

Notas sobre la competitividad de la empresa industrial andaluza frente al reto del Mercado Unico

ENRIQUE MARTÍN ARMARIO*
 JOSÉ LUIS GALÁN GONZÁLEZ
 RAFAEL SALGUEIRO LÓPEZ

Introducción

El año 1993 es un hito temporal decisivo en el proceso de realización del Mercado Unico, sobre cuyos efectos para el conjunto de la economía comunitaria se mantienen posiciones muy dispares, desde el «euro-optimismo» derivado del informe Cecchini hasta las que sostienen que se producirá un proceso de concentración creciente en las actividades productivas más avanzadas en las áreas geográficas actualmente más desarrolladas.

La realización del Mercado Unico conduce, esencialmente, a una mejora de las condiciones de oferta, dando el protagonismo esencial a las unidades de decisión microeconómicas y manteniendo como elemento central el respeto al principio de libre competencia; todo ello acompañado de políticas compensatorias que desarrollan los objetivos de cohesión económica y social.

La mejora citada de las condiciones de oferta se vincula a la desaparición de las barreras físicas, técnicas y fiscales que, según el Libro Blanco, han frenado el desarrollo de un verdadero Mercado Común.

* Catedrático y profesores titulares, respectivamente, de Organización de Empresas en la Facultad de CCEE de Sevilla.

Dadas las características de la industria andaluza y el elevado grado de desregulación aduanera y desarme arancelario ya alcanzados, serán los efectos derivados de la desaparición de las barreras técnicas (1) las que tendrán mayor influencia.

La progresiva desaparición de la protección arancelaria desde la adhesión de España a la CEE ha tenido efectos evidentes sobre la composición y el saldo del comercio exterior. Sin embargo, el mayor volumen de importaciones procedentes de los países de la CEE no ha significado una reducción de la actividad de las empresas industriales de Andalucía; por el contrario, la industria andaluza ha mostrado un crecimiento continuado en los últimos años y a tasas siempre superiores a las nacionales.

Este crecimiento ha estado apoyado por un importante volumen de inversiones en las que los flujos exteriores han tenido un papel relevante. Obviamente, las decisiones de inversión exterior de los años recientes se han realizado contemplando el marco que significará el

(1) Las barreras técnicas vienen motivadas por la coexistencia de normas nacionales divergentes, por dificultades para la libre prestación de servicios y el ejercicio de profesiones liberales, y por la reserva de los mercados públicos a empresas nacionales.

Mercado Unico, por lo cual no hay ninguna razón para pensar que se produzca una reorientación geográfica a partir de 1993.

Factores que determinan la competitividad

La supervivencia y el éxito de la empresa en los mercados internacionales viene determinada fundamentalmente por su competitividad, entendiéndose por tal la capacidad de la empresa de colocar en el mercado productos o servicios en mejores condiciones que los de su competencia. Estas mejores condiciones o ventajas competitivas encuentran su origen en la reducción de los costes (aprovechamiento de las economías de escala, del efecto aprendizaje, etc.) o en la diferenciación frente a los competidores, lo que permite obtener un cierto poder de mercado.

Tanto a nivel nacional como internacional, la competencia se establece entre empresas. Sin embargo, no podemos olvidar que la empresa no es un ente aislado, sino una unidad económica que actúa dentro de un sector y en el contexto de un sistema económico nacional o internacional que condiciona su actividad. En este sentido, las fuentes de las ventajas competi-



PRESENTE
 Y FUTURO
 DE ANDALUCIA

tivas de la empresa en mercados globales pueden encontrar su origen en los siguientes factores:

- Las ventajas derivadas del país o región donde la empresa está ubicada. Aquí hacemos referencia al equipamiento en infraestructuras, a la dotación de recursos y factores productivos, al nivel cultural, etc.

- Las ventajas derivadas del sector donde la empresa actúa, tales como el grado de concentración industrial, el nivel de integración, la intensidad de la competencia, el tipo de relaciones con los clientes y proveedores, etc.

- Las ventajas derivadas de la propia empresa, tales como su organización interna, el posicionamiento en el mercado, el dominio de tecnologías, la capacidad para lanzar nuevos productos, etc.

Todas estas ideas se pueden resumir en el gráfico 1, que ha sido adaptado de la propuesta por el profesor Alonso (2), que recoge las fuerzas determinantes de la competitividad de la empresa.

En nuestro análisis sobre las características del tejido empresarial andaluz y del impacto que sobre el mismo pueda tener la constitución del Mercado Interior vamos a seguir el esquema que acabamos de diseñar. Así, analizaremos sucesivamente los factores que condicionan la competitividad de las empresas andaluzas, comenzando con los factores regionales,

siguiendo con los sectoriales, para acabar con los que se derivan de las propias empresas. No obstante, hemos de señalar que, a pesar de las dificultades que ocasiona la carencia de información con el suficiente grado de desagregación, este enfoque puede resultar esclarecedor, tanto sobre los efectos que el desarrollo del Mercado Interior va a tener en la industria andaluz como de las eventuales acciones prioritarias que deberán ser adoptadas para mitigar los efectos negativos y potenciar los positivos.

Ventajas competitivas de la industria en Andalucía

En este epígrafe nos vamos a ocupar de poner de manifiesto los factores regionales que condicio-

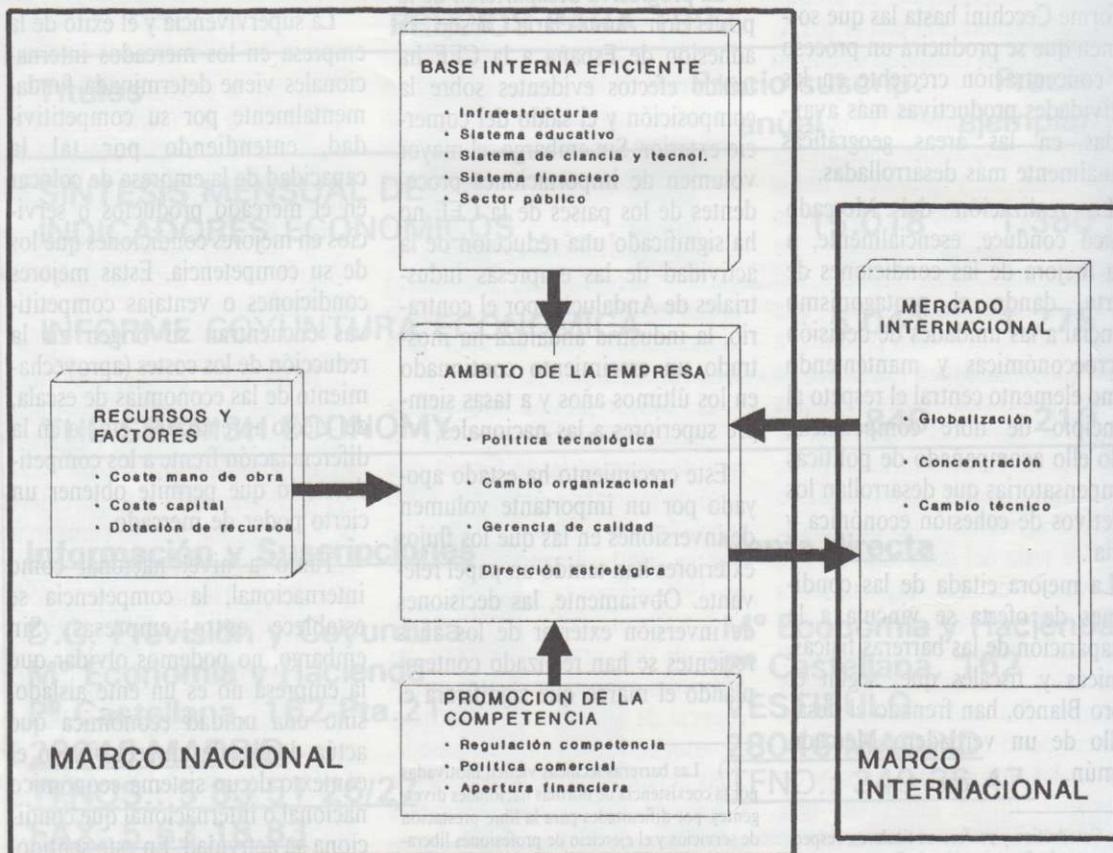
(2) ALONSO, J. A.: «Economía española: especialización comercial y factores de competitividad»; en VELARDE, J., y otros (1991): Apertura e internacionalización de la economía española, ECONOMISTAS. LIBROS. MADRID.



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCÍA

GRAFICO 1

FUERZAS Y FACTORES DEL MARCO COMPETITIVO DE LA EMPRESA



Fuente: Adaptado de Alonso, J. A.: «Economía Española: especialización y factores competitivos», en Velarde y otros (1991).

nan la competitividad de las empresas andaluzas. Obviamente, esta competitividad viene también determinada por condiciones y factores nacionales que afectan por igual a todas las regiones, como, por ejemplo, el tipo de cambio, fiscalidad a las empresas, el tipo de interés, etc. No vamos a analizar estos factores, sino los que, por su incidencia diferencial, son específicos de Andalucía.

La estructura de la economía andaluza en 1990 se caracteriza por un peso elevado del sector servicios, que supone el 56,6 por 100 del PIB regional; el sector primario representaba el 10,4 por 100, y la construcción, el 13,8 por 100, con lo que el sector industrial suponía en ese año el 19,2 por 100. Teniendo en cuenta que nuestro análisis se centra en la empresa industrial, este último dato tiene por objeto el relativizar todas las reflexiones que efectuemos, pues, en cualquier caso, nos estaremos refiriendo a una reducida parte de la economía andaluza.

Para analizar los factores regionales que afectan a la competitividad nos basaremos en el estudio realizado por el Instituto de Investigaciones Económicas de Munich (IFO) para la Comisión de la CE (3) y referido a las regiones atrasadas u «objetivo 1» de la Comunidad. En el cuadro 1, que reproduce los resultados de este estudio relativos a Andalucía, observamos los factores competitivos relativos tanto a la región como al sector.

El análisis del cuadro 1 nos pone de manifiesto que Andalucía se encuentra en una peor situación relativa que la media de las regiones atrasadas en España y en la CE. De acuerdo con el estudio IFO, ya mencionado, las líneas prioritarias de actuación para mejorar las ven-

tajas competitivas que tiene su origen en la región se reflejan en el cuadro 2.

batería de indicadores, una situación no tan negativa. En este sentido, el cuadro 3 expresa de forma

CUADRO 1			
FACTORES REGIONALES QUE AFECTAN A LA COMPETITIVIDAD			
Situación relativa de Andalucía			
Año 1990			
	España		CE atrasadas
	Atrasadas	Andalucía	
A) Infraestructura para potenciar el desarrollo industrial:			
Redes de comunicaciones	6	- 8	17
Oferta y coste de energía	26	- 6	- 17
Sistema de telecomunicaciones	- 3	0	30
Oferta y costes de eliminación de residuos	- 40	- 42	- 21
Costes y posibilidad de expansión (suelo industrial)	- 18	- 28	- 3
B) Infraestructura de servicios a la industria:			
Proximidad de suministradores	- 19	- 36	22
Proximidad de bancos, seguros y abogados	13	8	31
Cercanía de consultores y publicidad	10	- 6	14
Cercanía de servicios de reparación	- 29	- 48	8
C) Infraestructura para «asimilar progreso técnico»:			
Cultura empresarial	54	31	9
Oferta educativa	14	37	- 3
Posibilidad de perfeccionamiento de directivos	- 21	- 54	- 15
Proximidad de universidades, centros de investigación	- 17	- 51	7
D) Infraestructura social:			
Oferta cultural y social	- 14	- 24	- 13
Oferta de ocio	- 29	- 43	- 14
Oferta de vivienda	10	-	-
E) Oferta de trabajo:			
Cualificado	- 34	- 51	- 18
No cualificado	- 33	- 52	14
F) Factores administrativos:			
Incentivos de política regional	- 37	- 36	1
Cooperación con autoridades	- 85	- 100	- 18
Impuestos locales	15	16	- 32
G) Otros:			
Proximidad consumidores	31	27	51
Clima social	1	- 22	16

Nota: Los valores pueden oscilar entre + 200 (máximo efecto positivo sobre la competitividad) y - 200 (máximo efecto negativo).
Tabla adaptada de Calvo González, J. L.; González Romero, A: «Un estudio España-CEE sobre la competitividad de regiones en dificultades», Economía Industrial, mayo-agosto 1991, pág. 308.



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

El informe IFO revela que Andalucía dispone de pocas ventajas competitivas. Sin embargo, otros estudios sobre la competitividad de las Comunidades Autónomas (4) reflejan, en base a otra

resumida los resultados de uno de estos estudios que hemos tomado como referencia.

En cualquier caso, la realidad que acabamos de observar debe ser tenida en cuenta, como un marco de referencia, en el análisis más detallado que haremos sobre la competitividad de los sectores y de las empresas andaluzas.

(3) IFO-INSTITUTE (1988): «Measuring Competitiveness of Industrial Companies in European Regions», citado por CALVO, J. L., y GONZÁLEZ, A. (1991): *Un estudio España-CE sobre la competitividad de regiones en dificultades*, Economía Industrial, mayo-agosto, páginas 303-313.

(4) MYRO, R.; GANDOY, R.: «Perspectivas de desarrollo de la industria de las Comunidades Autónomas en España»; en ALCALDE, J., y otros (1991): *Las economías regionales en la España de los 90*, Economistas, Libros, Madrid.

CUADRO 2

FACTORES REGIONALES DE MEJORA PRIORITARIA

Regiones económicamente atrasadas

Situación relativa de Andalucía en 1990

	España		CE atrasadas
	Atrasadas	Andalucía	
A) Infraestructura para potenciar el desarrollo industrial:			
Redes de comunicaciones	33	40	28
Oferta y coste de energía	12	8	25
Sistema de telecomunicaciones	9	11	16
Oferta y costes de eliminación de residuos	3	5	8
Costes y posibilidad de expansión (suelo industrial)	15	7	15
B) Infraestructura de servicios a la industria:			
Proximidad de suministradores	7	11	14
Proximidad de bancos, seguros y abogados	3	2	12
Cercanía de consultores y publicidad	1	0	3
Cercanía de servicios de reparación	8	10	10
C) Infraestructura para «asimilar progreso técnico»:			
Cultura empresarial	2	3	8
Oferta educativa	7	3	11
Posibilidad de perfeccionamiento de directivos	8	5	7
Proximidad de universidades, centros de investigación	5	10	3
D) Infraestructura social:			
Oferta cultural y social	1	2	4
Oferta de ocio	1	0	2
Oferta de vivienda	1	0	6
E) Oferta de trabajo:			
Cualificado	24	21	30
No cualificado	4	2	5
F) Factores administrativos:			
Incentivos de política regional	32	27	20
Cooperación con autoridades	9	13	9
Impuestos locales	16	27	7
G) Otros:			
Proximidad consumidores	3	5	9
Clima social	15	7	12

Nota.-Los valores representan el porcentaje de empresas que lo consideran como factor de mejora prioritaria. La posibilidad de respuesta múltiple (la empresa puede elegir tres factores) hace que la suma vertical sea distinta de 100.

Tabla adaptada de Calvo González, J. L., González Romero, A: «Un estudio España-CEE sobre la competitividad de regiones en dificultades», Economía Industrial, mayo-agosto 1991, pág. 309.

turación de la producción provocada por el desarrollo del MI.

La globalización de los mercados que supone el MI no tiene las mismas implicaciones para todos los sectores industriales. Solberg (5) ha puesto de manifiesto que existen diferentes tipos de industrias según la estructura de la oferta y la accesibilidad de los mercados, de forma que no en todos los sectores tiene porqué establecerse una competencia global o comunitaria, tal y como se muestra en el gráfico 2. En efecto, junto a sectores de competencia global existirán también industrias de ámbito eminentemente nacional o regional. Por ejemplo, el sector panadero está muy fragmentado y la naturaleza de su competencia es muy distinta a la de otros sectores, como, por ejemplo, el de la microinformática; en este sentido, nos atrevemos a afirmar que la globalización del mercado derivada del desarrollo del MI tendrá pocos efectos en el sector panadero, que tiene un mercado y una competencia eminentemente local. En cualquier caso, es necesario señalar que el Mercado Unico favorece las tendencias a la concentración intrínsecas en determinados sectores al desaparecer las restricciones que la impiden.

Sin embargo, permanecerán fragmentados aquellos sectores en los que no existan economías de escala o se enfrenten a deseconomías de escala, en los que hayan grandes fluctuaciones de demanda o que ésta sea muy diversificada, entre otros aspectos; en este sentido, coexistirán sectores de alcance comunitario con otros nacionales y regionales. Por otra parte, y en lo que respecta solamente a la ubicación de las actividades, las nuevas tecnologías de proceso y de comunicación permiten una redistribución espacial de la producción, localizando en dife-

(5) SOLBERG, A. (1991): «Respuesta al reto de la globalización. Sugerencia de un esquema para el análisis y la toma de decisiones», ICE, abril, número 692, páginas 9-25.



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

Los sectores industriales potencialmente afectados en Andalucía

La decisión comunitaria de la construcción de un Mercado Interior (MI) se adopta por los teóricos beneficios económicos y sociales derivados de la misma. A este respecto, algunos estudios de la CEE, entre los que destaca el informe Cecchini, evaluaban los efectos positivos de la existencia de un mercado único, mostrando además

un futuro optimista para las regiones del sur de Europa.

Estudios posteriores han descontado gran parte de ese optimismo inicial y, en cualquier caso, parece ampliamente aceptado en el momento presente que este mercado único tendrá consecuencias muy diferentes según las regiones y según los sectores. No obstante, es necesario destacar que estos efectos derivan tanto del incremento previsible del comercio intracomunitario como de la necesaria reestruc-

CUADRO 3

CLASIFICACION REGIONAL SEGUN LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD

Clasificación ordinal. Año 1990

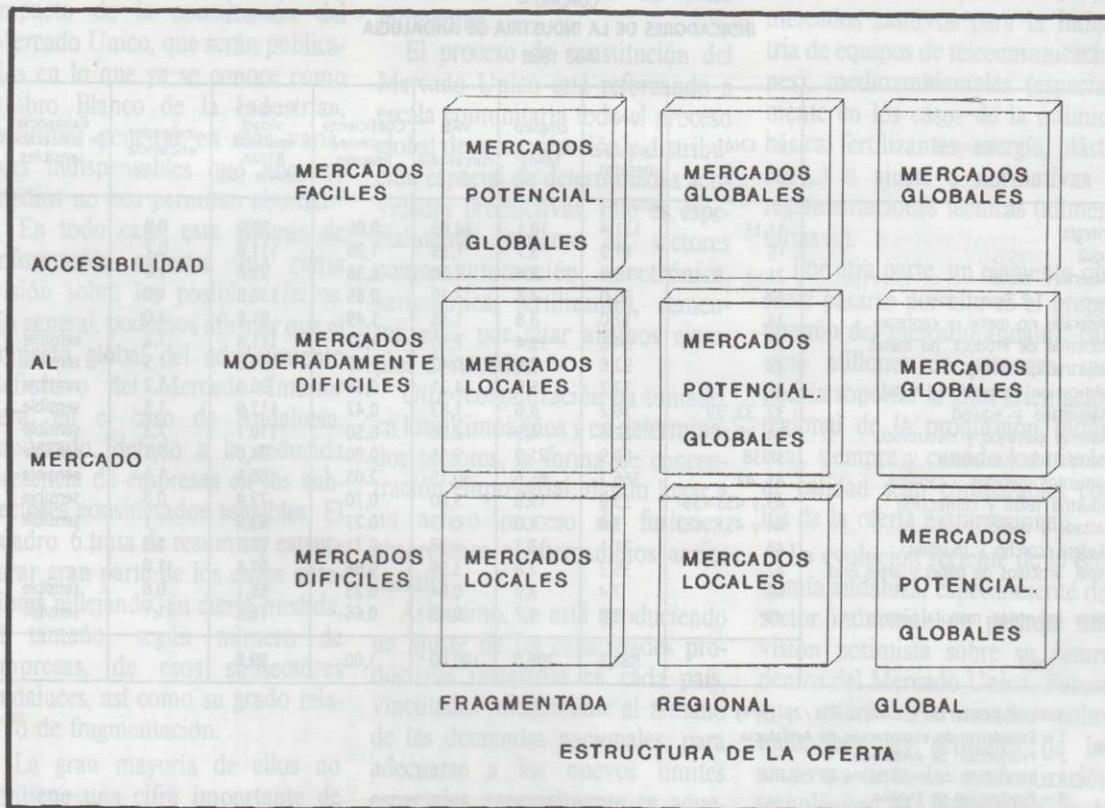
Regiones	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
Andalucía	5	7	9	12	8	2	8	10	9	8	6	11	16
Aragón	9	9	14	8	7	3	7	11	13	10	10	16	7
Asturias	3	5	7	3	6	6	6	1	16	16	8	7	9
Baleares	15	16	3	16	17	16	16	12	17	17	17	6	2
Canarias	11	3	2	14	16	14	17	13	14	15	16	3	13
Cantabria	2	10	10	4	12	8	10	5	12	7	12	8	8
Castilla y León	4	8	11	13	4	13	4	7	1	2	4	14	11
Castilla-La Mancha	13	14	15	15	14	17	9	15	6	9	9	17	15
Cataluña	8	4	8	6	3	12	3	3	7	3	1	4	5
Comunidad de Madrid	7	1	1	5	1	1	1	4	2	1	5	1	6
Comunidad Valenciana	14	12	6	9	13	10	13	8	4	5	2	5	10
Extremadura	16	17	17	17	10	7	14	16	5	13	15	15	17
Galicia	10	13	12	10	11	9	12	2	8	4	7	9	14
Murcia	17	15	13	11	9	5	11	17	3	11	14	10	12
Navarra	6	11	16	2	5	4	5	9	15	14	11	13	4
Pais Vasco	1	6	4	1	2	11	2	6	10	6	3	2	3
La Rioja	12	2	5	7	15	15	15	14	11	12	13	12	1

A) Coste de personal por trabajador. B) Productividad aparente del trabajo. C) Participación del VAB en la producción. D) Tamaño de los establecimientos. E) Esfuerzo tecnológico total. F) Esfuerzo tecnológico público. G) Esfuerzo técnico empresarial. H) Presencia relativa de grandes empresas. I) Participación del capital extranjero en las grandes empresas. J) Participación ponderada del capital extranjero. K) Dependencia técnica. L) Densidad de población. M) PIB per cápita.

Fuente: Adaptado de Myro, R.; Gandoy, R.: «Perspectivas de desarrollo de la industria de las Comunidades Autónomas en España», en Alcalde, J., y otros (1991).

GRAFICO 2

GLOBALIDAD DE LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA



Fuente: Adaptado de Solberg, C. A. (1991).



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

rentes lugares distintas partes de un proceso productivo, buscando maximizar las ventajas parciales de localización.

En un estudio reciente, Buigues e Ilzkovitz (6) han evaluado, en base al grado de fragmentación del mercado comunitario, los sectores que se verán más afectados por la implantación del mercado interior. Siguiendo esta línea de trabajo, sería interesante estudiar en Andalucía el comportamiento y la situación de estos sectores sensibles y de las empresas que los integran. La ausencia de información estadística a ese nivel de desagregación nos impide realizar dicho análisis con la profundidad que desearíamos y sería conveniente.

No obstante, trataremos de obviar este problema siguiendo una doble vía que implica movernos en dos estratos distintos de

descomposición del sistema. Por un lado, utilizaremos los datos suministrados por la Encuesta Industrial para 18 sectores, y por otro, usaremos la información, ciertamente escasa, proporcionada por compañías privadas de documentación empresarial que nos permite alcanzar el grado de detalle preciso para el examen de esos sectores «sensibles».

El cuadro 4 utiliza dos grupos de indicadores. El primero de ellos, integrado por el «valor añadido bruto» y el «número de empleados», trata de recoger la importancia relativa de los diferentes sectores en el contexto de la industria andaluza. Los indicadores del segundo grupo se orientan hacia la medida de la competitividad del sector; con este sentido se emplea el «coeficiente de especialización» y el «coeficiente de eficiencia».

Especial interés puede tener este «indicador de eficiencia», que viene a constituir una aproximación a la relación entre costes y

valor de la producción, tomando como referencia el conjunto nacional. Se observa que la mayoría de los sectores, pero sobre todo aquellos donde Andalucía tiene una cierta especialización y con subsectores sensibles a la constitución del Mercado Único, muestran valores próximos o superiores a la unidad. Aunque se trata de un análisis estático, podemos afirmar que la consecución definitiva de ese Mercado Interior no representará mayores dificultades para la industria andaluza que para la industria nacional en su conjunto.

Además, Andalucía se encuentra relativamente poco especializada en sectores que contienen subsectores «sensibles», si exceptuamos el caso de «alimentos, bebidas y tabaco». Esto supone, en consecuencia, efectos globales reducidos sobre el conjunto de la industria de nuestra Comunidad. Tal aseveración, como es lógico en virtud de la información utilizada, resulta arriesgada e incluso, nos atrevería-

(6) BUIGUES, P.; ILZKOVITZ, F. (1988): «Les enjeux sectoriels du marché intérieur»; citado por FARIÑAS, J. C.: *Perspectivas de la industria española ante el mercado interior europeo*, en VELARDE, J., y otros (1991).



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

CUADRO 4
INDICADORES DE LA INDUSTRIA DE ANDALUCIA
Año 1988

Sectores	CNAE	VAB - Millones pesetas	Empleo - Miles	VAB - Porcentaje	Coefficiente especialización	Producti- vidad aparente RTIVA España 100	Indicador eficiencia	Existencia de subsectores sensibles
Energía	11-15	131,4	10,1	14,86	0,86	98,0	0,8	
Agua	16	11,9	3,7	1,35	1,39	111,0	0,7	
Minerales metal.	21	13,8	2,6	1,56	5,38	99,6	1,0	
Produc. 1.ª Transf. metal.	22	30,0	4,4	3,39	0,86	130,6	1,0	
Minerales no metal. y canteras	23	12,0	3,8	1,36	1,49	85,8	1,0	
Industrias de Product. no metal.	24	64,5	13,4	7,30	1,27	111,4	1,2	sensible
Industria química	25	92,6	7,9	10,47	1,19	169,8	1,5	sensible
Fabricación de product. metal.	31	37,2	15,0	4,21	0,58	86,3	1,2	sensible
Maquinaria y equipo	32, 33, 39	16,2	4,0	1,83	0,42	112,9	1,5	sensible
Material eléctrico y electrónico	34, 35	22,6	4,9	2,56	0,50	110,1	1,3	sensible
Material de transporte	36-38	80,9	21,9	9,15	0,90	74,0	1,1	sensible
Alimentos, bebidas y tabacos	41, 42	266,7	65,6	30,15	2,05	106,8	1,1	sensible
Industria textil y confección	43 y 453-456	33,6	19,8	3,80	0,70	72,4	0,8	sensible
Calzado y cuero	44 y 451, 452	3,4	2,0	0,39	0,27	63,9	1,1	sensible
Madera, corcho y muebles	46	21,1	13,3	2,38	0,71	78,1	1,1	
Papel, artículos de papel y artes graf.	47	35,3	7,8	3,99	0,68	97,6	1,0	
	48	7,4	3,0	0,84	0,23	65,1	0,6	sensible
Otras industrias manufactureras	49	3,8	1,7	0,43	0,66	76,6	1,1	sensible
Total		884,5	205,0	100,00	1,00	99,8		

Nota.-Indicador de eficiencia = (1/2) : (3/4).
 1 = Excedente de explotación de Andalucía.
 2 = Producción de Andalucía.
 3 = Excedente de explotación de España.
 4 = Producción de España.
 Fuente: Encuesta Industrial, INE 1988, y elaboración propia.

mos a decir, injusta para aquellas empresas que, aunque no muy numerosas, puedan verse afectadas. El siguiente nivel de análisis trata de paliar, débilmente, tales deficiencias.

En el cuadro 5 recogemos la situación de las empresas andaluzas en base a la información contenida en distintas fuentes de documentación privada. La utilización, por parte de ellas, de diferentes sistemas de clasificación de actividades (SIC, CNAE) ha obligado a una labor de ajuste en base a las tablas de correspondencia publicadas por el INE, dado que los sectores sensibles señalados por Buigues e Ilzkovitz venían categorizados en código NACE.

Lógicamente, haría falta un conocimiento más profundo de las características competitivas de esas empresas y sectores que se relacionan en la tabla anterior para comprometerlos en conclusiones rigurosas. Los informes sectoriales (19 sectores) encargados por el Ministerio de Industria a cinco importantes consultoras sobre el impacto de la constitución del Mercado Unico, que serán publicados en lo que ya se conoce como «Libro Blanco de la Industria», permitirá penetrar en esas variables indispensables que nuestros medios no nos permiten abordar.

En todo caso, esta síntesis de información muestra una cierta visión sobre los posibles efectos. En general, podemos afirmar que el impacto global del advenimiento definitivo del Mercado Interior será, en el caso de Andalucía, moderado, debido a la reducida presencia de empresas en los subsectores considerados sensibles. El cuadro 6 trata de resumir y estructurar gran parte de los datos anteriores reflejando, en cierta medida, el tamaño, según número de empresas, de esos subsectores andaluces, así como su grado relativo de fragmentación.

La gran mayoría de ellos no contiene una cifra importante de empresas; empresas que, además,

tienen un tamaño reducido. Tan sólo en dos de esos subsectores las firmas andaluzas son las más importantes de España por cifra de ventas (industria del vino y cervecía y maltería), y en muy pocos más, nuestra Comunidad posee compañía, o compañías, de dimensión «relativamente» grande (máquinas para la industria alimentaria, bebidas higiénicas y gaseosas, joyería, cacao, chocolate y confitería).

Conclusiones

En España parece haber un cierto «pesimismo histórico» ante los procesos de apertura y liberalización de intercambios. Sin embargo, tanto los resultados del Plan de Estabilización de 1959 como de la integración en la CEE en 1986 desmienten ese apriorismo, aun aceptando que ambos coincidieron en el tiempo con periodos expansivos de la economía mundial, a diferencia de las previsiones que sobre su comportamiento se establecen en estos momentos.

El proceso de constitución del Mercado Unico está reforzando a escala comunitaria todo el proceso global de reorganización y distribución espacial de determinadas actividades productivas. Ello es especialmente evidente en sectores como automoción, electrónica, aeronáutica, fertilizantes, cementos, etc., por citar algunos ejemplos destacados.

Otra reorganización ha tomado, en los últimos años y en determinados sectores, la forma de concentración empresarial, dando lugar a un activo proceso de fusiones, absorciones e intercambios accionariales.

Asimismo, se está produciendo un ajuste de las capacidades productivas instaladas en cada país, vinculadas inicialmente al tamaño de las demandas nacionales, para adecuarse a los nuevos límites espaciales, especialmente en aquellos sectores donde existe la posibi-

lidad de aprovechar economías de escala y de aprendizaje.

Es cierto que, vinculado a todo ello, pueden producirse efectos negativos en determinados subsectores y en determinadas áreas geográficas. Por una parte, una expulsión del mercado por razones tecnológicas (coste de la tecnología competitiva, incapacidad de generar o de incorporar innovación tecnológica) y económicas (desventajas en costes ligadas a una menor dimensión y/o alcance de las actividades). Por otra, un desplazamiento en los mercados tradicionalmente atendidos como consecuencia del surgimiento de oferta adicional de nuevo origen.

En el caso concreto de Andalucía y en términos generales, el peso relativo de los subsectores sensibles dentro del conjunto de la industria permite prever un efecto global moderado. Sin embargo, determinadas actividades sí se ven ya afectadas, tanto por decisiones sobre la libre competencia (por ejemplo, limitación a las subvenciones al sector naval, desaparición de los mercados cautivos para la industria de equipos de telecomunicaciones), medioambientales (especialmente en los casos de la química básica, fertilizantes, energía, plásticos...) o ajuste a normativas y reglamentaciones técnicas (alimentarias...).

Por otra parte, un elemento que suele pasarse por alto es el propio tamaño del mercado andaluz, casi siete millones de personas, que podría soportar la gran orientación regional de la producción industrial, siempre y cuando los niveles de calidad sean comparables con los de la oferta extrarregional.

La evolución reciente de la economía andaluza, especialmente del sector industrial, no permite una visión pesimista sobre su futuro dentro del Mercado Unico. Futuro que estará determinado, sobre todo, por las actitudes de las empresas ante la modernización tecnológica, la innovación y la competencia intensificada.



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

CUADRO 5
SECTORES SENSIBLES A LA CONSTITUCION DEL MERCADO UNICO
Año 1991

Sectores	NACE	SIC	CNAE	(A) Número de empresas en España (1)	(B) Número de empresas en Andalucía (1)	(B):(A) en por- centaje	(C) mayores empresas en España número (2)	(D) mayores empresas en Andalucía número (2)	(D):(C) en por- centaje	Establecimientos industriales en Andalucía	Cifra de ventas de la mayor empresa en España (2) - Millones de pesetas	Cifra de ventas de la mayor empresa en Andalucía (2) - Millones de pesetas
Industrias del vidrio.	247	32.1,32.2,32.3	246	243	18	7,41	84	4	4,76	1	52.822	1.000
Fabricación de productos cerámicos.	248	32.5,32.6	247	597	60	10,05	254	19	7,48	-	9.500	1.953
Química básica.	251	28.1	-	223	13	5,83	107	6	5,61	1	44.916	7.554
Otros productos químicos.	256	28.2,6,7,9	252,253,255	487	42	8,62	350	12	3,43	6	256.798	3.500
Productos farmacéuticos.	257	28.3	254	368	11	2,99	227	6	2,64	-	84.363	16.520
Calderería.	315	34.43	315	552	48	8,70	122	13	10,66	-	4.200	950
Máquinas y tractores agrícolas.	321	35.2	321	388	58	14,95	69	6	8,70	-	32.970	1.900
Máquinas herramientas para trabajo metales.	322	35.4	322	258	10	3,88	141	-	0,00	-	-	-
Máquinas textiles.	323	35.52	323	73	-	0,00	28	-	0,00	-	-	-
Máquinas para industrias alimenta- rias y otras.	324	35.33.51.53.54	324,329	1.106	83	7,50	110	3	2,73	-	2.197	1.200
Material para minería, siderurgia y construcción.	325	35.31.32.67	325	447	31	6,94	69	-	0,00	-	-	-
Fabricación para órganos de transmi- sión.	326	35.61.62.66.68.	326	70	2	2,86	55	-	0,00	-	-	-
Construcción otros materiales espe- cíficos.	327	35.63.64.65.69	322,323,329	171	-	0,00	148	2	1,35	1	31.699	300
Máquinas de oficinas y tratamientos informáticos.	33	35.72.73.74.76.79	33	103	3	2,91	24	-	-	1	-	-
Hilos y cables eléctricos.	341	36.43	341	57	-	0,00	87	1	1,15	-	25.132	900
Material eléctrico de equipamiento.	342	36.1.44.71.72	342	381	20	5,25	42	-	0,00	1	-	-
Material de telecomunicaciones.	344	36.3	344,351.1.2,352	161	10	6,21	47	1	2,13	1	68.698	2.963
Aparatos electrónicos.	345	36.51	353,354,355	523	28	5,35	24	-	0,00	-	-	-
Aparatos electrodomésticos.	346	36.3	345	160	9	5,63	62	1	1,61	-	100.000	510
Lámparas y material de alumbrado.	347	36.41.45.46.47.48	346	245	23	9,39	70	-	0,00	-	-	-
Vehículos automóviles.	351	37.1	361	31	2	6,45	11	-	0,00	2	-	-
Construcción naval.	361	37.31.32	371,372	389	77	19,79	66	6	9,09	3	49.773	6.500
Material ferroviario.	362	37.43	381	32	1	3,13	12	-	0,00	-	-	-
Aeronaves.	364	37.2	382	16	1	6,25	6	-	0,00	4	-	-
Fabricación de material médico-qui- rúrgico.	372	38.4	392	109	8	7,34	38	1	2,63	-	18.801	550
Pasta alimenticia.	417	20.98	4181	15	1	6,67	9	-	0,00	1	-	-
Cacao, chocolate y confitería.	421	20.24.65.66	414,421,423	422	71	16,82	105	14	13,33	-	19.874	5.100
Industria del vino.	425	20.84	425	318	65	20,44	219	51	23,29	-	35.800	35.800
Cervecería y maltería.	427	20.82.83	427	29	7	24,14	32	5	15,63	2	39.340	30.000
Bebidas higiénicas y aguas gaseosas.	428	20.86	428	181	16	8,84	90	10	11,11	-	45.150	14.000
Industria lanera.	431	22.31.83	432	104	1	0,96	47	-	0,00	-	-	-
Industria algodonera.	432	22.11.81.82	4312	208	8	3,85	244	7	2,87	-	47.000	8.500
Alfombras.	438	22.71.72.79	437	100	3	3,00	18	-	0,00	-	-	-
Calzado.	451	31.4	451	668	5	0,75	122	-	0,00	-	-	-
Confección de prendas de vestir.	453	23.1 a 8	453	2.585	341	13,19	491	41	8,35	1	86.000	7.000
Confección de otros artículos.	455	23.9	4551,4559	285	25	8,77	116	2	1,72	-	4.460	525
Industria del caucho.	481	30.11.31.69	481	186	6	3,23	93	1	1,08	-	141.300	1.600
Joyería.	491	39.1	4911,4912	227	32	14,10	48	5	10,42	-	4.080	1.500
Laboratorio fotográfico.	493	73.95	493	89	11	12,36	9	1	11,11	-	2.000	320
Juquetes.	494	39.4	494	205	6	2,91	83	1	1,20	-	15.000	480

Fuentes: (1) Listado de las empresas españolas en 1991. Incesa. (2) Las 30.000 mayores empresas españolas en 1991. DUNS. Elaboración propia

CUADRO 6

INTENSIDAD DE LA PRESENCIA DE EMPRESAS ANDALUZAS EN LOS SECTORES SENSIBLES FRENTE AL MERCADO UNICO

Mayores empresas (listado DUNS)	Muy alta (1)	Alta (2)	Media (3)	Baja (4)
Todas las empresas (listado INCRESA)				
Alta (5).....	Sector 426	Sectores 321, 361, 421, 427, 453, 491, 493		
Media (6).....	Sector 428	Sector 315	Sectores 247, 248, 251	Sectores 256, 324, 325, 342, 344, 345, 346, 347, 351, 364, 372, 417, 455
Baja (7).....				Sectores 257, 322, 323, 326, 327, 33, 341, 362, 431, 432, 438, 451, 481, 494

- (1) El porcentaje de empresas andaluzas entre las 30.000 mayores al porcentaje de empresas andaluzas en el total.
 - (2) El porcentaje de empresas andaluzas entre las 30.000 mayores al 8 por 100.
 - (3) El porcentaje de empresas andaluzas entre las 30.000 mayores, está comprendido entre el 4 por 100 y 8 por 100.
 - (4) El porcentaje de empresas andaluzas entre las 30.000 mayores es menor al 4 por 100.
 - (5) El porcentaje de empresas andaluzas al 11 por 100.
 - (6) El porcentaje de empresas andaluzas está comprendido entre el 5 por 100 y 11 por 100.
 - (7) El porcentaje de empresas andaluzas es menor al 5 por 100.
- Nota.-Utilizamos el código NACE para la identificación de los sectores.



PRESENTE
Y FUTURO
DE ANDALUCIA

A partir del próximo mes de Junio, el Boletín Económico de Información Comercial Española, reanudará la publicación de los resúmenes de Importación.

Estos resúmenes serán enviados de forma gratuita a todos los suscriptores del Boletín Económico de Información Comercial Española y de Información Comercial Española. Revista de Economía, que lo soliciten.

Para mayor información puede dirigirse a:

Srta. Carmele González de Galdeano.
Teléf. 349 39 65 - Fax. 349 36 34
28071 Madrid