

EL EMPRESARIO ANDALUZ DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN SU APARICIÓN

FELIPE RAFAEL CÁCERES CARRASCO

Profesor Titular de Economía Aplicada

Universidad de Sevilla

EXTRACTO

En las últimas décadas se ha atribuido una progresiva importancia a las agencias de desarrollo regional y local como instrumento para favorecer el crecimiento económico y la generación de empleo “desde abajo”, es decir, apoyándose en los recursos productivos y culturales del territorio en que aquéllas actúan. En ese contexto, aunque también potenciado por la extensión del mercado como mecanismo para la asignación de recursos productivos, ha adquirido un notable protagonismo el empresario, en tanto que constituye un factor esencial para el éxito de dichas políticas. Desde el ámbito académico y científico se ha contribuido a la mejora del conocimiento sobre tan singular agente económico con elaboración de numerosos trabajos de investigación y publicaciones. En este artículo, se toman como base para su análisis un conjunto de factores personales, económicos y sociales que, según se desprende de diferentes investigaciones, influyen sobre la aparición de los empresarios y sobre su calidad. Se persigue así profundizar en el conocimiento sobre el fenómeno empresarial en Andalucía Occidental y destacar su relación con las características que presenta tejido empresarial andaluz. Para ello se cuenta con los resultados de un análisis empírico que se apoya en una muestra representativa de los empresarios andaluces.

ÍNDICE

1. Introducción
2. Variables a analizar y metodología de la investigación empírica
3. Características personales
4. Contexto económico
5. Contexto social
6. Formación y experiencia laboral
7. Conclusiones

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años la función empresarial y el papel del empresario en el desarrollo económico se han convertido en objeto de gran interés para políticos y economistas. Las frecuentes manifestaciones que las autoridades políticas realizan sobre la conveniencia de potenciar y apoyar a los emprendedores y empresarios son un claro reflejo de la importancia que hoy se atribuye a la mejora del tejido empresarial, como medio para lograr un crecimiento económico sostenido. En el ámbito científico de la Economía dicho interés ha propiciado la aparición de numerosas aportaciones con las que se trata de profundizar en el estudio de diferentes aspectos del agente empresarial. A ese creciente interés por el empresariado no resulta ajeno el auge que han tomado en las últimas décadas las políticas de desarrollo local, que, a diferencia otros enfoques tradicionales, ponen gran énfasis en la variable territorial para explicar el crecimiento económico. Con ellas se trata de impulsar un proceso de desarrollo “desde abajo”, que se apoye en los recursos propios del área (municipio, comarca, región, etc.) y en la trama cultural y social que la caracteriza (Barroso González, 1997). De ese modo, la población y sus capacidades empresariales adquieren un papel de primera importancia para el logro de dicho desarrollo autocentrado.

Entre las diferentes aportaciones científicas que en las últimas décadas se han realizado sobre el empresario y la función empresarial interesa destacar aquí aquellas que han ido dirigidas a analizar y valorar las razones que explican el fenómeno empresarial, es decir, a determinar los factores que influyen en la aparición o emergencia del empresariado. Tomando como base esas aportaciones, en este trabajo, se seleccionan un conjunto de variables con el propósito de avanzar en el conocimiento sobre dicho fenómeno en Andalucía Occidental y de destacar su relación con las características del tejido empresarial andaluz. Para ello se desarrolla un análisis empírico que se apoya en una muestra representativa de los empresarios andaluces. Dicho análisis profundiza en los factores que influyeron sobre éstos en el momento de poner en marcha su primer negocio.

Ese tipo de análisis tiene un especial interés en Andalucía, pues, como es bien sabido, el tejido empresarial de esta región presenta numerosos puntos

débiles: frágil articulación interna del conjunto del sector productivo, reducido peso y dinamismo del sector industrial, pequeña dimensión empresarial, escasa orientación hacia el exterior, bajo nivel de innovación, etc. A todo ello no puede resultar ajeno el hecho de que, según apuntan diferentes investigaciones realizadas sobre esta materia, se aprecien significativas carencias en la capacidad empresarial de la región y, por tanto, en el “hombre-empresario” (Guzmán, 1995). Desde esa perspectiva, en este trabajo se indaga sobre las causas que explican la aparición y características de los empresarios andaluces, lo que permite llegar a algunas conclusiones que pueden ser de interés para el diseño y ejecución de las mencionadas políticas de desarrollo local.

2. VARIABLES A ANALIZAR Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

Según se desprende de diferentes investigaciones y trabajos, los factores que influyen en la emergencia empresarial se pueden agrupar en cuatro áreas o bloques: “características personales”, “contexto económico”, “contexto social” y “formación experiencia laboral” (Cáceres, 2002). De dicha delimitación se deduce que el fenómeno empresarial es necesario abordarlo desde una perspectiva multidisciplinar, en la que se integren factores económicos, sociológicos y psicológicos, pues son muy numerosas las aportaciones que sobre ese particular se han realizado desde otras ciencias distintas de la Economía. Se trata, por tanto, de un fenómeno que viene condicionado por conjunto de variables de naturaleza muy diversa. A continuación se señalarán algunas que, seleccionadas entre las que se han considerado más relevantes por diferentes investigadores, admiten su valoración mediante una encuesta dirigida a la población empresarial y que, tras un minucioso análisis, se han mostrado significativas para explicar la emergencia empresarial en Andalucía.

En base a las consideraciones anteriores, dentro del bloque de variables que se ha denominado anteriormente “características personales”, sólo se contempla el “nivel de renta familiar”. Se prescinde, por tanto, de los rasgos psicológicos del individuo (motivación de logro, control interno, autoeficacia, tolerancia a la ambigüedad, espíritu innovador, perspicacia, etc.), que autores como McClelland (1961), Chye Koh (1995), Bandura (1982), Schumpeter (1976) o Kirzner (1975), entre otros, han considerado relevantes para explicar la aparición de empresarios. No obstante, conviene añadir que no existe “consenso” sobre el papel que juegan los variables psicológicas en la emergencia empresarial pues, como señalan Herron y Richard (1993), los estudios de las características empresariales han fallado en la demostración convincente de las conexiones entre la existencia de un “estado empresarial” y la creación de nuevas empresas. En ese sentido cabe también interpretar a Gartner y Starr (1992) cuando afirman que los intentos de definir al empresario basados en un conjunto de características no sirven para llegar a explicar el fenómeno del empresariado.

Dentro del “contexto económico” se analizan las variables “mercado de factores” y “mercado de productos”, que hacen referencia a la existencia de condiciones favorables o desfavorables en uno u otro mercado y que, siguiendo a Wilken (1979), puede considerarse que resultan determinantes para valorar el “nivel de oportunidades económicas existentes”, factor sobre el que existe un gran acuerdo en cuanto a su influencia positiva en la emergencia empresarial. Asimismo, se contempla dentro de este área la variable “falta de oportunidades de empleo en las organizaciones existentes”, que está estrechamente relacionada con el nivel de desempleo. Las investigaciones empíricas realizadas no siempre han encontrado significación estadística suficiente como para poder afirmar que dicha variable es relevante para que surjan empresarios (Cross y Payne, 1991; Blackburn y Curran, 1989). Sin embargo, el hecho de que Andalucía muestre un grave problema de desempleo, con tasas que doblan la media española, es una razón que justifica sobradamente su inclusión en el análisis.

Las variables que se analizan dentro del “contexto social” son también tres: el grado de “consideración social del empresario”, que ha sido señalada por numerosos autores como muy significativa para comprender la emergencia empresarial (Wilken, 1989); “las redes”, que hace referencia a la posibilidad de que el individuo que quiere emerger como empresario tenga acceso a un sistema de apoyos y contactos que le conecten con una estructura social más ancha en el mundo de los negocios (Staber, 1993); y la “familia”, cuya influencia, como señala Guzmán (1995), se manifiesta al observarse que la propensión hacia la actividad empresarial es superior entre los hijos de empresarios que entre aquellos otros que pertenecen a familias cuyos padres desarrollan otras actividades profesionales.

Finalmente, dentro del bloque “formación y la experiencia profesional”, se valoraran asimismo tres variables: la “formación standard” (Schultz, 1985); “la formación específica”, que se diferencia de la anterior en que enfatiza en el desarrollo de capacidades y actitudes empresariales, como la tolerancia a la convivencia con el riesgo y la toma de decisiones en ambientes no estructurados, la capacidad innovadora, el estímulo de la iniciativa personal, etc. (Gibb, 1990); y la “experiencia laboral previa”, que constituye un modo aprender a partir de la experiencia en el puesto de trabajo y de la observación de otros (Johannisson, 1991).

En cuanto a la metodología del trabajo empírico hay que señalar que si bien la población objetivo la constituyen todos los empresarios andaluces con al menos un empleado en plantilla, ante la imposibilidad de contar con una relación de dichos agentes se ha tomado como marco un listado de las empresas andaluzas que, elaborado a partir de la base de datos de la Seguridad Social, fue depurado para evitar duplicidades y registros representativos de organizaciones que no podían ser conceptuadas como empresas.

El cálculo del tamaño muestral se ha realizado sobre la base del muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas, supuesto para el que la varianza del estimador del promedio muestral viene dada por:

$$\text{Var}(\hat{U}) = p(1-p)/n$$

A partir de esa expresión se ha considerado la situación más desfavorable ($p = 0,5$) y se ha tomado como desviación típica $d = 0,03$, lo que lleva a establecer un tamaño muestral de 278 elementos. Dicha muestra ha sido estratificada por provincias, sector (industria, construcción y servicios) y dimensión empresarial (número de empleados) de forma que fuera representativa de la estructura empresarial de Andalucía Occidental.

Como instrumento de medición se ha utilizado una encuesta en la que se han recogido un conjunto de cuestiones que iban orientadas a captar información relevante sobre las variables que anteriormente se ha señalado. Dado que muchas de esas cuestiones estaban referidas al momento en el que empresario inició su actividad empresarial, fue preciso garantizar que se daban las condiciones adecuadas para que el entrevistado respondiera con la mayor exactitud posible. Por esa razón se utilizó el método de la entrevista personal. La recogida de la información se realizó durante el último trimestre de 1997 y el primero de 1998.

Los resultados del análisis empírico se exponen e interpretan a continuación.

3. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Como ya se ha señalado entre las variables que hacen referencia a “características personales” solo se analiza el “nivel de renta”, que en este trabajo hemos asimilado al “nivel socioeconómico” de los empresarios o de su familia en el momento de crear su primer negocio. La tabla 1 muestra la distribución de dichos agentes según las cuatro categorías que se han definido para esa variable. De ella se desprende que, al contrario de lo que han señalado diversos investigadores al relacionar positivamente el nivel de riqueza y de renta personal con la puesta en marcha de empresas propias –debido a que al incrementarse el nivel económico la aversión al riesgo disminuye y se reduce la dependencia de las entidades financieras– (Einsenhauer, 1995), en Andalucía no se aprecia que ambas variables se presenten asociadas. Como puede observarse las unidades muestrales se concentran preferentemente en los grupos de nivel socioeconómico medio (83%) con un cierto sesgo hacia los niveles socioeconómicos más bajos.

**NIVEL SOCIOECONOMICO DE LOS EMPRESARIOS
O DE SUS FAMILIAS EN EL MOMENTO DE CREAR
LA PRIMERA EMPRESA (TABLA 1)**

NIVEL SOCIO-ECON.	Nº DE EMPRESARIOS	%
ALTO	7	2.5
MEDIO-ALTO	107	38.5
MEDIO-BAJO	124	44.6
BAJO	40	14.4
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

4. CONTEXTO ECONÓMICO

Las tres variables objeto de análisis dentro de este contexto son: “mercado de productos”, “mercado de factores” y “falta de oportunidades de empleo en otras organizaciones”. Para observar el comportamiento de la primera de ellas, en la tabla 2 se muestra la distribución de los empresarios encuestados según las perspectivas de mercado que manifestaron haberse formado en el momento de iniciar la actividad empresarial.

La información tabulada revela, como era presumible, que la mayoría de los empresarios de Andalucía Occidental, un 63,7%, han iniciado su actividad empresarial en momentos en los que percibían unas perspectivas “buenas” o “muy buenas” para los productos o servicios que constituirían el objeto de sus empresas. No obstante, llama la atención el porcentaje de individuos que crea una empresa percibiendo unas condiciones “solo aceptables” o “malas” para la venta de sus productos, lo que revela que un número considerable de empresarios andaluces iniciaron la actividad empresarial en una situación en la que el horizonte económico les resultaba bastante incierto.

**PERCEPCIÓN DE LAS PERSPECTIVAS DE MERCADO
EN EL MOMENTO DE INICIAR
LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL (TABLA 2)**

PERSPECTIVAS	Nº DE EMPRESARIOS	%
MUY BUENAS	47	16.9
BUENAS	130	46.8
SOLO ACEPTABLES	81	29.1
MALAS	20	7.2
TOTAL	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Para valorar la importancia del “mercado de factores”, en la tabla 3 se ha distribuido a los empresarios según el grado de dificultad que encontraron para proveerse de los factores que necesitaban en el momento en que decidieron crear sus empresas: capital, mano de obra, materias primas, proveedores, instalaciones, etc.

**EMPRESARIOS SEGÚN GRADO DE DIFICULTAD ENCONTRADO
EN EL MERCADO DE FACTORES AL CREAR
SU PRIMERA EMPRESA (TABLA 3)**

GRADO DE DIFIC.	Nº DE EMPRESARIOS	%
MUCHA	26	9.4
BASTANTE	50	18
POCA	69	24.8
NINGUNA	72	25.9
NEGOCIO EN MARCHA	61	21.9
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Si un 22% de los empresarios parten de un negocio que ya está en marcha, por lo que no debieron experimentar grandes dificultades en relación con el mercado de factores, y otro 50% aproximadamente encuentran un grado de dificultad pequeña o nula, la cuarta parte restante inicia su actividad con un nivel importante de dificultades para proveerse de los factores que necesitan, por lo que también ahora se aprecia la existencia de un porcentaje considerable de empresarios andaluces que han tenido que superar obstáculos notables para la creación de sus empresas. Considerando conjuntamente los resultados de las tablas 2 y 3 puede señalarse que la situación de partida es especialmente poco propicia para un 12% de los empresarios encuestados, que son los que soportando un grado de “muchacha” o “bastante” dificultad en el mercado de factores percibían “solo aceptables” o “malas” las perspectivas de mercado para sus productos o servicios.

De todo ello se deduce que en lo que se refiere a las dos variables anteriores, que consideradas conjuntamente son indicativas del “nivel de oportunidades económicas”, el comportamiento del empresario emergente en Andalucía, aunque no difiere notablemente del que se prevé en diferentes modelos explicativos de la emergencia empresarial que se han construido (Wilken, 1979), revela la existencia de un porcentaje considerable de individuos que crearon su primera empresa en unas condiciones no demasiado propicias desde la perspectiva del “contexto económico”.

La encuesta realizada permite obtener otro dato que puede ser utilizado para complementar el análisis anterior, se trata del porcentaje que representan los empresarios que manifestaron que su principal obstáculo para la creación de su empresa fue la obtención de los recursos financieros necesarios. Dicho porcentaje alcanza el 38,8%, lo que induce a pensar que dicho factor ha representado un importante inconveniente para una gran parte del empresariado emergido debido a que el mercado de capitales no se adaptaba a sus necesidades.

Por último, en relación a la variable “falta de oportunidades de empleo en las organizaciones existentes”, resulta muy significativo que más del 28% de los empresarios encuestados manifestaran que esa fue su principal motivación hacia la actividad empresarial. Se refleja así el importante peso que el temor al desempleo ha tenido para la emergencia de casi un tercio de la población empresarial andaluza. Este hecho puede servir además para explicar, aproximadamente, el 36% de los casos en los que se inicia la actividad empresarial con unas perspectivas de mercado “malas” o “sólo aceptables” o con “mucho” o “bastante dificultad” en el mercado de factores. De ello se deduce que para un tercio aproximadamente de aquellos casos en los que los individuos emergieron como empresarios bajo unas condiciones poco favorables en el mercado de factores o en el de productos, el deseo de escapar del desempleo ha compensado el efecto negativo que sobre la emergencia empresarial introduce la percepción de un bajo “nivel de oportunidades económicas”.

Por otro lado, es preciso considerar el hecho de que un porcentaje importante de los empresarios andaluces hayan elegido el camino de la actividad empresarial como un medio de supervivencia y no porque realmente estuviesen motivados hacia ello. Este hecho resulta de especial trascendencia si se tiene en cuenta el importante papel que juega el tipo de motivación hacia el empresariado para la configuración de un “tejido empresarial de calidad”, aspecto que se abordará en las conclusiones del trabajo.

5. CONTEXTO SOCIAL

Dentro de este ámbito, las tres variables que se contemplan son: “consideración social del empresario”, “redes” y “familia”. Para valorar la importancia de la primera de ellas, en la tabla 4 se refleja la percepción que tenían los empresarios encuestados sobre la consideración social que merecía la actividad empresarial cuando iniciaron sus negocios.

**EMPRESARIOS SEGÚN EL GRADO DE CONSIDERACIÓN
SOCIAL SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL QUE RECIBÍAN
AL CREAR SU PRIMERA EMPRESA (TABLA 4)**

VALORACIÓN	Nº DE EMPRESARIOS	%
MUY BIEN CONSID.	15	5.4
BIEN CONSIDERADOS	130	46.8
POCO CONSIDERADOS	78	28.1
MAL CONSIDERADOS	53	19.1
N.S./N.C.	2	0.7
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Los datos reflejan que un 52.2% de los empresarios encuestados percibían, en el momento que pusieron en marcha su primer negocio, que la actividad empresarial estaba “bien” o “muy bien considerada” socialmente, y casi otro tanto “mal” o muy “mal”. Estos resultados contrastan con la tesis ampliamente compartida por numerosos investigadores relativa a que una de las condiciones que han darse para que surja el empresario es que exista una alta valoración social de su actividad. El hecho de que la mitad de los individuos encuestados crearan su primera empresa percibiendo una baja consideración social sobre su profesión puede ser tomado como representativo de la valoración que el conjunto de la población andaluza ha venido realizando sobre dicha actividad. Esa hipótesis puede apoyarse en el resultado de algunas investigaciones realizadas en Andalucía en las que se pone de manifiesto que la actividad empresarial está menos valorada que otras profesiones, así como que la legitimidad de los empresarios presenta “una importante laguna que afecta directamente a la función empresarial” (Bericat, 1989). Todo ello induce a pensar que la variable “consideración social del empresario” ha ejercido un efecto negativo sobre la aparición de empresarios en Andalucía Occidental.

Por otro lado, para valorar la importancia de la segunda de las variables objeto de análisis en este apartado, “las redes”, se ha construido la tabla 5, donde se refleja que dicho atributo ha tenido una gran importancia en la aparición de los empresarios andaluces. Como puede observarse, tan sólo un 12% de los encuestados manifestó no haber tenido acceso a ninguna las de redes señaladas. Asimismo se aprecia que un 25,9% del total de empresarios parten de una situación en la que las redes del negocio están totalmente formadas; se trata de aquellos que continúan un negocio familiar o adquieren una empresa que ya existía. La situación es en cierto modo parecida para otro 30,7% que manifestó tener relaciones con clientes y proveedores al iniciar la actividad

empresarial (21,9%) o con clientes, proveedores y entidades financieras (19,8%). El resto, aproximadamente un 20%, con un nivel de integración menor en las redes empresariales, también mantenía contactos aunque sólo fuese con proveedores, con clientes, con entidades financieras, con clientes y entidades financieras o con proveedores y entidades financieras.

REDES DE CONTACTO Y APOYO EN EL MOMENTO DE INICIAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL (TABLA 5)

TIPO DE RED	Nº DE EMPRESARIOS	%
NINGUNA	34	12.2
CONTIN. NEG. FAMIL.	55	19.8
PROVEEDORES	9	3.2
CLIENTES	10	3.6
PROVEED. Y CLIENTES	61	21.9
PROVEED. Y ENT. FRAS.	13	4.7
CLIENTES Y ENT. FRAS.	11	4
CLI. PROVEED. Y E. FRAS.	55	19.8
ENTIDADES FRAS.	13	4.7
COMPR. NEG. EN MAR.	17	6.1
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Esta variable manifiesta así ser una de las más importantes del “contexto social” para la emergencia empresarial andaluza. Su elevado peso sólo puede comprenderse considerando la existencia de experiencias laborales previas al inicio de la actividad empresarial, como se tendrá ocasión de comprobar al analizar las variables del área de la “formación y experiencia laboral”.

Otro aspecto de interés en relación con las “redes” lo constituye el grado de asociacionismo existente en el momento de iniciar la actividad empresarial. Los datos que se reflejan en la tabla 6 permiten afirmar que el nivel de asociación de los empresarios andaluces al iniciar su actividad empresarial es relativamente bajo, lo que puede contrastarse al comparar con el comportamiento que presentan los agentes empresariales de otras regiones españolas más prósperas. Este hecho ayuda a comprender una de las características del tejido empresarial andaluz, como es la alta presencia de microempresas, ya que la creación de unidades productivas de una cierta dimensión requiere, generalmente, un mayor volumen de inversiones y, por tanto, la participación de varios socios.

**DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS SEGÚN ESTUVIERAN
ASOCIADOS O NO AL CREAR SU PRIMERA EMPRESA (TABLA 6)**

	Nº DE EMPRESARIOS	%
ASOCIADOS	123	37.8
NO ASOCIADOS	173	62.2
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

En relación al papel que juega la “familia” en la aparición de nuevos empresarios puede señalarse que parece ejercer una importante influencia positiva cuando en ella existen personas que se dedican a la actividad empresarial. Así lo demuestra el hecho de que más de un 50% de los individuos encuestados procedieran de unidades familiares en las que ya existía un empresario con anterioridad al momento en el que tomaron la decisión de poner en marcha su propio negocio (tabla 7). Conviene dejar claro, no obstante, que los datos hacen referencia a la existencia de cualquier familiar empresario con el que tuvieran una relación próxima y no sólo a los padres, como ocurre en otras investigaciones de este tipo, pues se ha partido de la hipótesis de que esa clase de influencias no tienen por qué quedar circunscritas a las estrictas relaciones paternofiliales.

**EMPRESARIOS QUE MANIFIESTAN HABER TENIDO FAMILIARES
PRÓXIMOS DESARROLLANDO ACTIVIDADES EMPRESARIALES
ANTES DE INICIAR ELLOS MISMOS SU PROPIO NEGOCIO (TABLA 7)**

FAMILIA CON EMPRES.	Nº DE EMPRESARIOS	%
NO	137	49.3
SÍ	141	50.7
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, cuando se cruzan los datos de la tabla anterior (tabla 7) con los relativos a las “redes” (tabla 5) se observa que tan sólo un 36,4% de los individuos con familiares próximos, que ya fuesen empresarios con anterioridad al momento en que aquéllos crearon su primera empresa, han continuado con el negocio familiar, lo que pone de manifiesto que un alto porcentaje de ellos se ha enfrentado con éxito al inicio de nuevas actividades empresariales distintas de las que desarrollaban sus padres u otros familiares próximos. Por tanto, la actividad empresarial no ha venido dada para dichos individuos por la mera continuación de un negocio ya establecido sino por la asunción de nuevas responsabilidades y comportamientos empresariales, lo que otorga más relevancia si cabe al peso de esta variable en la emergencia empresarial.

6. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA LABORAL

Las tres variables que conforman este área de influencias son: “formación standard”, “formación específica” y “experiencia laboral previa”.

El nivel de “formación standard” –transmisora fundamentalmente de conocimientos formalizables, sin estar orientada a desarrollar actitudes o comportamientos empresariales– que habían adquirido los empresarios encuestados en el momento de crear sus primeras empresas se refleja en la tabla 8. Los datos expuestos permiten señalar que la importancia que numerosos autores han atribuido a dicha variable como impulsora de la iniciativa empresarial no se ve reflejada en el empresariado andaluz. El porcentaje de individuos encuestados que sólo tenían una formación muy básica o primaria al iniciar sus negocios es sensiblemente más elevado que el cabría esperar en base a dichas consideraciones.

**NIVEL DE FORMACIÓN STANDARD DE LOS EMPRESARIOS
ANDALUCES CUANDO INICIARON
SU PRIMER NEGOCIO (TABLA 8)**

NIVEL DE FORMACIÓN	Nº DE EMPRESARIOS	%
PRIMARIA O NINGUNA	122	43.9
BACHILLERATO	57	20.5
F.P. PRIMER GRADO	10	3.6
F.P. SEGUNDO GRADO	22	7.9
DIPLOMADO	42	15.1
LICENCIADO	25	9
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Abundando en lo anterior puede señalarse el escaso peso que representan dentro del colectivo de empresarios aquellos que cursaron Formación Profesional o estudios superiores. Por tanto, si se toma en consideración la relevancia que diferentes autores atribuyen a este tipo de formación para que emerjan empresarios, parece ponerse de relieve que el Sistema Educativo Andaluz no responde en la medida de sus posibilidades a fomentar la actividad empresarial. Se desaprovechan así unos recursos que podrían utilizarse en mayor medida para incrementar la eficacia de las políticas con las que se persigue el crecimiento económico de la comunidad autónoma y la generación de puestos de trabajo. Hay que tener en cuenta que dicha formación, sobre todo en las titulaciones que más se relacionan con la empresa, no sólo podría orientarse a estimular la emergencia de empresarios sino también a elevar la calidad de éstos, lo que repercutiría positivamente sobre el tejido empresarial y, por tanto, en el crecimiento de la economía y del empleo.

Por otro lado, puede resultar de interés, ahora que ya se ha analizado el comportamiento de la mayor parte de las variables objeto de estudio, cruzar los datos de la tabla 8 con los relativos al “nivel socioeconómico” de los empresarios en el momento en que crearon su primer negocio (tabla 1). Se observa así que el 80,4% de los individuos con menor nivel de formación procede de familias con niveles socioeconómicos “medio-bajo” o “bajo”. Pero además, si al cruce de información se incorpora la variable “falta de oportunidades empleo en otras organizaciones”, se pone de manifiesto que de aquéllos un 69,6% se iniciaron en la actividad empresarial ante la imposibilidad de encontrar un puesto de trabajo como asalariados. Esos hechos reflejan una realidad que permite ir anticipando algunos de los resultados de éste trabajo: un porcentaje significativo de empresarios andaluces ha iniciado la actividad empresarial partiendo de un nivel socioeconómico “bajo” o “medio bajo”, con una motivación “pobre” hacia la creación de un negocio propio –evitar el desempleo– y un nivel de formación reducido. Dichas características se alejan considerablemente de las que se requieren para enfrentarse a unos mercados cada vez más competitivos y exigentes, lo que se asocia a debilidades del tejido empresarial y, por tanto, a las posibilidades de crecimiento y de generación de empleo de la economía andaluza.

La variable “formación específica”, informa sobre la asistencia o no asistencia de los encuestados, antes de poner en marcha su primer negocio, a cursos que tuvieran como objetivo desarrollar actitudes, destrezas y conocimientos que favorezcan los comportamientos empresariales. Dicha información se complementa en la tabla 9 con la relativa al número de empresarios que habían realizado cursos de formación relacionados con la actividad de la empresa que pensaban crear. Los datos impiden afirmar que la “formación específica” haya tenido una relevancia importante para la emergencia empresarial andaluza, ya que como puede observarse tan sólo se manifiesta en un 2,5% de los empresarios actuales. La razón quizás pueda encontrarse en que en la Comunidad Andaluza, y en España en general, ese tipo de formación está poco extendida. Se trata, por tanto, de un campo en el que existe un amplio margen para el desarrollo de iniciativas tendentes a favorecer una emergencia empresarial de calidad.

Por otro lado, la tabla 9 refleja que tan sólo un 10,8% de los empresarios andaluces recibió cursos de formación relacionados con la actividad de su primera empresa, lo que refuerza lo señalado anteriormente en relación al escaso peso que la formación ha tenido para la emergencia empresarial andaluza.

EMPRESARIOS CON FORMACIÓN ESPECÍFICA O SOBRE LA ACTIVIDAD DE SU FUTURA EMPRESA (TABLA 9)

TIPO DE FORMACIÓN	Nº DE EMPRESARIOS	%
FORMAC. EMPRESAR.	7	2.5
FORMAC. ACTIVIDAD	107	38.5
NINGUNA	124	44.6
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Por último, para el análisis de la variable “experiencia laboral previa” se ha dividido su recorrido en intervalos indicativos del número de años que los empresarios habían desarrollado alguna actividad laboral con anterioridad a la creación de su primera empresa (tabla 10). Como puede apreciarse, tan sólo un 3,2% de los empresarios andaluces no habían desarrollado ninguna experiencia laboral antes de poner en marcha su primer negocio, mientras que un 66% sí lo había hecho en alguna organización durante un periodo de tiempo superior a cinco años. En conjunto, la experiencia laboral media de los individuos muestreados, con anterioridad a su aparición como empresarios, ha sido de 10,5 años. Por tanto, puede afirmarse que dicha variable tiene una gran relevancia para explicar el fenómeno de la emergencia empresarial en Andalucía Occidental.

AÑOS TOTALES DE EXPERIENCIA LABORAL DE LOS EMPRESARIOS ANDALUCES ANTES DE INICIAR SU NEGOCIO (TABLA 10)

Nº AÑOS DE EXPER.	Nº DE EMPRESARIOS	%
0 AÑOS	9	3.2
HASTA 2 AÑOS	36	12.9
ENTRE 3 Y 5 AÑOS	50	18
ENTRE 6 Y 10 AÑOS	73	26.3
MÁS DE 10 AÑOS	110	39.6
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Considerando ahora conjuntamente el análisis realizado sobre las tres variables que se han tratado en este apartado, puede señalarse que los empresarios andaluces, en su gran mayoría, aprendieron el contenido y desarrollo de la función empresarial en las organizaciones en las que tuvieron experiencias profesionales previas a su inicio como tales. La empresa parece

haberse convertido así en la principal “escuela para empresarios”, supliendo, con todas sus ventajas e inconvenientes, las deficiencias del sistema educativo en lo que se refiere al papel que éste puede jugar para favorecer la aparición de empresarios de calidad.

Abundando en lo anterior, resulta de interés conocer la experiencia laboral previa del empresario en la misma actividad que la de la empresa con la que emergió como tal. Presumiblemente ese tipo de experiencia le debe haber permitido adquirir un conocimiento sobre la actividad, que puede haber jugado un importante papel a la hora de decidir la puesta en marcha del negocio. Los datos que refleja la tabla 11 parecen confirmar esa presunción pues, aunque se observa que las frecuencias son más reducidas que cuando se trata de la “experiencia laboral” previa en su conjunto, no por ello deja de ser significativo que más de un 75% de los individuos encuestados contaran, cuando crearon su primera empresa, con varios años de experiencia en una actividad similar a aquella con la que se convirtieron en empresarios y que para casi un 50% esa experiencia superara los 5 años.

**AÑOS EXPERIENCIA LABORAL PREVIA EN UNA ACTIVIDAD
PREVIA SIMILAR A LA DE LA EMPRESA
CON LA QUE SE EMERGIÓ (TABLA 11)**

Nº AÑOS DE EXPER.	Nº DE EMPRESARIOS	%
0 AÑOS	70	25.2
HASTA 2 AÑOS	31	11.2
ENTRE 3 Y 5 AÑOS	40	14.4
ENTRE 6 Y 10 AÑOS	57	20.59
MÁS DE 10 AÑOS	80	28.8
TOTALES	278	100

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, los datos anteriores permiten comprender el alto grado de acceso a las “redes” empresariales en el momento de iniciar el negocio que han revelado los empresarios encuestados, según se puso de manifiesto con anterioridad. Este hecho, que fue valorado como uno de los factores que más habían incidido en la emergencia empresarial andaluza, encuentra su explicación ahora, al evidenciarse que ha sido precisamente la experiencia laboral previa la que ha permitido a los individuos analizados que contaran en el momento de poner en marcha sus empresas con una amplia red de relaciones comerciales, financieras, con proveedores, etc.

7. CONCLUSIONES

El análisis realizado en las páginas anteriores hace posible una aproximación al fenómeno de la emergencia empresarial en Andalucía Occidental, que ayuda a comprender algunas de las razones que explican los puntos débiles que presenta el tejido empresarial de esta región.

Los datos expuestos permiten deducir que en lo que se refiere al “contexto económico” los empresarios andaluces emergen preferentemente cuando se dan unas condiciones favorables en el “mercado de productos” y en el “mercado de factores”. Dicho comportamiento se corresponde con el que cabría esperar atendiendo a los resultados de otras investigaciones y a lo señalado por diferentes autores, que consideran el “nivel de oportunidades económicas” la variable que más incide en la oferta de empresarios. Asimismo, dentro de ese “contexto” se detecta la presencia de otra variable que ha jugado un importante papel en la emergencia de los empresarios andaluces: “la falta de oportunidades de empleo en las organizaciones existentes”. El hecho de que casi un tercio de los individuos que iniciaron la actividad empresarial en las últimas décadas se haya visto impulsado hacia la creación de empresas motivado por la necesidad de salir de la situación de desempleo, es un factor que no debe pasar desapercibido cuando se estudia el tejido empresarial. Según se ha puesto de manifiesto en recientes investigaciones, ese tipo de motivación hacia la actividad empresarial se asocia negativamente con el grado de desarrollo que alcanzan ciertas funciones propias del empresario que son consideradas claves para que exista “calidad empresarial” (Santos, 1998). Las motivaciones de tipo extrínseco, como la anterior, se dan de forma significativa en empresarios que presentan comportamientos de bajo nivel de empresarialidad: son reticentes a la introducción de innovaciones, no buscan nuevas oportunidades de negocio o de mercados, no les preocupa la expansión de la empresa o evitan la convivencia con la incertidumbre y la asunción de riesgos, etc. Se trata, por tanto, de un factor que puede favorecer o reforzar determinadas características de las empresas, como son, entre otras: reducida dimensión, orientación hacia los mercados locales, actividades con bajo nivel de complejidad, ausencia de innovaciones y, en consecuencia, una gran orientación productiva hacia pequeñas empresas de servicios. El tejido empresarial andaluz, como es bien sabido, encaja en gran medida en dicha caracterización.

Entre las variables del “contexto social” que se han analizado, “la familia” refleja que la propensión al empresariado en Andalucía ha sido superior entre los hijos de empresarios que entre los individuos cuyos padres desarrollaban otras actividades profesionales. Ese es el comportamiento que cabría esperar si se tiene en cuenta el alto grado de “consenso” que existe sobre la influencia positiva que dichas circunstancias ejercen para la aparición de empresarios. En cambio, el atributo “consideración social de la actividad empresarial” parece haber incidido negativamente en la emergencia empresarial andaluza. Los

resultados que se han analizado, en combinación con los de otras investigaciones consultadas, permiten afirmar que en Andalucía se valora menos al empresario que a otros profesionales. La importancia de este hecho radica en que el grado de legitimación social de la actividad empresarial es uno de los factores que se consideran más relevantes, sobre todo desde una perspectiva sociológica, para explicar la aparición de empresarios.

Por otro lado, el efecto negativo de dicha variable sobre la emergencia empresarial puede ayudar a comprender el bajo nivel de formación que se observa en una gran parte del empresariado. Como es bien sabido, las posibilidades y alternativas de encontrar un empleo se incrementan con el nivel educativo. Ante una reducida legitimación social de la actividad empresarial, es lógico pensar que los individuos más formados y, por tanto, con más alternativas de empleo elijan ocupaciones que gozan de una mayor consideración social. En cambio, entre los colectivos con menor formación la actividad empresarial se convierte en una alternativa para escapar al desempleo. Los datos analizados parecen corroborar esa hipótesis al reflejar no sólo una mayor presencia de empresarios con nivel de formación muy básica, sino también, como ya se ha apuntado, que un alto porcentaje de éstos eligieron la actividad empresarial ante la imposibilidad de encontrar un empleo.

La reducida presencia entre el empresariado de titulados en Formación Profesional y de Licenciados revela que se están desaprovechando las posibilidades que ofrece el Sistema Educativo para favorecer la emergencia de un empresariado de calidad en Andalucía. En la literatura sobre la función empresarial se aprecia un alto “consenso” al valorar la importancia del papel que pueden jugar la formación para estimular la emergencia y calidad de los empresarios. La educación además de transmitir conocimientos y valores que pueden mejorar la percepción que los individuos tienen de la actividad empresarial, puede orientarse, con el uso de una metodología adecuada, a desarrollar capacidades y actitudes que se asocian positivamente con los empresarios de calidad.

Como se ha señalado anteriormente, la “formación específica” se caracteriza por ir dirigida a desarrollar dichas capacidades y actitudes empresariales, además de transmitir también, como hace la “formación standard”, conocimientos formalizables. El análisis realizado permite comprobar que dicho tipo de educación apenas se manifiesta en los empresarios encuestados. Este hecho puede ser explicado por la escasa oferta de ese tipo de formación en Andalucía y en, general, en España.

Por tanto, cabe señalar que son numerosas las acciones que puede desarrollar la política educativa andaluza para favorecer la emergencia de un empresariado de calidad en la región, sobre todo en aquellas titulaciones que guardan una relación más estrecha con el mundo empresarial. En el contexto económico actual la formación y capacidad de los empresarios constituye un activo fundamental para competir en unos mercados cada vez más exigentes

y globalizados; en los que la innovación, la introducción de nuevas tecnologías, las relaciones con el exterior, las estrategias comunes, etc. representan un obstáculo difícilmente superable para las personas con niveles de formación muy básicos o actitudes contrarias a la empresariedad.

Por otro lado, no resulta extraño que la variable “experiencia laboral” se muestre muy significativa para explicar la aparición de empresarios en Andalucía. Los altos niveles de experiencia profesional previa al inicio de la actividad empresarial que manifiestan los individuos encuestados reflejan que ha sido en las empresas en las que éstos trabajaron por cuenta ajena en las que aprendieron lo necesario para convertirse en empresarios. El centro de trabajo se ha convertido así en la verdadera “escuela para el empresariado”, lo que tiene la importante ventaja que supone aprender desde la experiencia pero a su vez presenta el inconveniente de no ofrecer una formación sistematizada que abarque todos los aspectos y contenidos que se requieren para enfrentarse hoy día al complejo mundo de los negocios.

Ese elevado nivel de “experiencia laboral previa” a la actividad empresarial permite entender que los individuos encuestados iniciaran su primer negocio contando con la posibilidad de acceso a diversos tipos de redes ya establecidas (relaciones con clientes, proveedores, entidades financieras, etc.), lo que otorga mayor relevancia, si cabe, a la importancia de la “experiencia previa”. No obstante, dentro de este ámbito de las “redes”, hay que señalar también el reducido nivel de asociacionismo que se observa en el empresariado andaluz, lo constituye, probablemente, un factor que favorece la reducida dimensión de las empresas andaluzas.

Finalmente, y a modo de síntesis, puede señalarse que la aproximación al fenómeno empresarial andaluz que aquí se realizado ha permitido detectar un conjunto de factores o variables cuyo comportamiento ayuda a comprender algunos puntos débiles del empresario emergido en Andalucía Occidental. La baja consideración social sobre la actividad empresarial, el escaso papel que juega la formación en la orientación de los individuos hacia la creación de empresas propias, el escaso grado de asociacionismo y el elevado porcentaje de empresarios que se han iniciado como tales motivados por la necesidad de escapar del desempleo constituyen un grupo de factores de naturaleza extraeconómica, e interdependientes en gran medida, que contribuyen a impulsar y reforzar determinadas características negativas del tejido productivo andaluz, como: la reducida dimensión de las empresas, la excesiva inclinación hacia las actividades de servicios, la elevada orientación hacia los mercados locales, los bajos niveles de innovación, etc. Se quiere significar así la importancia que tiene el factor empresarial, desde esta vertiente del “hombre-empresario” que aquí se ha seguido, para la mejora del tejido productivo y, por tanto, para el desarrollo económico. Por lo que se concluye señalando que resulta necesario prestar una atención especial a dicha figura en las políticas que tienen mayor relevancia para el desarrollo económico de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- BANDURA, A. (1982): "Self-Efficacy Mechanism in Human Agency". *American Psychological Association, Inc.* Vol. 37, núm. 2, págs. 122-147.
- BERICAT, E. (1989): "Cultura productiva y desarrollo endógeno. El caso andaluz". *Estudios Regionales*, núm. 24, pág. 39.
- BLACKBURN, R. y CURRAN, J.(1989): "The future of small firm: attitudes of young people to entrepreneurship". *12th UK Small firm policy and research conference*; Thames Polytechnic, págs. 132-144.
- BARROSO GOZALEZ, M. (1997): *Modelos de planificación estratégica y desarrollo local aplicados a la ciudad de Huelva*. Tesis Doctoral, Universidad de Huelva.
- CACERES, F. R. (2001): *El empresario en el pensamiento económico. Una delimitación de la función empresarial*; UNED-Centro Asociado de Sevilla, Sevilla.
- CÁCERES, F.R. (2002): *Entorno socioeconómico y espíritu empresarial. Factores determinantes la emergencia de empresarios en Andalucía Occidental*; Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- CHYE KOH, H. (1995): "Factors associated with entrepreneurial inclination: an empirical study of business undergraduates in Hong Kong". *Journal of Business and Entrepreneurship*, vol. 12, núm. 2.
- CROSS, M. y PAYNE, G. (1991): *Work and the enterprise culture*; The Falmer Press, London, págs. 1-5.
- EISENHAUER, J.G. (1995): "The Entrepreneurial Decision: Economic Theory and Empirical Evidence". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 1995, p. 69.
- GARTNER, W.B y STARR, J.A.(1992): "The nature of entrepreneurial work". *Second Annual Conference on Entrepreneur Research*, London, 19-11 Marzo, págs. 225-240.
- GIBB, Alan A. (1990): "The Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals"; *International Small Business Journal*, vol. 3,nº 11, págs. 11-34.
- GUZMÁN, J. (1993): "La calidad de la empresa y del empresario en nuestro entorno económico"; en *La empresa y el empresario en el desarrollo económico*, Fundación El Monte.
- GUZMÁN, J. (1995): *El empresariado en la provincia de Sevilla*; Diputación de Sevilla, págs. 156-158.
- GUZMÁN, J. (1999): "Toward a Taxonomy of Entrepreneurial Theories"; *International Small Business Journal*, July-September, vol. 12, nº 4.
- HERRON, L y RICHARD B. ROBINSON, JR. (1993): "A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance". *Journal of Business Venturing*, núm. 8, págs. 281-294.

- JOHANNISSON, B.(1991): "University training for entrepreneurship: Swedish approaches"; *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 3, págs. 67-82.
- KIRZNER, I.M. (1975): *Competencia y Función Empresarial*. Unión Editorial, Madrid, págs. 81-89.
- McCLELLAND, D.C.(1961): *The achieving society*. Princeton, N.J.: Van Nostrand Publishing Company.
- SANTOS, J. (2001): *La Calidad del Empresario Sevillano*. Diputación Provincial de Sevilla, Sevilla.
- SCHULTZ, T. (1985): *Invirtiendo en la gente: la cualificación personal como motor económico*. Editorial Ariel, Barcelona.
- SCHUMPETER, J.A. (1976): *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica, México, págs. 74-76.
- STABER, U.(1993): "Friends, Acquaintances, Stranger: Gender Differences in the Structure of Entrepreneurial Networks"; *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 11, núm. 1, pág. 74.
- WILKEN, P.H. (1979): *Entrepreneurship. A Comparative Historical Study*; Alex Publishing Corporation, EE.UU.