

# Los valores culturales en el desarrollo económico de Andalucía: Confianza y tejido empresarial.

Pilar Moreno Pacheco. Email: [pmoreno@cica.es](mailto:pmoreno@cica.es)

Isidoro Romero Luna. Email: [irluna@cica.es](mailto:irluna@cica.es)

*Dpto. Economía Aplicada I.*

*Universidad de Sevilla.*

## 1.- Introducción.

A pesar de que muchos autores han reivindicado la influencia del factor cultural en el proceso de desarrollo, la economía convencional ha soslayado generalmente el papel de la cultura como variable relevante. No obstante, en los últimos tiempos han cobrado gran importancia las teorías del desarrollo endógeno, que hacen hincapié en cómo las comunidades territoriales disponen de un conjunto de recursos económicos, institucionales, humanos y culturales que determinan su potencial de desarrollo. Bajo este marco explicativo se está concediendo mayor atención a los factores culturales que condicionan la dinámica económica. En concreto, desde diversos ámbitos se está considerando explícitamente el papel de la *confianza mutua* en los procesos económicos.

Este trabajo tiene dos objetivos fundamentales. En primer lugar, se llama la atención sobre la incidencia de los valores culturales compartidos por una comunidad en la dinámica económica, tratando de especificar los mecanismos a través de los cuales esta relación de influencia se manifiesta. En segundo lugar, se plantea la noción de *capital social* y se considera específicamente la importancia de la confianza mutua desde una perspectiva de desarrollo endógeno. Finalmente, se plantea la hipótesis de que la debilidad del tejido empresarial andaluz podría tener una de sus explicaciones en el bajo nivel de confianza mutua que, según estudios recientes, caracteriza a la sociedad andaluza.

## 2.- Valores culturales y desarrollo endógeno.

En las últimas décadas han cobrado gran importancia los planteamientos que defienden que la principal vía de acceso al desarrollo es el aprovechamiento del potencial de los recursos autóctonos de un territorio. El *desarrollo endógeno* se concibe así como un proceso de crecimiento y cambio estructural impulsado por las decisiones de inversión de las empresas y agentes públicos a nivel local, y por lo tanto, orientado -desde abajo-, en la medida en que se movilizan los recursos autóctonos y en cuanto el proceso debe ser liderado por las propias comunidades locales (Vázquez Barquero; 1996).

Este enfoque lleva a conceder relevancia a los procesos institucionales y culturales que condicionan las decisiones de los agentes económicos. La identidad cultural de una comunidad a nivel local o regional representa una infraestructura intangible que actúa como substrato de toda la dinámica económica, condicionando las potencialidades de desarrollo de un territorio.

En este sentido, se constata que la aparición y consolidación de los sistemas productivos locales se suele producir en áreas en las que existe una fuerte vinculación entre el sistema sociocultural y el territorio. Esto puede atribuirse a que el sentimiento de pertenencia a un colectivo neutraliza los conflictos sociales a nivel local generando un ambiente propicio para la dinámica empresarial (Vázquez Barquero; 1996). Por otro lado, las estructuras socio-culturales establecidas pueden obstaculizar los procesos de transformación asociados a la dinamización de la economía local o, por contra, pueden impulsarlos cuando la mentalidad de los agentes sociales sea abierta al cambio y su sistema de valores flexible. En definitiva, los sistemas productivos locales presentan unos rasgos específicos en función de las características socioculturales de las comunidades locales en las que surgen, como consecuencia de los códigos de conducta, de las actitudes, de las pautas tradicionales de comportamiento o de los esquemas mentales presentes en la población.

No obstante, no sólo la identidad cultural condiciona los procesos económicos sino que la consolidación de los sistemas productivos locales marca la evolución de la organización político-social, desencadenando procesos de cambio cultural. Por lo tanto, se establece una relación de interacción recíproca en el binomio sistema productivo-sistema sociocultural a escala local o regional.

Pero, más específicamente, ¿a través de que vías se plasma la influencia de la cultura de una colectividad sobre la dinámica económica?. El sistema de valores culturales de la sociedad se refleja en ciertas actitudes hacia la conducta que a su vez impulsan el comportamiento económico de los individuos reflejándose en su desempeño laboral, en las decisiones de inversión, en la eventualidad de conductas innovadoras y en la actividad empresarial, encauzada por las decisiones del empresario. Estas decisiones de contenido económico, agregadas socialmente, repercuten en la dotación de factores productivos y en la productividad de los factores, condicionando el ritmo de crecimiento económico a largo plazo y, a través de éste, el desarrollo.

Así pues, dada la función de producción agregada de un sistema local, el crecimiento económico puede venir por dos únicas vías: el incremento de las dotaciones de factores de producción y la elevación de la productividad de esos factores. La dotación de factor trabajo se incrementa a través del crecimiento de la población activa y del número de horas que está dispuesto a trabajar cada individuo activo, mientras que el stock de capital se incrementa con el proceso de acumulación derivado de la inversión en capital físico o capital humano (mediante la educación formal y el aprendizaje profesional). Por otra parte, los incrementos de productividad resultan bien de la innovación, bien de mejoras en la eficiencia económica derivadas de decisiones empresariales, en tanto en cuanto la función del empresario engloba la organización eficiente de los procesos de producción, la asignación óptima de los recursos en la empresa y la detección y el aprovechamiento de las economías internas y externas que puedan existir.

En concreto, se pueden identificar tres categorías de actitudes que impulsan el comportamiento económico de los individuos y vienen condicionadas culturalmente: las actitudes ante el trabajo, las actitudes ante el ahorro y las actitudes empresariales (Gutiérrez, Moreno y Romero; 1999 a).

- Las *actitudes ante el trabajo* conforman lo que podríamos entender como ética del trabajo pero exceden de esta noción, puesto que contemplan la predisposición psicológica de los individuos respecto a diversos aspectos de la actividad laboral, como la propia decisión de trabajar, el trabajo duro, el trabajo bien hecho, la planificación del trabajo, que implica programar y racionalizar el esfuerzo, el trabajo en equipo, la predisposición ante el cambio tecnológico, etc.. Las actitudes ante el trabajo condicionan el funcionamiento de los mercados de trabajo locales, incidiendo en la dotación de factor trabajo y en su productividad. Así mismo, en la medida en que factores culturales propicien la creatividad en el desempeño laboral se estimulan los procesos de innovación a través de los cuales se incrementa la productividad.

- Las *actitudes ante el ahorro* comprenden la predisposición psicológica ante la utilización de la renta personal, que se manifiesta en las decisiones de ahorro y consumo. En este sentido se puede diferenciar el espíritu ahorrativo y de austeridad frente al consumismo. Las actitudes ante el ahorro determinan el comportamiento ahorrador de los individuos que a nivel macroeconómico se plasma en el volumen agregado de ahorro. Una alta tasa de ahorro permite mantener tasas de inversión elevadas que impulsen la acumulación de capital, financiando además el proceso endógenamente, sin recurrir al ahorro externo.

- Por último, las *actitudes empresariales* comprenderían dos cuestiones. En primer lugar, la predisposición psicológica de los individuos frente a la idea de iniciar o desarrollar una actividad empresarial. Si los individuos de una sociedad están predispuestos favorablemente respecto a la actividad empresarial, esto se refleja en una mayor emergencia de empresas y un mayor número de empresarios, en definitiva, en un mayor dinamismo emprendedor. En segundo lugar, dentro de las actitudes empresariales consideramos también los perfiles psicológicos que inducen a los empresarios a tener una conducta dinámica, a innovar, a asumir riesgos, a impulsar constantemente la actividad de la empresa hacia el crecimiento y el logro de nuevas metas, condicionando la capacidad de respuesta de la empresa al reto de la competitividad en un entorno dinámico. Existe una predisposición psicológica de los empresarios que, según su sentido, impulsa el desarrollo empresarial o bien reduce la actividad empresarial a un ejercicio rutinario; predisposición que, como en los casos anteriores, estaría condicionada culturalmente. Así pues, si el primer aspecto señalado se manifiesta en la decisión de ser empresario, el segundo se refleja en la calidad de la dirección empresarial.

Las actitudes empresariales condicionan todas las facetas de la actividad empresarial incidiendo sobre las decisiones de inversión y sobre la productividad de los factores, a través de los procesos de innovación o asimilación tecnológica, la cooperación entre empresas constituyendo redes que permitan aprovechar las economías externas existentes, etc. .

Los valores culturales se manifiestan también en la conducta de los individuos en la esfera de sus relaciones sociales y de sus actitudes ante la organización política de la colectividad. Estas actitudes y

comportamientos van perfilando a medio y largo plazo las características de las instituciones sociales y políticas en torno a las cuales se articula la sociedad. Las condiciones del marco institucional, al condicionar las decisiones de los agentes sociales, repercuten sobre los procesos económicos. En concreto, instituciones como el mercado o el sistema político juegan un papel crucial al actuar como mecanismos de regulación de la dinámica económica local.

### **3.- La importancia de la confianza en el desarrollo endógeno.**

Probablemente el valor cultural que más interés ha despertado últimamente en los economistas es la *confianza mutua*. El grado en que los individuos confían en los demás no es el mismo para todos los colectivos territoriales sino que depende de la identidad cultural de una sociedad. Es así como ciertas culturas se caracterizan por una intensa desconfianza respecto a los otros, lo que viene generalmente unido a un sentido muy cerrado y tradicional de la familia, único grupo con el que el individuo realmente se identifica (familismo). Por contra, en otras sociedades existe una predisposición mayor a depositar confianza en los demás, confianza que puede extenderse en general al conjunto de la sociedad (confianza social) y al funcionamiento de las instituciones públicas (confianza estatal).

Distintos autores se han pronunciado en torno a la importancia de la confianza para el funcionamiento óptimo de una economía. El sociólogo E. C. Banfield (1958) hizo un retrato sociológico de una ciudad del sur de Italia intentando desentrañar las razones de su atraso. Llamó su atención inicialmente la práctica ausencia de organizaciones y atribuyó este hecho a razones de tipo cultural. En concreto, consideró que el factor que explicaba el atraso de la comunidad local era lo que él denominó familismo amoroso, es decir, la incapacidad de los aldeanos para actuar juntos en beneficio propio o para cualquier fin que vaya más allá del interés inmediato y material de la familia nuclear. Esta incapacidad para la cooperación implica por supuesto desconfianza respecto a todos aquellos individuos con los que no existen lazos familiares. Gunnar Myrdal (1974) señaló que entre las actitudes del hombre moderno se encontraría el sentido de la cooperación, que requiere necesariamente de la confianza mutua, así como de la aceptación de responsabilidad respecto al bienestar de la comunidad. En cuanto a ésta última, la responsabilidad social, se encuentra muy relacionada con la confianza mutua, puesto que individuos difícilmente mantendrán indefinidamente una actitud responsable ante los otros y cumplirán las reglas existentes si no confían en que los demás van a comportarse de igual modo. Lawrence Harrison (1992), considera que el radio de identificación con los demás repercute significativamente en el progreso económico, y señala las graves consecuencias sociales que se derivan de una excesiva desconfianza. Francis Fukuyama (1995) sostiene la tesis de que sólo en aquellas sociedades en las que existe un alto grado de confianza mutua pueden surgir organizaciones empresariales grandes y flexibles, lo que resulta crucial dado el papel protagonista de este tipo de empresas en la actual economía globalizada.

En los últimos años se está prestando mucha atención a la noción de *capital social* bajo el cual se considera, entre otros aspectos, la confianza que existe en los colectivos sociales. Desde el Banco Mundial el capital social se entiende como “el conjunto de normas y relaciones sociales incorporadas en las estructuras sociales que permiten a la gente condicionar sus acciones para lograr los objetivos deseados”;

Morgan (1997), por su parte, concibe el capital social como “las características de la organización social, tales como redes, normas y confianza, que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo”.

Aplicando los esquemas propuestos en el apartado anterior, el grado de confianza mutua incidiría sobre la dinámica económica a través de las condiciones del marco institucional y a través de las actitudes ante el trabajo y la empresa.

- *Condiciones del marco institucional.* La intensidad de la confianza mutua entre los individuos que forman parte de una comunidad territorial condiciona el marco socio-político institucional a nivel local, regional o nacional. En concreto, el mercado como institución, se encuentra condicionado en su funcionamiento por el grado de la confianza existente, en la medida en que la confianza facilita los intercambios y hace disminuir los costes de transacción. En presencia de confianza entre las partes contratantes no resulta necesario detallar al máximo todos los aspectos del trato, ni se requiere dedicar esfuerzos especiales a vigilar el cumplimiento de las obligaciones pactadas (Boschma; 1999). De igual modo, y a título de ejemplo, en sociedades con un alto nivel de confianza será más fácil que surjan mercados informales de crédito que, ajenos al sistema crediticio institucionalizado, favorezcan la inversión (Klack y Keefer; 1997). La confianza mutua se proyecta también más genéricamente sobre la organización social (confianza social) favoreciendo la cohesión social y la identidad territorial que es fundamental para desarrollar con éxito una estrategia de desarrollo endógeno. Finalmente, los ciudadanos también depositan un grado variable de confianza en las instituciones políticas (confianza estatal), lo que repercute en la credibilidad de las políticas económicas y, a través de ésta, en la eficacia de las medidas implementadas. En concreto, un ambiente de confianza respecto a la actuación de los poderes públicos, reduce la incertidumbre empresarial respecto a los escenarios futuros, favoreciendo las decisiones de inversión.

- *Actitudes ante el trabajo.* La desconfianza obstaculiza la cooperación y el trabajo en equipo limitando la productividad. De igual modo, la falta de confianza se puede plasmar también en una menor responsabilidad social que se manifestaría en la actividad laboral en términos de un menor esfuerzo -con la consiguiente merma en el rendimiento-, en un mayor absentismo, etc. . Por último, el grado de confianza incide sobre la inversión en capital humano a través de la formación y el aprendizaje práctico. En las sociedades como un bajo nivel de confianza y un familismo muy acusado, la selección de los trabajadores se realiza frecuentemente no en función de criterios objetivos, sino en consideración a la existencia de lazos de familia o de amistad, lo que desalienta la inversión en formación (Coleman; 1990).

- *Actitudes empresariales*. Pero lo que a efectos de este trabajo resulta de mayor interés es la repercusión de la confianza sobre la dinámica empresarial. Se puede considerar que el nivel de confianza mutua informa las actitudes empresariales, afectando tanto a la emergencia de nuevas empresas como al dinamismo de las existentes. En cuanto a lo primero, un alto nivel de confianza favorecerá el surgimiento de empresas impulsadas por varios individuos en casos en que los proyectos empresariales no pudieran abordarse a partir de una iniciativa estrictamente individual (por cuestiones financieras o de cualquier naturaleza). Fukuyama considera que existe una relación entre el nivel de confianza de una sociedad y la capacidad de crear grandes empresas. A su juicio en una sociedad de base familiar con escasa confianza la aparición de grandes empresas no será espontánea, sino que requerirá generalmente la intervención del Estado.

Por lo que respecta a los efectos sobre el dinamismo empresarial, la confianza mutua es un requisito indispensable para el asociacionismo y la colaboración entre empresas, lo que resulta un factor crucial en presencia de un tejido empresarial atomizado. El asociacionismo resulta en estos casos imprescindible para acometer proyectos empresariales de mayor envergadura y para superar las dificultades a las que se enfrentan las empresas de pequeñas dimensión (Guzmán, 1995). La confianza facilita también la transmisión y el intercambio de información y conocimientos (*knowledge spillovers*) así como la formación de redes de empresas. Igualmente, la confianza puede impulsar la innovación en la medida en que ésta en las economías post-Fordistas es normalmente el resultado de la cooperación y la intervención de diversos agentes en un “proceso localizado e interactivo de aprendizaje, promovido por conglomerados, redes y la cooperación entre empresas” (Asheim; 1999).

Por todas las razones apuntadas el capital social, y específicamente la confianza, juega un papel decisivo en la formación de distritos industriales, entendidos como la aglomeración en el territorio de pequeñas empresas especializadas que participan de una cultura social común que implica a trabajadores, empresarios y políticos e interactúan en una atmósfera industrial, que favorece los flujos de información y la difusión de innovaciones, generando importantes economías externas.

Se han realizado diversos trabajos empíricos con el objetivo de contrastar el impacto positivo de la confianza sobre los resultados económicos colectivos. El más sólido de todos ellos es el trabajo de Knack y Keefer (1997) en el que se obtiene evidencia de la existencia de correlación significativa entre el nivel de confianza y el crecimiento de la renta per cápita (así como con el ratio inversión/PIB) para una muestra de 29 países y el período 1980-1992<sup>[1]</sup>.

#### **4.- La confianza y su incidencia en el tejido empresarial andaluz.**

A lo largo de este trabajo se ha puesto de manifiesto la importancia capital de la confianza en el funcionamiento óptimo de una economía y como un bajo nivel de *confianza mutua* puede ser un obstáculo para el progreso económico de una sociedad. En este último apartado, se postula la hipótesis de que la escasa presencia entre los andaluces del valor cultural denominado “confianza” puede constituir, en parte, una de las causas fundamentales que explican el menor grado de desarrollo económico de nuestra región con respecto a la media nacional, al condicionar la debilidad del tejido empresarial andaluz.

El estudio de las características culturales en Andalucía permite afirmar la existencia de ciertos valores dominantes en la región contrarios a la emergencia empresarial y al dinamismo empresarial (Gutiérrez, Moreno, Romero; 1999b). De entre estos valores, destaca la baja confianza que los andaluces depositan en los demás. En concreto, el análisis realizado a partir de la *Encuesta Mundial de Valores. Andalucía 1996*, coordinada por los profesores Eduardo Bericat Alastuey y Juan del Pino Artacho, y publicada por el Centro de Investigaciones Sociológicas, permite concluir que, en el caso de los andaluces, la desconfianza hacia personas no pertenecientes al círculo familiar es más acentuada que en el conjunto de España, país que se caracteriza por un bajo nivel de confianza con respecto a los demás países de su entorno. Así, mientras el 71,3% de los españoles piensa que no se puede confiar en la gente, este porcentaje se eleva hasta el 75,9 para el caso de los andaluces[2].

En los últimos años se viene poniendo especial énfasis en reconocer al factor empresarial como un recurso endógeno esencial. Se considera por muchos autores que la función empresarial resulta absolutamente insustituible y necesaria para el desarrollo de las potencialidades de crecimiento de un territorio, ya que este desarrollo no puede tener lugar si no es mediante la creación de valor añadido a sus propios recursos y la explotación de nuevas oportunidades de negocio (Villagrán; 1996).

Existe un cierto consenso en señalar la *debilidad y desarticulación del tejido empresarial andaluz* como uno de los factores que explican el subdesarrollo económico de Andalucía. A su vez, las deficiencias del tejido empresarial podrían venir motivadas por la baja confianza existente entre los empresarios andaluces.

Tal como se ha visto en el apartado anterior, la confianza incide tanto en la *emergencia empresarial* como en el *dinamismo* de las empresas ya existentes. La confianza entre empresarios se configura como un factor clave de cara a las siguientes actuaciones: -la ampliación de los negocios, -la puesta en marcha de proyectos de inversión, -la innovación, -los acuerdos de colaboración formales, -la creación de redes de empresas, etc., todas ellas de gran importancia para asegurar la eficiencia de pequeñas y medianas empresas.

Pero centrémonos ya en las posibles repercusiones concretas que el menor nivel de confianza existente en Andalucía puede tener sobre el tejido empresarial de la región. El problema fundamental no es de carácter cuantitativo, pues en la comunidad andaluza existe un elevado número de empresas. Es el análisis cualitativo del tejido empresarial andaluz el que pone de manifiesto sus debilidades. Por una parte, se producen deficiencias en la distribución dimensional de las empresas andaluzas; por otra, se detectan importantes puntos débiles en el empresariado de la región.

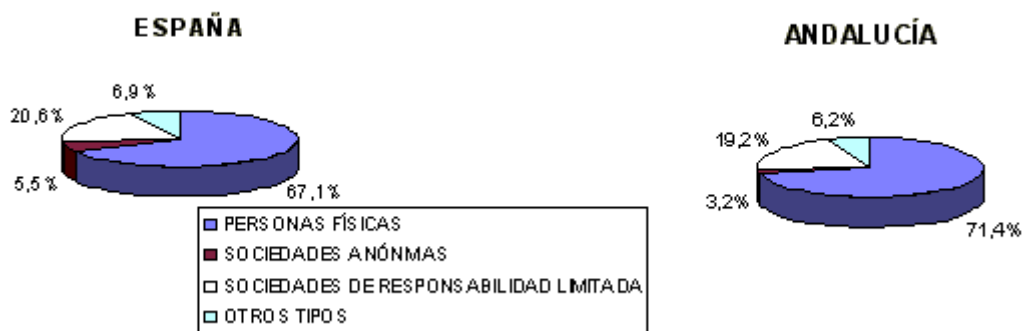
Con respecto al primero de estos aspectos, la *dimensión empresarial*, cabe señalar que, al igual que en el resto de España, la mayoría de las empresas andaluzas son de pequeña y mediana dimensión. Sin embargo, en el caso de Andalucía se pueden destacar dos hechos diferenciales: el menor peso de las empresas grandes, de más de 500 trabajadores y la mayor impotancia de las microempresas -empresas de menos de 10 trabajadores-. Los datos son reveladores<sup>[3]</sup>: las grandes corporaciones suponen sólo el 0,02% de la estructura empresarial andaluza, aproximadamente la mitad que en el caso de la media nacional. Sin embargo, la escasez de empresas de gran tamaño no es un rasgo exclusivo de Andalucía, sino que se extiende a todo el conjunto nacional. En términos comparativos con respecto a países de nuestro entorno como Alemania, Francia y Reino Unido, se observa como en éstos el peso de las grandes empresas se acerca al 0,2%, porcentaje muy superior a la media nacional española del 0,04%. A su vez, las microempresas andaluzas ascienden al 95,78% del total, dato que nos revela la preeminencia de este tipo de empresas, a lo cual se une el menor peso específico de las empresas de tamaño medio.

De este modo, la excesiva atomización se configura como una de las grandes debilidades del tejido empresarial andaluz ante la nueva organización de mercados nacionales e internacionales. Para los autores de este trabajo, en línea con los argumentos de Fukuyama, la falta de confianza entre los empresarios andaluces podría explicar, en parte, esta debilidad en la estructura dimensional.

En aras a buscar algún indicador que pueda reflejar en que medida el grado de confianza incide en la existencia de empresas de gran tamaño, decidimos utilizar el peso de las Sociedades Anónimas en el tejido empresarial. El motivo de esta elección se basa en las siguientes razones: En primer lugar, ésta es la forma jurídica mayoritariamente adoptada por las empresas de grandes dimensiones. En efecto, de las 1.067 empresas existentes en España con más de 500 asalariados en el año 1998, 793 respondían a la fórmula de Sociedades Anónimas. En segundo lugar, por ser un indicador de cálculo muy simple y que permite fácilmente las comparaciones a nivel nacional e internacional. Por último y como razón fundamental, entendemos la creación de grandes corporaciones bajo la condición jurídica de Sociedad Anónima está en estrecha relación con el grado de confianza existente en una sociedad. Son muchos los autores que, como Fukuyama, señalan que la mayoría de las nuevas empresas empiezan siendo un negocio familiar y posteriormente se convierten en sociedades por acciones o anónimas. De este modo, se pueden reunir los recursos de un gran número de inversores, lo que posibilita a su vez el crecimiento de las empresas. Una adecuada dispersión de la propiedad de las empresas permite diversificar el riesgo necesario para emprender proyectos de inversión de envergadura. Pero en las sociedades caracterizadas por una elevada desconfianza hacia personas ajenas a la familia este proceso se ve obstaculizado. Llegado un determinado momento, las empresas familiares se enfrentan a la disyuntiva de ceder el control de la misma, dejando paso a la forma moderna de sociedad anónima, o bien intentar conservar el control familiar, lo cual equivale a mantener el tamaño reducido (Fukuyama; 1998). Es así como la falta de confianza mutua, al no facilitar el traspaso del control de la empresa a personas ajenas a la propia familia o la incorporación de capital exterior, termina obstaculizando la dispersión de la propiedad de la empresa y, en consecuencia, el crecimiento de la misma.

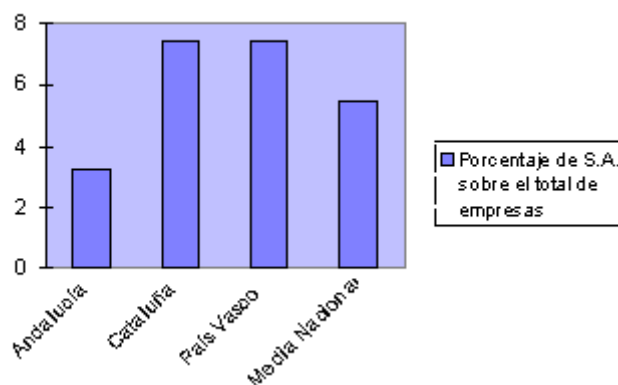


Como se puede apreciar en el Gráfico I, la distribución jurídica de empresas andaluzas se diferencia de la media nacional fundamentalmente en el mayor peso de las empresas que adoptan la forma jurídica de personas físicas y la menor proporción de las Sociedades Anónimas, que de representar un 5,5% del total de empresas a nivel nacional bajan hasta un 3,2% en Andalucía[4].



Fuente: Elaboración propia a partir del *Directorio Central de Empresas 1998*, INE.

**Gráfico I. Distribución de empresas por condición jurídica.**



Fuente: Elaboración propia a partir del *Directorio central de Empresas 1998*, INE.

**Gráfico II. Peso de las Sociedades Anónimas en el tejido empresarial.**

En el Gráfico II se compara el peso de las Sociedades Anónimas en Andalucía con otras regiones como Cataluña o el País Vasco, que destacan por un tejido empresarial sólido y competitivo, en definitiva, por la existencia de una cultura empresarial fuertemente implantada. Se puede apreciar que el porcentaje que significan las Sociedades Anónimas sobre el total de empresas es muy superior no sólo con respecto a Andalucía sino también con respecto a la media nacional.

Frente a esta ausencia de grandes empresas, hay quienes afirman que las redes de pequeñas empresas, flexibles e innovadoras, responden a la nueva fórmula de futuro mejor que la gran empresa tradicional, centralizada y burocratizada. Sin embargo, autores como Fukuyama suscriben que “muchos aspectos de la economía precisan dominar, cada vez más, un mayor capital, tecnología y trabajo”, desde la fabricación de aviones y automóviles hasta la de placas de

silicio, pasando por muchos productos de la industria de las comunicaciones o el sector de la petroquímica. Además, no debe olvidarse que el tamaño de las empresas condiciona los sectores de la economía en los que se puede participar: mientras que las pequeñas empresas se relacionan con trabajo intensivo y productos dirigidos a mercados pequeños y muy cambiantes, las grandes empresas se dirigen a producciones complejas que requieren grandes inversiones de capital o rendimientos de escala muy altos, lo cual les permiten mantener grandes cotas de competitividad a largo plazo. Pues bien, la capacidad de crear grandes compañías privadas estará en función del nivel de confianza presente en el conjunto de la sociedad. Por el contrario, la ausencia de confianza tiende a inducir a la creación de pequeñas empresas, caso en el que se encuentra Andalucía.

Sin embargo, pese a que el análisis realizado constata la escasez de grandes empresas en Andalucía, no es ésta la única deficiencia del tejido empresarial de nuestra región. Efectivamente, junto a las deficiencias en la distribución dimensional de las empresas andaluzas, se detectan importantes puntos débiles en el empresariado de la región. Cualidades importantes como la facilidad de adaptación, la capacidad de asumir riesgos, el carácter innovador y el espíritu de colaboración se dan en menor medida en el empresario andaluz (Guzmán; 1995).

Centrándonos en el espíritu de colaboración de los empresarios, cabe destacar en primer lugar que la estructura fuertemente atomizada del tejido empresarial andaluz limita su capacidad de actuación, pues la reducida dimensión de las empresas existentes las sitúa por debajo del umbral preciso para acometer proyectos de cierta envergadura. Para paliar las deficiencias derivada de la insuficiente dimensión, una estrategia empresarial adecuada es la cooperación entre empresas, que permite poner en marcha estructuras empresariales de tamaño más adecuado (Martínez; 1998). Por todo ello, es el ámbito de las pequeñas y medianas empresas donde resulta crucial una cierta colaboración entre los propios empresarios. En palabras del profesor Guzmán “un cierto espíritu asociativo y de colaboración parece constituir en muchos casos una condición fundamental para intentar superar muchas dificultades que suelen rodear a este tipo de empresarios”.

Sin embargo, a pesar de las razones de peso que justifican la necesidad y conveniencia de la colaboración entre empresarios andaluces, la realidad es que las empresas de la región son poco proclives a cooperar entre sí y asociarse, lo cual limita su productividad y, por tanto, su competitividad frente a otras empresas nacionales e internacionales. El mayor grado de desconfianza en los demás podría explicar este insuficiente espíritu de colaboración. De esta forma, la falta de confianza en Andalucía constituye, a nuestro juicio, un handicap para las empresas por cuanto que la confianza entre empresarios favorece la cooperación y asegura las transacciones entre las empresas locales, lo que permite aprovechar las economías de escala y reducir los costes (Vázquez Barquero; 1996).

Como indicador que refleje en alguna medida la inquietud empresarial en el ámbito de la colaboración operativa, podemos apoyarnos en la realización de acuerdos de colaboración formal entre empresas. El

análisis de este indicador para Andalucía pone de manifiesto que las empresas andaluzas se muestran reticentes a asociarse y cooperar entre sí, como lo demuestra el dato de que aproximadamente el 65% de las mismas nunca han establecido acuerdos de colaboración con otras empresas y las pocas que lo hacen sólo buscan una mejor comercialización de su producto (García de Casanola Fructos; 1998).

Para profundizar en este aspecto, podemos basarnos en el estudio realizado por los profesores Guzmán y Santos sobre el empresariado en la provincia de Sevilla[5]. El trabajo concluye que el porcentaje de empresarios sevillanos que actualmente tiene algún acuerdo de colaboración formal con otras empresas es muy reducido, el 24,8%, cifra de la cual se desprende el escaso espíritu de colaboración existente en la provincia. Si analizamos los tipos de acuerdos de colaboración suscritos por los empresarios sevillanos, se constata lo siguiente:

- En primer lugar destacan, con un peso del 59,2%, los acuerdos relacionados con la distribución oficial de determinados productos o servicios, a través de concesionarios o franquicias.
- En segundo lugar, muy alejados de los anteriores con un porcentaje del 22,5%, estarían los acuerdos de carácter temporal para la realización de determinados proyectos conjuntos.
- Por último, estarían los acuerdos para la creación de grupos de empresas (15,5%) y otros acuerdos de finalidad diversa (2,8%), como por ejemplo los acuerdos de financiación.

Se observa que la fórmula más utilizada en la colaboración formal de los empresarios andaluces son los acuerdos de distribución oficial, la cual conlleva una relación de subordinación para el empresario sevillano, que no suscribe los acuerdos de colaboración en condiciones de igualdad con otros empresarios. En definitiva, no es la fórmula que implica un mayor dinamismo empresarial, y por lo tanto, no es la más idónea (Guzmán, Santos; 1999).

### **Conclusiones.**

A lo largo de este trabajo se ha defendido el papel de la confianza mutua como un factor explicativo del desarrollo económico de un territorio. En concreto, se ha considerado la incidencia que el bajo nivel de confianza existente en Andalucía puede tener en el tejido empresarial de la región.

Como resultado del análisis, se constata la existencia de importantes deficiencias en dicho tejido empresarial andaluz, tanto en relación a la distribución dimensional de las empresas andaluzas como en relación al empresariado de la región, en el cual se detectan importantes puntos débiles, destacando el escaso espíritu asociativo y de colaboración. Pues bien, en ambos casos, se concluye que el bajo nivel de confianza podría ser un elemento explicativo de importancia.

### **Bibliografía.**

- Banfield, E. C.(1958): *The moral basis of a backward society*, Free Press, Glencoe.
- Boschma, Ron A. (1999): "Culture of trust regional development: An empirical analysis of the Third Italy", paper presentado al 39º Congreso de la Asociación Europea de Ciencia Regional.
- Bjorn T. Asheim (1999): "Innovation, social capital and regional clusters: on the importance of co-operation interactive learning and localised knowledge in learning economies", paper presentado al 39º Congreso de la Asociación Europea de Ciencia Regional.

- Coleman, J. S. (1988): "Social capital in creation of Human Capital", American Journal of Sociology, nº 94, suplemento.
- García de Casanola Fructos (1998): *Las Sociedades de Garantía Recíproca en el actual marco económico y financiero: referencia expresa a SURAVAL, SGR*, Tesis de Licenciatura, Departamento de Economía Aplicada I de la Universidad de Sevilla, Huelva.
- Helliwell, J. y Putnam, R. (1995): "Economic growth and Social Capital in Italy", Eastern Economic Journal, XXI.
- Fukuyama, F (1995): *Trust. The social virtues and the creation of prosperity*, Hamish Hamilton, London.
- Gutiérrez, Mª J., Moreno P., Romero I. (1999a): "La incidencia de los factores culturales sobre el crecimiento económico. Una propuesta de incorporación a la docencia de Economía Mundial", comunicación presentada a las 1ª Reunión de Economía Mundial, Huelva, mayo de 1999.
- Gutiérrez, Mª J., Moreno P., Romero I. (1999b): "La incidencia de los factores culturales sobre el desarrollo económico. Una aplicación al caso de la economía andaluza", comunicación presentada al XIII Congreso de ASEPELT-ESPAÑA, Burgos, junio de 1999.
- Guzmán, J. (1993): "La calidad de la empresa y del empresario en nuestro entorno económico", en *La empresa y el empresario en el desarrollo económico*, editado por Fundación El Monte.
- Guzmán, J. (1995): *El empresario en la provincia de Sevilla*, ed. Sevilla Siglo XXI, S.A., Diputación de Sevilla. Departamento de Economía Aplicada I. Mimeo, Universidad de Sevilla.
- Guzmán Cuevas, J. y Santos Cumplido, J.: "A theoretical approach to the quality of the entrepreneur: an application to the province of Seville", paper presentado a EUROPME Conference. Entrepreneurship: Building for the Future, octubre de 1999.
- INE: *Directorio Central de Empresas (DIRCE). 1998*
- Harrison, L. E. (1992): *El subdesarrollo está en la mente: El caso latinoamericano*, Ed. Limusa, México
- Martínez Gómez, F.: "Competitividad: Formación, simplificación, fiscalidad", Jornada de apoyo a la PYME, Información Comercial Española, nº 771, junio 1998.
- Morgan, K. (1997): "The learning region. Institutions, innovation and regional renewal", Regional Studies, vol. 31, nº 5.
- Myrdal, G. (1974): *La pobreza de las naciones*, Ed. Ariel, Barcelona.
- Knack, S. y Keefer, P. (1997): "Does Social Capital have an economic payoff? A cross-country investigation", Quaterly Journal of Economics, november.
- Pino Artacho, J. y Bericat Alastuey, E. (1998): *Valores sociales en la cultura andaluza. Encuesta Mundial de Valores. Andalucía 1996*, Ed. Siglo Veintiuno, Publicado por el CIS.
- Putnam, R. D. (1993): *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.

- Rallo, A. (1999): “Las bases de la actividad económica”, en *Estructura Económica Mundial*, coord. por A. Rallo y J. Guzmán, ed. McGrawHill/Interamericana de España, Madrid.

- Vázquez Barquero, A. (1996): “Desarrollo endógeno: mecanismos institucionales y culturales”, *Revista Valenciana D’Estudis Autònòmics*, nº 21 extraordinario, XXIII Reunión de Estudios Regionales.

- Villagrán Villota, A.: “Una visión personal de la empresa”, *Boletín de Información Económica*, Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla, nº 17, 1996.

---

[1] Otros intentos de contrastación se deben a Putnam (1993), Helliwell y Putnam (1995) y Boschma (1999).

[2] Este porcentaje disminuye hasta el 64,2 % para la media de un conjunto de 26 países del mundo analizados, lo cual revela la existencia de un mayor grado de confianza en los demás.

[3] Datos elaborados a partir del *Directorio Central de Empresas 1998*, INE.

[4] En España de 2.474.690 empresas registradas en 1998, las Sociedades Anónimas ascienden a 135.669. En el caso de Andalucía, de 352.776 empresas, sólo 11.345 adoptan la forma jurídica de S.A.

[5] Este análisis se realizó a partir de una encuesta al empresario sevillano. La muestra la comprendían 278 empresarios de la provincia, propietarios de empresas de diferente tamaño y distintos sectores de actividad.