

# LA NECESIDAD CONCEPTUAL DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL: LA FUNCIÓN IMPULSORA

POR JOAQUÍN GUZMÁN CUEVAS Y ROSARIO TORIBIO MUÑOZ\*

**SUMARIO: I. Introducción.- II. La función empresarial en el pensamiento económico.- III. Importancia de la esfera impulsora.- IV. Característica del empresario promotor-dinamizador.- V. Una aproximación al estado real de la faceta impulsora.- VI. Comentario final.**

## I. INTRODUCCIÓN

Aunque a la altura de los tiempos actuales, aún sigue vigente lo que muchos economistas y revistas de prestigio afirman acerca de que la ciencia económica posee grandes lagunas sobre las razones últimas del desarrollo económico, lo cierto es que en la mayor parte de los análisis sobre el tema, se suele aludir, directa o indirectamente, al componente empresarial como factor clave y necesario para generar un proceso autosostenido de inversiones que haga posible el crecimiento económico. De hecho, basta observar e identificar a las economías más avanzadas con aquellas que poseen un tejido empresarial más denso y consistente. Tanto en el escenario internacional como en los límites nacionales, los grandes grupos empresariales y los sectores más dinámicos de las pequeñas y medianas empresas están localizados, precisamente en los países y áreas regionales con mayores índices de desarrollo económico.

Basándose, tal vez, en este hecho incuestionable y fácilmente observable, los "policy-maker" han dirigido su acción preferencial, en lo que a desarrollo económico se refiere, a intentar "sembrar" de empresas las áreas y regiones más desfavorecidas, a la espera de propiciar un proceso de crecimiento largo y duradero. Sin embargo, en la mayor parte de los casos, esta estrategia ha dado poco resultado y los niveles de producción y empleo de las economías atrasadas se siguen manteniendo bastante alejados de los correspondientes a los países y áreas desarrolladas.

En el caso de España, este tipo de estrategias se viene realizando, de uno u otro modo, desde los años sesenta con las políticas de polos de desarrollo y, posteriormente, con la implementación de las ZOPRES, ZURS, programas de apoyo a las PYMES, etc. No obstante, y pese a gozar en muchos casos de una alta asignación financiera, estas políticas regionales no han alcanzado los resul-

\* Catedrático de Economía Aplicada (Universidad de Sevilla) y Profesora de Economía Aplicada (Universidad de Cádiz), respectivamente.

tados perseguidos, y regiones históricamente atrasadas se han visto, en el mejor de los casos "sembradas" de empresas públicas y/o filiales o establecimientos satélites de las grandes corporaciones, tales como concesionarias de automóviles, distribuidoras, talleres de servicios post-ventas... Aunque, lógicamente, esta presencia empresarial no es nada desdeñable en términos de crecimiento y empleo, lo cierto es que este modelo de desarrollo "desde arriba" ha contribuido pobremente a reducir los desequilibrios interterritoriales.

Por esta razón, extensible en gran medida a otros países europeos, la política regional en los años ochenta dio un giro importante para poner mayor énfasis en los aspectos relacionados con la competitividad empresarial: apertura de mercados, transferencia tecnológica, reducción de los costes de transacción, cursos de formación, fomento de "networks", etc. De esta manera, el modelo de desarrollo "desde arriba" empieza a transformarse en modelo "desde abajo", abandonando en cierto modo la ancestral predilección de la Ciencia Económica por la asignación de recursos frente a la propia generación de los mismos.

Dentro de este marco de mayor preocupación por un tipo de desarrollo más endógeno, el factor empresarial ha seguido siendo objeto de una atención preferencial, surgiendo la creación y proliferación de nuevas fórmulas tendentes a fortalecer la estructura productiva: centros de empresas, sociedades de capital riesgo, parques tecnológicos, S.G.R., incubadoras de empresas... Pero el gran problema surge cuando, pese a todo este nuevo entramado de medidas, no florecen suficientes iniciativas empresariales: ¿qué ocurre cuando no aparece el empresario?

Esta trascendental cuestión viene a constituir uno de los mayores obstáculos para el desarrollo de las regiones económicamente atrasadas. Los responsables económicos y la propia Ciencia Económica se han preocupado mucho por las fórmulas para desarrollar la empresa pero no tanto por su auténtica materia prima: el empresario. Quizás un significativo botón de muestra de la tradicional abstracción del empresario por parte de la Ciencia Económica la tenemos en la célebre obra de un reciente Premio Nobel. Así, R. Coase, analizando los costes de transacción, en su "The Nature of the Firm" llega a la conclusión de que la empresa surge "cuando resulta más barato hacer algo". Parece obvio que Coase, al igual que la mayor parte de los grandes pensadores económicos, se han preocupado por la naturaleza de la empresa, pero no tanto por la naturaleza del empresario.

Cierto es que a lo largo de la historia del pensamiento económico, han surgido grandes economistas — Cantillón, Schumpeter, Knight, etc. — que han aportado su visión acerca de la esencia de la función empresarial, pero no es menos cierto que en la actualidad esas aportaciones siguen constituyendo excepciones a la regla general, y el planteamiento teórico y conceptual del tema es en gran medida ignorado no sólo por los responsables de las políticas de apoyo empresarial, sino por las corrientes y doctrinas más relevantes. En este sentido, podríamos afirmar que aún sigue vigente lo que Mark Blaug señaló hace pocos años, refiriéndose al avance científico en la Economía, desde A. Smith: "Cuando se entienda bien la naturaleza y condiciones de la función empresarial podremos saber, por fin, la causa de la riqueza de las naciones".

## II. LA FUNCIÓN EMPRESARIAL EN EL PENSAMIENTO ECONÓMICO

A pesar de la escasa atención que la función empresarial ha acaparado de forma directa por los distintos autores económicos — motivada en muchos casos por su dificultad, al ser una actividad en continuo cambio y difícil de enmarcar en modelos teóricos universales — esto no quiere decir que las distintas doctrinas de pensamiento no hayan tenido su concepción propia, unas más completas y otras más superficiales, de la naturaleza del empresario o de la actividad empresarial.

Ya en los escritos del siglo XVI y XVII, se encuentran definiciones de empresario, al que se le considera como contratista del Gobierno, que asumía un riesgo al quedar fijado en la contrata un precio para el servicio del que posteriormente se derivaría un beneficio o pérdida. Sin embargo no es hasta Cantillón cuando surge una teoría del empresario, que logra identificar la figura del "entrepreneur" que no tiene por qué relacionarse de manera directa con la producción, ni con la propiedad. Desde este autor las distintas escuelas del pensamiento económico han abordado, explícita o implícitamente la función del empresario, como un agente que aporta o acumula capital, organizador, innovador, que asume riesgos, etc. Esta diversidad de enfoques derivados de la complejidad y las distintas proyecciones de la actividad empresarial, en su intento de clarificar el papel del empresario, ha ocasionado, al menos superficialmente una gran confusión sobre el mismo, pues han sido múltiples y en muchas ocasiones contradictorias las distintas acepciones que al respecto han surgido.

Pero a su vez, ha servido para detectar sus distintos ámbitos de actuación y que supone el punto de partida para reunir y sintetizar los principales componentes que configuran esta compleja actividad en nuestra economía.

A partir del análisis de las principales aportaciones que la Teoría Económica ha recogido en este sentido, podríamos adoptar un enfoque recopilador y funcional de las mismas, es decir, no se va a insistir en la determinación de la figura del empresario — enfoque indicativo — sino en sus funciones, tal y como señala Casson (1), de forma que lo que se pretende es sintetizar las principales actividades que van a configurar el núcleo de la función empresarial.

De forma esquemática, vamos a proceder a su agrupación en tres grandes bloques, ante la imposibilidad de concretar en una sola la función empresarial. En este sentido podemos distinguir los siguientes apartados:

a) Aquellas corrientes de pensamiento que priman como único o principal elemento de la actividad empresarial la acumulación de recursos.

Entre éstos podemos destacar los fisiócratas franceses para los que la función primordial del empresario es la de aportar capital, de forma que es necesario la disposición de un montante importante del mismo para el desarrollo de la actividad empresarial.

(1) CASSON, M. (1982). *The entrepreneur. An Economic Theory*. Martin Robertson. Oxford.

También los clásicos ingleses, principalmente Smith y Ricardo se sitúan en esta línea. Para estos autores la función del empresario es la de acumular capital y velar por sus intereses comprometidos en la empresa.

Los defensores de las doctrinas marxistas también resaltan el carácter básicamente "capitalista" del empresario, si bien Marx aborda su faceta innovadora, pero en un segundo plano.

b) Otras escuelas resaltan el carácter directivo o "management" del empresario, de forma que éste es un eficiente tomador de decisiones en las distintas áreas que componen la estructura empresarial. Esta faceta ha sido difícil de separar por muchos autores de la que a continuación describiremos

Dentro de este grupo podemos destacar a Cantillón, para el que el empresario compra factores y vende productos, sin embargo el carácter especulativo con que describe esta actividad, junto con la incertidumbre que le acompaña le confiere un matiz "emprendedor". También Marshall, uno de los principales autores de la escuela neoclásica, destaca la labor de dirección y supervisión del empresario, si bien, con carácter excepcional, puede desarrollar una actividad creativa.

Por último, la escuela marginalista, representada básicamente por Walras y Menger y la institucionalista, centran en el empresario las funciones de planificación y organización.

c) Existen otras corrientes que destacan otros elementos de la actividad empresarial que tienen como característica común un escaso grado de objetivación o formalización. En este sentido se le asignan al empresario características más difíciles de identificar y analizar, que muchos autores las han abordado tangencialmente pero no con la profundidad que exigen, dada la casi imposibilidad de hacerlo.

Desde esta óptica se puede resaltar la visión de Schumpeter, con el carácter "innovador" del empresario, el cual debe de estar introduciendo continuamente cambios para alterar el sistema y lograr de ello situaciones que le resulten beneficiosas. Knight, destaca que es la "incertidumbre" la que permite la existencia de empresarios cuya actividad se centra en la toma de decisiones en este estado, así como tratar de reducirla. Para Kirzner, éste debe de estar en continua alerta para poder aprovechar las oportunidades que del mercado se deriven.

Otros autores, como Weber y el espíritu capitalista, Sombart y el espíritu de empresa o McClelland y la capacidad empresarial, se centran en determinadas cualidades del empresario que escapan del ámbito de lo económico para introducirse en rasgos personales o condicionamientos sociales que se acercan más al campo de la psicología y la sociología.

Las distintas funciones hasta ahora descritas y su clasificación nos permiten distinguir tres ámbitos de actuación para el empresario necesarios para el mantenimiento y desarrollo de la empresa, como son:

a) *La esfera financiera*, en la que el empresario es el propietario de la empresa. Esta propiedad puede abarcar todo o bien parte del capital de la empresa.

La identificación de esta faceta presenta grandes dificultades en el caso de las grandes sociedades anónimas, pues en ellas, por lo general, el capital se encuentra repartido entre gran número de acciones, de forma que los poseedores de las mismas no son empresarios, pues su actividad en la empresa se limita a la asistencia a las juntas generales y tan sólo cuando posean o agrupen un determinado número de acciones. En este caso su función será la de aprobar la gestión realizada por los miembros del consejo de administración. No obstante es frecuente que en estas empresas exista una concentración mayoritaria o incluso minoritaria pero que permita a sus propietarios imponerse al resto (2), lo que confiere un carácter empresarial a esta actividad.

b) *La esfera gerencial*. En este ámbito el empresario toma decisiones para el correcto desarrollo de la actividad que la empresa realiza, como son labores de organización, dirección, administración, control, etc., extendiendo su ámbito de actuación a todas aquellas funciones necesarias para el mantenimiento de la empresa, pero con la peculiaridad que en todas ellas predomina su carácter burocrático o rutinario, de forma que, en la medida en la que se pierda dicho carácter y aparezca la innovación, la creatividad, etc., entraremos en la esfera impulsora que describiremos a continuación.

Esta faceta se ve condicionada por muchos factores entre los que destaca por un lado el nivel formativo de la persona que desarrolla la actividad, y por otro el grado de adaptación de sus conocimientos a la actividad específica que desempeña.

Pero lo que es también cabe resaltar en este sentido, es que aunque se sitúe al máximo nivel, y que en el caso de las grandes organizaciones va a concentrar un gran poder, constituye "per se" y con independencia de quién la desempeñe, una figura laboral asimilable al asalariado por cuenta ajena.

c) *Esfera impulsora*, que engloba los elementos "menos tangibles" del empresario como pueden ser la capacidad emprendedora, de innovación, riesgo, imaginación, intuición, etc.

Si bien las dos primeras esferas han sido y son largamente estudiadas por los especialistas de los mercados financieros y de la gestión empresarial, la esfera impulsora constituye la parte más oculta y desconocida de la acción empresarial, pese a que, como se intenta demostrar a continuación, su importancia es trascendental para lograr un tejido empresarial de calidad. Por ello que merezca una atención especial y un estudio y desarrollo aparte.

(2) GARMENDIA, J.A. PARRA LUNA, F. (1993). *Sociología industrial y de los recursos humanos*. Taurus Universitaria, Madrid.

### III. IMPORTANCIA DE LA ESFERA IMPULSORA

Dentro de esta vertiente, el empresario se va a caracterizar por tomar decisiones de tipo estratégico que van a determinar la política a seguir por la empresa y la evolución futura de la misma. Además es la base en la que deben de apoyarse los directivos en sus actuaciones, los cuales pueden alcanzar un gran poder dentro de la organización, pero no dejan, como hemos dicho, de ser personas que trabajan por cuenta de otros.

Bajo esta faceta, el empresario puede invertir recursos propios, como de hecho suele ocurrir en las pequeñas empresas y más aún en la microempresa, en cuyo caso ejerce también la esfera financiera, pero también puede aglutinar recursos ajenos en favor de un proyecto, lo cual lleva aparejada las dotes necesarias para lograr atraer los mismos así como el compromiso y la responsabilidad de esos recursos hacia los inversores. Incluso pueden darse ambas situaciones, asumiendo en este caso el empresario una carga muy intensa de riesgo. Sin embargo, hay que separar esta figura del mero accionista o participe de una sociedad, el cual se sitúa claramente dentro de la esfera financiera.

Esta esfera impulsora se puede poner en práctica, tal y como algunos autores como Mises han puesto de manifiesto, en primer lugar en el momento de la creación de la empresa, es decir, en su fase inicial, de forma que el empresario sería el "promotor" del negocio, el que a partir de una idea o proyecto, moviliza los medios necesario para su puesta en marcha o funcionamiento.

Pero también es posible desarrollarla durante la vida de la empresa, mediante lo que podemos denominar vertiente "dinamizadora", que se plantea como una forma de crear nuevas oportunidades, generar y mantener nuevas ideas y proyectos de negocios a lo largo de la vida de la empresa, porque en toda empresa, incluso para su supervivencia, se plantean cuestiones de este tipo, sobre todo en una situación como la actual, donde el rápido crecimiento de la competencia y de los mercados, genera un entorno para la empresa tremendamente dinámico que exige del desarrollo de unas aptitudes, como veremos posteriormente, para poder hacerles frente.

Es en esta esfera donde se percibe el espíritu empresarial y emprendedor, tan importante para el crecimiento y desarrollo de la economía, donde puede estar la esencia del empresario, lo que le distingue de los demás y es posible que resida una de las claves de la excelencia. Es aquí donde se detectan los rasgos del empresario innovador descrito por Schumpeter, del que asume las incertidumbres que se derivan de la actividad de Knight o el que capta las distintas oportunidades que pueden surgir y que describe Kirzner, que son fundamentales en la fase inicial de la actividad, pero que no tienen por qué desaparecer una vez puesta en marcha la empresa.

De la misma forma, el empresario no va a adquirir esta condición cuando crea o promueva un negocio, sino también cuando diseña o simplemente mantienen vivo un proyecto, aunque la empresa, como tal ya estuviera creada con anterioridad. Su figura no tiene por qué coincidir con el fundador de la empresa, sino que adquiere la condición de empresario cuando se hace cargo de la

unidad empresarial, aunque sea por la vía de la compraventa mercantil, de la herencia o de cualquier otra fórmula que le lleve al desempeño de su actividad. Se puede afirmar, que lo que viene a caracterizar a esta esfera impulsora, es la responsabilidad por el propio mantenimiento de la empresa, con independencia de la actividad de dirección o gerencia, y de la aportación de capital.

Obviamente, esta responsabilidad conlleva como mínimo un proceso de toma de decisiones imprescindibles para el mantenimiento de la empresa —o en su caso para la fusión o liquidación de la misma—, pero también puede englobar funciones con mayor carga de dinamismo, para alcanzar los objetivos de rentabilidad, crecimiento o productividad.

A pesar de la importancia de esta faceta, y en la que puede residir una de las claves de la excelencia o al menos de la calidad empresarial, tampoco se puede afirmar que sea absolutamente necesaria una actividad innovadora o creativa en la empresa, pues se puede comprobar, que son muchos los empresarios que se mantienen al margen de estos aspectos, sin que ello conduzca a su desaparición como tales. Pero también es cierto que en las empresas actuales, se plantean distintos aspectos que afectan a esta faceta, que son necesarios abordar para su supervivencia y que en la medida en la que sea desarrollada correctamente mayores serán sus posibilidades de éxito, al constituir la esencia más intrínseca de la actividad empresarial, de donde, en última instancia, se deriva lo que en la jerga especializada se denomina la cultura —o personalidad— de empresa, la cual se refleja simultáneamente, tanto en los objetivos que persigue, como en el estilo y la dinámica de desenvolvimiento. Así, la cultura de empresa va a determinar su forma de actuar, y puede permitir, tras una correcta y oportuna orientación abordar toda la problemática "desde dentro" de la empresa, tomando parte activa en la misma, así como determinar una política cara al futuro, lo que a nuestro entender resulta fundamental para lograr un desarrollo endógeno y controlado desde el interior y no dependiendo de factores y agentes externos, menos involucrados y comprometidos con nuestra realidad.

### IV. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO PROMOTOR-DINAMIZADOR

En la configuración de la función impulsora intervienen factores de muy diversa índole. Siguiendo a Wilken (3) la existencia de empresarios viene determinada por condicionantes de tipo económico que son los incentivos que promueve el mercado; otros de carácter social, pertenecientes al entorno sociológico y cultural que rodea al empresario, y otros de tipo psicológico, y por tanto, referidos a la personalidad del empresario. Estos factores no sólo van a condicionar su existencia, sino que van a incidir en la esfera impulsora y por tanto en su cualificación.

(3) WILKEN, P.H. (1979). *Entrepreneurship. A Comparative and Historical Study*. Abelx Publishing Corporation-Norwood. N.J.

Precisamente, y por nuestro afán de delimitar y conceptualizar la esfera impulsora, vamos a realizar una aproximación a las características personales que el empresario desde este punto de vista debe de alcanzar, para poder afrontar con cierto nivel de éxito las distintas circunstancias, problemas y oportunidades que a lo largo de su actividad, como promotor y dinamizador, se le presenten.

Y en este apartado nos centramos en los factores psicológicos porque los relacionados con el entorno socioeconómico son más difíciles de abordar desde un punto de vista teórico, a pesar de su quizás mayor importancia, y que vienen a determinar que el empresario no solamente "nace" sino que también "se hace".

Por consiguiente, y desde el punto de vista personal se pueden resaltar una serie de rasgos como son:

- Sus actuaciones han de ir orientadas por un espíritu creador y de crecimiento, acompañadas de un gran dinamismo e impulsadas por un deseo de éxito y de superar retos, pero no por la consideración social que pueda lograr, sino por la satisfacción personal de hacer las cosas correctamente. En este sentido, adoptaría una actitud totalmente contraria a la descrita por Veblen para el que los empresarios buscan con sus actuaciones alcanzar la máxima riqueza y poder, con un fin puramente egoísta y que lo que va a conseguir es reducir la eficiencia industrial a través de lo que define como "sabotaje industrial" (4).

- Debe de tener la capacidad suficiente para poder hacer frente a situaciones y decisiones en las que aparezcan ciertas dosis de incertidumbre, tal y como Knight destaca, y en la medida de lo posible intentar reducirla, asumiendo el riesgo que de esta actividad se deriva e intentando sacar partido de la misma.

Mises (5), en este sentido destaca del empresario aquellas características personales especiales, entre las que destacan la capacidad mental y de intuición para realizar exitosas previsiones.

- Ha de tener la capacidad necesaria para hacer frente y controlar los acontecimientos que se le presente, es decir, debe de confiar en su capacidad de controlar las circunstancias que le rodea, esperando más de sí mismo y de sus acciones que de otros agentes, como por ejemplo el Estado y las distintas administraciones que con su intervención pueden incidir en la evolución futura de la empresa.

- Debe de poseer las aptitudes necesarias para emprender nuevas iniciativas, pero no sólo, como ya hemos dicho, en el inicio de la empresa, sino a lo largo de su vida, de forma que en la empresa domine un ambiente de crecimiento, desarrollo y superación, que le permita adaptarse a los continuos cambios que experimenta el mercado y en general el entorno que le rodea.

- Es importante que el empresario tenga ciertas dotes de liderazgo en la empresa, pero tal vez sea aún más importante su capacidad para delegar. Debe de identificar correctamente cual es su papel o su función en la empresa, y centrarse en la misma, no queriendo abarcar otros aspectos secundarios en su actividad que pueden ser desarrollados por otras personas, siempre y cuando estén

(4) McCONNELL, J.W. (1985). *Ideas de los grandes economistas*. México

(5) MISES, L. von (1980). *La acción humana*. Unión Editorial. Madrid.

correctamente capacitadas, y que le va a conducir en muchas ocasiones, a un desbordamiento de trabajo, y a un incorrecto ejercicio de su labor, con el consiguiente perjuicio que ello va a acarrear.

Lógicamente, las características enumeradas, forman una restringida exposición de aquellos rasgos que deben de aparecer en el empresario promotor y dinamizador, que no tienen por qué aparecer de forma inequívoca, pero que consideramos importante para la existencia de unos empresarios cualificados desde el punto de vista que venimos abordando.

#### IV. UNA APROXIMACIÓN AL ESTADO REAL DE LA FACETA IMPULSORA

Una vez analizada la importancia de la faceta impulsora en el empresario resulta evidente la necesidad de identificarla no sólo desde el punto de vista teórico, es decir, describiendo las funciones que abarca en la empresa y las características más idóneas para las personas que las desarrollen, sino que es preciso descender al plano empírico y profundizar en el estado de los empresarios en el ejercicio de esta esfera.

Para ello nos centraremos en el caso de Andalucía y más concretamente de dos de sus provincias más industrializadas, Sevilla y Cádiz, y con una mayor actividad empresarial. Esto es así porque detectamos que una proporción muy importante de las grandes empresas andaluzas (6) (45,80%) se concentran en éstas, sobre todo en la primera (32,40%), y si bien sería un error despreciar la importancia de las empresas más pequeñas, la existencia de grandes empresas en una zona es un indicador de su nivel de industrialización (7), pues éstas en la actualidad, suelen presentar un mayor poder de atracción que las de reducido tamaño.

En primer lugar nos vamos a fijar en el estado del empresario promotor, estudiando a quién corresponde la iniciativa empresarial, es decir si son agentes autóctonos o por el contrario proceden del exterior los que actualmente están al frente de las empresas más importantes en las dos provincias en las que centramos este análisis (8). Y para ello nos basamos en el cuadro 1, que contiene una clasificación de las empresas en estas dos zonas, en función de aquel

(6) Andalucía Económica (1996).

(7) CAMPS GARCÍA, C (1978). *La industria andaluza*. Banco Industrial de Cataluña. Barcelona

(8) Los resultados que en este apartado se describen proceden de dos estudios realizados, uno para la provincia de Sevilla y que aparece en: GUZMÁN CUEVAS, J (1995) *El empresario en la provincia de Sevilla*. Diputación de Sevilla; y otro para la provincia de Cádiz, en TORIBIO MUÑOZ, R. (1996). *Factores característicos del empresariado gaditano*. Políticas de Fomento. Tesis Doctoral.

agente que posea la mayoría del capital de la misma. En este sentido, hemos diferenciado dos grandes grupos, empresas autóctonas —o de la provincia— y empresas exteriores, que pueden ser grupos multinacionales, nacionales o empresas públicas.

**Cuadro nº 1: Clasificación de las mayores empresas de Sevilla y Cádiz, según grupo de pertenencia**

	SEVILLA		CÁDIZ	
	% EMPRESAS	% VENTAS	% EMPRESAS	% VENTAS
FORMA DE PROPIEDAD				
EXTERIORES	37,62%	31,16%	46,67%	63,00%
AUTÓCTONAS	62,38%	68,84%	53,33%	37,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

FUENTE: Elaboración propia sobre datos de Andalucía Económica de 1990 y 1994

Del análisis de este cuadro, en primer lugar cabe resaltar, si bien con grandes diferencias en cada zona, una importante presencia de empresas exteriores y que en la provincia de Cádiz, se podría hablar de dominio de las mismas.

Ello nos lleva a decir que la esfera promotora presenta importantes debilidades, y que en el caso de Cádiz, adquieren una gran gravedad, pues la iniciativa externa asume el protagonismo de la actividad empresarial en gran parte de estas empresas (46,67%) siendo además éstas las más importantes por la gran facturación que concentran (63,00%).

De esta forma, una faceta que consideramos tan trascendental para un proceso de crecimiento endógeno, del que ya hemos resaltando su relevancia y necesidad en Andalucía, se encuentra bajo la decisión de elementos externos, de lo que, si bien a veces se pretende huir, ha sido en muchas ocasiones “el salvavidas” de muchas empresas condenadas a su desaparición, así como han evitado el deterioro de la economía de las zonas donde se han establecido. No obstante, esto viene a demostrar el escaso impulso de la iniciativa autóctona, y el débil crecimiento “desde abajo” del que anteriormente se hacía referencia, y que tradicionalmente es achacable al bajo espíritu empresarial que históricamente ha existido en Andalucía, al largo periodo de intervencionismo económico vivido, e incluso al carácter propio de los andaluces.

Lo cierto es que en las debilidades de la iniciativa empresarial andaluza reside una de las causas de la situación de retraso económico en Andalucía, y de aquí la necesidad de una política de fomento a “nuestras empresas” y sobre todo a “nuestro empresarios”, y aquí se encuentra la clave, hacia donde se deben de dirigir los esfuerzos, y dentro de esto, y dada la importancia de la esfera impul-

sora, debe de conocerse el estado real de la misma para abordarla de lleno, y saber los puntos débiles donde lanzar las posibles medidas correctoras, dejando el pasado y mirando hacia delante, eso sí con un norte correctamente marcado.

Pero como ya se ha dicho, a la hora de realizar una aproximación a las características del empresario dentro de este ámbito, nos encontramos con factores que escapan del campo de lo económico, difíciles de medir o cuantificar, de los que simplemente podemos estimar su situación a través de algunos rasgos que consideramos que pueden incidir en el mismo.

En este sentido, hemos destacado tres vertientes que pueden permitirnos un acercamiento al estado de la esfera impulsora, y así marcar algunos puntos claves sobre los que actuar. Estas son:

- Grado de asociacionismo: Nos va a permitir calibrar la propensión de los empresarios hacia la colaboración.

De todos es conocido el enorme minifundismo empresarial existente en Andalucía, donde más del 75% de las empresas (9), no superan los cinco trabajadores, tamaño excesivamente reducido para hacer frente a las circunstancias actuales de los mercados, sobre todo cuando éstas además, como suele ser frecuente no están correctamente dotadas y sus niveles de eficiencia suelen ser considerablemente bajos.

Sin embargo, el tamaño no tiene por qué suponer un obstáculo para las empresas y su competitividad, de forma que aquellas desventajas que pueden derivarse de su dimensión subóptima pueden ser salvadas mediante un correcto sistema de colaboración que les puede permitir aprovechar las ventajas de las grandes empresas, como las economías de escalas, mejor posición frente a las entidades financieras, etc., pero además con la ventaja de gozar de una mayor flexibilidad y adaptabilidad.

La actitud de los empresarios con respecto al asociacionismo, se puede estudiar por el grado de afiliación a patronales, si bien esto no tiene por qué implicar —como frecuentemente ocurre— que exista colaboración entre las mismas. Pero además y a pesar de todo, la participación en estos tipos de organizaciones suele ser reducido, de tal forma que a modo de ilustración cabe decir que en la provincia de Cádiz, y para el estudio al que ya hemos hecho referencia, sólo un 17% de los empresarios pertenecen a alguna de éstas.

Lo mismo se puede decir de su participación en las Sociedades de Garantía Recíproca, cuya finalidad es precisamente ayudar, en su problemática financiera, a las empresas de reducida dimensión, tanto por la aportación de las garantías y avales necesarios, como por el asesoramiento que pueden prestar.

Además, podemos considerar que los empresarios que recurren a las mismas, están demostrando una actitud activa y su preocupación por hacer frente a los problemas de tipo financiero que de forma individual no pueden solventar.

(9) Seguridad Social 1990.

Las Sociedades de Garantía Recíproca, han registrado un importante éxito en otros países, sin embargo en el caso de Sevilla sólo asciende al 4% las empresas afiliadas, mientras que en la provincia de Cádiz, para los empresarios analizados la participación en las mismas es ínfima, no llegando ni al 0,5%. No obstante, cabe decir en este sentido que las Sociedades de Garantía Recíproca, no están lo suficientemente consolidadas en Andalucía, siendo necesario que éstas sean conocidas y logren captar la confianza de los empresarios.

De todo lo que hemos señalado, cabe destacar el escaso espíritu asociacionista existente, que limita la capacidad de actuación del empresario y que frena y perjudica el desarrollo de la función impulsora, además de mostrar su escaso interés o su desconocimiento por encontrar posibles soluciones a los problemas ya referidos.

- Capacidad de crecimiento y de desarrollo de la empresa: Tal vez éste sea la vertiente más clarificadora y evidente del empresario promotor y dinamizador. Desde este punto de vista se espera del empresario una actitud proclive a la puesta en marcha de nuevos proyectos para que su empresa crezca y evolucione, demostrando su inquietud porque ésta prospere, pues de esta forma mejorará su posición y situación, lo que en definitiva irá también en beneficio de la economía.

Una primera forma de la que hemos calibrado este aspecto ha sido por los planes de los empresarios analizados para hacer crecer su negocio (contratación de algún trabajador, aumento del inmueble o apertura de otras delegaciones). Y en este sentido, si bien en la provincia de Sevilla, son un 51,30% los que se muestran proclives al crecimiento, cifra que podemos considera como importante, en Cádiz, son muchos menos, concretamente un 31,66%.

Esta situación más desfavorable para la provincia gaditana, también se refleja en otro indicador de la capacidad de crecimiento de las empresas, como es su posibilidad de autofinanciación (cuadro 2), que si bien no tiene por qué vincularse directamente con la misma, es un hecho cierto que en la medida en que los empresarios mantengan una política de "ahorro empresarial" al menos pueden gozar de la disponibilidad de unos recursos para invertir en la expansión de su negocio.

**Cuadro nº 2: Beneficios retenidos sobre beneficios totales**

	1987	1989	1991
ESPAÑA	15,07%	14,51%	21,59%
ANDALUCÍA	12,01%	6,04%	10,38%
SEVILLA	10,84%	9,82%	19,78%
CÁDIZ	7,10%	6,67%	8,08%

FUENTE: Elaboración propia con datos de Renta Nacional BBV. 1991

Desde esta perspectiva cabe resaltar la situación más desfavorable de Andalucía en general, situación que diverge considerablemente en las dos provincias analizadas, pues en Sevilla, se registra una mejora espectacular, con unas diferencias cada vez menores con la media nacional, mientras que en Cádiz sucede todo lo contrario.

Estos y otros factores, que por su extensión no es posible detallar, permiten analizar el estado de la esfera impulsora desde la vertiente de la capacidad de desarrollo, de la que cabe decir, que pese a las debilidades de los empresarios estudiados, existe una clara situación de inferioridad del empresario gaditano respecto al sevillano, donde éste último parece reflejar una tendencia de cambio favorable.

Resulta, por tanto, necesario lograr fomentar y generalizar este cambio positivo, y para ello es necesario la participación de muchos agentes. Algunos de ellos son externos a la empresa —Gobierno, Administraciones, etc.—, que en sus actuaciones deben establecer unas políticas de ayuda, correctamente adaptadas y estructuradas, pero también es fundamental una actitud positiva de los empresarios a lograr una mejorar en esta vertiente que venimos describiendo.

Además dado el enorme minifundismo empresarial que existe en Andalucía, el crecimiento empresarial, siempre que, obviamente se realice de forma racional, puede suponer una mejora de la competitividad de nuestras empresas y sentar uno de los pilares para llegar a alcanzar un tejido empresarial andaluz lo suficientemente fuerte y capacitado para lograr el desarrollo económico de la región, a todas luces necesario.

- Motivación profesional: Esta es la vertiente más difícil de abordar desde el plano económico, pues en ella se ven involucrados, aquellos elementos o factores de tipo psicológico y sociológico a los que anteriormente hicimos referencia y que van a determinar, entre otros, el grado de satisfacción del empresario en el ejercicio de su actividad, su vocación hacia la misma, su "control interno", y otros sobre los que van incidir tanto las características personales de los mismos como el entorno social y cultural que le rodea.

Con respecto al primero, cabe decir que si bien no es imprescindible para el correcto transcurrir de la empresa y su desarrollo, puede ejercer importantes influencias sobre la misma y sobre la calidad empresarial, además de contribuir a crear una tradición empresarial, pues el hecho que la población observe a sus empresarios satisfechos con su actividad puede ser un reclamo o incentivo para dedicarse a la misma.

Además dada la escasa tradición hacia la actividad que en Andalucía existe, este factor puede ser esclarecedor de la situación. Y así lo es, dado que los empresarios sevillanos prefieren en un 39,30 % dedicarse al trabajo por cuenta ajena, y que para el caso gaditano asciende al 41,31%. Por tanto, en la medida en que para éstos existan otras alternativas pueden verse abocados a abandonar su negocio, lo que le confiere poca estabilidad al tejido empresarial.

La vocación profesional frente a otro tipo de razones externas a la hora de dedicarse a la actividad empresarial, es otro determinante del estado de la esfera impulsora y de su cualificación. Es importante que sea ésta y no otros condicionantes como la inexistencia de otras alternativas, la que prevalezca entre los motivos para convertirse en empresario, y que en cierto modo puede incidir en el nivel de satisfacción posterior. También puede estar reflejando el estado de la población en general y de futuros y potenciales empresarios, lo que consideramos de gran importancia para el surgimiento de nuevos y posiblemente más capacitados empresarios.

Y desde esta perspectiva, de nuevo nos volvemos a encontrar con importantes diferencias en ambas provincias, pues mientras que la vocación es la principal motivación del empresario sevillano para dedicarse a su actividad, y que aparece en un 58,10% de los casos, en la provincia de Cádiz prevalece en un 42,47%. Estas cifras son ciertamente reducidas y vienen a poner de manifiesto la necesidad de una serie de medidas de estímulo hacia futuros empresarios que logren despertar e incluso enseñar la auténtica vocación empresarial.

Con respecto al control interno, estudiado por el peso que el empresario otorga a los factores endógenos a su empresa o persona frente a los externos, y que es una característica que debe de destacar en el ejercicio de esta función, cabe decir que el empresario suele esperar más de otros agentes que de sí mismo a la hora de plantearse el presente y futuro de su empresa, de forma que para el caso del empresario gaditano sólo un 14,67% se considera como el principal determinante del porvenir de la misma, lo que implica adoptar una actitud muy pasiva y por qué no resignada, que en nada le favorece.

Por último y desde otro punto de vista, concretamente contemplando distintos aspectos sociales y culturales, cabe decir que la valoración social del empresario ni ha sido ni es elevada, de forma que todavía se puede comprobar como otras profesiones alcanzan, por parte de la población, una consideración y evaluación mayor (10), actuando como obstáculo para el surgimiento de una clase empresarial más cualificada, desviando a futuros empresarios más cualificados hacia otras actividades.

Por tanto cabe decir, que desde la triple vertiente que hemos descrito para la esfera impulsora, el empresario analizado presenta múltiples deficiencias sobre las que es preciso actuar.

Para la provincia de Sevilla se han obtenido unos resultados más positivos que para Cádiz, lo que se traduce en una mejor cualificación, sin embargo, la problemática a grandes rasgos viene a ser común: una falta, e incluso podríamos casi hablar de total ausencia, de iniciativa y estímulo de la actividad empresarial.

(10) ESECA (1988). *Situación socioeconómica en Andalucía 1987*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba.

## VI. COMENTARIO FINAL

Las debilidades que se han puesto de manifiesto nos vienen a destacar un hecho muy importante, y es que no basta con que exista un número más o menos elevado de empresarios, tal y como sucede en Andalucía donde los mismos alcanzan un porcentaje sobre la población ocupada (11) (21,72%) igual o superior a la de otras comunidades con importante tradición empresarial como Madrid (12,01%) o Cataluña (18,93%); sino que resulta fundamental que éstos estén correctamente cualificados en todas las áreas de actuación que hemos descrito. Y ello debe de ser así por la importancia del factor empresarial como elemento clave para un proceso de crecimiento autóctono, equilibrado y autosostenido, de cuya necesidad ya se viene haciendo constancia y que cada vez es más aceptada y reconocida.

Y dentro de esta línea se requiere una correcta identificación y desglose de funciones, sobre todo en las pequeñas empresas y microempresas, para poder articular una política de apoyo empresarial allí donde, como señalábamos anteriormente en referencia a las regiones y áreas atrasadas, escasea la "materia prima". Pues en el mundo económico real es fácil saber quién es el empresario, pero no tanto qué hace, y eso es tanto como identificar quién es el enfermo pero no saber qué padece.

(11) Encuesta población activa. Último trimestre 1994.