

19

INFORME
ESPAÑA
2 0 1 2

una interpretación
de su realidad social



Fundación Encuentro



Edita: **Fundación Encuentro**
Oquendo, 23
28006 Madrid
Tel. 91 562 44 58 - Fax 91 562 74 69
correo@fund-encuentro.org
www.fund-encuentro.org

ISBN: 978-84-89019-39-3
ISSN: 1137-6228
Depósito Legal: M-39343-2012

Fotocomposición e Impresión: Albadalejo, S.L.
Antonio Alonso Martín, s/n - Nave 10
28860 Paracuellos del Jarama (Madrid)

Convenio de colaboración
23 de marzo de 2011



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



Gracias a las entidades que nos patrocinan –Fundación Ramón Areces, Fundación Mapfre y Securitas España– la Fundación Encuentro dirige el Centro de Estudios del Cambio Social (CECS), que elabora este Informe. En él ofrecemos una interpretación global y comprensiva de la realidad social española, de las tendencias y procesos más relevantes y significativos del cambio. El Informe quiere contribuir a la formación de la autoconciencia colectiva, ser un punto de referencia para el debate público que ayude a compartir los principios básicos de los intereses generales.

Equipo de dirección y edición

José María Martín Patino, Presidente • **Agustín Blanco**, Director General • **Antonio Chueca**, responsable del Departamento de Datos • **Giovanna Bombardieri**, Secretaria • **Teresa Herreros** • **Beatriz Manzanero**

Participan en este Informe:

Consideraciones Generales. **Joan Subirats**, Universidad Autónoma de Barcelona. • *Parte Segunda.* **Alberto Gómez Font**, Instituto Cervantes • *Capítulo I.* **César Camisón**, Universidad de Valencia. Colaboran: **Juan José de Lucio**, Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio y **María Isabel Martínez**, Abay Analistas. • *Capítulo II.* **Xavier Martínez Celorrio** y **Antoni Marín Saldo**, Universidad de Barcelona. Colaboran: **Alejandro Tiana**, UNED y **Leire Salazar**, UNED • *Capítulo III.* **Ana Rico** y **Emma Blakey**, Instituto de Salud Carlos III • *Capítulo IV.* **Agustín Blanco**, Fundación Encuentro. Colaboran: **Antonio Chueca**, **Beatriz Manzanero** y **Teresa Herreros**, Fundación Encuentro • *Capítulo V.* **Andrés Monzón**, TRANSyT-Centro de Investigación del Transporte (UPM). Colabora: **Andrea Alonso**, TRANSyT-Centro de Investigación del Transporte (UPM).

Y las siguientes Instituciones: Instituto Nacional de Estadística • Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España

ÍNDICE

PARTE TERCERA: CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Capítulo I

LA EMPRESA Y EL EMPRENDEDOR COMO ACTORES CLAVE PARA LA SALIDA DE LA CRISIS

39

I. Tesis Interpretativas

41

1. Los retos pendientes de empresas y empresarios

41

2. Dudas sobre el papel de las pymes en la salida de la crisis

42

3. Un nuevo enfoque para las políticas de apoyo empresarial

44

II. Red de los Fenómenos

45

1. Introducción

45

2. El papel del empresario y de la empresa en la economía actual

47

3. Los retos de la competitividad internacional y la legitimidad social
de la empresa española

68

4. La comprensión por parte de la empresa española de los retos del
entorno

74

5. Valores y prácticas dominantes en la empresa española: situación
actual y prospectiva

78

6. Ni todos los empresarios ni todas las empresas son iguales

86

7. El espíritu emprendedor en España

93

8. La situación de la pyme española ante la crisis: posición competitiva
y su sostenibilidad internacional

111

Parte Tercera

CRECIMIENTO Y DESARROLLO

Capítulo I

LA EMPRESA Y EL EMPRENDEDOR COMO ACTORES CLAVE PARA LA SALIDA DE LA CRISIS

I. TESIS INTERPRETATIVAS

1. Los retos pendientes de empresas y empresarios

La definición de la función empresarial se ha ido ampliando y creciendo en complejidad y riqueza a medida que las economías desarrolladas han ido progresando. De la tradicional coincidencia en la misma figura del empresario como creador y propietario del negocio y como empresario profesional se ha pasado a una creciente disociación entre la propiedad del capital y el ejercicio de la función empresarial caracterizada progresivamente por el ejercicio directivo (normalmente en equipo) y las funciones de liderazgo-estrategia y de ciudadano organizativo. Esta última responsabilidad, vinculada al empresario redistribuidor, es impulsada por un vector de nuevas fuerzas de cambio que incluye el creciente activismo de grupos de interés en los ámbitos del consumo, el trabajo, la política, el gobierno corporativo y el medio ambiente.

Esta última función del empresario-ciudadano adquiere un especial relieve en un momento de crisis como el actual, en el que la empresa se ve presionada para ejercer una función social, colaborando en el crecimiento económico y la creación de empleo, además de para asumir responsabilidades en otros problemas relacionados, por ejemplo, con la pobreza y la integración de colectivos desfavorecidos. Bajo el empuje de estas fuerzas y del debate acerca de la responsabilidad social de la iniciativa privada, las empresas han ido evolucionando hacia un nuevo modelo caracterizado por los rasgos siguientes: humana, transparente, responsable, sostenible, abierta y competitiva, cooperativa, eficiente, flexible, innovadora e intangible.

El análisis del grado en el que las empresas españolas perciben de forma correcta los retos que penden sobre su competitividad y si están adaptando su diseño al modelo emergente acoplado a las fuerzas del cambio no conduce a conclusiones demasiado positivas. El indudable avance que la empresa española parece haber vislumbrado en los temas económicos y tecnológicos dista de estar acompañado por una percepción con la misma claridad en los retos sociales, políticos y medioambientales. A la empresa española no parecen preocuparle todavía excesivamente los retos que los *stakeholders* están perfilando. Consecuentemente, sus prácticas organizativas siguen dominadas por la función propietaria y, en un nivel mucho menor, por la función ciudadana. Especialmente preocupante es la escasa introducción de prácticas que reflejan la alineación de la función empresarial con los intereses de los trabajadores, aquellas que impulsan mejoras en las condiciones laborales y el avance de la implicación de los trabajadores,

porque penaliza tanto la competitividad de la propia empresa como el sentimiento de pertenencia y, por ende, el compromiso de su capital humano.

En síntesis, el cambio del modelo en la empresa española entre 1984 y 2012 apenas ha alterado el dominio de la función propietaria, que absorbe aún la parte mayoritaria del tiempo directivo y los recursos financieros para invertir. Aunque el empresario español se ha visto impelido a reordenar su distribución de recursos y capacidades y, durante el transcurso de estos casi treinta años, ha trasladado tiempo y fondos desde proyectos enfocados a la creación de valor para el accionista a otros fines, las funciones que se han beneficiado de este cambio han sido las ligadas a la profesionalización directiva y, en menor medida, al concepto visionario. Sin embargo, la función ciudadana del empresario ha seguido anclada en cuotas marginales.

Las perspectivas de cambio en este sistema de valores y de prácticas de la empresa española no son demasiado optimistas. El estudio de prospectiva que vamos a analizar constata tanto la debilidad actual de los valores consustanciales a la responsabilidad social de la empresa como las mínimas expectativas para su mejora que albergan los expertos de cara al horizonte 2020.

2. Dudas sobre el papel de las pymes en la salida de la crisis

La población empresarial es heterogénea, entre otras variables, por su tamaño. Esto suscita la cuestión de si los comportamientos de la empresa española difieren entre las pymes y las grandes compañías. El tema tiene interés por cuanto las pymes, que constituyen la casi totalidad del tejido productivo nacional, han sido casi mitificadas señalándolas como la fuente esencial del espíritu emprendedor e innovador, al contribuir decisivamente al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la cohesión social en los ámbitos regional y local. Por el contrario, las grandes organizaciones han sido duramente juzgadas por su poder económico, los escándalos en las políticas de remuneración de sus cúpulas gestoras y su presumida baja contribución al bienestar social.

Aunque es indudable que por su número las pymes constituyen un grupo decisivo para cualquier economía avanzada y que el comportamiento emprendedor español descansa en términos absolutos en las empresas de autoempleo y microempresas, lo cierto es que en términos relativos el crecimiento más rápido se produce en las grandes compañías con 1.000 o más asalariados, siendo las pequeñas empresas el colectivo que parece encontrar más barreras para crecer, acentuándose esta pauta en las épocas de crisis. El “complejo de Peter Pan”, plasmado en la resistencia o renuncia al crecimiento, se une a los problemas de supervivencia y a la alta mortalidad que pesan sobre muchas pymes, aumentando aún más su debilidad como agente

impulsor del desarrollo económico. La baja dotación de competencias de estas empresas se une a un insuficiente fondo competencial de sus empresarios, augurando un fracaso de su papel como actor de creación de riqueza.

Las dudas sobre la capacidad de la pyme para convertirse en el agente principal que contribuya a sacar a la economía española de la crisis vuelven a surgir cuando se analiza su conocimiento y permeabilidad al concepto de responsabilidad social, nítidamente inferiores a los de la mediana y gran empresa. El mismo tinte de preocupación se entresaca al estudiar la contribución de las empresas españolas al empleo. Las grandes empresas, siendo sólo el 0,4% de las empresas con asalariados, agrupan más del 41% de los puestos de trabajo, porcentaje que crece de forma continua a costa principalmente de las pequeñas firmas. Durante el período 1999-2012, el crecimiento del empleo en las empresas con 250 empleados o más ha sido el 64,5% del total creado en España. Además, las grandes empresas han exhibido desde la entrada en la crisis un mejor comportamiento laboral, iniciando más tarde la destrucción de empleo y limitando su cuantía a menos del 5% del empleo que absorbían en 2008, cuando las microempresas han perdido un 16,2%, las pequeñas un 27,6% y las medianas un 18,3%.

Ante estos datos, es difícil seguir pensando que las empresas de tamaño reducido son la mejor baza para la salida de la crisis. Las grandes compañías han demostrado una capacidad superior para capear el vendaval económico en el que España está inmersa, y además parecen demostrar una sensibilidad superior a las responsabilidades sociales añadidas a la función ciudadana del empresario. El escepticismo sobre el impacto de la gran empresa en la creación de empleo, por su tamaño y capacidad, ha sido puesto en duda por la presumible tendencia de estas organizaciones a recurrir a la externalización de determinados servicios que no son su *core business*. Sin embargo, los datos agregados no confirman esta hipótesis y señalan que la gran empresa ha acrecentado su dimensión media y, en conjunto, la ocupación. En cambio, la indudable función dinamizadora que las pymes desempeñan no parece, en el contexto de la crisis actual, hacerlas capaces de ser el agente principal en la generación de empleo y riqueza, pues están acusando la depresión de forma notable.

Fiar pues la salida de la crisis a las microempresas y pequeñas empresas parece aventurado, dado que la historia constata un débil comportamiento emprendedor que las ha llevado a ceder participación poblacional y empleo a tasas superiores a la gran empresa. Invocar a los empresarios sin asalariados como camino para superar la depresión también tiene sus riesgos, puesto que por la inversión de capital que despliegan y las actividades que realizan se estaría fortaleciendo aún más el sesgo de la economía española hacia sectores de servicios de bajo valor añadido. Además, no se pueden olvidar los obstáculos que frenan el espíritu emprendedor en España y las desventajas competitivas que las firmas de tamaño reducido sufren en

nuestro país por su difícil adaptación a las nuevas condiciones de la competencia en los mercados. En cambio, la estrategia de confiar la responsabilidad a las organizaciones de mayor tamaño choca con muchos estereotipos, pero no es contraria a las sugerencias entresacadas de la tendencia histórica del último decenio.

3. Un nuevo enfoque para las políticas de apoyo empresarial

Es igualmente necesario reenfocar las políticas de apoyo empresarial, dejando de primar simplemente “lo pequeño”, bajo la presunción de que es algo solidario, y dirigir los recursos de forma discriminatoria para ayudar a las pymes a superar el tránsito sobre el “techo de cristal” en el que se detiene su crecimiento en un alto porcentaje de los casos. Hay que apoyar a las pymes que pueden convertirse en grandes empresas. En términos simples, el objetivo para salir de la crisis no puede consistir –como algunos planes públicos pretenden– en crear 500.000 nuevas empresas o que 500.000 microempresas contraten a un empleado para crear medio millón de empleos. La competitividad de estas minúsculas organizaciones constriñe su capacidad de crecimiento y la calidad de los empleos coyunturalmente registrados en busca de subvenciones.

El futuro debería pasar por apoyar la creación de 10.000 empresas con capacidad para crecer hasta contratar 50 empleados, en una primera fase, y luego seguir expandiéndose multiplicando su ocupación. Esta reorientación de la política de fomento de los emprendedores implica dejar de considerar solamente como tales a las microempresas y a los autónomos, y medir el talento empresarial de los emprendedores por la dimensión potencial de su proyecto. Las ayudas al autoempleo pueden tener efectos a corto plazo, pero normalmente confinados a empleos de baja calidad y sin potencial de desarrollo. Por consiguiente, en épocas de escasez de recursos, la prioridad política debería concentrarse en los yacimientos de emprendedores, sean o no de alta base tecnológica o de contenido innovador, que pueden engrosar el selecto grupo de grandes compañías que actúan de locomotoras del crecimiento y de la internacionalización de la economía española.

II. RED DE LOS FENÓMENOS

1. Introducción

Hoy en día, la empresa constituye el más importante motor de cambio y progreso en las sociedades capitalistas avanzadas, hasta el punto de que muchas de las funciones que el Estado había desempeñado tradicionalmente están empezando a ser asumidas por las compañías privadas. Las empresas son actores básicos de un orden económico y social que se tambalea por las enormes diferencias entre quienes tienen un empleo estable y bien remunerado y quienes sufren los vaivenes de los ciclos, entre los ciudadanos que disfrutan de libertad y democracia y otros que sufren bajo el yugo de la pobreza y la tiranía. No es pues extraño que la empresa, como institución básica de creación y distribución de riqueza, esté siendo emplazada a reducir esas brechas que amenazan su propia supervivencia.

La presión para que la empresa asuma nuevos desafíos ha sido alimentada por la desorientación que la metamorfosis del mundo está causando desde la década de los años ochenta, no sólo por dos decenios de conflictos por los precios del petróleo, crisis económicas y fracasos varios, sino sobre todo por el fracaso de algunas ideologías diseñadas como experimentos de cambio social, que ha arrastrado consigo el final del sueño de muchas utopías. El dogma de un camino ideal a través del Estado parecía haber sido arrinconado por la historia. La orfandad de pautas utópicas de referencia, de nuevos proyectos de cambio político, económico y social, ha convertido a la empresa en la institución clave de la sociedad a finales del siglo XX.

Por supuesto, la dinámica económica en las sociedades desarrolladas implica el concurso de instituciones diversas, tanto públicas como privadas (sean organizaciones sin ánimo de lucro o economías domésticas). Pero, la empresa constituye un agente principal en el momento de recesión que vive la economía española desde 2008. La incapacidad de las Administraciones Públicas y de otros agentes sociales y económicos para recuperar y relanzar el sistema económico nacional e internacional ha puesto los ojos de todos los actores en el comportamiento de las empresas y sus dirigentes, confiando a su espíritu emprendedor, a su asunción de riesgos con la inversión y a la ética de su conducta, la creación de un futuro mejor que el gasto público parece ya incapaz de asegurar.

Esta redefinición del contrato social que regula el juego empresarial dentro de las sociedades avanzadas entronca con las profundas transformaciones que las empresas y su entorno han experimentado durante las últimas décadas. La dirección del cambio ha desencadenado expectativas

crecientes para el desempeño de los dirigentes, que deben conjugar las demandas de creación de valor emanadas de la propiedad y de los inversores con las esperanzas que depositan en ellas otros grupos de interés. La economía moderna es un sistema de organizaciones que desempeñan los roles esenciales para la organización de la producción y la satisfacción de las necesidades económicas y sociales. Algún autor llegó a hablar del “culto a la empresa”, de la *empresomanía* que parecía haberse apoderado de todos los ámbitos sociales, y que se manifestaba en la fascinación que despierta (frente al temor, cuando no odio, que despertaba en amplios grupos en tiempos no muy distantes) y en la centralidad de la información, sobre todo lo que huele a negocio, dinero y finanzas, arrinconando viejos debates hoy olvidados como la disputa entre nacionalización o privatización.

Así, no sorprende que se le atribuya a la empresa la responsabilidad para remediar todos los males de nuestra sociedad, como si a través de ella pudieran enfrentarse y resolverse todos los desafíos y contradicciones que las sociedades capitalistas avanzadas encierran. Peter Drucker¹, según *Harvard Business Review* el teórico de la gestión empresarial más importante de nuestro tiempo, se preguntaba: “¿Quién más hay que pueda cuidar de la sociedad, sus problemas y sus males? Estas organizaciones colectivamente son la sociedad [...]. El rendimiento económico no es la única responsabilidad de una empresa, como tampoco el rendimiento académico es la única responsabilidad de una escuela ni los resultados en atención sanitaria la única responsabilidad de un hospital. El poder debe equilibrarse siempre con la responsabilidad; de lo contrario es tiranía, pero además, sin responsabilidad el poder también degenera en falta de resultados, y las organizaciones tienen poder, aunque sólo sea poder social”.

Este capítulo sigue esta orientación. Para ello, en primer lugar se justifica la contribución económica y social que la empresa lleva décadas desarrollando en plenitud, sea a la creación de empleo, al crecimiento de la riqueza nacional, a la satisfacción de demandas plurales de los consumidores, al progreso tecnológico y a la resolución de problemas y males en áreas como la educación y la sanidad. Indudablemente, como organización integrada por personas, las empresas no pueden mitificarse, dado que son tan proclives como los individuos que les dan forma a comportamientos desviados y socialmente nocivos. Se pueden así distinguir distintos modelos de empresas y empresarios, que se diferencian por su panoplia de objetivos y por los valores que impregnan sus decisiones. Pero cabe romper una lanza por un modelo específico de empresa que sufre como ninguno la presión del contrato social sin que quepa achacarle la mayoría de las disfuncionalidades de otras firmas (de mayor tamaño normalmente). Estamos hablando de los proyectos alumbrados por emprendedores. Es importante recordar que em-

¹ Drucker, P. F. (1993): *La sociedad poscapitalista*. Barcelona: Ediciones Apóstrofe, p. 106.

prender, innovar, progresar y crecer son términos indisociables. Asimismo, tampoco se puede olvidar que, sin una inyección de vitalidad a la iniciativa privada, la depresión que nos aletarga se prolongará mucho tiempo.

En una segunda fase se revisa el estado emprendedor de la nación y se tocan algunas teclas sobre las que debería pulsarse para su renacimiento. Las pymes son las herederas y el espejo del emprendedor. Por ello, este estudio aborda un tercer aspecto, que es el análisis de su situación actual, los problemas a los que se enfrentan y las estrategias que deberían desplegar para salir ellas mismas de la crisis y así ayudar a muchos otros a superarla. La constatación de los problemas competitivos que estas organizaciones sufren ha dejado su huella en la dinámica de la demografía empresarial española y de su posición estratégica. Por esto, el trabajo reflexiona también sobre la aportación que pueden hacer las grandes empresas a la salida de la crisis, habida cuenta de su mayor implantación de prácticas de responsabilidad social y su menor destrucción de empleo. En este análisis se pondera igualmente el espíritu emprendedor español y las barreras que subsisten para su fortalecimiento, que al mismo tiempo son obstáculos para reactivar el crecimiento económico².

2. El papel del empresario y de la empresa en la economía actual

La creación de empresas como programa de investigación científica es un campo relativamente joven, pese a que los primeros estudios sobre la figura del emprendedor y de la función empresarial se remontan a los siglos XVIII y XIX. Su despegue como tema objeto de estudio se produce durante la segunda mitad del siglo XX, a medida que las sociedades avanzadas van tomando conciencia del auge y la trascendencia del movimiento creador de empresas, así como reconociendo el fenómeno de la innovación como fuerza de primera magnitud para el crecimiento económico.

Schumpeter³, partiendo de la consideración de la economía como una función del capital, la técnica y el trabajo, considera que el elemento crucial del crecimiento económico es el empresario innovador. Su proceso de razonamiento sigue cuatro pasos:

1. El desarrollo económico (la inversión autónoma) depende del descubrimiento de recursos materiales y del progreso tecnológico.
2. Estos dos factores dependen de la oferta de empresarios.

² La información empírica utilizada procede de fuentes públicas secundarias y de tres fuentes primarias dirigidas por el autor y cuyas fichas técnicas se incluyen como Anexo.

³ Schumpeter, J. A. (1911): *The theory of economic development*. Leipzig: Duncker & Humblot. Traducción inglesa: Harvard University Press, Cambridge, 1934.

3. La oferta de empresarios depende del clima social.
4. El clima social es función de la distribución de la renta.

La teoría de Hagen⁴ es una reformulación del esquema *schumpeteriano*, fundada en un estudio en profundidad del comportamiento humano desde un enfoque multidisciplinar (antropología, sociología, ciencia política y economía). Tras partir del principio de que la función empresarial es primordial en el proceso de crecimiento económico, Hagen define las características del grupo social que moldea el clima social en el que nace el espíritu empresarial. La nota principal de este grupo sería de índole dinámica, impulsada por cinco fuerzas básicas: el progreso tecnológico, los conflictos sociales, las depresiones económicas, los cambios en las oportunidades económicas y la imposición por la violencia del cambio. Así pues, los grupos innovadores que buscan el desarrollo económico estarían regidos esencialmente por estos vectores.

La teoría de McClelland⁵ se centra en consideraciones psicológicas y culturales. Su punto de partida es el concepto de *n-achievement*, un índice que mide la motivación para hacer o alcanzar algo bien. Pues bien, el empresario debe tipificarse precisamente por un elevado grado de *achievement*, lo cual denota una voluntad de asumir responsabilidades personales, una formación encaminada al establecimiento de objetivos y riesgos y un gusto por la preparación permanente. Mediante una exégesis histórica, McClelland llega a tres conclusiones: la innovación tecnológica es directamente proporcional al índice de *achievement*; el nexo de unión entre el desarrollo económico y el índice de *achievement* reside en la figura del empresario innovador; y el deseo del empresario por conseguir algo (evaluado por el índice de *achievement*) es la génesis primaria y fundamental del crecimiento económico.

La conclusión de los trabajos de Higgins⁶ se focaliza asimismo en el papel central del empresario en el desarrollo económico. Este autor ha desarrollado sus teorías por dos caminos: por la vía teórica y mediante la comprobación empírica. En la segunda vía, a partir del estudio de ciertos países como México o India, Higgins deduce que todos ellos presentan unos problemas esenciales de desarrollo económico, pero hay una dificultad estratégica básica: la escasez de empresarios y de dirigentes.

Robbins⁷ insiste en la misma tesis: la estrecha vinculación entre el desarrollo económico y la figura empresarial o la abundancia de directivos bien formados. La formación de una capacidad directiva sería esencial,

⁴ Hagen, E. E. (1962): *On the theory of social change*. Homewood: Dorsey Press.

⁵ McClelland, D. C. (1961): *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand; *Ídem* (1962): "Business drive and national achievement", en *Harvard Business Review*, 40 (4), p. 99-112.

⁶ Higgins, B. (1959): *Economic development*. Nueva York: W. W. Norton.

⁷ Robbins, G. W. (1963): "The role of enterprise management in economic development", en *Education for Business: A Balance Appraisal*. American Management Association, 34.

puesto que los avances tecnológicos y las crecientes necesidades sociales demandarán siempre una dirección que organice y coordine esfuerzos. Por consiguiente, la innovación y la educación (empresarial y científica, sobre todo) serían las fuentes primarias del crecimiento económico, mientras que la formación de capital es un producto secundario.

Es un hecho histórico que en cualquier lugar donde el desarrollo económico se ha iniciado y sostenido, los actores del cambio han sido los emprendedores. Son ellos los que innovan, creando nuevos productos o procesos, encontrando nuevos materiales, penetrando o conformando nuevos mercados y diseñando nuevas y más eficaces formas de organización. El propio Adam Smith lo advirtió ya hace más de dos siglos: “El hombre de Estado que intente dirigir la iniciativa privada, sobre el mejor modo de usar los recursos, asume una responsabilidad en la que no se puede confiar. Ni que fuera una persona superdotada, o un consejo de sabios. Esto sería tan insensato como dar esta responsabilidad a un loco”.

Por oposición, en los países más retrasados económicamente, el ambiente ha sido poco propicio al surgimiento de talentos empresariales, a pesar de existir sin duda talentos latentes aun en zonas y clases sin tradición empresarial. Cuando en estos países se han emprendido programas para identificar y adiestrar empresarios potenciales, para fomentar la pequeña empresa aprovechando estas capacidades latentes, los resultados han sido fructíferos. Se puede citar el caso del *Entrepreneurship Development Program* puesto en marcha por el *Entrepreneurship Development Institute of India (EDI)* con un éxito notable⁸.

La propia Comisión Europea, a través de su DG XXIII, establece como objetivo principal el desarrollo del espíritu de empresa en la Unión Europea y la promoción de una cultura de empresa, trabajando coordinadamente con los Estados miembros para la incorporación de esta recomendación en los planes nacionales de empleo. La consagración de la política comunitaria para la empresa –tal y como venía desarrollándose desde los años ochenta– se logra con el Tratado de Maastricht, que, a diferencia del Tratado de Roma, menciona de manera explícita la política de empresa en su artículo 130. Este precepto establece que la Comunidad Europea y sus Estados miembros deben fomentar unas “condiciones favorables para la iniciativa y el desarrollo de las empresas del conjunto de la Comunidad, y en particular, de las pequeñas y medianas empresas”.

⁸ Una descripción del programa se encuentra en: Bhatt, V. V. (1981): *Financial Institutions and Technical Consultancy Services: The Indian Experiment in Small Enterprise Promotion*. Entrepreneurship Development Institute of India, EDI Seminar Paper, Banco Mundial; *Ídem* (1986): “Desarrollo del espíritu empresarial: la experiencia de la India”, en *Finanzas y Desarrollo*, marzo, p. 48-49; Patel, V. G. (1986): *Entrepreneurship Development Programme in India and Its Relevance for Developing Countries*. Entrepreneurship Development Institute of India, EDI Seminar Paper, Banco Mundial.

Este cúmulo de esfuerzos académicos y públicos para promover el espíritu de empresa son buena prueba de que uno de los retos principales de la sociedad moderna es fomentar con fuerza la función empresarial. La economía actual necesita desarrollar el mayor número posible de empresarios capaces de asumir riesgo e innovar, de afrontar las crisis que sin duda nos sacudirán, de gestionar con éxito los procesos de cambio y de contribuir al crecimiento económico y a la mejora de la eficacia del sistema económico, generando rentas, productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los agentes sociales y económicos.

En una sociedad abierta, el empresario constituye la fuerza nuclear para el dinamismo, el progreso y el bienestar social. Sin embargo, para que la sociedad asimile este rol fundamental de la empresa y del empresario, resulta conveniente deshacer algunos de los tópicos negativos que pesan sobre ambas figuras y que explican muchas lecturas incompletas de sus contribuciones socioeconómicas, entre ellas, la que define al empresariado (como clase residual) que recibe su protagonismo de la protección que le dispensarían los intereses del capital y sus rentas de la explotación de la clase trabajadora.

Empresa y empresario son conceptos indisociables, representando uno (la empresa) la realidad objetiva del conocimiento económico, mientras que el otro (el empresario) es quien personaliza la función de agente económico impersonal que se define como organización. Mientras el concepto de empresa encierra una realidad física tangible, normalmente con una dimensión de colectivo, el de empresario contiene una realidad conductual, habitualmente con un perfil individual. La mejor forma de combatir este negativo estereotipo es detallando el conjunto completo de las funciones del empresario en la economía moderna. La determinación de la función característica de esta figura es un punto de polémica enquistado en el enfrentamiento entre distintas escuelas del pensamiento económico y organizativo. El cuadro 1 resume las nueve doctrinas principales al respecto.

El debate entre las distintas líneas de pensamiento sobre la figura del empresario ha sido enconado. En esencia, el enfrentamiento ha agrupado las teorías en dos enfoques fundamentalistas: las escuelas que ponen el énfasis en la función de propiedad, donde se situarían la teoría del “empresario como capitalista” y la teoría del “empresario riesgo”; y las escuelas que acentúan la función de control, donde cabe situar al resto. Los defensores de la primera posición aducen que la dirección del proceso productivo puede corresponder a un directivo asalariado, por lo cual el gobierno del proceso no sería la nota básica para conceptualizar al empresario. A su vez, los partidarios de la teoría del “empresario controlador” alegan que, en última instancia, quien soporta el riesgo de una mala gestión no es el empresario, sino el capitalista, pues sería el que perdería el dinero invertido con el fracaso de la empresa.

Las diferentes teorías también pueden estructurarse diferenciando entre las visiones del empresario en las que el rasgo de propietario y creador de la empresa está omnipresente, por no haberse observado aún históricamente la disociación entre propiedad y control, y las explicaciones posteriores a este fenómeno. En el primer bloque se incluirían la concepción del

Cuadro 1 – Teorías del empresario según su función característica

1. Teoría del empresario como hombre de negocios (*Cantillon, 1755; Say, 1803*)

Concepto de empresario como agente u hombre de negocios que compra medios de producción a ciertos precios, para combinarlos en una empresa para fabricar un producto que venderá a un precio incierto en el momento del compromiso de sus costes.

2. Teoría del empresario como capitalista (*Smith, 1776; Marx, 1867*)

Concepto de empresario como propietario de los medios de producción y apropiador del beneficio o renta residual.

3. Teoría del empresario como agente organizador (*Marshall, 1890*)

Concepto de empresario como agente organizador del proceso productivo, es decir, como un nuevo factor de producción (conocimiento de organización) junto a los clásicos tierra, trabajo y capital.

4. Teoría del empresario riesgo (*Knight, 1921*)

Concepto de empresario cuya característica principal es ser el agente que asume el riesgo de adquirir medios de producción (a precios conocidos) cuyas rentas asegura y anticipa, y de organizar la actividad económica, a cambio de la esperanza de percibir al final del proceso un beneficio o renta residual cuya magnitud depende del precio futuro de venta de sus productos.

5. Teoría del empresario como innovador (*Schumpeter, 1911*)

Concepto de empresario tipificado esencialmente como innovador y agente promotor del cambio tecnológico, que es el principal motor del desarrollo económico capitalista.

6. Teoría del empresario como controlador o decisor (*Simon, 1947*)

Concepto de empresario como decisor individual, como el “hombre administrativo” que adopta las decisiones para fijar el rumbo y controlar el progreso de la organización, en un entorno de racionalidad limitada e incertidumbre.

7. Teoría del empresario como tecnoestructura o grupo decisor (*Galbraith, 1967*)

Concepto de empresario como directivo profesional, especialista en gestión, que no tiene una participación significativa en el capital societario como consecuencia de la separación entre la propiedad y el control en la gran empresa, con una dimensión colectiva, pues se compone del grupo de gestores y tecnócratas (tecnoestructura) que toman las decisiones en la organización.

8. Teoría del empresario como líder (*Bennis y Schein, 1965*)

Concepto de empresario cuya nota principal es su capacidad de liderar el progreso de la organización hacia una visión, estableciendo un proyecto compartido y una cultura que cohesione y motive al grupo humano.

9. Teoría del empresario como estratega (*Andrews, 1971; Ansoff, 1965, 1979*)

Concepto de empresario cuyo rasgo dominante es adoptar una actitud estratégica, es decir, una postura creativa frente a los retos del entorno. Ser un experto estratega requiere una serie de habilidades, tanto en la definición de la estrategia como en su implantación; para la primera de orden prospectivo y creativo y para la segunda habilidades ligadas al liderazgo y a la eficacia decisora y organizadora.

empresario como hombre de negocios y su prolongación con las teorías del “empresario riesgo” y “el empresario innovador”, con las obras seminales de Knight y Schumpeter respectivamente⁹. El segundo grupo engloba las restantes tesis enunciadas.

La primera concepción del empresario apareció en un trabajo pionero de 1755 de Richard Cantillon, quien acuñó el término *entrepreneur* (de origen francés) para definir la función empresarial (*entrepreneurship*). Este autor define al empresario como el “hombre de negocios” o el “agente que compra medios de producción a ciertos precios, para combinarlos en un producto que venderá a un precio incierto en el momento del compromiso de sus costes”. En la medida en que el empresario típico del siglo XVIII era una persona física, propietaria de su empresa, se da de él una definición como agente organizador de los medios de producción, que asume el riesgo del proceso productivo. Esta visión de la función empresarial permaneció desconocida hasta que, a principios del siglo XIX, el economista francés Jean-Baptiste Say (1803, 1828-1829) recogió sus ideas y enriqueció la concepción de *entrepreneur* como “agente que combina a los otros elementos económicos en un organismo productivo o empresa”. Say, además, observó ya la diferencia entre dos tipos de rentas, el beneficio y el interés del capital aportado por el empresario, bosquejando así el primer rasgo distintivo de las funciones del empresario y del capitalista.

En esta primera visión, el empresario es visto como la “mano visible” del sistema económico, que, junto con la demanda, determina el equilibrio a partir de sus decisiones de producción y precios. Éste es el nacimiento de la doctrina del “empresario como agente u hombre de negocios”, que pone la nota fundamental del empresario en la función de dirección y control del proceso económico.

Sin embargo, los economistas clásicos como Adam Smith (1776) o David Ricardo (1817) no dedicaron mucho esfuerzo a la función del empresario, creyendo que el proceso de producción discurría automáticamente (gracias a una “mano invisible”) y que la única función del empresario lo asemejaba al capitalista: aportar dinero o capital. Ni siquiera se alcanzó una unificación semántica, empleándose indistintamente los términos de mercader, maestro, patrono, contratista, etc. La economía clásica, pues, considera que el empresario y el capitalista (o propietario de los medios de producción) son la misma persona, ejerciendo una función de patrón del trabajo. La misma tesis es compartida por Karl Marx (1867), quien construye su teoría con una lectura absolutamente unilateral del empresario como capitalista. Es la doctrina del “empresario como capitalista”. Dentro de esta

⁹ Una revisión de esta literatura sobre el concepto y la función del empresario puede encontrarse en Sánchez, M. (1969): *Naturaleza y evolución de la función empresarial*. Madrid: Aguilar; Hébert, R. F. y Link, A. N. (1982): *The entrepreneur*. Nueva York: Praeger.

generación de economistas, solamente John Stuart Mill (1848) afirmó la importancia de la función empresarial, que exigía “una capacidad no ordinaria” para su desempeño. Este autor lamentó incluso la inexistencia en lengua inglesa de un vocablo idéntico al de *entrepreneur*.

La separación y el estudio diferenciado de las figuras del capitalista y del empresario es una tarea que debió esperar hasta mediados del siglo XIX, cuando autores como Walras, Marshall (1890), von Thünen, Clark, Hawley, Gross, Walker, von Mangoldt, Kleinwachter, Schumpeter y Knight empiezan a dedicarle su tiempo. La principal preocupación de este selecto ramillete de pensadores es definir quién es el empresario y cuál es su función en el proceso económico, la denominada función empresarial, para desde ahí poder explicar el beneficio del empresario como una clase de renta distinta de la percibida por los otros factores de producción (tierra, trabajo y capital). Surgen entonces tres doctrinas paralelas que aportan conceptos complementarios del empresario: la doctrina del “empresario como agente organizador”, la doctrina del “empresario riesgo” y la doctrina del “empresario innovador”.

La doctrina del “empresario como agente organizador”, sostenida entre otros por Marshall (1890), define al empresario como el cuarto factor de producción, el factor organización, ya que a su cargo está la función de organización y dirección de los negocios. Así definida la función del empresario, Marshall justifica la remuneración del empresario a través del beneficio o la renta residual por su trabajo de organización de la actividad económica con el inherente riesgo asumido. En cambio, la remuneración del capitalista se limita al interés o renta del capital aportado.

La doctrina del “empresario riesgo”, defendida entre otros por von Mangoldt, von Thünen y Knight (1921), caracteriza fundamentalmente la función empresarial por la asunción del riesgo. Los autores que militan en esta escuela conciben al empresario como el agente que asume el riesgo de adquirir unos medios de producción (a costes conocidos) y organizar la actividad económica, a cambio de la esperanza de ser retribuido al final del proceso productivo con una renta residual o beneficio empresarial, según el acierto de su estimación del precio futuro al cual podrá vender sus productos. Consecuentemente con su definición del empresario como una función riesgo, Knight distingue dos agentes: el empresario (que asume el riesgo y elige a quien dirige la empresa) y el directivo (que se limita a tomar decisiones y a desempeñar la función organizadora).

La doctrina del “empresario innovador”, obra de Schumpeter (1911), colocó ya definitivamente al empresario como centro de la economía, al considerarlo indispensable para la función de innovación y del cambio tecnológico. La teoría de Schumpeter define la innovación como el factor causal del crecimiento en la economía capitalista. Consecuentemente, el cambio tecnológico debe ser una variable endógena en los modelos de desarrollo económico. En este planteamiento, los beneficios extraordinarios del empresa-

rio o renta residual se alcanzan, no en una situación de equilibrio (donde el empresario sólo es remunerado con un beneficio ordinario), sino cuando el propio empresario provoca un desequilibrio del sistema introduciendo con éxito una innovación. La innovación provoca, junto al progreso económico y social, que la empresa innovadora obtenga un poder de mercado temporal (monopolio) que explica el nivel extraordinario de su beneficio, aunque irá desapareciendo a medida que los imitadores restablezcan el equilibrio del sistema. Hay una diferencia de fondo sustancial con la teoría del “empresario riesgo” de Knight: dado que el riesgo no recae en el empresario sino en el capitalista, la causa de las ganancias del primero no puede ser su asunción de riesgo, sino su función innovadora. Schumpeter¹⁰ adopta, pues, una concepción de la función del empresario (basada en la de Say) que consiste en combinar (pero innovando las viejas combinaciones y planteándose nuevos problemas en la toma de decisiones), planificar y dirigir. El economista austriaco diferenció claramente entre el empresario innovador (caracterizado por la innovación) y el empresario conservador (seguidor tipificado por una conducta de imitación).

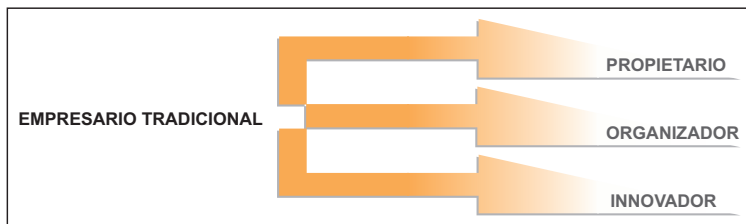
Como síntesis de las ideas de estos economistas surge un concepto de empresario caracterizado por las siguientes notas¹¹:

- El empresario es la persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre, a partir de la seguridad en sí mismo y de su osadía, gracias a lo cual asegura una renta a los agentes “indecisos”.
- El empresario es la persona que suministra capital.
- El empresario es un innovador.
- El empresario tiene como último objetivo el lucro.
- El empresario es un decisor.
- El empresario es un líder industrial.
- El empresario es un mánager o directivo.
- El empresario desempeña las funciones de organización y dirección de la combinación de factores productivos para fabricar un producto que enajenará en el mercado.
- El empresario es el propietario de la empresa.
- El empresario es un empleador de factores de producción.
- El empresario es un contratista.
- El empresario es un árbitro.
- El empresario es la persona que asigna recursos entre usos alternativos.
- El empresario es un hombre de acción y práctico.

¹⁰ Schumpeter, J. A. (1939): *Business cycles*. Nueva York: McGraw-Hill, p. 255-272.

¹¹ Hébert, R. F. y Link, A. N. (1982).

Cuadro 2 – Características del empresario tradicional



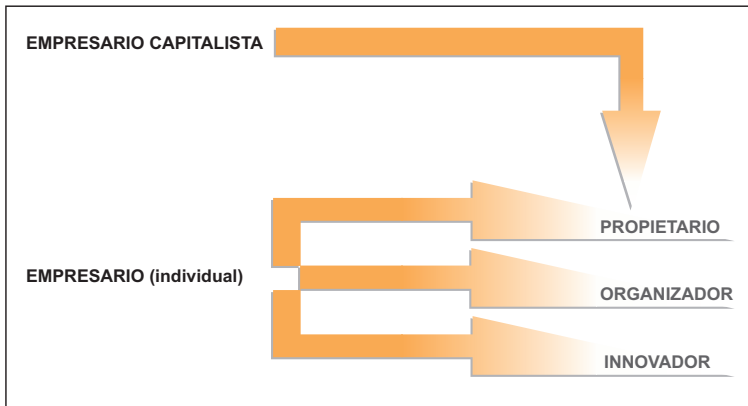
Estas tres doctrinas iniciales del concepto de empresario responden al primer estadio en la evolución de la empresa capitalista, que dio lugar principalmente a un empresario individual, que conjuga las características de coordinador de los medios de producción y tomador de los riesgos de corte económico y técnico del proceso productivo. Este empresario era al tiempo poseedor de los medios de producción, propietario del capital y organizador de su empresa, bajo su responsabilidad y asumiendo el riesgo. Este “empresario tradicional” es simultáneamente el capitalista o propietario, el innovador y el organizador (cuadro 2).

La dinámica de crecimiento del capitalismo requiere una dimensión cada vez mayor de las unidades productivas, como consecuencia de la expansión de los mercados y de los avances tecnológicos que permiten alcanzar importantes economías de escala con el aumento de la producción en serie. Por tanto, la naciente empresa industrial empieza a exigir un volumen creciente de capital para financiar la inversión. El empresario individual, que asume la función de innovación en el desarrollo de un nuevo negocio, se encuentra con que su patrimonio es insuficiente y necesita cada vez más de otros capitalistas que se convierten en “empresarios riesgo”, aunque en muchos casos sin asumir funciones creativas ni directivas. Las grandes sociedades mercantiles del siglo XIX nacen con este esquema empresarial. Se empieza a bosquejar un nuevo tipo de empresario, el “primer empresario industrial”, en el cual se disocian paulatinamente los objetivos y las funciones del empresario y del capitalista. El “empresario riesgo”, que aporta el capital con la esperanza de obtener una rentabilidad por la inversión, se identifica con el empresario capitalista, mientras que el “empresario director” asume las funciones organizativas e innovadoras, aunque manteniendo aún una cuota significativa o dominante del capital social (cuadro 3).

La culminación de este género de empresarios se alcanza en la transición del siglo XIX al XX, con la aparición de pioneros singulares como Vanderbilt, Durant, J. P. Morgan, Du Pont, Mellon, Guggenheim, Carnegie, Rockefeller, Ford, Chrysler o Sloan, que sientan las bases del Estado industrial. En esta etapa, la sociedad mercantil era un instrumento de sus propietarios y la proyección de sus personalidades.

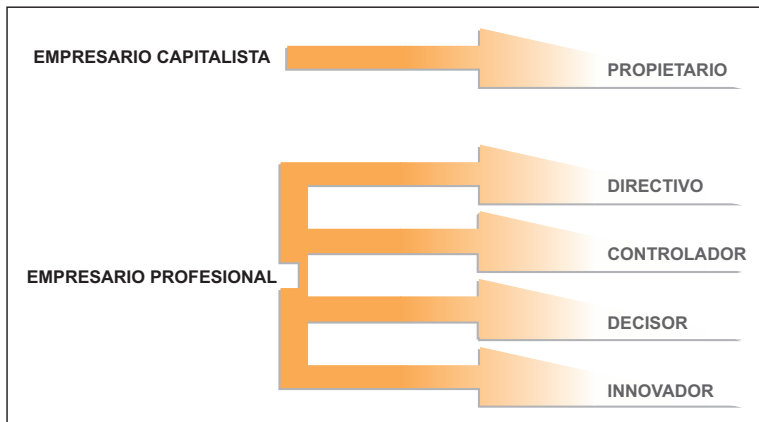
La figura del empresario sufre cambios drásticos con el crecimiento de la economía capitalista y de la concentración económica que conducen al

Cuadro 3 – Características del primer empresario industrial: el inicio de la disociación entre empresario y capitalista



surgimiento y expansión del capitalismo financiero tipificado por la ruptura entre la propiedad y el control en las grandes corporaciones. El incremento de las necesidades de capital lleva al nacimiento de las formas societarias de propiedad, en las cuales existen varios propietarios o capitalistas que financian la empresa y detentan su propiedad. Al mismo tiempo, surge en la gran empresa la necesidad de contratar a especialistas o expertos en gestión que sepan dirigir organizaciones complejas en entornos cada vez más competitivos y turbulentos. En este momento de la evolución del capitalismo, la elección del empresario se basa en sus conocimientos, experiencia y capacidades. El foco central en la figura del empresario se desplaza desde la posesión del capital monetario a la posesión de un capital intelectual o noético. El progreso en la disociación entre “empresario riesgo” y “empresario controlador” es simbolizado en los años cincuenta por Whyte en su obra *Organization Man*. La necesidad de las grandes corporaciones de implantar maquinarias organizativas bien engrasadas, estructuradas según severos estándares de procedimientos, conduce al nacimiento del “hombre-organización”, cuyo principal cometido es cumplir con las órdenes establecidas por la jerarquía, sin plantearse su corrección. En realidad, Whyte redacta su tesis como una crítica acerada contra esta visión robótica de la profesionalización directiva.

Se avanza así, por imperativos propios del capitalismo financiero y del ejercicio de la dirección empresarial, hacia la *profesionalización del empresario*, que ya no tiene por qué ser socio necesariamente de la empresa. Luego, el riesgo que soporta el empresario es principalmente profesional y no patrimonial. El empresario debe ahora, para garantizar su continuidad en el cargo, satisfacer los objetivos de obtención de rentabilidad de la inversión de los accionistas o capitalistas, así como alcanzar un crecimiento de la organización que le brinde poder, estatus y prestigio profesional, y que pueda rentabilizar mediante el cambio hacia otros puestos directivos más atractivos. Ésta es la *doctrina del empresario controlador, director o decisor*.

Cuadro 4 – Características del empresario profesional: la culminación de la disociación entre capitalista y empresario

Las notas dominantes del “empresario profesional o experto” son las de directivo, controlador, decisor e innovador (cuadro 4).

Esta identificación del “empresario profesional” como la suma del “empresario organizador” y del “empresario innovador”, enriquecida con las nuevas dimensiones de directivo-controlador-decisor, está implícita en la definición en la que Drucker¹² concibe al directivo como el agente económico de la sociedad industrial cuya función consiste en: (a) hacer productiva una empresa combinando adecuadamente sus medios humanos y materiales; (b) organizar el trabajo de un modo productivo y rentable.

Schumpeter¹³ distingue entre empresario, que es el agente innovador e iniciador del proceso productivo, y directivo, que aparece tras el lanzamiento de la empresa. En un sentido similar, Cuervo¹⁴ diferencia al empresario del directivo porque la misión del primero es buscar oportunidades y recursos que movilizar para generar innovaciones, mientras que la función del segundo sería supervisar la correcta asignación de recursos y posicionar correctamente a la empresa en el mercado a fin de procurar su eficiente funcionamiento. Sin embargo, esta diferenciación carece cada vez más de sentido, puesto que la innovación no es una tarea ajena al directivo por dos razones: porque dentro de la innovación deben enmarcarse las decisiones previas a la idea inicial; y porque la percepción y la explotación de nuevas oportunidades son muchas veces funciones del directivo.

La separación entre el propietario del capital (capitalista) y el control de la empresa (directivos) se acentúa desde la segunda mitad del siglo XX

¹² Drucker, P. F. (1954): *The Practice of Management*. Nueva York: Harper and Row Publishers, p. 6-18.

¹³ Schumpeter, J. A. (1939).

¹⁴ Cuervo, A. (1997): “Empresarios y directivos”, en *Economistas*, 73, p. 46-55.

con el incremento de las necesidades de especialistas en gestión para conducir grandes compañías. La complejidad de la tecnología y la implantación de sofisticados sistemas de planificación provocan el nacimiento de la figura del empresario como grupo decisor.

Galbraith¹⁵ afirma que el sistema productivo moderno está formado por grandes sociedades anónimas, que han constituido una compleja organización requerida por la tecnología y la planificación modernas, donde la toma de decisiones ya no es individual sino grupal. Con la separación del propietario del capital y el control de la empresa, el empresario deja de existir como persona individual en la empresa industrial madura, y en su función como fuerza directora de la empresa queda sustituido por la dirección, el *management*. Galbraith¹⁶ denomina *tecnoestructura* al grupo o entidad colectiva perfectamente determinado de aquellas personas “que aportan conocimiento especializado, talento o experiencia a la elaboración de decisiones por la organización. Este grupo es la inteligencia que guía la empresa, el cerebro de la empresa”. Por lo tanto, los hombres que dirigen la gran corporación no poseen ninguna parte considerable de su capital.

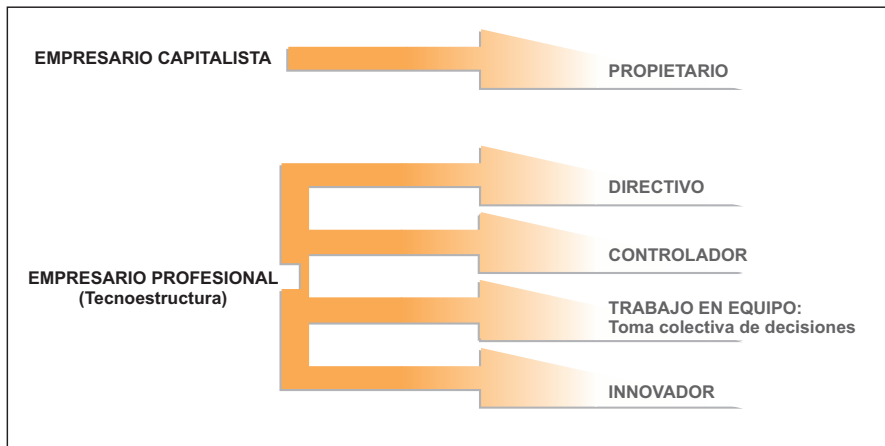
Esta visión del empresario hace de él una figura anónima. Frente a la popularidad de los empresarios de principios de siglo, el anonimato es un signo distintivo del empresario de la gran corporación. Los cerebros que guían la adopción de decisiones se suceden en la tecnoestructura mediante un proceso selectivo riguroso, que asegura que los mejores cerebros estén funcionando en la cúpula, donde, por cierto, no participan los socios. Pero, pese a su brillantez individual, las realizaciones de las grandes corporaciones no tienen nombres ni apellidos. Son el fruto del trabajo en equipo. El empresario profesional como grupo decisor asume las funciones de director, innovador, controlador y de toma colectiva de decisiones (cuadro 5).

Este desdoblamiento entre “empresario riesgo” y “empresario profesional o controlador” es cierto en las grandes empresas societarias contemporáneas. Desde una perspectiva jurídica, en una sociedad anónima, el empresario es la sociedad anónima como persona jurídica, pues posee un mecanismo legal por el cual toma decisiones y asume riesgos. En efecto, jurídicamente, la sociedad anónima tiene una “voluntad social” plasmada en las votaciones de los socios en la junta general de accionistas, que son las decisiones de la sociedad anónima como empresario. Por otro lado, como la sociedad anónima goza de personalidad jurídica propia, asume el riesgo de su actividad empresarial, de tal forma que las pérdidas pueden absorberse con cargo al propio capital societario.

¹⁵ Galbraith, J. K. (1967): *The new industrial state*. Boston: Houghton Mifflin Co.

¹⁶ *Ibíd*em, p. 120-121.

Cuadro 5 – Características del empresario profesional de la gran corporación: la transición desde el empresario individual a la tecnoestructura



Desde esta perspectiva, Hartmann¹⁷ opina que la distinción entre empresario y directivo debe asentarse en el criterio de autoridad. Así, el empresario sería la fuente de la autoridad formal, mientras que el directivo se definiría residualmente.

Pero, desde la óptica de la administración de empresas se concibe de otra forma. En primer lugar, es meridiano que el riesgo asumido por la sociedad anónima (aunque recaiga y acabe en su capital social) es soportado en definitiva por los accionistas. En segundo lugar, es evidente que una persona jurídica no puede tomar decisiones por sí misma y la presunción de que sus decisiones son las estipuladas por los socios en la junta general de accionistas es inexacta. En realidad, son los principales accionistas y la tecnoestructura los que adoptan las decisiones que moldean la voluntad social. Actualmente, el derecho político al voto de los accionistas carece prácticamente de sentido, ya que el consejo de administración de la compañía es el que toma las decisiones fundamentales. De esta forma, la concepción jurídica de los accionistas como los propietarios de la empresa se mantiene, aunque con un derecho de propiedad restringido. El accionista privado se ha transformado en un inversor financiero, cuyos objetivos no guardan ya relación alguna con la función empresarial, limitándose a percibir un dividendo y a esperar una plusvalía. En caso de disconformidad (porque los resultados no sean los que realmente esperaba), su desacuerdo suele expresarse, no criticando baldíamente la estrategia empresarial en la junta general, sino enajenando sus acciones¹⁸. La tecnoestructura consigue de este modo mantener el poder de control de la organización, gozando de

¹⁷ Hartmann, H. (1959): "Managers and Entrepreneurs: a useful distinction", en *Administrative Science Quarterly*, 3(4), p. 431.

¹⁸ Herendeen, J. B. (1975): *The Economics of the Corporate Economy*. Nueva York: Dunellen, p. 4.

una casi absoluta discrecionalidad para trazar las directrices del desarrollo futuro de la empresa cuya propiedad no posee.

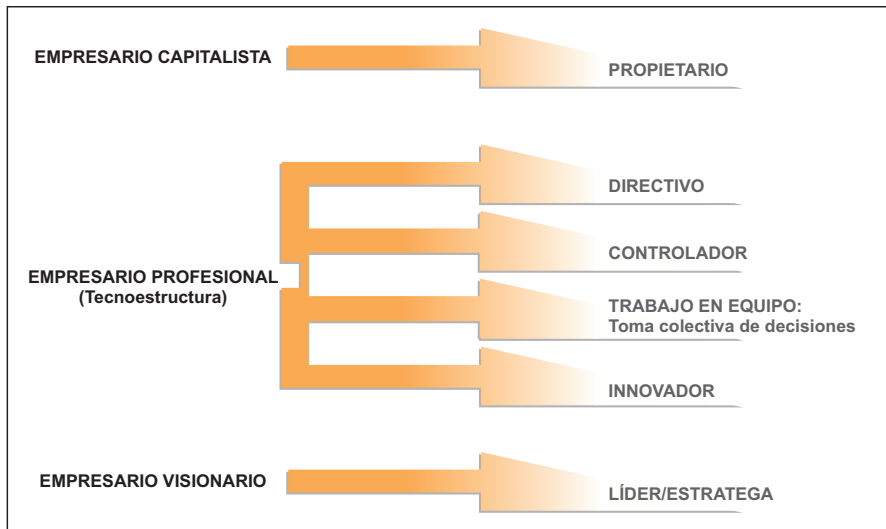
Así pues, en las grandes empresas se aprecia la separación entre el “empresario riesgo” (todos los accionistas, en proporción a su participación en el capital social) y el “empresario controlador o decisor”, que es realmente la tecnoestructura o el grupo dominante que gobierna la empresa y que concreta la estrategia que determina el futuro desarrollo de la organización. Luego, se ha producido una divergencia entre los objetivos del capitalista y el directivo, una ruptura en el principio de la unicidad e identidad de los objetivos empresariales: los accionistas suelen buscar la maximización del beneficio (entendido ampliamente, incluyendo tanto los dividendos como las plusvalías), mientras que los directivos suelen perseguir otros objetivos como el crecimiento de la organización, su prestigio social, el aumento de su rentabilidad, etc. (además de crear valor para el accionista). Entre ambos tipos de objetivos aparecen frecuentemente escenarios de conflicto. Pero la tecnoestructura no tiene un poder ilimitado, pues sólo mantendrá su posición de privilegio mientras sea capaz de satisfacer los objetivos de todos los grupos de presión, accionistas y trabajadores principalmente.

Algunos autores extreme sus tesis, llegando a afirmar que la tecnoestructura de la empresa no sólo toma las decisiones, sino que también soporta un riesgo: la pérdida del empleo y, en ciertos casos, de las participaciones en el capital cuando los sistemas de remuneración incluyen la entrega de paquetes de acciones, cuando la empresa fracasa. Puede parecer así que la tecnoestructura es el verdadero empresario de las grandes empresas, pues reuniría las dos notas empresariales de control y de riesgo. Pero esta tesis es exagerada, por cuanto minimiza la importancia del riesgo asumido por los accionistas. Además, la nota distintiva del “empresario director” (la toma de decisiones) está siendo objeto de recortes progresivos desde otras áreas distintas a los accionistas, con el aumento de poder de grupos de interés como los empleados, el Gobierno o los clientes, que están coartando y dejando sentir su peso en la tecnoestructura, que ve entonces reducida la importancia de su función dentro del proceso de socialización de la adopción de decisiones que avanza implacablemente. Por tanto, la participación que los distintos grupos alcancen en la estructura empresarial configurará una nueva figura de empresario.

El progreso en la profesionalización del empresario ha avanzado incorporando nuevas exigencias a los directivos, como la de ser un estratega y un líder (cuadro 6). El concepto de liderazgo¹⁹ ha servido para definir el

¹⁹ Concepto desarrollado en un conjunto de trabajos aparecidos entre los años sesenta y ochenta: Bennis, W. G. y Schein, E. H. (1965): *Personal and organizational change through group methods*. Nueva York: John Wiley; Bennis, W. G. y Nanus, B. (1985): *Leaders. The strategies for taking charge*. Nueva York: Harper & Row Publishers; Schein, E. H. (1985): *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Cuadro 6 – Características del empresario visionario: la consolidación del espíritu emprendedor



papel del “empresario líder”. Así concebido, la principal función del empresario es actuar como un visionario de la organización y como guía y ejemplo del grupo humano. Para afrontar ambos retos, el empresario debe definir una misión de la organización capaz de generar un proyecto compartido por todos los miembros de la empresa y construir una cultura consistente con dicha misión, así como gestionar los procesos de cambio, actuando como referente o modelo. El desarrollo de la visión del “empresario como estrategia” es el resultado de un importante desarrollo teórico dentro de la denominada dirección estratégica, el paradigma dominante dentro de la administración de empresas, que arranca con los trabajos de autores pioneros como Andrews y Ansoff²⁰. Esta última teoría del empresario establece que su función principal es la de estrategia, es decir, la de crear una conexión organización-entorno que permita a la empresa desarrollar su misión y alcanzar sus metas. Frente a actitudes pasivas ante los retos del entorno, el “empresario estratega” busca desarrollar estrategias activas que moldeen la evolución del entorno a favor de sus intereses.

Las doctrinas del “empresario líder” y del “empresario estratega” son el resultado del reconocimiento de la necesidad que tiene el empresario de ser un visionario capaz de definir una misión y conducir a un equipo humano hacia un proyecto compartido. La vitalidad del espíritu emprendedor queda reflejada en la aparición de una ola de “empresarios visionarios” –bien alejados del hombre-organización de Whyte–, que han sido capaces de construir imperios desde su microempresa, que irrumpen en nuevas ac-

²⁰ Andrews, K. R. (1967): *The Concept of Corporate Strategy*. Nueva York: Harper & Row Publishers; Ansoff, H. I. (1965): *Corporate strategy*. Nueva York: McGraw-Hill; Ansoff, H. I. (1979): *Strategic management*. Nueva York: Macmillan.

tividades ganando en innovación y creatividad a las grandes corporaciones. En este cambio de mentalidad ha desempeñado un importante estímulo la aparición en el escenario económico mundial de nuevos modelos de empresarios al estilo de Bill Gates, Steve Jobs o Richard Branson (que fueron o son aún presidentes de Microsoft, Apple y Virgin, respectivamente), con una gran capacidad de inocular entusiasmo a sus equipos (hasta el punto de que hace años se decía que el saco de dormir formaba parte de las herramientas de trabajo en Microsoft), con un estilo más desenfadado y que manifiestan divertirse en su trabajo.

Este nuevo modelo de emprendedores es radicalmente distinto al de los ejecutivos de las grandes compañías, que tienden a burocratizarse. Se diferencian en:

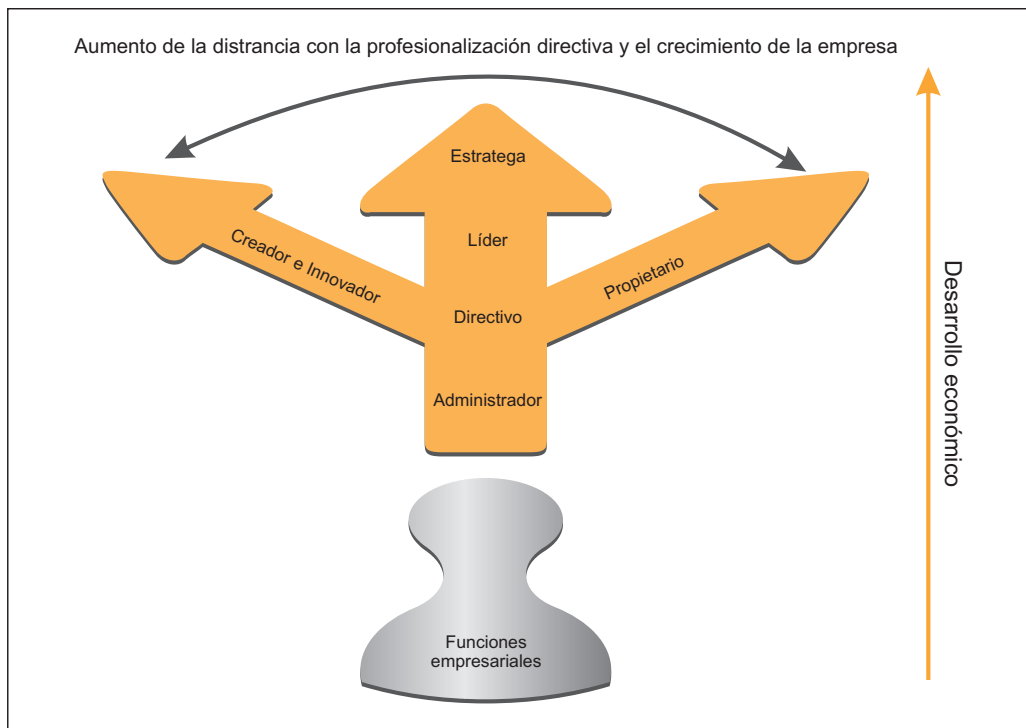
- Son empresas con una clara vocación internacional desde su inicio.
- Sus estructuras organizativas difieren sensiblemente del modelo jerárquico tradicional, evolucionando hacia estructuras más horizontales.
- Predominan las realizaciones y los objetivos sobre la estructura y el rango jerárquico de cada cual.
- La separación entre propietarios y empleados es difusa e imperceptible.
- Son más líderes con visión que ejecutivos con políticas.
- Saben venderse a sí mismos, como principal acción de *marketing* de la empresa. Por ello, rompen el anonimato de la tecnoestructura de las grandes corporaciones, siendo muy conocidos por el público.

Por tanto, el concepto actual de empresario está basado mucho más en las características del profesional en la dirección y del líder que en las del propietario del capital²¹. El empresario está ahora mejor representado por el *mánager* o directivo que por el capitalista. La función empresarial y la función directiva son cada vez más coincidentes, haciendo, eso sí, una lectura emprendedora, innovadora y visionaria de la segunda. No se debe confundir al “empresario controlador” con el puro administrador, que carece de las competencias estratégicas que dan al directivo una vena emprendedora.

En síntesis, la definición de la función empresarial ha ido creciendo en riqueza a medida que la propia figura del empresario ganaba en complejidad y se iban desvelando todas sus dimensiones. El proceso seguido se simboliza en el cuadro 7. Se observa que, en las etapas iniciales del desarrollo económico capitalista y de la propia vida de la empresa, coinciden en

²¹ Mintzberg, H. (1973): *The Nature of Managerial Work*. Nueva York: Harper & Row Publishers.

Cuadro 7 – Funciones del empresario actual: su proceso de ganancia de contenido



la misma persona el empresario como creador y propietario del negocio y el empresario profesional. Con el desarrollo del sistema económico y de la propia empresa, ambas figuras se van materializando en distintas personas-grupos. Solamente permanece una función incólume entre ambas vertientes empresariales: la de innovador. El propietario de los medios de producción sigue siendo, cuando no es un mero capitalista sino un buscador de oportunidades empresariales, un innovador al crear nuevos conceptos de negocio. Pero el “empresario profesional” se distingue igualmente por su naturaleza innovadora, en términos de generación de nuevos productos, procesos o sistemas, e incluso de nuevas oportunidades de negocio donde materializar la estrategia de crecimiento de su empresa. Con el desarrollo de la organización va ganando importancia la vertiente profesional del empresario sobre su dimensión propietaria.

Esta tradición económica de análisis de la figura del empresario como emprendedor pone el acento en que la empresa no es una materia de estricto cálculo económico. El cálculo del beneficio esperado es una condición necesaria para emprender, pero en absoluto suficiente. Las decisiones de inversión a largo plazo llevan asociada una incertidumbre elevada debido a:

- La imposibilidad de cuantificar los ingresos futuros con sus probabilidades estimadas, siendo las probabilidades no cuantificadas un elemento *keynesiano* esencial.

- La incertidumbre sobre las realidades a largo plazo lleva a suponer conductas convencionales, siendo la convención suponer que el futuro se parecerá al presente en ausencia de indicadores de lo contrario.
- Las previsiones a largo plazo son evaluadas respecto al grado de confianza que estas previsiones se merecen, pudiendo desecharse proyectos con una eficiencia insuficiente.
- La decisión de invertir es, en muchas situaciones, una cuestión de espíritu o *energía animal*, de vitalidad emprendedora.

Keynes²² recalcó la importancia de esta cuarta fuente de incertidumbre: “Gran parte de nuestras actividades positivas dependen más del optimismo espontáneo que de una expectativa matemática [...]. Quizá la mayor parte de nuestras decisiones de hacer algo positivo, cuyas consecuencias completas se irán presentando en muchos días por venir, sólo pueden considerarse como resultado de la fogosidad –de un resorte espontáneo que impulsa a la acción de preferencia a la quietud, y no como consecuencia de un promedio ponderado de los beneficios cuantitativos multiplicados por las probabilidades cuantitativas–”. De modo que –prosigue Keynes–, “si la fogosidad se enfría y el optimismo espontáneo vacila, dejando como única base de sustentación la previsión matemática, la empresa se marchita y muere [...]. Se puede afirmar sin miedo que la empresa que depende de las esperanzas que miran al futuro beneficia a la comunidad en su conjunto; pero la iniciativa individual solamente será adecuada cuando el cálculo razonable esté apuntalado y soportado por la energía animal, de tal manera que la idea de pérdidas finales que a menudo detiene a los precursores se rechaza del mismo modo que el hombre lleno de salud hace caso omiso de sus probabilidades de muerte”.

Por tanto, la creación de empresas tiene, junto a la dimensión lógica implícita al cálculo económico, una dimensión psicológica relativa al espíritu animal, que según Keynes impregna al empresario de modo voluntario pero innato: el espíritu emprendedor.

La figura del empresario definida así se distingue claramente del especulador. Esta diferencia –anticipada ya por Keynes²³– pone el acento en dos aspectos: el empresario es fundamentalmente un hombre que toma decisiones innovadoras, mientras que el especulador es un tomador de riesgos cuya actividad es prever la psicología del mercado; el especulador es aquel que busca el beneficio inmediato y personal en las operaciones mercantiles,

²² Keynes, J. M. (1936): *The General Theory of Employment, Interest and Money*, p. 161-162. Edición española: *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México: FCE, 2ª edición, 12ª reimpresión. El paginado de las citas corresponde a la edición original inglesa.

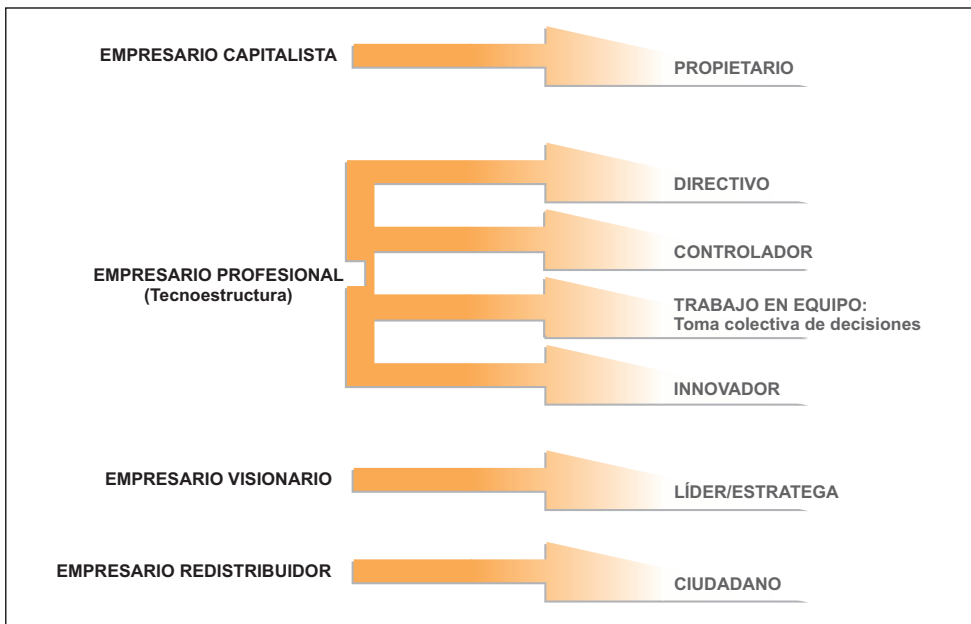
²³ Keynes, J. M. (1936), p. 158.

mientras que el empresario busca el beneficio a través de la generación de riqueza colectiva.

Con mayor carga de juicios de valor, Baumol²⁴ distingue dos clases de empresarios: los virtuosos y los villanos, que se corresponden con los inversores y los especuladores. La genuina figura del empresario es la del virtuoso, cuya misión se concreta en buscar oportunidades de negocio, introduciendo innovaciones o anticipando los cambios del entorno. En cambio, el especulador es un simple buscador de rentas a la caza de oportunidades, aprovechando los resquicios de la regulación de los mercados y la acción discrecional del Estado, que en muchos casos incentiva el comportamiento oportunista de los agentes, permitiendo conductas perniciosas para el espíritu empresarial como el clientelismo político, el abuso de información relevante obtenida por la posición económica o el uso del conocimiento de los complicados entresijos de las Administraciones Públicas para desanimar esfuerzos creadores.

Siguiendo estas ideas pioneras, el desarrollo de la empresa y del empresario aún ha dado un paso más hacia el concepto de ciudadano organizativo, que incluye dentro de sus funciones la conciliación de objetivos y la alineación de la estrategia de la empresa con los intereses de los grupos de interés internos y externos a la organización (cuadro 8). Desde múltiples

Cuadro 8 – Características del empresario ciudadano según la teoría de los stakeholders



²⁴ Baumol, W. J. (1993): *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge: The MIT Press.

Cuadro 9 – Fuerzas del cambio para la empresa en el siglo XXI: las tendencias de los stakeholders



Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio Delphi sobre los Factores de Cambio para la Empresa Española en el Umbral del Siglo XXI*.

frentes se ha generado una fuerte presión para establecer nuevas exigencias a la empresa, pidiéndole que se comprometa en el bienestar humano y en los problemas sociales y medioambientales que pesan sobre la humanidad. La consolidación de la responsabilidad social en el primer plano de la actualidad de la empresa es el resultado de este movimiento. Todos los movimientos en pro de la responsabilidad social organizativa, la ética en los negocios, la sostenibilidad empresarial y la ciudadanía organizativa han seguido por este camino, convirtiendo a la empresa en el actor clave de la sociedad en este umbral del nuevo siglo²⁵.

El *Estudio Delphi sobre los Factores de Cambio para la Empresa Española en el Umbral del Siglo XXI* ha identificado seis fuerzas de cambio especialmente potentes, ligadas al creciente activismo de grupos de interés en los ámbitos del consumo, el trabajo, la política, el gobierno corporativo y el medio ambiente (cuadro 9).

La vida económica y social se está viendo transformada por el creciente protagonismo de los distintos grupos de interés (*stakeholders*) relacionados con la empresa y la extensión de los movimientos activistas organizados en defensa de ciertas causas. La idea nuclear de la *teoría de los stakeholders* es que la empresa y sus directivos no son únicamente responsables ante los propietarios del capital o accionistas (*shareholders*) por sus resultados económicos, ni se deben mover exclusivamente por la satisfacción de las expectativas de los clientes, sino que su responsabilidad se debe extender al logro de los objetivos de todos aquellos grupos de interés, internos o externos, afectados por sus actividades. Desde la *teoría de los stakeholders*, la

²⁵ Camisón, C. (2008): “Los desafíos de la empresa del siglo XXI y las respuestas de las teorías de la gestión”, en Granda, G. y Camisón, C. (dirs.): *El modelo de empresa del siglo XXI: hacia una estrategia competitiva y sostenible*. Madrid: Ediciones Cinca, p. 17-31.

adaptación económica, social y medioambiental de la empresa se explica como una respuesta a nuevas expectativas muy diversas, que van desde las exigencias del mercado (activismo *consumerista*), singularmente las referidas a la demanda de productos verdes, a las presiones de los accionistas y los grupos que practican el activismo corporativo, el activismo laboral y los nuevos requisitos que quieren establecer los grupos que practican el activismo político y el activismo ecológico para otorgar la legitimidad social a la organización para actuar.

El papel pasivo que los consumidores tradicionalmente han desempeñado está empezando a cambiar de modo sustancial. Los compradores, de modo organizado o a título individual, cada vez más están deseando dejar oír su voz en asuntos varios de la empresa, por supuesto referidos a los productos, pero también a la forma en la que la dirección gobierna el negocio.

Uno de los movimientos más en auge es la observación por el consumidor del impacto social de la actividad de la empresa en el momento de tomar decisiones de compra. A los clásicos parámetros que han guiado estas decisiones (como el precio, la calidad del servicio o el plazo de entrega del producto) se unen ahora variables como las prácticas de comercio justo, el respeto de los derechos humanos o las acciones filantrópicas que la organización emprende. La consecuencia de este movimiento es el crecimiento de la demanda de productos con un contenido social o elaborados por empresas con responsabilidad social. Existen datos contundentes de la valorización creciente de este aspecto en las decisiones de compra del consumidor. Por ejemplo, el 33% de los fondos de inversión británicos ya incorporan el valor de la RSC como un gancho diferenciador para atraer inversores; y el 86% de los consumidores estadounidenses afirman que cambiarían su marca preferida si observasen una mayor inclinación hacia la responsabilidad social en otra.

La modificación de los criterios de la demanda en el mercado ante la transformación del perfil de compra del consumidor y la expansión de los segmentos verdes de mercado alimenta el crecimiento de la competencia entre empresas que buscan liderar los nuevos mercados ecoeficientes con productos y procesos medioambientalmente respetuosos.

Los empleados de las empresas están asumiendo igualmente un papel más activo y adoptando pautas activistas que sobrepasan los clásicos roles sindicales, tanto para la definición de su rumbo como para el establecimiento de las condiciones de trabajo.

La empresa está igualmente expuesta a la acción de múltiples grupos que practican el activismo político en defensa de derechos plurales: desde el reconocimiento de la homosexualidad (visible en manifestaciones como la celebración europea del orgullo gay o *Europride*) a la garantía de la igualdad entre sexos (activismo feminista), así como al desarrollo de

un mundo multipolar, entre otros. Todos estos movimientos de activismo político persiguen objetivos que no sólo luchan por la justicia, sino que ambicionan otro reparto de poder. Consiguientemente, afectarán a las políticas de la empresa, por ejemplo, en relación con la contratación, remuneración y promoción de su personal. Junto a ellos, asociaciones sin ánimo de lucro trabajan en pos de difundir una cultura de empresa basada en comportamientos responsables, solidarios con el entorno y enfocados hacia el desarrollo sostenible.

Especial interés merece el comportamiento de los inversores. Se aprecia un crecimiento continuo del número de casos en los que las entidades financieras valoran la variable medioambiental. Las crecientes exigencias legales están ocasionando que las empresas deban manejar un nuevo condicionante de marcado carácter ecológico a la hora de solicitar financiación, pues las entidades financieras están empezando a incluir los riesgos medioambientales en su análisis de riesgos. A título de ejemplo se puede citar la pionera iniciativa del Banco Santander Central Hispano puesta en marcha en 2004. El proyecto *Metodología Vida* ha conducido al diseño de una herramienta para valorar de modo objetivo el riesgo medioambiental de cada cliente actual o potencial de la entidad. Su objetivo es que la inversión medioambientalmente responsable se tenga en cuenta, tanto desde el punto de vista de contingencia de riesgos como de oportunidad de negocio.

El activismo corporativo está ejerciendo igualmente una presión sin precedentes sobre la dirección de las compañías que cotizan en los mercados bursátiles en pro de causas social o medioambientalmente justas. Los consejos de administración y los directivos se están encontrando con una ola de activismo corporativo por parte de nuevos *shareholders*, principalmente fondos de pensiones, fondos de capital riesgo y *hedge funds*, que no se limitan a delegar confianza en la dirección, sino que quieren actuar como propietarios e, imitando tácticas de otros movimientos activistas (campañas publicitarias incluidas), están luchando para influir en las decisiones de los directivos, exigirles rentabilidad y responsabilidades si los resultados no son satisfactorios.

3. Los retos de la competitividad internacional y la legitimidad social de la empresa española

Esta definición ampliada de las funciones de la empresa es especialmente interesante en un momento de crisis como el actual, que al cambiar de raíz el escenario global ha forzado la transformación de los roles que deben asumir las empresas y otros actores obligados a jugar en dicho marco. La crisis económica ha llevado a muchas empresas a graves problemas que,

en un elevado número de casos, han forzado el cierre y en otros muchos han conducido a estrategias de ajuste que pasan por la reducción de costes y de plantillas. En esta tesitura, parece especialmente afortunado el debate que un *blog*²⁶ lanzaba recientemente sobre si el empresario tiene la obligación de crear puestos de trabajo, y, si no es así, quién lo hace. El debate ha surgido a partir de un vídeo de una intervención en TED de Nick Hanauer, emprendedor e inversor norteamericano de éxito. Nick Hanauer se cuestiona si los ricos son los que crean puestos de trabajo, sosteniendo que no, y que por ello no es justo el trato fiscal beneficioso que reciben en Estados Unidos.

Pocos discuten que la superación de la crisis hace necesarios los esfuerzos de concertación de empresas, instituciones y sociedad en general, buscando un nuevo patrón de crecimiento económico que abra vías de esperanza a la ciudadanía. Pero este enfoque de corresponsabilidad en la búsqueda de salidas a la crisis admite diversos matices. Por ejemplo, ante las posibles reformas del marco laboral, las posiciones pueden oscilar desde aquellas que propugnan un sistema totalmente liberalizado que elimine cualquier restricción a la discrecionalidad del empresario y aquellas otras que defienden un sistema cerrado absolutamente garantista. Ambos extremos dejan un amplio margen para posturas intermedias que reconocen que la racionalización o flexibilidad del tiempo de trabajo debe siempre mejorar la productividad de las personas y reforzar la posición competitiva de la empresa, sin exigir sacrificios y desequilibrios insostenibles a ninguna de las partes.

Una primera interpretación defendería que, en su papel político y de ciudadano organizativo, las firmas deberían asumir la tarea de abrir caminos a la recuperación. En nuestro país, la mayoría del espectro político y de los agentes económicos responderían que sí a la cuestión suscitada, ya sea porque así la empresa reafirma su rol social o porque de este modo pueden distinguir entre la empresa “buena” y la empresa “mala”, obviamente según cree o no empleo. Pero, sea cual sea su motivo, todos ellos cargan sobre el empresario la obligación moral de crear empleo. Entonces, la primera prioridad de las empresas debería ser preservar las fuentes de trabajo. Esta visión queda meridianamente definida en un comentario a la entrada del citado *blog*, que defiende rotundamente la obligación de crear puestos de trabajo y utiliza el ejemplo de Zara para su argumento. El comentarista argumenta que esta empresa crea puestos de trabajo, pero demasiado pocos comparados con su facturación, ya que su fabricación principal está en China y en otros países parecidos. Por ello, piensa que deberían obligar a empresas de este tipo a fabricar en España creando aquí los puestos de trabajo. Sólo así demostrarían su patriotismo. Una argumentación más ela-

²⁶ Disponible en el *blog* “Vocación de empresa”, en www.pymesyautonomos.com, en su entrada “¿Tiene el empresario la obligación de crear puestos de trabajo?”, de 12 de junio de 2012.

borada surge de la tesis de que las empresas, debido al poder económico que acumulan y al hecho de formar parte de un sistema social, tienen obligaciones ineludibles que afrontar para resolver los graves problemas que se viven en las naciones donde despliegan sus actividades.

Pero, como dice el autor del *blog* mencionado, “los empresarios no son una suerte de prestidigitadores que crean empleos de la nada. Los empresarios detectan una oportunidad en el mercado, una posibilidad de negocio, y se lanzan a por ella. Que para aprovechar esa oportunidad necesiten más o menos empleados es secundario, eso no distingue una buena de una mala empresa, ni forma parte de una suerte de karma que el empresario haya de arrastrar. La obligación del empresario es, de partida, para consigo mismo y para la empresa que ha creado: que ésta sobreviva y sea rentable, cumpliendo el marco legal y las obligaciones que haya contraído conforme al mismo. Que lo cumpla o no es lo que determinará la bondad de su proyecto”.

Esta posición rechaza, pues, el chantaje moral de empresario bueno-empresario malo. A la hora de definir la función social de la empresa ante la crisis pone el acento en la mejora de su competitividad. Las empresas serán agentes útiles para el progreso y la creación de riqueza y empleo cuando sean competentes para competir en mercados abiertos y, como consecuencia, aumenten la producción agregada nacional y creen nuevos puestos de trabajo.

Es evidente que la magnitud de los problemas de la sociedad y de la economía españolas indica que el mantenimiento del *statu quo* ha dejado de ser una opción viable. Una empresa empeñada en elaborar productos y servicios ecológicamente ineficientes (o a través de procesos ineficientes medioambientalmente), en no respetar los derechos humanos o de las minorías, en blindarse ante la sociedad sin comunicar sus contribuciones y resultados –por citar sólo algunos temas– no tiene ya futuro en las sociedades desarrolladas. Todas estas manifestaciones son signos de la consolidación de la responsabilidad social de la empresa en el primer plano de la actualidad en el mundo de los negocios. Pero, también es cierto que la materialización de la responsabilidad social de la empresa en prácticas de gestión y control se manifiesta en un amplio espectro. La panoplia de estrategias de responsabilidad social puede oscilar desde las inactivas o despreocupadas (por irresponsabilidad directiva o porque las presiones del entorno no son suficientemente amenazantes), hasta las de corte reactivo (motivadas exclusivamente por cumplir la legislación), finalizando en las de naturaleza proactiva (que perciben la adaptación a los retos sociales y medioambientales más como una oportunidad de la que extraer beneficios y ventajas competitivas que como un problema que hay que afrontar minimizando el coste).

Se plantea entonces un inquietante interrogante: ¿hasta dónde debe llegar la empresa en relación con los desafíos actuales? ¿Sus decisiones y estrategias han de seguir estando presididas por consideraciones económicas

y por la búsqueda incesante de ventajas que acrecienten su competitividad? O, por el contrario, ¿deben convertirse en empresas utópicas que, guiadas por una suerte de evangelismo, hagan bandera del desarrollo sostenible, de la sustitución del antropocentrismo por el ecocentrismo de todos los males que afligen a la humanidad? ¿Hasta qué punto la sostenibilidad, la solidaridad, la igualdad y la felicidad han de penetrar en los *leitmotiv* y los principios del comportamiento empresarial? ¿Debe entonces y, sobre todo, puede la empresa salvar el mundo?

Para seguir funcionando, ¿es suficiente que la empresa cumpla los contratos a los que la ley la obliga o, además, debe alcanzar una nueva autorización o legitimación ética que compruebe su satisfacción del contrato social (con la sociedad) y natural (con el medio ambiente) que ahora se le impone firmar? ¿No es suficiente para la empresa redimir sus “pecados” creando riqueza y empleo? ¿Y qué nos hace pensar que es exigible (debe), y además que es factible (puede), que las empresas se conviertan en los actores del cambio social, sustituyendo a los gobiernos y a los propios ciudadanos en el noble (y utópico) empeño de salvar al mundo?

Toda una línea de pensamiento está trasladando a la empresa, es decir, a su dirección, todo un abanico de nuevas responsabilidades acuciantes e ineludibles, olvidando que muchos de estos retos, desde la erradicación de la pobreza y la desigualdad al logro de la felicidad, son asignaturas pendientes no sólo de los políticos, sino de los mismos ciudadanos. ¿Es razonable exigir a la empresa, contemplada como ciudadano organizativo, aquello que los propios ciudadanos a título individual y sus elegidos para realizar sus deseos y necesidades no han logrado materializar en siglos? Adicionalmente, ¿es sensato urgir a la empresa a comportamientos más honestos, comprometidos y responsables que los estándares que han alcanzado los políticos que nos representan o los propios miembros de la organización en sus tareas fuera de ella?

El caudal de interrogantes anuncia que puede resultar fructífera una reflexión sobre los atributos que debe reunir el modelo de empresa y de dirección del siglo XXI para ser capaz de responder a los retos que penden sobre ella a modo de espada de Damocles. Las tendencias de cambio están auspiciando nuevos retos a la dirección de las empresas, modificando de raíz la forma de competir de la empresa durante el siglo XXI²⁷. Como indica Prahalad²⁸, es necesario revisar el modelo de empresa empleado en los países avanzados para crear valor con el fin de desarrollar organizaciones innovadoras, en su estructura y en su comportamiento, que posibiliten tan-

²⁷ Hamel, G. y Prahalad, C. K. (1994): *Competing for the future*. Cambridge: Harvard Business School Press; Reich, R. (1991): *The work of nations*. Nueva York: Knopf.

²⁸ Prahalad, C. K. (1998): “Managing discontinuities: The emerging challenges”, en *Research-Technology Management*, mayo-junio, p. 14-22.

to la reanudación del proceso de creación de riqueza como la distribución de la misma de la forma más acorde a sus capacidades y necesidades.

En especial, está cambiando la percepción pública del papel que la empresa debe representar dentro del sistema. Las presiones de los distintos grupos de interés, pero especialmente de los activistas políticos y ecológicos, se han convertido en referencias obligadas de la agenda de la empresa del siglo XXI y han ayudado a los directivos a comprender que está teniendo lugar una transformación fundamental que tendrá efectos profundos y duraderos sobre los negocios, y que deberán aprender la mejor forma de lidiar con ella porque nada hace pensar que sean modas efímeras, sino mareas de fondo cuyos efectos (profundos y duraderos) apenas han empezado a intuirse, pues sólo han asomado a la superficie. Un reciente estudio del Center for Corporate Citizenship del Boston College²⁹, para trazar la agenda de la empresa en el siglo XXI, cifraba en el 71% los ejecutivos entrevistados que estaban de acuerdo con esta idea, y apuntaba tres mensajes que habían calado en este colectivo: la percepción pública del papel de la empresa ha cambiado desde los años setenta; nuevas responsabilidades están siendo confiadas a las compañías; el modelo de negocio actual está en curso de implosión a menos que las organizaciones reconozcan que los retos sociales están impactando, tanto positiva como negativamente, en el éxito a largo plazo de la empresa.

El *Estudio Delphi sobre los Factores de Cambio para la Empresa Española en el Umbral del Siglo XXI* ha trazado las coordenadas hacia las que debería navegar la empresa del siglo XXI, que se han plasmado en una agenda de temas esenciales de los que difícilmente se puede prescindir si se quiere garantizar la supervivencia y el crecimiento de la compañía. Entre ellos cabe remarcar las siguientes notas a modo de decálogo³⁰:

1. Desarrollar la capacidad de adaptación de la empresa a todos estos nuevos retos y los que puedan surgir, a través de la implantación de sistemas y estructuras flexibles. Para ello, es esencial potenciar las competencias prospectivas de la dirección, que en el caso de la empresa española están especialmente desguarnecidas a causa de su deficiente percepción de los muchos desafíos que tiene planteados, en especial de los referidos a la responsabilidad social de la empresa y la ética en los negocios.

2. Crear modelos de negocio abiertos, competitivos, creativos e innovadores que exploren los límites de lo que una empresa gestionada por valores puede alcanzar, transformando los problemas en oportunidades. Por ejemplo, enfocándose a segmentos de mercado en eclosión (demanda de

²⁹ Blowfield, M., Googins, B. K. (2006): *Step up: A Call for Business Leadership in Society. CEOs examine role of business in the 21st century*. Chestnut Hill MA: Boston College Center for Corporate Citizenship.

³⁰ Camisón, C. (2008), p. 29-30.

productos verdes o socialmente responsables, productos que respondan a necesidades sociales, negocios que contribuyan al ahorro energético y a la ecoeficiencia, productos para los consumidores situados en la base de la pirámide, que suelen ser colectivos desfavorecidos, etc.).

3. Trabajar con clientes, proveedores y competidores para el desarrollo de estrategias conjuntas y compartidas para beneficio mutuo, rehuendo comportamientos oportunistas y rentas fáciles a corto plazo que suelen castigar la cuenta de resultados a largo plazo.

4. Explorar nuevas oportunidades para aumentar la eficiencia de la empresa que no sean a costa del capital humano, sino aprovechando sus potencialidades e introduciendo innovaciones que mejoren la organización del trabajo, para lo que se precisa crear entornos de trabajo humanos y atractivos para el personal con talento.

5. Desarrollar el capital intelectual y la dotación de intangibles de la empresa (diseño, marca, reputación o calidad), maximizando la captación de la inteligencia y la experiencia de las personas y distribuyéndola por la organización para incrementar el aprendizaje y la innovación.

6. Buscar activamente nuevas estrategias que permitan maximizar la función de creación de riqueza, así como los medios para distribuirla con el máximo apoyo y consenso social, manteniendo el contrato fiduciario con la propiedad, el contrato social y el contrato con la naturaleza, que le darán la máxima legitimidad.

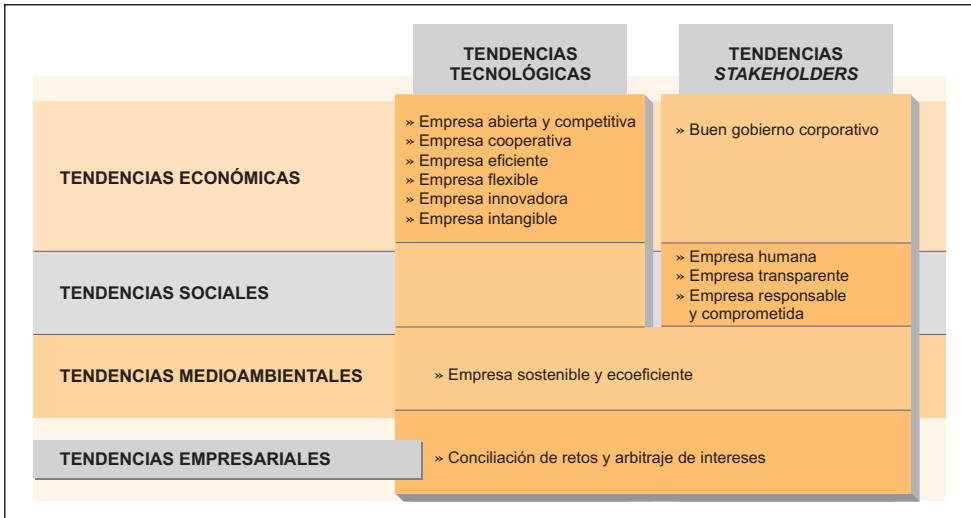
7. Fomentar el comportamiento ético de todos los miembros de la organización (incluyendo la exclusión de cualquier conducta discriminatoria, represiva o lesiva de los derechos humanos), así como la colaboración de la empresa asumiendo responsabilidades en materia social y medioambiental hasta donde sus competencias alcancen, pero sin que dicho compromiso interfiera seriamente en su capacidad para realizar su principal misión.

8. Elaborar estrategias para comprender, medir y comunicar el impacto que las acciones de comportamientos responsables, comprometidos y sostenibles tienen sobre la creación de valor de la empresa.

9. Construir una perspectiva de resultados a largo plazo para los inversores y los mercados de capitales, en el marco de un modelo de gobierno corporativo que asegure la participación de todos los accionistas.

10. Potenciar las competencias directivas y organizativas, introduciendo todas aquellas innovaciones y sistemas de gestión (como los estándares certificables, memorias de sostenibilidad o códigos éticos) que ayuden a la empresa a dar una respuesta competente a todos los retos anteriores.

Cuadro 10 – Fuerzas del cambio para la empresa en el siglo XXI: las tendencias empresariales



Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio Delphi sobre los Factores de Cambio para la Empresa Española en el Umbral del Siglo XXI*.

El modelo de empresa que está siendo conformado por este vector de fuerzas del cambio se va perfilando a partir los rasgos detallados en el cuadro 10.

4. La comprensión por parte de la empresa española de los retos del entorno

Resulta especialmente interesante analizar el grado en el que las empresas españolas perciben de forma correcta los retos que penden sobre su competitividad y están adaptando su diseño al modelo emergente ligado a las fuerzas del cambio. Aunque nos enfrentamos a un mundo complejo y sin certezas, con cambios veloces y discontinuos y sujeto a una regeneración completa de las guías y creencias comúnmente aceptadas, anticipar con el mayor acierto factible los rasgos que caracterizarán a la sociedad venidera constituye un elemento esencial para trazar estrategias competitivas que labren una posición diferenciada atractiva en los mercados y que faciliten (siquiera parcialmente) gestionar las situaciones de cambio en las líneas de los intereses empresariales y nacionales.

La vista panorámica de la actuación de la empresa española durante los treinta años de economía en democracia se puede resumir en tres palabras: cambio, crecimiento y profesionalización. El posicionamiento estratégico en los mercados internacionales y la arquitectura interna han experimentado un cambio constante durante esas décadas, consecuente con las profundas transformaciones producidas en su entorno, dibujando un panorama cada

vez más complejo y competitivo, lejos ya de aquella obtusa imagen de “empresa de alpargata y botijo” dominante en los albores de la democracia. La empresa española ha mejorado notablemente su valoración de los retos que conducen hacia un modelo organizativo abierto, competitivo, cooperativo, eficiente, flexible, creativo, innovador, intangible y de calidad.

Más dudas existen acerca de la correcta percepción por parte de la empresa española de los retos suscitados por la exigencia de múltiples grupos de interés de un nuevo contrato social, que le asigna nuevas responsabilidades en problemas allende sus fronteras clásicas y que la empuja hacia el modelo de empresario redistribuidor. Para responder a la pregunta de cómo percibe la dirección de la empresa española el proceso de cambio de sus funciones y su grado de asimilación de la ganancia de responsabilidades que los nuevos actores sociales le están imputando, se presentan datos inéditos del *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Esta investigación analiza la evolución de la actitud que la empresa española ha mantenido durante los dos últimos decenios del pasado siglo y el primero del presente, en especial sus respuestas ante el proceso de cambio histórico en el que está inmersa. En la tabla 1 se recogen los retos externos e internos a la organización más relacionados con la función social de la empresa.

Tabla 1 – Evolución de la percepción (1) por parte de la empresa española de los principales retos (2) relacionados con la función social de la firma. 1984-2012

	1984	1994	2004	2008	2012
Retos externos a la empresa					
<i>Fortalecimiento de la conciencia cívica: un nuevo contrato social</i>					
30 Calidad de los políticos y gestores públicos	3,0	3,4	3,1	4,3	4,6
39 Corrupción de la vida pública	1,5	2,0	2,6	3,9	4,5
40 Inmoralidad y falta de ética social	2,0	2,7	2,6	3,1	3,3
<i>Otras tendencias sociales</i>					
41 Escasez de ánimo emprendedor	3,2	3,7	3,4	3,9	4,2
42 Problemas de inserción de la inmigración	1,3	3,2	3,9	4,2	3,1
43 Bajo grado de movilidad social vertical	3,8	3,7	3,7	3,5	3,6
<i>Tendencias de los stakeholders</i>					
44 Actitud sindical de confrontación	3,8	4,2	3,7	4,0	4,3
45 Hostilidad hacia la empresa y la iniciativa privada	4,2	3,8	3,2	3,3	3,5
46 Presión para minimizar el impacto medioambiental de la empresa	1,8	2,4	3,1	3,3	3,0
47 Desarrollo de una regulación medioambiental exigente	1,5	2,5	3,0	3,2	3,3
48 Endurecimiento de la legislación y de las sanciones públicas	2,2	2,4	3,1	3,0	3,0
49 Presión de los movimientos de activismo político	–	2,1	2,9	3,4	3,4
50 Crecimiento de los segmentos de mercado “verdes”	–	–	3,5	3,4	3,2
51 Aumento de las exigencias de inversores y mercados financieros	–	2,6	3,6	3,8	4,1

Sigue Tabla 1 – Evolución de la percepción (1) por parte de la empresa española de los principales retos (2) relacionados con la función social de la firma. 1984-2012

	1984	1994	2004	2008	2012
Retos internos a la empresa					
<i>La empresa humana</i>					
66 Desarrollar el capital social de la organización y sus empleados	–	1,7	1,8	2,0	2,2
84 Mejorar la actitud y el compromiso del personal con la empresa	1,3	2,7	2,9	3,3	3,4
85 Desarrollar un trato justo a los empleados, sin discriminaciones por género, raza y otras diferencias personales	2,1	2,4	3,0	3,5	3,5
86 Conciliación de la vida familiar y profesional	–	–	3,2	3,0	3,0
87 Asegurar la salud y la seguridad en el trabajo	2,5	2,7	3,3	3,2	3,1
<i>La empresa transparente</i>					
94 Aumentar la cantidad y calidad de la información financiera externa	2,1	3,3	3,9	4,0	4,1
95 Aumentar la cantidad y calidad de la información no financiera externa	1,6	2,4	2,8	3,1	3,4
96 Desplegar cauces de comunicación con los stakeholders clave	–	2,6	2,4	3,0	3,2
97 Mantener una actitud abierta y de diálogo con la sociedad	1,5	1,9	2,0	2,1	2,3
<i>La empresa responsable y comprometida</i>					
98 Aplicación de un código ético contra la corrupción y el soborno	–	2,0	2,9	3,4	3,5
99 Aplicar principios de honestidad a las relaciones comerciales	2,8	2,1	2,8	3,0	3,1
100 Asunción de mayor responsabilidad en problemas sociales	2,4	2,8	3,0	3,0	3,0
101 Evolución hacia la ciudadanía organizativa	–	–	2,4	2,5	2,6
102 Enriquecer una gestión por valores	–	–	3,1	3,0	3,2
<i>La empresa sostenible y ecoeficiente</i>					
103 Contribuir al desarrollo sostenible	–	–	2,3	2,4	2,6
104 Desarrollar sistemas de prevención de la contaminación	1,8	2,2	3,3	3,1	3,1
105 Minimizar los impactos medioambientales de los productos y procesos	1,6	2,8	3,0	3,2	3,2
106 Utilización de materiales renovables y energías alternativas	1,4	2,6	2,5	3,0	3,1
<i>El buen gobierno corporativo</i>					
107 Diseño de la estructura de propiedad y control adecuada para la acumulación de intangibles	1,5	2,4	2,2	2,5	2,6
108 Desarrollo de mecanismos no conflictivos para la reestructuración	1,6	2,0	2,1	2,4	3,0
109 Profesionalización de los consejos de administración	1,9	2,4	2,9	3,0	3,3
110 Garantía de los derechos de los accionistas minoritarios	2,3	2,5	2,4	2,0	2,2

(1) Medida en una escala de 1 a 5 en orden creciente de gravedad (como amenaza a la competitividad) de los retos. (2) Listado de retos propuestos por las personas entrevistadas. La encuesta incluía esta cuestión como pregunta abierta en la que se pedía que se enumerasen las principales características internas y externas que se percibían como retos actuales y futuros a la empresa. La definición de los retos ha sido sintetizada por el autor a partir del análisis de las variables propuestas por los entrevistados, manteniendo la máxima fidelidad posible a la descripción, pero intentando agrupar aquellas que reflejaban un mismo reto con diferencias únicamente semánticas. En un trabajo previo (Camisón, C.: 2006, p. 93-94) se ofreció una lista de 53 retos, cuya descripción se había mantenido incólume en el período estudiado, a la que ahora añadimos otros desafíos que no fueron reconocidos por los encuestados en alguna oleada de la investigación (sobre todo en 1984). El listado que aquí se ofrece está ordenado agrupando las variables por tipos de problemas, según el criterio del autor.

Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

El único indicio serio de preocupación, manifestado ya con nitidez a mediados de la década de los años noventa, es por el deterioro de la ética en la clase pública, que arrastra como un diluvio al conjunto de la sociedad, predicando comportamientos oportunistas (cuando no netamente ilegales) en vez de dar ejemplo con liderazgos positivos. La inmoralidad y la falta de ética social del resto de los agentes económico-sociales no empiezan a adquirir tintes relevantes, según la percepción de la empresa española, hasta entrado el nuevo siglo. Las tendencias hacia un mayor activismo de los distintos *stakeholders* tampoco parecen ser aún motivo de seria inquietud para la empresa española. El único grupo de interés que no ha dejado de preocuparle son los sindicatos y la fuerza que más inquieta es la hostilidad hacia la iniciativa privada, que tras disminuir sensiblemente ha reemprendido una senda negativa desde 2008, justamente cuando la escasez de espíritu emprendedor ha vuelto a agudizarse. Pero no parece haber calado la presión de los movimientos activistas políticos, sociales y medioambientales. Tampoco parece suscitar demasiado temor el endurecimiento legislativo y de las sanciones de las Administraciones Públicas. Incluso la fuerza de cambio que podría percibirse detrás de las oportunidades de crecimiento de la demanda de productos “verdes” ha sido crecientemente minusvalorada. También es significativa la baja apreciación de la necesidad de evolucionar hacia un buen gobierno corporativo, que no puede desligarse del activismo corporativo y el desarrollo normativo sobre el buen gobierno corporativo. La excepción es la alta sensibilidad a las presiones de los inversores, que demuestra la eficacia de las acciones que a este fin se están desarrollando y de la inquietud por el deterioro de los mercados financieros.

La positiva evolución de la percepción por parte de la empresa española de los retos competitivos que tiene planteados en este filo de cambio histórico no parece haberse plasmado con idéntica claridad en el terreno de los rasgos que caracterizan el cambio hacia el modelo de empresa humana, transparente, responsable, comprometida, sostenible y ecoeficiente. Todos estos retos, además de empezar a percibirse hace relativamente poco, son aún apreciados como menos trascendentales para el futuro de la organización. El único vector que parece suscitar preocupación es la necesidad de aumentar la cantidad y calidad de la información financiera externa, que refleja el endurecimiento de la regulación contable.

La conclusión que puede extraerse es que el positivo cambio que la empresa española parece haber vislumbrado en los temas económicos y tecnológicos dista de estar acompañado por una percepción igualmente clara de los retos sociales, políticos y medioambientales. A la empresa española no parecen preocuparle todavía excesivamente los retos que los *stakeholders* están perfilando.

5. Valores y prácticas dominantes en la empresa española: situación actual y prospectiva

Esta percepción empresarial de los retos del entorno y las presiones de los grupos de interés tiene un lógico reflejo en las prácticas organizativas introducidas. Como se puede apreciar comparando las tablas 2 y 3, las prácticas guiadas por la función propietaria están difundidas en un nivel mucho mayor que aquellas inspiradas por la función ciudadana.

Las tres prioridades esenciales de la empresa española, por este orden, son maximizar la rentabilidad financiera, incrementar el valor de la empresa y minimizar el riesgo patrimonial. Todas ellas se aplican amplia e intensamente. La preocupación por aumentar la rentabilidad de los fondos propios no ha dejado de aumentar desde 1984, habiendo crecido 15 puntos (hasta situarse en 2012 cerca del 83%) el porcentaje de compañías con planes específicos en este sentido. El enfoque en la creación de valor ha aumentado también (cerca de 8 puntos en el período estudiado) y constituye un eje de la función directiva para el 76,1% del tejido productivo. En cambio, la preocupación por minorar el riesgo patrimonial disminuyó entre 1984 y 2004, para rebotar fuertemente desde ese momento hasta constituir un objetivo principal para alrededor del 67% de las empresas españolas, un dato que refleja la inquietud ocasionada por la crisis económica y los peligros que de ella se desprenden en términos de pérdidas patrimoniales.

Tabla 2 – Evolución de las prácticas organizativas implantadas en la empresa española desde la función propietaria. Porcentaje de empresas que las ha implantado y grado de utilización. 1984-2012

	% de empresas que ha adoptado cada práctica					Grado de utilización (*)				
	1984	1994	2004	2008	2012	1984	1994	2004	2008	2012
Maximizar la rentabilidad financiera	67,9	72,5	80,4	81,4	82,9	3,8	4,0	4,1	4,1	4,2
Maximizar el valor de la empresa	68,2	70,4	77,9	75,9	76,1	4,3	4,4	4,4	4,3	4,4
Minimizar el riesgo de la inversión patrimonial	50,2	46,8	45,7	60,6	66,8	3,0	3,1	3,1	3,6	4,3
Garantizar un retorno aceptable vía dividendos	47,5	50,3	55,6	42,4	38,7	2,8	3,2	3,5	3,2	3,2
Incorporación de consejeros independientes al consejo de administración	8,1	9,6	12,3	12,2	12,0	2,1	2,6	2,7	2,5	2,4
Disponibilidad de un código regulador de la composición y funcionamiento del consejo de administración	3,8	6,7	9,5	8,8	8,4	1,8	1,6	1,6	1,8	1,9
Mantener el control accionarial	90,7	82,5	66,0	60,3	57,7	4,2	4,0	3,9	3,7	3,5

(*) Grado de utilización de la práctica en una escala de 1 a 5, siendo 1 uso mínimo y 5 uso muy frecuente.

Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

Tabla 3 – Evolución de las prácticas organizativas implantadas en la empresa española desde la función ciudadana. Porcentaje de empresas que las ha implantado y grado de utilización. 1984-2012

	% de empresas que ha adoptado cada práctica					Grado de utilización (*)				
	1984	1994	2004	2008	2012	1984	1994	2004	2008	2012
Seguridad e higiene en el trabajo	64,7	70,8	88,5	89,5	90,2	3,2	3,4	3,6	3,6	3,7
Participación de la empresa en debates públicos relevantes, aunque no afecten directamente a sus intereses	4,0	14,5	23,8	30,7	32,7	1,0	2,2	3,0	3,2	3,4
Programas de patrocinio y mecenazgo	22,4	26,8	29,4	30,1	25,8	2,2	2,0	2,3	2,5	2,4
Programas de formación y desarrollo	13,7	20,5	26,8	28,7	20,2	2,3	3,2	3,4	3,4	3,1
Programas de reconocimiento y promoción al esfuerzo y mérito	10,4	12,5	16,6	15,9	14,8	2,5	2,6	3,0	3,0	2,9
Políticas de recursos humanos basadas en la no discriminación	11,4	13,9	14,0	15,8	14,7	1,9	2,5	2,8	3,0	3,1
Planes de conciliación de la vida personal y profesional	1,0	3,8	9,5	12,4	12,7	2,0	2,1	2,9	3,5	3,5
Implicación de los proveedores en la definición de sus estándares de comportamiento	6,4	8,2	8,9	8,6	8,7	3,2	3,5	3,6	3,5	3,5
Políticas de remuneración alineadas con la contribución de las personas	2,1	4,4	8,6	7,5	7,4	2,6	2,5	2,8	2,4	2,2
Políticas proactivas de gestión medioambiental	0,8	2,4	6,7	6,5	6,3	2,4	2,8	3,3	3,4	3,4
Integración de personas con discapacidad	3,8	5,0	5,4	5,6	4,9	1,1	1,3	1,6	2,0	2,7
Programas de ayuda social y de voluntariado	0,8	1,6	3,3	4,9	4,8	1,5	1,9	2,8	2,7	2,8
Participación de los empleados en los beneficios	4,8	5,0	5,2	4,7	4,0	2,2	2,4	2,8	2,4	2,3
Consideración explícita en el proceso de toma de decisiones de los intereses e impactos sobre los grupos de interés para la empresa	0,7	1,8	3,6	3,7	3,6	1,6	1,8	2,1	2,4	2,1
Elaboración de informes sobre desempeño social de la empresa (memoria de RSC, memoria de sostenibilidad, etc.)	1,3	3,1	4,0	4,0	3,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2
Disponibilidad de un código ético	0,2	0,4	0,5	1,8	2,7	2,8	3,2	3,3	3,2	3,3
Políticas de recursos humanos que mejoran las obligaciones legales (vacaciones o ayudas sociales)	1,2	1,6	2,3	2,3	2,0	1,4	1,6	1,9	1,8	1,8
Programas de comercio justo	0,1	0,1	0,4	0,5	0,6	1,0	1,1	1,6	1,5	1,4

(*) Grado de utilización de la práctica en una escala de 1 a 5, siendo 1 uso mínimo y 5 uso muy frecuente.

Fuente: Camison, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

El propósito de obtener una rentabilidad directa de la inversión a través de los dividendos llegó a presidir el comportamiento de más del 55% de las empresas españolas en 2004, aunque desde entonces ha declinado de forma acentuada hasta mantenerse en el 39% en 2012, por las necesidades de capitalización impuestas por los problemas de financiación externa. La tradicional orientación de los empresarios-propietarios nacionales por mantener el control accionario (que no puede desligarse del dominio de las empresas familiares) explica el bajo recurso a prácticas de profesionalización y de representación de intereses minoritarios en los consejos de administración, desoyendo así las presiones en pro del buen gobierno corporativo.

Este fuerte acento en la función propietaria, es decir, en los intereses de los propietarios del capital, va unido a una baja penetración de otras prácticas más alineadas con los propósitos de otros grupos de interés. Como se observa en la tabla 3, sólo hay una práctica extendida mayoritariamente en la empresa española, los planes de seguridad e higiene en el trabajo, que merced a su regulación legal están implantados en más del 90% de las organizaciones. El resto de posibles prácticas que mejorarían las relaciones con *stakeholders* distintos a los propietarios (proveedores, empleados y sociedad en general) tienen aún una escasa implantación. Las únicas prácticas que están presentes en una cuota significativa del tejido empresarial español son los programas de patrocinio y mecenazgo (establecidos en casi un 26% de las empresas, aunque no han crecido en porcentaje desde 1994) y la participación empresarial en debates públicos sobre cuestiones que no afecten directamente a sus intereses, casi un 33% en 2012. Esta última cuestión ha experimentado un significativo crecimiento, que refleja el progreso de la presencia de los empresarios y directivos en las conversaciones públicas, lo que apunta a una línea positiva de preocupación por aportar ideas y soluciones sobre los problemas nacionales. Pero en el resto de aspectos, la empresa española mantiene una actividad bastante escasa.

Especialmente preocupante es la baja introducción de prácticas que impulsen mejoras en las condiciones laborales y el avance de la implicación de los trabajadores. Estas actividades no sólo promueven un progreso de la función social de la empresa respecto a los intereses de los trabajadores, sino que además contribuyen directamente a aumentar la motivación y el orgullo de pertenencia a la firma, optimizar el clima laboral, prevenir patologías organizativas y personales, disminuir el absentismo, fomentar el desarrollo y la retención del talento y facilitar la relación con todos los grupos de interés, lo que indirectamente redundará en la mejora de la productividad y la competitividad. La escasa introducción de las prácticas que facilitan una organización del trabajo más satisfactoria y productiva penaliza la competitividad de la propia empresa, el sentimiento de pertenencia y, por ende, el compromiso de su capital humano. Esta debilidad constituye un obstáculo de envergadura para potenciar la acumulación de otros intangibles (calidad del trabajo, satisfacción del cliente, mejora continua, crea-

tividad, innovación, reputación, etc.), que constituyen las bazas esenciales para la competencia de empresas como las españolas, instaladas en países desarrollados donde las ventajas en los costes son cada vez más difíciles de mantener. La empresa española está desperdiciando las oportunidades que estas prácticas avanzadas ofrecen tanto para mejorar su productividad y competitividad como para mantener y potenciar el talento y la satisfacción de sus activos humanos, efecto que repercute muy positivamente en la sociedad al contribuir a fortalecer su capital social y los recursos con los que cuenta para emprender, crecer y competir.

La derivada lógica del escaso grado de implantación de prácticas sociales y medioambientales es un desempeño pobre en estos aspectos (tabla 4). El avance más notable se ha producido en el ámbito medioambiental, donde la empresa española ha logrado niveles superiores de seguridad, calidad y eficiencia, aunque sin alcanzar ni de lejos estándares de excelencia. La seguridad medioambiental mejoró entre 1984 y 2004, período en el que el promedio anual de incidentes con impacto en el medio natural disminuyó de 19 a menos de 14. Sin embargo, el número medio anual de problemas medioambientales que la empresa española sufre actualmente es demasiado alto (13,01) y apenas ha disminuido desde 2004, dando la impresión de que sus sistemas de gestión han alcanzado un límite en las posibilidades de mejora y que para avanzar necesita adoptar enfoques más proactivos. Esta conclusión se confirma al analizar la evolución de los índices de calidad y eficiencia medioambiental, que tras mejorar durante el primer período se han estancado desde 2004, empeorando incluso el consumo medio anual de recursos naturales, si bien de forma ligera.

El conjunto de indicadores representativos del desempeño social también muestra que la empresa española sigue anclada en niveles de resultados poco satisfactorios para el grupo de interés formado por sus empleados. La satisfacción promedio que el capital humano alcanza en relación con sus objetivos y necesidades personales apenas rebasa la nota media actualmente, e incluso se ha deteriorado desde 2004. En la misma línea ha evolucionado el número de quejas y reclamaciones (que podría ser una aproximación a la insatisfacción de la fuerza de trabajo), que tras reducirse a la tercera parte entre 1984 y 2004 casi se ha duplicado en la última década. En 2012, el número de incidencias laborales que cada empleado sufre es superior a 10.

Esta falta de capacidad de la empresa española para alinear sus propósitos con los fines y demandas de sus trabajadores explica el empeoramiento del índice de orgullo en el trabajo. Este valor expresa el porcentaje de empleados que se sienten orgullosos de trabajar en su empresa. Los datos constatan una fuerte caída tras el máximo alcanzado en 2004 (superior al 51%), situándose en 2012 en los niveles de 1984 (por debajo del 38%). No es, pues, extraño que la rotación laboral sea alta (más del 36% de la plantilla se renueva voluntariamente cada ejercicio) ni que el índice de lealtad, tras

Tabla 4 – Evolución del desempeño de la empresa española. 1984-2012

	1984	1994	2004	2008	2012	Definición
Desempeño medioambiental						
Seguridad medioambiental	19,03	17,26	13,75	13,13	13,01	Número medio anual de incidentes y problemas medioambientales que la empresa tiene en sus plantas productivas
Eficiencia medioambiental	11,14	10,36	9,42	9,66	9,77	Consumo medio anual de recursos naturales por unidad producida = coste anual de los suministros de agua y energía/costes totales de producción (en %)
Calidad medioambiental	3,08	5,25	8,81	8,41	8,36	Porcentaje de sustancias tóxicas y contaminantes que la empresa recicla evitando su emisión al entorno
Desempeño social						
Implicación de los empleados en la empresa	87,12	90,74	94,05	94,08	92,17	Índice de absentismo laboral medido por el porcentaje de horas totales anuales efectivamente trabajadas/horas totales anuales remuneradas
Orgullo en el trabajo	38,29	46,51	51,73	48,90	37,50	Porcentaje de los empleados que se sienten orgullosos de trabajar en la empresa
Conflictividad laboral	25,17	24,42	15,90	30,34	37,14	Número medio anual de conflictos y disputas laborales
Lealtad de los empleados a la empresa	38,14	30,37	20,78	28,22	36,39	Tasa de rotación de los empleados (número anual de empleados que dejan la empresa voluntariamente/personal total, en %)
Insatisfacción de los empleados	17,82	12,57	6,25	8,23	10,25	Número medio anual de quejas y reclamaciones laborales por empleado
Siniestralidad laboral	15,30	10,74	8,08	7,14	7,05	Número medio anual de accidentes y daños laborales
Satisfacción de los empleados	2,47	2,91	3,36	3,25	3,01	Índice promedio de satisfacción de los empleados con sus trabajos porque han cumplido o excedido sus objetivos y necesidades personales, medido en una escala creciente de 1 a 5
Cooperación de los empleados	2,41	2,70	2,80	2,81	2,83	Número medio anual de sugerencias de mejora del trabajo por los empleados
Equidad en la distribución de rentas	1,79	2,21	2,86	2,77	2,64	Satisfacción de los empleados con la distribución interna de las rentas económicas generadas por la empresa, en una escala creciente de 1 a 5

Sigue **Tabla 4 – Evolución del desempeño de la empresa española. 1984-2012**

Desempeño en la sociedad	1984				1994				2004				2008				2012			
	Definición																			
Responsabilidad discrecional	30,47	51,73	65,04	68,91	70,41	Contribución de la empresa a la interculturalidad y a la diversidad social de la comunidad local, medida por el porcentaje medio de empleados de grupos marginados, grupos étnicos distintos y mujeres sobre la plantilla total														
Responsabilidad legal	30,26	46,06	53,82	56,82	56,99	Contribución de la empresa a la prosperidad económica local a través de su creación de empleo directo y de sus aportaciones fiscales, medida como la suma de porcentajes medios de ambas variables sobre la plantilla y las ventas														
Satisfacción de los proveedores con la empresa	12,20	14,37	8,94	9,01	9,25	Ratio medio anual de proveedores que dejan voluntariamente de suministrar a la empresa/número total de proveedores														
Satisfacción de los <i>stakeholders</i> financieros	6,04	4,93	0,87	2,15	2,66	Satisfacción de los inversores y de las instituciones financieras con las prácticas y con la transparencia informativa de la empresa, medida como el porcentaje de desviación de su coste medio ponderado de la financiación externa respecto a la media de la industria														
Ciudadanía organizativa	0,27	0,89	2,61	2,51	2,44	Satisfacción social de la comunidad local con la empresa como ciudadano organizativo ejemplar, medido como el porcentaje promedio de tiempo empleado por los directivos y empleados de la empresa en servicios a la comunidad (participación en organizaciones y actividades sin ánimo de lucro)														
Responsabilidad ética ante la sociedad	6,92	5,28	2,47	2,33	2,31	Comportamiento ético y honesto de la empresa, medido como el logaritmo de la suma del número de despidos improcedentes y de multas y sanciones impuestas por organizaciones públicas														

Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

reducirse a la mitad en los dos decenios anteriores a 2004, haya regresado rápidamente en los años siguientes al nivel de 1984. El escaso avance de la empresa española para cumplir las expectativas y necesidades de sus empleados explica el mínimo grado de cooperación de los mismos en la mejora continua de la empresa: el número medio anual de sugerencias por trabajador sigue por debajo de tres y estancado. Las repercusiones son igualmente visibles en la productividad del trabajo, pues ha vuelto a crecer el absentismo laboral (el número de horas efectivamente trabajadas se ha reducido tras más de dos décadas de aumento, situándose en el 92,2%), al tiempo que se ha incrementado significativamente la conflictividad laboral (el número de conflictos ha superado los 30 en 2008 y los 37 en 2012, niveles que son desconocidos en todo el período estudiado y que más que duplican los registrados en 2004). El único frente en el que el desempeño social ha progresado es la siniestralidad laboral, que se ha reducido a la mitad entre 1984 y 2012.

Estos datos invitan a concluir que la empresa española hizo un esfuerzo importante para satisfacer a sus empleados entre 1984 y 2004, que se detuvo en la época de máximo esplendor de la década dorada de crecimiento económico para entrar en una acusada senda descendente con el inicio de la crisis en 2008. Nuestro tejido productivo parece ser incapaz de equilibrar las necesarias políticas de ajuste a las que obligan la contracción de la demanda y el crédito con el mantenimiento de una equidad en la distribución de rentas.

La tercera dimensión de resultados sociales alude al desempeño respecto al conjunto de la sociedad. En este frente, la empresa española muestra tasas más satisfactorias, que, en general, han acusado en menor medida el impacto de la crisis. Su avance hacia la ciudadanía organizativa se deja notar en el tiempo que sus miembros dedican a labores sociales (2,4%, triplicándose casi entre 1994 y 2012). La iniciativa privada española está dando igualmente muestras de mejora de su responsabilidad ética y legal, al reducirse los casos de incumplimientos de la legislación (a la tercera parte entre 1984 y 2012) y aumentar su contribución a la creación de empleo y a los recursos públicos (en relación con su plantilla y sus ventas, respectivamente), que casi se ha duplicado en el mismo horizonte temporal. La responsabilidad discrecional ha dado asimismo muestras de la sensibilidad empresarial a las demandas de cohesión en la comunidad local, progresando la integración laboral de colectivos marginados o desfavorecidos, que suponen ya más del 70% de la plantilla media (casi 20 puntos más que en 1994 y más del doble que en 1984). La mejora es igualmente visible en la relación con los proveedores, habiendo retrocedido el porcentaje de suministradores que voluntariamente dejan de trabajar para la empresa. Las tensiones financieras y comerciales que toda crisis entraña han originado un ligero repunte de la tasa de rotación de proveedores, aunque se mantiene en niveles muy inferiores a la tasa equivalente de los empleados. Por último, debe destacarse el importante incremento de la satisfacción de los *stakeholders*

Tabla 5 – Actitudes y valores dominantes en la empresa española: fortalezas y debilidades según la percepción del panel de expertos. 2011

	2011			2015	2020
	Media consenso	Percepción mayoritaria	F / D promedio		
Cultura abierta a las nuevas ideas, la innovación y la creatividad	62,5	Debilidad	5,04	5,27	5,61
Desarrollo de valores orientados a la satisfacción de los clientes	54,5	Debilidad	4,96	5,29	5,53
Desarrollo de valores corporativos que motiven el compromiso y la participación de los empleados	67,9	Debilidad	4,98	5,08	5,33
Orientación a la creación de valor para los accionistas	65,4	Fortaleza	4,60	4,69	4,85
Responsabilidad de las empresas con el desarrollo sostenible	50,0	Debilidad	3,87	4,40	4,79
Orientación hacia el crecimiento de la empresa	54,7	Debilidad	4,24	4,43	4,65
Responsabilidad social de las empresas	54,4	Debilidad	3,93	4,31	4,57

Fuente: Camisón, C. (2012): *La competitividad de la economía española en un mundo globalizado. Prospectiva 2020*. Madrid: Consejo Económico y Social de España.

financieros con las prácticas y la transparencia informativa de la empresa española entre 1984 y 2004, que dejó huella en la minoración del coste financiero incremental (respecto a la media de la industria) desde más de 6 puntos a menos de 1. La crisis ha vuelto de nuevo a alimentar las tensiones con los inversores y las instituciones financieras y, como efecto, ha vuelto a aumentar el diferencial de coste de la financiación externa hasta 2,7 puntos.

Las perspectivas de cambio en este sistema de valores y de prácticas de la empresa española no son demasiado optimistas. El estudio *La competitividad de la economía española en un mundo globalizado. Prospectiva 2020*³¹ constata tanto la debilidad actual de los valores consustanciales a la responsabilidad social de la empresa como las mínimas expectativas para su mejora que albergan los expertos respecto a los horizontes 2015 y 2020 (tabla 5). La principal debilidad que el panel de expertos señala en el horizonte 2020 es la insuficiente orientación hacia el crecimiento de la empresa y la satisfacción de los clientes. Sin centrarse en estos aspectos, la contribución social de la empresa española a la creación de empleo va a ser menor, por cuanto es a través del crecimiento de las ventas alcanzado con estrategias de expansión y con un buen servicio al consumidor como se pueden acrecentar las necesidades de producción e inversión que tiran de la ocupación. Otra fisura que puede ampliarse en la década es el escaso avance hacia una cultura de innovación y creatividad, que –como ya se ha indicado previamente– se ve penalizada por el insuficiente desarrollo de los valores que

³¹ Camisón, C. (2012): *La competitividad de la economía española en un mundo globalizado. Prospectiva 2020*. Madrid: Consejo Económico y Social de España.

fomentan el compromiso y la participación del capital humano. La falta de implicación de la empresa nacional en temas sociales y en el desarrollo sostenible aumentará igualmente su importancia. En cambio, la fortaleza ligada a la orientación hacia la creación de valor para los accionistas apenas ganará repercusión competitiva, trasluciendo así la exigencia de un mayor equilibrio en el vector de objetivos a perseguir por la firma.

6. Ni todos los empresarios ni todas las empresas son iguales

Este análisis de la dinámica de la empresa española comprende al conjunto del tejido empresarial, aunque es una realidad heterogénea. La organización en tipologías de la evolución de la empresa y del empresario descrita en este trabajo no ha tenido una difusión uniforme. Las funciones características que las firmas pueden asumir y perseguir han variado según las áreas geográficas, por efecto de un amplio y diverso elenco de variables históricas, culturales, socioeconómicas, territoriales y políticas, así como por el tamaño, la propiedad o la profesionalización de la dirección. La dinámica del modelo de empresa dominante en el tejido empresarial español se sintetiza en la tabla 6 y en el gráfico 1.

El concepto clásico de empresario tradicional, donde se solapa la propiedad y la dirección, sigue siendo dominante, pues actualmente encajan en este perfil el 70,4% de las empresas españolas. Esta proporción ha disminuido 10 puntos desde 1984, pero supone 9 puntos más que el mínimo de 2004. Es decir, el porcentaje de empresas dirigidas por un empresario propietario cayó casi 20 puntos entre 1984 y 2004, pero con el inicio y prolongación de la crisis un buen número de propietarios ha vuelto a recuperar sus funciones al frente de su compañía, probablemente por la salida de otros accionistas y por el empeoramiento de su situación financiera, o bien los directivos no propietarios han aumentado su sensibilidad al empeoramiento de la creación de riqueza para la propiedad. La preocupación por recuperar la senda de la creación de valor ha vuelto al primer plano del mundo empresarial, si bien ahora el objetivo no es su maximización, sino frenar su destrucción.

El empresario profesional ha ido ganando protagonismo en la empresa española de forma ininterrumpida hasta 2008, momento en el cual ha cedido presencia al empresario propietario. La creciente tecnificación de la labor empresarial, una vez constituida la empresa, explica este ascenso. Actualmente, el 15,4% de las empresas españolas responden a este perfil. Se trata, sin duda, de un porcentaje bajo y notablemente inferior al de otros países desarrollados donde la separación entre propiedad y control ha avanzado más, en buena medida por ser también mayor el tamaño de las empresas. Dentro de este patrón, las funciones más adoptadas son las de directivo y controlador. La función innovadora, que aumentó hasta el 7% en 2004,

Tabla 6 – Evolución del modelo de empresa española a la luz del vector de funciones incorporadas a su visión. 1984-2012

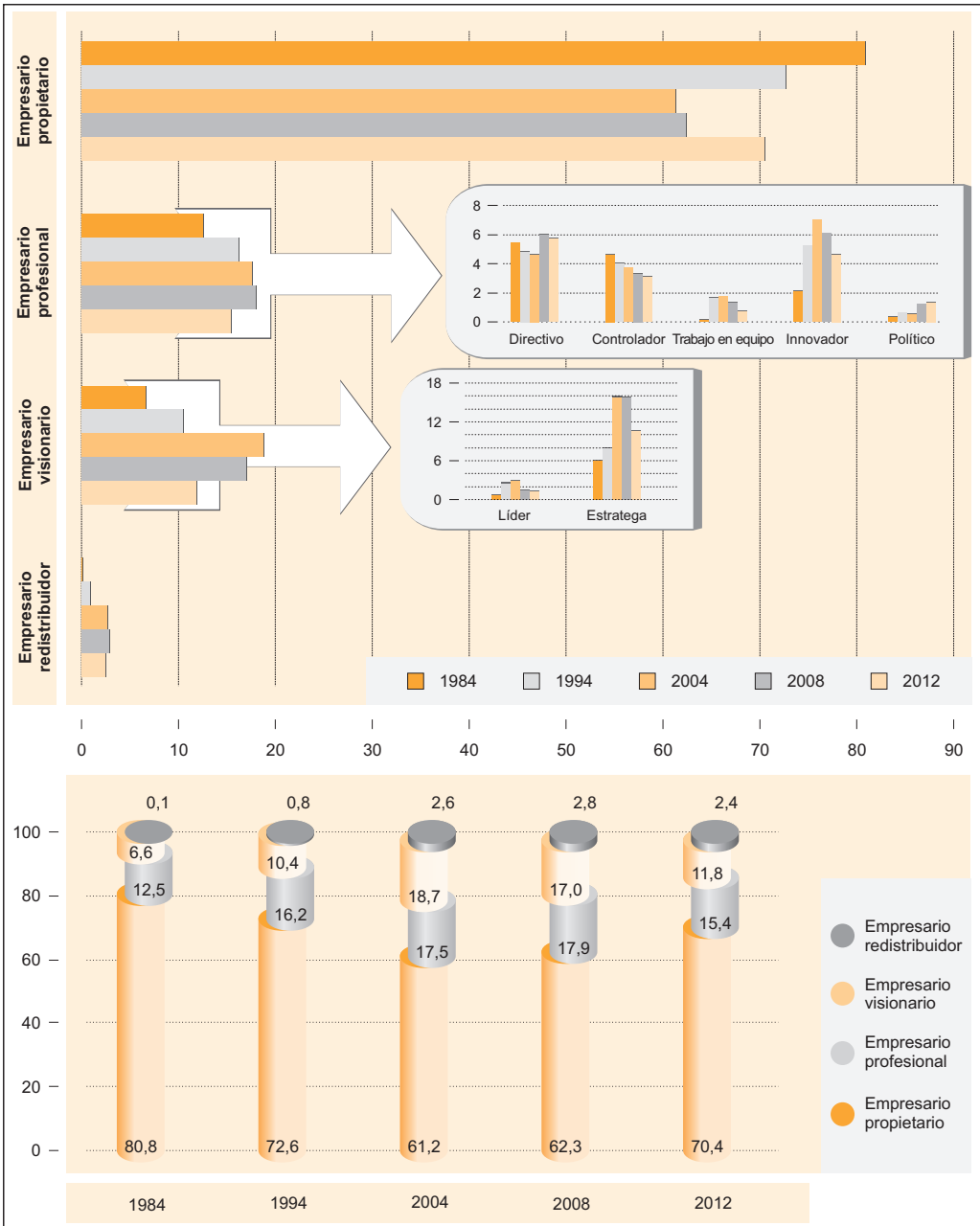
Funciones típicas	% que considera prioritaria cada función empresarial				Grado de prioridad dado a las funciones en cada ámbito (1)				Compromiso de recursos en las funciones en cada ámbito (2)						
	1984	1994	2004	2012	1984	1994	2004	2012	1984	1994	2004	2012			
Empresario propietario															
Propietario	80,8	72,6	61,2	62,3	70,4	75,6	70,4	52,7	55,6	60,4	70,7	63,9	48,6	50,1	54,6
Empresario profesional															
Directivo	5,4	4,8	4,6	6,0	5,7	6,9	3,5	4,0	5,7	6,0	10,7	10,7	18,4	22,5	19,6
Controlador	4,6	4,0	3,7	3,3	3,1	5,9	6,0	4,0	4,1	4,2	5,9	6,0	3,9	3,7	3,6
Trabajo en equipo	0,1	1,6	1,7	1,3	0,7	0,6	2,6	8,4	5,7	4,5	1,4	1,9	3,9	3,8	3,8
Innovador	2,1	5,2	7,0	6,1	4,6	3,2	5,1	12,9	8,9	3,6	0,8	1,6	5,1	2,8	1,9
Político	0,3	0,6	0,5	1,2	1,3	0,1	0,3	0,3	3,0	5,7	0,1	0,2	0,2	0,6	0,5
Total (3)	12,5	16,2	17,5	17,9	15,4	16,7	17,5	29,6	27,4	24,0	18,9	20,4	31,5	33,4	29,5
Empresario visionario															
Líder	0,6	2,5	2,9	1,3	1,2	3,1	4,4	6,8	6,8	6,3	2,0	4,1	7,0	5,3	4,8
Estratega	6,0	7,9	15,8	15,7	10,6	4,5	6,3	9,0	8,8	8,0	8,4	11,5	12,7	11,0	11,0
Total (3)	6,6	10,4	18,7	17,0	11,8	7,6	10,7	15,8	15,6	14,3	10,4	15,6	19,7	16,3	15,8
Empresario redistribuidor															
Ciudadano	0,1	0,8	2,6	2,8	2,4	0,2	1,4	1,9	1,4	1,3	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1

(1) Medido en porcentaje del tiempo directivo que se le dedica. (2) Medido en porcentaje de las inversiones totales destinadas a ellas en promedio anual de los últimos 5 años.

(3) Suma de los porcentajes de las funciones comprendidas en este perfil de empresa.

Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

Gráfico 1 – Dinámica temporal del modelo de empresa española. 1984-2012



Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

ha sido olvidada como prioridad en momentos de dificultades y ahora sólo caracteriza al 4,6%, por debajo del nivel de 1994. La dimensión política del empresario profesional es igualmente rala (1,3% de empresas), denotando la baja permeabilidad empresarial en España a la responsabilidad de conciliar intereses y prevenir y gestionar conflictos entre *stakeholders*.

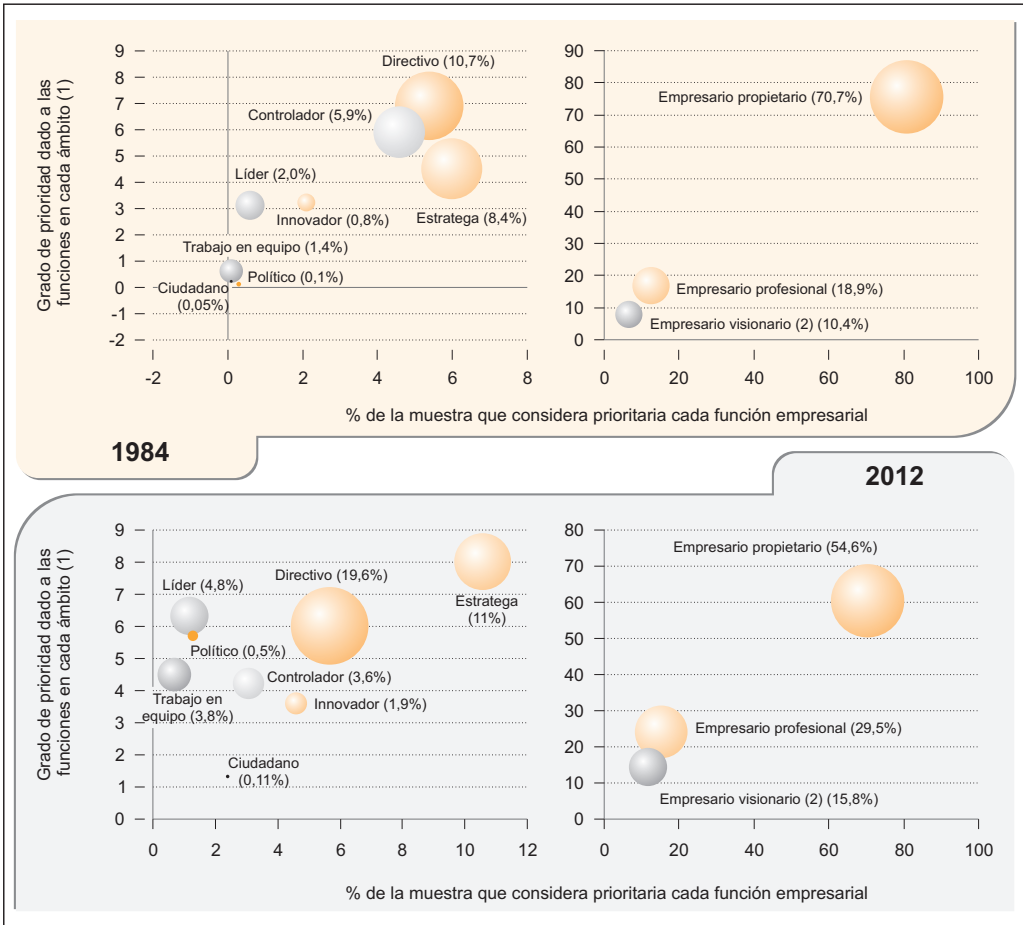
Un signo positivo de las crecientes capacidades de la empresa española es el aumento del peso del empresario visionario, que aúna las facetas de líder y estratega. Entre 1984 y 2004, este perfil empresarial se triplicó desde el 6,6% al 18,7%. Sin embargo, a partir de este momento se inicia primero una fase de estancamiento y desde 2008 una disminución de la importancia de estos dos roles dentro de las funciones empresariales, de modo que en 2012 su importancia ha quedado reducida al 11,8%. Esta evolución muestra que, con las dificultades económicas, el empresario español vuelve a quedar atorado en los problemas del día a día, abandonando aquellas actividades cuyos efectos rinden a más largo plazo, pero que son las esenciales para la competitividad del negocio.

La definición ampliada de las funciones de la empresa, que lleva a extender sus objetivos al triple ámbito económico, social y medioambiental, apenas ha avanzado desde los años ochenta. Aunque en aquel momento el modelo de empresario redistribuidor apenas había arraigado (0,1%) y su introducción creció hasta el 2,8% en 2008, la visión ciudadana de la empresa es compartida por una escasa fracción del tejido empresarial, habiendo incluso retrocedido en los últimos años críticos hasta el 2,4%.

En el gráfico 2 se aprecia de forma más contundente cómo ha cambiado el mapa de la empresa española organizada según su función dominante entre 1984 y 2012. El modelo de empresario propietario se mantiene a gran distancia del resto, absorbiendo aún una cuota mayoritaria del tiempo directivo (60,4%) y los recursos financieros para la inversión (54,6%). Sin embargo, el empresario español se ha visto impelido a reordenar su distribución de recursos y capacidades. Durante el transcurso de estos casi treinta años ha trasladado un 15,2% del tiempo directivo y un 16,1% de los fondos destinados a la inversión desde proyectos enfocados a la creación de valor para el accionista a otros fines. Las funciones que se han beneficiado de este cambio han sido la profesionalización directiva y, en menor medida, el concepto visionario, mientras que la función ciudadana del empresario ha seguido anclada en cuotas marginales. El empresario profesional no sólo ha crecido en el porcentaje de empresas identificadas con su perfil, sino que además ha ganado dedicación directiva (7,3 puntos) y recursos financieros (10,6) hasta absorber el 24% y el 29,5% de estos medios en 2012. Dentro de esta función, las responsabilidades como estratega y líder han cobrado mayor importancia en detrimento principalmente de las labores de control. El avance del empresario visionario es igualmente visible y, al casi duplicar su presencia en el tejido productivo español, ha acompañado la disponibilidad creciente de atención directiva (multiplicada por dos hasta situarse en el 14,3% del tiempo directivo total) y su porcentaje de financiación (un 50% más, alcanzando en 2012 el 15,8% de la inmovilización de recursos para inversión).

Donde menos impactante ha sido la transformación es en la adopción del concepto de empresa redistribuidora. A pesar de que un 2,3% adicional

Gráfico 2 – Evolución del modelo de empresa española y las asignaciones de tiempo directivo y recursos. 1984-2012



Nota: (1) Medido en porcentaje del tiempo directivo que se les dedica. (2) Suma de los porcentajes de las funciones comprendidas en este perfil de empresa. El área de la burbuja expresa el compromiso de recursos en las funciones en cada ámbito, medido en porcentaje de las inversiones totales destinadas a ellas en promedio anual de los últimos cinco años.

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

de empresas españolas reconocen la función ciudadana como su prioridad (situándose el porcentaje en el 2,4% en 2012), da la impresión de que es algo más bien nominal, que no ha ido acompañado de una asignación correspondiente de recursos y capacidades. Las capacidades directivas consagradas a ampliar la obtención de resultados en el triple frente (económico, social y medioambiental) apenas suponen el 1,3% del tiempo directivo (habiendo crecido apenas 1,1 puntos desde 1984), mientras que la financiación plasmada en proyectos de este género sólo alcanza el 0,11% de la inversión total de la empresa (duplicando el volumen relativo de 1984, pero a gran distancia aún del resto de actividades empresariales).

La heterogeneidad de la población empresarial española y de su comportamiento es también evidente cuando se desagrega por tamaño. La columna vertebral de la economía, tanto española como europea, son las pymes³². El papel de las pymes no ha dejado de crecer durante las tres últimas décadas³³. Según datos ofrecidos por la Comisión Europea en su *Annual Report on European SMEs* para 2010-2011³⁴, en los países de la UE había en 2010 aproximadamente 20,8 millones de pymes, que representaban el 99,8% del tejido productivo europeo, de las que el 92,1% (19,2 millones) eran microempresas, mientras que las grandes compañías se cifraban en 43.000 (0,2% del total). Las pymes aportan cerca del 58,4% del Valor Añadido Bruto producido por el sector privado y más de dos terceras partes del empleo privado (unos 87,5 millones de puestos de trabajo).

La literatura ha resaltado la importancia de las pymes, por cuanto suponen un agente dinamizador de la economía, que contribuye de forma relevante a la innovación, la canalización de nuevas estrategias de desarrollo, la creación de empleo y las oportunidades de progreso de cualquier individuo con independencia de su origen. Según la Comisión Europea³⁵, su contribución al empleo se refleja en que las pymes han sido responsables del 85% del crecimiento del empleo europeo entre 2002 y 2010, una cuota significativamente superior a su porcentaje del empleo total (67%); mientras el crecimiento medio anual del empleo en las pymes ha sido del 1%, en las grandes empresas se ha reducido a la mitad.

El Informe Birch, titulado *The Job Generation Process*³⁶, puso de manifiesto que el 50% de los nuevos puestos de trabajo en Estados Unidos fueron creados por nuevas empresas en el período 1969-1976. Otros datos ilustran igualmente el dinamismo empresarial estadounidense: casi el 100% de los nuevos empleos creados en este país provienen de nuevas empresas y de pymes (36 millones de puestos de trabajo en 20 años). Un 50% de las in-

³² Las pymes se definen, siguiendo el criterio de la UE, como empresas con menos de 250 empleados. Aunque la definición europea añade otros tres criterios adicionales (independencia, facturación anual menor a 50 millones de euros y un activo total inferior a 43 millones de euros), a efectos estadísticos se considera que la clasificación según la plantilla es suficiente para discriminar a la mayoría de las firmas por tamaño.

³³ Como lo atestiguan los sucesivos informes de la DG XXIII de la Comisión Europea y de Eurostat, así como *The European Observatory for SME* (ENSR) hasta 2007 y desde entonces del *SME Performance Review* (SPR).

³⁴ Wymenga, P., Spanikova, V., Derbyshire, J. y Barker, A. (2011): *Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011*. Rotterdam: European Commission.

³⁵ De Kok, J., Vroonhof, P., Verhoeven, W., Timmermans, N., Kwaak, T., Snijders, J., Westhof, F. (2011): *Do SMEs create more and better Jobs?* Zoetermeer: European Commission / EIM Business & Policy Research.

³⁶ Birch, D. L. (1979): *The Job Generation Process*. Cambridge MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.

novaciones en el campo empresarial y un 95% de las innovaciones radicales provienen de nuevas empresas y de pequeñas empresas en expansión.

Por el contrario, se juzga asiduamente con dureza a la gran empresa acusándola de incapacidad para crear empleo, de abuso de posición de poder y a sus máximos ejecutivos de percibir remuneraciones desmesuradas a espaldas no sólo de las necesidades del resto de *stakeholders*, sino también de su aportación a la creación de valor. Si esta tesis es cierta, las pymes serían los actores principales de una mayor función social de la empresa y de la articulación de una estrategia de salida de la crisis que distribuya los costes y los sacrificios entre todos los grupos de interés.

Las pymes han sido identificadas como una fuente esencial del espíritu emprendedor e innovador, que contribuyen decisivamente al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la cohesión social en los ámbitos regional y local. Una economía equilibrada y bien orientada debería, por tanto, aprovechar todo el poder que las pymes encierran para crear prosperidad, generar mejor empleo y progresar hacia la economía del conocimiento.

Mas el papel de las pymes en la creación de empleo ha sido discutido por varios investigadores³⁷, quienes además han señalado que las empresas pequeñas proporcionan sueldos más bajos y menos beneficios a sus empleados que los grandes negocios. Al mismo tiempo, hay que considerar que el concepto clásico de empresario tradicional, donde se solapan la propiedad y la dirección, sólo pervive hoy en día en las pymes, en las microempresas y en los negocios artesanales. El empresario de la pyme mantiene aún la unicidad de las figuras de “empresario riesgo” y “empresario director e innovador”, en líneas generales. En definitiva, el pequeño empresario se corresponde mucho más que el gran empresario con el empresario propio de la economía capitalista decimonónica, quien conjuntaba en sí el riesgo y el control. Lo que distingue a este empresario del típico de las grandes empresas es que conjuga en su persona todas las funciones reseñadas, mientras que en las corporaciones se produce una división de funciones entre los accionistas y el empresario. No obstante, este último (el “empresario controlador”) asume también las funciones de anticipo del producto social, ostentación de la autoridad en la empresa e innovación. Por otra parte, lo que diferencia al pequeño empresario del mero asalariado es que soporta el peso del riesgo y toma las decisiones fundamentales en la actividad económica. Además, el importante proceso de crecimiento, internacionalización, modernización y renovación que la pyme ha desarrollado durante las últimas décadas no la

³⁷ Armington, C. y Odle, M. (1982): “Small businesses: How many jobs?”, en *Brooking Review*, 1 (2), p. 14-17; Acs, Z. J. y Audretsch, D. (1993): *Small firms and entrepreneurship: An East-West perspective*. Cambridge: Cambridge University Press; Harrison, B. (1994): “The myth of small firms as the predominant job generators”, en *Economic Development Quarterly*, 8 (1), p. 3-18; Winders, R. (2000): “Small business creation and nonmetropolitan job growth in Georgia”, en *Growth and Change*, 31, p. 82-107.

ha librado de serios problemas, que tienen su raíz en las desventajas competitivas intrínsecas al tamaño.

Para sopesar el fundamento de la benevolencia con que se juzga a la pyme frente a la gran empresa es necesario distinguir los conceptos de pyme y espíritu emprendedor, porque son realidades distintas aunque íntimamente conectadas. Para analizar esta cuestión, a continuación se estudiará la penetración del espíritu emprendedor en España, su aportación a los problemas nacionales y su actitud ante los retos ligados a la responsabilidad social corporativa.

7. El espíritu emprendedor en España

La demografía de empresas de un país ejerce un papel determinante en el crecimiento económico, la generación de empleo y, en definitiva, en la productividad. El examen de la demografía de empresas incluye analizar el número total de empresas, la tasa de nacimiento de nuevas empresas y la tasa de mortalidad de las mismas. También exige observar la creación de empleo asociada a las empresas de cada segmento de tamaño.

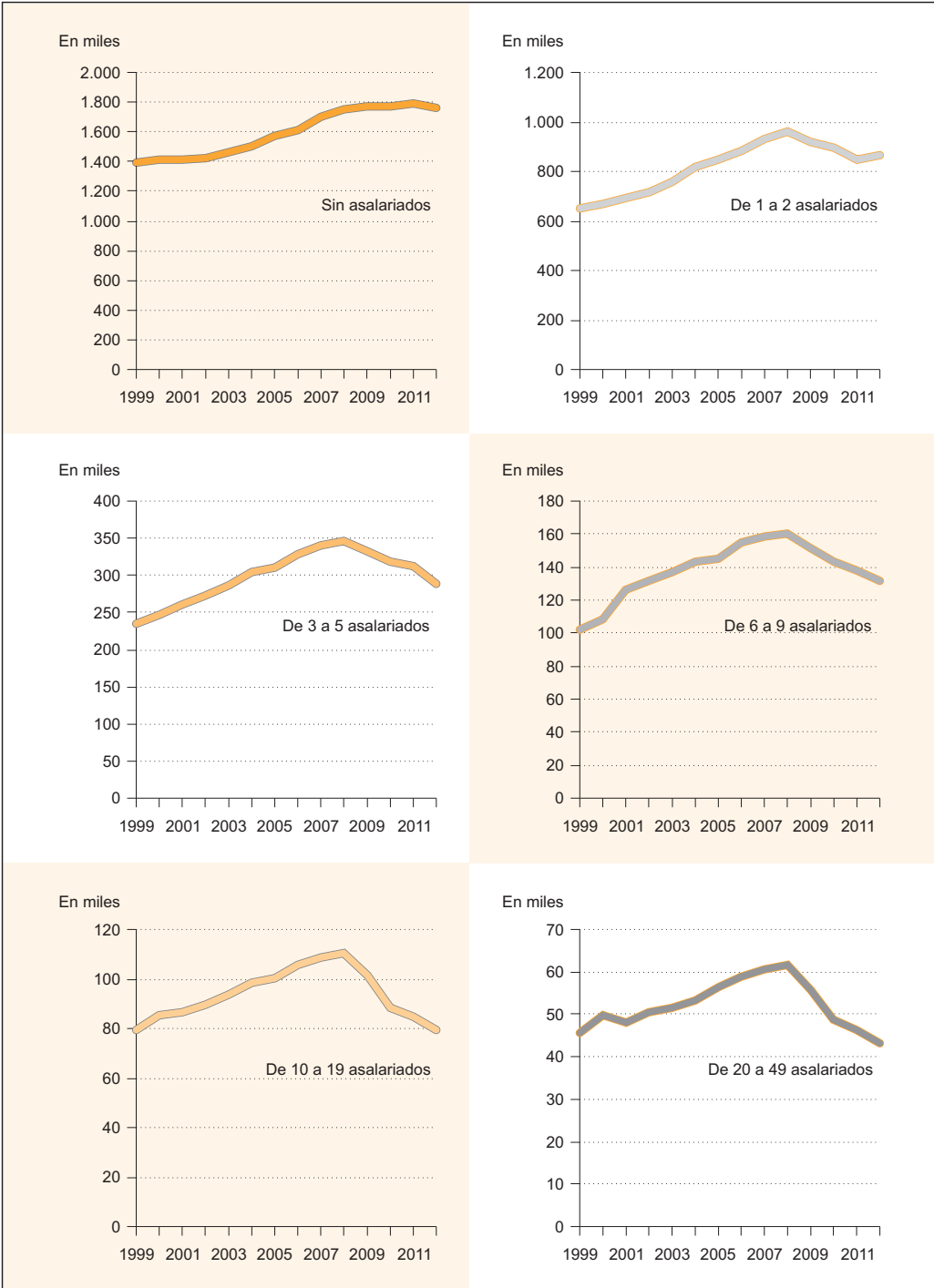
En relación con el número total de empresas en España (gráficos 3 y 4 y tablas 7 y 8), el *Directorio central de empresas* (DIRCE) del INE registra un total de 3.199.617 en 2012. Las empresas sin asalariados suponen el 55,2% (1.764.987) y las microempresas (de 1 a 9 asalariados) suman un 40,3% (1.288.390). Es decir, las empresas con menos de 10 personas ocupadas representan el 95,5% del sistema productivo. Las pequeñas empresas (entre 10 y 49 asalariados) son 122.183 firmas, equivalentes al 3,8% del total. Los porcentajes de las medianas (de 50 a 499) y grandes compañías (500 o más) son casi insignificantes: las primeras suponen un 0,7% (22.348) y las segundas apenas suman 1.709, un 0,05%.

Estos datos evidencian que las empresas cuyo único ocupado es el propietario y las que tienen una plantilla que no alcanza la decena de asalariados suponen una fuerza decisiva para la economía española, sin cuyo concurso la salida de la crisis se antoja complicada. Esta distribución apenas se ha modificado en el período 1999-2012 si se atiende al año de inicio y fin del horizonte temporal. Sin embargo, esta homogeneidad no es tal cuando se observa toda la serie temporal, pues ha cambiado tanto el total de unidades económicas registradas como el peso de los distintos grupos por tamaño.

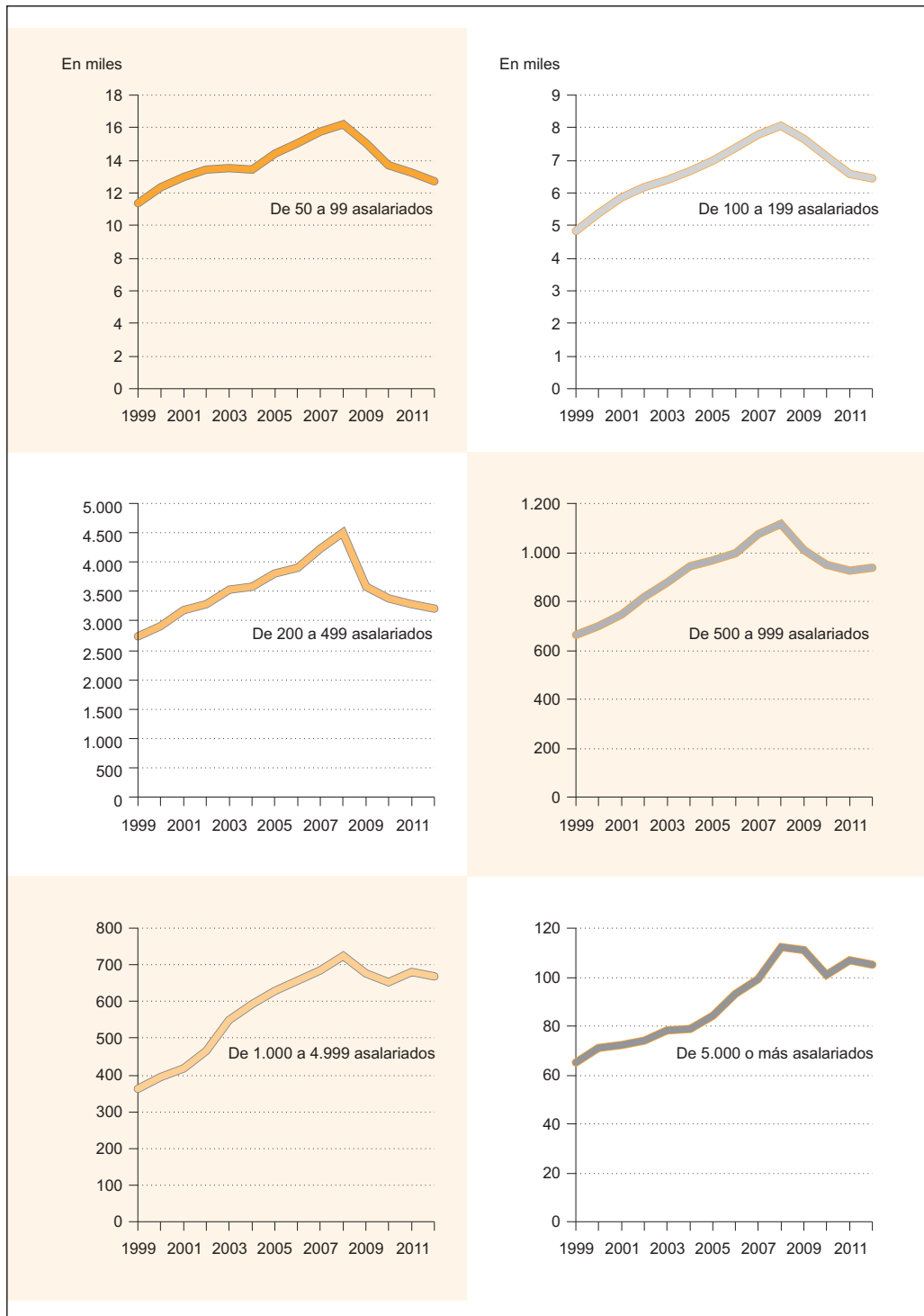
El análisis dinámico constata un importante crecimiento del total de empresas españolas, que entre 1999 y 2012 han pasado de 2.518.801 a 3.199.617 en el último año del período. Este crecimiento de 680.816 empresas en la oferta productiva nacional equivale a un 27% en términos relativos y a una tasa promedio anual del 2,2%. Sin embargo, este incremento no ha

sido homogéneo durante todo el horizonte temporal ni tampoco cuando el número de empresas se segmenta por tamaño (tabla 9).

Gráfico 3 – Evolución del número de empresas por número de asalariados. 1999-2012



Sigue Gráfico 3 – Evolución del número de empresas por número de asalariados. 1999-2012



Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

Tabla 7 – Evolución del número de empresas por número de asalariados. 1999-2012

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Sin asalariados	1.388.116	1.417.221	1.408.792	1.425.332	1.459.938	1.500.396	1.574.166	1.616.883	1.706.140	1.754.374	1.767.470	1.774.005	1.795.321	1.764.987
De 1 a 2 asalariados	648.771	666.054	692.964	716.914	760.515	818.149	850.367	881.748	932.526	958.711	919.092	893.005	847.952	867.550
De 3 a 5 asalariados	235.131	246.660	259.764	271.764	285.651	303.783	310.787	328.820	340.638	345.848	332.671	318.155	313.408	288.896
De 6 a 9 asalariados	101.717	108.534	126.050	131.666	136.679	143.417	145.443	154.635	158.159	160.460	151.233	143.016	138.040	131.944
De 10 a 19 asalariados	79.423	85.259	86.308	89.840	93.823	98.245	100.211	105.470	108.866	110.369	101.601	88.396	84.834	79.113
De 20 a 49 asalariados	45.639	49.855	48.205	50.595	51.619	53.267	56.260	58.725	60.738	61.709	55.641	48.765	46.160	43.070
De 50 a 99 asalariados	11.348	12.362	12.953	13.468	13.486	13.470	14.394	15.087	15.737	16.242	15.075	13.745	13.279	12.700
De 100 a 199 asalariados	4.826	5.373	5.867	6.190	6.402	6.650	7.003	7.367	7.780	8.061	7.672	7.098	6.585	6.434
De 200 a 499 asalariados	2.740	2.910	3.180	3.276	3.540	3.590	3.817	3.908	4.218	4.511	3.578	3.374	3.288	3.214
De 500 a 999 asalariados	663	697	744	815	878	945	967	999	1.072	1.117	1.008	952	923	935
De 1.000 a 4.999 asalariados	362	396	418	466	550	592	630	658	684	725	678	651	679	669
De 5.000 o más asalariados	65	71	72	74	78	79	84	93	99	112	111	101	107	105
Total	2.518.801	2.595.392	2.645.317	2.710.400	2.813.159	2.942.583	3.064.129	3.174.393	3.336.657	3.422.239	3.355.830	3.291.263	3.250.576	3.199.617

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

Tabla 8 – Evolución del número de empresas por número de asalariados. En porcentaje. 1999-2012

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Sin asalariados	55,110	54,605	53,256	52,588	51,897	50,989	51,374	50,935	51,133	51,264	52,669	53,900	55,231	55,162
De 1 a 2 asalariados	25,757	25,663	26,196	26,450	27,034	27,804	27,752	27,777	27,948	28,014	27,388	27,133	26,086	27,114
De 3 a 5 asalariados	9,335	9,504	9,820	10,027	10,154	10,324	10,143	10,359	10,209	10,106	9,913	9,667	9,642	9,029
De 6 a 9 asalariados	4,038	4,182	4,765	4,858	4,859	4,874	4,747	4,871	4,740	4,689	4,507	4,345	4,247	4,124
De 10 a 19 asalariados	3,153	3,285	3,263	3,315	3,335	3,339	3,270	3,323	3,263	3,225	3,028	2,686	2,610	2,473
De 20 a 49 asalariados	1,812	1,921	1,822	1,867	1,835	1,810	1,836	1,850	1,820	1,803	1,658	1,482	1,420	1,346
De 50 a 99 asalariados	0,451	0,476	0,490	0,497	0,479	0,458	0,470	0,475	0,472	0,475	0,449	0,418	0,409	0,397
De 100 a 199 asalariados	0,192	0,207	0,222	0,228	0,228	0,226	0,229	0,232	0,233	0,236	0,229	0,216	0,203	0,201
De 200 a 499 asalariados	0,109	0,112	0,120	0,121	0,126	0,122	0,125	0,123	0,126	0,132	0,107	0,103	0,101	0,100
De 500 a 999 asalariados	0,026	0,027	0,028	0,030	0,031	0,032	0,032	0,031	0,032	0,033	0,030	0,029	0,028	0,029
De 1.000 a 4.999 asalariados	0,014	0,015	0,016	0,017	0,020	0,020	0,021	0,021	0,020	0,021	0,020	0,020	0,021	0,021
De 5.000 o más asalariados	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

Tabla 9 – Variación del número de empresas por estrato de asalariados. 1999-2012

	1999-2012				1999-2008				2008-2012				2011-2012	
	Variación absoluta	% de variación	Tasa de crecimiento medio anual	% de la variación debida a cada estrato	Variación absoluta	% de variación	Tasa de crecimiento medio anual	% de la variación debida a cada estrato	Variación absoluta	% de variación	Tasa de crecimiento medio anual	% de la variación debida a cada estrato	Variación absoluta	% de variación
Sin asalariados	376.871	27,15	2,32	55,36	366.258	26,39	2,72	40,54	10.613	0,60	0,28	-4,77	-30.334	-1,69
De 1 a 2 asalariados	218.779	33,72	2,53	32,13	309.940	47,77	4,63	34,31	-91.161	-9,51	-2,82	40,95	19.598	2,31
De 3 a 5 asalariados	53.765	22,87	2,07	7,90	110.717	47,09	4,42	12,26	-56.952	-16,47	-4,16	25,58	-24.512	-7,82
De 6 a 9 asalariados	30.227	29,72	1,88	4,44	58.743	57,75	4,73	6,50	-28.516	-17,77	-4,85	12,81	-6.096	-4,42
De 10 a 19 asalariados	-310	-0,39	0,50	-0,05	30.946	38,96	3,64	3,43	-31.256	-28,32	-8,54	14,04	-5.721	-6,74
De 20 a 49 asalariados	-2.569	-5,63	0,18	-0,38	16.070	35,21	3,30	1,78	-18.639	-30,20	-9,16	8,37	-3.090	-6,69
De 50 a 99 asalariados	1.352	11,91	1,07	0,20	4.894	43,13	3,55	0,54	-3.542	-21,81	-6,25	1,59	-579	-4,36
De 100 a 199 asalariados	1.608	33,32	2,23	0,24	3.235	67,03	5,19	0,36	-1.627	-20,18	-6,05	0,73	-151	-2,29
De 200 a 499 asalariados	474	17,30	1,32	0,07	1.771	64,64	5,16	0,20	-1.297	-28,75	-8,03	0,58	-4	-2,25
De 500 a 999 asalariados	272	41,03	2,63	0,04	454	68,48	5,80	0,05	-182	-16,29	-4,55	0,08	12	1,30
De 1.000 a 4.999 asalariados	307	84,81	4,47	0,05	363	100,28	7,76	0,04	-56	-7,72	-1,63	0,03	-10	-1,47
De 5.000 o más asalariados	40	61,54	4,12	0,01	47	72,31	5,53	0,01	-7	-6,25	-1,68	0,00	-2	-1,87
Total	680.816	27,03	2,23	100	903.438	35,87	3,56	100	-222.622	-6,51	-1,67	100	-50.959	-1,57

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

El análisis desglosado por años distingue dos ciclos bien distintos, cuyo linde es 2008, que señala el momento en el que la crisis económica internacional alcanza de pleno a España. En ese ejercicio, el tejido empresarial español alcanzó su cénit, cifrado en 3.422.239 empresas. Entre 1999 y 2008, el número de unidades productivas aumentó en España en 903.438 (35,9%), lo que equivale a un crecimiento promedio anual del 3,6%. Desde este máximo, la senda descendente ha sido intensa y rápida. Sólo en cinco años, la economía española ha sufrido la pérdida de 222.622 empresas (un 6,5%), una tasa media anual del 1,7%, con 50.959 menos en el último año computado.

El estudio es igualmente asimétrico cuando se refiere a las empresas según su dimensión. Durante el período 1999-2012, el mayor incremento en términos absolutos se produce lógicamente en las empresas sin asalariados (376.871) y en las microempresas, que se incrementaron en 302.771, mientras que las grandes compañías con 500 o más asalariados sólo crecieron en 619. Por esto, el 55,4% del cambio en la demografía empresarial debe atribuirse a las firmas sin asalariados y otro 44,5% a las microempresas. Sin embargo, en términos relativos, el crecimiento más intenso se produjo en las grandes empresas (un 56,8%), especialmente en los estratos de entre 1.000 y 4.999 asalariados y de 5.000 o más, que aumentaron un 84,8% y un 61,5% respectivamente, frente al 27,1% de las empresas sin asalariados y al 30,7% de las microempresas. Las medianas compañías también han incrementado su presencia nacional, que en términos absolutos fue de 3.434 unidades, pero en términos relativos a menor intensidad (18,2%). El segmento con una evolución menos favorable ha sido el de las pequeñas empresas entre 10 y 49 asalariados, cuyo número descendió en 2.879 (-2,3%). Esta asimetría en los ritmos de crecimiento es palmaria cuando se observa la tasa promedio anual de cada grupo, que es significativamente mayor en todos los estratos de las grandes compañías, mientras que el menor ritmo emprendedor vuelve a concentrarse en las pequeñas y medianas organizaciones.

Luego, el mayor esfuerzo emprendedor en España entre 1999 y 2012, en términos relativos, cabe imputárselo a las grandes empresas, que pese a suponer sólo el 0,05% de la población, han contribuido a un 0,09% de su aumento. No obstante, un análisis temporal más desagregado vuelve a revelar patrones distintos en la evolución de la población empresarial española.

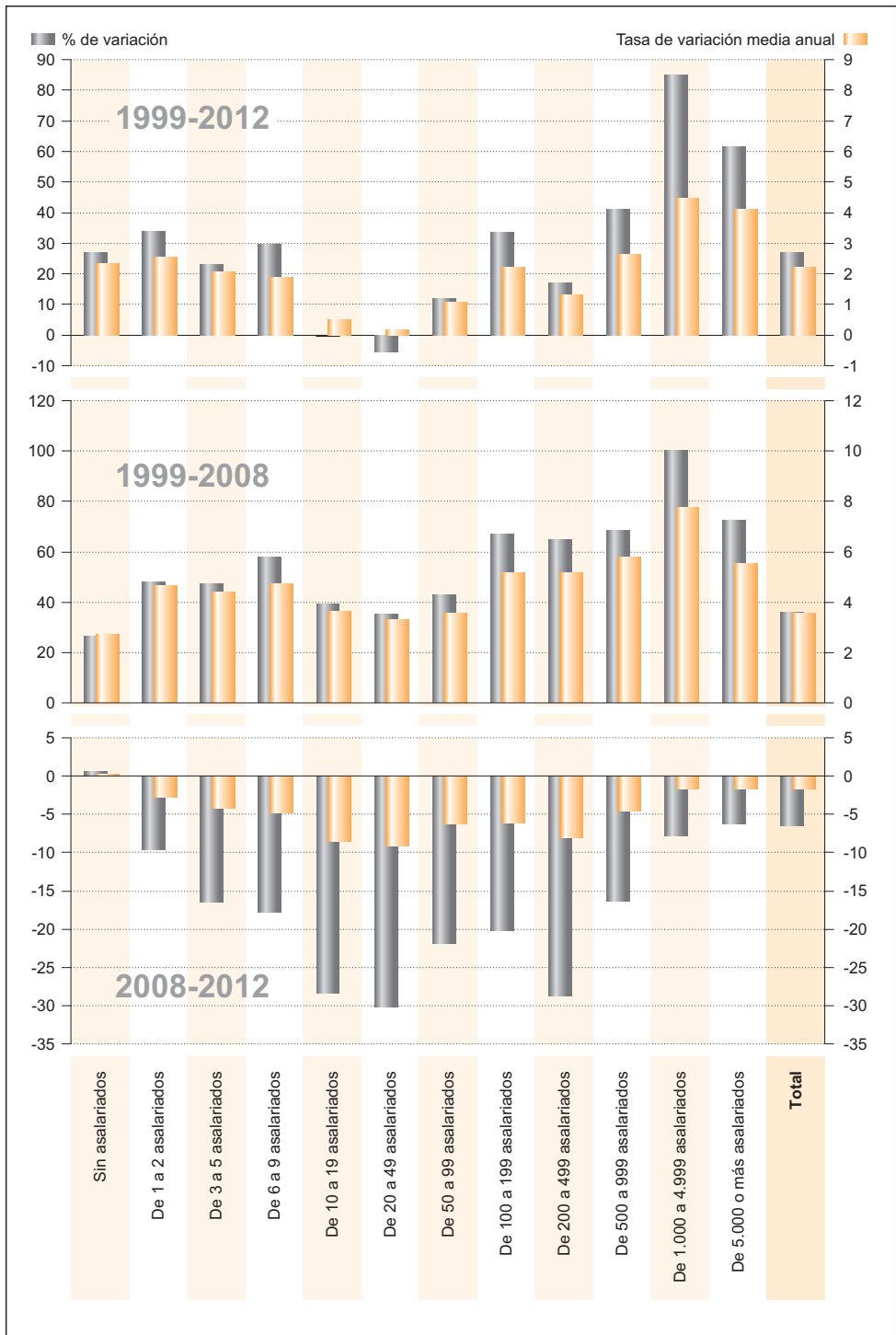
Durante la época dorada de crecimiento que se prolongó entre 1999 y 2008, todos los segmentos de empresa clasificados por su dimensión crecieron en volumen y a unas tasas ciertamente importantes, aunque de nuevo el estrato más dinámico fue el de las grandes compañías (864 más), cuyo número aumentó casi un 80%. En esta fase de fuerte crecimiento económico, las empresas con menor tasa de aumento fueron las que no tenían asalariados, cuya cantidad aún así se incrementó un 26,4%. De nuevo se observa que la mayor tasa de crecimiento promedio anual se produce en las

grandes empresas, seguidas de las medianas y las microempresas, aunque en este período el aumento más débil se manifiesta en las pequeñas empresas, así como en las que no tienen asalariados. Este último grupo sólo aportó el 40,5% de las nuevas organizaciones productivas (significativamente por debajo de su peso poblacional), mientras que las grandes compañías incorporadas al tejido productivo fueron el 0,1% del total (doblando así la participación del grupo en las ya existentes).

El cambio cíclico de la economía española que se empezó a atisbar en 2008 cortó de raíz este tono positivo en la creación de empresas, originando la desaparición de oferta en casi todos los grupos por tamaño. En términos absolutos, el mayor descenso se produce en las microempresas, 176.629 menos, si bien sólo significaban el 12,1% de las existentes al principio del período. Esta sangría de empresas ha sido singularmente virulenta en el caso de las pequeñas y medianas empresas, que hasta 2012 habían perdido 49.895 y 6.466 integrantes, respectivamente, lo que supone el 29% y 22,4% de su total en 2008. La masa de grandes empresas sólo se ha contraído un 12,5% (245 menos). Este amargo cambio de la evolución del tejido productivo tiene una optimista excepción entre las empresas sin asalariados, que han aumentado en volumen durante estos cinco años de crisis (10.613 autoempleados más). Si bien la cifra no es alta en términos porcentuales (0,6%), da fe de una transformación en los planteamientos laborales de los españoles ante el cambio de ciclo económico. Por tanto, en la fase de crisis, el mayor espíritu emprendedor se observa en los dos grupos más diferenciados: empresas sin asalariados y grandes compañías. Las primeras porque incluso han aumentado en número y las segundas porque su ritmo destructivo ha sido menor al del resto. Esta tendencia es aún más visible en 2011. En este ejercicio, el mejor comportamiento emprendedor se visualiza en la gran empresa, especialmente en las que alcanzan o superan los 1.000 empleados, que han aumentado un 4,5% en términos interanuales; el autoempleo mantiene su crecimiento (1,2%); el resto de estratos sigue en contracción. Sin embargo, en 2012 dicha pulsión se ha roto y el número de empresas sin asalariados ha disminuido de manera significativa (30.334, un descenso del 1,69%), lo que revela que la persistencia de la recesión ha yugulado finalmente las posibilidades de autoempleo.

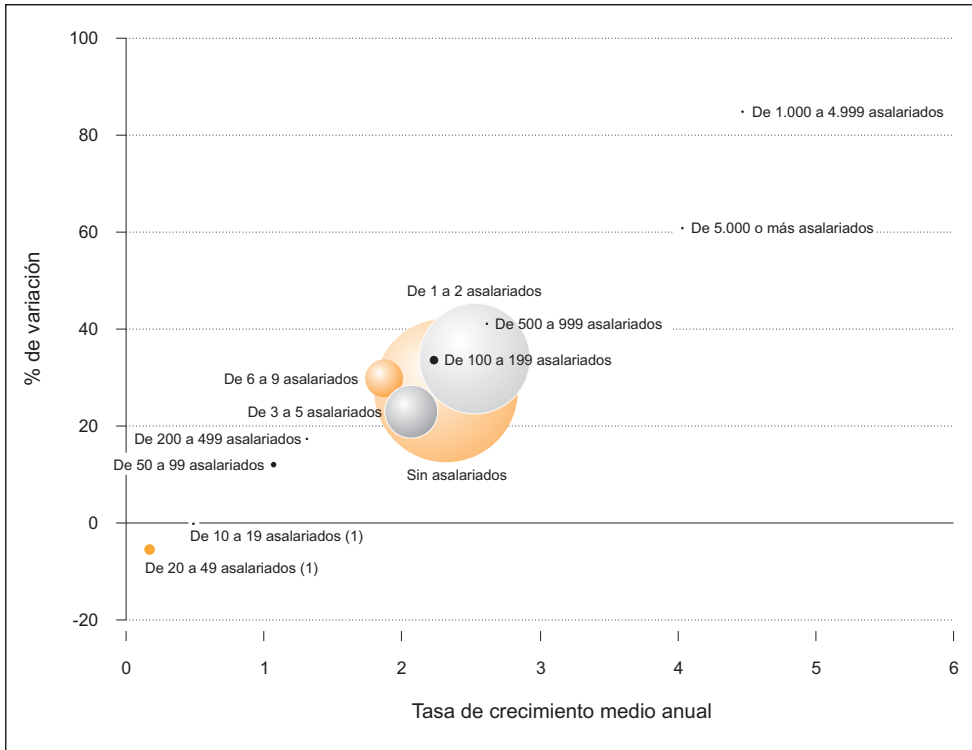
La dinámica de la población empresarial española sigue un patrón bien definido (gráfico 4). En general, el comportamiento emprendedor español descansa en términos absolutos en las empresas de autoempleo y microempresa, pero en términos relativos el crecimiento más rápido se produce en las grandes compañías con una plantilla de 1.000 o más asalariados. En sentido contrario, el colectivo que parece encontrar más barreras para crecer son las pequeñas empresas entre 10 y 49 asalariados. Esta pauta en la demografía empresarial de España se ve alterada cuando se introduce en el análisis el ciclo económico. Así, cuando la economía crece y hay oportunidades de empleo ajeno, el aumento del autoempleo es menor y el cre-

Gráfico 4 – Evolución del número de empresas por estrato de asalariados. En porcentaje. 1999-2012



Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

Gráfico 5 – Evolución del número de empresas según estrato de asalariados. En porcentaje. 1999-2012



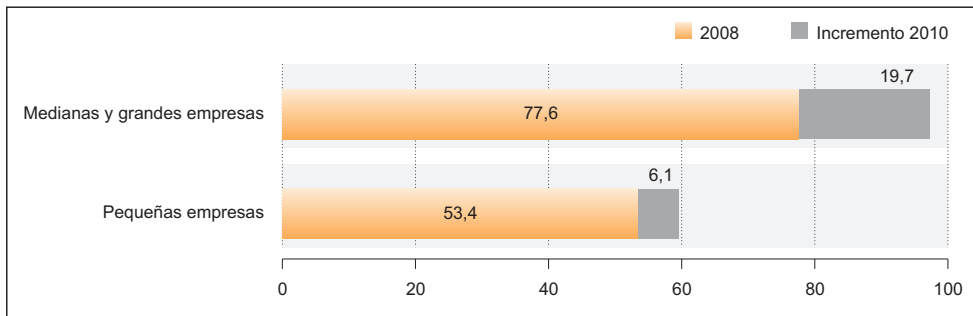
Nota: El tamaño de la burbuja representa el porcentaje del cambio en el total de empresas acaecido durante el período que se debe a cada segmento de tamaño. (1) Las categorías aparecen en el gráfico aunque su porcentaje de variación debido a cada estrato es negativo.

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de INE, *Directorio central de empresas*, varios años.

cimiento relativo se incrementa con la dimensión, siendo más acentuado en las medianas y grandes empresas. Al declinar la demanda laboral por la recesión, los incentivos para crear nuevos negocios sin plantilla asalariada vuelven a significarse por sus efectos en el aumento de este tipo de organizaciones, hasta el punto de ser las únicas que desde el inicio de la crisis han visto su presencia absoluta acrecentada, si bien el comportamiento de las microempresas y sobre todo de las grandes empresas vuelve a ser interesante, manifestando una capacidad de resistir los problemas de la crisis muy superior a la de las pequeñas y medianas compañías.

Los datos aportan una nueva luz sobre el discurso tradicional que siempre ensalza el espíritu emprendedor asociado a una dimensión reducida. Como se observa en el gráfico 5, las organizaciones con una mayor tasa de crecimiento durante el período 1999-2012 son las grandes empresas con 1.000 o más trabajadores. El peor comportamiento se aprecia en las pequeñas empresas. Las organizaciones dominantes en el tejido productivo español, autoempleo y microempresas, se sitúan en una zona intermedia no demasiado alejada de la media total.

Gráfico 6 – Evolución del conocimiento de la responsabilidad social en la empresa española según el tamaño. En porcentaje. 2008-2010



Fuente: Forética (2011): *Informe Forética 2011. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España*. Madrid: Forética.

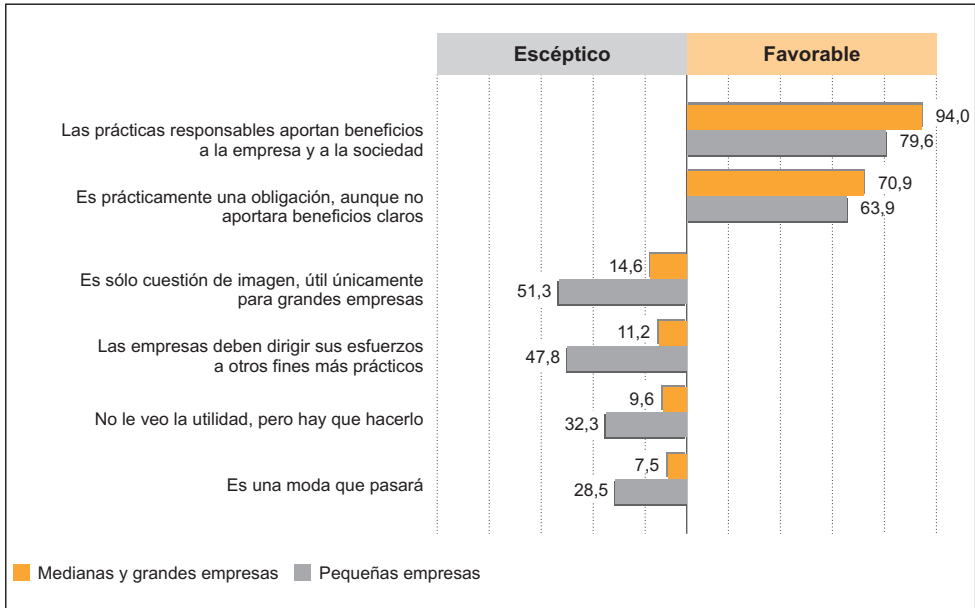
Como ya se observó, los diferenciales en las tasas de crecimiento del número de empresas en los distintos ciclos explican los cambios en el peso relativo de cada segmento. Gracias a su mayor dinamismo, las empresas sin asalariados y las grandes compañías han mantenido sin problemas su cuota poblacional, e incluso la han aumentado ligeramente en el último grupo. El autoempleo perdió peso durante el ciclo económico ascendente, pero tocó fondo a las puertas de la crisis (2006), reiniciando desde entonces una senda alcista hasta recuperar las posiciones de finales de siglo, rompiendo esta tendencia en 2012.

Las dudas sobre la función social que la pyme española puede acometer provienen también de su conocimiento y permeabilidad respecto al concepto de responsabilidad social. El estudio de Forética³⁸ constata que este conocimiento es significativamente menor en la pyme que en la mediana y gran empresa y que la distancia se está ampliando con el paso del tiempo (gráfico 6). La misma fuente señala el menor grado de integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las actividades del negocio por parte de la pyme, así como el retroceso en esta práctica frente a la muy mayoritaria asunción de la nueva función por las medianas y grandes compañías. En el fondo de este diferencial late ante todo el escepticismo de los empresarios con un negocio de pequeño tamaño hacia el mensaje de la responsabilidad social empresarial, al creer que es un problema de imagen que incumbe únicamente a la gran compañía (51,3%), por poseer una visión de la empresa enfocada hacia fines más prácticos –se entiende que referidos a los propietarios– (47,8%) o por no verle su utilidad (32,3%) (gráfico 7).

Una última cuestión que interesa analizar para calibrar la difusión del concepto ampliado de las funciones empresariales es la contribución a

³⁸ Forética (2011): *Informe Forética 2011. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España*. Madrid: Forética.

Gráfico 7 – Actitud hacia la responsabilidad social empresarial por tamaño de empresa. Porcentaje de acuerdo con las siguientes frases. 2010



Fuente: Forética (2011): *Informe Forética 2011. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España*. Madrid: Forética.

la creación de empleo. Un argumento fundamental para cimentar la función social del emprendedor descansa en su contribución a la concesión de oportunidades de vida y de progreso de los trabajadores a los que brindan un empleo. En el caso de la economía española, en enero de 2012, 1.194.400 empresas daban empleo a 12.442.220 personas, excluyendo el autoempleo (tabla 10). Suponiendo que cada empresa fuese un empresario, significaría que el 3% de los españoles de 16 y más años que han asumido el reto de sacar adelante un negocio garantizan las posibilidades laborales del resto del país. Si se eliminan las empresas con menos de tres asalariados, poco más de medio millón de organizaciones absorben el 92,8% de las personas ocupadas, exceptuando a los funcionarios públicos y a los propios empresarios.

Las pymes emplean a una gran cantidad de trabajadores, por ello se ha insistido tradicionalmente en su rol vital para la generación de empleo. Las pymes contratan a una masa laboral importante con menores costes salariales unitarios. Teóricamente, esto aportaría una mayor estabilidad al mercado laboral que la alcanzada con la concentración del empleo en unas pocas grandes compañías. Sin embargo, la distribución de la fuerza laboral ocupada según el tamaño de la empresa arroja algunas evidencias que hay que ponderar. Mientras que las microempresas suponen más del 87% del total de las firmas, sólo absorben al 21,1% de los asalariados. La situación es más pareja en las pequeñas y medianas empresas, que suponiendo el 10,7% y 1,8%, respectivamente, de las empresas son capaces de emplear al 20,1% y

Tabla 10 – Empresas inscritas en la Seguridad Social y número de trabajadores por tamaño de empresa. 2012

	Empresas		Trabajadores	
	Absoluto	%	Absoluto	%
De 1 a 9 trabajadores	1.039.858	87,06	2.628.130	21,12
De 1 a 2 trabajadores	673.707	56,41	891.334	7,16
De 3 a 5 trabajadores	258.359	21,63	962.462	7,74
De 6 a 9 trabajadores	107.792	9,02	774.334	6,22
De 10 a 49 trabajadores	128.289	10,74	2.501.839	20,11
De 10 a 25 trabajadores	99.390	8,32	1.494.902	12,01
De 26 a 49 trabajadores	28.899	2,42	1.006.937	8,09
De 50 a 249 trabajadores	21.888	1,83	2.156.309	17,33
De 250 o más trabajadores	4.365	0,37	5.155.942	41,44
De 250 a 499 trabajadores	2.395	0,20	821.090	6,60
De 500 a 999 trabajadores	1.035	0,09	716.385	5,76
De 1.000 o más trabajadores	935	0,08	3.618.467	29,08
Total	1.194.400	100	12.442.220	100

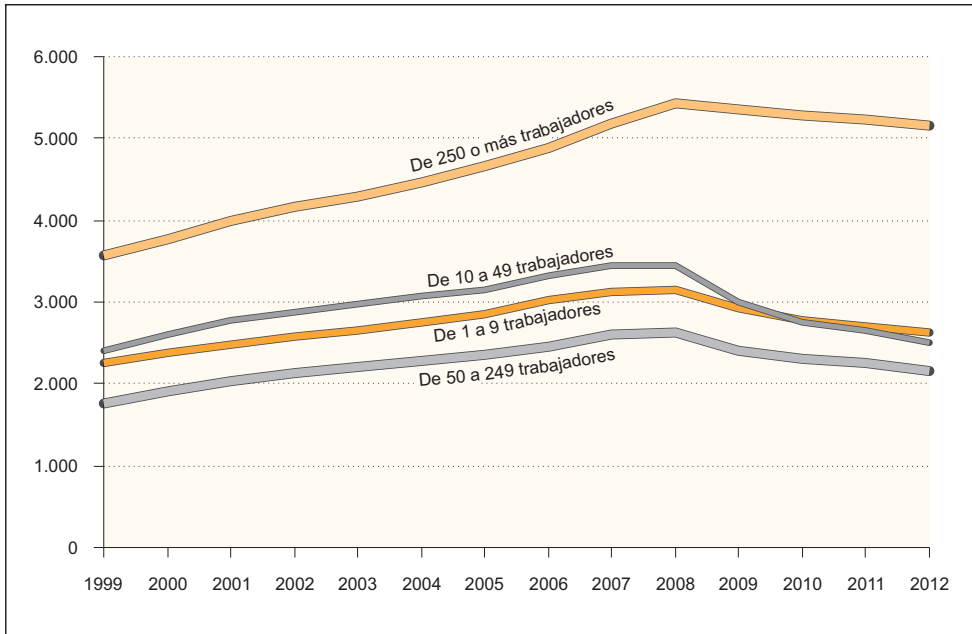
Nota: Datos del mes de enero.

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

17,3% de los trabajadores. Finalmente, las grandes empresas dan trabajo al 41,4% de los ocupados, pese a significar sólo el 0,4% del tejido productivo.

Siendo incontestable el valor de las pymes, ya que absorben casi el 60% de los asalariados del sector privado en España, no es menos cierto que la evolución del empleo ocupado según la dimensión apunta a una creciente concentración del trabajo en la gran empresa, que es el único estrato cuyo peso relativo en la mano de obra ocupada en España ha crecido (gráfico 8). Mientras que en 1999 estas organizaciones agrupaban al 35,8% de los asalariados, en 2012 su participación había aumentado en 5,6 puntos porcentuales, a costa principalmente de las pequeñas empresas, cuyo porcentaje disminuyó en cuatro puntos. Las microempresas se han mantenido por encima del 21%, con un saldo final de pérdida de punto y medio, mientras que las medianas empresas, tras iniciar una senda de ganancia, han acusado la crisis, retrocediendo en su ocupación hasta quedar prácticamente en la misma posición.

Si se observa la trayectoria laboral desde 1999 a 2012 (tabla 11), el mayor crecimiento relativo de la ocupación se ha alcanzado en las compañías de 250 o más empleados, que han aumentado su fuerza laboral en términos netos un 44,5% (1.587.171 nuevos puestos de trabajo), muy por encima de la media (24,7%) y del resto de los estratos. A continuación, el mejor comportamiento ha sido entre las medianas, que han ganado más de 402.401 empleos (22,9%), siendo muy inferiores los crecimientos de la ocupación en las mi-

Gráfico 8 – Evolución del número de trabajadores por tamaño de empresa. En miles. 1999-2012

Nota: Datos de enero de cada año.

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

croempresas (373.999 puestos, que equivalen a un 16,6%) y pequeñas firmas (menos de 100.000 nuevos asalariados, un aumento del 4,1%).

Las grandes empresas no sólo absorben un porcentaje mucho más alto del total de los asalariados, algo lógico por su mayor tamaño, y han crecido en ocupación, sino que además han exhibido desde la entrada en la crisis un mejor comportamiento laboral. Como se aprecia en el gráfico 9, todas las empresas, sea cual sea su dimensión, han perdido plantilla de modo significativo, pero la conducta ha diferido de modo sensible en cuanto a la fecha de inicio del drenaje de empleados y a su magnitud. Mientras las microempresas y pequeñas empresas empezaron a perder empleo en junio-julio de 2007, las medianas y las grandes empresas con más de 500 asalariados mantuvieron la ocupación hasta noviembre de ese año. Las compañías de mayor tamaño lograron mantener sustancialmente su fuerza laboral hasta agosto de 2008. Además, la pérdida de trabajadores ha sido significativamente menor en términos relativos en este último grupo. Entre 2008 y 2012, las grandes empresas sólo han destruido 266.639 puestos de trabajo (un 4,9% del empleo que absorbían), frente a 509.366 de las microempresas (-16,2%), 954.829 de las pequeñas (-27,6%) y de 483.005 de las medianas (-18,3%).

Invocar la creación de medio millón de nuevas empresas como estrategia para recuperar el crecimiento y el empleo tiene otros problemas

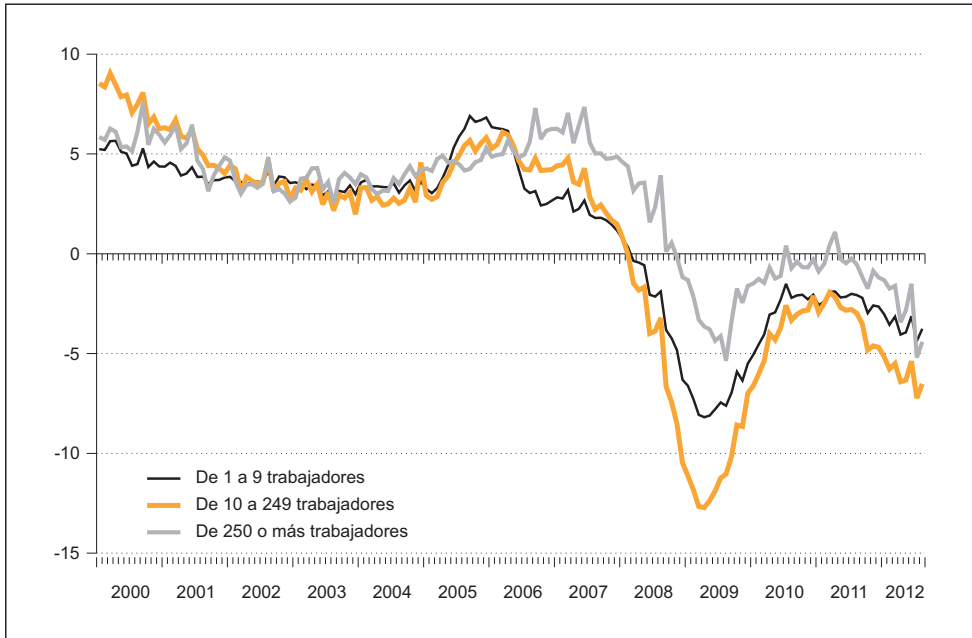
Tabla 11 – Evolución de los ocupados por tamaño de empresa. 1999-2012

	Valores absolutos			Variaciones absolutas			Porcentajes de variación		
	1999	2008	2012	1999/2012	1999/2008	2008/2012	1999/2012	1999/2008	2008/2012
De 1 a 9 trabajadores	2.254.131	3.137.496	2.628.130	373.999	883.365	-509.366	16,6	39,2	-16,2
De 1 a 2 trabajadores	738.380	987.851	891.334	152.954	249.471	-96.517	20,7	33,8	-9,8
De 3 a 5 trabajadores	814.677	1.156.231	962.462	147.785	341.554	-193.769	18,1	41,9	-16,8
De 6 a 9 trabajadores	701.074	993.414	774.334	73.260	292.340	-219.080	10,4	41,7	-22,1
De 10 a 49 trabajadores	2.402.655	3.456.668	2.501.839	99.184	1.054.013	-954.829	4,1	43,9	-27,6
De 10 a 25 trabajadores	1.433.595	2.035.267	1.494.902	61.307	601.672	-540.365	4,3	42,0	-26,6
De 26 a 49 trabajadores	969.060	1.421.401	1.006.937	37.877	452.341	-414.464	3,9	46,7	-29,2
De 50 a 249 trabajadores	1.753.908	2.639.314	2.156.309	402.401	885.406	-483.005	22,9	50,5	-18,3
De 250 o más trabajadores	3.568.771	5.422.581	5.155.942	1.587.171	1.853.810	-266.639	44,5	51,9	-4,9
De 250 a 499 trabajadores	633.426	923.132	821.090	187.664	289.706	-102.042	29,6	45,7	-11,1
De 500 a 999 trabajadores	578.315	781.233	716.385	138.070	202.918	-64.848	23,9	35,1	-8,3
De 1.000 o más trabajadores	2.357.030	3.718.216	3.618.467	1.261.437	1.361.186	-99.749	53,5	57,8	-2,7
Total	9.979.465	14.656.059	12.442.220	2.462.755	4.676.594	-2.213.839	24,7	46,9	-15,1

Nota: Datos de enero de cada año.

Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Gráfico 9 – Evolución del número de trabajadores por tamaño de empresa. Porcentaje de variación interanual. 1999-2012



Fuente: Elaboración Fundación Encuentro a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

adicionales a los ya citados. El primero de ellos alude a los obstáculos que frenan el espíritu emprendedor en España. La función del empresario como generador de riqueza y de empleo ha tenido en nuestro país una mala valoración social histórica. El clima de progresivo deterioro del concepto y de la visión de empresa y de empresario que marcó el proceso de cambio político español durante los años setenta y principios de los ochenta no facilitaba precisamente el interés por estos tópicos ni hacía fácil el camino al académico interesado por cuestiones tan “burguesas” y “capitalistas”. Este hecho condujo a que las nuevas generaciones estimasen poco atractivo el “oficio” de empresario, sobre el cual persistía un cierto estigma.

En los últimos años se ha invertido esta negativa tendencia de opinión en España. “Afortunadamente, el último decenio del pasado siglo ha presenciado un enderezamiento de este complicado panorama, tanto en el ámbito del pensamiento como en el de la información”³⁹. En primer lugar, la cordura política y social empezó a aceptar la necesidad de la iniciativa privada como pieza insoslayable para articular un sistema económico eficaz. Por otro lado, no cabe duda de que la información es el mejor modo de promocionar el papel (esencial) que la empresa debe desempeñar en una

³⁹ Camisón, C. (2005): “Competitividad de la empresa industrial española”, en *Libros de Economía y Empresa*, 1, p. 19.

sociedad abierta y moderna. “El ahínco con que los empresarios españoles se han esforzado en redefinir el concepto de empresa desde los años setenta, revitalizando la función social que pareció perder con el cambio político, tuvo como su mejor aliado una estrategia de proyección social de la contribución empresarial, imposible de sostener si el ambiente de diálogo con los agentes sociales no hubiese ido acompañado de transparencia y comunicación. Como repetidas veces se ha dicho, el apoyo social a una organización está en proporción directa con la cantidad y la calidad de la información que ésta sea capaz de canalizar hacia la sociedad. El control social de la actividad de las empresas españolas las ha revalorizado durante los años noventa, redescubriendo su papel en la creación de riqueza”⁴⁰. El resultado de este cambio social es que, ya desde finales de los años ochenta, un significativo porcentaje de españoles parece dispuesto a abrir sus propios negocios o se les ha cruzado la idea por la cabeza.

Sin embargo, de cara al futuro, la vitalidad de este espíritu emprendedor está en entredicho. El estudio de prospectiva citado⁴¹ constata la opinión mayoritaria del panel de expertos sobre la debilidad de este ánimo emprendedor y de la infraestructura y del entorno que deberían alimentarlo en España (tabla 12). Los problemas que esta investigación ha puesto sobre la mesa no se refieren únicamente a los clásicos trámites administrativos y a la escasez de flujos de capital, sino que también denuncia la falta de eficacia de las redes de transferencia de información y conocimiento a los emprendedores (vía asesoría o formación), junto al peso inhibitorio de una cultura que sigue dudando del empresario y de la libre empresa, con poco apego a la asunción de riesgos y a enfrentarse a nuevas ideas, poco innovadora y, por tanto, escasamente competitiva. Las únicas fortalezas que el análisis refleja se refieren a la disponibilidad de estructuras físicas (viveros e incubadoras), a la porosidad hacia las nuevas ideas y a una creciente movilidad social vertical que facilite oportunidades para progresar a todos los ciudadanos con independencia de su origen.

Las diferencias de mentalidad entre Estados Unidos y Europa han desempeñado un rol importante a la hora de crear un margen de confianza y un terreno fértil para que las personas decidan emprender. En Estados Unidos no existe un castigo social por fracasar en un negocio propio, por el contrario, se anima a la gente a que haga cosas nuevas, a que innove, y si se equivoca, aceptarlo con actitud comprensiva y probar algo distinto. En Europa, al coste de la decepción hay que sumar las críticas de una opinión social que aconseja hacerse funcionario y dejarse de tonterías. El emprendedor británico Freddie Laker no tuvo dudas cuando un periodista, tras el tercer fracaso consecutivo del empresario, le preguntó qué pensaba

⁴⁰ Camisón, C. (2006): “Estrategia y competitividad de la empresa española: un balance del período 1984-2004”, en *Claves de la Economía Mundial*, 6, p. 93-94.

⁴¹ Camisón, C. (2012).

Tabla 12 – Entorno e infraestructura para emprender en España: fortalezas y debilidades según la percepción del panel de expertos

	2011			2015	2020
	Media consenso	Percepción mayoritaria	F / D Promedio		
Tiempo necesario para abrir un nuevo negocio	83,3	Debilidad	4,56	4,84	4,81
Tasas e impuestos a la creación de nuevos negocios	82,0	Debilidad	4,24	4,46	4,47
Número y facilidad de trámites para abrir un nuevo negocio	82,0	Debilidad	4,45	4,72	4,83
Orientación del sistema educativo hacia el emprendimiento	75,0	Debilidad	4,87	5,38	5,54
Grado de emprendedurismo en la sociedad y los ciudadanos	68,8	Debilidad	4,89	5,23	5,52
Tasa de éxito en la creación de nuevas empresas	67,7	Debilidad	4,60	4,93	5,14
Arraigo de un sistema de valores que favorezca la competitividad	67,2	Debilidad	4,72	5,24	5,46
Red de business angels y otros fondos de capital semilla	65,6	Debilidad	4,58	5,02	5,18
Disponibilidad de capital riesgo y <i>venture capital</i>	65,5	Debilidad	4,75	5,24	5,41
Asunción individual de la responsabilidad ante el futuro	64,1	Debilidad	4,84	5,13	5,31
Movilidad social vertical, es decir, oportunidades para cualquiera de progresar con independencia de su origen	62,9	Fortaleza	3,97	4,35	4,53
Actitud de la sociedad ante el empresario y la libre empresa	60,9	Debilidad	4,77	5,20	5,47
Crecimiento del número de empresas	58,7	Debilidad	4,23	4,58	4,90
Disponibilidad de viveros o incubadoras de empresas	58,3	Fortaleza	4,02	4,21	4,41
Actitud positiva por parte de la sociedad hacia la globalización	54,0	Debilidad	3,93	4,29	4,42
Eficacia de la red de apoyo y asesoría para emprendedores	52,5	Debilidad	3,76	4,19	4,40
Cultura social abierta a las nuevas ideas y desafíos	52,4	Fortaleza	4,70	5,12	5,41

Fuente: Camisón, C. (2012): *La competitividad de la economía española en un mundo globalizado. Prospectiva 2020*. Madrid: Consejo Económico y Social de España.

hacer: “Irme a Norteamérica, naturalmente; allí se permiten hasta siete fracasos”. El antagonismo llega al punto de que en Europa a un ex empresario se le considera un fracasado, mientras que en Estados Unidos la quiebra de un negocio propio no comporta que al empresario se le cierren todas las puertas para volver a emprender. Al contrario, muchos representantes empresariales consideran la quiebra como algo positivo, pues concede una oportunidad única para aprender de los errores. William C. Carey, profesor de psicología de la Manchester Business School, comenta: “Es absurdo que una economía basada en la libre empresa y en el riesgo tenga una mentalidad tan estrecha frente al fracaso y mire al emprendedor frustrado con conmisericordia. Después de todo, asumir riesgos no significa otra cosa que aceptar la posibilidad del fracaso. Eso es lo que Europa tiene que aprender y Norteamérica da por supuesto” (*Financial Times*, 1990).

8. La situación de la pyme española ante la crisis: posición competitiva y su sostenibilidad internacional

La competitividad de las empresas de un país determina la competitividad del mismo y, finalmente, el dinamismo de la actividad empresarial, el crecimiento y el empleo. En una economía como la española, caracterizada por un importante peso de las pequeñas y medianas empresas, la competitividad de las pymes es determinante para la competitividad global de la economía en su conjunto⁴².

La competitividad y el crecimiento internacionales de la pyme española tienen sus primeros factores determinantes en su propia dinámica de adaptación a la evolución del mundo de los negocios. La globalización configura un nuevo marco para la competitividad de las pymes⁴³. Estas organizaciones tienen una serie de ventajas y desventajas competitivas para afrontar la competencia nacional e internacional⁴⁴, las cuales nacen de una dotación relativa de recursos y capacidades que está condicionada en cierta medida por las fortalezas y debilidades intrínsecas al tamaño.

Los cambios estructurales en la economía moderna han creado algunas condiciones favorables para la pyme, por su naturaleza dinámica, sus modelos de negocio más flexibles y con períodos de maduración más cortos. La pyme puede aprovechar estas ventajas para explotar la mayor dimensión de mercado que proporciona la internacionalización, sobre todo con el nacimiento de nichos de mercado y la demanda de productos especializados en un mundo no tan plano y con significativos pliegues en su estructura comercial. La coexistencia de procesos de globalización con una tendencia a que lo local recupere fuerza inyecta nuevas oportunidades para explotar la especialización. Asimismo, los paradigmas tradicionales ligados a los conceptos de tamaño óptimo y costes hundidos se están difuminando.

Por el contrario, algunas de las ventajas consustanciales a una dimensión pequeña han sido laminadas, o cuanto menos carcomidas, por la incertidumbre y la turbulencia de un mundo cada vez más globalizado. La evolución de fuerzas como la globalización de los mercados y el ascendente cambio tecnológico, así como su mayor vulnerabilidad ante la turbulencia del entorno, sitúan a la pyme en una posición de fuerte exposición al riesgo competitivo y con obstáculos serios para explotar sus fortalezas. Además,

⁴² Acs, Z. J. et al. (1996): *Small Business in the Modern Economy*. Oxford: Blackwell; Acs, Z. J. (ed.) (1999): *Are Small Firms Important?: Their Role and Impact*. Ámsterdam: Kluwer Academic Publishers.

⁴³ Camisón, C., Lucio, J. de (2010): "La competitividad de las pymes españolas ante el reto de la globalización", en *Economía Industrial*, 375, p. 19-40; Audretsch, D. B. (ed.) (2003): *SMEs in the age of globalization*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

⁴⁴ OCDE (2009): *Top barriers and drivers to SME internationalisation*. París: OCDE, Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship.

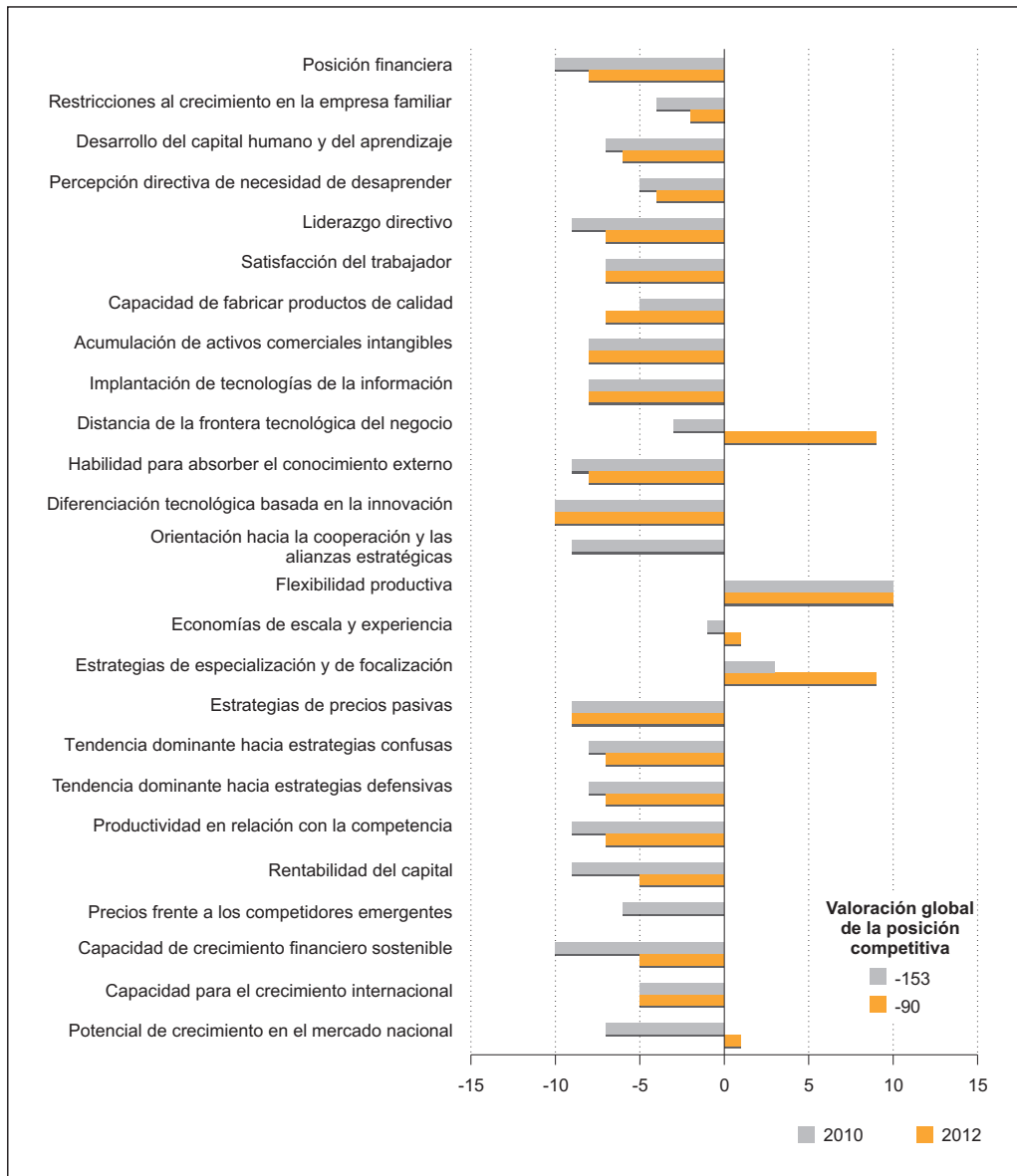
Tabla 13 – Vectores competitivos: principales fortalezas y debilidades de la pyme española. 2012

	Factores clave del entorno												Efecto	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	+	-
Potencial de crecimiento en el mercado nacional	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	0	0	7
Capacidad para el crecimiento internacional	0	-1	-1	0	0	0	-1	-1	0	-1	0	0	0	5
Capacidad de crecimiento financieramente sostenible	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	0	10
Posición en precios frente a los competidores de países emergentes	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	0	0	-1	-1	2	8
Rentabilidad del capital en comparación con la competencia	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0	9
Productividad y eficiencia en costes en relación con la competencia	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	1	-1	1	10
Tendencia dominante hacia estrategias defensivas	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	-1	0	8
Tendencia dominante hacia estrategias confusas o híbridas	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	-1	0	8
Estrategias de precios pasivas o mercado-aceptantes	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	-1	0	0	9
Dominio de estrategias de especialización y de focalización	1	-1	1	1	1	1	-1	-1	-1	1	1	0	7	4
Economías de escala y experiencia	-1	-1	-1	0	0	0	0	1	-1	1	1	0	3	4
Flexibilidad productiva	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10	0
Orientación hacia la cooperación y las alianzas estratégicas	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	0	9
Potencial de diferenciación tecnológica basado en la innovación	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	0	0	10
Habilidad para absorber el conocimiento externo	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	0	9
Distancia de la frontera tecnológica del negocio	-1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	1	0	3	6
Implantación de tecnologías de la información	0	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	0	0	8
Acumulación de activos comerciales intangibles	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	-1	0	-1	-1	0	0	8
Capacidad de fabricar productos de calidad	0	0	-1	1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	0	2	7
Cooperación, compromiso y participación basados en la satisfacción del trabajador	0	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0	7
Liderazgo directivo	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	1	10
Percepción directiva de la necesidad de desaprender	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	0	-1	0	0	2	7
Desarrollo de las competencias del capital humano y del aprendizaje	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	7
Restricciones al crecimiento en la empresa familiar	0	-1	-1	-1	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	4
Posición financiera	-1	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	10
Fortalezas (+)	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	4	0	31	
Debilidades (-)	15	18	22	16	15	18	19	21	9	11	13	7		184

Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

algunas de sus debilidades se han hecho más palmarias bajo el empuje de los mismos vectores de cambio. Como se aprecia en la tabla 13, la pyme española sufre un amplio espectro de debilidades entre las que se incluyen su déficit de capacidades empresariales, su baja productividad, sus deficiencias en la producción, su escaso control de la distribución o sus dificultades de obtención de capital o crédito, de acceso a las nuevas tecnologías, de innovación o de captación de talento.

Gráfico 10 – Evolución de las principales fortalezas y debilidades de la pyme española. 2010-2012



Fuente: Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Trabajo inédito pendiente de publicación.

La finalización del ciclo expansivo de la economía española ha acentuado las amenazas a la supervivencia de este segmento del tejido industrial en el que la recesión se está cebando especialmente. El análisis de la dinámica competitiva de la pyme española durante el período 2010-2012 (gráfico 10) constata un retroceso generalizado en prácticamente todos los vectores estratégicos esenciales, con la excepción de la flexibilidad productiva. Es importante resaltar que incluso fortalezas exhibidas poco tiempo atrás por la pyme, como eran la proximidad a la frontera tecnológica del negocio o el potencial de crecimiento en el mercado nacional, han sido laminadas por la crisis durante el último bienio. La capacidad de la pyme española para afrontar la economía globalizada del conocimiento y para superar la negativa coyuntura actual puede estar seriamente cuestionada a la luz de este diagnóstico.

Anexo – Ficha técnica de las bases de datos primarias

ESTUDIO DELPHI dentro del trabajo de Camisón, C. (2012): *La competitividad de la economía española en un mundo globalizado. Prospectiva 2020*. Madrid: Consejo Económico y Social de España

Número de expertos del panel	204
Trabajo de campo	Marzo-junio 2011
Cuestionario base	501 variables

ESTUDIO DELPHI dentro del trabajo de Camisón (2012): *Estudio Delphi sobre los Factores de Cambio para la Empresa Española en el Umbral del Siglo XXI*. Documento de Trabajo de GRECO (Grupo de Investigación en Estrategia, Competitividad y Gestión del Conocimiento y la Innovación)

Número de expertos del panel	46
Trabajo de campo	Enero-junio 2012
Cuestionario base	784 variables

ESTUDIO EMPÍRICO dentro del trabajo de Camisón, C. (2012): *Estudio sobre la competitividad de la empresa española 1984-2012*. Documento de Trabajo de GRECO

Tamaño de la muestra	1.034
Trabajo de campo	Febrero-mayo 2012
Margen de error estadístico	± 3,1 (95,5%)
Fecha de referencia de los datos	31 de diciembre de 2011
Tipo de encuesta	Informe electrónico autoadministrado

La situación que estamos viviendo en España pone de manifiesto que no estamos atravesando simplemente una crisis, sino un verdadero cambio de época. Los impactos del gran cambio tecnológico que significa Internet han modificado ya el funcionamiento del sistema económico, está implicando grandes cambios en la vida de las personas y está generando una profundización de la crisis de legitimidad de las instituciones políticas y representativas de la democracia.

Asistimos a una notable degradación del lenguaje público en nuestro país. El lenguaje de los políticos y de los medios de comunicación se ve cada vez más invadido por el insulto y el exabrupto. El debate de ideas, de contenido, va siendo desplazado por la descalificación personal o el juicio de intenciones. Todo ello constituye un claro debilitamiento de la vida democrática, que exige un uso respetuoso de la palabra.

Sin empresas y sin emprendedores no saldremos de esta crisis. ¿Están preparados para ello nuestras empresas y nuestros empresarios? Analizamos la iniciativa empresarial, las diferencias por sectores económicos, los factores de éxito y fracaso en el emprendimiento, la situación de las PYMES españolas, sus características, sus estrategias de competitividad y sostenibilidad en un contexto necesariamente global o internacionalizado.

Durante décadas la educación ha actuado en nuestro país como el gran ascensor que facilitaba la igualdad de oportunidades y la mejora de los individuos en la escala social. Esa capacidad sigue manifestándose en la actualidad, pero con mucha menor intensidad. La actual crisis iniciada en la segunda mitad de 2008 pone de actualidad el debate en torno a la desigualdad de oportunidades educativas y la continuidad o no de la educación como principal canal abierto de movilidad social.

Los españoles ven con preocupación creciente el futuro del sistema sanitario. La crisis impacta en la sanidad por dos vías: por el aumento de las necesidades y por la reducción de los recursos del Sistema Nacional de Salud. Los recortes estructurales en sanidad ponen en riesgo uno de los pilares básicos de nuestro Estado de bienestar y nos alejan de Europa. Hay alternativas a unas medidas que afectan más a los más débiles y con previsibles altos costes diferidos en salud y gasto sanitario.

Las TIC, con su desarrollo acelerado y omniabarcante gracias a las nuevas redes y dispositivos, están redefiniendo nuestra vida en todos los ámbitos. Avanzamos hacia la sociedad de la hiperconectividad. Las tremendas oportunidades sociales, económicas, educativas y políticas que este contexto tecnológico nos ofrece sólo se realizarán si desde dentro son permanentemente interpeladas respecto a su impacto en la vida de las personas y de la sociedad.

El avance en las infraestructuras de transporte en nuestro país en las últimas décadas ha sido espectacular. Precisamos ahora apostar por modos sostenibles al servicio de las necesidades de los ciudadanos, más integrados y competitivos, con menos costes económicos y ambientales. En las ciudades el paradigma de la velocidad, cuyo objetivo era la fluidez del tráfico, empieza a ser sustituido por un modelo de ciudad vivible, donde la movilidad motorizada pierde su protagonismo.

