

Andalucía ante el reto de la Ampliación europea

Antonio Carrillo Alcalá*

El proceso de ampliación de la UE, iniciado de manera efectiva el pasado 1 de mayo, vendrá acompañado de todo un conjunto de oportunidades y amenazas para las empresas andaluzas. Es recomendable que el empresario andaluz afronte este importante reto como una oportunidad comercial que le brinda el mercado, y que su actitud sea en todo momento proactiva. Nuestras empresas deben llevar a cabo un ejercicio previo de análisis y estudio de su sector y de su empresa, así como del mercado meta, para a continuación planificar una estrategia de marketing específica. En definitiva, la Ampliación de la UE será una oportunidad que nuestras empresas sabrán aprovechar.

Palabras clave: empresas, estrategia empresarial, marketing, Unión Europea.

Clasificación JEL: R10, L21.



ANDALUCÍA

Desde el 1 de mayo de este año, la ampliación de la Unión Europea es ya una realidad social, política y económica, que sin lugar a dudas va a afectar de manera decisiva tanto a las empresas españolas como a las andaluzas. Por este motivo, y por otros muchos que iré exponiendo a lo largo de estas líneas, considero que estamos ante uno de los momentos clave en el seno de la Unión Europea.

La incorporación de 10 nuevos socios a la Unión Europea (Polonia, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Eslovenia, Letonia, Lituania, Estonia, Chipre y Malta), significará sin duda un enriquecimiento para España y, por tanto, para Andalucía, en tanto que supone un aumento conside-

rable del potencial mercado de nuestras empresas.

Frente a una población aproximada de 380 millones de habitantes con la que contaba la Unión Europea de los 15, en estos momentos, la nueva Europa de los 25, ha pasado a estar formada por un total de 450 millones de ciudadanos. Este número se verá ampliado a 550 millones cuando se culmine la Unión Europea-28, tras la adhesión de Rumanía, Bulgaria y Turquía.

A pesar de lo espectacular que puede resultar este incremento demográfico, conviene señalar que el potencial económico que resultará del proceso de ampliación, desafortunadamente, no será tan importante. En términos del PIB, el conjunto de los trece países candidatos no representa más que el 7,1 por 100 del PIB de la actual Europa de los 15. Además, la am-

* Secretario General. Confederación de Empresarios de Andalucía. Sevilla.

pliación a diez nuevos socios menos desarrollados, provocará una caída de la riqueza media de la Unión Europea del 13 por 100. Por lo tanto, las empresas andaluzas deben tener muy en cuenta que, si bien el proceso de ampliación les va a brindar una oportunidad comercial importante, los países que se han incorporado y los ciudadanos de los mismos tienen un poder adquisitivo y una renta disponible para destinar al gasto inferior a la nuestra. No obstante, permítanme redundar en ello, la oportunidad comercial está ahí; lo importante es saber gestionarla con una buena planificación para sacarle el mayor partido desde el punto de vista de rentabilidad empresarial.

Esta fuerte discrepancia entre el peso demográfico y económico va a exigir, sin lugar a dudas, importantes esfuerzos por parte de la Unión Europea para garantizar la efectiva integración. España, y por ende Andalucía, debe dar ahora una lección de solidaridad a la Comunidad Europea y a la Internacional en general, ofreciendo a estos países el mismo apoyo que nosotros recibimos en su momento. Hemos de tener en cuenta que la alta factura por la pérdida de Fondos Europeos debe ser pagada por todos los países de forma equitativa, con el objeto de que unos no pierdan más que otros, debiéndose evitar el conocido «efecto estadístico». Este último se dejará sentir de manera importante en aquellas zonas consideradas objetivo 1 (PIB inferior al 75 por 100 de la media europea). Al incorporarse países con economías más débiles, la media del PIB de la Unión sufrirá un importante descenso, que se verá repercutido sobre todo en los países que más fondos venían recibiendo en la actualidad (Objetivo1).

En cualquier caso *Andalucía*, a pesar de este efecto, seguirá estando por debajo del 75 por 100 del PIB comunitario (en el 64,4 por 100 según Eurostat), y por ello

seguirá recibiendo fondos europeos a partir del 1 de enero de 2007, fecha en la que comenzará el nuevo periodo de programación. El dato que se desconoce es hasta cuando seguiremos siendo beneficiarios de estos fondos y, sobre todo, en qué cuantía.

Si siempre es deseable una buena *coordinación entre Administraciones*, ante la ampliación de la Unión Europea aún será más necesaria, si cabe, una eficaz colaboración del gobierno central con los distintos gobiernos autonómicos. Además, en este marco de ampliación, debe hacerse efectivo más que nunca el principio de cooperación con los agentes económicos y sociales, para afrontar con garantías este nuevo escenario que supondrá la ampliación, según se prevé en los Acuerdos de Concertación.

En efecto, en Andalucía contamos ya con una experiencia ininterrumpida de concertación social entre el Gobierno y los representantes empresariales y sindicales, que ha culminado con la firma de cinco Acuerdos Marco de Colaboración, dirigidos fundamentalmente a mejorar la competitividad de nuestra región. Precisamente en este contexto, la CEA participa, junto con las organizaciones sindicales, en el Comité de Seguimiento del Marco Comunitario de Apoyo para Andalucía, creado en el seno de la Consejería de Economía y Hacienda, donde analizamos y proponemos alternativas a la gestión y programación de las actuaciones previstas, para la mejor aplicación de los Fondos Estructurales en nuestra Comunidad.

Es importante que en la gestión y ejecución de las ayudas provenientes de la Unión Europea que vayan a destinarse a inversiones productivas, se tenga presente a la iniciativa privada. Así, la Confederación de Empresarios de Andalucía siempre ha hecho llegar a la Junta de Andalucía su ofrecimiento para que la iniciativa



ANDALUCÍA

privada cofinancie los proyectos acogidos a Fondos de la Unión Europea, para así optimizarlos como se viene haciendo en otros países europeos. Aunque es verdad que se ha avanzado algo en este terreno, aún queda mucho por hacer.

Además del aspecto negativo que podría constituir el recorte de fondos, que como ya he apuntado no está previsto que afecte a Andalucía de forma directa, al menos a corto plazo, se me ocurren también otros hechos que podrían afectar negativamente a nuestro tejido empresarial, y que por tanto deberían ser tenidos en cuenta de manera muy especial por nuestras empresas. *La mano de obra en estos diez nuevos estados europeos, es mucho más barata que la nuestra.* No pensemos que nos encontramos ante una mano de obra con poca formación y con estándares de calidad por debajo de los nuestros. Por regla general la mano de obra de los países que acaban de incorporarse, está compuesta por operarios con formación, experiencia y altamente competitivos. Esto puede acarrear a nuestra economía importantes riesgos de deslocalización industrial, con lo que ello puede significar en nuestra capacidad exportadora, si se confirman las previsibles estrategias de las empresas multinacionales de utilizar estos países como centros de producción y plataformas de exportación para abastecer a la UE ampliada.

El problema central de la pérdida de productividad de nuestra mano de obra, reforzará la necesidad de potenciar importantes reformas en nuestro modelo económico: inversiones públicas, políticas de I+D+i, políticas fiscales que favorezcan la productividad, políticas de formación, etcétera. Los nuevos métodos de valoración de empresas, ya no sólo en el ámbito académico sino en el empírico, otorgan un papel primordial al capital intelectual. Dentro de éste, como no podría ser de otra

manera, el capital humano ocupa un lugar preferente. Sin lugar a dudas, aunque las personas no puedan considerarse un activo tangible empresarial, constituyen uno de los intangibles o activos ocultos más valiosos de las empresas.

Es importante tener también en cuenta el claro *protagonismo* que vienen ejerciendo *otros países europeos que concentran actualmente la mayor parte de las relaciones exteriores de los países de la adhesión*, tales como Alemania, Austria, Francia e incluso Suecia o Finlandia.

Otro punto débil que van a encontrarse nuestras empresas, y que no es difícil de combatir, es el *desconocimiento general que existe sobre estos países*, además del alejamiento cultural y económico. El tejido empresarial de Andalucía, como todos sabemos formado en porcentajes altísimos por pequeñas y medianas empresas, no ha dedicado suficientes esfuerzos a estudiar y analizar a estos países desde una óptica comercial. No podemos perder la visión de empresarios y olvidarnos de que el proceso de la ampliación, con todas las repercusiones indirectas que pueda tener, va a implicar una ampliación del mercado potencial de nuestras empresas. Para que este mercado de clientes potenciales pase a convertirse en mercado meta de nuestras empresas, es necesario un ejercicio previo de análisis, estudio y planificación de la estrategia de marketing a seguir.

Sin embargo, no todo van a ser cuestiones negativas las que rodeen al proceso de ampliación. Nuestras empresas también cuentan con algunos «puntos fuertes».

Nos gustaría empezar resaltando la *competitividad de las empresas andaluzas en ciertos sectores*, como podría ser el caso del *Turismo*. Andalucía debe saber aprovechar los recursos naturales con los que ya cuenta, así como sus infraestructuras, ofertas de ocio, etcétera, y conver-



ANDALUCÍA

tirse en la primera receptora de turismo del Este y Centro de Europa.

La *mayor oferta de mano de obra cualificada* con la que nuestras empresas cuentan desde el pasado 1 de mayo, es otra consecuencia positiva que ha traído el proceso de ampliación.

Además, a *Andalucía* se le presenta la posibilidad de convertirse en *centro exportador de capitales*. Sin lugar a dudas, ésta puede ser otra gran oportunidad que el proceso de ampliación va a brindar a las empresas andaluzas. Considero obligatorio volver a redundar en la importancia de analizar y estudiar estos nuevos mercados antes de tomar decisiones de inversión en los mismos. No sólo es importante que la rentabilidad esperada de nuestra inversión sea lo más alta posible, ni que el plazo de recuperación sea corto. Antes de tomar decisiones de inversión importantes fuera de nuestras fronteras, es necesario analizar muy bien el país, viajar a él para conocerlo *in situ*, informarse acerca de las facilidades que el gobierno concede a la inversión extranjera y, también muy importante, saber si existen convenios o acuerdos de repatriación de capitales.

Andalucía ha adquirido una gran experiencia en materia de gestión de Fondos Europeos. Por lo tanto, surge la oportunidad de que asesoremos a los nuevos socios comunitarios en la aplicación de estos fondos. Desde CEA, hemos ofrecido ya a las organizaciones empresariales de estos países, posibles soluciones a la gestión de los proyectos de asistencia técnica y consultoría, financiados por fondos europeos. En este contexto, para CEA ha sido de máxima importancia conocer *in situ* la organización y la realidad actual de los principales países candidatos, para poder plantear posibilidades de ingreso en la Unión Europea, para poder plantear posibilidades de colabora-

ción entre nuestras organizaciones y empresas.

Vistas todas las oportunidades y amenazas que el nuevo escenario traerá a nuestras empresas, sería oportuno llevar a cabo un breve ejercicio de reflexión, que nos sirva para apuntar algunas *recomendaciones a tener en cuenta por las empresas andaluzas*. Abordo esta última parte del artículo sin deseo alguno de sentar cátedra, sino desde un punto de vista práctico basado en mi trayectoria de trabajo y experiencia en contacto con el mundo empresarial.

Superar los desafíos a los que se tendrá que enfrentar Andalucía (estructuras similares con ventajas comparativas de los países candidatos en localización de costes), requerirá actuaciones que vengán a mejorar los niveles de productividad y de eficiencia económica.

Debemos aumentar nuestra competitividad, para lo cual es necesario insistir en el desarrollo de políticas y medidas estratégicas dirigidas a incrementar la diferenciación y la calidad de nuestra oferta productiva. Es importante dar un impulso a la competitividad empresarial aunando políticas tan decisivas para el futuro empresarial como son la I+D+i, la formación (universidad) y la empresa en general.

Las empresas andaluzas, como ya apunté, *deben informarse* y tomar conciencia de lo que puede significar para su sector y para su empresa la ampliación. Se deben *evaluar posibles riesgos*, y *diseñar una estrategia a largo plazo para maximizar las bondades que el nuevo escenario nos brinde*.

Muy importante también es que el empresario andaluz adopte en general una *actitud proactiva y nunca reactiva*. No hay que esperar a que el mercado nos globalice, sino adelantarse a él y tomar posiciones acertadas antes de que el factor tiempo no nos permita situarnos. En materia



ANDALUCÍA

de la Ampliación de la UE, de aquí a unos años, habrá países centrales y países periféricos. El *país central* no será considerado tal por su situación geográfica estrictamente entendida, sino por encontrarse integrado en el mercado global de una manera competitiva. Tenemos que procurar que las empresas andaluzas ocupen un lugar muy centrado en este nuevo mercado global.

Si bien la primera fase del proceso de Ampliación ya ha tenido lugar (desde el 1 de mayo de 2004), existe una disponibilidad temporal para *prepararse durante los primeros años posteriores a este proceso*. Lo relevante para la adopción de estrategias no es la fecha exacta y oficial de la ampliación, ya que la incidencia no será tan inmediata como puede parecer, ni ha tenido lugar «el día después». Se espera que el impacto real empiece a notarse dos o tres años después, por lo que todavía contamos con tiempo para estudiar, analizar, planificar y adoptar estrategias referidas a los nuevos mercados.

Es conveniente centrar el *debate sobre la verdadera dimensión europea de Andalucía*. Debemos definir nuestros propios intereses, y contribuir, por qué no, desde Andalucía, a definir los intereses euro-

peos con una perspectiva más amplia y una estrategia coherente.

Pero para poder defender nuestros intereses con garantías, *es necesario mantener las posiciones* que a lo largo de nuestra andadura comunitaria hemos conseguido, sabiendo aprovechar bien todas las oportunidades.

Andalucía se enfrenta a un gran reto que debe saber aprovechar, y en el que pueden tener mucho que decir determinados sectores, tales como el turístico, el agroalimentario y hortofrutícola, el industrial, el medioambiental, el transporte, la informática, la construcción, la ingeniería o la consultoría, sectores en los que hay interesantes oportunidades de las que nuestras empresas deben sacar partido.

En definitiva, estamos convencidos de que *la Ampliación de la UE será positiva para Andalucía y España*, siempre que el proceso se desarrolle sin grandes desajustes entre países. Como empresarios que somos, *debemos ver la Ampliación como un conjunto de oportunidades, entendidas como un reto más en el proceso de integración europea*. Debemos incluir la expansión hacia la nueva Europa en nuestra propia estrategia de internacionalización empresarial.



ANDALUCÍA

EL SECTOR EXTERIOR

- *Capítulo 1*
ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL SECTOR EXTERIOR ESPAÑOL
- *Capítulo 2*
EL COMERCIO MUNDIAL EN 2003
- *Capítulo 3*
EL COMERCIO EXTERIOR DE ESPAÑA EN 2003
- *Capítulo 4*
EL COMERCIO DE SERVICIOS
- *Capítulo 5*
INVERSIONES EXTRANJERAS
- *Capítulo 6*
LA POLÍTICA COMERCIAL ESPAÑOLA
- **APÉNDICE ESTADÍSTICO**
Evolución histórica
Comercio exterior por sectores
Comercio exterior por secciones arancelarias
Comercio exterior por capítulos arancelarios
Comercio exterior por áreas geográficas
Comercio exterior por países
Comercio exterior por Comunidades Autónomas
Turismo
Inversiones extranjeras
Balanza de pagos
Comercio internacional
Competitividad



Información:
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Paseo de la Castellana, 162-Vestíbulo
28071 Madrid
Teléf. 91 349 36 47