

¿El tercer Siglo de Oro en Andalucía?

IGNACIO GARCÍA DE CORTÁZAR *

EN 1992 comienza un nuevo siglo para Andalucía. Todos los síntomas del milenarismo se han concentrado en la tierra andaluza, en la más extensa región del Sur de Europa. La magia de una fecha, el 92, ha prendido en los discursos oficiales, en las políticas de los gobernantes, en el lenguaje de los burócratas, en el hablar del hombre de la calle, nada hay resuelto hoy, pero todo se va a arreglar para el 92. Tres largos y duros años nos esperan aún, pero se nos anuncia la tierra prometida a fecha fija.

Hoy, es aún Andalucía —junto con Extremadura— la región con mayor índice de malestar social de Europa. Junto a los apuntes del siglo xxi, conviven en ella restos del siglo XIX (en sus estructuras agrarias principalmente) y las realidades de un sistema económico-social del siglo XX que no logró cuajar ni la primera ni la segunda revolución industrial. Al lado de la Isla de la Cartuja, que está recibiendo la más millonaria inversión pública por metro cuadrado de la historia de este país, sobrevive el Charco de la Pava, con sus chabolas y chiringuitos de economía sumergida, destrozando el paisaje que la Expo 92 va a enseñar al mundo.

A la vez que se extiende la fibra óptica por la «zanja de oro» de la Cartuja y se anuncian los más maravillosos inventos de las telecomunicaciones para el 92, el monopolio de Telefónica es incapaz de suministrar nuevas líneas telefónicas en menos de 2 años (tiempo medio de espera en el casco de Sevilla). Junto a las promesas del año mágico, el caos y el desorden se extienden por el urbanismo y el tráfico de Sevilla, capital europea del paro, y nadie parece capaz de garantizar que los influjos de las multimillonarias inversiones de la Expo sobrevivan a una inmensa falla.

¿Estamos en el amanecer de otro Siglo de Oro para Andalucía o en vísperas de un inmenso fraude? ¿Qué está ocurriendo, de verdad, en estos años ilusionados, en esta fértil y gratificante tierra?

Es, quizá, conveniente afirmar —de entrada— que lo que está ocurriendo, en todo caso, no sucede por igual a lo largo y ancho de la geografía andaluza, de sus 87.000 km². Sus 125 comarcas están siendo agrupadas, según criterio de la Junta de Andalucía, en 10 en desarrollo, 44 en transición favorable, 50 en transición desfavorable y 21 en declive. Hay, por tanto, muchas Andalucías y no todas ellas han asegurado, hasta el momento, su enlace con los motores del desarrollo. Y, como característica general en todas ellas, la presión demográfica está impidiendo convertir en avances

* Bilbao, 1949. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Presidente de la Sociedad para el Desarrollo Industrial de Andalucía (SODIAN).

de la renta per cápita el superior crecimiento relativo de Andalucía respecto al resto de las regiones españolas. Como corolario, el paro (principalmente el juvenil en las grandes ciudades) sigue avanzando y amena/a la estabilidad de la sociedad andaluza en las grandes concentraciones urbanas. Quizá éste sea el gran reto de Andalucía: hacer de su problema demográfico el motor de desarrollo y el elemento de incorporación de lo andaluz a la Europa del siglo XXI.

Mientras tanto, es indudable que existen síntomas de que se avecinan buenos tiempos para algunas de las comarcas andaluzas, si no para toda la región. Varios factores se han unido a esa esperanza:

- Los nuevos factores de localización de inversiones juegan a favor de Andalucía. La combinación de las ayudas de la CEE, la política económica de la Junta de Andalucía, la innegable realidad de una tierra gratificante para el trabajo y la vida están haciendo concentrarse en esta región un cúmulo de inversiones que anticipan el futuro. La decisión de Ford Electronics de instalarse en el Puerto de Santa María es el más reciente ejemplo de ello. En muchos casos en que no hay factores determinantes de localización (cercanía a grandes mercados o materias primas) el inversor está optando por Andalucía.
- La escasa industrialización en sectores maduros en la región andaluza se está manifestando, paradójicamente, como una ventaja en estos momentos. No hay grandes procesos de reconversión industrial en la zona, excepción hecha de la construcción naval, que ha quedado relativamente bien parada, en comparación con Galicia o el País Vasco. De otra parte, si salvamos la situación de Huelva, la industrialización no ha destrozado el medio ambiente como en otras regiones.
- « Andalucía está a la cabeza, en cuanto a posibilidades, de muchas de las actividades de futuro, principalmente en el sector alimentario y en el ocio. La agricultura andaluza está siendo potenciada con la entrada de España en la CEE, notablemente en cuanto se refiere a los productos extratempranos (agricultura intensiva hortofrutícola y de flores). El clima, las costas, el gran espacio disponible, la historia y la cultura están haciendo de Andalucía, de otra parte, el gran destino del turismo europeo, así como —en lontananza— la segunda residencia de muchos millones de europeos.
- El gran problema de Andalucía (la lejanía de Europa), está siendo corregido en base a las grandes inversiones en marcha al calor del 92 y de su Expo. Una Andalucía a 2,172 horas por tren o 3 horas por autovía de Madrid, o pudiendo ofrecer los aeropuertos de Almería, Granada, Málaga, Gibraltar, Jerez o Sevilla se convierte en una gran tentación para el ocio y el negocio de los europeos.

Estas son algunas de las razones que tiene Andalucía para la esperanza. En los albores del siglo xxi parece que ha llegado, por fin, la tercera oportunidad para esta tierra. Su primer Siglo de Oro,

LAS GRANDES OPORTUNIDADES

**EL GRAN
ACTIVO DE
ANDALUCÍA**

bajo los influjos de la cultura árabe, dio maravillas como la Alhambra, la Giralda o la Mezquita^ pero tuvo que retroceder ante el empuje guerrero de los reinos cristianos del Norte. Su segunda oportunidad llegó con el Descubrimiento de América, pero en Andalucía (en el Archivo de Indias) sólo quedaron los documentos de aquellos siglos de hazañas, conquistas y colonizaciones. El oro voló, de nuevo, hacia el Norte. Ahora, quinientos años después, puede ser el gran Siglo de Oro de Andalucía. Los próximos años tienen la palabra.

Como toda gran empresa, ésta de convertir a Andalucía en una región próspera capaz de proporcionar unas relaciones libres, justas y solidarias a sus habitantes, tiene sus oportunidades y sus riesgos, sus puntos fuertes y débiles que, a mi juicio, podrían formar parte de un hipotético manual de las cosas que hay que hacer en Andalucía en los más inmediatos tiempos que vienen, y de las que hay que corregir o evitar. Enumerémoslas:

- Andalucía va a formar parte, por primera vez en su historia, de una gran región (Europa) libre y próspera en la que va a tener su propio papel que jugar. Andalucía tiene muchas cosas que no existen en Europa, y sobre ellas puede levantar se el futuro de esta tierra.
- Las grandes oportunidades de Andalucía son las que valoren los 320 millones de europeos, no el estrecho mercado local o nacional. No tiene sentido intentar una industrialización tardía en productos casi obsoletos a costa, por ejemplo, de romper el medio ambiente; El clima, despacio, los siglos de intercambio cultural son el gran activo de Andalucía.
- En la agricultura, Andalucía debe explotar —al máximo— su capacidad de ofrecer productos extratempranos al mercado europeo (invernaderos), en hortalizas, frutas (productos subtropicales principalmente), flores, así como la gran re conversión de su producto estrella: el aceite de oliva (de nuevo estimado en la dieta europea), Almería, la costa de Granada, Málaga, Cádiz y Huelva tienen en el primer campo su gran oportunidad, mientras extensas zonas olivareras pueden recuperar el futuro que se creía perdido.
- La agricultura del mar (acuicultura) es otra gran oportunidad para Andalucía, principalmente en Huelva y Cádiz. La creciente demanda de pescados y mariscos está haciendo entrar en rentabilidad las inversiones en este campo que necesitaría un mayor esfuerzo público en investigación y desarrollo.
- En el sector industrial, las grandes oportunidades son la industria agroalimentaria y todo tipo de industrias relacionadas con el ocio, el turismo, el tiempo libre. Junto a ello, debe aprovecharse el atractivo de Andalucía para completar el tercer polo español (después de Madrid y Barcelona), de la industria electrónica, posiblemente en torno a Málaga.
- El turismo representa el 21 por 100 del PIB regional de Andalucía y deja en la región el 20 por 100 de los ingresos totales españoles del sector. En 1987 once millones de turistas (5,2 millones de extranjeros) eligieron Andalucía. Si, con imaginación, se sabe diversificar la oferta turística actual (sol

y costa), así como abrirla a nuevas localizaciones, el turismo puede ser el gran motor de la economía andaluza en los próximos años. Para ello hará falta cautivar, desde la región, el máximo valor añadido del sector, no dejándolo en manos de los tours operators internacionales, incidir en las nuevas modalidades (time sharing, etc.) y cualificar la oferta con campos de golf, puertos deportivos, caza mayor, rutas a caballo, etc. El más exquisito cuidado del medio ambiente es necesario para estos nuevos desarrollos, cualitativamente superiores a las anteriores aglomeraciones turísticas costeras.

- La inversión extranjera es otra gran oportunidad de Andalucía, privilegiada en cuanto a sus cuantías aunque excesivamente polarizadas, hoy por hoy, en compras de bienes inmuebles residenciales. No parece difícil el paso de una situación de simples vendedores de casas y solares a otra en la que el establecimiento de joint-ventures, de asociaciones empresariales con grupos internacionales, asegure la conexión de la región con los grandes polos de la economía europea y mundial (Andalucía para el ocio y el negocio).
- Finalmente, una referencia a la gran oportunidad del 92, con su ocasión más relevante: la Exposición Universal de Sevilla. Más de 500.000 millones de pesetas se van a invertir en el recinto de la Expo y en su entorno regional en los tres próximos años. Estas inversiones no pueden ser desaprovechadas por Andalucía, deben constituirse en el punto de arranque de la región hacia la modernidad. Todas las carencias de infraestructuras encontrarán su respuesta en los años inmediatos. A la par, la propia exposición puede y debe servir para propiciar asentamientos permanentes de grandes corporaciones empresariales, en programas de investigación o formación de personal para países hispanoparlantes. La Isla de la Cartuja puede quedar como un gran foco de irradiación de nuevas tecnologías y de personal capacitado para las mismas hacia toda España e Iberoamérica. Al calor de la Expo, de otra parte, muchos proyectos empresariales pueden encontrar su viabilidad en estos años en Sevilla. La ciudad debe poder convertirse en la tercera gran capital de España, con una clara vocación abierta a Iberoamérica, con un perfil de ciudad de servicios, de historia y cultura, de ocio, de encuentros en ferias y congresos, una gran ciudad europea frontera con África e Iberoamérica.

No todo es un camino de rosas para Andalucía, a pesar de estas grandes oportunidades que hoy tiene. Muchos factores de riesgo, desequilibrio o carencias pueden dar al traste con esa esperanza en su tercer siglo de oro. Algunos de esos riesgos son los siguientes:

- La presión demográfica unida al injusto reparto de la propiedad de la tierra ha convertido en desheredados a millones de andaluces que ya no encuentran, ni siquiera, la válvula de la emigración como salida a su situación. En las grandes ciudades andaluzas el paro supera el 30 por 100 de la población activa y muchas zonas agrarias viven en economías de

**LOS
RIESGOS
QUE HAY
QUE EVITAR**

**EL PELIGRO DE
LA
CARENCIA DE
UNA
CULTURA
EMPRESARIAL**

subsistencia. No estoy propugnando antiguos esquemas de parcelación de la tierra, pero sí apuntando que los nuevos usos de ella deben estar al servicio y sustento de capas cada vez más amplias de la población. Si no se resuelve este problema todo el edificio de la nueva Andalucía se estará construyendo sobre cimientos de arena.

- La más grave consecuencia del retraso de Andalucía en incorporarse a las sucesivas revoluciones industriales (y quizás causa histórica del mismo) no es la inexistencia, en la región, de grandes siderurgias o plantas de fabricación de automóviles sino la carencia de una cultura empresarial generalizada. No hay, por lo general, amor al riesgo empresarial y aceptación social consecuente de los beneficios obtenidos. Hay excesivas llamadas al papá Estado para que resuelva problemas empresariales o laborales («La tierra del quejío») mientras, a veces, se entienden los negocios como operaciones especulativas de rápida maduración (el pelotazo, en el argot). En «venganza», proliferan, pretendidas denuncias de tráfico de influencias, amenazas de investigación sobre el origen de los negocios, etc. Se hace necesario inculcar en las nuevas generaciones el atractivo de la función empresarial, dar a ésta su contenido exacto de riesgo y creación de riqueza y extender en la región el respeto por la misma.
- Si no surge, rápidamente, una cultura empresarial propia Andalucía corre el peligro de una cierta colonización económica que reserve para los andaluces el papel de suministradora de los factores de producción, pero les aleje del reparto de la riqueza creada. No puede repetirse el ejemplo generalizado de la Costa del Sol, donde las transacciones y el valor añadido se quedan muchas veces, vía Gibraltar, en los países del Norte de Europa.
- La confluencia de los Gobiernos Central y Autonómico no acaba de producir las sinergias que cabría esperar de instituciones regentadas por la misma formación política. Esta coincidencia, positiva para Andalucía, debiera dar aún muchos más frutos de los, hasta el momento, observados.
- La vertebración definitiva de Andalucía debe evitar los riesgos de un excesivo centralismo en torno a Sevilla, incorporando activamente a la región a sus zonas fronterizas (Almería) y a los territorios de menores potencialidades (norte de Granada y Jaén). Las políticas económicas y de fomento de la Junta de Andalucía deben servir a esta causa.

Estas son mis reflexiones sobre la Andalucía actual, sus oportunidades y riesgos para acceder al nuevo siglo en unas condiciones inmejorables para dar el gran salto adelante. Andalucía es la puerta de Europa para dos continentes que están despertando, África e Iberoamérica. La Expo 92 debe ser una especie de ensayo general, de test, para saber si Sevilla y Andalucía entera pueden aspirar a jugar un papel de primer orden en la dinamización de los intercambios y flujos entre estos tres continentes. Entre el Sur y el Norte y el Norte del Sur está llegando el tercer siglo de oro para Andalucía.