

**LA POLÍTICA DE INCENTIVOS EN GALICIA: ENTRE EL POSIBILISMO
DE LA TEORÍA Y LAS PARADOJAS DE LOS BENEFICIARIOS**

LUIS CARAMÉS VIÉITEZ

A Coruña: Instituto de Estudios Económicos de Galicia. 2000

[158 páginas]

Recibido: 20 abril 2001

Aceptado: 15 mayo 2001

El *Instituto de Estudios Económicos de Galicia Pedro Barrié de la Maza* creado y patrocinado por el *Banco Pastor* y por la *Fundación Pedro Barrié de la Maza*, persigue como fines el avance de la ciencia económica de Galicia, la mejora del conocimiento de su realidad socioeconómica y el desarrollo de su capital humano en esta disciplina. Este libro es una importante contribución a la consecución de tales fines.

Al hablar de incentivos, éstos han de ser concebidos como instrumentos de política de desarrollo regional. Haciendo un breve repaso histórico a las políticas de incentivos de los últimos treinta años, cabe comentar al menos dos rasgos: por un lado, que han sido bastante numerosos y, por otro, que fueron excesivamente dispersos. En el seno de la Unión Europea se constata una reducción en el número de incentivos, no sólo por razones de eficacia sino también por las exigencias de las autoridades comunitarias en virtud de la política de defensa de la competencia. Asimismo, hemos podido contemplar una disminución en el grado de confianza en su efectividad: la localización empresarial no se ve especialmente condicionada por la existencia de incentivos y el atractivo de las zonas atrasadas es menor, dado que el nivel salarial no es mucho más bajo que el existente en regiones más industrializadas. Por otra parte, los incentivos han perdido interés para muchas empresas, dado que se han producido retrasos en el pago y barreras burocráticas para su obtención.

El profundo cambio provocado en España debido al rápido proceso de descentralización ha puesto en manos de las comunidades autónomas una importante capacidad para implementar las políticas convencionalmente llamadas “regionales”. En el caso de Galicia, las autoridades gallegas han vivido casi como una obsesión la necesidad de mejorar las infraestructuras, prestando especial interés a las de comunicación, con un mayor esfuerzo en las carreteras y otro menor en el ferrocarril y en los puertos, aunque es cierto que en estos dos últimos casos las inversiones son competencia mayoritariamente del Gobierno central.

En cuanto a la política de incentivos en Galicia, debemos situar en ella al *Instituto Galego de Promoción Económica* (IGAPE) que, junto a SODIGA –sometida recientemente a una profunda transformación– e INESGA –sociedad instrumental fundada con la finalidad de implicar a las entidades financieras gallegas en la in-

dustrialización–, constituyen un triple instrumento en el que se basa la política de incentivos implementada por la Xunta de Galicia. De estos tres instrumentos, el autor centra su interés en el estudio de las diferentes actividades desarrolladas por el IGAPE. Este instituto es un ente de derecho público sujeto al ordenamiento privado¹ que comienza su andadura en enero de 1993, fruto del desarrollo de la Ley autonómica 5/1992, de 10 de junio. La ayuda del IGAPE a la empresa gallega se plasma en las siguientes líneas:

- Apoyo a la inversión empresarial.
- Reestructuración de empresas.
- Garantías a la empresa.
- Cooperación empresarial.
- Innovación.
- Formación.
- Servicios a empresas.

Las líneas de actuación del IGAPE se traducen en un conjunto de programas que se pueden agrupar en tres áreas operativas: a) Promoción, b) Incentivos y Financiación y c) Innovación, Formación e Información. En todos estos programas se hace especial hincapié en las pymes, debido a la especial relevancia que poseen en Galicia. Estos programas se ven complementados con tres instrumentos fundamentales: por un lado, los Centros de Innovación y Servicios (CIS) de Diseño-Tecnología y el de la Madera², que tienen como objetivo la difusión de la investigación y el desarrollo; por otra parte, nos encontramos con el sistema IGATEL, creado en 1994 con la finalidad de fomentar el uso de las telecomunicaciones para incrementar la competitividad de las empresas gallegas; y en último lugar, tenemos el programa PIMEGA (Plan Integral de Mellora da Empresa Galega) que ofrece subvenciones a fondo perdido para potenciar la competitividad y que persigue facilitar el intercambio de conocimientos entre empresarios. Los resultados de la actividad del PIMEGA no pueden ser debidamente evaluados hoy en día, puesto que han iniciado sus actividades el 9 de abril de 1997 y sus frutos se verán a largo plazo.

Para evaluar la respuesta de los beneficiarios de la política de incentivos en Galicia, el profesor Caramés realiza un interesante cuestionario. A fin de seleccionar las empresas que pasarán a formar parte del mencionado cuestionario, el autor parte de una muestra inicial de 400 empresas elegidas en función de su elevado volumen de facturación. A continuación, se procede a la clasificación de las empresas seleccionadas en siete sectores: Agricultura, Minería, Fabricantes, Construcción, Minoristas, Mayoristas y Servicios. Asimismo, estos sectores se segmentaron en cinco grupos en función del número de trabajadores. Posteriormente se distribuyen por provincias.

¹ En lo referente a la administración patrimonial, a la contratación y a sus relaciones externas.

² El CIS de Diseño-Tecnología está ubicado en Ferrol y el CIS de la Madera en el Parque Tecnológico de Ourense.

Finalmente, el profesor Caramés aporta una serie de conclusiones. Entre ellas cabe destacar el hecho de que los empresarios consideran que la divulgación de los incentivos es bastante mejorable y la simplificación burocrática muy necesaria. Se observa también que la mayor parte de las empresas que han obtenido ayudas las han utilizado para modernizar sus instalaciones y ampliar su actividad. Cabe destacar que la práctica totalidad de los empresarios encuestados se muestran partidarios de priorizar el gasto en infraestructuras frente al gasto en subvenciones. Nos encontramos con que la empresa-tipo con mayor posibilidad de obtener ayudas es una empresa de gran tamaño dedicada a las actividades fabriles.

En cuanto a los factores determinantes de las decisiones de localización, los empresarios encuestados corroboran la relevancia de los factores subjetivos. Los incentivos tienen un marcado carácter secundario a estos efectos, siendo los incentivos financieros y las subvenciones a la creación de empleo los incentivos que parecen tener alguna incidencia en las decisiones de localización. Sin embargo, no se toman prácticamente en consideración la buena dotación de servicios, parques tecnológicos, etc. También se puede observar un leve debilitamiento de la influencia de los factores subjetivos en las decisiones de localización a medida que aumenta la dimensión de las empresas.

El autor sostiene que el IGAPE ha iniciado un camino adecuado en la elección de instrumentos y que sería muy recomendable la intensificación de sus acciones. Considera que las líneas de ayuda establecidas por el IGAPE son adecuadas, siendo muy necesario un esfuerzo de sistematización, adecuación, economía y transparencia de los recursos destinados a la promoción de la actividad económica, esfuerzo que no ha de ser menor en la función de coordinación.

SUSANA MARTÍNEZ RODRÍGUEZ / ANDRÉS FERNÁNDEZ MÉNDEZ
Departamento de Economía Aplicada
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Santiago de Compostela