

El desarrollo económico y el empresariado andaluz: el caso de Cádiz y Sevilla

M^a del Rosario Toribio Muñoz

Universidad de Cádiz

Fco. Javier Santos Cumplido

Universidad de Sevilla

BIBLID [0213-7525 (2001); 60; 175-205]

PALABRAS CLAVES: Empresario, Desarrollo regional, PYME's, Empresario andaluz.

KEY WORDS: Entrepreneur, Regional development, SMEs, Andalusian entrepreneur.

RESUMEN

Tal como la evidencia empírica ha mostrado, las políticas derivadas de los modelos de desarrollo de "arriba-abajo" no han resultado ser completamente eficaces para reducir las diferencias de renta entre las regiones más desarrolladas y las más atrasadas. Ello ha conducido a centrar la atención en aquellos otros modelos cuyas políticas se basan en la utilización de los recursos endógenos como vía para eliminar los desequilibrios regionales.

Entre estos recursos es necesario destacar el importante papel que desempeñan los empresarios emprendedores como agentes dinamizadores de una economía. De ahí que el estudio de éstos para el caso andaluz sea el objetivo de este trabajo, sobre la base de un modelo teórico cuyo fin es evaluar la calidad empresarial en Andalucía.

ABSTRACT

As the empirical evidence shows, the policies derived from the top-down development models haven't been effective to achieve a decreasing of the levels of income between backward and advanced regions. This fact has justified that researchers pay attention in other models whose policies are based on the use of endogenous resources as a way to reduce the differences between regions.

One of the most important resources is the role that the entrepreneur carries out as an energiser agent of any economy. In this sense, the objective of this paper is to study the entrepreneur in the andalusian case, starting from a theoretical model whose purpose is to analyse the andalusian entrepreneurial quality.

1. INTRODUCCIÓN.

Una de las cuestiones que suscita un mayor interés entre los economistas, al menos desde que comienza a producirse el proceso descolonizador posterior a la Segunda Guerra Mundial, es la discusión acerca de cuáles pueden ser los factores fundamentales que determinan las importantes diferencias de renta y, por ende, de nivel de vida entre, ya no sólo, los diferentes países que componen la denominada “Aldea Global”, sino también entre regiones de un mismo país. En este sentido, tanto los denominados “Economistas del Desarrollo” como los “Economistas del Desarrollo Regional” han buscado habitualmente respuestas a esta cuestión sobre la base de los llamados modelos de arriba-abajo, para los cuales la clave del desarrollo económico está en la mayor movilidad de los factores productivos, fundamentalmente capital y trabajo. Según estos modelos, aquellas regiones más atrasadas resolverían sus problemas económicos, por un lado, recibiendo, vía transferencias a las economías domésticas o a los sectores productivos, los excedentes de capital de aquellas regiones más avanzadas y, por otro lado, facilitando el traslado de la mano de obra excedente a causa de su menor actividad hacia aquellas regiones más desarrolladas, donde pudiera haber necesidad de la misma.

No obstante, la práctica ha demostrado que tras varias décadas aplicando recetas económicas sobre la base de estos modelos, las diferencias de renta entre regiones de un mismo país y entre países de la economía mundial no han variado en gran medida en la mayor parte de los casos observados. Un ejemplo evidente es el caso español, donde, a pesar de la mejor situación actual de las CC.AA más atrasadas (sea el caso de Andalucía), éstas no han cambiado en muchos casos su posición relativa respecto a las CC.AA más desarrolladas. Es cierto que las políticas de transferencias a las economías domésticas y a los sectores productivos han impedido un mayor atraso de las regiones pobres ante un contexto cada vez más competitivo, pero sus resultados han sido insuficientes.

En este sentido, en el seno de la economía del desarrollo regional se comenzaron a elaborar desde la década de los ochenta otros modelos explicativos de los desequilibrios económicos que no siguen el enfoque antes señalado. Se trata de los denominados modelos de desarrollo endógeno que parten de la idea que los problemas fundamentales de las economías atrasadas se encuentran en la infrautilización de los recursos endógenos, entre los cuales los empresarios emprendedores ocupan un lugar preferente.

Precisamente, el objetivo de este trabajo es realizar una aproximación a la incidencia que sobre el desarrollo de una zona atrasada tiene la escasa presencia de empresarios emprendedores y de calidad, tomando para ello como realidad socioeconómica a la CC.AA andaluza. Para cumplir este objetivo, en primer lugar,

se realizará un breve análisis del tejido productivo y empresarial andaluz para poner de manifiesto las debilidades estructurales de la economía andaluza y que, en cierto sentido, explican su mayor nivel de atraso relativo respecto a otras regiones españolas y europeas. En segundo lugar, se argumentará sobre la base de los modelos teóricos de desarrollo endógeno, la incidencia que sobre el atraso económico tiene la escasa presencia de empresarios emprendedores en una zona atrasada. A continuación, se analizarán, a modo de ejemplo, las cualidades de los empresarios sevillano y gaditano sobre la base de un modelo teórico que previamente se propondrá, al objeto de determinar si los rasgos que poseen aquellos son los más idóneos para potenciar el desarrollo económico regional.

2. TEJIDO PRODUCTIVO Y DESARROLLO ECONOMICO EN ANDALUCÍA.

Una primera cuestión que hay que señalar cuando se trata de explicar las causas del atraso económico de cualquier región es que este suele estar relacionado en gran parte con la composición de la estructura productiva. En este sentido, al realizar una aproximación a la realidad económica andaluza, se observa como rasgo más característico el elevado peso que tiene todavía el sector primario, y, sin embargo, el reducido peso del sector industrial respecto a otras zonas más avanzadas de España y la Unión Europea. En el sector primario aún queda una elevada cantidad de mano de obra, la cual, en determinados momentos del año, está desempleada y al amparo de las necesarias ayudas económicas que proporciona el sector público vía transferencias. Por su parte, en el sector industrial, la actividad más importante y que, además, está estrechamente vinculada al sector primario es la producción alimentaria, actividad que es de demanda baja y reducido nivel tecnológico (Renta Nacional BBV 1997)

Por lo que respecta a las actividades de servicios destaca el elevado peso que tienen los servicios públicos, los servicios comerciales y la hostelería, tanto en el VAB total regional como en su aportación al empleo total regional (Renta Nacional BBV 1997). Estas actividades no se pueden catalogar como "servicios avanzados" y, por tanto, su importante presencia en la economía andaluza confirman la existencia de un tejido productivo débil respecto al de otras regiones de elevado nivel de renta. En este sentido, cabe señalar que, aunque es cierto que las economías desarrolladas se caracterizan por un sector servicios muy amplio, tal como ocurre en Andalucía, no es menos cierto que en ese sector servicios suele tener una importante presencia los servicios avanzados, cosa que no sucede en esta región. Evidentemente, parte del problema andaluz y, también, del de otras regiones atrasadas, reside en la escasa presencia de un sector industrial de elevado contenido

tecnológico, el cual resulta esencial para lograr el desarrollo de unos servicios avanzados que impulsen un crecimiento sostenido (Porter 1990).

Por otra parte, otro aspecto que es necesario destacar para analizar el tejido productivo de cualquier región y poner de relieve su fortaleza o debilidad es la dimensión de las empresas, dado que el tamaño empresarial influye decisivamente en el grado de competitividad de una economía. y, por tanto, también en el grado de desarrollo económico. En este caso, el aspecto más importante a destacar en la economía andaluza es la reducida dimensión de sus empresas. En efecto, de los datos obtenidos del Directorio Central de Empresas se desprende que existe en Andalucía una proporción muy elevada de microempresas (empresas de 1 a 10 trabajadores) si se compara con la media nacional o con los datos de otras CC.AA más desarrolladas. Esta característica sitúa a Andalucía como una de las regiones europeas con menor dimensión empresarial dado que España es, junto con Portugal y Grecia, el país con mayor porcentaje de microempresas.

Por otro lado, al margen del peso cuantitativo de las microempresas, si se pone atención en los segmentos dimensionales de mayor tamaño se observa que la proporción es menor en Andalucía que en la media nacional o en otras comunidades autónomas más desarrolladas. Especialmente, la diferencia es muy significativa, no tanto en el segmento de las pequeñas empresas (10 a 99 trabajadores) como en el de las medianas (100 a 499 trabajadores) y en el segmento de grandes (más de 500 trabajadores), pues el peso específico de estos dos tipos de unidades productivas en Andalucía es la mitad que en Cataluña o Madrid.

CUADRO 1.
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR DIMENSIÓN * (Porcentajes)

DIMENSIÓN	ESPAÑA	ANDALUCÍA	CATALUÑA	MADRID
Microempresas (1-9)	87,17	88,92	85,66	84,92
Pequeñas empresas (10-99)	12,06	10,55	13,44	13,64
Medianas empresas (100-499)	0,67	0,49	0,79	1,15
PYMEs (10-499)	12,73	11,04	14,23	14,79
Grandes empresas (500 o más)	0,10	0,03	0,11	0,29
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00

*La dimensión de empresas es medida por número de trabajadores

Fuente: *Directorio Central de Empresas*. INE. 1999.

Evidentemente, esta excesiva atomización empresarial afecta al grado de competitividad de la economía regional por varias razones. Entre ellas se pueden destacar las tres siguientes:

- Las empresas de muy reducidas dimensiones tienen un carácter familiar y su organización suele estar muy orientada a satisfacer las necesidades económicas de los miembros de la familia, lo cual en muchas ocasiones impide un adecuado crecimiento y expansión de estas empresas (Fariñas 1999)
- Las posibilidades de realizar exportaciones para las pequeñas empresas y, sobre todo, para las microempresas es muy limitada pues habitualmente suelen abastecer a los mercados locales o, todo lo más, regionales (Fariñas 1999).
- Aunque se ha afirmado que las PYMEs contribuyen activamente a los procesos de innovación, para ello es necesario una dimensión mínima que es superior a la que presentan las PYMEs andaluzas (Julien 1993).

Todos estos problemas se podrían soslayar si se contara con un tejido empresarial que estuviera caracterizado por múltiples interrelaciones en cadena tanto verticales como horizontales. No obstante, este hecho no se da en Andalucía, pues sus unidades productivas suelen estar principalmente relacionadas con la demanda final, predominando PYMEs que, según la tipología establecida por Averitt, son de carácter “independiente” pues se desenvuelven en mercados muy reducidos y diferenciados no manteniendo vínculos ni contractuales ni tácitos con grandes empresas (Averitt 1968).

3. DESARROLLO ECONOMICO Y EMPRESARIO

Las debilidades productivas que se acaban de poner de manifiesto justifican en gran medida el menor grado de desarrollo de Andalucía respecto a otras regiones españolas y europeas. No obstante, hasta no hace mucho tiempo se creía que tales debilidades eran consecuencia entre otras cosas de la escasez de capital y de la falta de movilidad de la mano de obra. Por tanto, para fortalecer el aparato productivo e impulsar el desarrollo de las regiones atrasadas se emprendían normalmente como medidas la transferencia de capitales desde las zonas más desarrolladas, ya fuera bien en forma de ayudas económicas a los sectores productivos, bien en forma de inversiones en empresas públicas, bien atrayendo a la inversión extranjera o bien realizando inversiones en infraestructuras. También se facilitaba la movilidad geográfica de la mano de obra desde las regiones atrasadas hacia aquellas

más desarrolladas. En este sentido, se puede señalar que tanto el diagnóstico del problema como las medidas utilizadas respondían a un modelo de desarrollo “desde arriba”, pues era fundamentalmente a partir de los recursos de las regiones más desarrolladas y a partir del papel de las grandes empresas, ya fueran públicas o privadas, la forma de transmitir el proceso de desarrollo hacia las regiones menos desarrolladas.

No obstante, a comienzos de los ochenta, buscando una explicación a los problemas económicos de las zonas atrasadas, los investigadores comienzan a elaborar otros modelos de desarrollo con un enfoque muy distinto a los anteriormente mencionados. Se trata de los modelos de desarrollo endógeno o “desde abajo” los cuales parten de la idea de que es la infrautilización de los recursos productivos propios el factor que impide impulsar el desarrollo económico. En este sentido, se preconizan como medidas entre otras el fomento de las actividades productivas endógenas a través del apoyo a los empresarios locales, a los que se considera como el factor más importante que puede liderar el proceso de desarrollo (Cappellin 1991). Se trata de medidas que no se dirigen sólo a la empresa sino también al hombre-empresario y tienen como objetivo fundamental promover una cultura empresarial emprendedora.

En cierto sentido y al margen de los postulados teóricos del modelo de desarrollo endógeno, cabe señalar que es lógico que se acabara atribuyendo al empresario un importante papel en la formación de las características del tejido productivo y, por tanto, en el nivel de desarrollo alcanzado. No en vano el empresario es el agente económico que en las empresas realiza las funciones de dirigir, gestionar, planificar la estrategia, impulsar las innovaciones tecnológicas, buscar nuevos mercados, etc. Por tanto, teniendo en cuenta que en una economía de mercado es fundamental la iniciativa privada, si el empresario, al desempeñar sus respectivas funciones, logra que las empresas tengan éxito y sean cada vez más competitivas, la economía regional y local donde actúan se verá impulsada.

No obstante, aunque es cierto que hasta que no se comienza a considerar el enfoque del desarrollo endógeno el papel del empresario en el desarrollo económico no alcanza la suficiente importancia, previamente ya existían en la ciencia económica algunas teorías relevantes acerca de sus funciones. Probablemente, la que ha tenido más difusión ha sido la de Schumpeter, quien en 1911 en su obra “la Teoría del Desarrollo Económico” afirma que el empresario es el agente que impulsa el crecimiento económico a través de su capacidad de innovación. También hay que destacar la teoría de Knight quien pensaba que el empresario tiene como importante función el llevar a una economía al equilibrio mediante su lucha contra la incertidumbre (Knight 1948). Pero, han sido probablemente otras ciencias sociales distintas a la economía aquellas que más han estudiado el papel del empresario antes de que surgieran los modelos de desarrollo endógeno. En este senti-

do, destacan la aportación sociológica de Weber, que consideró que la función del empresario es impulsar el capitalismo moderno mediante su ambición y dedicación al trabajo influida por la ideología protestante (Weber 1969), la aportación historicista de Sombart, que también consideró al empresario como el auténtico impulsor del capitalismo a través de su fuerza creadora (Sombart 1993) o la aportación psicológica de McClelland, que consideró que el empresario impulsa el desarrollo económico debido a su elevada necesidad de logro personal (McClelland 1961).

Todas estas teorías han sido muy valiosas para enriquecer el papel que se ha asignado posteriormente al empresario como factor de desarrollo endógeno. No obstante, dado que cada una de ellas se había elaborado sin tener en cuenta a las demás, hasta nuestros días se han señalado una infinidad de funciones diferentes que puede desempeñar todo empresario para impulsar el éxito empresarial y, por ende, el desarrollo económico (Hebert y Link 1989). En ese sentido, últimamente se ha realizado por numerosos investigadores un esfuerzo de síntesis en la delimitación de las funciones empresariales, al objeto de buscar un mayor consenso que permita la construcción de una teoría más sólida a partir de la cual se puedan realizar estudios empíricos sobre las características de los empresarios. Una de esas síntesis concluye que las diferentes funciones empresariales que se han ido señalando por los economistas y otros científicos sociales se pueden resumir en tres (Guzmán 1994):

- “*La función capitalista o financiera*” que es aquella función que desempeña el empresario cuando aporta capital a la empresa para que ésta pueda desarrollar su actividad.
- “*La función gerencial*”, que es aquella que desempeña el empresario cuando dirige, organiza, gestiona, planifica o controla el funcionamiento de su empresa
- “*La función impulsora*” que es aquella cuyo desempeño implica la asunción de una serie de iniciativas fundamentales para que el negocio no sólo pueda comenzar a funcionar sino para que éste pueda sobrevivir a las fuerzas del mercado y lograr su expansión.

A diferencia de la función gerencial e incluso de la función financiera, la función impulsora tiene un marcado carácter dinámico y es difícilmente formalizable pues no depende su resultado de la aplicación de determinados conocimientos técnicos de gestión, por muy complejos que éstos sean, sino de las cualidades, tanto psicológicas como sociológicas, propias del empresario, que debe decidir cuales son las iniciativas básicas que ha de asumir en el negocio, como por ejemplo, emprender un nuevo proyecto innovador, buscar nuevas oportunidades de beneficio en el mercado o mantenerse alerta ante posibles cambios en la demanda para poder reaccionar a tiempo.

En definitiva, los empresarios a través del ejercicio de estas funciones juegan un papel fundamental en el desarrollo económico de cualquier región. Concretamente, en el caso de Andalucía, las consideraciones sobre este importante papel del empresario han sido hasta la fecha bastante escasas. En este sentido, es preciso realizar un estudio cualitativo sobre los empresarios andaluces y determinar si tienen las características básicas que les permitan realizar las diferentes funciones empresariales, fundamentalmente, la función impulsora que es la función empresarial que tiene un carácter más dinámico y, por tanto, es la que puede contribuir más decididamente a la iniciación del negocio y a su posterior desenvolvimiento.

4. UN MODELO TEÓRICO DE CONFIGURACIÓN DE LAS CUALIDADES EMPRESARIALES.

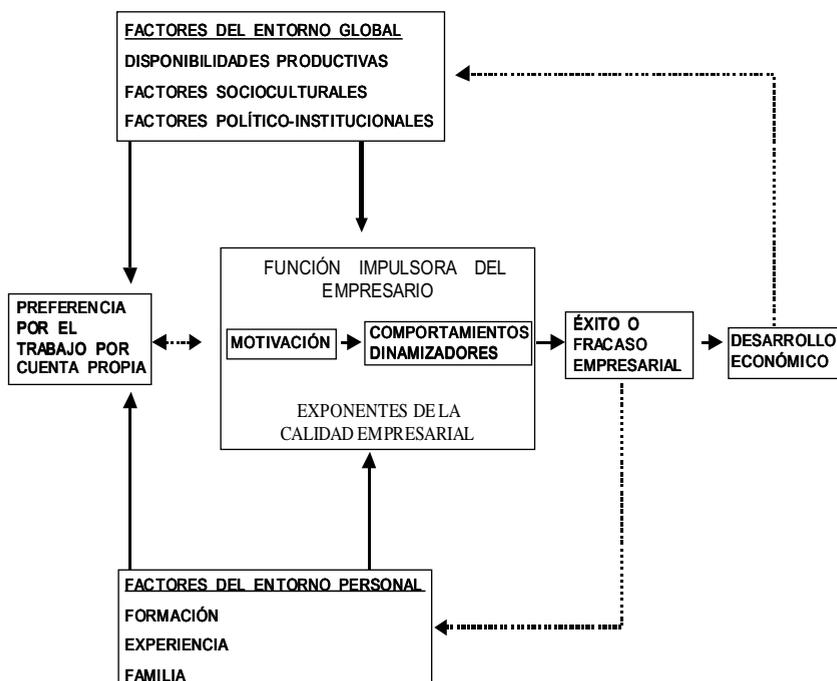
Para un análisis cualitativo de los empresarios de cualquier región se requiere un modelo teórico que sirva como punto de partida. No obstante, como hasta la fecha ha proliferado todo tipo de modelos teóricos acerca de las cualidades de los empresarios y de como ejercen éstos sus funciones, se ha pensado que lo más apropiado era utilizar uno que recogiese los aspectos más relevantes de los anteriores. En este sentido, se ha elaborado un modelo donde aparecen las características que debe poseer todo empresario para ser considerado empresario de calidad o buen empresario y cuales son los factores ambientales que influyen sobre estas características (Guzmán y Santos 1999). No obstante, al hablar de “calidad empresarial”, hay que dejar muy claro desde el principio que no se está haciendo alusión a la calidad de la gestión empresarial, aspecto éste ampliamente estudiado por los especialistas en management, sino al comportamiento de los empresarios cuando tratan de dinamizar la empresa. Básicamente, el modelo teórico se centra en las cualidades que debe poseer un empresario en el ejercicio de su función impulsora pues, como se ha señalado, esta función es, entre las tres funciones empresariales antes mencionadas, aquella que tiene un carácter más dinámico y, por tanto, es la que puede contribuir en mayor medida al éxito empresarial y al desarrollo económico (Guzmán y Santos 1999). Estas cualidades son las siguientes (Figura 1):

- El empresario debe tener preferencia por el trabajo por cuenta propia, pues no se puede considerar empresario de calidad aquel que prefiera trabajar mejor por cuenta ajena
- El empresario debe poseer motivación empresarial intrínseca, es decir, aquella motivación que se desarrolla por el interés y placer de realizar una determinada actividad, por ejemplo, la vocación.

- El empresario tiene que poseer una serie de comportamientos impulsores/dinamizadores, entre los cuales destacan fundamentalmente la ambición, la innovación o la cooperación.

Estas cualidades empresariales, en el modelo propuesto, se verán influenciadas por factores ambientales, los cuales se pueden dividir, por un lado, en los factores del entorno personal del empresario, que son básicamente la familia, la formación y la experiencia profesional y, por otro lado, en los factores del entorno global del empresario, entre los cuales hay que señalar las disponibilidades productivas, los factores socioculturales y los factores político-institucionales. Entre estas dos categorías de factores ambientales existen notables diferencias pues mientras que los factores del entorno personal proporcionan habilidades y actitudes a los empresarios, los factores del entorno global proporcionan oportunidades e información.

FIGURA 1.

MODELO DE CONFIGURACIÓN DE LA CALIDAD EMPRESARIAL.

Evidentemente, entre los diferentes elementos del modelo existen importantes interrelaciones (Gráfico I). Entre ellas, se pueden destacar las siguientes:

- La preferencia por el trabajo por cuenta propia se considera como condición necesaria pero no suficiente para ser empresario de calidad (Guzmán 1995).
- La motivación empresarial ejerce una incidencia directa sobre los comportamientos impulsores/dinamizadores, pues la motivación es el conjunto de factores que rodean o influyen en la emisión de una conducta determinada en una situación concreta (Vélaz-Rivas 1996). Evidentemente, una motivación intrínseca contribuirá en mayor medida a adoptar unos comportamientos dinamizadores más proclives al éxito empresarial.
- El tipo de comportamiento dinamizador que se adopte influirá decisivamente en el éxito o fracaso empresarial y, a su vez, éste determinará un mayor o menor nivel de desarrollo económico de la zona donde actúen los empresarios.
- Los factores ambientales incidirán de forma directa o indirecta sobre la condición necesaria, sobre la motivación y sobre los comportamientos dinamizadores. No obstante, unas interrelaciones que también hay que tener en cuenta son las que se producen como consecuencia de un proceso de retroalimentación (feed-back). Estas interrelaciones son, por un lado, la incidencia que ejerce el mayor o menor nivel de desarrollo alcanzado sobre los factores del entorno global del empresario y, por otro, la incidencia ejercida por el mayor o menor éxito empresarial alcanzado sobre los factores del entorno personal.

5. ANÁLISIS CUALITATIVO DEL EMPRESARIADO EN CÁDIZ Y SEVILLA.

Una vez esbozado el modelo teórico, se va a tomar como referencia para realizar un análisis empírico de los empresarios andaluces. No obstante, dado que no existen por el momento datos suficientes sobre todos ellos, es necesario estudiar algunos casos particulares para los cuales sí existe disponibilidad de esos datos. Esta es la razón por la cual se van a analizar exclusivamente los rasgos cualitativos de los empresarios de Cádiz y Sevilla. Los rasgos comunes que presenten ambos empresarios pueden resultar representativos de todo el empresariado andaluz, ya que esta Comunidad Autónoma tiene un perfil económico y social bien definido independientemente de las diferencias normales que puedan existir entre las diferentes provincias.

Los datos que se van a utilizar se han obtenido de dos encuestas de similar metodología realizadas en 1996 y 1997 entre los empresarios gaditano y sevillano. Se ha utilizado la encuesta para la recogida de información pues es la forma más directa de acercarse a la realidad existente sobre las cualidades empresariales. No obstante, hay que resaltar que, dado que actualmente no existe una base de datos de empresarios sino de empresas, los dos sondeos realizados se han enfrentado a numerosas dificultades, entre las que cabe destacar el nulo conocimiento del universo poblacional. En cualquier caso, aunque los resultados obtenidos puedan presentar algunas limitaciones debido a estas dificultades, las cualidades que se pueden extraer del empresario gaditano y sevillano pueden arrojar luz acerca del papel de este importante agente en el desarrollo económico andaluz.

5.1. Descripción de algunos aspectos de la muestra

Antes de iniciar el análisis cualitativo es necesario resaltar algunos rasgos básicos de los empresarios encuestados, puesto que tal labor puede permitir un primer acercamiento a la realidad que se va a estudiar. En este sentido, en primer lugar un dato que llama la atención, es el escaso número de mujeres empresarias registrado y que varía desde 11,2 por 100 en Sevilla al 13,51 por 100 para Cádiz. Ciertamente, de estos datos se puede deducir una escasa inclinación de la mujer hacia esta actividad, puesto que su grado de participación en el mercado de trabajo es muy superior, aproximadamente del 32 por 100 de la población ocupada. La razón por lo cual hay un escaso número de empresarias puede deberse más bien a que la actividad empresarial no constituye una tarea que resulte especialmente atractiva para la mujer. No obstante, la experiencia en la realización de este trabajo mediante el contacto directo con empresarios, ha permitido comprobar que con frecuencia las mujeres, en negocios compartidos con sus cónyuges, suelen ocupar, al menos formalmente, un segundo plano. Esto viene a poner de manifiesto la necesidad, a la hora de incentivar las iniciativas empresariales, de dedicar especial atención a las mujeres empresarias, de forma que tales iniciativas recojan un tratamiento diferenciado que tenga en cuenta sus particularidades.

Otro aspecto que resulta relevante destacar para trazar este perfil del empresario encuestado es su orientación sectorial. En este sentido, se puede comprobar que el peso del sector servicios es indiscutible, coincidiendo con la preponderancia que éste adquiere en Andalucía en general en detrimento de la industria, pese a ser considerada ésta como el sector clave para lograr un desarrollo más equilibrado de la región.

CUADRO 2.
**DISTRIBUCIÓN POR SECTORES DE LOS EMPRESARIOS ANALIZADOS
(PORCENTAJES)**

SECTOR	CÁDIZ	SEVILLA
Industria	23,2	17,3
Construcción	10,8	12,9
Servicios	66,0	69,8

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, existen diferencias en la orientación sectorial de los empresarios de las dos provincias consideradas y que quedan reflejadas en ambas encuestas. Por un lado, se comprueba que en Cádiz existe una mayor inclinación hacia la industria, la cual exige una mayor cualificación al tratarse de una actividad que con frecuencia exige de mayores niveles tecnológicos y esfuerzos en investigación (Buesa y Molero 1998). Por otro lado, en Sevilla la orientación hacia los servicios es mayor debido no sólo a la importante actividad comercial de ya larga tradición en la provincia sino también a la presencia de numerosas actividades relacionadas con la administración pública por ser Sevilla la capital de Andalucía.

Un último aspecto a señalar es la dimensión de las empresas objeto del trabajo, pues este aspecto en cierta manera va a ser reflejo del tipo de empresario que está a su frente. El tamaño de la empresa viene condicionado por múltiples factores y no tiene porqué constituir en sí mismo una debilidad empresarial, pero lo que resulta cierto es que la gran presencia de pequeñas empresas de carácter familiar y con sistemas de gestión tradicionales y escasa cooperación, suele generar un tejido empresarial deficiente y más vulnerable a la competencia externa

CUADRO 3.
**DISTRIBUCIÓN POR TAMAÑO DE LAS EMPRESAS ANALIZADAS
(PORCENTAJES)**

TAMAÑO (nº trabajadores)	CÁDIZ	SEVILLA
Hasta 5	73,4	72,7
De 6 a 50	25,5	26,3
De 51 a 100	1,1	1,0

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, se comprueba el excesivo minifundismo que existe entre las empresas analizadas, donde las unidades de hasta 5 trabajadores oscilan entre el 72 y 73 por 100 en las dos provincias, lo que por otro lado viene a coincidir con un rasgo propio de las empresas tanto andaluzas como españolas, una excesiva atomización en la estructura empresarial, así como un creciente número de empresas sin asalariados, que suelen surgir como recurso al autoempleo. Así, tanto éste como los demás rasgos que hasta ahora se han descrito, pueden ser indicios de algo que está detrás y que se pretende analizar a continuación, y que no es otra cosa que la calidad de los empresarios andaluces

5.2. Análisis cualitativo

El modelo que ha sido descrito con anterioridad pretende no sólo delimitar conceptualmente la calidad del empresario, sino también aquellos elementos que repercuten en los mismos, puesto que las actividades empresariales van a venir impulsadas tanto por incentivos económicos, como por factores de carácter social, cultural, ideológicos y psicológicos, que aún siendo más difíciles de analizar, no deben quedar relegados, puesto que permiten y favorecen el desarrollo de determinadas funciones empresariales (Alonso 1999).

A continuación, se procede a la aplicación del citado modelo a los datos de las dos encuestas, analizándose tres de los cuatro componentes que han sido descritos: la preferencia por el trabajo por cuenta propia como condición necesaria para ser empresario; los exponentes cualitativos de la calidad empresarial (motivación y comportamientos dinamizadores) y los factores del entorno personal del empresario.

a).- Condición necesaria para ser empresario: La preferencia por el trabajo por cuenta propia

Uno de los rasgos que están más inherentemente ligado a la figura del empresario es el deseo de independencia dirigido a la creación y gobierno de su propio negocio, frente a la posibilidad de someterse a la estructura jerarquizada de una organización (Collins y Moore 1964). Para los empresarios ya existentes, resulta necesario aceptar como válida la actividad que desempeñan, puesto que el deseo de abandonarla, obviamente lleva a deducir que existe un estado de descontento que va a incidir negativamente en la forma en la que ejercen la función empresarial. En definitiva, consideramos a este elemento como imprescindible tanto para la existencia de unos empresarios con ciertos niveles de calidad, como para crear una imagen que pueda servir de atracción para los considerados empresarios potenciales, pues de esta forma también se fomenta en última instancia la cultura empresarial.

En este sentido, dada su trascendencia, se analizó esta característica para el caso concreto de las provincias que nos ocupan mediante la realización a los empresarios de la siguiente pregunta: ¿Le gustaría sustituir su trabajo actual por otro estable que le permitiese mantener el mismo nivel de vida?.

CUADRO 4.
PREFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS POR EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA Y AJENA (PORCENTAJES)

TIPO PREFERENCIA	CÁDIZ	SEVILLA
Por cuenta propia	56,8	69,8
Por cuenta ajena	43,2	30,2

Fuente: Elaboración propia.

A la vista de los resultados, en primer lugar, hay que señalar que puede producir cierta extrañeza comprobar cómo un elemento que se ha definido como necesario, aunque no suficiente, para la calidad empresarial esté ausente entre un nutrido grupo de empresarios analizados. De ello parece deducirse que el ejercicio de la actividad empresarial se realiza, en muchas ocasiones, por cuestiones puramente económicas, probablemente para poder mantener un nivel de vida no alcanzable con un trabajo por cuenta ajena. Esta preferencia por el trabajo por cuenta ajena, si bien adquiere una importante gravedad en ambas zonas, es en la provincia de Cádiz donde cobra especial virulencia, y va a incidir, como ya se ha puesto de manifiesto, en el nivel de satisfacción o entusiasmo en el trabajo que el empresario desempeña.

Dada la importancia de este fenómeno, resulta interesante comprobar si existen diferencias entre las preferencias de los empresarios de los distintos sectores de actividad. En este sentido, de los datos se desprende como aspecto más significativo que existe un nivel de preferencia por el trabajo por cuenta propia considerablemente superior a la media entre los empresarios de la construcción, lo que en cierto modo puede resultar llamativo al tratarse de uno de los sectores más sensibles a las oscilaciones económicas y con una gran estacionalidad. Este hecho puede tener su explicación, por un lado, como consecuencia del crecimiento que ha experimentado este sector en los últimos años, incidiendo positivamente en el grado de satisfacción de los empresarios hacia su trabajo y, por otro lado, es posible que esa inestabilidad del sector sólo resulte atrayente para empresarios con un nivel de motivación mayor, dado que de lo contrario y teniendo en cuenta las características de la actividad constructora, podrían tener tendencia a abandonarla. Este último motivo nos induce a pensar que allí donde las circunstancias son peores, surgen unos empresarios con un deseo mayor de permanecer en su actividad.

CUADRO 5.
PREFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS POR EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA POR SECTORES DE ACTIVIDAD (PORCENTAJES)

SECTOR	CÁDIZ	SEVILLA
Industria	65,5	68,8
Construcción	74,1	83,3
Servicios	52,7	67,5

Fuente: Elaboración propia.

Otro hecho que resulta interesante destacar, es la preferencia por el trabajo por cuenta propia según la edad. De los datos se desprende que mientras en Sevilla a medida que aumenta la edad del empresario también lo hace su preferencia por el trabajo por cuenta propia, en Cádiz sucede todo lo contrario. No obstante, entendemos que una de las causas de este fenómeno se encuentra en las motivaciones que han llevado al empresario a dedicarse a su actividad.

CUADRO 6.
PREFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS POR EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA EN FUNCIÓN DE LA EDAD DEL EMPRESARIO (PORCENTAJES)

EDAD	CÁDIZ	SEVILLA
Menos de 25 años	75,0	55,6
Entre 25 y 35 años*	60,5	69,3
Entre 35 y 55 años*	56,5	70,6
Más de 55 años	51,4	73,3

Fuente: Elaboración propia.

* En estos estratos surgen ligeras diferencias en el estudio llevado a cabo en las dos provincias pues mientras en Sevilla se limita entre 25 y 35 años y entre 36 y 55, en Cádiz se acota desde 25 a 34 años siendo el siguiente de 35 a 55 años, si bien esto no distorsiona la posibilidad de hacer comparaciones.

b) Análisis de la motivación empresarial.

Tal y como se ha señalado, se pueden distinguir la existencia de unos factores que van a definir la calidad del empresario, entre los cuales, además de los comportamientos dinamizadores, destaca la motivación empresarial. La importancia de

este factor reside en que impulsa a desarrollar un determinado comportamiento, constituyéndose en un elemento fundamental para comprender y en su caso explicar la forma en que se lleva a cabo dicho comportamiento.

No obstante, dentro de las motivaciones es necesario distinguir entre dos tipos. Por un lado, las motivaciones intrínsecas que, como ya se ha señalado, son aquellas que tienen su razón de ser en el más puro deseo de ejercer una actividad, por la satisfacción que ésta proporcione y, por otro lado, las motivaciones extrínsecas que son aquellas que se basan en la obtención de logros, principalmente de carácter material. En este sentido, cabe recordar que las primeras llevaban a comportamientos más positivos y adecuados para el desarrollo de la actividad empresarial.

En cualquier caso, para estudiar un aspecto, a nuestro entender, de tanta importancia se ha preguntado al empresario por qué se ha dedicado a la actividad empresarial con la siguiente cuestión: ¿Cuál ha sido el motivo que le indujo a convertirse en empresario?. Para limitar el número de respuestas se han acotado éstas a cinco alternativas posibles que vienen a sintetizar las principales motivaciones (Birley y Westhead 1994):

- *Vocación*: Este factor es el que principalmente refleja la existencia de una motivación intrínseca más próxima al individuo y que, a su vez, más estrechamente lo vincula a la actividad empresarial.
- *Necesidad de desarrollo personal*: En este caso el empresario no tiene como fin en sí mismo crear un negocio, pero sí termina siendo éste la vía elegida para un desarrollo personal a través del ejercicio de una actividad que le gusta y en la que puede poner en práctica sus cualidades y conocimientos adquiridos en su trabajo por cuenta ajena. Es por tanto otro tipo de motivación que también podemos considerar como intrínseca.
- *Necesidad económica*. Bajo este motivo, el individuo va buscando una salida a una negativa situación económica, con la esperanza de que al trabajar por su cuenta pueda superarla. En este caso, obviamente, se trata de una motivación extrínseca, pues es el deseo de conseguir una mayor estabilidad económica, salir de un estado de desempleo o de una situación adversa, la que le conduce a optar por esta actividad.
- *Elevar el nivel de vida*. En este caso, el individuo se decide a crear una empresa como vía para mejorar una situación económica que no le resulta satisfactoria. Es decir, de nuevo volvemos a hablar de una motivación de carácter extrínseco donde el fin último es ganar más dinero.

1. Las más importantes para dedicarse a la actividad empresarial son estudiadas en: Birley, S. Westhead, P. (1994). "A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size. Journal of Business Venturing. Vol 9. Nº 1. Pág. 7-31

- *Tradición familiar*. Con cierta frecuencia se encuentran empresarios que se han dedicado a continuar con el negocio creado por sus familiares. Ello puede ser debido bien para garantizar su continuidad ante la presión que la familia y los vínculos con la empresa ejerzan, o bien porque es lo que conocen, lo que en cierto modo supone adoptar una posición de “comodidad” y seguridad frente a la alternativa de lanzarse individualmente a otras actividades, tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. En este caso si bien es posible detectar un cierto grado de motivación intrínseca cuando el empresario siente una atracción real por la actividad empresarial, surge un mayor predominio del componente extrínseco, pues es la inercia y el continuismo los rasgos esenciales de esta opción.

CUADRO 7.
**TIPO DE MOTIVACIÓN DE LOS EMPRESARIOS ESTUDIADOS
(PORCENTAJES)**

MOTIVOS	CÁDIZ	SEVILLA
Vocación	16,2	34,5
Desarrollar actividad deseada	26,3	14,4
Motivaciones intrínsecas	42,5	48,9
Necesidad económica	30,9	23,0
Elevar nivel de vida	13,1	13,7
Tradición familiar	13,5	14,4
Motivaciones extrínsecas	57,5	51,1

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, al analizar estas cinco motivaciones entre los empresarios gaditano y sevillano destaca como rasgo más significativo el hecho de que las motivaciones que tienen una mayor presencia son aquellas que van buscando unos logros concretos más que el deseo o satisfacción propia al ejercer una actividad. No obstante, el excesivo predominio de las motivaciones extrínsecas en ambas provincias puede tener su origen en los niveles de desempleo tan importante que presentan, con especial repercusión en Cádiz, siendo un más que sobrado justificante para buscar un trabajo por cuenta propia como salida a una situación que las empresas existentes no son capaces de mejorar al no poder absorber estas altas cifras de desempleados. De hecho, en la actualidad los distintos programas de fomento al

empleo, cuentan entre sus políticas, el autoempleo como una de las vías prioritarias para reducir el paro².

En cuanto a las motivaciones intrínsecas, mucho más interesantes e importantes puesto que redundarán de manera positiva en la calidad de los empresarios, se puede comprobar que el nivel de presencia de las mismas es relativamente bajo. Si bien las posiciones, como ya se ha señalado, son próximas en las dos provincias, descendiendo a cada una de las motivaciones concretas surgen importantes diferencias, dado que mientras en Sevilla la vocación es el principal elemento del componente intrínseco, en Cádiz es el deseo de poder desarrollar una actividad concreta, unas aptitudes que de otra forma no sería posible. Este hecho, en cierta manera, puede venir provocado por esas diferencias en los niveles de empleo en ambas zonas que conducen a que en Cádiz sea más difícil poder desarrollar las habilidades de cada individuo a través de un trabajo por cuenta ajena.

Por otra parte, resulta especialmente interesante relacionar los distintos tipos de motivaciones con el grado de satisfacción que los empresarios alcanzan con su actividad, dado que tal y como ya ha sido expuesto, los factores que han inducido a un individuo a elegirla van a condicionar su actitud posterior en el ejercicio de la misma, su deseo de mantenerse en ella o incluso de emprender ciertas iniciativas. Los datos obtenidos al analizar esta cuestión, demuestran la importancia de las motivaciones intrínsecas en el grado de convencimiento que el empresario posteriormente alcanza, dado que éstas elevan su deseo de permanencia en la actividad.

CUADRO 8.

PREFERENCIA POR EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA SEGÚN EL TIPO DE MOTIVACIÓN DE LOS EMPRESARIOS ESTUDIADOS (PORCENTAJES)

MOTIVOS	CÁDIZ	SEVILLA
Motivaciones intrínsecas	72,5	83,1
Motivaciones extrínsecas	46,9	57,0

Fuente: Elaboración propia.

- Al respecto se puede consultar el Plan de Acción para el Empleo en el Reino de España, el Pacto por el Empleo y Desarrollo Económico de Andalucía, así como otros planes de empleo que, con ámbito provincial se implantan, como son el Plan de Empleo en la provincia de Cádiz o el Plan Director Fomento de la Cultura Emprendedora en Sevilla.

c) *Los comportamientos dinamizadores: la ambición o capacidad de crecimiento.*

La ambición y capacidad de crecimiento se puede definir como el deseo y la *actitud activa del empresario para que su negocio crezca*. Para el estudio de esta cuestión, en primer lugar, se ha preguntado a los empresarios por los planes que tienen para ampliar su negocio en los próximos tres años. Concretamente, se trata de determinar si en ese periodo tienen planificado contratar a algún trabajador más, aumentar el tamaño de su inmueble o abrir alguna delegación. Esta cuestión cobra especial interés en una economía como la andaluza, donde el minifundismo empresarial es la nota dominante y donde, por lo general, las empresas presentan una dimensión subóptima que les impide en muchos casos llegar a ser competitivas. En este sentido, de los resultados se desprende que no existe una gran propensión a hacer crecer la empresa, pese a la importancia que esta cuestión tiene para la supervivencia de muchos negocios. En realidad, esta actitud hacia el crecimiento empresarial supone un freno al crecimiento económico de la zona donde actúa el empresario.

CUADRO 9.

¿TIENE PREVISTO AMPLIAR LA EMPRESA EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS?

PROVINCIA	SI	NO	No lo ha pensado
Cádiz	31,7	57,5	10,8
Sevilla	47,9	45,3	6,8

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, una forma distinta para medir la capacidad de crecimiento, no basada en los datos de la encuesta realizada, es medir la *capacidad de autofinanciación* de las empresas³. En este caso, hay que señalar que no es posible asegurar que los beneficios que la empresa retenga vayan a ser destinados al crecimiento empresarial. En cualquier caso, lo que resulta cierto es que en la medida que la empresa adopta una actitud tendente a mantener parte de los beneficios generados en la empresa, se está creando una base o fondo que hace posible

3. Obtenida como porcentaje de beneficios retenidos sobre los beneficios totales, entendidos estos últimos como la suma de "beneficios de los empresarios y trabajadores autónomos agrícolas", "beneficios de otros empresarios y trabajadores independientes", "beneficios retenidos por las sociedades y empresas" e "intereses y dividendos".

dichas inversiones, si bien es evidente que por otro lado siempre cabe recurrir a la financiación ajena. Por tanto, se puede decir que el ahorro de las empresas resulta determinante para llevar a cabo dos funciones básicas para su supervivencia: el mantenimiento de la capacidad productiva del capital económico y el crecimiento de la citada capacidad por la autofinanciación neta o retención de beneficios que facilite la expansión de la empresa de forma sostenida (Maroto 1997). Además, dada la problemática que el empresario presenta desde el punto de vista financiero, ante la escasa disponibilidad de recursos a terceros que se presenta (Cardone 1998), resulta lógico establecer una relación entre estas cuestiones.

En este sentido, a partir de los datos que proporciona la Renta Nacional de España del BBV sobre beneficios no distribuidos se puede comprobar que aparecen grandes diferencias, en general, entre los datos para las diferentes provincias andaluzas y la media nacional, poniéndose de manifiesto el reducido interés del empresario andaluz por la autofinanciación. Concretamente, para los casos de las dos provincias que se analizan es la provincia de Cádiz la que obtiene unos resultados más negativos y esto pese al hecho de que para más de un 25% de empresarios gaditanos, la obtención de recursos financieros es el principal problema que frena el crecimiento empresarial (Toribio 1998).

CUADRO 10.
**PORCENTAJE DE BENEFICIOS RETENIDOS SOBRE BENEFICIOS
TOTALES**

MOTIVOS	1991	1993
Cádiz	8,1	4,4
Sevilla	15,7	16,3
Andalucía	9,4	8,9
España	20,4	19,5

Fuente: Elaboración propia a partir de BBV. *Renta Nacional de España 1991 y 1993.*

Vinculada a esta cuestión, y dado el calibre del problema financiero para que la empresa crezca, cabe estudiar la medida en la que solicita algún tipo de financiación especial, lo que a su vez permite, de alguna forma, determinar su actitud ante un hecho que facilita el desarrollo de la empresa con más éxito, constituyendo un comportamiento por parte del empresario que se derivaría de su iniciativa dinamizadora. En la actualidad, la proliferación de ayudas que contribuyen a mejorar esta cuestión, es de todos conocidas, y pese a los inconvenientes que en numerosas ocasiones suelen presentar, es indiscutible las ventajas que reportan y

que, por tanto, el empresario puede aprovechar. Para poder determinar el estado de esta cuestión entre los empresarios analizados en la muestra, se les preguntó si en alguna ocasión habían solicitado algún tipo de financiación especial (subvenciones o préstamos a interés subvencionados entre otras), encontrándonos que en Sevilla, un 45,7 por 100 de los empresarios la han solicitado, cifra que en la provincia de Cádiz supone el 31,7 por 100. En cierto sentido, el empresario suele eludir la petición de ayudas financieras por la lentitud con la que son tramitadas por la Administración.

d) Los comportamientos dinamizadores: espíritu de colaboración

El espíritu de colaboración es otro de los comportamientos dinamizadores que cobra especial interés en los casos estudiados debido al reducido tamaño de la empresa andaluza. Las ventajas que se derivan de la cooperación hacen poco conveniente actuar con un elevado grado de independencia y aislamiento, dado el actual clima de intensa competencia que genera una economía cada vez más globalizada. Por otra parte, aunque es cierto que la complejidad de los procesos productivos y los requisitos de productividad tienden a elevar la dimensión que las empresas deben alcanzar para ser eficientes, el tamaño medio de las empresas está llegando incluso a disminuir en algunos segmentos. Este hecho es posible gracias a la mayor integración sectorial y externalización de actividades que permite la fragmentación pero con empresas muy interconectadas a través de la cooperación.

Para los empresarios analizados, esta cuestión se ha planteado de forma diferente en ambas provincias, pues en cada una de ellas se aborda un tipo de colaboración empresarial de las múltiples existentes. Concretamente, en Cádiz se mide el porcentaje de empresarios que pertenecen a alguna patronal o asociación que pueda defender sus intereses y proporcione una serie de servicios, que de otra forma resultarían muy costosos. Para Sevilla, se estudia si los empresarios encuestados tienen algún tipo de acuerdo con otra empresa que realice la misma actividad u otra anexa. En este último caso, por tanto, se trata de una acción más dinámica donde el empresario no tiene simplemente que afiliarse a algún tipo de asociación sino que tiene que buscar a algún socio con el que la colaboración pueda resultar beneficiosa.

Analizando estos aspectos para ambas provincias se observa el elevado grado de individualismo que existe entre los empresarios analizados, pese a la relevancia que, tal y como se ha manifestado, este fenómeno adquiere. Y precisamente entendemos que en esta actitud de los empresarios reside uno de los grandes problemas del tejido empresarial andaluz, puesto que la colaboración interempresarial puede dotar a las empresas de reducidas dimensiones de algunas de las ventajas que disfrutaban las grandes empresas, aunque sin renunciar a otras como la mayor flexibilidad y grado de adaptación a las circunstancias. En la actualidad los seg-

mentos de mercado cada vez se encuentran más divididos, lo que obliga a las empresas a una estrategia de especialización y flexibilidad. La colaboración puede permitir incrementar la competitividad, compartir riesgos y disfrutar de una serie de servicios que de manera individualizada a la empresa le resultaría imposible y, en definitiva, se podrían incrementar las posibilidades de éxito empresarial. Pese a ello, la escasa tendencia de los empresarios al asociacionismo y a la cooperación se puede considerar un rasgo inherente a la cultura andaluza, lo cual conduce al empresario a llevar a cabo una gestión personalista que frena la expansión empresarial (Díez de Castro 1995).

CUADRO 11.
GRADO DE ASOCIACIONISMO DE LOS EMPRESARIOS

TIPO DE ASOCIACIONISMO	PORCENTAJE
Cádiz: Empresarios afiliados a alguna patronal	17,0
Sevilla: Empresarios que tienen establecidos acuerdos	24,8

Fuente: Elaboración propia.

e) Los factores del entorno personal.

“¿Puede uno ser empresario <<de nacimiento>> sin haber heredado la empresa familiar?. Dado que los biólogos no han logrado aún identificar un cromosoma empresarial, se trataría más bien de un efecto del entorno, en una palabra, de *mimetismo*” (Servan 1991). Con esta cita se viene a poner el énfasis en el hecho de que los comportamientos que adoptan los individuos se ven influidos por una serie de factores ambientales relacionados con su entorno personal y global, cuestión que quedó ya recogida en el modelo teórico de configuración de la calidad empresarial. En este sentido, los factores personales que se analizan en este estudio empírico tomando como base los datos de las encuestas realizadas son la formación recibida por el empresario, su experiencia profesional, así como la influencia que con respecto a la actividad empresarial haya podido recibir en el seno familiar. No obstante, por lo que se refiere a los factores del entorno global del empresario, que como se ha señalado, son los factores político-institucionales, socioculturales y las disponibilidades productivas, dado su carácter macroeconómico exigen de un análisis más extenso del que en este trabajo se viene realizando, razón por la cual no se va a abordar su estudio.

CUADRO 12.
NIVEL FORMATIVO DE LOS EMPRESARIOS ESTUDIADOS
(PORCENTAJES)

FORMACION	CÁDIZ	SEVILLA
Sin estudios	5,4	6,5
Primarios	47,9	33,5
Medios	33,6	39,2
Universitarios	13,1	20,8

Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, comenzando por el primero de los factores del entorno personal que se han señalado, la formación, hay que decir que el nivel que presentan los empresarios, tanto de Cádiz como de Sevilla, cabe calificarlo como de reducido e insuficiente para las exigencias que la actividad empresarial presenta. El hecho más significativo es que existe una elevada proporción de empresarios con unos niveles que no superan los estudios primarios, formación que, por otro lado, presenta escasa vinculación con los aspectos específicos de la empresa a lo largo de su desarrollo. Es cierto que el nivel de formación se ha ido incrementando en los últimos años como consecuencia de la extensión del sistema educativo a la totalidad de la población, sin embargo, aún no se ha alcanzado un nivel formativo que se pueda considerar similar al de otras zonas más desarrolladas del país.

Un hecho positivo desde este punto de vista es que para la población andaluza más joven el nivel estudios va en aumento, lo que puede suponer una mejora progresiva de la clase empresarial en los próximos años. De hecho, de los datos se desprende que al menos dos tercios de los empresarios con menos de 25 años en ambas provincias tiene estudios medios o universitarios y, sin embargo, esta cifra es inferior al 50 por 100 entre los empresarios con más de 55 años. En cualquier caso, este incremento de la formación de los empresarios, en principio, parece ser una condición necesaria para lograr una mayor calidad empresarial pero no es razón suficiente, sobre todo si nos referimos a la formación reglada. En realidad, la formación reglada, es decir, aquella que se imparte en nuestro sistema educativo formal, proyecta su influencia no sobre la función impulsora/dinamizadora del empresario sino sobre la función gerencial o función que desempeña el empresario principalmente para dirigir, organizar o administrar el negocio (Guzmán 1994). El individuo cuando realiza sus estudios no es formado para convertirse en un empresario pues no forma parte de los diferentes planes de estudio estimular su motivación empresarial, o tener un mayor o menor espíritu de colaboración. El empresario

cuando cursa sus estudios aprende básicamente aquellos conocimientos técnicos que necesita saber para dirigir la empresa pero no para impulsarla o dinamizarla. Incluso cuando acude a cursos específicos de formación empresarial impartidos en masters de dirección y administración de empresas o en cursos de formación continúa recibe principalmente formación para la gerencia del negocio⁴. En este sentido, se puede decir que *"la escuela no ha generado espíritu empresarial: ha favorecido el elitismo intelectual o el menosprecio del personalismo"* (Fontela 1988).

CUADRO 13.
NIVEL FORMATIVO DE LOS EMPRESARIOS ESTUDIADOS POR EDADES (PORCENTAJES)

EDAD	CÁDIZ		SEVILLA	
	Sin prim./primar.	Medios/ universitarios	Sin prim./primar.	Medios/ universitarios
Menos de 25	25,0	75,0	33,3	66,4
25 a 35	46,5	53,5	34,3	65,7
35 a 55	54,8	45,2	43,1	56,8
Más de 55	57,1	42,9	56,6	43,4

Fuente: Elaboración propia.

Probablemente, como señalaba Alan A. Gibb, el problema de la formación reglada actual está tanto en el contenido de la formación como en la forma en que se imparte (Gibb 1993). Por un lado, en el sistema educativo actual, el contenido de la formación, en líneas generales, no incluye en sus planes de estudios disciplinas relacionadas con el mundo empresarial y, por otro lado, la forma de impartir la formación es excesivamente memorística, impidiéndose en muchas ocasiones el fomento de un espíritu crítico e independiente entre los alumnos. En este sentido, sólo en la medida en que se produzca un cambio en la orientación que sigue el actual sistema educativo, tanto reglado como no reglado, sería posible seguir incluyendo a la formación como un factor del entorno personal del empresario que incidiría en la calidad empresarial.

En cualquier caso, para contrastar el hecho de que la formación reglada es, al menos, una característica necesaria para ser empresario de calidad, resulta de

- No obstante, es cierto que en los últimos años, especialmente en algunos centros privados y públicos que imparten masters en dirección y administración de empresas se ha empezado a impartir cursos destinados a estimular en los alumnos el deseo de convertirse en empresarios. Véase al respecto Gartner, William B. y Vesper, Karl H. (1994) "Experiments in Entrepreneurship Education: Successes and Failures". *Journal of Business Venturing*. Vol 9. N^º 3. pp. 179-187.

especial interés observar si existe algún tipo de relación entre el nivel que tiene este tipo de formación en el empresario analizado y su preferencia por el trabajo por cuenta propia o la motivación. En este sentido, de los datos se desprende que entre los empresarios que gozan de un nivel de formación superior, mayor peso adquieren las motivaciones intrínsecas tales como la vocación o la necesidad de desarrollo personal. Por otra parte, la importancia que, de esta forma, adquiere este factor del entorno personal se ve también apoyada por el mayor grado de preferencia por el trabajo por cuenta propia que presentan los empresarios más formados. Por tanto, el papel que el sistema educativo desempeña como elemento determinante de la calidad empresarial tienen su relevancia, a pesar de que pueda necesitarse un cambio en los contenidos de los programas y en la forma de impartirse la enseñanza. El objetivo debería ser proporcionar no únicamente conocimientos técnicos de gestión sino también estimular comportamientos empresariales tales como la innovación o la ambición.

CUADRO 14.

**ALGUNOS ELEMENTOS QUE CONDICIONAN LA CALIDAD EMPRESARIAL
SEGÚN EL NIVEL FORMATIVO DE LOS EMPRESARIOS (Porcentajes)**

	CÁDIZ			SEVILLA		
	Sin prim/primar	Medios	Univers.	Sin prim/primar	Medios	Univers.
M.intrínseca	36,2	48,3	52,9	44,1	50,5	55,2
M. extrínseca	63,8	51,7	47,1	55,9	49,5	44,8
Preferencia trabajo cuenta propia	50,7	65,5	58,9	58,6	73,4	84,5
Preferencia trabajo cuenta ajena	49,3	34,5	41,1	41,4	26,6	15,5

Fuente: Elaboración propia.

Respecto al segundo de los factores del entorno personal del empresario que se ha considerado, la *experiencia*, ésta implica adquirir ciertos conocimientos que la formación reglada no puede proporcionarle. La experiencia supone para el empresario un proceso de aprendizaje distinto pues “se aprende haciendo” e interactuando con el entorno más inmediato (Cooper y Dunkelberg 1987). La experiencia ayuda a desarrollar habilidades como, por ejemplo, la capacidad de identifi-

car nuevos productos y oportunidades. También es cierto que la experiencia cubre, en muchas ocasiones, las deficiencias que presenta el empresario debido a un bajo nivel de formación. En este sentido, formación y experiencia son factores complementarios. La experiencia refuerza la formación y, por tanto, puede elevar la calidad de la actividad empresarial al permitir mejorar de manera progresiva el ejercicio de la misma.

La experiencia del empresario se ha medido, en el caso que se está estudiando, tanto por la que se ha adquirido antes de ser empresario como por la que se ha adquirido a lo largo del ejercicio de su actividad empresarial. Con respecto a la primera, su importancia reside en la repercusión que puede tener en las intenciones de un individuo convertirse en empresario, pues se ha constatado en algunos estudios que los empresarios suelen iniciar su actividad empresarial en aquellos sectores que ya conocían previamente, por haber trabajado en ellos por cuenta ajena (Cooper y Dunkelberg 1987). Concretamente, en el caso de los empresarios de Cádiz y Sevilla, se puede comprobar que, en efecto, una gran mayoría de los empresarios cuando se hacen cargo de su empresa han tenido con anterioridad algún tipo de contacto con el sector en el que actualmente trabajan, lo que ha podido ser un incentivo para la actividad empresarial que en la actualidad desempeñan.

CUADRO 15.
**CONOCIMIENTO PREVIO DEL SECTOR Y EXPERIENCIA ACUMULADA
DEL EMPRESARIO (PORCENTAJES)**

	CÁDIZ	SEVILLA
Conocían el sector	65,3	77,7
Experiencia previa		
• 5 años	16,6	30,2
• 5 –10 años	17,4	19,4
• más de 10 años	66,0	50,4

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la experiencia acumulada a lo largo del ejercicio de la actividad empresarial, se puede comprobar que un importante porcentaje de empresarios superan los diez años, de tal forma que si bien el nivel de formación del empresario no es lo suficientemente adecuado para la actividad que realiza, la experiencia que tiene le permite, en la medida de lo posible, y tal como ya se ha indicado, suplir esta deficiencia, redundando positivamente en su calidad empresarial.

Finalmente, el tercer elemento del entorno personal del empresario que se considera en este análisis es la repercusión del *ambiente familiar*. Según la teoría del rol a imitar, los hijos suelen seguir la actividad profesional de sus padres cuando consideran que estos la ejercen de forma efectiva (Casrud 1992). No obstante, también es cierto que, en ocasiones, aunque los hijos no observen un comportamiento efectivo de los padres en el ejercicio de la actividad empresarial, continúan dicha actividad para evitar que la empresa familiar desaparezca pues, siguiendo el deseo de sus fundadores, intentan que la propiedad y gestión de la empresa se mantenga en manos de la familia (Amat 1998). Concretamente, para el caso que se analiza, el peso del ambiente familiar que rodea al individuo va a incidir en su decisión de convertirse en empresario pues un 35,9 por 100 de los empresarios gaditanos y un 45,3 por 100 de los sevillanos descienden de padres empresarios. No obstante, si se hace extensivo este estudio para el caso español, nos encontramos que la incidencia de la familia es aún mayor que en las dos provincias andaluzas consideradas, de forma que un 59,3 por ciento de jóvenes empresarios tienen un ambiente empresarial de carácter familiar⁵. En cierto sentido, es normal que en sociedades tradicionales como la española, el peso de la familia sea indiscutible y que se haga extensiva a la actividad empresarial hasta el extremo de que el apoyo familiar sea el aspecto más valorado por los jóvenes empresarios y lo que más favorece su actuación. No obstante, la menor proporción de empresarios descendientes de empresarios en Cádiz y Sevilla respecto a la media nacional puede ser reflejo de la menor tradición empresarial existente en Andalucía.

6. CONCLUSIONES

Tal como se ha señalado, las características que se observan en la estructura productiva y empresarial andaluza están en la base de su mayor atraso relativo respecto a otras zonas más desarrolladas de España. Entre tales características hay que señalar, en primer lugar, el hecho de que la estructura productiva está muy orientada hacia actividades industriales de reducido contenido tecnológico y a servicios tradicionales “no avanzados” y, en segundo lugar, que existe una excesiva atomización empresarial entre las empresas que realizan las diferentes actividades, lo cual impide a éstas emprender adecuados procesos de innovación, llevar a cabo una actividad orientada hacia mercados no exclusivamente locales e incluso plantearse establecer sistemas organizativos más acordes a los actuales parámetros de competencia.

5. Confederación española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (1995). *Identificación de las barreras que dificultan el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes*. Documento interno.

Desde los modelos de desarrollo endógeno, se afirma que esta situación de la estructura productiva y empresarial está muy relacionada con las características de los empresarios locales y no con la escasa movilidad del trabajo y el capital, pues al fin y al cabo son principalmente los empresarios los agentes económicos que impulsan las actividades productivas al desempeñar las diferentes funciones empresariales. En este sentido, tras elaborar un modelo que configura las cualidades empresariales y los factores que influyen sobre ellas, se ha podido comprobar que el empresario andaluz presenta unos rasgos cualitativos que dificultan ese desarrollo endógeno. No obstante, aunque en este trabajo estas cualidades se han deducido a partir del análisis de los empresarios gaditano y sevillano por las limitaciones a las que se enfrenta este tipo de estudios, dadas las similitudes socioeconómicas y culturales entre las diferentes provincias andaluzas, estos rasgos se pueden tomar como representativos del conjunto del empresariado andaluz.

Entre tales rasgos hay que destacar principalmente una motivación empresarial especialmente de carácter extrínseco, una ambición no muy acentuada y, por último, un espíritu de colaboración muy escaso. Asimismo, respecto al nivel de formación, se ha podido comprobar que se ha incrementado aunque no ha estado creando unas consecuencias más positivas sobre los comportamientos empresariales puesto que suele adolecer de una serie de deficiencias relacionadas con los contenidos de los programas y con la forma de impartirlos, lo que lleva a afirmar que puede que se estén formando mejores técnicos y directivos de empresa en nuestras universidades y centros de enseñanza media pero no mejores empresarios. Respecto a la experiencia se ha comprobado en otros estudios similares que influye en mayor medida sobre los conocimientos técnicos de los empresarios y no tanto en sus cualidades empresariales, de tal forma, que este factor hay que considerarlo en todo caso como fundamental para la emergencia empresarial, es decir, para la aparición de nuevos empresarios. Por último, en cuanto a la influencia del contexto familiar sobre las cualidades empresariales, estas son evidentes y de signo positivo aunque menor que en otras partes de España con mayor tradición empresarial.

Evidentemente, estos rasgos del empresario andaluz se van transformando a medida que se produce el proceso dinámico de desarrollo. Aunque no hay estudios acerca de las cualidades de los empresarios andaluces hace veinte años, se puede señalar que bastantes cosas han cambiado desde entonces. Sabemos que han ido surgiendo nuevas actividades empresariales tecnológicamente más avanzadas y también más competitivas. A ello ha contribuido desde luego el proceso de apertura de la economía española que ha dado lugar a un incremento de la competencia que obliga a los empresarios y al conjunto de la sociedad a cambiar para no ser dependientes de otras economías más desarrolladas. No obstante, cualquier economía cuenta con la posibilidad de utilizar la política económica para acelerar su

proceso de transformación. En este sentido, el papel desempeñado por la política de apoyo empresarial, especialmente a las PYMEs, ha contribuido decisivamente a este cambio.

La cuestión que se nos plantea precisamente en el terreno de las políticas empresariales es que tal vez haya que cambiar gran parte del diseño de éstas puesto que, aunque se ha avanzado, la distancia empresarial respecto a otras zonas más desarrolladas de España es importante. Hasta la fecha ha predominado una política de apoyo a las PYMEs basada en incentivos “duros”, es decir, en ayudas financieras pues estas políticas se inspiraban en el modelo de desarrollo “de arriba”. Sin embargo, ya se ha comentado que actualmente se cree que el problema no está, en principio, en la falta de capital sino en las cualidades de los recursos humanos. En este sentido, se requiere realizar una política de apoyo empresarial que contemple esencialmente esas cualidades empresariales y trate de mejorarlas. Ya no es válido el uso exclusivo de ayudas financieras sino que deben utilizarse otros incentivos que vayan dirigidos a reforzar lo que se ha denominado en este trabajo como esfera impulsora del empresario. Entre estos incentivos destaca la labor de consejo, información y asesoramiento por parte de las autoridades, principalmente regionales y locales por la mayor proximidad que tienen con los empresarios autóctonos, pero también una formación que trate de transmitir los valores del mundo de la empresa no sólo dirigida a los empresarios actuales sino a los posibles empresarios del futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO HIERRO, J.(1999). “ La contribución de la actividad empresarial al desarrollo económico”. *Revista Política y Sociedad* nº 30. Madrid. pp. 247-255.
- AMAT, J.M. (1998). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona. Gestión 2000.
- AVERITT, R. (1968) *The dual economy*, Norton and Company, New York.
- BIRLEY, S. WESTHEAD, P. (1994). “A Taxonomy of Bussiness Start-Up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size. *Journal of Bussiness Venturing*. Vol 9. Nº 1. pp. 7-31
- BUESA, M. MOLERO, J. (1998). *Economía Industrial en España*. Madrid. Civitas.
- CAPPELLIN, R (1991) «The New Gravity Centers of Regional Development in the Europe of the 90's». *Ponencia presentada en la XVII Reunión de Estudios Regionales*, Barcelona
- CARDONE RIPORELLA, C. (1997). “El mercado de crédito y las empresas de menor tamaño”. *Información Comercial Española* nº 764. pp 55-64.
- CASRUDE, A. L. (1992). *The Psychology of Entrepreneurship*. University of Stirling, Scottish Enterprise Foundation
- COLLINS, O.F. MOORE, D.G. (1964). *The Enterprising Man*. East Lansing: MI.Michigan State University Press
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE JÓVENES EMPRESARIOS (1995). *Identificación de las barreras que dificultan el autoempleo y la creación de empresas entre los jóvenes*. Documento interno.
- COOPER, ARNOLD C. y DUNKELBERG, W. C. (1987) “Entrepreneurial Research: Old Question, New Answers and Methodological Issues”. *American Journal of Small Business*, vol 11, nº 3, pp. 11-23
- DÍEZ DE CASTRO, E. (Coord.) (1995). *La empresa en Andalucía*. Madrid. Ed. Civitas
- FARIÑAS, J. C. y JAUMANDREU, J. (1999) *La Empresa Industrial en la Década de los Noventa*. Madrid; Fundación Argentaria.
- FONTELA MONTES, E. (1988) *Solidaridad Frente al Paro y la Precariedad en el Empleo*. 1^{er} Concurso de Ensayo Alberto Martín Artajo, Caja de Madrid, Madrid.
- GARTNER, W. B. Y VESPER, K. H. (1994) “Experiments in Entrepreneurship Education: Successes and Failures”. *Journal of Business Venturing*. Vol 9. Nº 3. pp. 179-187.
- GIBB, A.A. (1993) «The Enterprise Culture and Education: Undertaking Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals». *International Small Business Journal*. Vol 3. Nº 11
- GUZMÁN CUEVAS, J. (1994) “Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Theories”. *International Small Business Journal*. vol 12, nº 4,pp 77-88.

- GUZMÁN CUEVAS, J. (1995). *El Empresariado en la Provincia de Sevilla*. Diputación de Sevilla, Ed Sevilla Siglo XXI S.A, Sevilla.
- GUZMAN, J. y SANTOS, F. J. (1999) "Hacia un modelo explicativo del empresario de calidad", *Economía Industrial*, nº 325, pp. 133-150.
- HAGEN, E. E. (1962) *On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins*. Massachusetts Institute of Technology. The Dorsey Press Inc, Homewood, Illinois.
- HEBERT, R. F. y LINK, A. N. (1989) "In Search of the Meaning of Entrepreneurship". *Small Business Economics*, vol 1, pp. 39-49.
- HOSELITZ, B. F. (1962) *Aspectos Sociológicos del Desarrollo Económico* Ed Hispano-Europea, Barcelona.
- KNIGHT, F. (1948) *Risk, Uncertainty and Profit*. The London School of Economic and Political Science, Hoghton Street, Aldwich, London.
- MAROTO ACÍN, J.A. (1997). "Ahorro empresarial e inversión". Papeles de Economía Española nº 70. FIES. Madrid. pp 84-98.
- MCCLELLAND, D. C. (1961) *The Achieving Society*. The Free Press, London.
- PULIDO, A. y FONTELA, E. (1993): *Análisis Input-output. Modelos, Datos y Aplicaciones*, Ed. Pirámide, Madrid.
- RODRÍGUEZ ALBA, J. (1998). "La promoción económica regional: el caso de los incentivos económicos a la inversión y el empleo en Andalucía. Análisis para el periodo 1988-1995". *Revista de Estudios Regionales* nº 52, pp. 77-103
- SANTOS CUMPLIDO, F. J. (1998) *La Teoría de la Función Empresarial: Una Aproximación Cualitativa al Empresario Sevillano*. Universidad de Sevilla. Sevilla.
- SERVAN-SCHEREIBER, J.L. (1991). *El oficio de empresario*. Barcelona. Emecé
- SCHUMPETER, J.A. (1944) *Teoría del Desarrollo Económico* Fondo de Cultura Económica, México.
- SOMBART, W. (1993) *El Burgués* Ed Alianza, Colección Alianza Universidad, Madrid
- TORIBIO MUÑOZ, M-R. (1998). *El empresariado en la provincia de Cádiz*. Diputación de Cádiz.
- VÉLAZ RIVAS, J. I. (1996) *Motivos y Motivación en la Empresa*. Edc. Diaz de Santos, Madrid.
- WEBER, M. (1969) *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo*. Ediciones península, Barcelona