

## CAPÍTULO 64

---

### *LA FUNCIÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO Y LA EMPRESA ACTUAL EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LAS REGIONES. PROGRAMAS DE FOMENTO DE INICIATIVAS EMPRESARIALES PARA JÓVENES EN ANDALUCÍA*

---

**Inmaculada Martín Rojo**  
**Ana Isabel Gaspar González**  
Universidad de Málaga (España)  
imrojo@malagavirtual.com

#### INTRODUCCIÓN

La tradicional figura del empresario como proveedor del capital y de la empresa como unidad de producción ha ido evolucionando y ampliándose a lo largo del tiempo. Actualmente, sin restar importancia a las teorías más tradicionales sobre la empresa y el empresario, se empieza a hacer cada vez mayor hincapié en la función social que empresario y empresa cumplen.

Hoy en día no está ya tan extendida la connotación del empresario como capitalista, sino más bien como alguien que opta por el autoempleo y que a la vez contribuye al desarrollo socioeconómico de su región, cumpliendo así una función social.

Si bien existen grandes grupos empresariales, para montar un negocio no necesariamente se ha de disponer de una elevada suma de dinero y crear una gran organización, existiendo pequeñas y medianas empresas que contribuyen al desarrollo social, cultural y económico de la zona donde se ubican e incluso hacen posible una mejor calidad de vida para los habitantes del lugar, desarrollando también por tanto una función social.

A lo largo de esta ponencia se analizará el impacto socioeconómico de la figura del emprendedor y la creación de empresas, haciendo especial referencia a los efectos económicos y laborales de las pymes con su consiguiente función social.

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

Asimismo, dado que estas compañías de menor dimensión generalmente se hallan en desventaja con respecto a las más grandes, se expondrá también la importancia de las organizaciones empresariales como organizaciones de servicios y defensa de estas compañías, sirviendo también como punto de convergencia económica y social.

Finalmente se abordará el tema de las vocaciones empresariales entre los jóvenes, ya que éste será el futuro del desarrollo socioeconómico de todo país, exponiéndose el caso de la Comunidad Autónoma andaluza, dando a conocer dos de los principales programas de fomento de iniciativas empresariales para jóvenes en Andalucía, así como algunos ejemplos de empresas de éxito para el futuro próximo que constituyen auténticos yacimientos de creación de empresas y empleo con un fuerte impacto socioeconómico en la región.

## **LA FIGURA DEL EMPRESARIO: EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y FUNCIÓN SOCIAL ACTUAL**

El estudio de la empresa no se puede abordar sin estudiar paralelamente la figura del empresario, entendido éste como el órgano individual o colegiado que se encarga de configurar la actividad productiva de la empresa, así como de dirigir y controlar los elementos que la integran.

Esta figura ha ido evolucionando y adquiriendo cada vez mayor relevancia y prestigio social a lo largo del tiempo. Los economistas clásicos prácticamente no le prestaron atención, de hecho, durante bastante tiempo se consideró que los procesos productivos funcionaban automáticamente, identificándose al empresario con el capitalista o proveedor de capital. Fue Richard Cantillon el primer autor que introdujo el vocablo francés “entrepreneur” -emprendedor- para designar a aquella persona que lleva a cabo una función empresarial, consistente en combinar los distintos factores productivos de la empresa de manera que se obtenga el máximo beneficio posible; es por tanto a partir de este momento cuando el empresario adquiere protagonismo, no como proveedor de capital, sino como figura que se encarga de configurar la actividad de la empresa, así como de dirigirla y controlarla. Aparecen así diferentes teorías sobre el empresario, no sólo ya la del empresario riesgo tradicional que detenta los medios de producción, sino también la teoría del empresario innovador de Schumpeter, o la del empresario control con las aportaciones de autores como Simon, Cyert y March y Galbraith.

Realmente todas estas teorías ayudan a conocer la figura actual del empresario, pudiéndose considerar todos estos enfoques complementarios. En este sentido, se puede decir que el empresario actual es un empresario profesional, dada la función directiva que realiza, pudiendo o no asumir un riesgo patrimonial –según sea o no también propietario del negocio-; asimismo, el enfoque del empresario innovador también sirve para comprender el desarrollo socio-económico al que estamos

### *La función social del empresario y la empresa actual...*

asistiendo, pues dados los avances tecnológicos que se están produciendo cada vez a mayor velocidad en nuestra sociedad, y dada la ventaja competitiva de la empresa creativa e innovadora, el empresario innovador se convierte en el elemento protagonista del mundo empresarial actual.

Además de esta evolución histórica que se ha producido en función de los cambios en el mundo empresarial, se observa que también se ha producido un cambio en la visión que la sociedad tiene de la figura del empresario. Cada vez más la imagen del empresario como aquella persona capitalista y que se enriquece con el trabajo de los demás va dando paso a otra imagen: la del empresario que cumple una función social y que es admirada y valorada por la sociedad.

Hace poco tuvo lugar en Madrid una exposición acerca de la imagen del empresario en el último medio siglo a través de la prensa, carteles, publicidad, etc. y podíamos apreciar cómo ha evolucionado esa imagen a lo largo de los años y cómo hoy el empresario goza de una general aceptación social y se le reconoce el importante papel que desarrolla en las sociedades modernas; hasta es objeto de ejemplo y muchos jóvenes se convierten en empresarios por su deseo de ser dueños de su destino y dar salida a sus inquietudes. Aparece así la función social del empresario; hay que explicarle a la sociedad que el empresario es parte de la sociedad civil y es el motor que hace funcionar cualquier sociedad moderna al crear riqueza, distribuirla, potenciar el I+D y las nuevas tecnologías, generar empleo, distribuyendo el beneficio empresarial a través de sus aportaciones fiscales y soportando las correspondientes cargas sociales.

La mejor forma de apreciar si un país funciona es ver sus empresas, su competitividad en suma. Todas estas son funciones sociales del empresario, así como nuevas ideas como el mecenazgo y el patrocinio y la comprensión de cómo la formación de los trabajadores es capital para que el empresario preste mejores servicios a sus clientes. Asimismo, la búsqueda de la excelencia y la calidad de sus productos y servicios debe ser otra preocupación constante del empresario.

Partiendo de este cambio de mentalidad general de la sociedad se podrá fomentar la vocación empresarial y potenciar la creación de empresas, que si bien en sus inicios pueden constituirse como pequeños negocios, no por ello dejan de ser importantes para la sociedad, tal y como se expondrá seguidamente, pudiendo incluso competir con los grandes grupos si se crean alianzas y cooperaciones de pymes.

## **LOS EFECTOS ECONÓMICOS Y LABORALES DE LAS PYMES. SU FUNCIÓN SOCIAL**

En España, el tejido empresarial se caracteriza por su gran atomización, predominando las pequeñas y medianas empresas, entendiéndose por pequeña empresa la que cuenta con menos de 100 trabajadores y por mediana la que emplea

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

de 100 a 500 trabajadores, según la OCDE<sup>1</sup>. Un dato significativo es que en el año 1989, las empresas con menos de 250 empleados representaban el 99,8% de las empresas nacionales, y dentro de este porcentaje, las microempresas, definidas como aquellas compañías que emplean a menos de diez trabajadores, suponían el 93% del total (Iniciativa PYME de Desarrollo Industrial, MINER 1995. Fuente Instituto de Estudios Fiscales. Fundación COTEC). Una década más tarde, comprobamos que la situación no ha cambiado en gran medida, como queda de manifiesto con datos como que en 1999 el 55,6% del total empleo en España lo ofrecían empresas con menos de 51 trabajadores; concretamente el 27,7% empresas con menos de 11 empleados y el 27,9% restante compañías que tenían una plantilla de entre 11 y 50 personas. (Instituto de Economía y Finanzas – IEF- ; 2000; pág. 91).

Considerando esta estructura empresarial, el proceso de globalización de la economía, en el que generalmente tienen ventajas las grandes empresas, nos afecta de manera muy directa, de ahí que dediquemos este apartado al estudio de la situación en que se encuentran las pymes españolas en la actualidad, analizando a continuación los motivos por los que se crean, las razones por las que se debe potenciar su existencia en una región y las principales características y problemáticas de su gestión:

### ***Motivos por los que se crea una pequeña o mediana empresa***

La decisión de montar un negocio viene motivada generalmente, además de por afán de lucro, por el deseo de independencia profesional y económica, el encontrar la persona un empleo a su medida con el que se realice a nivel personal y profesional, el interés en iniciar una actividad nueva o desarrollar una idea innovadora, etc. Si además se trata de una pequeña empresa, muchas veces familiar, deberemos considerar el importante papel que desempeña el empresario riesgo, que aporta su capital y también dirige la organización, y que generalmente está más involucrado en el negocio que el empresario profesional contratado por una gran compañía.

Centrándonos en el caso español, el carácter independiente y creativo de los españoles ha contribuido a que se creen numerosas pymes en nuestro país, siendo mayor la proporción de éstas en España que en la mayoría de los países de la Unión Europea.

---

1. Si bien existen diferentes criterios para medir la dimensión empresarial: número de trabajadores, volumen de ventas anuales, volumen de recursos propios, etc., dependiendo el acierto en el criterio utilizado del sector de actividad económica del que se trate, en principio en este estudio consideraremos el número de empleados, principalmente para seguir una cierta homogeneidad de criterio a la hora de analizar las estadísticas publicadas sobre este tema.

*La función social del empresario y la empresa actual...*

***Razones por las que se debe potenciar la existencia de pymes en una región***

En la actual economía globalizada, en la que parece que todo proceso productivo debe estar estandarizado y ejecutado por los grandes grupos empresariales, surge el interrogante de hasta qué punto tienen importancia las pymes en el tejido empresarial de una región. Aunque encontramos distintas opiniones en relación a este tema, creemos que existen argumentos de peso a favor de la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas, entre las que cabe citar las siguientes:

- Las pymes favorecen la libre competencia y amortiguan en parte la aparición de monopolios.
- Debido a su menor dimensión suelen ser más flexibles y tienen más capacidad de adaptación estructural, adaptándose más fácilmente a las nuevas necesidades de la demanda.
- Potencialmente están más capacitadas para actuar como vehículo de la renovación económica en las regiones más desfavorecidas, al mismo tiempo que crean empleo.
- La especialización y la atención personalizada que demandan determinadas actividades lo ofertan mejor en numerosas ocasiones las empresas de menor dimensión.

Por tanto, podemos afirmar que, para lograr un equilibrio territorial y sectorial, hay que considerar el importante papel desempeñado por las pymes en el desarrollo de una zona. Estas empresas desempeñan un papel fundamental no sólo por contribuir a la creación de riqueza, sino también por su aportación al desarrollo social de una región: creación de empleo, mejora de la calidad de vida (ampliación de la red de equipamientos y servicios comunitarios consecuencia de una mayor actividad en la zona), actúan como catalizadores para la mejora de las infraestructuras al poder hacer más presión a la Administración Pública si existe un tejido empresarial y una densidad de población considerable, etc.

***Características de las pymes***

Entre las principales características específicas de las pymes, podemos mencionar las siguientes (Zahera, 1996):

- Presentan estructuras organizativas simples.
- Disponen de recursos humanos, técnicos y financieros limitados.
- Apenas existe burocracia en su gestión.
- Tienen un grado bajo de diversificación en sus productos.
- Suelen crearse y desarrollarse próximas a las necesidades de los mercados locales.
- Muestran una gran flexibilidad y rapidez de respuesta ante los cambios en el entorno.

Estas peculiaridades hacen que estas organizaciones posean un importante potencial de generación de empleo y riqueza, pero al mismo tiempo las convierte

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

en compañías intrínsecamente débiles y vulnerables<sup>2</sup>. Esta vulnerabilidad se debe principalmente a la limitación de sus recursos. En este sentido, en un informe de la Comisión de las Comunidades Europeas (1996), se identificaban cuatro aspectos en los que la escasez de recursos condiciona negativamente la subsistencia de las pymes:

- El entorno normativo, que cada vez es más complejo, tanto a nivel legal, como fiscal o administrativo, y por tanto, más difícil de conocer y entender por parte de estas compañías.
- El entorno tecnológico, que cada día cambia con mayor rapidez, siendo complejo para estas organizaciones adaptarse a él e implantar los últimos avances.
- El entorno financiero, al encontrar estas empresas más dificultades que las grandes para encontrar financiación a costes competitivos.
- El entorno de la gestión, siendo la formación en técnicas de gestión de los directivos de estas compañías inferior a la de los ejecutivos de empresas grandes; y además, es difícil encontrar en el mercado programas de formación específicos que cubran sus necesidades. Este problema se acrecienta en algunas empresas familiares, sobre todo cuando desaparece la figura del fundador que ejercía de empresario profesional y empresario riesgo, y éste es reemplazado por otro familiar que no siempre posee la preparación idónea para el puesto directivo que ocupa.

### ***Análisis DAFO de las pymes***

Después de presentar las características de las pymes en general, podemos decir que, como consecuencia de todas estas limitaciones en sus recursos anteriormente citadas, se pueden identificar las siguientes *debilidades* en estas organizaciones:

- Escasez de medios para dedicarlos al I+D, siendo hoy en día ésta una ventaja competitiva importantísima.
- Pocos recursos para dedicarlos a la formación del personal, repercutiendo ello en ocasiones en una menor profesionalidad y calidad, aunque ello no quiera decir que no existan pymes que destaquen justo por todo lo contrario, y cuyo personal esté lo suficientemente motivado para paliar este tipo de debilidades en un momento dado.
- La aplicación de nuevas tecnologías, sobre todo al ritmo tan vertiginoso que el entorno tecnológico exige, supone una inversión que no siempre puede permitirse una pyme.
- La Cultura Empresarial implantada por el fundador puede quedar desfasada, bien porque no se ha adaptado a los cambios en el entorno, o bien porque

2. Según estudio publicado por EUROSTAT (1994), aproximadamente el 50% de las pymes de la Unión Europea quiebra durante los cinco primeros años de su existencia.

*La función social del empresario y la empresa actual...*

en la gestión de la compañía comienzan a participar nuevos sujetos –hijos, nietos, familia política, etc.- con unas ideas y valores diferentes y que a veces provocan situaciones de gran conflictividad.

A estas debilidades intrínsecas hemos de sumar la *amenaza* de los grandes grupos empresariales creados a través de distintas estrategias de diversificación –integración vertical, diversificación horizontal, diversificación concéntrica, diversificación conglomeral-, que ejercen una fortísima competencia en el mercado y que se aprovechan de importantes economías de escala y ahorros de costes de transacción, lo que hace aún más vulnerables a las pymes.

No obstante, se han identificado también una serie de *fortalezas*, tales como:

- Su flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios, que coyunturalmente puede darles en determinados momentos ventajas competitivas sobre las grandes compañías.
- Su menor dimensión da lugar a un trato más humano dentro de la organización y/o con los clientes generalmente, lo que las hace muy aptas para la realización de actividades que demandan una atención personalizada al cliente.
- Conocen mejor las necesidades de los mercados locales, por lo que se suelen adaptar mejor a la hora de satisfacer determinadas demandas de los clientes.

Además, en el actual entorno globalizado, estas compañías tendrán la *oportunidad* de ser agentes impulsores del desarrollo de numerosos municipios, donde aún no han llegado las grandes multinacionales, al conocer mejor las necesidades locales, siempre y cuando se creen redes de empresas –ya sea vía asociaciones, agrupaciones, cooperaciones, alianzas estratégicas, etc.-, que ayuden a paliar las debilidades de las pymes y a hacer frente a las amenazas de los grandes grupos empresariales. En este sentido, conviene señalar que, al hablar de red, lo haremos considerando a ésta como “el conjunto de relaciones sociales y económicas que vinculan a los actores que participan de la vida productiva local” (Kantis, H. y otros; 2000; pág. 154), es decir, que consideraremos a los empresarios locales y las relaciones que tienen entre sí y con las instituciones locales vinculadas a la actividad productiva de bienes y/o servicios que se estén desarrollando. De hecho, cada vez se le presta más atención a la problemática de las pymes en las directrices de la Unión Europea, reconociéndose su capacidad de generar empleo y su papel dinamizador en la economía de numerosas regiones. Esta preocupación se materializa en la aparición de Iniciativas comunitarias como Programas LEADER I y II, entre otras.

Por todo ello, podemos concluir diciendo que, en el actual entorno, las pymes, no sólo no están llamadas a desaparecer, sino que su existencia se hace necesaria para el desarrollo económico y social de numerosas regiones, aunque, dadas sus limitaciones, tengamos que adaptar su forma de gestión interna y de relacionarse con su medio externo para que sean competitivas. En este sentido, dados los problemas existentes en la gestión de las pymes y su vulnerabilidad, tal y como se ha recogido en el análisis D.A.F.O. presentado, estas organizaciones deben asumir una serie de retos para sobrevivir con éxito, tales como los siguientes:

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

- Al tratarse de empresas familiares en su mayoría, conviene crear una especie de “protocolo familiar” donde se recojan los derechos y obligaciones de cada miembro familiar, y se especifiquen claramente las funciones y responsabilidades de cada uno, así como las condiciones de la herencia o transmisión del negocio a sucesivas generaciones. Este “protocolo” evitaría numerosos conflictos familiares, especialmente cuando interviene también la familia política o cuando hay un cambio generacional.
- Mejorar la formación del personal en gestión empresarial –funciones comerciales, económico-financieras, de administración...-, y la cualificación profesional del personal de base.
- Apostar por lograr una calidad integral en sus operaciones y gestión.
- Ser creativos e innovadores a la hora de crear diferentes productos.
- Aplicar las nuevas tecnologías de la información
- Lograr un mejor asesoramiento desde el marco legal y fiscal.

Estos retos se alcanzarán sólo si las pymes salen de su aislamiento e individualismo, y optan por la cooperación y las alianzas empresariales para aprovechar los efectos sinergias, potenciándose el asociacionismo, las agrupaciones empresariales, acuerdos interempresas, etc. Además, de este modo, se podrían crear redes de pymes preparadas para competir con los grandes grupos empresariales, sin tener que llegarse a fusiones que hicieran perder la independencia a los propietarios de estas compañías. En esta línea, la creación de redes de empresas a partir de acuerdos de cooperación entre pymes es una forma de hacer frente a la amenaza de los grandes grupos empresariales, pudiendo sin embargo estas pequeñas compañías aprovechar las oportunidades del entorno y favorecer el empleo y el desarrollo socio-económico de numerosas regiones; de otra parte, las debilidades de estas empresas se podrían paliar en parte gracias al apoyo de las organizaciones empresariales, como se analizará a continuación.

Finalmente, destacar la importancia de que se produzca un cambio en la Cultura Empresarial tradicional, procurando compartir una Cultura emprendedora, caracterizada por ser abierta, dinámica, flexible, enfocada a la mejora de la calidad y de la atención al personal, y dispuesta a asumir cambios y riesgos siempre que ello pueda suponer una mejora socioeconómica y laboral.

## **LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES COMO PUNTO DE CONVERGENCIA ECONÓMICA Y SOCIAL**

Si bien las pymes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico y social de muchas regiones, muchas de ellas no sobreviven a los primeros años de su creación o lo hacen pero siendo menos competitivas que otras grandes empresas debido a que poseen menos medios que estas últimas –tanto financieros, como tecnológicos, de formación, de asesoramiento, etc.-; es por ello, que han de contar con el apoyo de organizaciones que les ayuden a paliar estas debilidades que ellas solas de manera independiente difícilmente podrían.



*La función social del empresario y la empresa actual...*

Tanto las organizaciones empresariales como los sindicatos y otras muchas entidades son grupos de interés o de presión en defensa y promoción de determinadas visiones de la sociedad. Concretamente las organizaciones empresariales son un sindicato de empresarios, pero con la diferencia de que son entidades que representa los intereses de la iniciativa privada y el principio y libertad de empresa en un entorno de economía de mercado y libre competencia. A nivel nacional, en España nos encontramos con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales –CEOE-, existiendo también Confederaciones de ámbito autonómico –p. ej. en Andalucía la CEA- y a nivel provincial –p. ej. en Málaga la CEM-

Un objetivo de las organizaciones empresariales es que la voz de los empresarios se escuche en la sociedad, ya que casi todo les puede afectar, desde la política económica nacional, o más lejos aún, las decisiones que se toman en Bruselas, hasta un Plan General de Ordenación Urbana, las disposiciones laborales, fiscales, como el I.A.E. o la Ordenanza de Venta Ambulante en su municipio, por poner algunos ejemplos. Por eso han de intervenir en todos los foros institucionales en los que tengan oportunidad para dar sus opiniones y procurar así que sean tenidas en cuenta por los que toman las decisiones públicas; normalmente lo hacen a través de los medios de comunicación, pero también se puede hacer directamente mediante circulares, boletines informativos, organización de conferencias y seminarios, etc. En la medida en que los empresarios a través de las organizaciones empresariales intervengan socialmente, sus opiniones serán más tenidas en cuenta por las distintas Administraciones Públicas y por toda la sociedad.

Respecto a la organización y funcionamiento, conviene destacar en primer lugar que se trata de organizaciones democráticas en su funcionamiento y, por lo tanto, esto tiene consecuencias prácticas en la elección de los órganos de gobierno y en la toma de decisiones colectivas. Naturalmente, hay decisiones que se precisa tomarlas sobre la marcha y para eso está el Secretario General de la Organización y los técnicos, y para eso están también las consulta telefónicas rápidas. En relación a las normas de funcionamiento y a los acuerdos tomados por los órganos de gobierno y a la consideración de las opiniones de todos se desprende algo tan importante como es la participación. Los empresarios, como cualquier grupo humano, también se inhiben o no participan si aprecian que sus aportaciones no son tenidas en cuenta, y esto disminuye sensiblemente la fuerza de la Organización, es por ello, que hay que estar abiertos a las propuestas e ideas de los asociados.

Estas organizaciones son de libre afiliación, las organizaciones empresariales existen para amparar a todos los que están bajo su paraguas, sin establecer discriminaciones por razón del sector, el tamaño, las afinidades personales, etc. , siendo hoy en día básicamente organizaciones de servicios. Los empresarios lo que piden hoy y lo que necesitan son servicios y de muy distinta clase: formación, asesoramiento general, legal, fiscal, laboral, convenios con entidades financieras, ayudas a la exportación, información sobre novedades legislativas, ayudas y subvenciones, etc.

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

De acuerdo con estas finalidades la estructura funcional tipo de las organizaciones empresariales es la siguiente<sup>3</sup>: una Secretaría General de la que dependen las siguientes áreas:

- Administración interna: secretaría, contabilidad, archivo y documentación.
- Asesoría fiscal: difusión normativa, fiscal, atención de consultas, etc.
- Asesoría jurídica: circulares, atención a asociaciones, informes y consultas, etc.
- Asesoría laboral: empleo y contratación, negociación colectiva, seguridad social, legislación laboral.
- Departamento de formación: seminarios y jornadas, cursos básicos, cursos monográficos, FORCEM, etc.
- Departamento de comunicación: entrevistas, artículos de opinión, convocatorias de prensa, etc.
- Unidad de financiación y creación de empresas.
- Unidad de prevención de riesgos laborales.
- Unidad de inserción y orientación profesional
- Gabinete de asesoramiento tecnológico.

Además, concretamente en Andalucía, se ha creado la Red CSEA, Red de Servicios Empresariales Avanzados, que funciona como un departamento más de la Confederación de Empresarios. Algunos de los servicios de la Red son: celebración de actos y eventos empresariales (encuentros, jornadas, seminarios); establecimiento de redes de cooperación en el ámbito local, nacional e internacional, con la participación en eventos promocionales y la organización de misiones comerciales; elaboración de estudios, informes y bases de datos; atención a las consultas realizadas tanto en las sedes físicas de la Red como a través de su página web. Para todo ello la Red CSEA cuenta con los siguientes instrumentos:

- Unidades Provinciales y Locales de Asistencia a Pymes, cuya finalidad es promover la incorporación a las pymes de métodos y técnicas de gestión innovadoras, procurando la mejora de la gestión empresarial, financiación de pymes, fomento de la comercialización, información, difusión y asesoramiento.
- Delegación de Servicios de CEA-CSEA, para fomentar la adaptación de las empresas andaluzas a las estructuras del Mercado Único. Para ello cuenta con departamentos como Euro Info Centre, Servicio de Cooperación Empresarial (CEACO), Servicio de Cooperación al Desarrollo (CEALE), Unidad de Financiación y Creación de Empresas, Unidad de Orientación e Inserción Profesional, Gabinete de Asesoramiento Tecnológico.
- Gabinete Técnico, para impulsar la participación en iniciativas de Desarrollo Local mediante la realización de informes y estudios económicos sectoriales, promoción del desarrollo local, servicios de documentación, etc.

3. Nos hemos basado en la estructura funcional de la Confederación de Empresarios de Málaga, aunque realmente las funciones de las organizaciones empresariales de otras provincias son prácticamente las mismas, por lo que la estructura funcional no varía en gran medida.

*La función social del empresario y la empresa actual...*

- Plataforma de Gestión Integral (Extranet) para impulsar el desarrollo de las pymes en la sociedad de la información, a través de un servicio de comunicaciones, portal empresarial, acceso a Internet, intercambio interactivo de información, etc.

Vemos pues que la Red CSEA se configura como un instrumento de desarrollo regional que persigue la mejora del tejido productivo, especialmente de las pymes, mediante el establecimiento de servicios avanzados a las empresas andaluzas. En cada una de las provincias de la Comunidad Autónoma existe una delegación de la Red y se las apoya por las respectivas organizaciones empresariales. A su vez, todas ellas están interconectadas mediante avanzados sistemas informáticos.

Actualmente está en fase de desarrollo la extensión de la Red CSEA a determinados puntos de las provincias, en colaboración con las asociaciones locales y comarcales. El objetivo es conseguir capilarizar el modelo de gestión y de prestación de servicios ya en funcionamiento, a través de los denominados CELS (Centro de Servicios Empresariales Locales). Están en marcha los proyectos de adaptación y acondicionamiento de las nuevas sedes de Torremolinos y Rincón de la Victoria en la provincia de Málaga. En los próximos meses se acometerán los proyectos de Marbella, Vélez-Málaga, Ronda, Álora, Antequera y Fuengirola, con el objetivo de tener concluida dicha Red provincial a finales del 2004.

Además de la función económico-empresarial desempeñada por las organizaciones empresariales, indispensable especialmente para las pymes, hemos de hacer hincapié en la función social que cumplen. Como se expuso en epígrafes anteriores en esta ponencia, la empresa y el empresario actual contribuyen no sólo al desarrollo económico sino también al social de las distintas regiones, y esta filosofía también es compartida por las organizaciones empresariales que están llevando a cabo actividades de mecenazgo y patrocinio. En este sentido, conviene destacar que recientemente, a finales del 2002, la Confederación de Empresarios de Málaga –CEM- ha constituido una Fundación, la Fundación CEM, Cultura, Economía y Medio Ambiente, cuyo objeto tiene carácter cultural, propiciando el desarrollo y ejecución de actividades docentes, formativas e investigadoras, así como la promoción y el fomento del patrocinio y mecenazgo entre las pymes malagueñas. Es una forma más de devolver a la sociedad, lo que la sociedad aporta a las empresas, y viceversa.

De todo lo anterior se deduce que las organizaciones empresariales constituyen auténticos puntos de convergencia económica y social, tanto por los intereses que representan, los empresariales, como por la incidencia de éstos en la sociedad, fundamentales para el desarrollo de ésta. En suma, se trata de organizaciones necesarias, muy útiles y vitales en la vertebración de lo que se ha llamado “sociedad civil”, por tanto, motores de la convergencia económica y social.

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

## **EL FUTURO: LAS VOCACIONES EMPRESARIALES**

Conocidas la función social del empresario, de las pymes y de las organizaciones empresariales, queda justificado el interés en fomentar entre los jóvenes las vocaciones empresariales, dado el impacto socioeconómico del emprendedor y la creación de empresas.

Con frecuencia en las aulas se imparten conocimientos a los alumnos, pero no se ayuda a éstos a conocerse a sí mismos, descubrir su vocación profesional y desarrollar sus habilidades y actitudes. Para montar un negocio, tan importante como tener formación en economía y administración de empresas, es poseer una serie de cualidades tales como:

- Capacidad de asumir riesgos.
- Visión de futuro e intuición.
- Actitud estratégica para captar y responder con rapidez a las oportunidades y amenazas del entorno.
- Creatividad e innovación.
- Capacidad de liderazgo para influir sobre el equipo de trabajo.
- Capacidad para otorgar poder y dejar hacer.
- Tener poder de decisión.
- Tener el suficiente dinamismo y flexibilidad como para adaptarse a los cambios.
- Saber motivar y hacer participar al personal.
- Ser capaces de negociar conflictos dentro de la empresa y con otras compañías con las que se relacione la organización.
- Entender la diversidad cultural en un mundo cada vez más globalizado.
- Etc.

En definitiva, además de los conocimientos adquiridos, se requieren una serie de aptitudes y actitudes muy relacionadas con lo que Goleman (1999) denomina inteligencia emocional en los negocios, que en parte vienen dados a la persona de forma innata y en parte los va descubriendo y potenciando el individuo a lo largo de su vida. En este sentido, el papel del formador es fundamental, debiendo dar a conocer a los jóvenes las alternativas que se le presentan en el mundo empresarial y ayudando a sacar a la luz vocaciones empresariales a menudo “escondidas”.

De otra parte, para fomentar las iniciativas empresariales es fundamental que se establezca una relación biunívoca entre los centros de formación y el mundo empresarial a través de distintos acuerdos y convenios de colaboración de institutos y universidades con las organizaciones empresariales.

Centrándonos en el caso de la Comunidad Autónoma andaluza, la Confederación de Empresarios de Andalucía –CEA- está desarrollando una importante tarea de concienciación ciudadana sobre la función social del empresario y la necesidad de fomentar las iniciativas empresariales de los jóvenes. Se pretende concienciar a la sociedad de que el empresario de hoy no es sólo un generador de puestos de trabajo, sino también un agente de progreso y un motor de una economía avanzada; de este modo, el empresario es también valorado por garantizar una oferta de bienes y servicios cada vez más demandados e incluso en

### *La función social del empresario y la empresa actual...*

muchos casos por contribuir a mejorar la calidad de vida de la sociedad con el aporte de innovaciones. Asimismo, se ha de informar a los jóvenes de que ser empresario supone también un reto personal, al contribuir al desarrollo de todos sus conocimientos y aptitudes y ofreciendo la posibilidad de una autorrealización profesional que va más allá de la mera compensación material de su trabajo. Finalmente, conviene que los jóvenes se creen un compromiso para con su comunidad autónoma, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de su región; en este sentido conviene destacar que la mayoría del empresariado andaluz –un 90 por 100 aproximadamente- está constituido por pequeños y medianos empresarios, los cuales, a pesar de la pequeña dimensión de sus negocios han demostrado su capacidad para sostenerse y modernizarse en el entorno actual, por lo que estos jóvenes pueden apostar también como lo han hecho otros paisanos suyos por montar sus pequeños negocios.

Además de esta campaña de concienciación, merecen ser analizados dos programas desarrollados por la CEA en colaboración con centros formativos con el fin de desarrollar el espíritu emprendedor entre los jóvenes, que son los siguientes:

#### *Programa de Fomento de Iniciativas Empresariales*

Este programa pretende despertar las inquietudes empresariales entre los alumnos de Centros de Formación Profesional Reglada y trasladar a los jóvenes andaluces la concienciación sobre la importancia de la empresa en la sociedad como generadora de empleo y riqueza para todos, al mismo tiempo que se les informa sobre aspectos relacionados con la creación de empresas.

El programa se desarrolla en veinticuatro Centros de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma Andaluza, en cada uno de los cuales se celebra un seminario de 25 horas de duración en el que participan entre 15 y 25 alumnos, a los que se les informa sobre las formas de acceso a la actividad empresarial –elección del nombre y la forma jurídica de la empresa, repercusiones fiscales de la modalidad empresarial elegida, trámites legales para la apertura del negocio-; estudios de mercado –oportunidades del mercado, análisis del sector, estudio de la oferta y la demanda, estrategias de marketing-; plan de financiación –gestión económico-financiera, contabilidad, planificación financiera, proyecto de inversión-; incentivos a la creación de empresas –incentivos de la Unión Europea, Incentivos del Estado, Incentivos de las CC.AA., presentación de la Unidad Empresa Joven, etc.-

#### *Convenio de Colaboración entre la Universidad de Málaga y la Confederación de Empresarios de Málaga para premiar iniciativas empresariales*

Esta iniciativa tiene como finalidad motivar a los jóvenes universitarios para crear sus propias empresas. Para ello se hace una campaña de información en la Universidad dando a conocer este proyecto e incitando a los universitarios a que desarrollen sus propios proyectos empresariales. Desde la CEM se ofrece

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

asesoramiento gratuito y se ayuda a cada alumno a realizar su Plan de Empresa; posteriormente, el mejor proyecto empresarial es premiado con una recompensa económica y con una publicidad en los medios de comunicación.

Realmente esta comunidad autónoma necesita de vocaciones empresariales para desarrollar actividades económicas nuevas que van surgiendo con los nuevos tiempos, de ahí la necesidad de motivar a los jóvenes y de ayudarles a desarrollar su creatividad para crear negocios que cubran las nuevas necesidades de la sociedad actual. Los cambios culturales, sociales, tecnológicos y demográficos que se están produciendo en el ámbito mundial crean nuevas necesidades a cubrir, apareciendo nuevas actividades que podrían desarrollar las empresas y que constituyen “opciones de futuro” para los jóvenes empresarios, entre ellas cabe destacar las relacionadas con:

- la cultura y el ocio: animación sociocultural, valorización del patrimonio cultural, práctica de deportes, etc.
- el medio ambiente: protección y mantenimiento de zonas naturales, gestión de residuos, energías alternativas, etc.
- las nuevas formas de turismo: turismo rural y de naturaleza, turismo cultural...
- las nuevas tecnologías: telecomunicaciones, Internet, audiovisuales y multimedia, etc.
- servicios de vida diaria anteriormente realizados por las familias, pero que ahora con los cambios en la forma de vida éstas no pueden desarrollar: atención y compañía a personas enfermas con discapacidad y a ancianos, cuidado de niños, labores domésticas, terapia ocupacional para personas de la tercera edad, etc.-.

Concluiremos diciendo que la sociedad demanda actualmente una serie de servicios que constituyen auténticos yacimientos de creación de empresas y empleo para jóvenes emprendedores que sean creativos e innovadores. Los jóvenes tendrán de este modo la oportunidad de crear empresas de éxito, forjando así su autoempleo y su destino, al mismo tiempo que estos negocios tendrán un fuerte impacto socioeconómico en la región en la que se desarrollen.

**BIBLIOGRAFÍA**

- ARANZADI, D. (1992): "El arte de ser empresario". Ed. Deusto. Bilbao.
- CUERVO, A.; ORTIGUEIRA, M. ; SUÁREZ, A.S. (1979): "Lecturas de introducción a la Economía de la Empresa". Ed. Pirámide. Madrid.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (20/03/1996): "Maximizar el potencial de empleo, crecimiento y competitividad de las Pyme europeas". Documentos: Propuesta de decisión del Consejo relativa al Tercer Programa Plurianual a favor de las pequeñas empresas de la Unión Europea (1997-2000). Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas. Bruselas.
- EUROSTAT/D.G.XXIII (1994): "Les Entreprises en Europe". Trième Rapport. Office des Publications officielles des Communautés Européennes. Politique d'Éntreprise Commission Européenne.
- FUNDACIÓN COTEC. (1997): "Innovación en las pymes: factores de éxito y relación con su supervivencia". Ed. Club Gestión de Calidad. Madrid.
- GOLEMAN, D. (1999): "Inteligencia emocional" (Capítulo 10: Ejecutivos con corazón). Ed. Kairós. Barcelona.
- GONZÁLEZ DE LARA, J. (2003): "Las organizaciones empresariales". Conferencia pronunciada en el Curso de Verano de la Universidad de Málaga "Claves del Desarrollo Socioeconómico y Empresarial de la Provincia de Málaga". Ronda, 14-18 Julio 2003
- INSTITUTO DE ECONOMÍA Y FINANZAS -IEF- (2000): "Las pequeñas y medianas empresas: entorno, estrategias y potencial transformador". Ed. IEF, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Córdoba.
- KANTIS, H.; CARMONA, R. Y ASCÚA, R. (2000): "El estudio de las redes empresariales en el diagnóstico del desarrollo local: elementos metodológicos y su aplicación al caso Rafaela". En "Las Pequeñas y Medianas Empresas: Entorno, Estrategias y Potencial Transformador", IEF.
- MARTÍN ROJO, I. (2000): "Dirección y gestión de empresas del sector turístico". Ed. Pirámide. Madrid, 2003 (2ª edición).
- MARTÍN ROJO, I. (2001): "Cooperación empresarial y asociacionismo como estrategia de desarrollo de los países más desfavorecidos en un entorno globalizado". En Información Comercial Española – ICE-, nº 2685. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, marzo 2001.
- MARTÍN ROJO, I. (2002): "Problemática de la gestión de las pymes de turismo de interior". Conferencia pronunciada en el VII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo "El turismo de interior: modernización y sostenibilidad", celebrado en Jaen. Octubre 2002.

*I. Martín Rojo, A. I. Gaspar González*

- MARTÍN ROJO, I. (2003): “Efectos económicos y laborales del turismo en municipios de interior: ¿utopía o realidad?”. Conferencia pronunciada en las VII Jornadas Técnicas sobre turismos de interior –Municipio y turismo en destinos de interior-, organizadas por la Universidad Autónoma de Madrid. Toledo, 24-26 abril 2003.
- MARTÍN ROJO, I. y GASPAR GONZÁLEZ, A.I. (2004): “Problemática de la gestión de las pymes en un entorno globalizado. Estudio empírico de las pymes de turismo de interior en Andalucía”. Ponencia aceptada para defender y publicarse en el libro de ponencias de las XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestao Científica- Gestión de la Competitividad Regional en el Mundo Globalizado-, a celebrar en San Miguel (Islas Azores) del 4 al 7 de Febrero de 2004.
- RIBEIRO SORIANO, D. Y SANCHIS PALACIO, J.R. (1999): “Creación y Dirección de pymes”. Ed. Díaz de Santos. Madrid.
- ZAHERA, M.(1996): “Las Pymes españolas y la innovación”. En Harvard-Deusto Business Review, nº 74, pp.62-66. Bilbao.