional de Empleo (ANE), pero la tensión CEOE-gobierno se reactivó de modo extraordinario a partir de setiembre de 1981, cuando la organización decidió retirarse del ANE argumentando una serie de incumplimientos por parte del gobierno, especialmente en torno a tres cuestiones contempladas en los presupuestos generales de 1982: presión fiscal, déficit público y concesión de subvenciones a los sindicatos, que -consideraban- una amenaza para la libertad de empresa<sup>33</sup>.

Los trabajos preparatorios para la campaña andaluza se desarrollaron de manera simultánea a una operación de gran calado político ya que la CEOE, muy preocupada por el proceso de descomposición interna que atravesaba UCD y, sobre todo, porque su deterioro podría dar paso a un triunfo del PSOE, comenzó a presionar para el establecimiento de una alianza electoral de "gran derecha", aunque el proyecto fracasó por la negativa de UCD a una alianza con AP y por el posterior rechazo a una alianza entre este último y Unidad Andaluza, partido de tendencia regionalista y moderada fundada por M. Clavero Arévalo, ex ministro ucedista que había abandonado el gobierno y el partido por su oposición a las consignas abstencionistas en el referéndum autonómico.

De manera simultánea a esas maniobras se elaboró en Madrid el plan de la campaña, que luego la CEA dio a conocer a los dirigentes provinciales para su aprobación sin que trascendiera la existencia de oposición alguna. No obstante, en las conversaciones previas surgieron voces discrepantes, que fueron acalladas<sup>34</sup> ante la necesidad de transmitir la idea de que el mundo empresarial andaluz era, en esta cuestión, un bloque unido y sin fisuras, lo que demuestra el nivel de consolidación ya alcanzado por la CEOE en lo relativo a controlar el comportamiento de las organizaciones miembro. De esta manera, la "comunidad" empresarial andaluza justificó su decisión de intervenir en la campaña en el derecho y el deber que asistía a "las instituciones empresariales" para "tratar de influir, siempre democráticamente, en las decisiones políticas de su país o en las elecciones del ente autonómico donde se desenvuelve", toda vez que -añadían- no se trataba de defender a ningún partido concreto sino un modelo de sociedad, que era precisamente lo que -a su juicio- estaba en juego en estas elecciones<sup>35</sup>. Así pues, la campaña tenía dos objetivos prioritarios: de un lado frenar el avance del PSOE, favoreciendo a las opciones de centro-derecha (aunque en realidad se trataba de apoyar a AP con el objetivo, si no de conseguir una victoria de este último, si al menos la posibilidad de un pacto postelectoral UCD-AP); de otro, y no menos importante, pretendía

<sup>32</sup> El presidente de la CEA, ABC, 12-4-1980

<sup>33</sup> El presidente de FTN, lo puso de manifiesto al afirmar que la organización "sería más beligerante en las próximas elecciones", ABC, 10-9-1981. Caciagli, *Elecciones y partidos en la Transición Española*, p. 249.

<sup>34</sup> La prensa de algunas provincias se hizo eco de la profunda división de opiniones dentro de la CEA. *La Voz de Almería*, 13-5-1982. En Almería también se produjo alguna solicitud de baja. Al parecer la mayor resistencia provino de FEDEME, federación de empresarios del metal de Sevilla.

<sup>35</sup> El presidente de Confederación Empresarial de Córdoba (CECO). *El Correo de Andalucía*, 9-2-1982. El presupuesto anunciado inicialmente se elevaba a 500 millones de pesetas, de los que 100 fueron aportados por los grandes bancos, y los restantes se reunirían a través de la realización de colectas entre los empresarios. Posteriormente la cifra oficial se redujo a 300 millones. Cabe añadir que los empresarios andaluces se mostraron bastante renuentes a entregar fondos para la campaña.

movilizar a los empresarios andaluces en torno a la confederación de empresarios de Andalucía, calificada por sus mismos dirigentes como "la CEA del taxi".

La campaña se desplegó en dos líneas complementarias: la más temprana y dirigida a los empresarios se inició ya en el mismo febrero a través de la organización de encuentros, bien con asociaciones sectoriales o bien con grupos de empresarios de diversos pueblos de cada provincia, en las que, tras explicar qué era la CEA y la federación o confederación provincial pertinente y cuáles los servicios que prestaban a las empresas asociadas, se instaba a un "voto libre y reflexivo por aquellos partidos políticos que defienden el tipo de economía que permita el desarrollo del libre mercado"<sup>36</sup>. La segunda línea, más espectacular, se inició en marzo mediante la inserción de una campaña publicitaria que, en principio, pretendía concienciar a los votantes sobre la relevancia de los comicios, y en los que se enfatizaba la función social del empresariado y la necesidad de un marco político y económico adecuados para el desarrollo de su actividad, para alcanzar el climax con la aparición de los últimos anuncios en los que se denunciaba, en un tono inusual hasta entonces en una campaña electoral, al PSOE.

Pese a la dureza de la campaña empresarial, los resultados electorales fueron decepcionantes porque si bien es cierto que AP tuvo un crecimiento extraordinario en relación a elecciones anteriores que situó al partido como la segunda fuerza en la región, el trasvase de votos se produjo desde UCD, que se hundió de forma estrepitosa en todas las provincias, imposibilitando un gobierno de coalición AP-UCD ante la mayoría absoluta alcanzada por los socialistas, al que tanto la CEOE como la CEA se apresuraron a felicitar por su victoria. Lo más sorprendente es que la segunda asumió a renglón seguido el papel de partido en la oposición:

"No vamos a mantener una oposición sistemática contra el PSOE. Nuestra posición se irá marcando según el comportamiento de los socialistas en el Gobierno de Andalucía y mientras se respete el sistema de economía de libre empresa, no seremos beligerantes"<sup>37</sup>.

Probablemente, esa actitud estaba motivada por la inminente convocatoria de elecciones generales y la necesidad de mantener activo el apoyo que la campaña había despertado en ciertos sectores empresariales con el objetivo de consolidar la implantación de la CEA y de las organizaciones provinciales, que habían logrado una cierta expansión durante la campaña.

#### IV. LAS ELECCIONES GENERALES. OCTUBRE DE 1982.

A pesar del fracaso cosechado en mayo, la CEOE acordó repetir la experiencia en las legislativas convocadas para el mes de octubre<sup>38</sup>. Con esa finalidad, a mediados de setiembre sus dirigentes aprobaron un informe "con el ideario del empresariado español" y un llamado "Plan Operativo de Actuación" en el que se anunciaban los obje-

<sup>36</sup> Según la organización hasta el 4 de mayo se habían celebrado 135 reuniones en toda Andalucía con más de 18.000 asistentes. Cifras que resultan infladas si se tiene en cuenta que el número de participantes en la provincia de Huelva oscilaba entre 50 y 100 empresarios.

<sup>37</sup> ABC, 9-6-1982

<sup>38</sup> Véase, Castillo, P. del, "La financiación de las elecciones legislativas de 1982" en Linz, J.J. y Montero, J.R. (eds.) *Crisis y cambio: electores y partidos en la España de los años ochenta*. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1986, especialmente las pp. 279-281.

tivos de la campaña: el apoyo a los partidos "conservadores liberales" y la lucha contra la abstención al considerar que favorecería al PSOE. En realidad se trataba claramente de apoyar a AP, ahora Coalición Popular (CP) y de evitar el triunfo del PSOE, para lo que se insistiría en los peligros que para la empresa y los empresarios tendría un futuro gobierno socialista.

La campaña, desplegada a nivel provincial por las respectivas confederaciones y federaciones, se desplegó en tres líneas de actuación: la primera consistió en la elaboración de una serie de análisis de los programas electorales de los distintos partidos que, con una finalidad informativa, fueron enviados a los empresarios miembros. En la práctica, ese análisis se basaba en un documento redactado por los dirigentes de la CEOE y se ocupaba básicamente del programa presentado por los socialistas, que -según sus redactores- "se aproxima en gran medida a los modelos marxistas de la Europa del Este". La segunda modalidad de intervención se tradujo en la celebración de entrevistas con los representantes provinciales de los partidos políticos para conseguir de ellos el compromiso de un apoyo permanente a las empresas y con esa finalidad se convocó a los dirigentes de todos los partidos, aunque por lo que se refiere a Andalucía, las relaciones PSOE-CEA se hallaban tan enrarecidas en estas fechas que a ellas no acudieron los representantes socialistas. Por último, las organizaciones empresariales presionaron para que los partidos políticos, generalmente CP, incluyeran empresarios, o más concretamente, dirigentes empresariales en las listas electorales<sup>39</sup>.

Con todo, la intervención de la CEOE, a nivel nacional, y de la CEA, en el ámbito regional, no influyeron en los resultados electorales en lo relativo a evitar el triunfo socialista, aunque probablemente sí en el hundimiento del partido en el gobierno, ya que a pesar de que en la campaña no se especificaba el apoyo a un partido concreto del centro-derecha, la mayor parte de los dirigentes empresariales se identificaba claramente con el programa de CP.

Para concluir, creo que podría afirmarse que la muerte de Franco y el inicio de la reforma política impulsó entre los sectores más dinámicos del empresariado la necesidad de participar en el diseño del proceso para asegurar la defensa de sus intereses, de manera que puede afirmarse que existía una posición favorable a la democracia -si bien conforme a una concepción instrumental, en cuanto era identificada con el sistema de economía de libre mercado y de libre empresa-. Con ese objetivo, determinados círculos empresariales y bancarios impulsaron la creación de un sistema asociativo libre e independiente, acorde con los principios del nuevo régimen, que culminó en julio de 1977 con la organización de la CEOE, en un proceso estimulado por el gobierno ante la necesidad de incorporar a los empresarios al consenso que caracterizó la transición democrática.

La CEOE surgió con dos objetivos básicos: de un lado, la movilización del empresariado español en torno a la organización, configurando una amplia red asociativa a nivel sectorial y territorial, primero a nivel provincial y, en un segundo momento, regional a medida que se avanzaba en la construcción del estado de las autonomías. De otro, actuar como grupo de presión cerca del poder político mediante el estableci-

<sup>39</sup> Cabe reseñar que algunas organizaciones empresariales andaluzas ya habían realizado presiones similares sobre "los partidos no marxistas" en las autonómicas de mayo.

miento de cauces de consulta y negociación con el gobierno, especialmente de aquellas leyes que afectaban directamente a sus intereses.

Por su parte, los partidos políticos -especialmente UCD y AP- asumieron la conveniencia de contar con empresarios en sus candidaturas, bien porque ello les permitiría captar sus votos, sobre todo de los pequeños y medianos empresarios, bien por su condición de notables provinciales con clientelas importantes, al menos sobre el papel. Por otra parte, y de forma complementaria, es preciso tener en cuenta la existencia de empresarios con una acusada vocación política, como evidencia su militancia partidista y la trayectoria posterior de algunos de ellos, junto a otros que, simplemente, aspiraban a mantener o establecer estrechos vínculos con el poder. Ambos hechos determinaron la notable participación de empresarios en las listas electorales en las sucesivas contiendas electorales y su posterior presencia en las Cortes o en altos puestos de la Administración, aunque ello no se tradujera en influencia política en lo relativo a la elaboración de la política económica durante las legislaturas, por lo que no puede afirmarse que UCD ni AP fueran partidos de empresarios.

Una vez que tras las elecciones de junio de 1977 constataron el fracaso de sus esperanzas acerca de un posible pacto social a tres bandas que consensuara la política económica, se inició un proceso de distanciamiento respecto al partido en el gobierno. No obstante, la importante implantación del PSOE frenó un posible enfrentamiento habida cuenta de que la principal preocupación de las organizaciones empresariales radicaba en un posible gobierno socialista. Ese temor condicionó su participación en las elecciones generales de 1979, en las que de forma implícita solicitaron el apoyo a las formaciones de centro-derecha. Sin embargo, la ajustada victoria de UCD no provocó -como esperaban- modificación alguna en la política económica del gobierno, y a esa profunda decepción vino a añadirse la preocupación ante la situación de permanente conflicto interno en que vivía el partido. La posibilidad cada más cercana de un triunfo del PSOE hizo que saltaran todas las alarmas y modificó la estrategia de la CEOE y de las organizaciones adheridas para comenzar a comportarse cuasi como un partido político.

Ciertamente, la intervención en las elecciones no consiguió evitar el triunfo del PSOE, pero sí logró efectos sumamente positivos en cuanto contribuyó -a mi modo de ver- de forma determinante a fortalecer a la organización cúpula entre los empresarios y puso de manifiesto, tanto ante la opinión pública como ante los partidos políticos, que era necesario contar con la CEOE en el proceso de elaboración y aplicación de las políticas públicas.