Colección **EOI**

EMP

empresas

Factores de competitividad de la Pyme española 2008

Mª Isabel Martínez Martín
Rosa Santero Sánchez
Luis Sánchez Henríquez
Miguel Ángel Marcos Calvo

Factores de competitividad de la Pyme española 2008

Mª Isabel Martínez Martín
Rosa Santero Sánchez
Luis Sánchez Henríquez
Miguel Ángel Marcos Calvo

© Fundación EOI 2009

COORDINACIÓN DE EDICIÓN

Área de Conocimiento y Documentación EOI

PROYECTO GRÁFICO

base12 diseño y comunicación, s.l.

ISBN

978-84-88723-99-4

ÍNDICE

PRÓLOGO ..... | 7 |

INTRODUCCIÓN ..... | 9 |

Capítulo I
MARCO METODOLÓGICO ..... | 13 |
1. El concepto de Pyme ..... | 14 |
2. Objetivos de la investigación ..... | 14 |
   2.1. Objetivos específicos ..... | 15 |
3. Aproximaciones metodológicas ..... | 16 |
   3.1. Aproximación cuantitativa ..... | 16 |
   3.2. Aproximación cualitativa ..... | 21 |

Capítulo II
LAS PYME EN LAS ECONOMÍAS AVANZADAS. ESTADO DE LA CUESTIÓN ..... | 25 |
Introducción ..... | 26 |
1. Impacto económico y social ..... | 26 |
2. Factores de competitividad ..... | 28 |
   2.1. Innovación tecnológica ..... | 28 |
   2.2. Internacionalización ..... | 30 |
   2.3. Financiación ..... | 31 |
   2.4. Gestión de los recursos humanos ..... | 32 |
3. Barreras al crecimiento ..... | 33 |
4. Conclusiones ..... | 36 |

Capítulo III
LAS PYME EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA | 37 |
Introducción | 38 |
1. Características de las empresas españolas y tamaño empresarial | 38 |
1.1. Personalidad jurídica | 39 |
1.2. Sectores de actividad | 41 |
1.3. Comunidades Autónomas | 43 |
2. Demografía y tamaño empresarial | 46 |
3. Situación comparada de las empresas españolas con la Unión Europea | 47 |
3.1. Situación relativa de la PYME española | 48 |
4. Conclusiones | 51 |

Capítulo IV
FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYME | 53 |
Introducción | 54 |
1. Características básicas de las PYME | 55 |
2. Calidad e innovación | 57 |
2.1. Calidad | 57 |
2.2. Propensión a innovar | 59 |
2.3. Obstáculos a la innovación | 62 |
2.4. Resultados de la innovación | 63 |
2.5. Medidas de apoyo a la innovación | 64 |
3. Internacionalización | 67 |
3.1. Probabilidad de internacionalización | 67 |
3.2. Empresas no internacionalizadas | 68 |
3.3. Empresas internacionalizadas | 70 |
3.4. Medidas de apoyo a la internacionalización empresarial | 73 |
4. Financiación | 75 |
4.1. Estructura financiera | 75 |
4.2. Períodos medios de cobro y de pago | 79 |
4.3. Obstáculos a la financiación | 82 |
4.4. Instrumentos financieros | 83 |
5. Recursos humanos | 86 |
5.1. Características de las personas empleadas | 86 |
5.2. Condiciones de trabajo | 88 |
5.3. Participación de las mujeres en el capital y la dirección empresarial | 89 |
5.4. Necesidades de cualificación | 91 |
5.5. Medidas de apoyo a la mejora de los recursos humanos | 93 |

6. Prácticas de gestión ... | 94 |
7. Conclusiones ... | 100 |

Capítulo V
POSICIÓN COMPETITIVA DE LA PYME ... | 105 |
Introducción ... | 106 |
1. Amenazas y oportunidades ... | 106 |
1.1. Amenazas ... | 106 |
1.2. Oportunidades ... | 110 |
2. Debilidades y fortalezas ... | 113 |
2.1. Debilidades ... | 113 |
2.2. Fortalezas ... | 117 |
3. Perspectivas de futuro ... | 120 |
3.1. El crecimiento como objetivo estratégico ... | 123 |
4. Conclusiones ... | 124 |

Capítulo VI
FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME. UN ANÁLISIS EMPÍRICO ... | 127 |
Introducción ... | 128 |
1. Detalle del enfoque metodológico ... | 129 |
2. Estimación y resultados ... | 131 |

Capítulo VII
POSICIÓN COMPETITIVA DE LA PYME. UN ANÁLISIS CUALITATIVO ... | 135 |
Introducción ... | 136 |
1. Instituciones públicas ... | 137 |
2. Acceso a los recursos y gestión de los mismos ... | 139 |
2.1. Financiación ... | 140 |
2.2. Recursos humanos ... | 141 |
3. Nuevas tecnologías e innovación ... | 144 |
4. Internacionalización de las PYME ... | 146 |
5. Entorno empresarial ... | 148 |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ... | 151 |

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ... | 155 |

RELACIÓN DE TABLAS Y GRÁFICOS ... | 163 |

PRÓLOGO

Cada vez hay mayor conciencia y acuerdo sobre la importancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías occidentales. A su contribución económica, en términos de empleo y de valor añadido bruto (en el caso español, representan en torno al 80% del primero y cerca del 70% del segundo), hay que sumar otras aportaciones de carácter más cualitativo, como las asociadas al hecho de que las Pyme configuren una malla que otorga flexibilidad y dinamismo al tejido productivo. Por último, cabe destacar su papel a favor de una mayor cohesión social, al generar actividad económica y empleo, también, en los territorios con menores niveles de desarrollo y para los colectivos con mayores dificultades de acceso al empleo.

En las últimas cinco décadas, la literatura académica dedicada a las pequeñas y medianas empresas ha experimentado un enorme crecimiento –y se observa también una creciente atención política e institucional–, pero la realidad de las Pyme muestra una importante complejidad, relacionada tanto con la dimensión como con la heterogeneidad del grupo resultante de su definición, que exige un esfuerzo continuo para mejorar su conocimiento y para poder diseñar medidas de apoyo eficaces, que favorezcan su crecimiento y competitividad.

El estudio que presenta EOI Escuela de Organización Industrial, se centra precisamente, en analizar la situación de las Pyme españolas a partir de su posición en relación con cinco factores de competitividad considerados claves por la literatura –calidad e innovación, internacionalización, financiación, recursos humanos y prácticas de gestión–, y de la propia visión subjetiva que ellas tienen sobre su posición competitiva. El trabajo se adentra, asimismo, en los niveles de conocimiento y utilización de las distintas medidas de apoyo de administraciones públicas, organizaciones empresariales y cámaras de comercio, dirigidas a las Pyme.

A nivel metodológico, este estudio se distingue por tres aspectos: la adopción de un enfoque global –amplitud de temas, distintas aproximaciones metodológicas y perspectivas de diferentes actores–; la utilización de información primaria, obtenida mediante una encuesta *ad hoc* ajustada a los objetivos de la investigación; y la profundización en las diferencias de comportamiento empresarial en función del tamaño y del sector de actividad. Todos estos aspectos, ayudan a tomar conciencia de la heterogeneidad del grupo que se engloba en las siglas PYME.

Los resultados del análisis realizado en este trabajo nos acercan a la realidad actual de las Pyme españolas, pero, quizás, su principal aportación es la identificación de importantes líneas prioritarias de trabajo, tanto en el ámbito analítico como en el normativo, es decir, en el ámbito de las medidas para mejorar su competitividad. En este sentido, esperamos que sus resultados favorezcan, no sólo las estrategias de crecimiento de las propias pequeñas y medianas empresas, sino también la labor de los organismos dedicados a prestarles apoyo.

Alfonso González Hermoso de Mendoza
Director General EOI Escuela de Organización Industrial

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son el eje central de la economía española y de la mayoría de las economías avanzadas. Ocho de cada diez personas ocupadas en España trabaja en una PYME y su aportación al Valor Añadido Bruto se acerca al 70%. Las PYME favorecen el dinamismo del tejido empresarial y la formalización de las iniciativas empresariales que desarrollan su actividad en la economía informal, ofrecen oportunidades de empleo reales en territorios desfavorecidos y/o para colectivos con especiales dificultades de acceso a la ocupación; en definitiva, ayudan a la cohesión social. Por todo ello, su contribución económica cada vez es más reconocida y no se circunscribe sólo al crecimiento económico y a la creación del empleo sino también al desarrollo social de un país.

Por otra parte, el 99,8% de las empresas españolas son PYME (el 94,1% microempresas). El tamaño empresarial y su relación con los factores claves de competitividad (innovación, internacionalización, financiación, recursos humanos, gestión empresarial,...), determina las características estructurales de la economía española y condiciona, en gran medida, las políticas dirigidas a mejorar la competitividad de la misma.

Sin embargo, a pesar de ser indiscutible la importancia cuantitativa y cualitativa de las PYME, no hay aún un conocimiento profundo de las mismas. La revisión de la literatura pone de manifiesto que, a pesar del aumento de investigaciones específicas en las dos últimas décadas, quedan aún importantes parcelas de conocimiento por abordar.

La limitación anterior, se ve agudizada por la heterogeneidad del amplio grupo de empresas que aglutinan las siglas PYME. En algunos casos, su comportamiento es claramente diferenciado por tramos de tamaño, especialmente en el caso de la microempresa, y sectores de actividad. Esta diversidad complica, en gran medida, el diseño, la implementación y los resultados de las políticas que se dirigen a las PYME. Por tanto, desde el punto de vista de los "policy makers", es necesario y urgente conocer más sobre las diferencias estructurales del grupo. Este mayor conocimiento es imprescindible para mejorar la eficiencia de las políticas dirigidas a este colectivo de empresas.

La aportación principal de esta investigación es ofrecer una panorámica actual y completa sobre la PYME en España. En ella se aporta información sobre sus características estructurales, su posición competitiva, sus principales amenazas y oportunidades, sus fortalezas y debilidades y sus perspectivas de futuro. Asimismo, se ahonda en la cobertura y eficacia de las políticas específicas dedicadas a mejorar la competitividad de la PYME.

A nivel metodológico, este estudio presenta algunos aspectos novedosos que se resumen en la adopción de un enfoque global –por la amplitud de temas tratados, la incorporación de distintas aproximaciones metodológicas y la consideración de la perspectiva de distintos actores implicados–; la utilización de información primaria, obtenida mediante una encuesta *ad hoc* ajustada a los objetivos de la investigación; y la profundización en las diferencias de comportamiento empresarial en función del tamaño y del sector de actividad, lo que ayuda a tomar conciencia de la heterogeneidad del grupo PYME.

La investigación se ha estructurado como sigue: En el primer capítulo, se resume el marco metodológico, y se incluye una descripción de la *Encuesta sobre competitividad de*

las PYME españolas, principal fuente de información en este trabajo. En el segundo capítulo, se presenta una breve revisión de la literatura específica de PYME en relación con la competitividad empresarial, los factores de competitividad y las barreras al crecimiento. En el tercer capítulo, se presenta un análisis descriptivo, y comparado con la UE, del tejido empresarial español, haciendo especial énfasis a las diferencias por tamaño empresarial. En el capítulo IV, se muestran los principales resultados de la *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas*, que permiten conocer la situación de la PYME respecto a los diferentes factores de competitividad. La posición competitiva de las empresas se resume también a través de las principales amenazas y oportunidades asociadas a su entorno y de las principales debilidades y fortalezas de la propia empresa. Este análisis se desarrolla en el capítulo V. El análisis cuantitativo de los dos capítulos anteriores sirve de base para un análisis econométrico más amplio, que se presenta en el capítulo VI. La estimación de un modelo de probabilidad señala qué factores de competitividad son más relevantes a la hora de explicar el hecho de que una empresa se encuentre entre las más competitivas. En el capítulo VII, se presenta un análisis cualitativo que ha permitido ahondar en la percepción que las organizaciones empresariales y sindicatos tienen de la situación competitiva de la PYME en distintos sectores de actividad. Por último, se presentan las conclusiones de carácter más general y las recomendaciones que se derivan de las mismas.

Capítulo I

MARCO METODOLÓGICO

1. EL CONCEPTO DE PYME

La definición de PYME varía por países, aunque normalmente se apoya en la utilización, individual o conjunta, de dos criterios: número de trabajadores y facturación. Dado que la información referida al empleo es más fácil de obtener, en la práctica éste es el criterio más utilizado. En los países de la UE y gran parte de los de la OCDE, el límite máximo para la consideración de una empresa como PYME se sitúa en los 200 ó 250 empleados. Las excepciones más significativas son Japón, que fija el límite máximo en 300 trabajadores y Estados Unidos que lo hace en 500 trabajadores.

La Comisión Europea aprobó en el año 2003 nuevas definiciones para las categorías de PYME, aplicables desde enero de 2005, que pretenden delimitar con mayor precisión el ámbito de las pequeñas y medianas empresas para aumentar la eficacia de los programas nacionales y europeos (Tabla 1). En la Recomendación[1] se señala la importancia de dichas definiciones y las ventajas e inconvenientes del uso de uno u otro criterio de forma individual.

Tabla 1
Definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas

		Recomendación 1996		Recomendación 2003 (en vigor desde 1 de enero de 2005)	
Categoría de empresa	**Número de empleados**	**Volumen de Negocio**	**Balance general**	**Volumen de Negocio**	**Balance general**
Mediana empresa	< 250	≤ 40 mill.	≤ 27 mill.	≤ 50 mill.	≤ 43 mill.
Pequeña empresa	< 50	≤ 7 mill.	≤ 5 mill.	≤ 10 mill.	≤ 10 mill.
Microempresa	< 10			≤ 2 mill.	≤ 2 mill.

Fuente: Cámaras de Comercio, Boletín de Información Europea nº 285

Más allá de esta definición operativa apoyada en el número de empleados, cabe hacer hincapié en la heterogeneidad de las PYME. De hecho, como se verá en este estudio, la realidad de las PYME es muy dispar y varía notablemente en función del tamaño y del sector de actividad en el que opere la empresa.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo general de esta investigación es obtener una panorámica sobre la situación de las PYME españolas, su posición competitiva, sus principales retos y oportunidades, y sus perspectivas de futuro. Asimismo, se pretende aportar un conjunto de recomenda-

1. El texto completo se puede consultar en la Recomendación de la Comisión de 06/05/2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas, C(2003) 1422 final.

ciones que permitan mejorar las actuaciones de apoyo que, desde distintos niveles y agentes, se dirigen a las PYME.

2.1. Objetivos específicos

La consecución del objetivo general señalado en el párrafo anterior se aborda a través de los siguientes objetivos específicos:

1. Valorar la importancia de las PYME en los distintos sectores de actividad y comunidades autónomas.
2. Determinar la aportación de las PYME a la economía española en términos de empleo y VAB, y su evolución en los últimos años.
3. Conocer la posición de la PYME española en relación con los principales factores de competitividad e identificar posibles diferencias por tramo de tamaño y sector de actividad.
4. Identificar las principales barreras que encuentra la PYME para mejorar su competitividad e identificar posibles diferencias en función del tramo de tamaño y del sector de actividad al que pertenece la empresa.
5. Obtener una aproximación al grado de conocimiento y al grado de utilización de las distintas políticas dirigidas a mejorar la posición competitiva de la PYME y obtener una valoración directa sobre la adecuación de las mismas a sus necesidades.
6. Obtener información de carácter primario sobre las amenazas y oportunidades de las PYME españolas, así como sobre sus fortalezas y debilidades e identificar posibles diferencias por tramo de tamaño y sector de actividad.
7. Conocer las perspectivas a corto plazo de las PYME, especialmente en el momento actual, caracterizado por la finalización de un largo período de crecimiento.
8. Contar con información oportuna y actualizada para constatar, mediante el análisis empírico, la existencia de vínculos entre la posición competitiva de las empresas y los distintos factores de competitividad.
9. Conocer la valoración que las asociaciones empresariales y sindicales hacen de la situación actual de la PYME española en relación con las instituciones públicas, el acceso a los recursos y gestión de los mismos, las nuevas tecnologías e innovación, la internacionalización y el entorno.
10. Conocer qué líneas de actuación se están desarrollando para abordar los principales retos y cuál es su valoración desde la perspectiva de los empresarios y de los trabajadores.
11. Aportar recomendaciones que permitan mejorar y fortalecer la competitividad de las PYME en el futuro.

3. APROXIMACIONES METODOLÓGICAS

Debido a la amplitud de los objetivos planteados en este estudio, se ha considerado apropiada la utilización de un triple enfoque metodológico: el análisis documental y bibliográfico, el análisis cuantitativo y el análisis cualitativo. La combinación de metodologías ha permitido profundizar en los diferentes aspectos relacionados con la posición competitiva de la PYME española, objeto principal de este estudio, así como recoger información procedente de distintos agentes, como asociaciones empresariales y sindicales, con una visión panorámica de los distintos sectores considerados en el estudio.

Los **aspectos novedosos de este estudio** con respecto a otros anteriores se resumen en los puntos siguientes:

1. Mientras los estudios previos sobre esta materia analizan el comportamiento de las PYME centrados en aspectos concretos de competitividad o en relación a las barreras al crecimiento, este trabajo tiene un **enfoque global** que incluye desde las características propias de las PYME españolas, hasta la posición competitiva de la misma, pasando por su situación en relación con los distintos factores de competitividad.
2. La mayoría de las investigaciones realizadas para empresas españolas utiliza la información de diferentes encuestas que se realizan por instituciones oficiales (Central de Balances del Banco de España, Encuesta de Estrategias Empresariales de la Fundación Empresa Pública). En este caso se ha diseñado una **Encuesta *"ad hoc"* ajustada a los objetivos de la investigación,** que ha considerado todos los sectores económicos, con la excepción del agrario, y todo el territorio nacional, con la excepción de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.
3. La combinación de distintos enfoques metodológicos, aplicados en este estudio, ha permitido ahondar, desde perspectivas complementarias, en temas intrínsecamente relacionados.

En los siguientes apartados se ofrece un mayor detalle sobre las aproximaciones cuantitativa y cualitativa realizadas en este estudio.

3.1. Aproximación cuantitativa

El análisis cuantitativo se ha estructurado en torno a dos fuentes complementarias de información: el Directorio Central de Empresas (DIRCE) y una encuesta dirigida a las empresas, que hemos denominado *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas*. A continuación se detallan las principales características de la Encuesta.

3.1.1. Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

1. Objetivos de la investigación cuantitativa

La encuesta tiene la finalidad de recoger directamente información que permita valorar la situación actual de las PYME y las políticas relacionadas con los factores de competitividad de la empresa, así como las perspectivas que tienen las propias empresas sobre su futuro.

El diseño de la investigación cuantitativa trata de dar respuesta, total o parcialmente, a varios de los objetivos operativos del estudio:

a) Conocer la posición de la PYME española en relación con los principales factores de competitividad e identificar posibles diferencias por tramo de tamaño y sector de actividad.

b) Identificar las principales barreras que encuentra la PYME para mejorar su competitividad e identificar posibles diferencias en función del tramo de tamaño y del sector de actividad al que pertenece la empresa.

c) Obtener una aproximación al grado de conocimiento y al grado de utilización de las distintas políticas dirigidas a mejorar la posición competitiva de la PYME y obtener una valoración directa sobre la adecuación de las mismas a sus necesidades.

d) Obtener información directa sobre las amenazas y oportunidades de las PYME españolas, así como sobre sus fortalezas y debilidades e identificar posibles diferencias por tramo de tamaño y sector de actividad.

e) Conocer las perspectivas a corto plazo de las PYME.

f) Contar con información oportuna y actualizada que permita constatar, mediante el análisis empírico, la existencia de vínculos entre la posición competitiva de las empresas y los distintos factores de competitividad.

2. Universo objeto de la investigación cuantitativa

Las empresas no agrarias con menos de 200 personas empleadas (PYME). Según datos del DIRCE, a 1 de enero de 2008, este universo estaba integrado por 3.415.774 unidades productivas.

3. Ámbito de la investigación cuantitativa

La investigación se ha realizado en todo el ámbito nacional, considerándose todas las comunidades autónomas, aunque se han excluido las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

4. Muestra

Se han realizado 1.200 entrevistas telefónicas a Gerentes y Directores/as Generales de las empresas.

Criterios de selección de la muestra

La selección de la muestra se ha realizado atendiendo a los siguientes criterios: tamaño empresarial, sectores de actividad y ubicación geográfica (NUTS 1). Se han establecido cuotas para estos tres criterios de forma que en la muestra se han sobre representado las empresas pertenecientes a los tramos de tamaño, sectores de actividad y comunidades autónomas con menor número de PYME. El objetivo de las cuotas es minimizar los errores muestrales atendiendo a estos tres criterios de forma que el diseño permita analizar cómo influyen estas variables, sobre todo el tamaño empresarial y el sector de actividad, en el comportamiento de la PYME en relación con los factores de competitividad y en su propia posición competitiva.

Con objeto de trabajar con una muestra representativa del universo, posteriormente se han aplicado factores de ponderación, considerando los tres criterios en los que se han establecido las cuotas.

Grado de fiabilidad

El grado máximo de error es del 3 2,9%, con un 95% de nivel de confianza, siendo p=q= 0,5. El error muestral máximo por tramos de tamaño es del 5,2%; por sectores de actividad, del 7,1%; y por zonas geográficas (NUTS 1), del 7,7%, con un 95% de nivel de confianza, siendo p=q= 0,5.

5. Técnica para la recogida de datos

Para recopilar la información necesaria se ha diseñado un cuestionario estructurado mayoritariamente con preguntas cerradas y organizado en bloques que responden al objetivo general de la investigación. La aplicación del cuestionario ha sido telefónica, con una duración aproximada de entre quince y veinte minutos.

Contenido del cuestionario

El cuestionario se ha centrado en aspectos relacionados tanto con la competitividad como con los elementos de un potencial análisis DAFO para las PYME españolas y en sus perspectivas de futuro.

El contenido del cuestionario se ha organizado en torno a cuatro bloques temáticos:

a) Datos de clasificación

Este bloque permite la clasificación de las empresas en torno a algunas variables que, según la literatura, podrían ser significativas a la hora de explicar diferencias empresariales en relación con los factores de competitividad (ubicación geográfica, sector de actividad, antigüedad, número de trabajadores, sexo del gerente o director/a general, tramo de facturación, tramo de número de empleados, grado de utilización de la capacidad productiva, etc.).

b) Factores de competitividad

El cuestionario recoge información sobre algunos indicadores relacionados con factores claves de competitividad como son: la gestión de los recursos humanos (rotación de la plantilla, vacantes, adecuación de la cualificación de la plantilla a las funciones que realizan en sus puestos de trabajo, porcentaje de la plantilla que recibe formación, participación de la empresa en programas de adquisición de competencias y valoración de los mismos); calidad e innovación (empresas con certificación de calidad, empresas que han desarrollado actividades de innovación, barreras a la innovación y conocimiento, participación y valoración de distintos programas de apoyo); la internacionalización (mercados en los que vende la empresa, peso de las exportaciones en las ventas, actividades de internacionalización que realiza y conocimiento, participación y valoración de distintos programas de apoyo); financiación (tipo de financiación, obstáculos a la financiación y grado de conocimiento, de utilización y de valoración de distintos instrumentos financieros); y, por último, aplicación de determinadas prácticas de gestión (gestión por objetivos, desarrollo del trabajo en equipo, herramientas para la mejora continua, ...).

c) Posición competitiva de la PYME

Este bloque del cuestionario aborda la autoevaluación de la posición competitiva de la PYME mediante su identificación, o no, con las principales amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas señaladas en la literatura.

d) Perspectivas y planes de futuro

Este último grupo de cuestiones se centra en conocer las perspectivas de facturación y empleo de la PYME para los próximos 12 meses e indagar en si el crecimiento está entre los principales objetivos estratégicos empresariales.

Aplicación del cuestionario

Se realizó un pre-test a una muestra representativa de unas 50 empresas. Los resultados del mismo se incorporaron al cuestionario y, una vez aprobada la versión definitiva del mis-

mo, se realizó un "briefing" con el equipo de personas encuestadoras para familiarizarles con el contenido del cuestionario.

El control de calidad se ha realizado de forma presencial, mediante la supervisión en sala.

Revisión y codificación: cada cuestionario se ha revisado y las preguntas abiertas se han codificado.

La ficha técnica de la encuesta recoge sus principales características (Tabla 2):

Tabla 2
Ficha técnica del trabajo de campo

Universo	Empresas de menos de 200 trabajadores. El tamaño de este universo se situaría, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), en 3.415.774 unidades productivas.
Tamaño muestral	El diseño muestral es aleatorio de tipo no proporcional, con establecimiento de cuotas en función del tamaño empresarial, el sector de actividad y la zona geográfica. El ámbito geográfico es el Estado español, salvo las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. El tamaño de muestra propuesto es de 1.200 entrevistas. El error muestral, en las condiciones habituales de muestreo (nivel de confianza del 95% y probabilidad de p=q=0,5 -2 sigma) es del ±2,9% para un universo de 3.415.774 unidades productivas.
Sistema de encuestación	Entrevista telefónica con los/as responsables de la unidad productiva.
Contenido del cuestionario	Características generales de la unidad productiva, Caracterización de negocio, Nivel tecnológico e innovación, Internacionalización, Financiación, Recursos humanos, Gestión, Debilidades, Fortalezas, Amenazas, Oportunidades y Perspectivas.
Duración de la entrevista	Entre 15 y 20 minutos.
Duración del trabajo de campo	Del 6 de Octubre al 10 de Noviembre de 2008.

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Análisis cuantitativo

Partiendo de los datos obtenidos en la Encuesta se ha llevado a cabo un análisis cuantitativo en varias fases:

1ª Fase. Se ha realizado un análisis de calidad de la información y se ha ponderado la muestra para corregir la sobre representación de las empresas en ciertos tramos de tamaño, sectores de actividad y zonas geográficas.

2ª Fase. Se ha realizado un análisis descriptivo que ha aportado información cuantitativa sobre la posición de las empresas en relación con los distintos factores de competitividad; y sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. Asimismo, el análisis descriptivo ha buscado desvelar diferencias por tramo de tamaño empresarial y sector de actividad.

Con objeto de determinar la significación de las diferencias atendiendo a estos dos criterios (tramos de tamaño empresarial y sector de actividad), se han realizado pruebas de la Chi- cuadrado y de la t de Student. Asimismo, se han realizado distintos contrastes de medias para las variables cuantitativas, utilizando estimaciones ANOVA y analizando el valor de la prueba de la F.

3ª Fase. Esta fase del análisis se ha centrado en el concepto de competitividad de la empresa. La competitividad es un concepto complejo tanto a nivel general como a nivel empresarial. La primera aproximación a la competitividad en este análisis se ha realizado a través de la capacidad productiva de la empresa y de las previsiones de crecimiento en facturación y empleo. Una vez catalogadas las empresas como competitivas y no competitivas, se lleva a cabo una estimación de un modelo logit. Los resultados de la estimación señalan qué factores de competitividad son más relevantes a la hora de explicar la competitividad de las empresas.

3.2. Aproximación cualitativa

La aproximación cualitativa ha buscado conocer la visión panorámica de la PYME que tienen asociaciones empresariales y federaciones sindicales de ámbito sectorial. Se ha considerado que ambos agentes aportan una perspectiva al análisis, complementaria a la de las propias empresas.

3.2.1. Objetivos de la investigación cualitativa

1. Conocer la situación actual de la PYME española desde la perspectiva de sus actores: empresarios y trabajadores. El análisis de dicha situación se estructurará en torno a cinco bloques temáticos: instituciones públicas, acceso a los recursos y gestión de los mismos, nuevas tecnologías e innovación, internacionalización y entorno (Tabla 3).
2. Conocer los principales retos de la PYME española desde la perspectiva de empresarios y trabajadores en las cinco áreas temáticas señaladas.
3. Conocer qué líneas de actuación se están desarrollando para abordar los principales retos y cuál es su valoración desde la perspectiva de los empresarios y de los trabajadores.
4. Identificar las prioridades políticas y medidas de apoyo más importantes en las cinco áreas temáticas de interés.

Tabla 3

Bloques temáticos considerados en el análisis cualitativo

a) Instituciones públicas

- Importancia y prioridad concedida por las políticas de las administraciones públicas al fomento de la PYME.
- Coordinación entre Administraciones en materia de apoyo a la PYME.
- Conocimiento y utilización por parte de la PYME de las medidas de apoyo.
- Adecuación de la contratación pública a la PYME.
- Facilidad normativa y administrativa para la creación de PYME.
- Protección social de los/as empresarios/as.
- Relación con universidades y OPIS.

b) Acceso a los recursos y gestión de los mismos

- Facilidad de acceso a la financiación.
- Acceso al mercado laboral (vacantes de difícil cobertura, oferta de empleo adecuado, canales de contratación...).
- Importancia dada a la optimización de recursos.
- Necesidades formativas.
- Formación de gerentes y mandos directivos.

c) Nuevas Tecnologías e Innovación

- Protección de patentes y marcas.
- Capacidad tecnológica.
- Penetración de las TIC.
- Importancia dada a la gestión del conocimiento.
- Contratación de investigadores y tecnólogos.
- Cultura de la calidad y del diseño.
- Conocimiento y aprovechamiento del I+D de universidades y OPI.

d) Internacionalización

- Aprovechamiento de oportunidades de la globalización.
- Obstáculos a la internacionalización.
- Apoyo público a los procesos de internacionalización de empresas.

e) Entorno

- Relaciones inter empresariales entre PYME.
- Cultura de cooperación entre PYME.
- Fomento del reconocimiento social del emprendedor y de la PYME.
- Fomento del espíritu empresarial entre los jóvenes a través de la educación.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Metodología

Con el fin de cubrir estos objetivos, se han realizado entrevistas en profundidad con representantes de asociaciones empresariales de distintos sectores, en los que la PYME tiene una importancia clave, y con representantes de los trabajadores (sindicatos), que trabajan en áreas específicas relacionadas con la PYME.

En total, se han realizado un total de 12 entrevistas en profundidad a lo largo del mes de octubre de 2008 (Tabla 4).

La entrevista se ha planteado de forma abierta con el fin de acceder a la información desde la perspectiva de cada uno de los actores, pero se ha seguido un guión que recogía los objetivos específicos de información y contenidos a cubrir en la misma.

Las entrevistas han sido grabadas en audio para su posterior análisis mediante técnicas de análisis de contenido.

Tabla 4
Organizaciones que han participado en las entrevistas en profundidad

Confederación Española Comercio PYME.
Federación Española de Hostelería .
Confemadera .
Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España (FEIGRAF).
Federación Nacional de Asociaciones de Transporte de España (FENADISMER).
Confederación Nacional de la Construcción.
Federación Industrias de Alimentación y Bebida (FIAB).
Asociación de Empresas de la Industria Auxiliar del Automóvil (SERNAUTO).
CC.OO-Federación Agroalimentaria.
UGT-Federación Estatal de Trabajadores de Comercio, Hostelería, Turismo y Juego.
CC.OO-Federación de Construcción, Madera y Afines.
UGT-Federación Estatal de Transportes, Comunicaciones y Mar.

Fuente: Elaboración propia

Capítulo II

LAS PYME EN LAS ECONOMÍAS AVANZADAS. ESTADO DE LA CUESTIÓN

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas son la principal fuente de creación de empleo y de crecimiento económico de un país. El tamaño de la empresa se considera una variable clave en la estructura empresarial, en relación con los factores de competitividad, con las estrategias empresariales y con su posición competitiva.

Es fundamental conocer el impacto económico y social de las PYME para entender su papel en un determinado país o área geográfica. Con objeto de ampliar el efecto positivo de las PYME en la economía, la mayoría de países desarrollados cuentan con políticas de apoyo, pero no debe olvidarse que su eficacia se sustenta en un conocimiento profundo de sus factores de competitividad y de sus barreras al crecimiento.

En este capítulo se hace una revisión de la literatura nacional e internacional en relación a diversos aspectos relacionados con la PYME. En el primer apartado, se presentan algunos estudios que profundizan en el impacto económico, medido a través de su aportación al empleo y al VAB, y en el impacto social de la PYME. En el segundo apartado, se hace una breve revisión de la literatura referida a los distintos factores de competitividad analizados en este estudio (innovación, internacionalización, financiación y gestión de los recursos humanos). Por último, se revisa la importancia del crecimiento empresarial, las principales barreras que éste encuentra en el caso de las PYME y la influencia de las prácticas de gestión sobre el mismo.

1. IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

En España, hay casi tres millones y medio de empresas, de las cuales el 99,8% son PYME. En Europa, el 99,0% de las empresas también tiene menos de 250 trabajadores. Ante estas cifras no se puede negar el papel determinante de las PYME en nuestra economía, a través de su impacto económico y social.

El impacto económico de las PYME se puede valorar considerando su contribución a la producción (PIB o VAB), al empleo, a la renta nacional, a las inversiones, al comercio exterior y a otros indicadores económicos relevantes (emprendimiento, redes económicas, desarrollo rural, participación económica de las mujeres, etc.). La información referida a la contribución económica y social de las PYME pone de manifiesto que estas empresas son fundamentales, tanto en las economías avanzadas como en las economías en vía de desarrollo.

Las principales aportaciones macroeconómicas no son producidas por las grandes empresas, sino por las PYME. Birch (1989) demuestra que las pequeñas y medianas empresas son los principales actores en la economía, respecto al crecimiento económico, con su aportación al empleo y al VAB de un país.

Algunos estudios empíricos señalan la existencia de una correlación entre el tamaño de las empresas y la contribución al empleo, al PIB y a la renta de un país. Ayyagari, Beck y

Demirgüc-Kunt (2003) buscan la relación entre la aportación de las PYME al PIB y al empleo, con la renta del país. Para ello, utilizan una muestra de 54 países y encuentran una correlación positiva en el análisis. Además, señalan en el mismo estudio que, a medida que aumenta la renta de un país, las PYME son la principal vía de formalización de la economía sumergida.

Snodgrass y Biggs (1996), con datos de 34 países referidos a los años sesenta y setenta del siglo pasado, muestran que, en las economías de menor renta, la aportación de las PYME al empleo se situaba en una media del 60%, frente al 30% en el caso de los países de renta alta. Esos datos apoyarían la hipótesis de existencia de un modelo de evolución de la composición por tamaños del tejido empresarial en el proceso de desarrollo.

Algunos autores resaltan la importancia que tienen los emprendedores y las PYME en la economía global como fuente de dinamismo económico e innovación y como una estrategia de desarrollo para la reducción de la pobreza en países en vías de desarrollo (Audretsch, 2002 y 2003; Audretsch y Thurik, 2002; Carree y Thurik, 2003; Reynolds et al., 2002 y 2003). En los últimos años, algunos organismos internacionales están prestando también una atención creciente a la promoción del espíritu emprendedor y de las PYME como estrategia de desarrollo (Banco Mundial, 2001; Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2002; Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2004; Comisión Europea, 2003 y 2004; OCDE, 2000 y 2004).

El impacto económico de las empresas (sobre la producción, la renta y el crecimiento económico) de un país, y en concreto de las PYME, puede contemplarse desde dos puntos de vista.

En primer lugar, hay que tener en cuenta el papel del emprendedor y de la aparición de nuevas empresas en la economía. Reynolds y otros (2003), en el marco del Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), por ejemplo, constatan la existencia de una relación positiva entre el nivel de actividad emprendedora y el crecimiento económico del país.

En segundo lugar, se debe tener en cuenta la contribución de las PYME ya existentes. Algunos estudios empíricos, disponibles a escala internacional, tratan con cautela la hipótesis de que las PYME estimulan el crecimiento económico, pues, aunque encuentran correlaciones positivas, no se llegan a establecer relaciones de causalidad a través de modelos econométricos (Beck, Demirgüç-Kunt y Levine (2003, 2005), Audretsch y Thurik (2002) y Fingleton et al. (2003)).

Además del impacto económico sobre la producción, el empleo, la renta o el crecimiento económico, cada vez en mayor medida, se le reconocen a la PYME otras aportaciones económicas y sociales.

En los últimos años, se ha empezado a analizar el papel de las relaciones de colaboración entre PYME (Camisón, 2000). Las redes y clusters constituyen un modelo organizativo que permite a las PYME aumentar su eficiencia y competitividad, aproximándose a

las grandes empresas, tanto en el mercado nacional como en el internacional (Costa, 1992; Donckels y Lambrecht, 1995; Vázquez, 1999).

Otro impacto social de las PYME está relacionado con sus actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La RSC es una forma de gestión empresarial que fomenta su aportación positiva a la sociedad, a la vez que minimiza el impacto negativo sobre las personas (clientes, socios comerciales y empleados) y el medio ambiente. El tipo de empresas "responsable" contribuye a crear una imagen más positiva de los empresarios en la sociedad y, como consecuencia, puede ayudar a fomentar el emprendimiento y el autoempleo como una alternativa profesional. La Comisión Europea, en su informe "Las pyme europeas en estudio 2002", refleja su interés por fomentar la responsabilidad social de las empresas en general y de las PYME en particular como vehículo para lograr un equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y medioambientales.

2. FACTORES DE COMPETITIVIDAD

La identificación de los principales factores de competitividad empresarial está ligada a la complejidad del propio concepto de competitividad. No obstante, hay un cierto acuerdo sobre algunos factores determinantes en la mejora de la posición competitiva de la empresa, entre los que cabe destacar la innovación tecnológica, la internacionalización, la financiación, la gestión de los recursos humanos y el desarrollo de prácticas de gestión.

En este trabajo se presta una especial atención a los cinco factores señalados y a la posición de la PYME española en cada uno de ellos (véase capítulo IV). A continuación se presentan algunos resultados de la literatura que relacionan el tamaño empresarial con estos factores de competitividad, y que deben tenerse en cuenta en la lectura del resto del estudio.

2.1. Innovación tecnológica

La innovación es una vía de transformación de la empresa. Según Wolfe (1994), atendiendo a la naturaleza de la innovación se distinguen: innovaciones tecnológicas, que son aquellas que permiten obtener procesos de producción, productos y servicios tecnológicamente nuevos o mejorados; innovaciones administrativas, que afectan a la estructura organizativa y al proceso de gestión de la empresa; innovaciones de producto, que permiten introducir productos y servicios nuevos en el mercado; e innovaciones de proceso, que incorporan nuevos elementos a la organización de la producción.

El primero que relacionó la innovación con el tamaño de la empresa fue Schumpeter (1942), afirmando que las grandes empresas que operan en mercados concentrados son el principal motor del proceso tecnológico. Sin embargo, esta teoría ha sido cuestionada y, después de muchas investigaciones, los resultados no parecen ser concluyentes acerca de si el tamaño tiene una incidencia determinante en la innovación (Metcalfe, 1995).

A la hora de realizar una investigación empírica sobre la innovación de las empresas surgen los primeros problemas en la selección de la variable objetivo (cómo medir la innovación) y en la disponibilidad de información estadística. Es habitual encontrar datos relativos a las actividades de I+D de las empresas o al número de patentes conseguidas, pero resulta más complicado disponer de información sobre otras variables referidas al diseño industrial, la ingeniería de producción, los métodos innovadores en los procesos o los resultados de innovación sobre las ventas.

En el informe *Competitividad y Tamaño* (Cámaras de Comercio, 2006), se puede encontrar una exhaustiva revisión de la literatura en torno a la innovación y el tamaño de la empresa. En este informe, no sólo se revisan aquellos estudios que relacionan de una manera directa la innovación con el tamaño, sino también los que buscan las ventajas y desventajas de la innovación, cuando se comparan grandes empresas con PYME, y otros análisis donde la relación con la innovación se ve de una forma indirecta, a través de lo que se denominan "variables moderadoras".

Es importante no centrar sólo la medición en la probabilidad, la actividad o la intensidad innovadora, sino también en los resultados de la innovación, dado que estos últimos son los que tienen una relación más directa con la competitividad empresarial.

Los resultados de distintos análisis que miden la productividad de la innovación presentan cierta homogeneidad. Bound et al. (1984) observaron que las empresas de menor tamaño involucradas en actividades innovadoras obtenían más patentes en relación a la inversión en I+D que las empresas de mayor dimensión; y Kim, Lee y Marschke (2004) muestran que el número de patentes por dólar invertido en I+D decrece con el tamaño de la empresa.

Cuando lo que se relaciona es la innovación, medida por volumen o intensidad, o por probabilidad de innovar, no existe una postura única en su dependencia del tamaño de la empresa. Algunos autores, como Segers (1993), afirman que un número importante de avances tecnológicos han surgido en pequeñas empresas pertenecientes a industrias caracterizadas por tasas de crecimiento y de cambio tecnológico especialmente elevadas. Mansfield (1981), Fritsch y Meschede (2000) encuentran que la cuota de I+D dedicada a nuevos productos o procesos aumenta, menos que proporcionalmente, con el tamaño de la empresa. Kimberly y Evanisko (1981) argumentan que el incremento del tamaño favorece la adopción de innovaciones, ya que las grandes empresas disponen de un mayor volumen de actividad y son capaces de asumir las implicaciones derivadas de las innovaciones. En el marco de la Unión Europea, Veugelers (2008) revisa el papel de la innovación en las PYME, analiza las barreras que encuentran a la innovación y su relación con los fallos de mercado, para finalmente sugerir políticas de intervención.

En el caso español, Moreno, Ortega y Suriñach (2004) encuentran una relación positiva entre el tamaño y la probabilidad de incurrir en gastos de I+D. Un resultado similar muestran Buesa y Molero (1996), afirmando que la probabilidad de que las empresas emprendan actividades innovadoras es creciente con el tamaño, especialmente en el sector industrial. Huergo y Jaumandreu (2002) señalan que las empresas de menor tamaño tiene una menor probabilidad de innovar. Por otro lado, Fariñas y Huergo (1999) encuentran una

asociación positiva entre el tamaño y la realización de actividades tecnológicas, aunque al analizar el esfuerzo tecnológico (medido como porcentaje de gasto en I+D sobre ventas) encuentran que son las empresas más pequeñas las que llevan a cabo un esfuerzo mayor. En el ámbito regional, Rodeiro y López (2007), a través de un análisis clúster, concluyen que la innovación es un factor clave en la competitividad empresarial.

También son frecuentes los estudios con resultados que hablan de una relación entre tamaño e innovación no lineal, con forma de U, donde las empresas de tamaño medio son las menos intensivas en innovación (Pavitt et al. (1987) y Bound et al. (1984)).

2.2. Internacionalización

Por internacionalización se entiende un conjunto amplio de operaciones, no sólo de carácter comercial, que facilitan el establecimiento de vínculos entre la empresa y los mercados internacionales.

El proceso de globalización actual ha aumentado la competencia en los mercados europeos e internacionales, afectando tanto a las empresas que sólo operan en el mercado interior como a aquellas que lo hacen también en el exterior. Este aumento de competencia se ha visto acompañado de una ampliación de actividades de internacionalización de las empresas, aunque las actividades de comercio exterior siguen siendo las más generalizadas.

La relación entre internacionalización y tamaño empresarial ha sido ampliamente debatida y hay un cierto consenso en el signo positivo de la misma.

La forma de medir la internacionalización es compleja. En algunos casos, se utiliza una medida de intensidad exportadora (como ratio entre exportaciones y ventas); en otros es la probabilidad de exportar; y en algunas ocasiones, se mide la actividad internacional. En general, hay un mayor número de estudios cuyos resultados presentan una relación positiva entre tamaño e internacionalización, aunque cuando esta última se mide por la intensidad exportadora, los resultados no son tan claros.

Calof (1994) mostró que la actividad exportadora, aproximada por el número de países a los que las empresas exportaban, estaba relacionada positivamente con el tamaño de las mismas.

Parece haber un consenso general sobre el hecho de que la probabilidad de desarrollar actividades en el exterior aumenta con el tamaño empresarial (Cavusgil y Nevin (1981) relacionan de forma positiva la probabilidad de exportar con el tamaño, y Grubaugh (1987) la probabilidad de involucrarse en inversión directa). El argumento central es que las empresas pequeñas pueden crecer en el mercado nacional y preferirán evitar los riesgos que supone la actividad exportadora, mientras que las empresas grandes deben buscar otros mercados para lograr aumentar sus ventas. No obstante, se encuentran excepciones, por ejemplo, en la economía alemana, Wagner (2001) encuentra una relación de U invertida entre el número de empleados y la intensidad exportadora.

Las políticas de apoyo a la internacionalización de las empresas también son analizadas y cuestionadas en la literatura económica. La perspectiva empresarial internacional actual es revisada, de una forma crítica, por Wright et al. (2007), desde distintos puntos de vista (intensidad de la actividad, efectos sobre resultados económicos, influencias sobre el entorno,...). Estos autores presentan las principales implicaciones de las políticas de apoyo a la internacionalización analizadas, y sugieren algunas recomendaciones a la hora de definir dichas políticas.

En España, López Duarte (1997) llega a la conclusión de que el tamaño de la empresa es un factor relevante a la hora de diferenciar el grado de inversión directa en el exterior de las empresas que operan en un mismo sector. Maté (1996) encuentra que el tamaño de la empresa está vinculado de forma positiva con la realización de proyectos de inversión directa en el exterior. Raymond y Melle (2001) analizan la competitividad internacional de las empresas industriales españolas a través del índice de exportaciones sobre cifra de ventas y concluyen que las PYME son menos competitivas que las grandes empresas. Por otro lado, Merino (2001) concluye que, en las PYME manufactureras españolas en la década de los 90, la relación entre probabilidad de venta en el exterior y tamaño tiene forma de "U invertida". Buisan y Acena (2007) analizan las implicaciones que ha tenido el Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión del Instituto de Comercio Exterior en las PYME españolas y subrayan la importancia de la internacionalización.

2.3. Financiación

La financiación es considerada por las PYME como uno de los obstáculos más importantes para su desarrollo. La literatura muestra que la estructura y el coste de la financiación empresarial afectan a la competitividad de las empresas, y las restricciones financieras les impiden llevar a cabo proyectos rentables, disminuyendo su rentabilidad económica y sus posibilidades de crecimiento.

La relación de la financiación con el tamaño de la empresa se observa tanto en el acceso a la financiación como en el coste de la misma.

Desde que apareció el trabajo de Modigliani y Miller (1958) sentando las bases para el desarrollo de una teoría sobre la estructura de capital de las empresas, han ido surgiendo múltiples teorías que relacionan la financiación de las empresas con el tamaño. En la mayoría de estas teorías hay un elemento común: la información asimétrica. Las asimetrías de la información, sobre todo en el mercado de crédito, condicionan la financiación de las empresas, de una forma más acusada, en las PYME.

En la literatura empírica se han estudiado diferentes relaciones entre el tamaño empresarial y distintos aspectos de la financiación: la política financiera de las empresas (nivel y plazo de la deuda); el perfil del ratio recursos propios sobre pasivo total; el acceso y el coste de la financiación bancaria; u otros instrumentos de financiación, como los créditos comerciales o la salida a Bolsa.

Beck y Demirguc-Kunt (2006) demuestran que las pequeñas empresas tienen mayores restricciones al crecimiento y a los recursos financieros externos que las grandes empresas, y recomiendan algunas herramientas financieras, como el leasing y el factoring, que pueden facilitar el acceso a la financiación de las PYME. Hutchinson y Xavier (2006) comparan el papel de la financiación interna sobre el crecimiento de las empresas de una economía de mercado establecida y encuentran que el tamaño empresarial tiene una relación negativa con la financiación, sobre todo en las economías en desarrollo. Valverde et al. (2008) muestran que las oportunidades de inversión de las PYME dependen del nivel de restricciones bancarias que tengan las empresas.

En relación a la estructura de la financiación, Hamilton y Fox (1998) encuentran que las empresas de menor tamaño suelen operar con niveles de deuda superiores a los de las empresas de mayor tamaño. Peel y Wilson (1996) concluyen también que, en general, las PYME tienen costes más altos y mayores restricciones de acceso a la financiación. Además, si la empresa necesita recurrir a recursos externos para su financiación, prefiere financiarse a través de sus proveedores (Biais y Gollier (1997) y Petersen y Rajan (1997)).

En España, Sogorb (2002) encuentra que la dimensión empresarial está positivamente correlacionada con el nivel de deuda a largo plazo, mientras que la relación del tamaño y la deuda a corto plazo es de signo negativo. Llega a la conclusión de que las empresas de tamaño mediano tienden a confiar más en sus propios recursos internos en lugar de buscar financiación ajena. Estrada y Vallés (1998) muestran que las empresas pequeñas tienen mayores restricciones financieras, debido al mayor coste que les supone la financiación externa. Segura y Toledo (2003) afirman que son las empresas de menor tamaño las que tienen mayor deuda y con un coste mayor. Rodríguez (2005) analiza el papel del crédito comercial entre las PYME y concluye que es un medio para reducir las asimetrías de la información que existen en los mercados financieros.

En general, las empresas de menor tamaño tienen más dificultades para acceder al mercado de deuda, tienen unos costes financieros a corto y largo plazo mayores, poseen un mayor nivel de fondos propios y su financiación ajena a corto plazo es superior a la de las empresas de mayor tamaño.

2.4. Gestión de los recursos humanos

Los recursos humanos se han convertido en uno de los principales factores de la competitividad empresarial en el marco de la economía del conocimiento. Sin embargo, es uno de los procesos menos desarrollados en las PYME y existe una gran diferencia respecto de la gran empresa. El tamaño empresarial, por lo tanto, va a resultar un factor muy influyente en la gestión de los recursos humanos, al menos en la formalización de políticas y prácticas.

La gestión de los recursos humanos se define como el proceso para atraer, desarrollar y mantener una mano de obra con el conocimiento y la motivación necesarios para desarrollar las estrategias de las organizaciones y alcanzar sus objetivos.

En la revisión de la literatura sobre las prácticas de recursos humanos en las PYME que llevan a cabo Heneman et al. (2000), dejan claro que hay una limitación muy fuerte en relación a los datos que se pueden utilizar para hacer análisis descriptivos y cuantitativos que permitan contrastar hipótesis. A pesar de esta restricción, en los trabajos analizados, el tamaño empresarial se utiliza como una variable de control y, en general, muestran una relación positiva entre ésta y las prácticas de recursos humanos, aunque se encuentran grandes diferencias entre PYME, lo que pone de manifiesto que otras variables distintas del tamaño afectan de una manera importante a la gestión de los recursos humanos.

Se presenta, en general, una relación positiva entre el tamaño de la empresa y la formalización de la gestión de los recursos humanos, así como en la inversión en formación del capital humano.

Las PYME tienden a operar de manera más flexible e informal que las grandes empresas en las prácticas de los recursos humanos. Hay cierta coincidencia en la literatura en que las pequeñas empresas desarrollan prácticas de gestión de los recursos humanos menos formalizadas que las grandes empresas, debido a que les permite adaptarse mejor al entorno (Barron et al. (1987), Hornsby y Kuratko (1990) y Jackson et al. (1989)).

Storey (1997, 1999) señala que en las pequeñas empresas, los empleados tienen una menor disposición hacia la formación formal. Cohen (1998) concluye que las restricciones que las PYME encuentran en su inversión en la formación de los recursos humanos, son de tiempo, de espacio, de plantilla y de recursos económicos.

Estos resultados también se encuentran en la literatura nacional. Calvo (1997) comprobó que el porcentaje de inversión en formación de las empresas industriales españolas aumentaba con el tamaño empresarial. Parellada et al. (1999) señalaron que, el porcentaje de empleados que participa de la formación que proporciona la empresa, aumentaba con el tamaño de la misma. Asimismo, Barba, Aragón y Sanz (2000) analizan los condicionantes de la inversión en formación en PYME industriales y confirman su relación positiva con el tamaño.

3. BARRERAS AL CRECIMIENTO

Birch (1989) señala que las PYME son los principales actores en la economía respecto al crecimiento económico, aunque no todas las PYME contribuyen por igual. En su informe presenta una clasificación de empresas en tres tipos: elefantes (grandes compañías multinacionales cotizadas en bolsa, con dificultades para adaptarse a los cambios del entorno), ratones (compañías pequeñas, generadoras de empleo en su inicio pero de bajo crecimiento) y gacelas (compañías de alto crecimiento caracterizadas por su agilidad en adaptarse a los cambios del entorno). Según este autor, el crecimiento económico y el aumento en el empleo descansan principalmente en pequeñas empresas que tienen una alta tasa de crecimiento y que logran mantenerla durante un período largo de tiempo.

Como se verá en los capítulos posteriores, en España el 99,8% de las empresas son PYME, y un 94,1% son empresas con menos de 10 trabajadores. La tasa de natalidad de empresas en España es alta, situándose de media en los últimos años en el 13%, sin embargo, la tasa de mortalidad también es alta, de media un 9%, por lo que la tasa neta de creación de empresas está alrededor del 3-4%. Esta tasa se considera baja si se compara con otros países de la Unión Europea.

Estos datos muestran que aunque España tiene una alta tasa de iniciativa emprendedora, es de baja calidad y, en general, no está orientada al crecimiento.

Entre las razones por las que el crecimiento de las empresas es deseable se señalan las siguientes: es un antídoto para la supervivencia de la empresa, se asocia con rendimientos superiores, los empleados están más satisfechos y tienen más oportunidades de promoción, y se producen economías de escala obteniendo una posición competitiva superior.

En general, la razón fundamental para que la empresa desee crecer es que el crecimiento se asocia con resultados superiores. En la literatura, la forma de medir el rendimiento o el resultado varía según los autores, aunque es habitual que se utilice, como proxy o formando parte de un índice, el crecimiento de las ventas (Lee and Miller (1996), Durand y Coerderoy (2001) y Duane y Hitt (1997)).

La literatura sobre el crecimiento de la PYME ofrece numerosos estudios sobre el tema. Gibrat (1931) señala que el tamaño de la empresa no tiene ningún impacto en el crecimiento de la misma. Sin embargo, Evans (1987), con una muestra de 4 millones de PYME de la base de datos de la Small Business Administration (SBA) para un período de seis años, demuestra que existe una tendencia a desacelerar el ritmo de crecimiento a medida que la compañía va ganando tamaño. Asimismo, el porcentaje de crecimiento se reduce a medida que la compañía lleva más tiempo en funcionamiento.

Según Blázquez et al. (2006), las empresas de menor dimensión son las que presentan una clara inclinación hacia el crecimiento, a fin de reducir las limitaciones estructurales vinculadas a su tamaño, contribuyendo de manera muy eficaz a la creación de empleo. Estos autores analizan los principales factores, internos y externos, que pueden condicionar la adopción de políticas de crecimiento como estrategia corporativa.

Antes de analizar cuáles son las barreras al crecimiento que encuentra la PYME, hay que señalar que un requisito indispensable para que la empresa crezca es que ésta tenga la intención o el deseo de crecer. Asumiendo que dicha intención se da, se señalan a continuación algunos trabajos sobre los factores que pueden frenar el crecimiento de la empresa.

El primer trabajo descriptivo sobre barreras al crecimiento lo realiza Parks (1977) y relaciona éstas con las etapas de crecimiento. Describe la necesidad del emprendedor de anticiparse a las crisis de la organización si desea crecer y considera que el crecimiento es una mera cuestión de gestión del cambio: si el emprendedor se adapta a los volátiles cambios que implica una *venture* al principio, la organización podrá crecer.

Hambrick y Crozier (1985) ponen de manifiesto los problemas organizativos y financieros derivados del crecimiento: con el aumento del tamaño aparecen problemas de sistemas, capacidades y habilidades inadecuadas; se incrementan las luchas de poder entre empleados y el proceso de toma de decisión se ve afectado; aumenta la competencia con otros competidores de mayor tamaño y las necesidades financieras.

Uno de los estudios más importante sobre las barreras al crecimiento es el de Barber, Metcalfe y Porteous (1989). El estudio se centra en el Reino Unido y resume las barreras al crecimiento en tres áreas:

1. Gestión y motivación. Los directivos de las empresas británicas, aunque poseen un mercado geográfico fácilmente alcanzable para hacer crecer sus empresas, carecen de las habilidades emprendedoras que se dan en otros países. En cuanto a la actitud para adaptarse al cambio tecnológico y a la innovación, la cualificación y experiencia se hallan en desventaja comparativa. Hay una falta de planificación para el desarrollo de nuevos productos y para el lanzamiento de campañas de marketing. La actitud emprendedora es difícil de inculcar, pero una formación adecuada dirigida a los directivos propietarios podría resolver el problema. Esta formación no siempre es fácil porque los propietarios carecen de tiempo, no hay muchas instituciones que puedan ofrecer esta formación y, además, no tienen la calidad adecuada.
2. Recursos. Otra de las barreras fundamentales al crecimiento es el acceso a los recursos necesarios para desarrollar la actividad: financieros, humanos y tecnológicos. En relación a los recursos financieros, existen grandes diferencias entre las necesidades de financiación de las empresas en crecimiento y la oferta que realizan los proveedores de financiación. Los sectores más innovadores presentan mayores problemas de financiación por el alto riesgo que conllevan sus proyectos. En cuanto a los recursos humanos, las empresas tienen problemas para atraer y retener a una plantilla formada y eficiente. Esta restricción es mayor en algunos sectores que encuentran una mayor dificultad para incorporar personal especializado y reducir la rotación, además de problemas de costes salariales. En relación a la tecnología, las empresas en crecimiento encuentran problemas al adaptar la organización para la utilización eficiente de la misma.
3. Oportunidades y estructuras de mercado. La estructura y las oportunidades de los mercados influyen en el crecimiento de las empresas a través de distintos factores como la política de compras, las estrategias y alianzas con otras empresas, etc.

Hay (1992) distingue entre barreras internas y externas al crecimiento de una empresa, aunque considera que las más relevantes, y sobre las que se puede incidir, son las barreras internas, es decir, aquellas que se producen por motivos atribuidos a la propia organización o a la dirección de la misma: el crecimiento no se produce porque la dirección no realiza una gestión adecuada, no desea asumir los riesgos derivados de la financiación, etc.

North y Smallbone (1995) demuestran que aunque el entorno tiene un impacto en el crecimiento, existen organizaciones que crecen en entornos recesivos. Además, señalan que las barreras al crecimiento tienen una mayor naturaleza interna que externa.

Para concluir, se puede decir que para crecer es necesario desear buscar ese crecimiento. Muy frecuentemente la dirección de la organización se concentra en gestionar la actividad diaria de la empresa y relega la búsqueda de oportunidades a un segundo plano (esta característica es mucho más frecuente en empresas de menor tamaño). El crecimiento de la organización va a estar directamente vinculado con la búsqueda de oportunidades y el diseño de estrategias para explotarlas, y por tanto es necesario priorizar (Macmillan et al. (1999)). La dirección de la empresa debe adoptar una postura de observación del entorno para la búsqueda de oportunidades concentrada en la orientación al mercado.

4. CONCLUSIONES

Las pequeñas y medianas empresas son el motor principal de las economías desarrolladas y en vías de desarrollo. Los distintos estudios que hacen referencia a las aportaciones de las PYME sobre distintas variables macroeconómicas, señalan que, en general, parece haber una relación positiva entre la participación de las PYME en el PIB o el VAB y el empleo de un país; y, como consecuencia, con la renta del mismo.

La literatura más tradicional sobre la PYME se centra en su relación con los factores de competitividad empresarial, su influencia sobre el desarrollo de la empresa y las barreras que encuentran estas empresas en su crecimiento. El emprendimiento, la responsabilidad social corporativa y los cluster, son temas en desarrollo y que están ganando posiciones en las investigaciones empíricas actuales.

Se ha presentado en este capítulo una revisión de estudios sobre factores de competitividad y barreras al crecimiento de las PYME. Parece generalizado que algunos de los factores de competitividad, como la internacionalización y la gestión de recursos humanos, tienen una relación clara con el tamaño de la empresa. Sin embargo, otros, como la innovación y la financiación, no presentan una relación única con el tamaño de la empresa. Además, hay grandes diferencias en los estudios de los factores de competitividad dependiendo de las variables a través de las que se aproximan los distintos factores y la forma de relación que se busque entre el tamaño de la empresa y la competitividad.

La literatura sobre el crecimiento de la PYME ofrece numerosos estudios, partiendo de las primeras investigaciones sobre el tema que realizó Gibrat (1931), señalando que el tamaño de la empresa no tiene ningún impacto en el crecimiento de la misma. Esta teoría ha sido contrastada en numerosas investigaciones y los resultados han sido dispares. Asimismo, surgen diferentes trabajos donde se ponen de manifiesto las barreras que las PYME encuentran en su crecimiento, tratando de clasificarlas y viendo, a la vez, la mejor forma de superarlas. Estas barreras, están relacionadas en gran medida con los factores de competitividad (con la gestión, los recursos humanos, la innovación, etc.).

Capítulo III

LAS PYME EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

INTRODUCCIÓN

Los próximos capítulos se adentran en la posición de las PYME españolas en relación a los principales factores de competitividad y en sus debilidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Sin embargo, como paso previo, parece interesante presentar una panorámica de la PYME española en la que se constate su importancia por sectores de actividad y por comunidades autónomas, se aproxime su aportación al conjunto de la economía española y se obtengan sus principales peculiaridades frente a las PYME europeas. Esta panorámica actuará de marco de referencia para el contenido del resto del Informe.

El capítulo se apoya en información secundaria procedente del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de Eurostat y realiza un breve recorrido por algunas características empresariales en función del tamaño[2]. La fuente principal de información es el Directorio Central de Empresas (DIRCE) ya que, a pesar de la importancia de la PYME en la economía española, la escasez de fuentes estadísticas que permitan un análisis detallado de su comportamiento sigue siendo importante.

El siguiente apartado presenta una detallada descripción de las empresas españolas atendiendo al tamaño empresarial y en él se presenta información referida a 2008, sobre su condición jurídica, sector de actividad y ubicación geográfica por comunidades autónomas. El tercer apartado presenta algunos indicadores sobre demografía empresarial, como la tasa de natalidad y mortalidad de empresas. Por último, se realiza una comparativa entre la situación de las empresas españolas y la media de la Unión Europea de los 27, utilizando como indicadores la aportación al empleo y al VAB, la densidad empresarial y la productividad del trabajo.

1. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS Y TAMAÑO EMPRESARIAL

Para obtener una panorámica de las empresas españolas atendiendo a su tamaño empresarial, la mejor fuente de información secundaria es el Directorio Central de Empresas (DIRCE) que elabora el INE. La información que se puede extraer del DIRCE permite describir a los distintos tipos de empresas en función del número de trabajadores. No obstante, cabe señalar que dicha fuente presenta la información en tramos de tamaño que sólo permiten la consideración de gran empresa a partir de 200 empleados, y no de 250 como recoge la definición de la Comisión Europea. En cualquier caso, las diferencias son, en términos estadísticos, mínimas y no afectan al contenido ni a los resultados del análisis.

2. El diseño de este capítulo ha seguido, en parte, la estructura del capítulo I (Las empresas españolas a través del tamaño empresarial) del libro *Competitividad y Tamaño* (Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, 2006). En el capítulo referenciado se presenta información detallada para el año 2004, lo que permite en algunos casos apreciar la evolución en el período 2004-2008.

A continuación se presentan la posición de las PYME en relación a tres características generales: personalidad jurídica, actividad económica principal y comunidad autónoma en la que está ubicada la empresa.

1.1. Personalidad jurídica

Según los datos del DIRCE, en el año 2008 el número de empresas no agrarias activas en España casi alcanza los **tres millones y medio**[3]. Más de la mitad de las empresas (un **54,3%**) tienen la condición jurídica de **Persona Física**. La **Sociedad de Responsabilidad Limitada** (SL) es la siguiente condición jurídica más utilizada, con un **33,5%** de empresas, y un **3,3%** se formalizan a través de **Sociedades Anónimas** (SA). Con un peso similar a las SA, se encuentran otras condiciones jurídicas como la Asociación o similar, con un 4,6% y las Comunidades de Bienes, con un 3,3%. En la Tabla 5 se encuentra información detallada del número de empresas dependiendo de la condición jurídica y tamaño empresarial.

Tabla 5
Nº Empresas por estrato de asalariados y condición jurídica. Año 2008

	De 0 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	200 y más	Total
Personas físicas	1.849.256	8.675	0	0	**1.857.931**
Sociedades de Responsabilidad limitada	1.014.109	117.357	11.660	2.272	**1.145.398**
Asociaciones y otros tipos	149.289	7.442	1.555	444	**158.730**
Comunidades de bienes	111.701	1.625	48	4	**113.378**
Sociedades anónimas	69.146	31.499	9.294	3.191	**113.130**
Sociedades cooperativas	20.325	3.327	635	229	**24.516**
Organismos autónomos y otros	5.207	2.111	1.097	315	**8.730**
Sociedades colectivas	297	31	2	3	**333**
Sociedades comanditarias	63	11	12	7	**93**
Total	**3.219.393**	**172.078**	**24.303**	**6.465**	**3.422.239**

Fuente: DIRCE 2008

Como se señala en *Empresas Españolas. Competitividad y Tamaño* (2006), no existe una norma general que permita relacionar personalidad jurídica y tamaño en un proyecto empresarial. El empresario considera distintos factores a la hora de elegir su forma jurídica, por ejemplo, el capital inicial disponible, el tipo de actividad que se va a desarrollar, o el número de emprendedores en el proyecto empresarial que se inicia. La forma de tramitación y la fiscalidad son también factores fundamentales en la elección de la forma jurídica inicial.

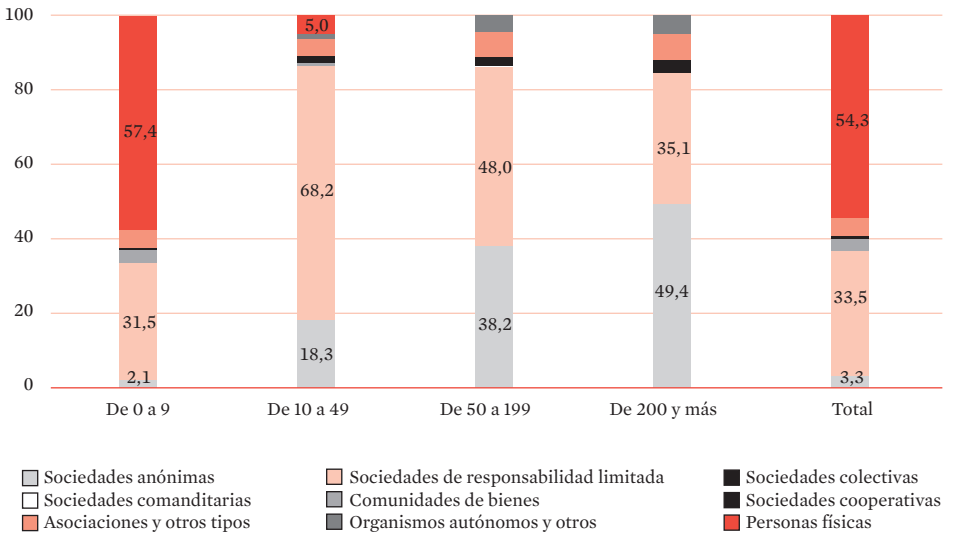
3. Según información del INE, el número de empresas activas no agrarias en España es, a fecha de 1 de enero de 2008, de 3.422.239.

Para empresas que comienzan con un número limitado de trabajadores, la persona física suele ser la condición jurídica más habitual. A medida que la empresa aumenta su tamaño, tanto en empleados como en resultados, parece necesario adoptar otras condiciones, como la SL o SA. Esta última es la forma jurídica mayoritaria entre las grandes empresas.

Los datos correspondientes al año 2008 muestran esta conexión: el tamaño de la empresa y su condición jurídica parecen estar relacionados. La forma jurídica más utilizada por las empresas de menos de 10 trabajadores, microempresas, es la Persona Física (57,4%), seguida de la SL (31,5%). En las empresas pequeñas, de 10 a 49 trabajadores, y en las empresas medianas, de 50 a 199 trabajadores, la condición de Persona Física pierde peso en favor de la SL (el 68,2% y el 48,0%, respectivamente, son SL). Las grandes empresas adquieren mayoritariamente la forma jurídica de SA (49,4%) (Gráfico 1).

Gráfico 1

Empresas por condición jurídica y estrato de asalariados. Año 2008. (Porcentaje)



Fuente: DIRCE 2008 y elaboración propia

La comparación de estas cifras con las del año 2004[4] muestran pequeñas diferencias a favor de la forma de sociedades de responsabilidad limitada para todos los tramos de tamaño empresarial. En el caso de las microempresas, el porcentaje de sociedades de responsabilidad limitada ha pasado del 26,7% al 31,5% en el período 2004-2008. En las pequeñas empresas el aumento ha sido del 61,6% al 68,2%; y en las medianas del 40,5% al 48%. Este aumento de Sociedades Limitadas ha podido venir incentivado, en parte, por la posibilidad de constituir telemáticamente este tipo de empresas, reduciendo los trá-

4. Recogidas en la publicación *Competitividad y tamaño* (Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, 2006).

mites administrativos y, por una mayor formalización de las actividades de emprendimiento en los últimos años.

1.2. Sectores de actividad

En España, **el 99,8% del tejido empresarial está compuesto por pequeñas y medianas empresas**. **El 94,1% son microempresas** (con menos de 10 trabajadores), el 5,0% son empresas pequeñas (con un número de trabajadores entre 10 y 50) y el 0,7% son empresas de tamaño mediano (con un número de trabajadores entre 50 y 200). El tamaño medio de la empresa guarda cierta relación con la actividad económica principal que desarrolla. Las características del mercado, en cuanto a la estructura de la oferta y de la demanda, el grado de apertura del mercado las inversiones requeridas o la tecnología, son algunos de los factores que determinan el tamaño medio empresarial en los distintos sectores económicos.

La distribución por tamaño empresarial varía significativamente por sectores de actividad (Tabla 6). En general, **el sector energético y los sectores industriales tienen un mayor tamaño medio empresarial y, por tanto, un porcentaje mayor de medianas y grandes empresas que los sectores de servicios**. El sector de la distribución y generación de energía eléctrica, gas y agua, es el que tiene una mayor presencia de grandes empresas (0,7%), seguido de la industria manufacturera (0,6%) y de la industria extractiva (0,5%). En los sectores de servicios, las actividades sanitarias y veterinarias y los servicios sociales son los que presentan un mayor peso de la gran empresa (0,4%).

La comparación con los datos de 2004 desvela que la gran empresa ha perdido peso relativo, un punto porcentual, en el sector energético (en al año 2004 el 1,7% de las empresas del sector eran grandes) y que ha habido un cambio en los servicios, puesto que en el año 2004, el sector con mayor presencia relativa de grandes empresas era el de la intermediación financiera.

Las industrias extractiva y manufacturera y el sector energético presentan también porcentajes de medianas y pequeñas empresas superiores a la media (3,6%, 2,5% y 1,0% en el caso de medianas empresas y el 24,9%, 15,4% y 2,7% para pequeñas empresas, respectivamente). En los servicios destaca la Educación, con un 2,6% de empresas medianas y 7,9% de empresas pequeñas. La comparación con el año 2004 indica que las empresas medianas y pequeñas han ganado peso relativo en las industrias extractiva y manufacturera y lo han perdido en el sector energético (del 2% al 1%).

El sector de la intermediación financiera (incluye también ramas de seguro y planes de pensiones, así como actividades auxiliares a la intermediación financiera) es el que mayor porcentaje de microempresas presenta (98,0%), seguido del sector de actividades inmobiliarias y servicios empresariales (96,7%), hostelería (95,9%) y comercio y reparación de vehículos (95,6%). También en el sector energético la presencia de la microempresa (95,7%) es superior a la media sectorial (94,1%). En este sector se aprecia un fuerte incremento de la microempresa respecto a 2004 (89,4%), que ha venido motivado por la entrada de nuevas empresas en las actividades relacionadas con las energías renovables y medioambientales.

Tabla 6

Número de empresas y distribuciones porcentuales por estratos de asalariados y sectores de actividad. Año 2008

Número de empresas	De 0 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	200 y más	Total
C. Industrias extractivas	2.105	737	108	14	**2.964**
D. Industria manufacturera	189.725	35.750	5.707	1.446	**232.628**
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	9.571	265	95	65	**9.996**
F. Construcción	456.188	39.913	4.257	698	**501.056**
G. Comercio y reparación de vehículos	805.812	39.928	3.615	857	**843.212**
H. Hostelería	276.970	10.210	1.350	384	**288.914**
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	236.238	9.585	1.279	337	**247.439**
J. Intermediación financiera	63.393	842	234	221	**64.690**
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	783.284	22.068	3.176	1.354	**809.882**
M. Educación	60.486	5.380	1.795	220	**67.881**
N. Actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales	124.851	5.167	1.176	464	**131.658**
O. Otras actividades sociales y de servicio prestados a la comunidad; servicios personales	210.770	9.233	1.511	405	**221.919**
Total	**3.219.393**	**172.078**	**24.303**	**6.465**	**3.422.239**

(% a través de la fila)	De 0 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	200 y más	Total
C. Industrias extractivas	71,0	24,9	3,6	0,5	**100**
D. Industria manufacturera	81,6	15,4	2,5	0,6	**100**
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	95,7	2,7	1,0	0,7	**100**
F. Construcción	91,0	8,0	0,8	0,1	**100**
G. Comercio y reparación de vehículos	95,6	3,9	0,4	0,1	**100**
H. Hostelería	95,9	3,5	0,5	0,1	**100**
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	95,5	3,9	0,5	0,1	**100**
J. Intermediación financiera	98,0	1,3	0,4	0,3	**100**
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	96,7	2,7	0,4	0,2	**100**
M. Educación	89,1	7,9	2,6	0,3	**100**
N. Actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales	94,8	3,9	0,9	0,4	**100**
O. Otras actividades sociales y de servicio prestados a la comunidad; servicios personales	95,0	4,2	0,7	0,2	**100**
Total	**100,0**	**5,0**	**0,7**	**0,2**	**100**

Tabla 6 *(continuación)*

Número de empresas y distribuciones porcentuales por estratos de asalariados y sectores de actividad. Año 2008

(A través de la columna)	De 0 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	200 y más	Total
C. Industrias extractivas	0,1	0,4	0,4	0,2	**0,1**
D. Industria manufacturera	5,9	20,8	23,5	22,4	**6,8**
E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	0,3	0,2	0,4	1,0	**0,3**
F. Construcción	14,2	23,2	17,5	10,8	**14,6**
G. Comercio y reparación de vehículos	25,0	19,1	14,9	13,3	**24,6**
H. Hostelería	8,6	5,9	5,6	5,9	**8,4**
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,3	5,6	5,3	5,2	**7,2**
J. Intermediación financiera	2,0	0,5	1,0	3,4	**1,9**
K. Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	24,3	12,8	13,1	20,9	**23,7**
M. Educación	1,9	3,1	7,4	3,4	**2,0**
N. Actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales	3,9	3,0	4,8	7,2	**3,8**
O. Otras actividades sociales y de servicio prestados a la comunidad; servicios personales	6,5	5,4	6,2	6,3	**6,5**
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: DIRCE 2008

La distribución sectorial de las distintas categorías de tamaño empresarial (Tabla 6) muestra la gran concentración sectorial del tejido empresarial: sólo dos sectores económicos representan en torno al 50% de las empresas españolas. En el caso de las **grandes empresas**, el 22,4% de las mismas se ubica en la **industria manufacturera** y un 20,9% adicional en las **actividades inmobiliarias y empresariales**. La **mediana empresa** muestra también concentraciones elevadas en la **industria manufacturera** (23,5%) y en la ***Construcción*** (17,5%). Y este último sector es el que presenta también una mayor concentración de **pequeñas empresas** (23,2%), seguido de la **industria manufacturera** (20,8%). Las **microempresas** presentan su concentración más alta en el sector de **comercio y reparación de vehículos** (25,0%) y en las **actividades inmobiliarias y servicios empresariales** (24,3%).

Esta distribución sectorial de las empresas no ha experimentado cambios significativos en el período 2004-2008.

1.3. Comunidades autónomas

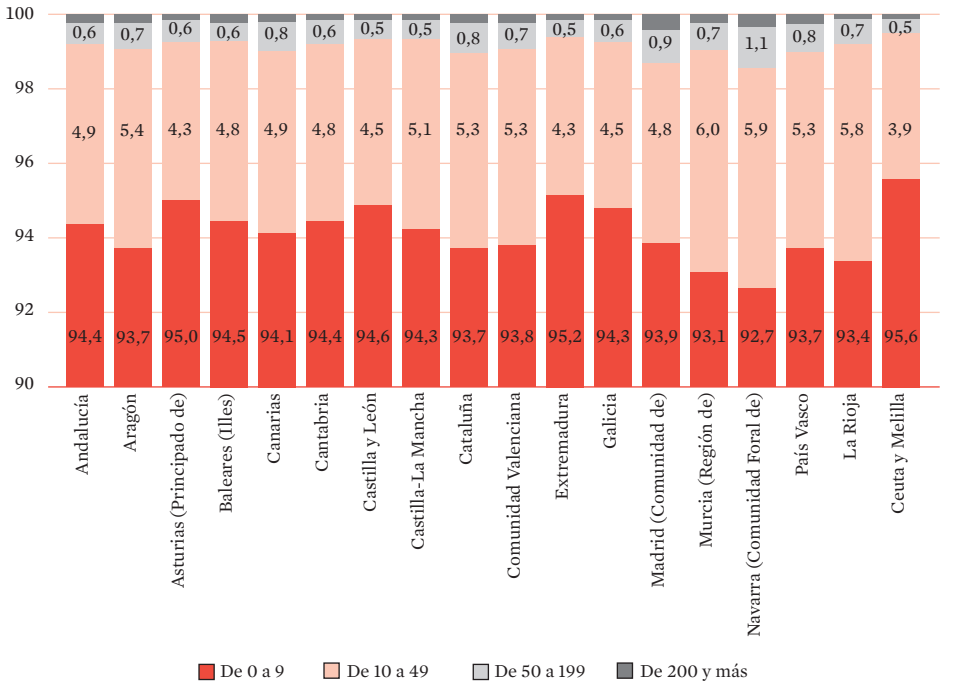
La estructura sectorial y el tamaño de la empresa de una economía regional estarán relacionados, entre otros factores, con el tamaño medio empresarial, con el peso de los

sectores, con las políticas empresariales desarrolladas por los gobiernos regionales y con la evolución de la economía local. Como se ha visto en el apartado anterior, el tamaño empresarial y la actividad económica que desarrolla la empresa están vinculados, por lo que la influencia de la estructura sectorial será determinante en la presencia de grandes empresas en una economía regional. En el contexto de una economía dinámica y abierta, los gobiernos de las comunidades autónomas deberían plantearse sentar bases para un aumento del emprendimiento en la región y un crecimiento de las empresas ya existentes, que como resultado aumentará el tamaño medio del tejido empresarial local.

Las comunidades autónomas que presentan un **mayor porcentaje de PYME en su tejido empresarial son la Rioja** (el 99,9% de sus empresas tienen menos de 200 trabajadores), **Extremadura** (99,9%), **Castilla-La Mancha** (99,9%) y las ciudades autónomas de **Ceuta y Melilla** (99,9%). En el año 2004, estas comunidades y ciudades autónomas eran también las que tenían un mayor porcentaje de PYME. Por el contrario, las comunidades autónomas que tienen un menor porcentaje de PYME, y por lo tanto un mayor porcentaje de grandes empresas, son **la Comunidad de Madrid** (0,4% de empresas con más de 200 asalariados), **la Comunidad Foral de Navarra** (0,3%), **Cataluña** y **País Vasco** (0,2% ambas comunidades) (Gráfico 2).

Gráfico 2

Distribución de empresas por comunidades autónomas en función del tamaño empresarial. Año 2008. (Porcentajes)



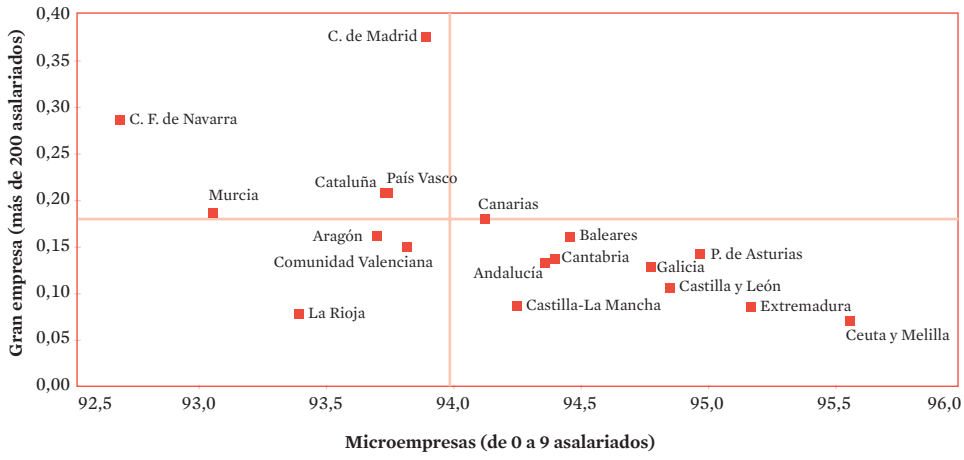
Fuente: DIRCE 2008 y elaboración propia

En el año 2008, el porcentaje medio de microempresas en España era del 94,1%. Las comunidades autónomas que tienen un porcentaje superior a la media son **Extremadura** (95,2% de empresas con menos de 10 trabajadores), el **Principado de Asturias** (95,0%) y **Ceuta y Melilla** (95,6%). En el otro extremo, las comunidades con un **menor porcentaje de microempresas** se encuentran la **Comunidad Foral de Navarra** (92,7%), **Murcia** (93,1%) y **La Rioja** (93,4%).

En general, se observa una **relación negativa entre el peso de las microempresas y el de las grandes empresas en las economías regionales**. Las comunidades que presentan los mayores porcentajes de microempresas tienen también los menores ratios de grandes empresas (Gráfico 3). En las comunidades en las que las microempresas tienen un peso superior a la media, las grandes empresas tienen, a excepción de Canarias, una presencia inferior a la media nacional. En la Comunidad Autónoma de Madrid, la Comunidad Foral de Navarra, Cataluña, País Vasco y Murcia, la presencia de la microempresa es inferior a la media nacional y la de la gran empresa superior a la media. La Comunidad Autónoma de Cataluña y el País Vasco tienen un porcentaje similar tanto de microempresas como de grandes empresas. En el Gráfico 3, se puede observar que la mayoría de las comunidades autónomas españolas se encuentran en el cuarto cuadrante (extremo inferior derecho), lo que supone que tienen elevados porcentajes de empresas de menos de 10 trabajadores y reducidos porcentajes de empresas grandes, de más de 200 trabajadores.

Gráfico 3

Presencia de la microempresa y de la gran empresa en el tejido empresarial por comunidades autónomas. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: DIRCE 2008 y elaboración propia

2. DEMOGRAFÍA Y TAMAÑO EMPRESARIAL

En el apartado anterior se han presentado algunas características generales del tejido empresarial español, en función del tamaño de la empresa medido por el número de trabajadores. No sólo es interesante conocer el marco empresarial en un momento determinado del tiempo, en este caso para el año 2008, sino poder ver cuál ha sido la evolución de las empresas a lo largo de los últimos años, teniendo en cuenta altas, bajas y permanencias, con el fin de conocer el dinamismo de la economía y la situación económica general.

Tabla 7
Tasa de natalidad, mortalidad y crecimiento demográfico de las empresas españolas. Período 2000-2008. (Porcentajes)

Tasa natalidad = n.º de altas en el año sobre el total de empresas del mismo tamaño en el mismo año

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Menos de 10 asalariados	13,8	13,6	12,6	12,7	13,0	12,7	13,7	13,4	12,6
Más de 10 asalariados	5,2	4,7	4,2	4,1	4,4	3,9	3,5	3,6	2,3
Total	**13,3**	**13,0**	**12,1**	**12,2**	**12,5**	**12,2**	**13,1**	**12,8**	**12,0**

Tasa mortalidad = n.º de bajas en el año sobre el total de empresas del mismo tamaño en el mismo año

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Menos de 10 asalariados	10,8	11,1	10,6	9,5	8,6	8,6	9,5	8,2	9,9
Más de 10 asalariados	3,2	3,6	3,3	3,1	2,4	2,6	2,2	2,1	1,7
Total	**10,4**	**10,6**	**10,1**	**9,1**	**8,3**	**8,2**	**9,1**	**7,8**	**9,4**

Tasa de crecimiento demográfico = n.º de altas - n.º de bajas en el año sobre el total de empresas del mismo tamaño en el mismo año

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Menos de 10 asalariados	3,0	2,5	2,0	3,3	4,3	4,2	4,2	5,2	2,7
Más de 10 asalariados	2,0	1,1	0,9	1,0	2,0	1,3	1,3	1,5	0,6
Total	**2,9**	**2,4**	**1,9**	**3,1**	**4,2**	**4,0**	**4,0**	**5,0**	**2,6**

Fuente: DIRCE 2008 y elaboración propia

Para analizar la demografía de las empresas en España se utiliza la información proporcionada por el DIRCE. Este Directorio proporciona una clasificación de empresas por Altas (separando entre Altas Puras y Reactivaciones), Permanencias y Bajas. Esta clasificación se presenta también atendiendo al tamaño empresarial, aunque la información no es completa para el tipo de análisis que se presenta en este informe,

puesto que sólo puede distinguirse entre microempresas, y empresas de más de 10 asalariados[5].

La tasa de crecimiento demográfico de las microempresas ha estado aumentando de forma sostenida desde el año 2002 hasta el año 2007, año en el que se sitúa en el 5,2%. Esta evolución ha venido marcada por la bonanza del ciclo económico en ese período. El incremento registrado en la tasa neta se debe, principalmente, a la disminución de la tasa de mortalidad, puesto que la tasa de natalidad se ha mantenido estable (Tabla 7).

En el caso de empresas con más de 10 asalariados, tanto la tasa de natalidad como de mortalidad han seguido una evolución positiva, aunque el crecimiento cada vez ha sido menor a lo largo del período analizado, dando como resultado una tasa media de crecimiento demográfico del 1,3%.

Asimismo, puede observarse que en el año 2008, la tasa neta de creación de empresas se ha reducido a la mitad respecto del año anterior. Para las microempresas, la tasa de crecimiento ha sido del 2,7% frente al 5,2% del año 2007. Para el resto de empresas la tasa de crecimiento ha sido del 0,6% frente al 1,5% del año 2007. Esta disminución en la tasa neta de creación de empresas muestra el proceso de desaceleración de la economía española desde el año 2007, que ha provocado tanto un menor crecimiento en la creación de empresas (disminución de la tasa de natalidad) como un aumento en el cierre de empresas (aumento de la mortalidad de las empresas).

3. SITUACIÓN COMPARADA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS CON LA UNIÓN EUROPEA

En este apartado se compara la situación del tejido empresarial español en el contexto de la Unión Europea. Resulta interesante conocer qué aspectos difieren entre las empresas españolas y las pertenecientes a la Unión Europea de los 27, cuál es la contribución de las PYME y de las grandes empresas en la economía nacional y si esta contribución está por encima o por debajo de la media europea.

La información estadística que se presenta en este apartado procede de Eurostat, más concretamente de la Base de datos sobre PYME[6] (European Business-Facts and Figures, Annual Statistics 2007). Esta fuente proporciona información armonizada para los 27 países miembros de la Unión Europea sobre las siguientes variables: número de empresas, empleo, cifra de negocio, valor añadido, productividad aparente del trabajo por sector de actividad y tamaño empresarial.

5. La información sobre demografía empresarial del DIRCE viene clasificada según tamaño en las siguientes categorías: sin asalariados, de 1 a 5 asalariados, de 5 a 9 asalariados, de 10 a 19 asalariados, de 20 ó más asalariados.

6. En relación con la información de esta fuente debe tenerse en cuenta que: a) la información sobre PYME está referida exclusivamente a las empresas privadas del sector no agrario; b) El tamaño empresarial se ha aproximado utilizando el criterio de número de empleados. Se distinguen cuatro categorías: microempresas (de 1 a 9 empleados), pequeñas empresas (de 10 a 49 empleados), medianas empresas (de 50 a 249 empleados) y grandes empresas (de más de 250 empleados).

3.1. Situación relativa de la PYME española

El último informe, publicado en 2007, proporciona datos del Observatorio Europeo de PYME, referidos al año 2004[7]. En base a estos datos, a continuación se presentan algunas características relativas del tejido empresarial español.

La distribución de las empresas por tramos de tamaño indica que **la característica diferencial** del tejido empresarial español es la presencia superior a la media europea de microempresas: el 92,3% de las empresas españolas (frente al 91,7% en la UE-27) tiene menos de 10 trabajadores (Tabla 8). El 6,8% de las empresas españolas (frente al 7,0% de media de la UE-27) son pequeñas (entre 10 y 49 trabajadores); un 0,8% (1,1% en la UE-27) son de tamaño mediano (entre 50 y 249 trabajadores) y sólo el 0,1% (0,2 en la UE-27) son grandes empresas, con más de 250 trabajadores.

Se puede hacer una comparación de las distribuciones relativas de España y la UE-27 a través de un indicador de disparidad[8] que pone de manifiesto varios aspectos relevantes. El primero de ellos es que, en media, las PYME en conjunto tienen un peso muy similar en España y en la UE-27, pero al descender en el grado de detalle se aprecia una notable sobre representación de la microempresa y una menor presencia relativa de pequeñas y medianas empresas en el tejido español. El segundo aspecto de interés es que la mayor disparidad respecto a Europa es la reducida presencia de grandes empresas en el tejido empresarial español. El porcentaje de grandes empresas en la economía española es aproximadamente la mitad del porcentaje en la UE-27.

Tabla 8
Distribución empresarial según tamaño. España y UE-27. Año 2004. (Porcentajes)

Porcentaje sobre el total	Micro empresa (a)	Pequeña empresa (b)	Mediana empresa (c)	PYME (a+b+c)	Gran empresa	Total
España (1)	92,3	6,8	0,8	99,9	0,1	100,0
EU-27 (2)	91,7	7,0	1,1	99,8	0,2	100,0
Indicador de disparidad (1/2)	1,01	0,97	0,73	1,00	0,56	1,00

Fuente: Eurostat's SME Database

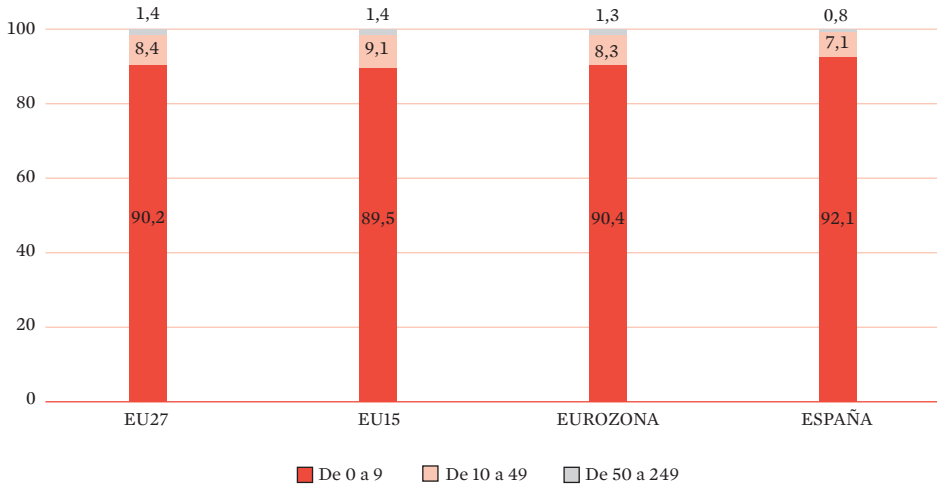
7. Los resultados presentados en el informe Annual Statistics (2007) son extraídos de una encuesta realizada por el Observatorio Europeo de la PYME y por lo tanto, no coinciden exactamente con los resultados presentados en el apartado 1 de este capítulo, que provienen de otra fuente estadística distinta (DIRCE).

8. Este indicador es el cociente de la frecuencia relativa en España y de la UE. Valores próximos a la unidad indican similitud en las frecuencias. Valores superiores a la unidad indican que dicha categoría está sobre representada en España y valores inferiores a la unidad que está infra representada.

En el Gráfico 4, se presenta la distribución de la PYME española comparada con Europa, distinguiendo entre la UE-27, la UE-15 y el grupo de países de la Eurozona[9]. Las diferencias entre distribuciones se hacen más grandes a medida que se reduce el número de países europeos de referencia. Por ejemplo, las microempresas alcanzan un 92,1% del total de PYME en España, valor por encima del que representa este tipo de empresas en los países de la Eurozona (90,4%), de la UE-27 (90,2%) y de la EU-15 (89,5%). En el caso de las empresas medianas, de entre 50 y 250 trabajadores, ocupan el 0,8% de PYME en España, frente al 1,4% de la EU-27 y EU-15 y al 1,3% de la Eurozona. En general, las diferencias son mayores cuando se compara con la EU-15, que con la EU-27 y la Eurozona.

Gráfico 4

Distribución de PYME por tamaño. España y Europa. Año 2004. (Porcentajes)



Fuente: European Business-Facts and Figures. Annual Statistics 2007

La densidad de PYME en España es también superior a la de la UE-27. Los datos que proporciona el Observatorio Europeo para el año 2005 señalan que en España hay 59,1 PYME por cada mil habitantes, mientras que esta cifra en la UE-27 está en 39,9 PYME por cada mil habitantes.

Aportación al empleo y al VAB

Las PYME españolas dan empleo a casi el 80% de los trabajadores ocupados (Tabla 9). Las microempresas representan casi el 40% del empleo total, las pequeñas empresas a un

9. Estos datos provienen de una Encuesta realizada a PYME en Europa, no están incluidas las empresas de más de 250 trabajadores. Los datos no se ajustan a los de la Tabla 11.

25% y las medianas al 15% restante. En conjunto, el 79,1% de los trabajadores españoles ocupados trabaja en una PYME. La aportación que hace la PYME al empleo en España, es superior a la de la UE-27, donde alcanza a un 67,5% de los trabajadores. Por el contrario, las grandes empresas españolas contribuyen al empleo con un 20,9%, cifra muy inferior a la que realizan estas empresas en la UE-27 (30,5%). Este resultado se deriva de la relativa escasez de grandes empresas en la economía española y de su menor tamaño medio.

En relación con la aportación de las distintas categorías de tamaño empresarial al VAB existen también diferencias sustanciales respecto a la economía europea. Las grandes empresas españolas aportan el 31,9% del VAB (frente al 43,1% en la UE-27) y las PYME el 68,1% restante (frente al 56,9% en la UE-27). Utilizando el indicador de disparidad entre España y la UE-27, se observa que tanto en la aportación en el empleo como en el VAB, España tiene sobre representadas a las PYME, encontrándose las mayores diferencias en el grupo de microempresas.

Como se observa en la Tabla 9, la menor disparidad entre España y la UE-27 se presenta para las medianas empresas, en especial en la aportación que hacen al VAB, donde el indicador de disparidad es de 0,96.

Tabla 9

Aportación de las distintas categorías de tamaño empresarial al empleo y al VAB. Año 2004. (Porcentajes)

Porcentaje sobre el total	Micro empresa (a)	Pequeña empresa (b)	Mediana empresa (c)	PYME (a+b+c)	Gran empresa	Total
Empleo						
España (1)	38,9	25,5	14,7	79,1	20,9	100,0
UE-27 (2)	29,6	21,0	16,9	67,5	32,5	100,0
Indicador de disparidad (1/2)	1,31	1,21	0,87	1,17	0,64	1,00
VAB						
España (1)	27,3	23,6	17,2	68,1	31,9	100,0
UE-27 (2)	20,2	18,8	17,9	56,9	43,1	100,0
Indicador de disparidad (1/2)	1,35	1,26	0,96	1,20	0,74	1,00

Fuente: Eurostat's SME Database

Productividad del trabajo

La productividad está considerada como un factor clave de competitividad empresarial, especialmente en el medio plazo. Los datos del Observatorio Europeo de PYME permi-

ten también obtener una visión comparada de la productividad por trabajador, por tamaño de la empresa y por sector económico.

La productividad aparente del trabajo en España y la UE-27 difiere por sectores y tamaños de empresa. Una característica general es que en todos los sectores, los trabajadores de las grandes empresas son más productivos que los empleados en PYME (Tabla 10). Una segunda característica es que, independientemente del tamaño, el sector más productivo es el industrial.

En el sector industrial no existen diferencias significativas entre la productividad media de las PYME en España y la UE-27; de hecho, la productividad de la PYME española en este sector es ligeramente superior a la europea. En el sector de la *Construcción*, tampoco se aprecian grandes diferencias (el indicador de disparidad es 0,92, próximo a 1). En los servicios no financieros, sí se observan diferencias más notables (indicador de disparidad 0,85).

Con estos resultados, no hay indicios de que la productividad española esté lejos de la media europea, primero porque el sector industrial, que es el menos intensivo en factor trabajo, presenta un nivel de productividad más alto que la media de la UE-27 y en el sector de la *Construcción* se presenta también una productividad similar a la europea. Sólo existen diferencias considerables en el sector de los servicios no financieros.

Tabla 10

Productividad aparente del trabajo. Detalle por tamaño empresarial y sector. Año 2004. (Miles de euros por persona ocupada)

	Industria		Construcción		Servicios no financieros	
	PYME	Gran empresa	PYME	Gran empresa	PYME	Gran empresa
España (1)	36,9	83,8	28,2	58,7	29,7	42,0
UE-27 (2)	36,7	64,2	30,8	48,6	35,0	45,0
Indicador de disparidad (1/2)	1,01	1,31	0,92	1,21	0,85	0,93

Fuente: European Business-Facts and Figures. Annual Statistics 2007

4. CONCLUSIONES

Según el DIRCE, en el año 2008 en España había casi tres millones y medio de empresas, de las cuales un 99,8% eran PYME, con menos de 250 trabajadores, y un 94,1% eran micro empresas, con menos de 10 trabajadores.

Si se comparan estos datos con Europa, la diferencia principal es que existe una sobre representación de la microempresa en España, aunque las PYME en conjunto tienen un peso muy similar en España y en la UE-27. El segundo aspecto de interés es que, la

característica en la que existe una mayor disparidad respecto a Europa, es en la reducida presencia de grandes empresas y de tamaño mediano dentro del tejido empresarial español. El porcentaje de grandes empresas en la economía española es, aproximadamente, la mitad del porcentaje en la UE-27.

En relación con la aportación de las distintas categorías de tamaño empresarial al VAB y al empleo, existen diferencias sustanciales respecto a la economía europea, puesto que España tiene sobre representadas a las PYME, encontrándose las mayores diferencias en las empresas de menos de 10 trabajadores.

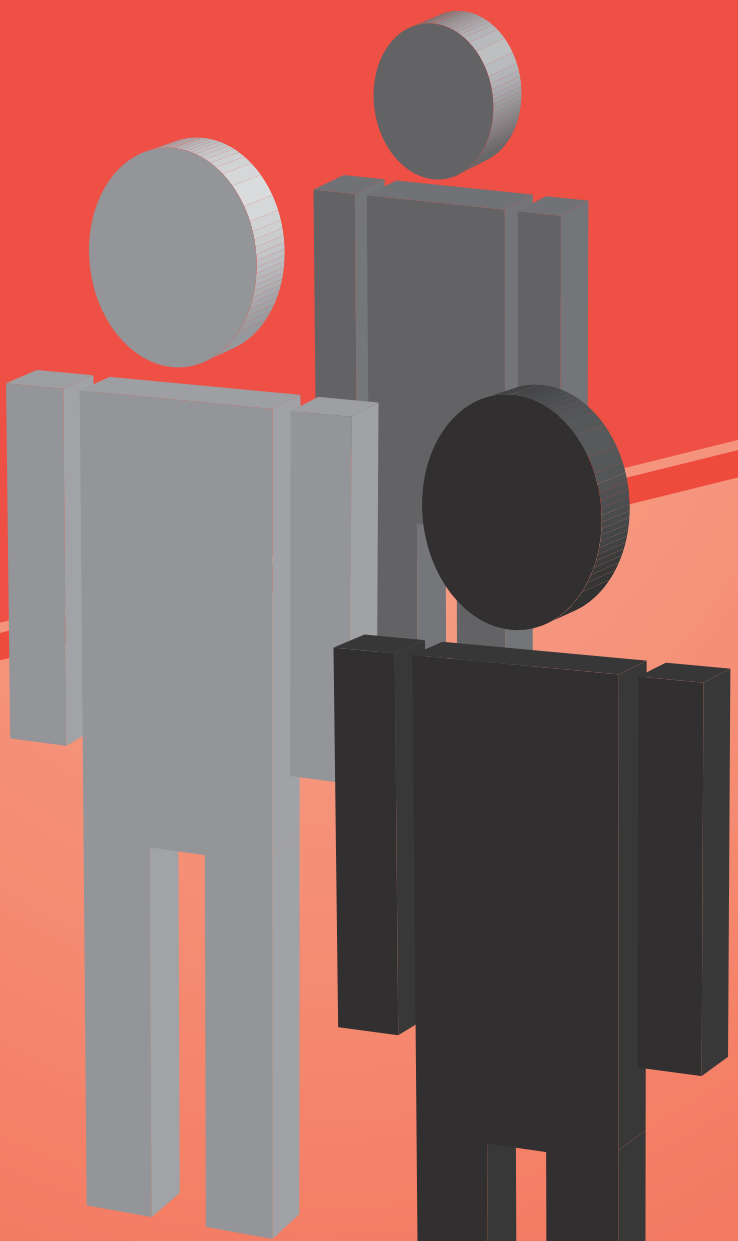
La comparativa de la productividad aparente del trabajo para la PYME española y europea, no presentan apenas diferencias. El sector industrial es el que muestra una productividad mayor, estando en el extremo contrario los servicios no financieros.

En cuanto a las características propias de las empresas españolas, se indican a continuación las conclusiones más relevantes:

1. La condición jurídica está relacionada con el tamaño de la empresa. La forma jurídica más utilizada por las empresas de menos de 10 trabajadores, microempresas, es la Persona Física (57,4%), seguida de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (31,5%). En las empresas pequeñas y medianas, la condición de Persona Física pierde peso en favor de la Sociedad Limitada (el 68,2% y el 48% respectivamente, son SL), incentivada además por una mayor facilidad de trámites, que permiten telemáticamente formalizar la empresa. Por otro lado, las grandes empresas adquieren mayoritariamente la forma jurídica de Sociedad Anónima (49,4%).
2. En relación a los sectores económicos, también el tamaño influye en la distribución sectorial. En España, el sector energético y los sectores industriales tienen un mayor tamaño medio empresarial y un porcentaje mayor de medianas y grandes empresas que los sectores de servicios. Sin embargo, el sector de la intermediación financiera tiene un 98% de microempresas. También los sectores de actividades inmobiliarias y servicios empresariales, la hostelería y el comercio y reparación de vehículos están representados principalmente por empresas de menos de 10 trabajadores. El sector industrial que presenta una sobre representación de microempresas es el energético, con un aumento, en los últimos años, incentivado por el auge de las energías renovables.
3. La distribución territorial del tejido empresarial no ha experimentado grandes cambios en los últimos años. Las comunidades autónomas que presentan un mayor porcentaje de PYME en su tejido empresarial son la Rioja, Extremadura, Castilla-La Mancha y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Por el contrario, las comunidades autónomas que tienen un mayor porcentaje de grandes empresas son la Comunidad de Madrid, la Comunidad Foral de Navarra, Cataluña y País Vasco.
4. En España, la tasa de crecimiento demográfico de las microempresas, desde el año 2002 hasta el año 2007 ha crecido de forma sostenida hasta alcanzar en el año 2007 un 5,2%. Esta evolución ha venido marcada por la bonanza del ciclo económico en ese período. Sin embargo, en el año 2008, esa tasa de crecimiento se ha reducido a la mitad como consecuencia de la desaceleración económica en la que se encuentra nuestra economía.

Capítulo IV

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYME



INTRODUCCIÓN

La competitividad es un concepto multidimensional que nació en el ámbito de la empresa pero, posteriormente y principalmente debido al trabajo de M. Porter (1991)[10], se ha extendido también al plano macroeconómico. Así, actualmente el término se utiliza a tres niveles diferentes: empresa, sector o grupo de sectores de actividad y región o país.

La competitividad empresarial hace referencia a la capacidad de una empresa para mantener e incrementar su cuota de mercado y está muy ligada a sus *ventajas competitivas*.

"A la larga, las empresas alcanzan el éxito con relación a sus competidores si cuentan con una ventaja competitiva sostenible" y ésta se concreta en costes inferiores o diferenciación. Los primeros se alcanzan "cuando la empresa es capaz de diseñar, fabricar y/o comercializar un producto o servicio comparable más eficientemente que sus competidores"... "La diferenciación es la capacidad de ofrecer al comprador un valor superior y singular en términos de calidad, características especiales y servicio posventa del producto. La diferenciación permite generalmente obtener un precio superior por el producto o servicio" (Porter, 1991).

El análisis de indicadores relativos a la cuota de mercado de una empresa, a su competitividad, se sostiene en el análisis de ratios más precisos relacionados con su rentabilidad, su productividad y sus beneficios (Muchielli, J.L., 2002, Depperu y Cerrato, 2006).

Aunque la competitividad de la empresa está afectada por factores externos, asociados a las condiciones del país y del sector en los que opera, se considera que ésta tiene un importante margen de maniobra en la determinación de su nivel de competitividad empresarial. La literatura ha profundizado en los elementos que permiten a una empresa alcanzar y mantener niveles altos de competitividad, es decir, en los denominados factores de competitividad. A nivel microeconómico los factores de competitividad empresarial se corresponden, en general, con procesos gestionados dentro de la propia empresa y entre los que cabe destacar (Durand y Giorno, 1992 y Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, 2007): la innovación tecnológica, comercial y organizativa; la internacionalización; la financiación; la gestión de los recursos humanos; la gestión de los flujos de materias primas y de stocks; y la capacidad de crear redes eficientes con proveedores y distribuidores.

No obstante, cada vez se amplía más esta relación, en especial para incluir factores de competitividad asociados a los activos intangibles de las empresas, como el capital social (Rodríguez Modroño, P. y Román del Río, 2005) o el capital intelectual (Ordoñez de Pablos, 2004). No obstante, el avance en la inclusión de estos factores en el análisis empírico está frenado por la dificultad de medición de los mismos y de sus efectos.

10. Porter, M. (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janés Editores

Este capítulo tiene como objetivo fundamental conocer la posición de las PYME españolas en relación con cinco factores de competitividad considerados claves (innovación, internacionalización, financiación, recursos humanos y prácticas de gestión) y, como hemos señalado, se apoya en la información obtenida mediante la realización de una encuesta telefónica a una muestra representativa de 1.200 PYME, que se ha denominado *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas* (ver Capítulo I para un mayor detalle sobre la misma). El diseño muestral ha establecido cuotas por tramos de tamaño y sectores de actividad con el objeto de analizar si estas dos variables influencian la posición de la PYME en los distintos factores de competitividad considerados. Aunque el tamaño muestral no siempre permite aportar resultados detallados por sectores y tramos de tamaño empresarial, sí se apuntan, con la ayuda de test estadísticos, la existencia o no de diferencias significativas atendiendo a ambas variables.

El capítulo se ha estructurado en siete apartados. El primero de ellos presenta información relativa a algunas características básicas de las PYME españolas y al momento coyuntural en el que se encuentran cuando responden a la Encuesta en la que se apoya todo el capítulo. Los cinco apartados siguientes señalan la posición de las PYME en los cinco factores de competitividad antes señalados. El último apartado resume los resultados más relevantes de todo el capítulo.

1. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS PYME

A continuación se presentan algunas características de las empresas que han formado parte de la muestra seleccionada para llevar a cabo esta aproximación cuantitativa y que deberán tenerse presentes en la lectura de éste y del próximo capítulo.

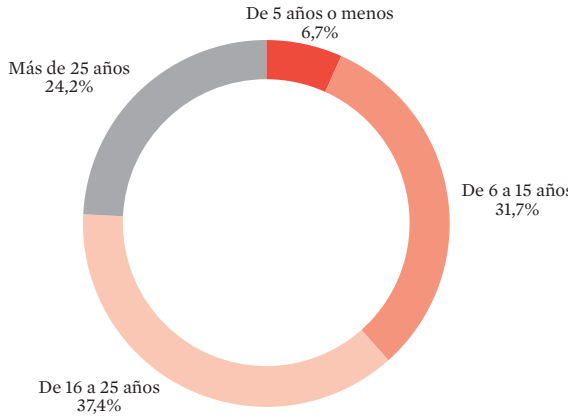
La **antigüedad media de las PYME** es de 22 años. El 37,4% tiene entre 16 y 25 años; un 31,7% entre 6 y 15 años; un 24,2%, más de 25 años; y sólo el 6,7% tiene una antigüedad inferior a 5 años. Estos datos indican que la gran mayoría de la muestra está compuesta por PYME consolidadas (Gráfico 5).

Otra característica interesante que puede influenciar el comportamiento de la PYME es la **participación o no de capital extranjero**. En algunos casos esta participación aporta métodos de trabajo y de gestión específicos. Atendiendo a los resultados de la Encuesta, el 98,4% de las PYME tiene exclusivamente capital nacional (100%); un 0,8% cuenta tanto con capital nacional como extranjero; y sólo el 0,4% es totalmente de capital extranjero (100%). Por tanto, la gran mayoría de las PYME españolas no cuentan con participación extranjera.

El **momento en el que se encuentra la empresa** en relación con las ventas condiciona también sus principales necesidades y actividades. Los resultados de la Encuesta reflejan la situación de crisis económica en la que ha entrado la economía española en el cuarto trimestre de 2008. Así, casi el 30% de las PYME señala que se encuentra en un momento de reducción de las ventas y del empleo y el 31,9% actualmente opera por debajo de su capacidad productiva. No obstante, un porcentaje aún importante, el 69,8%, se encuen-

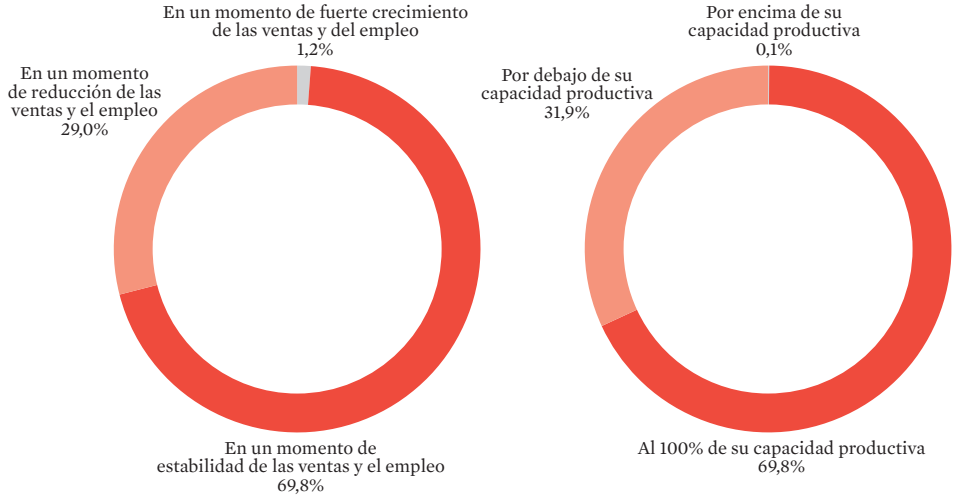
tra en un momento de estabilidad de las ventas y el empleo, y también un 68,0% indica que opera al 100% de su capacidad productiva. Sólo el 1,2% de las PYME afirma encontrarse en un momento de fuerte crecimiento de las ventas y del empleo y el 0,1%, operar por encima de su capacidad productiva (Gráfico 6).

Gráfico 5
Antigüedad de las empresas. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Gráfico 6
Situación actual de la PYME. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

2. CALIDAD E INNOVACIÓN

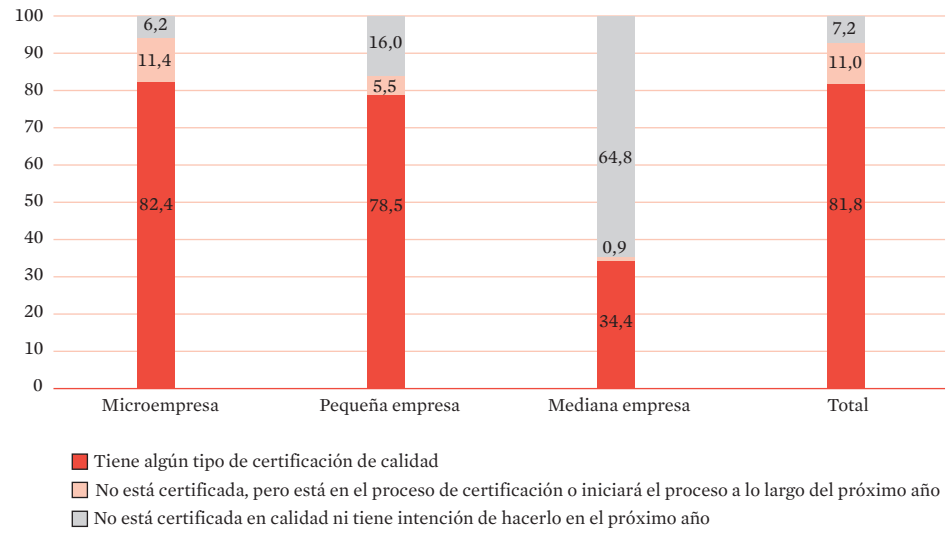
2.1. Calidad

La calidad se considera en muchos aspectos un paso muy ligado, e incluso previo, a la innovación. La preocupación de una empresa por la calidad refleja su voluntad de mejora continua en la atención a los clientes, y la certificación supone un sello que mejora la confianza, de antiguos y nuevos consumidores, en la calidad de los productos y servicios, tanto en los mercados nacionales como internacionales.

Los resultados de la Encuesta muestran que las PYME españolas tienen aún una escasa concienciación sobre la importancia de los procesos de mejora de la calidad, si bien hay importantes diferencias atendiendo al tamaño y al sector de actividad. El 81,8% de ellas no está certificada en calidad ni piensa iniciar el proceso a corto plazo (próximos 12 meses). Un 11,0% adicional no está certificado pero ha iniciado el proceso o piensa hacerlo a corto plazo y sólo el 7,2% cuenta con alguna certificación de calidad.

No obstante, las **diferencias** son **muy acusadas por tamaño empresarial**. Así, mientras que sólo el 6,2% de las microempresas cuenta con alguna certificación de calidad, este porcentaje aumenta al 16,0% en las pequeñas empresas y al 64,8% en las medianas empresas (Gráfico 7). Estas diferencias indican un cierto efecto umbral que se resume en la incorporación mayoritaria a los procesos de calidad una vez superados los 50 trabajadores.

Gráfico 7
Situación de la PYME en relación a la calidad. Detalle por tamaño empresarial. Año 2008. (Porcentajes)



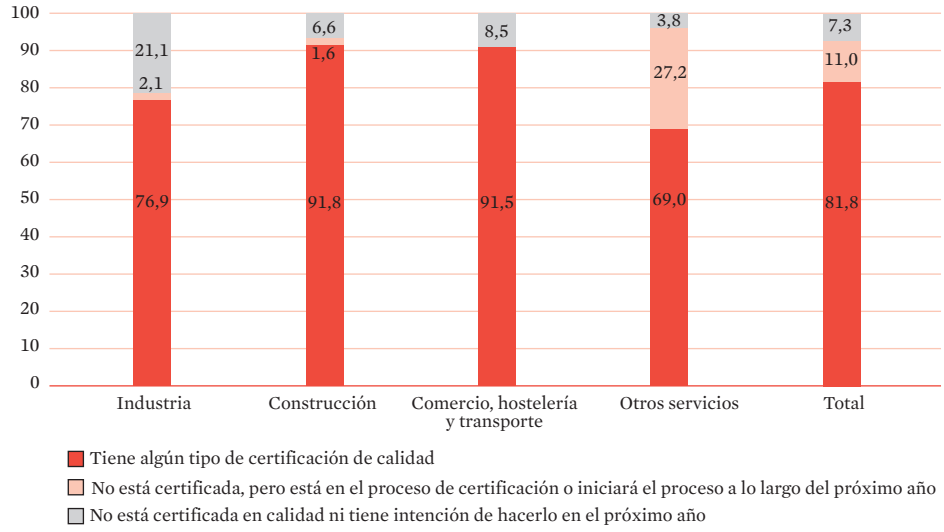
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Las **diferencias** son **también significativas por sectores de actividad** (Gráfico 8). Las PYME industriales son las que en mayor medida se han certificado en calidad (21,1%) y las de los sectores de *Construcción* y *Comercio, hostelería y transportes* las que lo hacen con menor frecuencia (6,6% y 8,5% respectivamente). El sector de *Otros servicios*, que aglutina la mayoría de los servicios de mayor valor añadido, muestra un interés creciente por la calidad, ya que aunque sólo el 3,8% de las PYME declara estar en posesión de una certificación de calidad, el 27,2% está en proceso de obtención de la misma o piensa iniciarlo en los próximos doce meses.

La certificación de calidad más habitual es la certificación ISO (el 88,1% de las PYME que tienen alguna certificación de calidad), seguida, a mucha distancia, de la certificación UNE (0,7%). Un 11% adicional señala tener otras certificaciones, entre las que destacan las de carácter sectorial o las asociadas a los productos y otras muy específicas otorgadas por las administraciones regionales y locales.

Gráfico 8

Situación de la PYME en relación a la calidad. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

2.2. Propensión a innovar

Como se ha señalado en el Capítulo II, hay un relativo acuerdo sobre la influencia positiva que el tamaño tiene sobre la probabilidad de innovar y sobre la menor capacidad de apropiación de los resultados de la innovación de las pequeñas empresas (Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, 2006).

En la Encuesta realizada se ha profundizado en las actividades de innovación que realizan las PYME, clasificando éstas[11] en cuatro grupos:

a) Innovaciones de productos. Incluyen la introducción en el mercado de bienes y servicios nuevos o mejorados de forma significativa.

b) Innovaciones de proceso. Consisten en la implantación de (1) métodos de producción, (2) de sistemas logísticos o métodos de distribución de insumos bienes o servicios y (3) de actividades de apoyo a los procesos (sistemas de mantenimiento u operaciones informáticas, de compra o de contabilidad) nuevos o mejorados de manera significativa.

c) Innovaciones organizativas. Incluyen (1) nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo o de los procedimientos de la empresa; (2) nuevos sistemas de gestión del conocimiento; (3) nuevos métodos de organización de los lugares de trabajo de la empresa; y (4) nuevos métodos de gestión de las relaciones externas de la empresa.

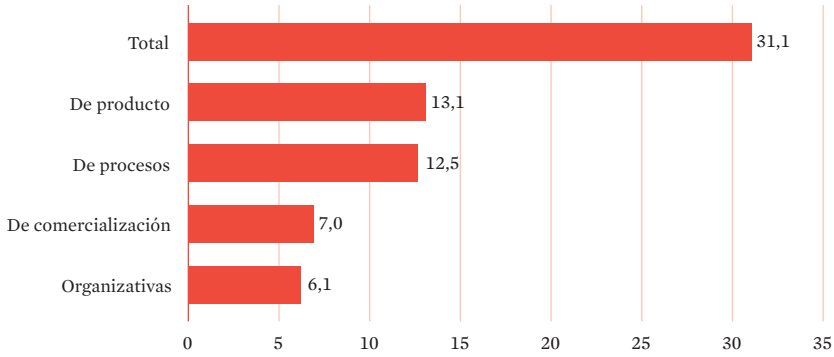
d) Innovaciones de comercialización. Hacen referencia a (1) modificaciones significativas del diseño del producto o del envasado; (2) nuevas técnicas o canales para la promoción del producto; (3) nuevos métodos para el posicionamiento del producto en el mercado o canales de ventas; y (4) nuevos métodos para el establecimiento de los precios de los bienes o servicios.

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, **el 31,1% de las PYME realiza algún tipo de innovación. Las más frecuentes son las innovaciones de productos** (de bienes o servicios) **y las de proceso,** realizadas respectivamente por el 13,1% y 12,5% de las PYME. Entre estas últimas, la más habitual es la introducción de actividades de apoyo a los procesos, como sistemas de mantenimientos u operaciones de carácter informático. Las innovaciones organizativas y las de comercialización tienen una menor presencia, ya que son realizadas respectivamente por el 7,0% y por el 6,1% de las PYME. Entre las organizativas, la más habitual es la introducción de nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo o de los procedimientos de la empresa (3,5%); y entre las de comercialización, la aplicación de nuevos métodos o canales de venta para el posicionamiento del producto en el mercado (2,8%) (Gráfico 9).

11. En dicha clasificación se han seguido las definiciones y agrupaciones de la Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas 2006, del INE.

Gráfico 9

PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes)



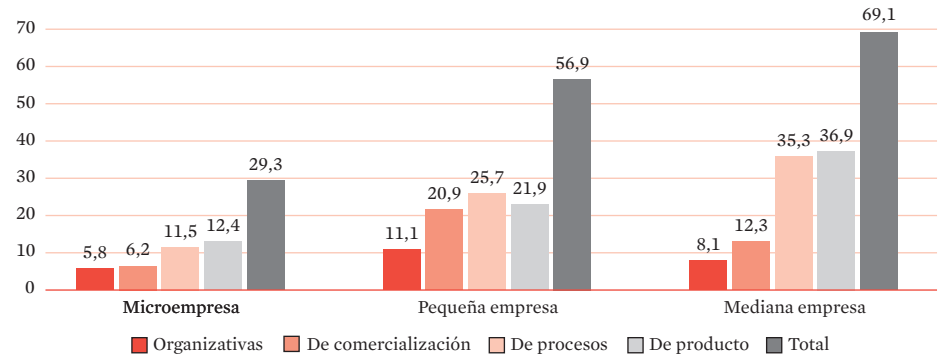
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Los resultados de la Encuesta muestran significativas diferencias en la posición empresarial frente a la innovación en función del tamaño empresarial y del sector de actividad.

Se confirma la relación positiva entre tamaño empresarial y probabilidad de innovar[12] (Gráfico 10): mientras que el **29,3% de las microempresas** realiza algún tipo de actividad

Gráfico 10

PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por tramo de tamaño y tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

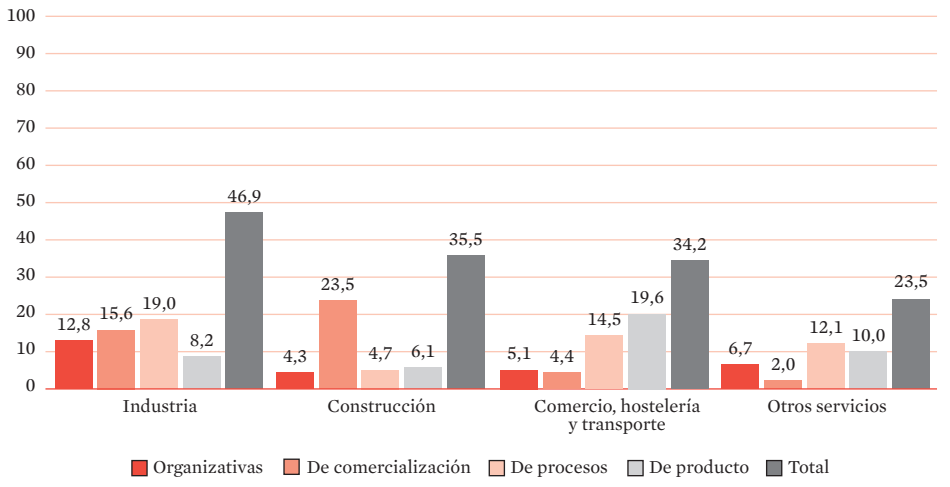
12. Esta relación positiva entre la probabilidad de innovar y el tamaño empresarial es un resultado habitual de los estudios empíricos tanto a nivel nacional como internacional. En España, Huergo y Jaumandreu (2002) y Fariñas y Huergo (1999) encontraban que un menor tamaño empresarial está asociado con una menor probabilidad de innovar (véase Capítulo II para una información más detallada).

innovadora, este porcentaje se eleva al **56,9% para las pequeñas empresas** y **al 69,1% para las medianas**. Esta relación positiva se mantiene en el caso de las innovaciones más frecuentes, las de producto (realizadas por el 12,4% de las microempresas, frente al 36,9% de las medianas empresas) y las de proceso (11,5% de las microempresas y 35,3% de las medianas empresas); pero no es tan clara en el caso de las innovaciones de comercialización y organizativas, ya que ambas son más frecuentes en las pequeñas que en las medianas empresas.

Se observan también diferencias significativas a nivel sectorial (Gráfico 11). **Las PYME industriales son las más innovadoras**: el 46,9% de ellas realiza algún tipo de innovación, siendo las más frecuentes las de **proceso** (19,0%), las de **comercialización** (15,6%) y las **organizativas** (12,8%). Algo más de un tercio de las PYME de la *Construcción* y del sector de *Comercio, hostelería y transporte* realizan también algún tipo de innovación, pero mientras que en la *Construcción* las innovaciones están muy concentradas en el ámbito de la comercialización de productos, en el sector de *Comercio, hostelería y transporte*, las más habituales son las innovaciones de producto y de procesos. Por último, el sector de *Otros servicios* muestra la menor propensión media a innovar (23,5%), siendo también las innovaciones de proceso y de producto las más habituales.

Gráfico 11

PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por sector de actividad y tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes)

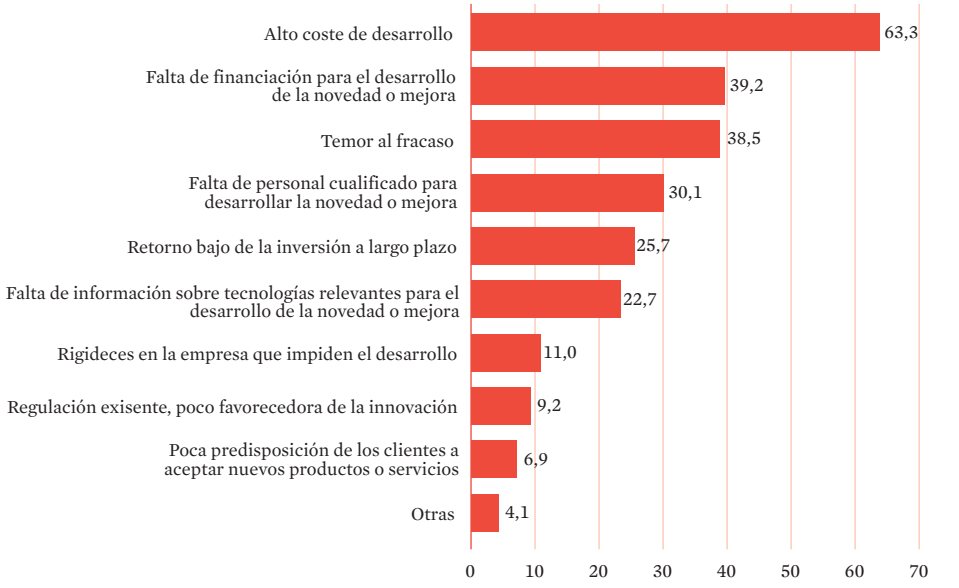


Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

2.3. Obstáculos a la innovación

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, **el principal obstáculo que encuentra la PYME española para innovar es el alto coste de desarrollo de las innovaciones** –el 63,3% señala que su empresa ha encontrado esta barrera. Le siguen en importancia, la falta de financiación para el desarrollo de la novedad o mejora (39,2%) y el temor al fracaso (38,5%) que parece ser también un obstáculo bastante generalizado. Otras barreras a la innovación, con una presencia también significativa, son la falta de personal cualificado para desarrollar la novedad o mejora (30,1%), el bajo retorno a largo plazo de la inversión (25,7%) y la falta de información sobre tecnologías relevantes para el desarrollo de la novedad o mejora (22,7%) (Gráfico 12).

Gráfico 12
Principales obstáculos a la innovación en la PYME. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En relación con las **barreras a la innovación** que afectan a la PYME, **no se aprecian diferencias significativas en función del tamaño empresarial**, salvo en dos aspectos: las empresas medianas señalan en mucha menor medida el bajo retorno de la inversión a largo plazo, lo que puede estar confirmando su mayor facilidad para apropiarse de los resultados de la innovación; y la falta de financiación para innovar es un obstáculo mucho más sentido en las medianas empresas (el 64% de las empresas de este tramo lo señalan) que en las pequeñas y en las microempresas (en torno al 40%), resultado que puede

estar relacionado con la mayor envergadura de los proyectos de innovación que emprende este tramo de tamaño.

Sin embargo, los obstáculos a la innovación sí parecen tener una **incidencia dispar por sectores** (Tabla 11). Entre las diferencias más notables cabe señalar que la *Industria* acusa en mayor medida que el resto de sectores el retorno bajo de la inversión en innovación; sufre más la falta de información sobre tecnologías relevantes para el desarrollo de la innovación y es el sector que considera con mayor frecuencia que la regulación existente es poco favorecedora de la innovación. La falta de financiación para innovar es especialmente relevante en el sector de *Comercio, hostelería y transporte*.

Tabla 11

Principales obstáculos a la innovación en la PYME. Detalle por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios	Total
· Retorno bajo de la inversión a largo plazo	41,7	63,0	26,2	8,3	25,7
· Temor al fracaso	35,8	40,3	51,8	24,8	38,5
· Alto coste de desarrollo	70,3	53,1	70,4	58,6	63,3
· Falta de financiación para el desarrollo de la novedad o mejora	24,5	46,0	52,8	25,5	39,2
· Falta de personal cualificado para desarrollar la novedad o mejora	26,0	31,5	33,8	26,7	30,1
· Falta de información sobre tecnologías relevantes para el desarrollo de la novedad o mejora	39,5	14,1	15,0	30,7	22,7
· Rigideces en la empresa que impiden el desarrollo	18,6	17,0	12,5	5,8	11,0
· Poca predisposición de los clientes a aceptar nuevos productos o servicios	24,0	3,0	9,6	2,3	6,9
· Regulación existente, poco favorecedora de la innovación	19,0	6,9	12,3	5,2	9,2
· Otras	6,9	4,8	7,4	0,0	4,1

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

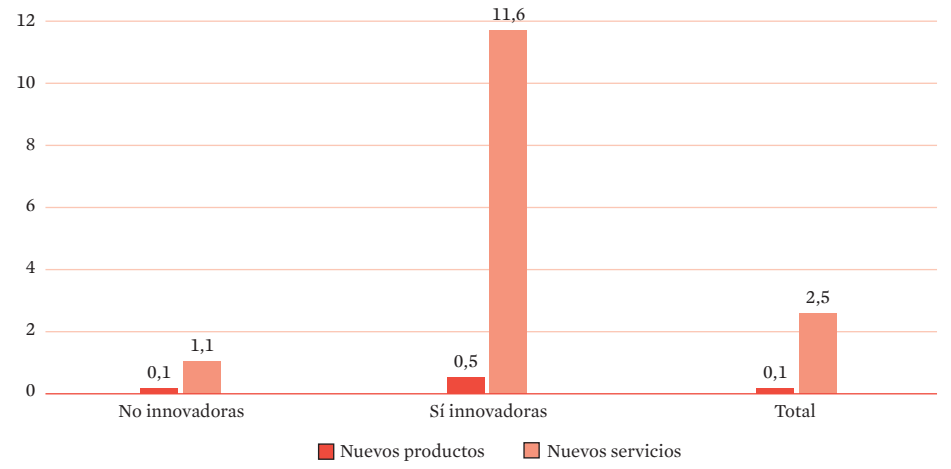
2.4. Resultados de la innovación

Entre los resultados directos de la innovación de producto cabe citar el aumento de las ventas. Los resultados de la Encuesta indican que **el porcentaje de facturación debido a nuevos productos es muy bajo en las PYME española**: de promedio, sólo el 0,1% de la

facturación se atribuye a la introducción en el mercado de nuevos bienes, y el 2,5%, a la introducción de nuevos servicios (Gráfico 13).

Sin embargo, las **diferencias entre PYME innovadoras y no innovadoras** son **significativas**, **especialmente en el caso de los servicios**. Así, mientras que en el grupo mayoritario de empresas que no realizan innovación de producto, el porcentaje de facturación debido a nuevos productos se sitúa en el 0,1% y el debido a nuevos servicios en el 1,1%, en el grupo de empresas que sí realiza este tipo de innovación, dichos porcentajes se elevan respectivamente hasta el 0,5% y el 11,6%.

Gráfico 13
Porcentaje de facturación debido a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado en el último año. Año 2008



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

2.5. Medidas de apoyo a la innovación

En este apartado se analiza en qué grado las distintas medidas de apoyo a la innovación son conocidas y utilizadas y cómo éstas son valoradas por la PYME. El análisis se realiza desde una doble perspectiva, clasificando las medidas de acuerdo con su contenido y de acuerdo con las instituciones que las desarrollan.

Las medidas de apoyo a la innovación son, en general, poco conocidas por la PYME española. Atendiendo a los resultados de la Encuesta, el 38,4% conoce algún programa de información (información sobre apoyos y subvenciones, anuncios de oportunidades de cooperación, etc.); el 24,1%, algún programa de apoyo financiero (subvenciones, avales, bonificaciones fiscales); el 16,4%, algún programa de apoyo a la creación de empresas de base tecnológica; y el 13,8% algún programa de formación para la innovación. El res-

to de actuaciones, como los programas de apoyo a la cooperación para la innovación o de asesoramiento individualizado, son muy poco conocidos (porcentajes inferiores al 10% de las PYME) (Tabla 12).

Los porcentajes de utilización de este tipo de medidas son **aún mucho más reducidos**. La mayor participación de las PYME se observa en los programas de información (el 5,0% señala haber utilizado alguno de ellos), en los de formación (2,6%) y en los de apoyo financiero (2,0%).

Sin embargo, la valoración media de las PYME que han utilizado las distintas medidas de apoyo es relativamente elevada y oscila (en una escala de 1 a 10) entre el 7,9 de los programas de apoyo financiero y el 5,7 de los programas de asesoramiento individualizado.

Tabla 12

Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la innovación empresarial. Clasificación temática de las medidas. Año 2008.

	Conoce (% sobre el total)	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
· Programas de información (información sobre Programas de apoyo y subvenciones, anuncios de oportunidades de cooperación,...)	38,4	5,0	6,8
· Programas de apoyo financiero a la innovación (subvenciones, avales, bonificaciones fiscales,....)	24,1	2,0	7,9
· Programas específicos de apoyo a la creación de empresas de base tecnológica	16,4	0,5	7,1
· Programas de formación para la innovación (seminarios, jornadas, cursos, etc.)	13,8	2,6	6,3
· Programas específicos de apoyo a la cooperación para la innovación (con organismos de I+D, con otras empresas, con Centros Tecnológicos, etc.)	8,8	0,1	6,5
· Programas de asesoramiento individualizado	5,3	0,2	5,7
· Otros	1,9	0,3	7,0

** Base muestral reducida: datos orientativos.*

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

El tamaño muestral no permite aportar resultados detallados por tramos de tamaño ni por sectores. Sin embargo, cabe señalar que, en general, **el grado de conocimiento y de utilización de las medidas de apoyo a la innovación aumenta con el tamaño empresarial, y es superior en el sector industrial que en el resto de sectores**. En relación con la valoración media de las distintas medidas, en general, ésta aumenta también con el tamaño empresarial, pero es muy similar en los distintos sectores considerados.

Si atendemos a la clasificación institucional de las medidas de apoyo a la innovación, es decir, en función de las instituciones que las promueven y desarrollan, los resultados de la Encuesta, en relación con el grado de conocimiento, utilización y valoración de las mismas, se resumen en los puntos siguientes (Tabla 13):

a) Los **programas de los gobiernos regionales** y de las autoridades locales son **los más conocidos por la PYME** (el 27,2% señala conocer alguno), seguidos de los de otras instituciones sin ánimos de lucro (Cámaras de comercio,...) (19,5%); y de los de las asociaciones empresariales (18,4%). Sin embargo, cabe señalar el bajo porcentaje de utilización de los programas de los gobiernos regionales, lo que puede deberse a la escasa dotación o a las dificultades de acceso a los mismos.

b) **Las medidas de apoyo a la innovación más utilizadas son las que se desarrollan desde las asociaciones empresariales** (2,6% de las PYME las ha utilizado), seguidas de las de otras instituciones sin fines de lucro (1,4%); y de las puestas en marcha desde los gobiernos regionales (1,2%).

c) La valoración media de las medidas de apoyo es, en general, alta y oscila entre el 7,9 de las medidas del CDTI y el 6,7 de las medidas de Otras instituciones sin fines de lucro.

d) En general, el grado de conocimiento y utilización de las medidas aumenta con el tamaño empresarial.

e) El sector industrial muestra valores superiores al resto de sectores en el grado de conocimiento y utilización de las medidas.

Tabla 13

Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la innovación empresarial. Clasificación institucional de las medidas. Año 2008

	Conoce (% sobre el total)	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
· Programas de apoyo a la innovación del gobierno regional o de las autoridades locales	27,2	1,2	7,8
· Programas o medidas de apoyo de otras instituciones sin ánimo de lucro (Cámaras de Comercio, etc.)	19,5	1,4	6,7
· Programas o medidas de apoyo de Asociaciones empresariales	18,4	2,6	6,9
· Programas de apoyo del CDTI	14,7	0,0	7,9
· Programas de apoyo a la innovación del Gobierno Central (PROFIT,...)	13,4	0,1	7,6
· Programas o medidas de apoyo de Instituciones Europeas	6,1	0,0	7,1
· Otros	1,9	0,0	9,2

** Base muestral reducida: datos orientativos.*

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

3. INTERNACIONALIZACIÓN

3.1. Probabilidad de internacionalización

Según datos de la Encuesta, **en torno al 14,8% de las PYME españolas vende sus bienes y servicios en los mercados extranjeros**. El 86,1% distribuye sus productos en el ámbito local o autonómico y el 41,8% lo hace en el mercado nacional.

En general, el porcentaje de empresas que vende en los mercados extranjeros aumenta con el tramo de tamaño, pero la relación no es lineal (14,2% de las microempresas, 24,3% de las pequeñas empresas y 22,5% de las medianas empresas) (Tabla 14).

Las diferencias por sectores son también significativas (Tabla 15). Las PYME industriales son las que en mayor medida exportan sus productos (36,0%) y las del sector de la *Construcción* las que lo hacen en menor medida (0,7%). Las PYME de la *Construcción* operan fundamentalmente en el ámbito local (95,3%), al igual que las de *Comercio, hostelería y transporte* (95,5%), aunque este último sector muestra también un porcentaje relativamente alto de presencia en los mercados exteriores, explicado seguramente por el transporte. El sector de *Otros servicios* muestra un porcentaje de PYME exportadoras del 11,2%, relativamente bajo si consideramos que éste agrupa los servicios de mayor valor añadido.

Tabla 14

Mercados geográficos en los que vendieron las empresas bienes y servicios en los dos últimos años (2007-2008). Detalle por tramo de tamaño. Año 2008 (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Mercado local o autonómico	85,4	96,2	95,3	**86,1**
Nacional	40,5	61,4	60,8	**41,8**
Países Extranjeros	14,2	24,3	22,5	**14,8**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 15

Mercados geográficos en los que vendieron las empresas bienes y servicios en los dos últimos años (2007-2008). Detalle por sector de actividad. Año 2008 (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios	Total
Mercado local o autonómico	75,9	95,3	95,5	74,9	**86,1**
Nacional	91,8	23,4	32,9	48,8	**41,8**
Países Extranjeros	36,0	0,7	19,7	11,2	**14,8**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

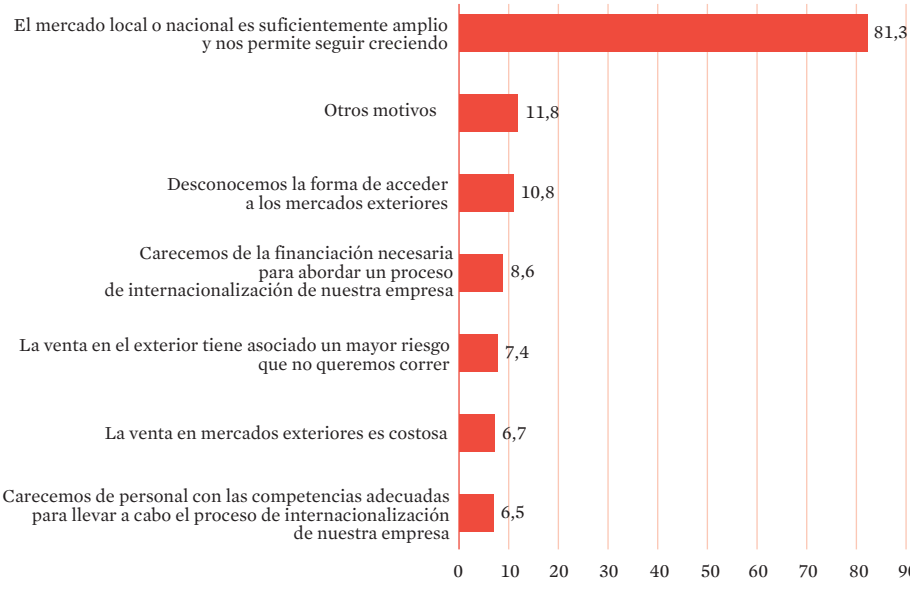
Por otra parte, cabe señalar que el 1,7% de las PYME que aún no son exportadoras tienen previsto vender sus productos en el extranjero en el corto o medio plazo (de 1 a 3 años). No obstante, este porcentaje varía ampliamente en función del tamaño empresarial (1,6% en las microempresas, 3,5% en las pequeñas y 9,5% en las medianas empresas) y del sector de actividad (9,1% en la *Industria*; 0,4% en la *Construcción*; 2,5% en *Comercio, hostelería y transporte*; y 0,6% en *Otros servicios*). Por tanto, las empresas que planean exportar en los próximos años son de tamaño mediano y se ubican principalmente en el sector industrial.

3.2. Empresas no internacionalizadas

Obstáculos a la exportación

El motivo principal por el que la PYME española no se ha planteado la exportación de sus productos a los mercados extranjeros es la amplitud del mercado nacional, que ha permitido el crecimiento de la empresa (el 81,3% de las PYME no exportadoras señala éste como uno de los principales motivos) (Gráfico 14).

Gráfico 14
Principales motivos por los que la empresa no se plantea exportar sus productos a los mercados extranjeros. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

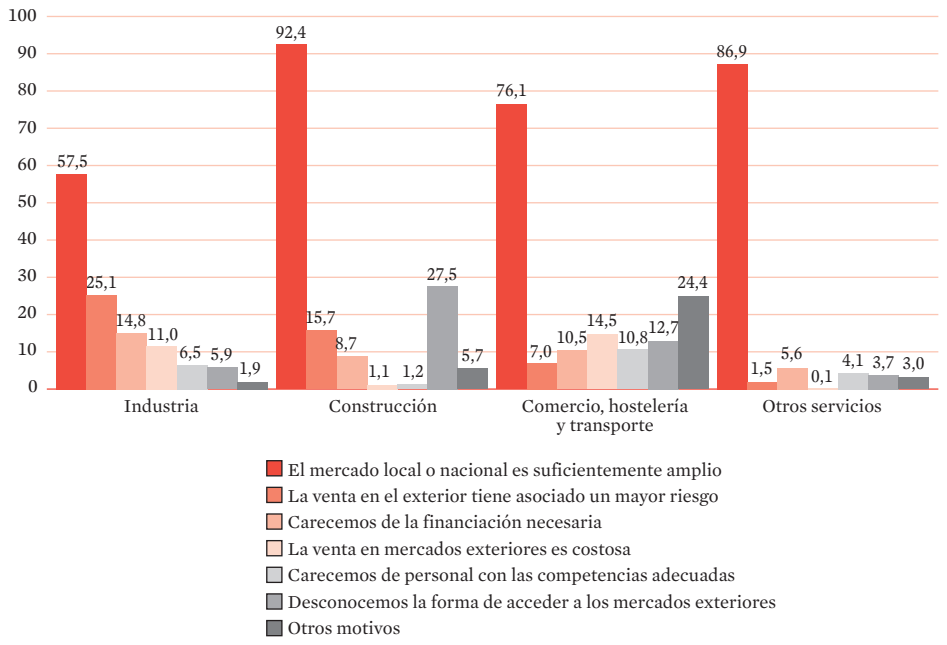
Otros obstáculos a la actividad exportadora de la PYME, pero con una incidencia muy inferior, son: **Otros motivos**, entre los que cabe destacar que la empresa es pequeña para exportar y

que debe crecer antes de plantearse la salida al exterior o que es filial u ostenta la representación de una empresa extranjera (11,8% de las PYME no exportadoras); **la falta de información sobre cómo acceder a los mercados exteriores** (10,8%); la **falta de financiación adecuada para abordar el proceso de internacionalización** (8,6%); el mayor riesgo asociado a las ventas en el exterior (7,4%); la creencia de que la exportación es un proceso costoso (6,7%); y el carecer de personal en la empresa con las competencias adecuadas para salir al exterior (6,5%).

No se aprecian diferencias significativas en los principales motivos por los que las PYME españolas no exportan **atendiendo al tamaño empresarial**, **pero sí por sectores de actividad**. En general, las PYME industriales argumentan en mucha menor medida la amplitud del mercado nacional (57,5%, frente a 81,3% de media) y hacen mayor énfasis en el hecho de que la venta en el exterior tiene asociado un mayor riesgo (25,1%); en la carencia de la financiación necesaria para abordar el proceso de salida al exterior (14,8%); y en considerar la venta en mercados exteriores como muy costosa (11,0%). En la *Construcción* y en *Otros servicios* la amplitud del mercado nacional ha sido el principal motivo por el que las PYME no se han planteado la salida a los mercados exteriores (92,4% y 86,9% respectivamente). En *Comercio, hostelería y transporte*, la falta de recursos adecuados (financieros, humanos y de información) tiene una incidencia superior a la media, y también el grupo de argumentos agrupados en Otros motivos, que como se ha señalado tienen que ver con el reducido tamaño empresarial y con la representación de marcas y productos extranjeros en el mercado nacional (Gráfico 15).

Gráfico 15

Principales motivos por los que la empresa no se plantea exportar sus productos a los mercados extranjeros. Detalle por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Adquisición de recursos en el exterior

La mayoría de las empresas que no venden sus productos en los mercados exteriores tampoco se abastece en ellos: sólo un 3,8% de las PYME que no exporta adquiere bienes o servicios en países extranjeros; un 1,7% adquiere conocimiento; y un 0,6% adquiere inversiones. No se aprecian diferencias significativas en estos porcentajes por tramos de tamaño empresarial, pero sí por sector de actividad de procedencia de la PYME: **el sector industrial es más proclive a adquirir bienes y servicios** (9,2% de las empresas no exportadoras) **y conocimientos en el exterior** (2,1%).

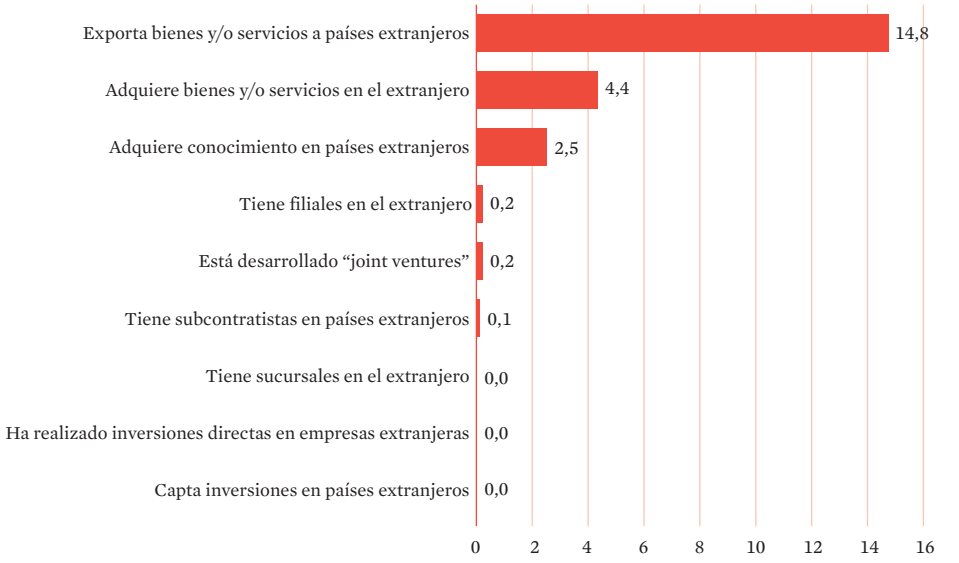
Atendiendo tanto a la exportación como a la importación, cabe señalar que el 81,4% de las PYME no realiza ninguna actividad de internacionalización, es decir, opera sin presencia ninguna en los mercados extranjeros y no accede a ellos ni para vender sus productos ni para abastecerse de recursos.

3.3. Empresas internacionalizadas

Actividades de internacionalización

Las actividades de comercio exterior son las más generalizadas en las PYME españolas: el 14,8% exporta sus productos a los mercados extranjeros y el 4,4% adquiere bienes y servicios en ellos (Gráfico 16). Les sigue en importancia la adquisición de conocimiento

Gráfico 16
Actividades de internacionalización. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

en el extranjero, aunque lo realiza un porcentaje muy pequeño de empresas (2,5%). Otras formas de internacionalización más complejas, como el establecimiento de filiales en el extranjero, el desarrollo de "joint ventures", la subcontratación, o la apertura de sucursales tienen una presencia muy pequeña en el tejido empresarial español de la PYME. La captación de inversiones o la realización de inversiones directas en empresas extranjeras son también actividades muy ajenas a las PYME españolas.

No se aprecian diferencias significativas por tramos de tamaño en relación con las actividades de internacionalización desarrolladas por la PYME, pero sí atendiendo al sector de actividad. En general, **las PYME industriales desarrollan en mayor medida actividades de internacionalización y de mayor complejidad**: así, el 36,0% exporta sus productos; el 12,7% adquiere bienes y servicios en el extranjero; el 9,1% adquiere conocimientos en el extranjero; el 1,9% tiene filiales en el extranjero; y el 0,1% capta inversiones extranjeras.

Las actividades de comercio exterior son las que se realizan también desde hace más tiempo por las PYME. De media, las PYME exportadoras lo hacen desde hace unos 20 años mientras que el resto de actividades de internacionalización se iniciaron, atendiendo a los valores medios, en la última década o última década y media.

Propensión exportadora

La propensión exportadora media[13] (peso de las exportaciones sobre el total de las ventas) de la PYME española en los dos últimos años se sitúa en el 20%.

No obstante, se aprecian **diferencias significativas por tamaño empresarial** ya que se observa que la propensión exportadora media aumenta con el tamaño empresarial[14] –oscila entre el 20% en las microempresas, el 23% en pequeñas empresas y el 35% en las empresas medianas– **y por sectores de actividad**, siendo superior en la *Industria* y en el sector de *Comercio, hostelería y transporte*.

Países a los que se dirige la actividad internacional

Las PYME con actividades de internacionalización dirigen sus actuaciones a una media[15] de 3 países diferentes. El número de países se incrementa ligeramente con el tamaño[16] y oscila entre los 3 países en el caso de la microempresa y los 5 países de media en las pequeñas y medianas empresas.

13. Valor de la mediana.

14. Este resultado es similar a los encontrados en los trabajos empíricos presentados en el Capítulo II, donde se muestra que la probabilidad de exportar y las posibilidades de efectuar estrategias exportadoras están relacionadas positivamente con el tamaño de la empresa (Cavusgil y Kevin (1981) y Merino (2001)).

15. Valor de la mediana.

16. Un resultado similar se encuentra en Calof (1994) para las empresas canadienses (véase Capítulo II).

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, el principal área de destino de las exportaciones de las PYME españolas son los países europeos (UE, Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y países candidatos de la UE[17]): el 93,4% de las PYME exportadoras dirige sus productos a esta zona. Le siguen en importancia, aunque a mucha distancia, los Países del Norte de África (28,1% de las PYME exportadoras) y los Países de Latinoamérica (22,4%). El porcentaje de empresas que exporta a países distintos de los ubicados en las zonas anteriores es del 18,3% (Tabla 16).

Tabla 16

Principales áreas de destino de las exportaciones de las PYME españolas. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Países de la UE, AELC o países candidatos a la UE	93,2	95,4	95,8	**93,4**
Países Latinoamericanos	20,6	39,1	30,9	**22,4**
Países del Norte de África	28,3	26,8	21,7	**28,1**
Otros países	17,8	27,2	15,7	**18,6**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 17

Principales áreas de destino de las exportaciones de las PYME españolas. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios	Total
Países de la UE, AELC o países candidatos a la UE	76,5	93,5	97,7	95,6	**93,4**
Países Latinoamericanos	22,8	6,5	28,2	12,0	**22,4**
Países del Norte de África	46,7	1,8	31,1	12,4	**28,1**
Otros países	11,7	0,0	29,1	4,3	**18,6**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

17. Estos tres grupos incluyen los siguientes países: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia, Suiza y Turquía.

Se observan pequeñas diferencias por tramos de tamaño empresarial que se concretan principalmente en que un mayor porcentaje de pequeñas y medianas empresas dirigen sus exportaciones a los Países Latinoamericanos mientras que las microempresas muestran una mayor orientación relativa a los Países del Norte de África.

Las diferencias por sectores de actividad son significativas (Tabla 17). **Las PYME industriales exportan en mayor medida que la media a los Países del Norte de África** mientras que las del resto de sectores muestra una gran concentración en los Países de la UE, AELC y candidatos a la UE.

3.4. Medidas de apoyo a la internacionalización empresarial

¿Las distintas medidas de apoyo a la internacionalización empresarial son conocidas y utilizadas?, ¿cómo son valoradas por la PYME? En este apartado se presentan los resultados de la Encuesta que permiten aproximar las respuestas a las cuestiones anteriores. El análisis se realiza desde una doble perspectiva, clasificando las medidas de acuerdo con su contenido y de acuerdo con las instituciones que las desarrollan.

Las medidas de apoyo a la internacionalización empresarial son poco conocidas por la PYME española y muy poco utilizadas: sólo el 17,8% de las empresas conoce algún tipo de Programa de información (información sobre el países de interés, sobre sectores, instituciones de apoyo, publicación de anuncios,...), pero el porcentaje que ha utilizado alguno de estos servicios desciende hasta el 6,9%; el 16,6% conoce Programas de promoción (asistencia a ferias, viajes institucionales, misiones comerciales, encuentros de cooperación empresarial, etc.), aunque sólo un 8,0% ha participado en alguno de estos eventos; un 11,6% conoce algún Programa de formación (seminarios, jornadas, cursos, etc.) relacionado con la internacionalización, pero el porcentaje que ha seguido alguno ni siquiera alcanza el 1%. El resto de Programas, como los de apoyo a la inversión directa, apoyo financiero o asesoramiento individualizado son conocidos por un porcentaje de PYME muy reducido, inferior al 10% y su nivel de participación es casi nulo (Tabla 18).

La valoración media de las pocas PYME que han utilizado las distintas medidas de apoyo es relativamente alta y se sitúa entre el 7,8 de los Programas de apoyo a la inversión directa en el exterior o el 7,7 de los Programas de asesoramiento individualizado y el 7,4 de valoración media obtenida por los Programas de información o de apoyo financiero (Tabla 18).

El tamaño muestral no permite aportar resultados detallados por tramos de tamaño ni por sectores. Sin embargo, cabe señalar que, en general, no se aprecian diferencias significativas ni en el grado de conocimiento ni de utilización de las medidas de apoyo en función del tamaño empresarial, con la excepción de los programas de información, promoción y apoyo financiero que sí son más conocidos a medida que aumenta el tamaño empresarial. Por el contrario, las **diferencias por sectores de actividad son muy marcadas**: en general, las **PYME del sector industrial conocen y participan más en los distintos programas y su valoración de los mismos es inferior a la de otros sectores**.

Tabla 18

Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la internacionalización empresarial. Clasificación temática de las medidas. Año 2008.

	Conoce (% sobre el total)	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
· Programas de información (información sobre el país de interés, sobre sectores, instituciones de apoyo, publicación de anuncios,...)	17,8	6,9	7,4
· Programas de promoción (asistencia a ferias, viajes institucionales, misiones comerciales, encuentros de cooperación empresarial, etc.)	16,6	8,0	7,6
· Programas de formación (seminarios, jornadas, cursos, etc.)	11,6	0,9	7,6
· Programas de apoyo a la inversión directa en el exterior (información, asesoramiento, subvenciones, etc.)	9,0	0,5	7,8
· Programas de apoyo financiero (créditos a la exportación, seguros de crédito a la exportación, deducciones fiscales, etc.)	5,8	1,6	7,4
· Programas de asesoramiento individualizado (promotores de negocios, gestores de exportación, asesoramiento jurídico-mercantil, servicios de traducción, etc.)	3,9	0,0	7,7

** Base muestral reducida: datos orientativos.*

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Si atendemos a la clasificación institucional, los resultados de la Encuesta en relación con el grado de conocimiento, utilización y valoración de las medidas de apoyo a la internacionalización empresarial se concretan en los puntos siguientes (Tabla 19):

a) Los programas de los gobiernos regionales, de las Cámaras de Comercio y de las asociaciones empresariales son los más conocidos y utilizados por la PYME, aunque los niveles de utilización son, como ya hemos señalado, muy bajos.

b) La valoración media de las medidas de apoyo es, en general, alta y oscila entre el 8,1 de las medidas de Otras instituciones sin fines de lucro y el 6,2 del grupo de Otros agentes institucionales.

c) En general, el grado de conocimiento y utilización de las medidas aumenta con el tamaño empresarial.

d) El sector industrial conoce y utiliza en mayor medida los distintos Programas de apoyo.

Tabla 19

Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la internacionalización empresarial. Clasificación institucional de las medidas. Año 2008

	Conoce (% sobre el total)	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
· Programas de apoyo del gobierno regional	17,8	1,8	7,8
· Programas o medidas de apoyo de las Cámaras de Comercio	17,0	1,4	6,6
· Programas o medidas de apoyo de Asociaciones empresariales	10,8	1,5	7,0
· Programas de apoyo del ICEX	9,0	0,1	7,8
· Programas o medidas de apoyo de otras instituciones sin ánimo de lucro	4,3	0,0	8,1
· Otros	1,2	0,0	6,2

** Base muestral reducida: datos orientativos.*
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

4. FINANCIACIÓN

4.1. Estructura financiera

La situación financiera de las empresas condiciona su actividad diaria, sus posibilidades de crecimiento y su planificación estratégica. La estructura financiera de la empresa, en particular el peso de la financiación ajena y su distribución entre corto y largo plazo, es el resultado de múltiples factores entre los que destacan la política estratégica de la empresa y la situación económica del mercado en el que desarrolla su actividad.

La literatura más reciente referida a las empresas españolas alcanza cierto consenso en señalar que las PYME tienen mayores restricciones de acceso al crédito, lo que en muchos casos se refleja tanto en una alta proporción de fondos propios como en un reducido peso de la financiación a largo plazo. Estos dos aspectos, junto con la alta utilización de la financiación bancaria, son rasgos característicos de la financiación de la PYME española.

La importancia de la financiación propia en la estructura financiera de la PYME se observa en el hecho de que un 62,4% de las PYME españolas financia sus actividades e inver-

siones sólo a través de fondos propios y no cuenta con financiación ajena (Tabla 20[18]). Por otra parte, entre las PYME que cuentan con financiación ajena, sólo en un 27,7% de ellas ésta representa más de un 50%.

En el grupo de empresas que tiene financiación ajena a corto plazo, el 62% de ellas tiene una financiación superior al 50% del total y sólo un 4,8% de ellas tiene una financiación ajena a corto plazo inferior al 25%. En general, las empresas que utilizan financiación ajena es para resolver problemas a corto plazo.

Por el contrario, la financiación ajena a largo plazo representa una práctica menos utilizada en las PYME: en un 57,7% de las PYME con financiación a largo plazo tiene ésta un peso inferior al 50%.

Tabla 20

Estructura financiera de las PYME. Distribución de empresas según peso de la financiación propia y ajena a corto y largo plazo. Año 2008. (Porcentajes)

		Financiación ajena	
	Financiación propia	Financiación a corto plazo	Financiación a largo plazo
Entre el 1% y el 25%	9,7	4,8	18,2
Entre el 26% y el 50%	18,0	33,3	39,5
Entre el 51% y el 75%	4,5	13,4	30,6
Entre el 76% y el 99%	5,4	12,2	3,1
El 100%	62,4	36,4	8,6
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Se encuentran diferencias significativas en la estructura financiera por tramos de tamaño y por sectores de actividad. **Las microempresas tienen un comportamiento diferente al resto de las PYME** (Tabla 21). El porcentaje de empresas que sólo cuenta con financiación propia se eleva al 65,5% cuando se trata de empresas de menos de 10 trabajadores y se reduce al 17,2% en el grupo de pequeñas empresas y al 0% en las empresas medianas. Este resultado indica que **el peso de la financiación propia disminuye con el tamaño de la empresa y, por tanto, el peso de la financiación ajena aumenta**. Parece claro que, a medida que la empresa crece, es más difícil cubrir sus necesidades de financiación con fondos propios y/o le es más fácil obtener recursos externos.

El porcentaje que supone la financiación propia en las PYME difiere también entre sectores de actividad (Tabla 22). La *Industria* y la *Construcción* recurren en mayor medida a la financiación ajena que los sectores de servicios. Así mientras que sólo el 38,2% de las

18. Esta Tabla presenta la distribución de las PYME según el peso de la financiación propia en la estructura financiera de la empresa. La financiación ajena se presenta distinguiendo entre corto y largo plazo.

empresas del sector de la *Construcción* y un 42,4% de las del sector industrial operan sin financiación ajena, esos porcentajes se elevan al 71% en los sectores de *Comercio, hostelería y transporte* y al 66,6% en *Otros servicios*.

Tabla 21
Estructura financiera de la PYME. Distribución de empresas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

Financiación propia	Microempresa	Pequeña	Mediana
Entre el 1% y el 25%	8,9	18,8	30,0
Entre el 26% y el 50%	16,4	42,2	50,0
Entre el 51% y el 75%	4,3	9,4	10,0
Entre el 76% y el 99%	4,9	12,5	10,0
El 100%	65,5	17,2	0,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 22
Distribución de PYME por sectores económicos en relación al peso de la financiación propia. Año 2008. (Porcentajes)

Financiación propia	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Entre el 1% y el 25%	9,4	14,5	6,7	11,1
Entre el 26% y el 50%	28,2	38,2	13,0	13,4
Entre el 51% y el 75%	1,2	4,6	5,5	4,1
Entre el 76% y el 99%	18,8	4,6	3,8	4,8
El 100%	42,4	38,2	71,0	66,6
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

El porcentaje de empresas con una financiación propia inferior al 50% de su financiación total alcanza el 37,6% de las empresas en la *Industria*, el 52,7% de la *Construcción*, el 19,7% del *Comercio, hostelería y transporte* y el 24,5% de *Otros servicios*.

En resumen, la *Industria* y la *Construcción* tienen un comportamiento más similar en cuanto al tipo de financiación que utiliza –financiación mixta en diferentes porcentajes–, frente a los sectores relacionados con los servicios, donde un 70% opera únicamente con financiación propia.

En cuanto a la financiación ajena a corto plazo también se encuentran diferencias significativas por tramos de tamaño (Tabla 23). En el 40% de las microempresas, el total de

su financiación ajena es a corto plazo y este porcentaje disminuye hasta el 10% en el caso de las empresas medianas. Por tanto, **el peso de la financiación ajena a corto plazo disminuye a medida que aumenta el tamaño empresarial**[19]. Las microempresas son las que mayoritariamente utilizan la financiación ajena a corto plazo.

En cuanto a la importancia de la financiación ajena a corto plazo en los distintos sectores económicos[20] (Tabla 24) se observan también diferencias significativas. En el 60,9% de las PYME industriales el total de su financiación ajena es a corto plazo. Este porcentaje se reduce al 51,2% en *Comercio, hostelería y transporte,* al 40,1% en *Otros servicios* y al 4,7% en la *Construcción*.

Tabla 23

Financiación ajena a corto plazo. Estructura financiera. Detalle por tramo de tamaño empresarial (porcentaje sobre el total)

Financiación ajena a corto plazo	Microempresa	Pequeña	Mediana
Entre el 1% y el 25%	2,3	18,2	20,0
Entre el 26% y el 50%	32,3	34,5	60,0
Entre el 51% y el 75%	12,7	20,0	0,0
Entre el 76% y el 99%	12,7	9,1	10,0
El 100%	39,9	18,2	10,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 24

Distribución de PYME por sectores económicos en relación al peso de la financiación ajena a corto plazo. Año 2008. (Porcentajes)

Financiación ajena a corto plazo	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Entre el 1% y el 25%	0,0	13,2	4,0	0,7
Entre el 26% y el 50%	28,3	50,9	16,0	36,5
Entre el 51% y el 75%	6,5	8,5	20,8	13,1
Entre el 76% y el 99%	4,3	22,6	8,0	9,5
El 100%	60,9	4,7	51,2	40,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

19. Un resultado similar encuentra Sogorb (2002) para un panel de empresas españolas.

20. Los porcentajes están calculados sobre el total de empresas que tienen financiación ajena a corto plazo, eliminando aquellas empresas que contestaron que el porcentaje de financiación a corto plazo era 0%.

Cuando se analiza la distribución de las PYME en relación al peso de **la financiación a largo plazo**, (Tabla 25) se observa que la situación más frecuente tanto para las microempresas como para las pequeñas empresas es que ésta se sitúe entre el 26 y 50%. Sin embargo, el 40% de las empresas medianas tienen una financiación a largo plazo con un peso entre el 51% y 75%. Las empresas que tienen menos de 10 trabajadores son las que presentan un menor porcentaje (9,8%, frente al 20% en pequeñas y medianas) de empresas con un peso superior al 75%.

Por tanto, el peso de la financiación a largo plazo aumenta con el tamaño empresarial.

Tabla 25

Distribución de PYME por tamaño en relación al peso de la financiación ajena a largo plazo. Año 2008. (Porcentajes)

Financiación a largo plazo	Microempresa	Pequeña	Mediana
Entre el 1% y el 25%	19,1	15,2	10,0
Entre el 26% y el 50%	38,7	45,7	30,0
Entre el 51% y el 75%	32,3	19,6	40,0
Entre el 76% y el 99%	0,0	17,4	10,0
El 100%	9,8	2,2	10,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

No se encuentran diferencias significativas por sectores de actividad en relación con el peso de la financiación ajena a largo plazo en el conjunto de su estructura financiera.

4.2. Períodos medios de cobro y de pago

Existen algunos factores de la actividad diaria de las empresas que influyen directamente en su financiación y en especial en el plazo de la misma. Es el caso de los períodos medios de cobro y de pago en las empresas, cuyas diferencias requieren a menudo el recurso a instrumentos financieros para resolver posibles problemas de liquidez.

Según los datos de la Encuesta, el plazo medio del período de cobro en la PYME es similar al de pago y se sitúa en torno a los dos meses. Este resultado esconde diferencias sustanciales por tamaño empresarial y por sectores de actividad. Por ejemplo, cuando se trata de microempresas, el período medio de cobro[21] es de 1,7 meses frente a los 3,6 meses de la pequeña empresa o los 3,4 meses de las medianas. El período medio de pago

21. Los valores incorporados en la Tabla 29 de los períodos medios de cobro y de pago están calculados como medias ponderadas.

para la microempresas es de 1,7 meses, siendo el de pequeñas y medianas 2,5 y 2,7 respectivamente.

Por un lado, estos datos reflejan que a medida que aumenta el tamaño de la empresa aumentan tanto el período medio de cobro como el de pago. Es posible que el tamaño mejore el poder de negociación con los proveedores, lo que permite alargar su período de pago, y por otro lado, también puede permitirse el que sus clientes les paguen a más plazo.

La diferencia de meses entre el período medio de cobro y de pago es mínima en las microempresas, pero aumenta en las empresas de tamaño superior (Tabla 26). Así, para las pequeñas y medianas empresas, la diferencia se sitúa entre 1,1 y 0,7 meses. En cualquier caso, en estos tramos de tamaño, el plazo de las obligaciones de pago es inferior al período de cobro, lo que implica necesidades de financiación para la actividad diaria.

En cuanto a los sectores económicos, el período medio de cobro de los clientes es mayor en el sector industrial y la *Construcción*, al igual que el período medio de pago a proveedores (Tabla 26). La mayor diferencia entre plazos se encuentra en el sector de la *Construcción* (0,9 meses de diferencia). En el sector de *Otros servicios* el período medio de cobro es inferior al de pago, lo que sin duda está relacionado con el hecho de que una buena parte de estos servicios se presten a particulares y se abonen en efectivo.

Estos **períodos medios de cobro y de pago**, en general, han permanecido **constantes en el último año**. Un 76,5% de las PYME cree que el período medio de cobro se ha mantenido constante y un 85,5%, que también lo ha hecho el período medio de pago. **Un 23,1% de las PYME considera que el período medio de cobro ha aumentado y sólo un 10,8% de las mismas afirma que también ha aumentado el período medio de pago** (Gráfico 17). Este último resultado apunta a un aumento de los problemas de liquidez en el último año.

Tabla 26
Período medio de cobro y de pago en las PYME, según tamaño y sector económico. Año 2008. (Meses)

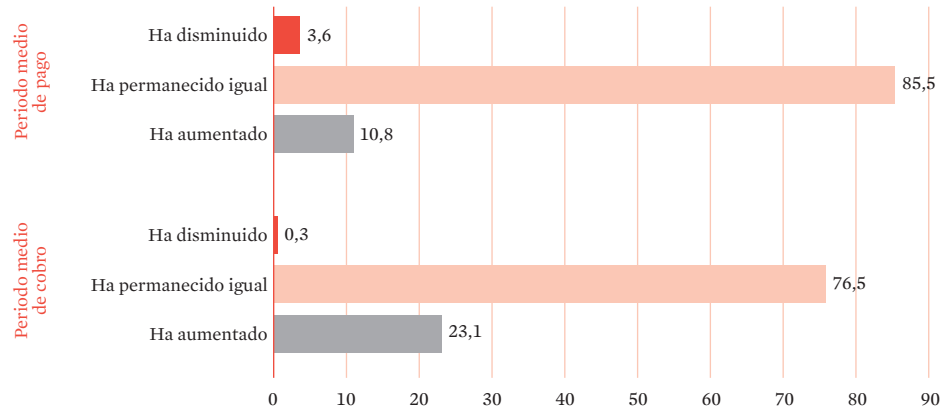
	Período medio de cobro	Período medio de pago
Microempresa	1,7	1,7
Pequeña	3,6	2,5
Mediana	3,4	2,7
Industria	2,4	2,2
Construcción	3,6	2,7
Comercio, hostelería y transporte	1,6	1,5
Otros servicios	1,3	1,7
Total	**2,0**	**2,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Respecto a la evolución del período medio de cobro y de pago en el último año, no se han encontrado diferencias significativas por tamaño empresarial, pero sí por sectores económicos (Gráfico 18). Las mayores diferencias se encuentran en el período de pago. El sector de *Comercio, hostelería y transporte* parece estar más afectado por la disminución de los períodos de pago mientras que el sector industrial parece ser el menos afectado por cambios en los períodos de cobro y pago.

Gráfico 17

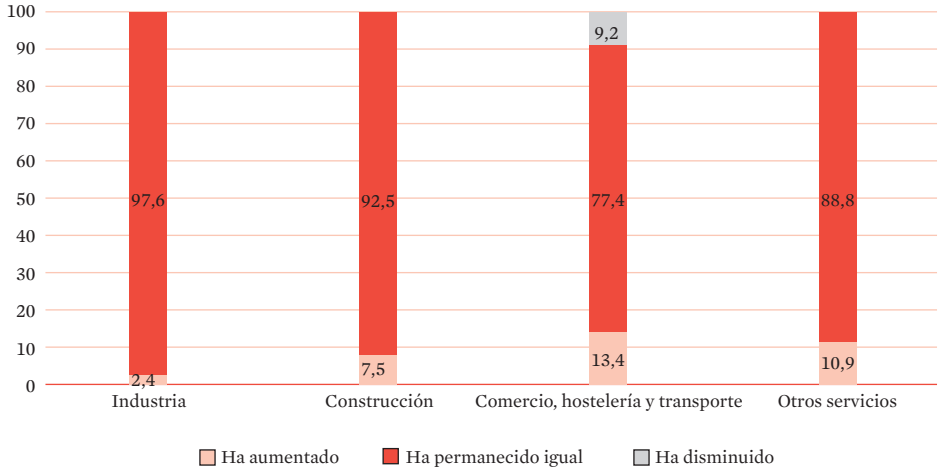
Evolución del período medio de cobro y de pago en el último año. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Gráfico 18

Evolución del período medio de pago de la PYME en el último año. Detalle por sectores de actividad (porcentaje sobre el total)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

4.3. Obstáculos a la financiación

Según los resultados de la Encuesta, los denominados "Otros obstáculos" que agrupan la falta de información sobre ayudas a la financiación y los costes administrativos de las mismas son el mayor obstáculo a la financiación de la PYME (Tabla 27). Le siguen en importancia el coste de la financiación a largo plazo y, en menor medida, a corto plazo, y la dificultad de obtención de garantías y avales.

Tabla 27
Valoración media por parte de la PYME de los distintos obstáculos a su financiación. Año 2008

Valoración	Media
Otros	9,9
Coste de la financiación a largo plazo	6,5
Coste de la financiación a corto plazo	6,3
Dificultad de la obtención de garantías o avales	6,2
Dificultad de acceso a la financiación a largo plazo	6,0
Dificultad de acceso a la financiación a corto plazo	5,6
Inadecuación de los instrumentos financieros a las necesidades de su empresa	5,0

Nota metodológica: Escala de valoración del 1 al 10.
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

No se observan diferencias significativas por tramos de tamaño, excepto en dos obstáculos:

1. El coste de la financiación a largo plazo es un obstáculo más sentido por las pequeñas y medianas empresas, resultado acorde con el hecho de que éste es el tramo en el que este tipo de financiación tiene un mayor peso en la estructura financiera[22].
2. La dificultad para obtener avales y garantías es un mayor obstáculo para las empresas medianas ya que su grado de utilización es también mayor en este tramo de tamaño.

En relación a las diferencias significativas encontradas por sectores económicos, podemos resumirlas en los puntos siguientes (Tabla 28):

1. El coste de la financiación a largo plazo y la dificultad de acceso a la misma son obstáculos de mayor importancia en la *Industria* y la *Construcción* que en los servicios.
2. En el acceso a la financiación a corto plazo, las PYME del sector de la *Construcción* encuentran mayores obstáculos que las del resto de sectores, pero el coste de la misma es un obstáculo de mayor importancia para la *Industria*.

22. Un resultado similar se encuentra en los trabajos de Estrada y Vallés (1998) y Segura y Toledo (2003).

3. En relación a la dificultad de encontrar avales o garantías, son las PYME industriales las que dan mayor importancia a este obstáculo, seguidas de las del sector de la *Construcción*.

4. La inadecuación de los instrumentos financieros a las necesidades de la empresa es más sentida en el sector de *Otros servicios*.

Tabla 28
Valoración media de las dificultades encontradas en la financiación de la PYME, por sectores económicos. Año 2008

Valoración	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Coste de la financiación a largo plazo	7,7	7,2	6,6	5,8
Dificultad de acceso a la financiación a largo plazo	7,4	7,1	5,9	5,5
Dificultad de la obtención de garantías o avales	7,2	6,9	5,5	6,5
Coste de la financiación a corto plazo	7,2	6,6	6,3	6,0
Dificultad de acceso a la financiación a corto plazo	5,1	6,3	5,5	5,6
Inadecuación de los instrumentos financieros a las necesidades de su empresa	4,6	5,4	4,2	5,8

Nota metodológica: Escala de valoración del 1 al 10.
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

4.4. Instrumentos financieros

El mercado financiero para las PYME es amplio y variado, aunque no todas las empresas tienen información exacta sobre el tipo de instrumentos financieros y los costes y beneficios de cada uno de ellos.

Los instrumentos financieros bancarios son los más conocidos y los más utilizados por la PYME española: en torno al 98,4% de ellas conoce los préstamos y créditos bancarios y los utilizan entre un 30,9% y un 37,4%. Otros instrumentos bancarios, como los descuentos de letras y recibos, son conocidos por un 65,4% de las PYME, pero su utilización se reduce hasta el 15,6% de las empresas. Los créditos de los proveedores son también instrumentos bastante generalizados en la PYME española: el 76,3% los conoce y el 20,5% los utiliza (Tabla 29).

En la literatura sobre financiación y PYME se puede encontrar (véase Capítulo II) algunas referencias a trabajos nacionales e internacionales sobre distintos instrumentos financieros.

Los créditos de instituciones de gobiernos regionales, los créditos del ICO o los microcréditos son también conocidos por más del 50% de las PYME, pero su nivel de utiliza-

ción es muy reducido. Otros instrumentos más recientes en el tiempo, como el capital riesgo, los fondos Business Angels y los préstamos participativos, presentan niveles de conocimiento y de utilización muy bajos.

Bajo el epígrafe de "Otros instrumentos" que las PYME conocen y utilizan se incluyen los créditos hipotecarios, los pagarés, el leasing y los créditos de empresas filiales. De ellos, los pagarés y los créditos hipotecarios son los más utilizados.

Tabla 29

Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintos instrumentos financieros a disposición de la PYME. Año 2008

	Conoce (% sobre el total)	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
Préstamos bancarios	98,4	30,9	7,3
Créditos bancarios	97,9	37,4	7,6
Créditos de los proveedores	76,3	20,5	7,8
Créditos de Instituciones del Gobierno regional	70,1	5,5	7,2
Descuentos de letras, recibos, etc.	65,4	15,6	7,2
Créditos del ICO	62,3	7,2	6,9
Microcréditos	54,0	3,3	6,3
Avales y otras garantías	53,8	15,4	7,8
Capital riesgo	33,1	3,5	5,0
Fondos de Business Angels	8,2	0,0	
Préstamos participativos	5,9	0,1	7,0
Otros	5,5	4,2	8,2

** Base muestral reducida: datos orientativos.*

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

La valoración que las PYME hacen de los distintos instrumentos financieros es en general buena. El instrumento peor valorado es el capital riesgo. Este resultado es coincidente con el obtenido en otros trabajos recientes[23] y está relacionado, en general, con la pérdida de control sobre la sociedad que implica este tipo de financiación.

El acceso a la información sobre distintos instrumentos financieros puede estar condicionado por el tamaño empresarial. Cuando las empresas son muy pequeñas, normalmente trabajan con su banco y no cuentan con recursos para acceder a otros instrumentos

23. Para ver una aproximación cualitativa a la valoración que las PYME de los sectores de media y alta tecnología hacen de los instrumentos de financiación alternativa, véase Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos (2007).

no bancarios. Sin embargo, las empresas pequeñas y medianas pueden contar con alguna persona, o incluso algún departamento, dedicado a la financiación de la empresa.

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, se puede señalar que se observan **diferencias** en el grado de conocimiento y utilización de los distintos instrumentos financieros **en función del tamaño empresarial** y que se concretan en los puntos siguientes:

1. A medida que la empresa aumenta su tamaño, aumenta el abanico de instrumentos financieros que conoce. Sólo cabe señalar como excepción los créditos de Instituciones del Gobierno regional, que son más conocidos por las empresas pequeñas que por las medianas.
2. Los instrumentos más novedosos –como capital riesgo, fondos de Business Angels o préstamos participativos– no le son extraños a las empresas medianas: un 60% conoce el capital riesgo y un 40% los préstamos participativos.
3. Los únicos instrumentos que han sido utilizados por un porcentaje más alto de microempresas que del resto, son los microcréditos y los créditos del ICO. Estos instrumentos están definidos principalmente para este tipo de empresas.
4. El instrumento mejor valorado por las empresas medianas son los créditos de instituciones del Gobierno regional. Esta valoración es menor en las microempresas y pequeñas empresas.
5. Otros instrumentos que mejoran su valoración con el tamaño empresarial son el descuento de letras, recibos, etc. y el capital riesgo.

Se observan también **diferencias significativas por sectores** de actividad en relación con el conocimiento y utilización de los distintos instrumentos financieros:

1. Las empresas industriales y de la *Construcción* conocen un mayor abanico de instrumentos financieros: más de la mitad de las PYME industriales conocen todos los instrumentos financieros. En el extremo contrario, se encuentran los sectores del *Comercio, hostelería y transporte* y *Otros servicios*: sólo un 2,4% de las empresas de estos sectores han oído hablar de préstamos participativos, un 5,8% de las empresas del *Comercio, hostelería y transporte* conocen el capital riesgo y un 4,7% conoce los avales y garantías.
2. Se encuentran también diferencias significativas en la utilización de los instrumentos. El sector de la *Construcción* es el que utiliza un mayor rango de instrumentos. Las PYME de *Comercio, hostelería y transporte* tienden a utilizar los instrumentos tradicionales bancarios, mientras que el sector industrial, además de los tradicionales, utiliza otros más innovadores.
3. Los créditos del ICO disfrutan de la misma valoración para las PYME industriales y de la *Construcción*, con una media de 7; las PYME pertenecientes a *Comercio, hostelería y transporte* valoran con un 8 a este instrumento; y las pertenecientes a *Otros servicios*, con un 6.

4. Los créditos de Instituciones del Gobierno regional, en general, están bien valorados. Las PYME industriales los valoran con un 8 de media y las de la *Construcción,* con un 9. Sin embargo, las empresas de *Otros servicios* los penalizan con una valoración media de 4.

5. Los créditos de los proveedores tienen asignado un valor de media de 8 por parte de las PYME de la *Industria* y de *Construcción* y *Comercio, hostelería y transporte*. Las PYME de *Otros servicios* lo valoran menos, con un 7.

6. Los descuentos de letras, recibos, etc. tienen una valoración distinta en cada sector. La *Industria* le asigna un 9; la *Construcción* le da de media un 8; el sector de *Comercio, hostelería y transporte* un 7; y las PYME pertenecientes a *Otros servicios* le asignan un 5.

5. RECURSOS HUMANOS

5.1. Características de las personas empleadas

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, los principales rasgos del empleo de la PYME se resumirían en los puntos siguientes:

a) **Grado de feminización del empleo relativamente bajo**. En torno al 68,8% de las personas que trabajan en las PYME son hombres y el 31,2% son mujeres, lo que indica un grado de feminización inferior al del conjunto de la economía (42,2% de mujeres y 57,8% de hombres, según datos de la EPA correspondientes al 3º Trimestre de 2008).

b) **La gran mayoría de los trabajadores se sitúa en los tramos intermedios de edad**. El 83,6% de los trabajadores de la PYME tiene entre 26 y 55 años mientras que los trabajadores más jóvenes (menores de 25 años) sólo representan el 6,6% del empleo total y los de mayor edad (mayores de 55 años) el 9,8%. En términos comparados, se puede señalar que el empleo de la PYME está más concentrado en los tramos intermedios de edad.

c) La **participación de trabajadores extranjeros** en el empleo se sitúa en torno al 4%.

d) Se observan **diferencias en el empleo** de la PYME **atendiendo al tamaño empresarial.** Así, a medida que aumenta el tamaño se reduce la participación de las mujeres (34,9% en la microempresas, 18,4% en las medianas empresas) y disminuye también la edad media de los trabajadores; es decir, las empresas medianas cuentan con un empleo más joven que las microempresas; y aumentan de forma notable el porcentaje de trabajadores extranjeros (Tabla 30).

e) Las **características del empleo varían también de forma notable en función del sector de actividad**. El mayor grado de feminización del empleo se observa en *Otros servicios* (44,5%) y el menor en la *Construcción* (18,9%). Los jóvenes tienen una mayor presencia en el empleo de *Otros servicios* (8,8%) mientras que el empleo industrial y

el de *Comercio, hostelería y transporte* está más envejecido (los mayores de 55 años representan respectivamente el 13,3% y el 15,7%). Los trabajadores de procedencia extranjera tienen una presencia mayor en la *Construcción* (7,1% frente a 4,0% en el conjunto de la PYME) (Tabla 31).

Tabla 30

Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

Características de los trabajadores	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Total
Hombres	65,1	72,3	81,6	68,8
Mujeres	34,9	27,8	18,4	31,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Menores de 25 años	5,5	8,9	8,4	6,6
Entre 26 y 55 años	82,7	84,0	87,3	83,6
Mayores de 55 años	11,8	7,1	4,3	9,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
De procedencia extranjera	1,6	7,3	11,1	4,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 31

Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

Características de los trabajadores	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios	Total
Hombres	67,9	81,1	70,1	55,5	68,8
Mujeres	32,1	18,9	29,9	44,5	31,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Menores de 25 años	5,3	5,6	5,8	8,8	6,6
Entre 26 y 55 años	81,4	85,2	78,5	86,7	83,6
Mayores de 55 años	13,3	9,2	15,7	4,4	9,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**99,9**	**100,0**
De procedencia extranjera	2,3	7,1	3,5	1,9	4,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

5.2. Condiciones de trabajo

El empleo de la PYME presenta una alta estabilidad. El 84,3% de los trabajadores de la PYME tiene una relación por tiempo indefinido con la empresa, ya sea porque es socio de la misma o porque es asalariado con contrato indefinido. Por el contrario, el 15,8% de los trabajadores son asalariados con contrato de duración determinada (Tabla 32).

No obstante, se observan diferencias notables en función del tamaño empresarial y del sector de actividad. **La temporalidad del empleo aumenta** de forma importante con el tamaño empresarial, hasta afectar al 47,3% del total del empleo en **las empresas de tamaño mediano**; y es también superior en la *Construcción* (27,1%) y en los servicios que en la *Industria* (6,5%) (Tabla 32).

Otro aspecto relacionado con la estabilidad es la rotación del empleo. La rotación se considera, inicialmente, un elemento negativo en las ganancias de competitividad empresarial porque conlleva una menor experiencia en el puesto de trabajo y un menor conocimiento por parte de los trabajadores de los elementos propios de la cultura empresarial. Así, la rotación eleva los costes internos de reemplazo y formación e influye negativamente en la productividad media de la empresa.

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, la rotación en la PYME española es muy baja: sólo el 1,7% de la plantilla lleva menos de doce meses en su puesto de trabajo. No obstante, se aprecian importantes diferencias atendiendo al tamaño empresarial, que oscilan entre el 1,1% en la microempresa y el 13,4% en las empresas medianas (Tabla 33).

Tabla 32

Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por tramo de tamaño y sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

% sobre el total	Indefinido	Temporal	Total
Microempresa	92,4	7,6	100,0
Pequeña empresa	78,3	21,7	100,0
Mediana empresa	52,7	47,3	100,0
Total	**84,3**	**15,7**	**100,0**
Industria	93,5	6,5	100,0
Construcción	72,9	27,1	100,0
Comercio, hostelería y transporte	89,8	10,2	100,0
Otros servicios	88,3	11,7	100,0
Total	**84,3**	**15,7**	**100,0**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Tabla 33

Trabajadores con menos de un año en la empresa. Detalle por tramo de tamaño y sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

Valor de la media	% sobre el total
Microempresa	1,1
Pequeña empresa	10,2
Mediana empresa	13,4
Total	**1,7**
Industria	1,3
Construcción	4,0
Comercio, hostelería y transporte	0,9
Otros servicios	1,9
Total	**1,7**

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

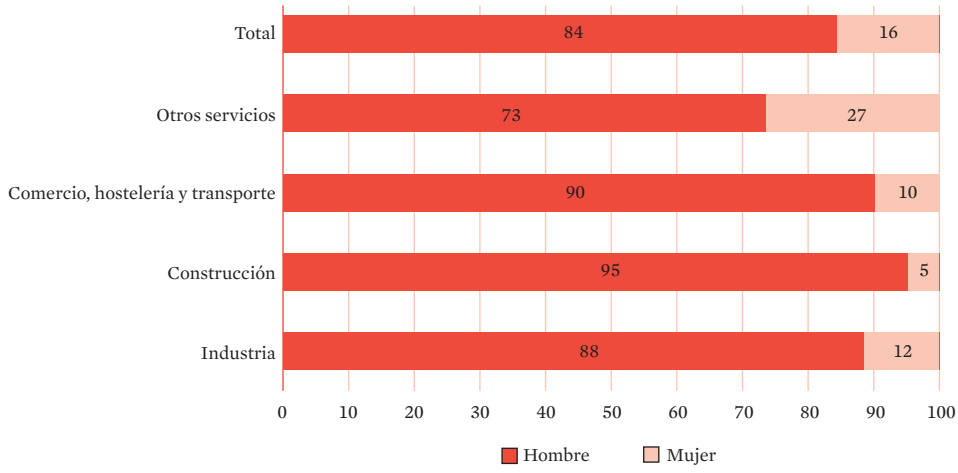
5.3. Participación de las mujeres en el capital y la dirección empresarial

Como se ha señalado, en torno al 31% de las personas que trabajan en las PYME son mujeres, un porcentaje relativamente bajo, pero que se reduce aún más en la participación en puestos de responsabilidad.

Las mujeres están claramente infra representadas tanto en el capital como en los puestos de dirección de las PYME españolas: sólo el 16% está dirigida por una mujer y la participación media de las socias en el capital es del 14%. Aunque ambos ratios se reducen ligeramente a medida que aumenta el tamaño empresarial, las diferencias no son significativas. Sin embargo, sí se aprecian diferencias significativas atendiendo al sector de actividad. La mayor participación de las mujeres se registra en el sector de *Otros servicios* (el 27% están dirigidas por mujeres y su participación media en el capital es del 24%), aunque ni siquiera en este sector se supera el valor del 30%, valor umbral de la infra representación. Por el contrario, la menor presencia de mujeres se observa en el sector de la *Construcción* (sólo el 5% de las empresas están dirigidas por mujeres y su participación media es del 6%) (Gráficos 19 y 20).

Gráfico 19

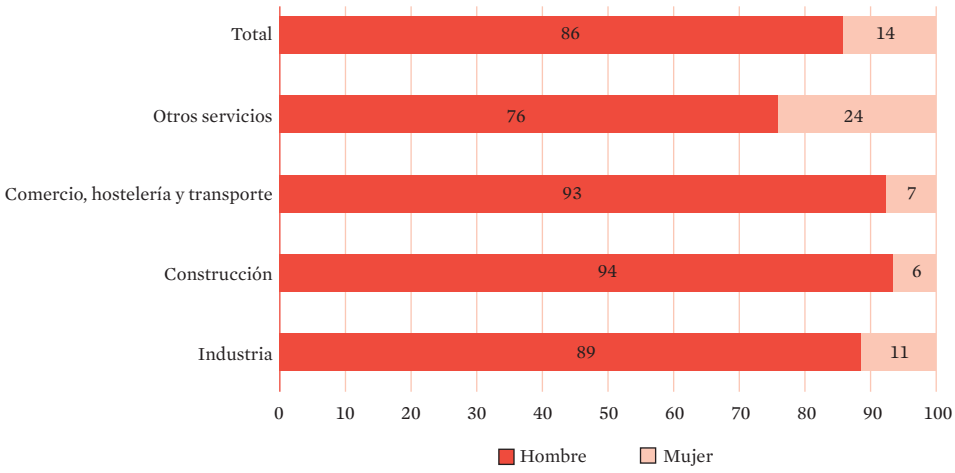
Empresas dirigidas por hombres y mujeres. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Gráfico 20

Participación media de hombres y mujeres en el capital social. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

5.4. Necesidades de cualificación

Por cualificación se entiende la habilidad para desarrollar un conjunto de tareas de acuerdo con un nivel pre-establecido de competencias. Pero el término tiene también una acepción más dinámica, que incluye la capacidad de aumentar dichas habilidades, de producir y asimilar nuevos conocimientos.

Las carencias de cualificaciones adecuadas para desempeñar determinados puestos se clasifican habitualmente en dos grandes grupos:

1. **Dificultades de contratación** en el mercado de trabajo. En este caso, el análisis suele centrarse en las vacantes (ocupaciones) de difícil cobertura, que se deben principalmente a un exceso de demanda sobre la oferta de trabajo. Son vacantes debidas, principalmente, a una escasez de cualificaciones, que se manifiesta, sobre todo, a través de un número bajo de candidatos con las habilidades y cualificaciones requeridas.
2. **Carencias internas de cualificación**. Entendidas éstas como la diferencia entre el nivel de cualificación de los trabajadores y el nivel que se considera necesario para alcanzar los objetivos empresariales. A nivel individual es la diferencia entre la cualificación del trabajador que ocupa un puesto y el nivel de cualificación que ese puesto requeriría para desempeñar sus funciones adecuadamente.

Las dificultades de contratación de determinados perfiles profesionales se concretan, como hemos señalado, en las denominadas vacantes. Los resultados de la Encuesta reflejan el cambio de ciclo de la economía española en los últimos meses[24]. Así, mientras que hace seis meses el 3,4% de las PYME tenía alguna vacante, en la actualidad este porcentaje se ha reducido al 0,6%. Sin embargo, las diferencias por tamaño son significativas y, como cabe esperar, **el número de empresas con vacantes se eleva con el tamaño empresarial**: el 14,2% de las pequeñas empresas tenía vacantes haces seis meses y el 3,5% aún las tiene actualmente; y estos porcentajes se elevan respectivamente al 19,1% y 5,8% en el caso de las medianas empresas (Tabla 34).

Las diferencias por sectores de actividad son también significativas y muestran que **las PYME industriales son las más afectadas por las vacantes** (el 8,5% tenía puestos vacantes hace seis meses y el 3,3% aún los tiene) mientras que su incidencia actual es mínima en *Comercio, hostelería y transporte* y en la *Construcción* (Tabla 34).

El gap interno de cualificación, es decir, las necesidades de cualificación de la plantilla, se puede aproximar por el grado de adecuación de las habilidades y competencias de los trabajadores a las funciones que desarrollan en sus puestos de trabajo. Por otra parte, entre las competencias más solicitadas a los trabajadores se encuentra actualmente el grado de compromiso con el proyecto empresarial.

24. Para un detallado análisis de las necesidades de cualificación en la industria española en el año 2007 puede consultarse MITYC (2007): Mapa de necesidades de cualificación en la industria española (http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/38D67419-0891-421B-AD30-493D2D1EE85F/0/9InformeCuantitativodefinitivov10.pdf)“

Tabla 34
Empresas con vacantes hace seis meses y en la actualidad. Año 2008. (Porcentajes)

Empresas según número de vacantes (% sobre el total)	Hace seis meses	En la actualidad
Ninguna vacante	96,6	99,4
Entre 1 y 4 vacantes	3,1	0,6
Entre 5 y 9 vacantes	0,2	0,0
Más de 9 vacantes	0,0	0,0
Total	**100,0**	**100,0**

Empresa con una o más vacantes (% sobre cada tramo)	Hace seis meses	En la actualidad
Microempresa	2,6	0,4
Pequeña empresa	14,2	3,5
Mediana empresa	19,1	5,8
Total	**3,4**	**0,6**

Empresa con una o más vacantes (% sobre cada tramo)	Hace seis meses	En la actualidad
Industria	8,5	3,3
Construcción	5,9	0,2
Comercio, hostelería y transporte	1,9	0,1
Otros servicios	3,0	0,7
Total	**3,4**	**0,6**

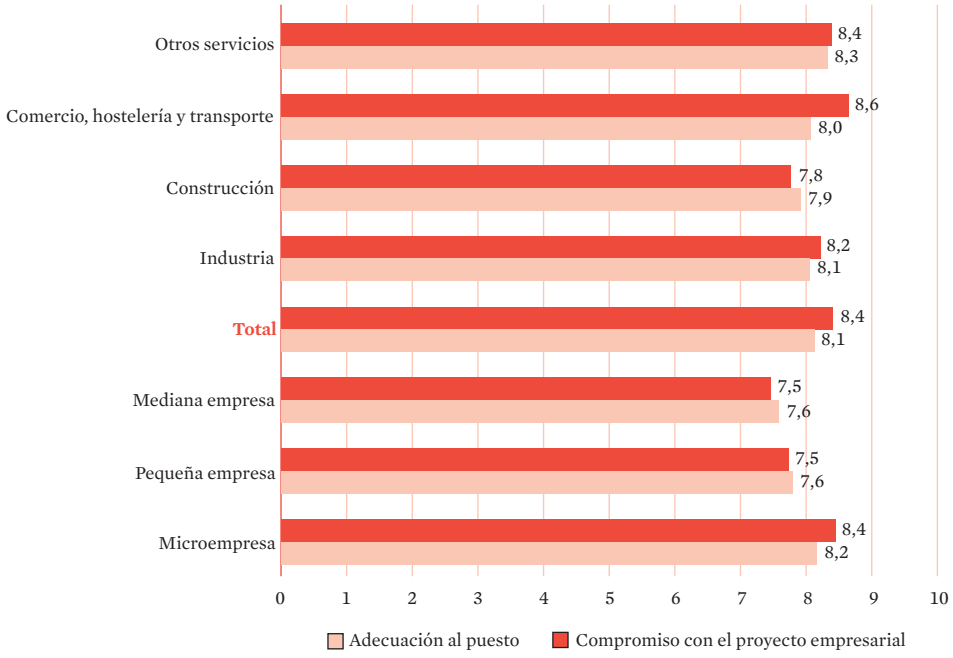
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Los resultados de la Encuesta muestran que las PYME consideran que sus trabajadores tienen un nivel de cualificación bastante adecuado a las funciones que desarrollan (le otorgan una valoración de 8,1 puntos, en una escala de 1 a 10) y que su grado de compromiso con el proyecto empresarial es también muy alto (8,4 en una escala de 1 a 10) (Gráfico 21). Ambas valoraciones son además bastante similares por sectores de actividad y tramos de tamaño empresarial, aunque se reducen ligeramente a medida que este último aumenta.

Por último, cabe señalar que, según la información de la Encuesta, el porcentaje de la plantilla que recibe formación en las PYME **se sitúa en torno al 23,6%, aunque esta variable presenta una importante dispersión**, especialmente en el caso de la microempresa. Asimismo, se aprecian también diferencias por sector de actividad, siendo el sector de *Otros servicios* el que señala un mayor porcentaje (49,5%) y el sector de *Comercio, hostelería y transporte* un porcentaje menor (5,8%).

Gráfico 21

Adecuación de la cualificación de los trabajadores al puesto de trabajo y grado de compromiso con el proyecto empresarial. Año 2008. (Valor medio)



Nota metodológica: Escala de valoración del 1 al 10.
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

5.5. Medidas de apoyo a la mejora de los recursos humanos

Entre las actuaciones más frecuentes en la PYME para el desarrollo de las competencias de los trabajadores se encuentran las visitas a exposiciones y ferias (el 29,2% de las PYME las realiza) y los cursos, seminarios y conferencias, ya sean de formadores externos (26,1%) o internos (15,8%). En general, el porcentaje de PYME que realiza reuniones de personal para intercambiar conocimientos, que promociona la lectura de documentos profesionales, o que realiza actividades con tutor es muy pequeño y se sitúa en torno al 10%. Otras prácticas, como la cooperación con consultores y consejeros para desarrollar la competencia interna, la rotación en el trabajo (interna y en otras compañías) y las visitas de estudio, son claramente minoritarias (Tabla 35).

Las PYME valoran, en general, de forma positiva las actuaciones dirigidas a la mejora de las competencias de la plantilla. Las prácticas mejor valoradas son las reuniones de personal para intercambiar conocimiento (8,3 puntos sobre 10) y los cursos, seminarios y conferencias de formadores externos (8,2). Las visitas a exposiciones y ferias son, en opinión de las PYME, las que en menor medida se ajustan a sus necesidades.

Tabla 35

Grado de utilización y valoración de las actuaciones para mejorar los recursos humanos de la empresa. Año 2008. (Porcentajes)

	Ha utilizado (% sobre el total)	Valoración media* (Del 1 al 10)
Visitas a exposiciones y ferias	29,2	6,9
Cursos/seminarios/conferencias de formadores externos	26,1	8,2
Cursos/seminarios/conferencias del propio personal	15,8	7,8
Reuniones de personal para intercambiar conocimiento	11,6	8,3
Promoción de la lectura de documentos profesionales	10,5	7,8
Actividades con tutor para el personal	9,8	7,9
Cooperación con consultores y consejeros para desarrollar la competencia interna	2,2	7,4
Rotación en el trabajo (interna y en otras compañías)	1,5	7,7
Visitas de estudio	1,4	7,9

**Base muestral reducida: datos orientativos.*
Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

No se observan diferencias significativas por tamaño empresarial en relación con el grado de realización de las distintas actuaciones para mejorar los recursos humanos, salvo en el caso de los cursos, seminarios y conferencias del propio personal y en las actividades con tutor, cuya frecuencia aumenta con el tamaño empresarial. Las valoraciones medias de las distintas actuaciones no son tampoco muy dispares por tramo de tamaño empresarial.

Por sectores se observan algunas diferencias significativas que se resumen en el hecho de que la *Industria* y el sector de *Otros servicios* realizan una mayor variedad de prácticas de mejora de las competencias.

6. PRÁCTICAS DE GESTIÓN

Las prácticas de gestión que buscan mejorar la productividad y los resultados de la empresa son un elemento claro de profesionalización de la misma y pueden, en este sentido, considerarse también entre los factores de competitividad empresarial.

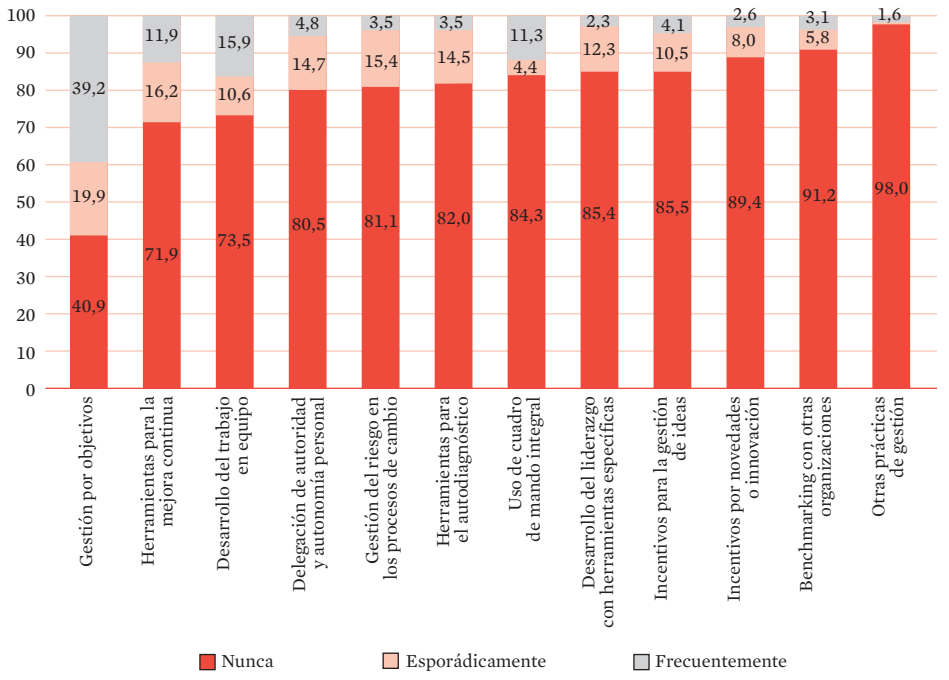
Al igual que ocurre con la financiación, a medida que las empresas aumentan de tamaño, es más fácil que tengan personal especializado o departamentos que profesionalizan la gestión de la empresa. Sin embargo, muchas de estas prácticas son aún ajenas a las PYME, por lo que se considera importante una actuación de motivación y concienciación sobre la importancia de las mismas.

Con la excepción de la gestión por objetivos, se puede afirmar que el 80% de las PYME no aplica con frecuencia ninguna herramienta o prácticas de gestión.

La Gestión por objetivos es la práctica de gestión desarrollada en mayor medida por la PYME (Gráfico 22): un 60% indica que ha incorporado esta práctica (el 39,2% la aplica frecuentemente y el 19,9% de forma esporádica). Otras prácticas relativamente generalizadas son las Herramientas para la mejora continua (aplicada por el 28,1%), el Desarrollo del trabajo en equipo (26,5%) la Delegación de autoridad y autonomía personal (19,5%) y la Gestión del riesgo en los procesos de cambio (18,9%).

Gráfico 22

Frecuencia de utilización de herramientas de gestión en la PYME. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Se aprecian también ciertas **diferencias** significativas **por tramos de tamaño** en la aplicación de prácticas de gestión (Tabla 36):

1. La Gestión por objetivos es la herramienta más utilizada por la microempresa de forma frecuente (en más de un 40% esta práctica es habitual). La mitad de las empresas medianas practica la gestión por objetivos de forma esporádica.

2. En relación a los incentivos por novedades o innovaciones, el 90% de las microempresas nunca ha introducido esta práctica (67% de las pequeñas y 78% de las medianas). Esta práctica es más utilizada dentro de las pequeñas empresas que de las medianas (más de un 33% de las empresas pequeñas la aplica en alguna ocasión o frecuentemente frente al 22% en las medianas empresas).

3. Los incentivos para la gestión de ideas es una práctica más frecuente en las empresas pequeñas que en la medianas y las microempresas. Más del 30% de las pequeñas empresas lo ha utilizado alguna vez, o frecuentemente, frente al 20% de las empresas medianas y al 13% de las microempresas.
4. La gestión del riesgo en procesos de cambio es una práctica utilizada con frecuencia por un 20% de las empresas medianas. Este porcentaje se reduce al 6% para empresas pequeñas y al 3% para microempresas.
5. El 50% de las empresas pequeñas practica el desarrollo del trabajo en equipo, y de éstas, más del 30% lo hace con frecuencia. Alrededor del 25% de microempresas y empresas medianas lo ha incorporado alguna vez en la operativa ordinaria de su empresa.
6. La introducción de buenas prácticas en la empresa, a partir del benchmarking con otras organizaciones, es poco conocido en las microempresas. El 11% de las empresas medianas lo utiliza frecuentemente, mientras que en las empresas pequeñas sólo un 6% lo practica.
7. Las herramientas para el autodiagnóstico y la autoevaluación están incorporadas en un 40% de las empresas pequeñas y medianas, de forma esporádica y/o frecuente. En el caso de las microempresas, sólo un 16% incorpora esta herramienta de gestión en su actividad.

Tabla 36

Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana	Total
Gestión por objetivos				
Nunca	41,0	39,4	30,0	40,9
Esporádicamente	18,8	34,8	50,0	19,9
Frecuentemente	40,1	25,8	20,0	39,2
Incentivos por novedades o innovación				
Nunca	90,9	66,7	77,8	89,4
Esporádicamente	6,8	24,2	22,2	8
Frecuentemente	2,2	9,1	0,0	2,6
Herramientas para la gestión de ideas				
Nunca	86,6	67,2	80,0	85,5
Esporádicamente	10,0	19,4	10,0	10,5
Frecuentemente	3,5	13,4	10,0	4,1
Gestión del riesgo en los procesos de cambio				
Nunca	81,5	75,8	60,0	81,1
Esporádicamente	15,2	18,2	20,0	15,4
Frecuentemente	3,3	6,1	20,0	3,5

Tabla 36 *(continuación)*

Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana	Total
Desarrollo del trabajo en equipo				
Nunca	74,8	50,0	77,8	73,5
Esporádicamente	10,2	18,2	11,1	10,6
Frecuentemente	15,0	31,8	11,1	15,9
Benchmarking con otras organizaciones				
Nunca	92,2	75,8	77,8	91,2
Esporádicamente	5,0	18,2	11,1	5,8
Frecuentemente	2,8	6,1	11,1	3,1
Herramientas para el autodiagnóstico				
Nunca	83,5	60,6	60,0	82
Esporádicamente	13,3	33,3	30,0	14,5
Frecuentemente	3,2	6,1	10,0	3,5

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Se encuentran también **diferencias** significativas en las herramientas de gestión **por sectores de actividad** (Tabla 37). A continuación, se comentan los resultados más relevantes:

1. La gestión por objetivos es la herramienta más habitual en las PYME. No obstante, se observan grandes diferencias por sectores (en la *Construcción* un 62,4% no la ha utilizado nunca mientras que en el resto de sectores este porcentaje desciende hasta el 35%).
2. Los incentivos por novedades o innovaciones se dan con mayor frecuencia en el sector industrial, donde más de un 30% de las PYME utiliza estas herramientas de gestión.
3. La gestión del riesgo en los procesos de cambios no es una herramienta habitual en la mayoría de las empresas. En el sector de la *Construcción* y del *Comercio, hostelería y transporte*, menos del 10% de las PYME practica la gestión del riesgo. En la situación actual, de crisis financiera y económica, donde el sector de la *Construcción* es uno de los más afectados, sería adecuado emplear políticas que animasen a estas empresas a introducir la gestión del riesgo en procesos de cambio entre sus métodos de gestión.
4. El desarrollo de trabajo en equipo, aunque inicialmente se pueda pensar que es una de las herramientas más habituales, sólo se aplica en el 25% de las PYME. En el sector industrial, donde este porcentaje aumenta hasta aproximadamente el 50%.
5. El desarrollo del liderazgo con herramientas específicas está implantado en un 27% de las PYME de *Otros servicios*, en un 10% de las PYME industriales y de *Construcción*, y sólo en un 5% de las PYME pertenecientes al sector del *Comercio, hostelería y transporte*.

6. El benchmarking con otras organizaciones es una herramienta de gestión utilizada principalmente por las PYME industriales (26%) y muy poco habitual en el resto de sectores (menos del 10%).

7. Alrededor del 35% de las PYME industriales y de la *Construcción* utilizan herramientas para el autodiagnóstico y la autoevaluación. Este porcentaje se reduce casi al 20% en el *Comercio, hostelería y transporte*, y casi al 10% en *Otros servicios*.

8. Respecto a la delegación de autoridad y autonomía al personal, y el uso del cuadro de mando integral para cubrir la mayoría de las dimensiones, el comportamiento es muy similar por sectores. El 85% de las PYME industriales, el 96% de las PYME relacionadas con la *Construcción* y el 90% de las pertenecientes al *Comercio, hostelería y transporte*, nunca lo han utilizado. Esta cifra se reduce para las PYME de *Otros servicios* y, en este caso, el 28% delega autoridad esporádicamente y el 25% utiliza el cuadro de mando integral.

9. Las herramientas para la mejora continua es la segunda forma de gestión más utilizada por las PYME. En el sector industrial más del 60% de las PYME la incorpora de forma esporádica y/o frecuente a sus métodos de gestión.

Tabla 37

Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Gestión por objetivos				
Nunca	35,3	62,4	37,4	37,5
Esporádicamente	40,0	31,8	16,1	15,8
Frecuentemente	24,7	5,8	46,4	46,7
Incentivos por novedades o innovación				
Nunca	67,4	94,8	91,6	89,1
Esporádicamente	29,1	5,2	5,2	7,9
Frecuentemente	3,5	0,0	3,1	3,0
Incentivos para la gestión de ideas				
Nunca	86,9	77,5	91,4	82,2
Esporádicamente	4,8	16,2	6,5	13,5
Frecuentemente	8,3	6,4	2,1	4,3
Gestión del riesgo en los procesos de cambio				
Nunca	75,3	90,2	92,7	67,2
Esporádicamente	22,4	4,6	5,2	28,5
Frecuentemente	2,4	5,2	2,1	4,3

Tabla 37 *(continuación)*

Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Desarrollo del trabajo en equipo				
Nunca	51,8	72,3	77,1	74,1
Esporádicamente	23,5	1,7	12,2	10,1
Frecuentemente	24,7	26,0	10,7	15,8
Desarrollo del liderazgo con herramientas específicas				
Nunca	88,2	89,1	95,2	73,2
Esporádicamente	5,9	3,4	3,8	25,7
Frecuentemente	5,9	7,5	1,0	1,1
Benchmarking con otras organizaciones				
Nunca	74,1	92,0	91,4	93,8
Esporádicamente	14,1	2,9	7,5	3,4
Frecuentemente	11,8	5,2	1,0	2,8
Herramientas para el autodiagnóstico				
Nunca	64,7	66,7	82,0	90,4
Esporádicamente	25,9	29,3	14,6	7,1
Frecuentemente	9,4	4,0	3,3	2,6
Delegación de autoridad y autonomía al personal				
Nunca	83,3	96,5	89,3	65,1
Esporádicamente	15,5	2,9	5,9	28,1
Frecuentemente	1,2	0,6	4,8	6,9
Uso de cuadro de mando integral				
Nunca	85,9	96,0	91,6	72,2
Esporádicamente	7,1	3,4	5,7	2,8
Frecuentemente	7,1	0,6	2,7	25,1
Herramientas para la mejora continua				
Nunca	36,5	64,7	77,6	75,3
Esporádicamente	30,6	27,2	12,8	12,9
Frecuentemente	32,9	8,1	9,6	11,8

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

7. CONCLUSIONES

1. La desaceleración económica del último año se observa también en el hecho de que casi el 30% de las PYME se encuentre en un momento de reducción de las ventas y del empleo y de que el 31,9% opere por debajo de su capacidad productiva. No obstante, un porcentaje aún importante, el 69,8%, señala que se encuentra en un momento de estabilidad de las ventas y el empleo, y un 68,0% indica que opera al 100% de su capacidad productiva. Sólo el 1,2% de las PYME señala encontrarse en un momento de fuerte crecimiento de las ventas y del empleo.
2. Las PYME españolas tienen aún una escasa concienciación sobre la importancia de los procesos de mejora de la calidad (sólo el 7,2% cuenta con alguna certificación), si bien hay importantes diferencias atendiendo al tamaño (el 64,8% de las medianas empresas está certificada) y al sector de actividad (el 21,1% de las empresas industriales).
3. El 31,1% de las PYME españolas realiza algún tipo de innovación. Las más frecuentes son las innovaciones de productos (de bienes o servicios) y las de proceso, realizadas, respectivamente, por el 13,1% y 12,5% de las PYME. Las innovaciones organizativas y las de comercialización tienen una menor presencia (7,0% y 6,1% de las PYME, respectivamente).
4. Los resultados de la Encuesta muestran significativas diferencias en la posición empresarial frente a la innovación en función del tamaño empresarial (el 69,1% de las empresas medianas realiza algún tipo de actividad innovadora) y del sector de actividad (las PYME industriales son las más innovadoras: el 46,9% desarrolla algún tipo de innovación). Por tanto, parece confirmarse la relación positiva entre tamaño empresarial y probabilidad de innovar.
5. El principal obstáculo que encuentra la PYME española para innovar es el alto coste de desarrollo de las innovaciones. Le siguen en importancia, la falta de financiación para el desarrollo de la novedad o mejora y el temor al fracaso. Otras barreras a la innovación, con una presencia también significativa, son la falta de personal cualificado para desarrollar la novedad o mejora, el bajo retorno a largo plazo de la inversión y la falta de información sobre tecnologías relevantes.
6. Los resultados directos de la innovación de producto, aproximados por el porcentaje de facturación debido a nuevos productos, son muy bajos en las PYME española, aunque muy superiores en las PYME innovadoras.
7. Las medidas de apoyo a la innovación son, en general, poco conocidas por la PYME española (los Programa de información y los de apoyo financiero son los más conocidos) y mucho menos utilizadas (la mayor participación se observa en los programas de información y sólo alcanza el 5,0%). No obstante, la valoración media de las PYME que han utilizado las distintas medidas de apoyo es relativamente elevada y oscila (en una escala de 1 a 10) entre el 7,9 de los programas de apoyo financiero y el 5,7 de los programas de asesoramiento individualizado.

8. El grado de conocimiento y de utilización de las medidas de apoyo a la innovación aumenta con el tamaño empresarial y es superior en el sector industrial que en el resto de sectores.

9. En torno al 14,8% de las PYME españolas vende sus bienes y servicios en los mercados extranjeros. En general, el porcentaje de empresas que exporta aumenta con el tramo de tamaño, pero la relación no es lineal. Las diferencias por sectores son también significativas, siendo las PYME industriales las que en mayor medida exportan sus productos (36,0%).

10. El 1,7% de las PYME que aún no son exportadoras tienen previsto vender sus productos en el extranjero en el corto o medio plazo (de 1 a 3 años). No obstante, este porcentaje varía ampliamente en función del tamaño empresarial: en términos relativos, las empresas que en mayor medida están planeando salir a los mercados exteriores son las de tamaño mediano y las que se ubican en el sector industrial.

11. El motivo principal por el que la PYME española no se ha planteado la exportación de sus productos a los mercados extranjeros es la amplitud del mercado nacional, que ha permitido el crecimiento de la empresa (el 81,3% de las PYME no exportadoras) Otras barreras a la actividad exportadora, pero con una incidencia muy inferior, son: Otros motivos, entre los que cabe destacar que la empresa es pequeña para exportar y que debe crecer antes de plantearse la salida al exterior o que es filial u ostenta la representación de una empresa extranjera; la falta de información sobre cómo acceder a los mercados exteriores; y la falta de financiación adecuada para abordar el proceso de internacionalización. Las PYME industriales argumentan en mucha menor medida la amplitud del mercado nacional y hacen mayor énfasis en el hecho de que la venta en el exterior tiene asociado un mayor riesgo, en la carencia de la financiación necesaria para abordar el proceso de salida al exterior y en el alto coste de la venta en los mercados exteriores.

12. La mayoría de las empresas que no venden sus productos en los mercados exteriores tampoco se abastecen en ellos: sólo un 3,8% de las PYME que no exporta adquiere bienes o servicios en países extranjeros. El sector industrial es más proclive a adquirir bienes y servicios y conocimientos en el exterior.

13. Las actividades de comercio exterior son las más generalizadas en las PYME españolas: el 14,8% exporta sus productos a los mercados extranjeros y el 4,4% adquiere bienes y servicios en ellos. Les sigue en importancia la adquisición de conocimiento en el extranjero, aunque lo realiza un porcentaje muy pequeño de empresas (2,5%). Otras formas de internacionalización más complejas, como el establecimiento de filiales en el extranjero, el desarrollo de "joint ventures", la subcontratación, o la apertura de sucursales tienen una presencia muy pequeña en el tejido empresarial español de la PYME. En general, las PYME industriales desarrollan en mayor medida actividades de internacionalización, y éstos son de mayor complejidad.

14. La propensión exportadora media (peso de las exportaciones sobre el total de las ventas) de las PYME españolas en los dos últimos años se sitúa en el 20%. No obstante, ésta aumenta con el tamaño empresarial –35% en las empresas medianas- y es mayor en la *Industria* que en los servicios.

15. El principal área de destino de las exportaciones de las PYME españolas son los países de la UE, Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y países candidatos de la UE –el 93,4% de las PYME exportadoras dirige sus productos a esta zona–. Le siguen en importancia, aunque a mucha distancia, los Países del Norte de África y los Países de Latinoamérica. Las PYME industriales exportan en mayor medida los Países del Norte de África.

16. Las medidas de apoyo a la internacionalización empresarial son poco conocidas por la PYME española y muy poco utilizadas: sólo el 17,8% de las empresas conoce algún tipo de Programa de información, pero el porcentaje que ha utilizado alguno de los servicios de apoyo desciende hasta el 6,9%. No obstante, la valoración media de las pocas PYME que han utilizado las distintas medidas de apoyo es relativamente alta. Las diferencias por sectores de actividad son muy marcadas: las PYME del sector industrial conocen y participan más en los distintos programas y su valoración de los mismos es inferior a la de otros sectores.

17. La importancia de la financiación propia en la estructura financiera de la PYME española se observa en el hecho de que un 62,4% de ellas no cuenta con financiación ajena. No obstante, este porcentaje se reduce de forma notable con el tamaño empresarial (17,2% en las pequeñas empresas y 0% en las de tamaño mediano) y en las PYME de la *Industria* y de la *Construcción*.

18. El peso de la financiación ajena a corto plazo disminuye también a medida que aumenta el tamaño empresarial. Las microempresas son las que mayoritariamente utilizan la financiación ajena a corto plazo.

19. El período medio de cobro en la PYME es similar al de pago y se sitúa en torno a los dos meses. Sin embargo, a medida que aumenta el tamaño de la empresa aumentan tanto el período medio de cobro como el de pago. Asimismo, el período medio de cobro de los clientes es mayor en los sectores de la *Industria* y la *Construcción.*

20. La falta de información sobre ayudas a la financiación y los costes administrativos de las mismas son el mayor obstáculo a la financiación de la PYME. Le siguen en importancia el coste de la financiación a largo plazo y, en menor medida, a corto plazo, y la dificultad de obtención de garantías y avales.

21. Los instrumentos financieros bancarios son los más conocidos y los más utilizados por la PYME española. Los créditos de los proveedores son también instrumentos bastante generalizados. La valoración que las PYME hacen de los distintos instrumentos financieros es, en general, buena.

22. El tamaño empresarial mejora el grado de conocimiento y utilización de los instrumentos financieros y se observan también diferencias por sectores, siendo las empresas industriales y de la *Construcción* las que conocen un mayor abanico de instrumentos financieros.

23. Los principales rasgos del empleo de la PYME se resumen en un grado de feminización del empleo relativamente bajo (sólo el 31,2% de trabajadores de la PYME son mujeres) y una alta concentración en los tramos de edad intermedia (el 83,6% tiene entre 26 y 55 años). A medida que aumenta el tamaño de la PYME se reduce la par-

ticipación de las mujeres, disminuye la edad media de los trabajadores y aumenta de forma notable el porcentaje de trabajadores extranjeros.

24. El empleo de la PYME presenta una alta estabilidad. El 84,3% de los trabajadores de la PYME tiene una relación por tiempo indefinido con la empresa, ya sea porque es socio de la misma o porque es asalariado con contrato indefinido.

25. Las mujeres están claramente infra representadas tanto en el capital como en los puestos de dirección de las PYME españolas: sólo el 16% está dirigida por una mujer y la participación media de las socias en el capital es del 14%. La mayor participación de las mujeres se registra en el sector de *Otros servicios* (el 27% están dirigidas por mujeres y su participación media en el capital es del 24%).

26. Hace seis meses el 3,4% de las PYME tenía alguna vacante, pero en la actualidad este porcentaje se ha reducido al 0,6%. Sin embargo, las diferencias por tamaño son significativas y, como cabe esperar, el número de empresas con vacantes se eleva con el tamaño empresarial. En cuanto a la distribución sectorial, las PYME industriales son las más afectadas por las vacantes.

27. Las PYME consideran que sus trabajadores tienen un nivel de cualificación bastante adecuado a las funciones que desarrollan y que su grado de compromiso con el proyecto empresarial es también muy alto. Ambas valoraciones son además bastante similares por sectores de actividad y tramos de tamaño empresarial, aunque se reducen ligeramente a medida que este último aumenta.

28. El porcentaje de la plantilla que recibe formación en las PYME se sitúa en torno al 23,6%, aunque esta variable presenta una importante dispersión, especialmente en el caso de la microempresa. Asimismo, se aprecian también diferencias por sector de actividad, siendo el sector de *Otros servicios* el que señala un mayor porcentaje y el sector de *Comercio, hostelería y transporte*, un porcentaje menor.

29. Entre las actuaciones más frecuentes en la PYME para el desarrollo de las competencias de los trabajadores se encuentran las visitas a exposiciones y ferias (el 29,2% de las PYME las realiza) y los cursos, seminarios y conferencias ya sean de formadores externos (26,1%) o internos (15,8%).

30. Las PYME valoran, en general, de forma positiva las actuaciones dirigidas a la mejora de las competencias de la plantilla. Las prácticas mejor valoradas por las empresas son las reuniones de personal para intercambiar conocimiento y los cursos y seminarios y conferencias de formadores externos.

31. Con la excepción de la Gestión por objetivos, se puede afirmar que el 80% de las PYME no aplica con frecuencia ninguna herramienta o prácticas de gestión. La Gestión por objetivos es la práctica de gestión desarrollada en mayor medida por la PYME (60%). Otras prácticas relativamente generalizadas son la Herramientas para la mejora continua, el Desarrollo del trabajo en equipo, la Delegación de autoridad y autonomía personal, y la Gestión del riesgo en los procesos de cambio.

Capítulo V

POSICIÓN COMPETITIVA DE LA PYME

INTRODUCCIÓN

En el capítulo previo se ha aproximado la situación de las PYME españolas en relación con cinco factores de competitividad considerados claves. En éste, con la *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas* como fuente fundamental de información, se busca completar la panorámica sobre la posición competitiva de las PYME incluyendo un autodiagnóstico sobre sus principales retos.

La posición competitiva de las empresas se puede resumir mediante un análisis DAFO que señale las principales amenazas y oportunidades asociadas a su entorno y que identifique también las principales debilidades y fortalezas de la propia empresa.

En este apartado se pretende conocer en qué medida las PYME se identifican con las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas que algunos autores han señalado como particulares o propias de la PYME española. En concreto, a partir de los resultados de un Análisis DAFO que C. Camisón aporta a un panel de expertos (Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, 2006), se han incorporado al cuestionario de la Encuesta a las empresas un conjunto de preguntas que buscan conocer este grado de identificación. Asimismo, como en el resto del análisis descriptivo se analiza la posible existencia de diferencias en función del tramo de tamaño y del sector de actividad.

El capítulo recoge también las perspectivas a corto plazo de las PYME españolas en relación con la evolución de la facturación y el empleo y aborda un aspecto clave en el futuro del tejido empresarial español: la incorporación del crecimiento a los objetivos estratégicos de las PYME.

El capítulo se ha organizado en cuatro apartados. Los dos primeros, a partir de los resultados de la Encuesta, señalan las principales amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas de las PYME españolas resultantes de su autodiagnóstico, así como las diferencias que el tramo de tamaño o el sector de actividad introducen en estos resultados. El tercer apartado recoge las perspectivas de la PYME para el próximo año, tanto en facturación como en empleo, y en qué medida las PYME consideran el crecimiento un objetivo estratégico. El último apartado recoge, a modo de conclusiones, los resultados más relevantes del capítulo.

1. AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

1.1. Amenazas

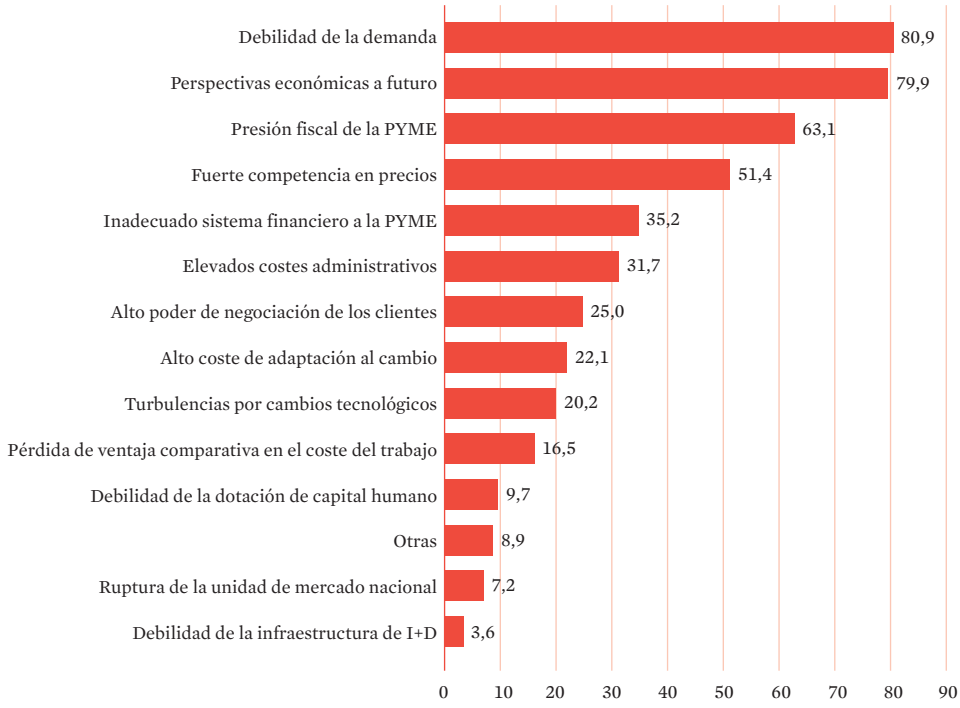
En este apartado se presentan las principales amenazas de las PYME españolas, relacionadas con el entorno y el sector en el que operan, y las diferencias observadas por tramos de tamaño y por sectores de actividad.

Las amenazas que la PYME percibe con mayor intensidad están determinadas por la crisis económica actual (Gráfico 23). El 80% de las PYME identifica entre éstas tanto la

debilidad de la demanda como las perspectivas económicas para los próximos años. Otras amenazas bastante generalizadas son la presión fiscal a la que se ve sometida la empresa (63,0%); la fuerte competencia en precios dentro de su sector (51,4%); la inadecuación del sistema financiero a las necesidades de la PYME (35,2%) y los elevados costes administrativos por los trámites burocráticos asociados a su actividad (31,7%).

Las amenazas menos valoradas actualmente por las PYME son las relacionadas con la dotación de capital humano, la ruptura de la unidad de mercado nacional por las normativas y actuaciones de los gobiernos autonómicos y la debilidad de la infraestructura de I+D y de otros recursos en su entorno. Estos resultados no son ajenos al escaso porcentaje de PYME que realiza actividades de innovación y al hecho de que los mercados locales son mayoritarios en la microempresa.

Gráfico 23
Amenazas de la PYME. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Asimismo un 8,9% de las PYME identifica "Otras amenazas" como importantes y éstas se centran principalmente en factores relacionados con el coste del petróleo y de las materias primas, factores relacionados con la crisis (caída de actividad en el sector de la

Construcción y crisis financiera, aumento de los efectos impagados, etc.) y factores relacionados con la apertura de los mercados.

En general, no se encuentran diferencias significativas en relación a las **amenazas de la PYME en función del tamaño empresarial** (Tabla 38), salvo en dos factores:

1. La amenaza de la ruptura de la unidad de mercado nacional por las normativas y actuaciones de los gobiernos autonómicos se percibe en mucha mayor medida en las empresas de mayor tamaño: el 30% de las empresas medianas lo considera como una amenaza, frente al 9,1% de las pequeñas y el 6,9% de las microempresas.
2. La presión fiscal de la PYME es percibida como amenaza para la actividad diaria en mucha mayor medida por las microempresas (65,5% de las microempresas, 40% de las empresas medianas y 25,4% de las empresas pequeñas).

Tabla 38
Amenazas de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana
Presión fiscal de la PYME	65,5	25,4	40,0
Ruptura de la unidad de mercado nacional	6,9	9,1	30,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En cuanto a las **diferencias por sectores económicos,** las más significativas se resumen en los puntos siguientes (Tabla 39):

1. La pérdida de ventaja comparativa respecto al coste del factor trabajo es considerada una amenaza importante por el 30% de las PYME industriales, el 20% de las de la *Construcción* y un 25% de las de *Comercio, hostelería y transporte*. Sin embargo, sólo para el 4,5% de PYME de *Otros servicios* este factor es considerado como una amenaza. Estos resultados están claramente relacionados con el distinto grado de exposición de los distintos sectores a la competencia exterior.
2. La debilidad de la infraestructura de I+D y de otros recursos en el entorno es visto como una amenaza para el 14,3% de las PYME industriales mientras que en el resto de sectores apenas se cita.
3. La debilidad de la dotación del capital humano en el entorno es una amenaza destacable para el sector del *Comercio, hostelería y transporte*, donde casi el 20% de las empresas reconocen que la escasez de trabajadores con la cualificación requerida en su entorno geográfico resulta una amenaza para el buen desarrollo de su actividad.

4. La ruptura de la unidad del mercado nacional por las normativas y actuaciones de los gobiernos regionales es menos valorada en el sector de *Otros servicios*, lo que se explica seguramente por el carácter local de los mercados de este sector.
5. El alto poder de negociación de los clientes es visto como una amenaza para el 23,5% de las PYME industriales, el 24,9% de las de *Comercio, hostelería y transporte* y el 31,9% de las de *Otros servicios*. Sin embargo, sólo el 6,9% de las PYME de la *Construcción* lo considera una amenaza.
6. Los elevados costes administrativos son especialmente sentidos por las PYME de la *Construcción* (49%) y de la *Industria* (45%) y mucho menos valorados en *Otros servicios* (17,1%).
7. Más del 50% de las PYME consideran la presión fiscal como una amenaza, y este porcentaje aumenta en los sectores de *Comercio, hostelería y transporte* y *Otros servicios*.
8. Las turbulencias en el sector motivadas por el acelerado cambio tecnológico y el dinamismo comercial es más acusado en el sector de *Comercio, hostelería y transporte* (30%).
9. La debilidad de la demanda se acusa fuertemente en el sector de la *Construcción* (93,1%). El sector menos afectado por la debilidad de la demanda es el industrial (54,1%).
10. Por último, las perspectivas económicas para los próximos años, relacionadas estrechamente con la debilidad de la demanda, son consideradas una amenaza generalizada en todos los sectores (91,4% de las PYME de la *Construcción*, 85,4% de las de *Otros servicios*, 73,0% de las de *Comercio, hostelería y transporte* y 58,8% de las industriales).

Tabla 39

Amenazas de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Perspectivas económicas a futuro	58,8	91,4	73,0	85,4
Debilidad de la demanda	54,1	93,1	79,2	82,0
Presión fiscal de la PYME	51,8	41,4	67,9	68,3
Elevados costes administrativos	44,7	48,6	37,5	17,1
Pérdida de ventaja comparativa en el coste del trabajo	29,4	19,7	24,7	4,5
Alto poder de negociación de los clientes	23,5	6,9	24,9	31,9
Turbulencias por cambios tecnológicos	17,6	19,7	29,4	11,6
Debilidad de la infraestructura de I+D	14,3	1,7	1,7	4,3
Ruptura de la unidad de mercado nacional	11,8	12,1	11,5	0,2
Debilidad de la dotación de capital humano	8,2	4,0	19,5	1,9

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

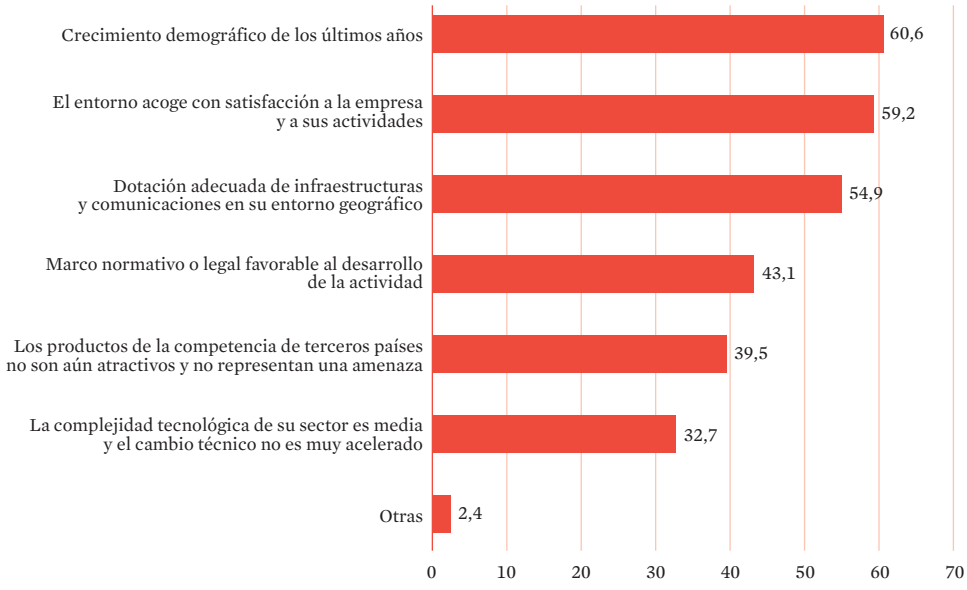
En resumen, las PYME industriales señalan, en menor medida que las de otros sectores, la debilidad de la demanda y las perspectivas económicas, pero son más sensibles a los elevados costes administrativos, a la pérdida de ventaja comparativa en el coste del trabajo y a la debilidad de la infraestructura de I+D. Las PYME de la *Construcción* acusan de manera muy pronunciada la debilidad de la demanda y las perspectivas económicas futuras y, al igual que las industriales, los elevados costes administrativos. Las amenazas más específicas del sector de *Comercio, hostelería y transporte* se relacionan con la pérdida de ventaja comparativa en el coste del trabajo y con una mayor incidencia de la debilidad en la dotación de capital humano. Por último, el sector de *Otros servicios* acusa también fuertemente la debilidad de la demanda y la presión fiscal sobre la PYME.

1.2. Oportunidades

Las oportunidades de la PYME, relacionadas con el entorno y con el sector en el que opera, son fundamentales para delimitar su posición competitiva actual y futura y para seleccionar estrategias a seguir.

Según los resultados de la Encuesta, **las principales oportunidades de las PYME españolas son el crecimiento demográfico de los últimos años** (el 60,6% así lo señalan); **un entorno favorable**, que acoge con satisfacción a la empresa y sus actividades (59,2%); y el poder contar con **una dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones en su entorno geográfico**. (Gráfico 24)

Gráfico 24
Oportunidades de las PYME. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Asimismo, las empresas han señalado "Otras oportunidades" que han afectado positivamente a la empresa y que han estado relacionadas con el aumento de la demanda, en general, y de la demanda de vivienda, en particular.

Se han encontrado **diferencias** significativas en las oportunidades señaladas por la PYME en función del **tamaño empresarial** (Tabla 40):

1. El 44,6% de microempresas consideran que el marco normativo o legal es favorable para el desarrollo de la actividad. Ese porcentaje disminuye al 21% cuando se trata de empresas pequeñas, y al 30% en las empresas medianas.
2. La dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones en el entorno geográfico de la empresa supone una oportunidad para el 56% de las empresas de menos de 10 trabajadores, pero sólo se señala por el 40% de las empresas pequeñas y medianas.
3. El hecho de que los productos de la competencia de terceros países no sean aún atractivos y por lo tanto no representen aún una amenaza, es considerado una oportunidad para un 41,6% de la microempresa y para un 9% de las pequeñas empresas. Las empresas medianas no consideran que sea ninguna oportunidad. Este resultado indica seguramente una mayor concienciación de las empresas de mayor tamaño frente a la competencia exterior.
4. El 34% de las microempresas entiende que la complejidad tecnológica del sector y el cambio tecnológico no muy acelerado son una oportunidad para ellas. Sólo el 10% de las empresas pequeñas y el 20% de las medianas comparten esta opinión.

Tabla 40

Oportunidades de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana
Marco normativo o legal favorable al desarrollo de la actividad	44,6	21,2	30,0
Dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones en su entorno geográfico	56,0	37,9	40,0
Los productos de la competencia de terceros países no son aún atractivos y no representan una amenaza	41,6	9,0	0,0
La complejidad tecnológica de su sector es media y el cambio técnico no es muy acelerado	34,1	10,6	20,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En resumen, las microempresas perciben como oportunidades un mayor número de factores que la pequeña y, sobre todo, que la mediana empresa.

Se observan también algunas **diferencias** significativas en las oportunidades de la PYME **en función del sector de actividad** al que pertenece (Tabla 41):

1. En relación a que el marco normativo o legal sea favorable al desarrollo de la actividad empresarial y represente una oportunidad para la empresa, hay una diferencia muy amplia entre las PYME de *Otros servicios* (73,8%) y el resto de sectores (13%, 23% y 29%).
2. La dotación de infraestructuras y comunicaciones en el entorno geográfico en el que actúa la PYME se considera adecuada en todos los sectores (una media del 40% de las PYME así lo reconoce), pero este nivel de satisfacción es mayor en el sector de *Otros servicios*, donde el 73,6% de las PYME señala que es una oportunidad para la empresa.
3. El crecimiento demográfico de los últimos años se ve, por parte de la PYME, como una oportunidad para el desarrollo de su actividad. En el sector de *Otros servicios*, más del 80% de las PYME cree que el aumento de la población es un factor positivo para su empresa. En otros sectores el porcentaje está en torno al 50%.
4. En relación a la falta de atractivo de los productos de la competencia procedentes de terceros países, las diferencias por sectores son grandes. En el caso de la PYME industrial, y debido seguramente a la mayor exposición de su mercado interno a la competencia internacional, sólo un 13% considera que este hecho sea una oportunidad. Por el contrario, los servicios sí lo identifican como una oportunidad (33,5% de las PYME en *Comercio, hostelería y transporte* y 64,4% en *Otros servicios*).

Tabla 41

Oportunidades de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Crecimiento demográfico de los últimos años	59,5	53,8	44,2	81,4
El entorno acoge con satisfacción a la empresa y a sus actividades	57,6	26,4	62,1	69,0
Dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones en su entorno geográfico	49,4	33,5	46,2	73,6
Marco normativo o legal favorable al desarrollo de la actividad	23,8	13,3	28,9	73,8
La complejidad tecnológica de su sector es media y el cambio técnico no es muy acelerado	23,5	30,5	27,6	40,6
Los productos de la competencia de terceros países no son aún atractivos y no representan una amenaza	12,9	1,2	33,5	64,4

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

5. Entre un 60% y un 70% de las PYME de los sectores de servicios considera que el entorno acoge con satisfacción sus actividades empresariales y lo reconoce como una oportunidad para la empresa. En la *Industria* este porcentaje se reduce hasta el 57,6% y al 26,4% en la *Construcción*.
6. El sector de *Otros servicios* es el que en mayor medida considera que la complejidad tecnológica de su sector es media y el cambio tecnológico no es muy acelerado, lo que supone una oportunidad para sus PYME. Los sectores de la *Industria* y de *Comercio, hostelería y transporte* son los que en menor medida identifican esta oportunidad.

A modo de conclusión, podría señalarse que los sectores de servicios, especialmente el de *Otros servicios*, valoran en mayor medida distintos factores como oportunidades mientras que las PYME industriales y de la *Construcción* no se identifican tanto con estas oportunidades.

2. DEBILIDADES Y FORTALEZAS

2.1. Debilidades

En este apartado se analizan las debilidades o desventajas identificadas por las PYME y que tienen su origen en la propia actuación de la empresa.

Atendiendo a los resultados de la Encuesta, en general **las PYME españolas identifican muy pocas debilidades o desventajas**. La más generalizada es la de contar con una rentabilidad económica inferior a la de la competencia y a la de las grandes empresas (el 50,6% de las PYME señala esta desventaja). La otra gran debilidad se relaciona con una productividad y una eficiencia en costes inferiores a las de la competencia y de las grandes empresas (43,7% de PYME) (Gráfico 25).

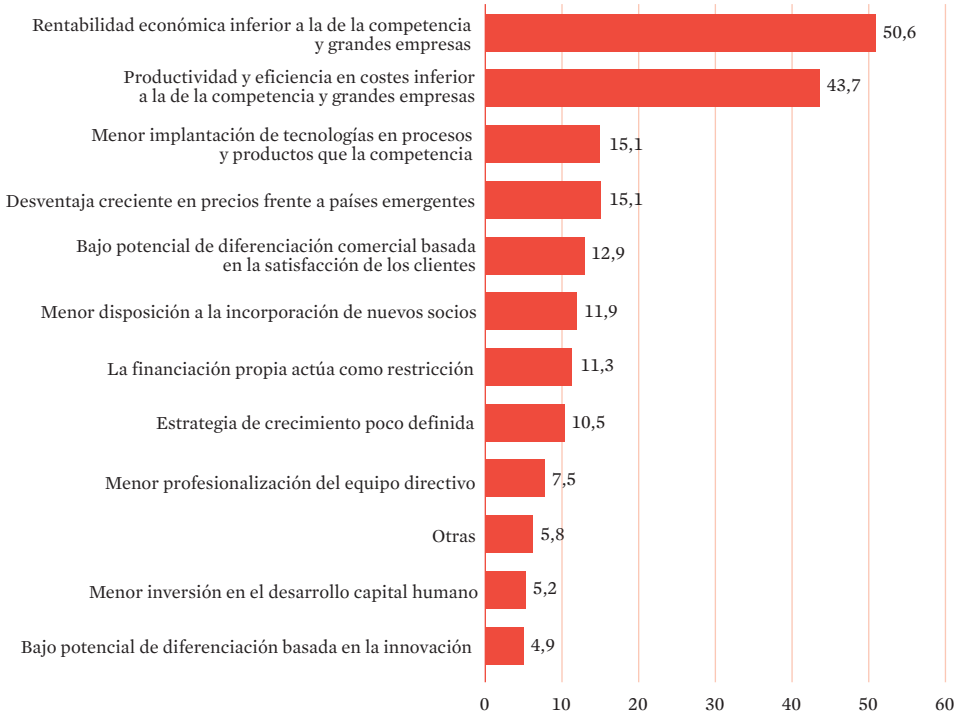
En relación con otro importante grupo de potenciales debilidades, como la menor implantación de tecnologías en procesos y productos que la competencia, la desventaja creciente en precios frente a países emergentes, el bajo potencial de diferenciación comercial basada en la satisfacción de los clientes, o las dificultades para la ampliación del número de socios y la restricción de la financiación propia, es llamativo el escaso porcentaje de PYME que se identifica con estas circunstancias.

Por otra parte, menos del 5% de la PYME considera que tiene una desventaja en el bajo potencial de diferenciación tecnológica basada en la innovación. Este resultado es paradójico porque las innovaciones tecnológicas llegan habitualmente antes a las grandes empresas.

Las PYME han señalado “Otras desventajas” que se pueden agrupar en factores relacionados con la competencia (fuerte competencia extranjera y dificultades para competir en precios), factores relacionados con la crisis económica actual (elevado número de impa-

gados y aumento de la insolvencia en los clientes); factores relacionados con la financiación (falta de activo circulante y de liquidez); factores relacionados con su actividad (no encuentra mercado para su producto, subidas de precios en las materias primas y poca experiencia para la salida de su producción a otros países comunitarios); y factores relacionados con el carácter familiar de la PYME.

Gráfico 25
Debilidades o desventajas de la PYME española. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Se han encontrado **algunas diferencias significativas en las debilidades identificadas por tramos de tamaño,** que, en general, afectan negativamente a la microempresa, frente a la pequeña y mediana (Tabla 42):

1. Más de la mitad de las microempresas considera que su rentabilidad económica es inferior tanto a las empresas de la competencia como a la de las grandes empresas. En los tramos de la pequeña y mediana empresa, sólo un 30% reconoce esta debilidad.
2. Un 45,7% de las empresas con menos de 10 trabajadores reconoce tener una productividad y una eficiencia en costes menor que la competencia y las grandes empre-

sas. Este porcentaje disminuye al 13,6% para las pequeñas empresas y al 10% para las medianas.

3. La menor implantación de tecnologías en procesos y productos que la competencia es una desventaja más sentida por las microempresas (15,7% de las microempresas, 10% de las medianas y 6% de las pequeñas empresas).

4. El 27,3% de las pequeñas empresas encuentra que su financiación propia actúa como una restricción porque son reticentes a perder el control de la empresa. Esta debilidad también se identifica en un 20% de las empresas medianas y en el 10,4% de las microempresas. Este mayor porcentaje de las pequeñas empresas podría estar relacionado con la necesidad de financiación asociada al crecimiento inicial de la empresa.

Tabla 42

Debilidades de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana
Rentabilidad económica inferior a la de la competencia y grandes empresas	51,9	31,8	30,0
Productividad y eficiencia en costes inferior a la de la competencia y grandes empresas	45,7	13,6	10,0
Bajo potencial de diferenciación comercial basada en la satisfacción de los clientes	13,7	0,0	10,0
Menor implantación de tecnologías en procesos y productos que la competencia	15,7	6,1	10,0
La financiación propia actúa como restricción porque no se quiere perder el control de la sociedad	10,4	27,3	20,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Las **debilidades identificadas por la PYME** varían también por **sectores económicos** (Tabla 43). A continuación se resumen las diferencias más relevantes:

1. Un 30% de las PYME industriales y de *Comercio, hostelería y transporte* encuentra que la desventaja creciente en precios frente a países emergentes es una debilidad de la empresa. Sin embargo, ni la *Construcción* ni *Otros servicios* consideran este aspecto como una desventaja relevante.

2. Casi el 80% de las PYME del sector del *Comercio, hostelería y transporte* señala como una desventaja el tener una rentabilidad económica inferior a la de la competencia y a la de las grandes empresas, frente al 30% del resto de sectores.

3. La menor productividad y eficiencia en costes frente a la competencia y a las grandes empresas es una debilidad más generalizada en los sectores de servicios.

Tabla 43

Debilidades de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Rentabilidad económica inferior a la de la competencia y grandes empresas	30,6	39,3	79,3	29,1
Productividad y eficiencia en costes inferior a la de la competencia y grandes empresas	30,6	28,7	46,2	49,3
Desventaja creciente en precios frente a países emergentes	29,4	1,1	31,7	0,9
La financiación propia actúa como restricción porque no se quiere perder el control de la sociedad	27,1	22,0	6,5	9,6
Bajo potencial de diferenciación tecnológica basada en la innovación	18,8	4,0	2,1	5,6
Estrategia de crecimiento poco definida	16,5	18,5	11,7	5,2
Menor implantación de tecnologías en procesos y productos que la competencia	14,3	2,9	4,6	30,5
Menor disposición a la incorporación de nuevos socios	14,3	30,1	6,7	10,3
Menor inversión en el desarrollo de las competencias del capital humano	9,4	0,6	8,4	3,0
Bajo potencial de diferenciación comercial basada en la satisfacción de los clientes	2,4	8,1	1,0	28,5
Menor profesionalización del equipo directivo	1,2	28,3	1,5	6,9

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

4. El hecho de contar con una estrategia de crecimiento poco definida es considerado como una debilidad en un porcentaje mayor de PYME industriales y de la *Construcción*.
5. La diferenciación tecnológica basada en la innovación preocupa más en las PYME industriales: un 18,8% de las mismas identifica ésta como una debilidad propia. Sin embargo, en el resto de sectores apenas es tenida en cuenta como una desventaja.
6. La diferenciación comercial basada en la satisfacción de los clientes es una debilidad relevante para las PYME de *Otros servicios*, donde casi un 30% la reconoce como desventaja propia. El resto de sectores no le otorga una importancia relevante.
7. La menor implantación de tecnologías en procesos y productos aparece como una desventaja común al 30% de las PYME de *Otros servicios* y al 14,3% de las PYME industriales. Este dato apunta una alta concienciación sobre la importancia de la incorporación de tecnologías en los servicios de mayor valor añadido.
8. La profesionalización del equipo directivo aparece como una debilidad en el 28,3% de las PYME del sector de la *Construcción*. En el resto de sectores, no llega al 7%.

9. La menor inversión en el desarrollo de las competencias del capital humano no es considerada una desventaja importante por las PYME. Sólo el 0,6% de las PYME de la *Construcción* la señala como debilidad. Este porcentaje aumenta ligeramente hasta el 9,4% en las PYME industriales, el 8,4% en *Comercio, hostelería y transporte* y el 3,0% en *Otros servicios*.
10. La menor disposición a incorporar nuevos socios aparece en el 30,1% de las PYME de la *Construcción*. En el resto de sectores, sólo entre el 6,7% y el 14,3% lo consideran una debilidad.
11. El 27,1% y el 22,0% de las PYME industriales y de la *Construcción* consideran que es una desventaja el que la financiación propia actúe como una restricción para no perder el control de la empresa. Esta debilidad no tiene tanto peso en los sectores de servicios, seguramente porque en ellos las necesidades de financiación son también menores.

En resumen, las PYME industriales identifican, en mayor medida, entre sus debilidades, la desventaja creciente en precios frente a los países emergentes, el hecho de que la financiación propia actúe como restricción al crecimiento, el bajo potencial de diferenciación tecnológica basado en la innovación y el contar con estrategias de crecimiento poco definidas. Las PYME de la *Construcción* señalan más, en términos relativos, aspectos relacionados con la gestión de las empresas, como la menor profesionalización del equipo directivo, la menor disposición a la incorporación de nuevos socios y el no contar con una estrategia de crecimiento definida. Las PYME de los servicios de menor cualificación identifican como debilidades propias la menor rentabilidad, productividad y eficiencia frente a la competencia y a las grandes empresas. Por último, los servicios de mayor valor añadido reconocen sus principales debilidades en la menor productividad y eficiencia, en la menor implantación de tecnologías en procesos y productos y en la menor profesionalización de su equipo directivo.

2.2. Fortalezas

Algunas de las características propias de la PYME pueden resultar fortalezas para su crecimiento y su desarrollo en el mercado.

Según la Encuesta, el 73,7% de las PYME reconoce que el tener una estructura organizativa sencilla y poco piramidal es una de sus principales fortalezas (Gráfico 26). En segundo lugar, aparecen como fortalezas también muy generalizadas el potencial de diferenciación comercial basado en el ajuste a las necesidades específicas del cliente (54,7%), la flexibilidad productiva (44,9%) y el seguimiento de una estrategia de alta especialización (41,4%).

La fortaleza con la que se identifica un porcentaje menor de PYME es el potencial de diferenciación tecnológica basado en el sistema de producción personalizado o por lotes (sólo un 3,3% lo considera como una fortaleza).

Gráfico 26
Fortalezas de la PYME (porcentaje sobre el total de empresas)

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Las PYME señalan "Otras fortalezas" propias que se pueden agrupar en factores relacionados con el servicio (calidad del servicio prestado, cumplimiento de plazos de entrega, experiencia por antigüedad en el mercado, fidelización de clientes,...) y factores relacionados con las características propias de la empresa (el respaldo de otra empresa más grande, estabilidad dentro del mercado, experiencia en el sector, precios competitivos...).

En relación a las posibles **diferencias** en las fortalezas de las PYME en cuanto al **tamaño empresarial**, se han encontrado también algunas significativas (Tabla 44):

1. La capacidad de crecimiento en el mercado nacional resulta una fortaleza más importante para las microempresas que para las medianas y las pequeñas. Un 21,3% de las microempresas la considera una fortaleza, frente a sólo un 7,6% de las pequeñas.
2. El seguimiento de una estrategia ofensiva es una fortaleza reconocida como propia por el 35,1% de las microempresas. En el caso de pequeñas y medianas empresas este porcentaje es sólo de un 20%.
3. La flexibilidad productiva es reconocida como una fortaleza por el 45,7% de las microempresas. Este porcentaje disminuye al 20% para las empresas pequeñas y al 10% para las medianas.
4. La estructura organizativa sencilla y poco piramidal es una fortaleza para el 75,0% de las microempresas. En el caso de la pequeña empresa, este porcentaje se reduce al 56,1% y al 40,0% en las medianas empresas.

Tabla 44

Fortalezas de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes)

	Microempresa	Pequeña	Mediana
Estructura organizativa sencilla y poco piramidal	75,0	56,1	40,0
Flexibilidad productiva	45,7	19,4	10,0
Estrategia ofensiva seguida por la compañía	35,1	18,2	20,0
Capacidad de crecimiento en el mercado nacional	21,3	7,6	10,0

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Se observan también **diferencias** significativas por **sectores económicos** en las fortalezas de la PYME (Tabla 45):

1. La capacidad de crecimiento en el mercado nacional sólo se considera una fortaleza en el 5,9% de las PYME de *Comercio, hostelería y transporte*. En el sector industrial y la *Construcción* ese porcentaje está alrededor del 20% y sube a un 36,5% en *Otros servicios*.
2. El seguimiento de una estrategia ofensiva es una fortaleza para el 27% de la PYME industrial y el 29,5% de la *Construcción*. En el *Comercio, hostelería y transporte*, sólo un 7,3% consideran esta estrategia una fortaleza propia, pero en el caso de *Otros servicios,* este resultado se eleva hasta el 64,2%.
3. El seguimiento de estrategias de alta especialización es considerada también una fortaleza propia en un alto porcentaje de PYME de *Otros servicios* (60%). En el resto de sectores, el porcentaje que identifica esta fortaleza como propia se reduce a valores próximos al 30%.
4. El potencial de diferenciación tecnológica basado en el sistema de producción personalizado o por lotes sólo es valorado en el sector industrial (el 11,8% de las PYME lo considera una fortaleza).
5. El potencial de diferenciación comercial basado en el ajuste a las necesidades específicas del cliente es una fortaleza para el 83,5% de PYME en *Otros servicios*. En el resto de sectores, este porcentaje se reduce al 35%.
6. La flexibilidad productiva es considerada una fortaleza importante en *Otros servicios* (69% de las PYME).
7. El modelo organizativo apoyado en los principios de flexibilidad, cooperación interna, horizontalidad y polivalencia, ideal para la gestión del conocimiento, aparece como fortaleza en los sectores de comercio y servicios (30% de PYME). En el caso de la *Industria*, el porcentaje se reduce al 16,5% y, en la *Construcción,* al 4,6%.
8. La estructura organizativa sencilla y poco piramidal es más importante en el sector del *Comercio, hostelería y transporte* (87%) que en el resto de sectores.

Tabla 45

Fortalezas de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

	Industria	Construcción	Comercio, hostelería y transporte	Otros servicios
Estructura organizativa sencilla y poco piramidal	69,0	74,1	87,0	60,8
Potencial de diferenciación comercial basado en el ajuste a las necesidades específicas del cliente	30,6	36,2	37,4	83,5
Estrategia de alta especialización	27,4	27,6	30,3	60,4
Estrategia ofensiva seguida por la compañía	27,1	29,5	7,3	64,2
Capacidad de crecimiento en el mercado nacional	20,0	19,0	5,9	36,5
Modelo organizativo apoyado en los principios de flexibilidad, cooperación interna, horizontalidad y polivalencia	16,5	4,6	30,1	32,5
Flexibilidad productiva	15,3	36,7	29,1	69,0
Potencial de diferenciación tecnológica basado en el sistema de producción personalizado o por lotes	11,8	0,0	2,1	4,1

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En resumen, las PYME del sector de *Otros servicios* son las que identifican un mayor número de factores como fortalezas propias de sus empresas. Las del resto de sectores se reconocen en menor medida en las fortalezas que la literatura atribuye a las PYME.

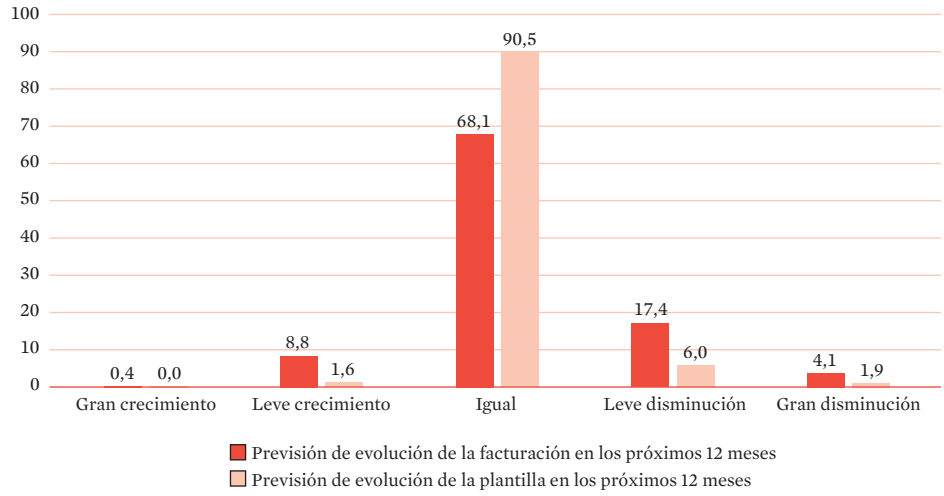
3. PERSPECTIVAS DE FUTURO

Después de describir el marco en el que se encuentra la PYME española, en este apartado se presentan sus perspectivas de futuro, tanto de facturación como de empleo. Asimismo se ahonda en una cuestión de gran importancia de cara a aumentar el tamaño medio de nuestro tejido productivo: en qué medida las PYME tienen previsto crecer y si el crecimiento empresarial forma parte de sus estrategias a corto o medio plazo.

Dado que la Encuesta se ha realizado en el mes de Octubre de 2008, en plena crisis financiera, **las perspectivas de las empresas pueden considerarse relativamente positivas**. Así, el 70% de las PYME considera que su facturación en los próximos 12 meses va a mantenerse constante y el 90% cree que su plantilla va a permanecer también estable. Un 8,9% de PYME tiene perspectivas positivas de crecimiento para su facturación, aunque sólo un 1,6% prevé un leve crecimiento en empleo. Por último, el 20% de las PYME espera disminuir su facturación en el próximo año y un 8% prevé una reducción de su plantilla (Gráfico 27).

Gráfico 27

Perspectivas de evolución de la facturación y el empleo en los próximos 12 meses. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Los anteriores resultados esconden **diferencias sustanciales tanto por tamaño empresarial como por sectores**, puesto que como ya se ha visto en el DAFO, el sector de la *Construcción* se señala como uno de los más afectados por la crisis.

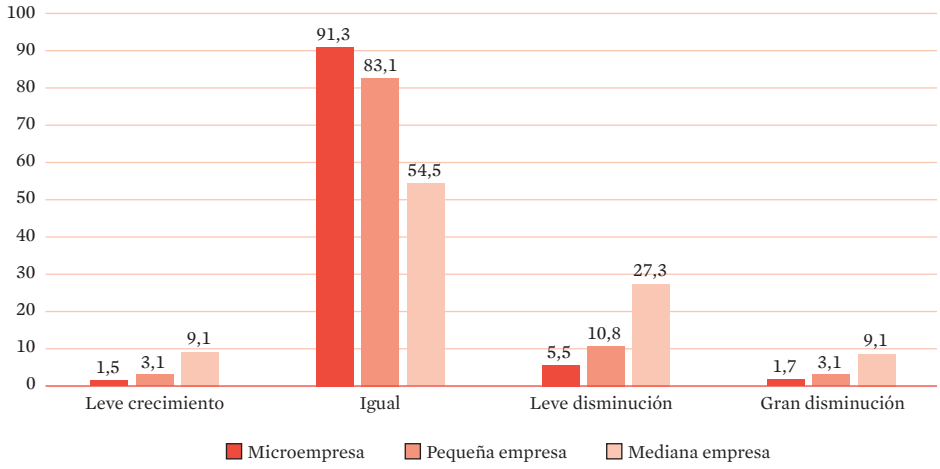
No se aprecian diferencias significativas en función del tramo de tamaño en las perspectivas de facturación para el próximo año, pero sí en la evolución de su plantilla: **las PYME de tamaño mediano son las que más se verán afectadas**, ya que casi un 40% de las mismas tiene previsto reducir su número de empleados. Este comportamiento difiere de la estabilidad de las microempresas (91,3% prevé mantener su número de trabajadores) y de las pequeñas empresas (sólo un 14% tiene previsto una disminución de su plantilla) (Gráfico 28).

En cuanto a las **diferencias** significativas encontradas **por sectores económicos** (Gráficos 29 y 30), el sector más afectado por la crisis y con peores perspectivas es la *Construcción* (más del 50% de sus PYME prevé que su facturación va a disminuir y casi un 25% cree que tendrá que reducir plantilla). El sector de *Otros servicios* presenta también perspectivas negativas (más de un cuarto de sus empresas tiene previsto que su facturación se reduzca en el próximo año, aunque la reducción de plantilla afectaría a un menor porcentaje de empresas, al 5%).

El sector que parece más estable, y que no tiene previsto apenas cambios, es el de *Comercio, hostelería y transporte*, donde un 84,3% de las PYME prevé que su facturación permanezca igual y un 93,1% mantener el número de empleados.

Gráfico 28

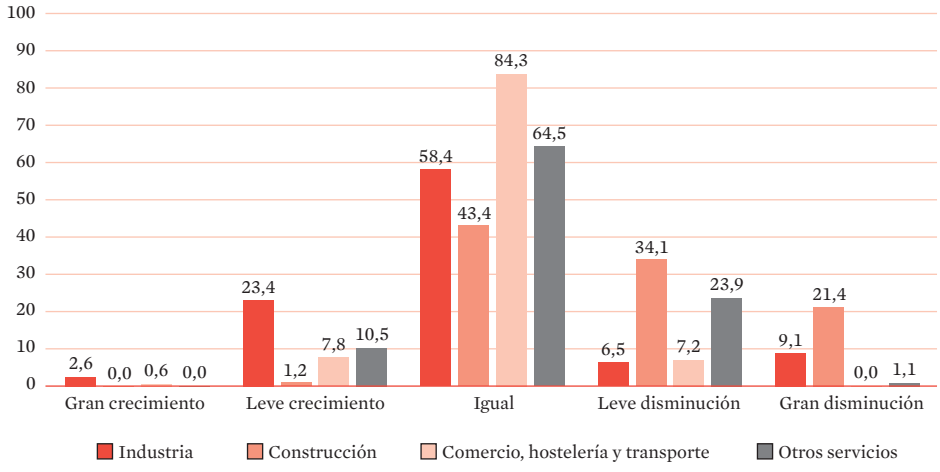
Perspectivas de la evolución de la plantilla de la PYME en los próximos 12 meses. Detalle por tamaño empresarial. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Gráfico 29

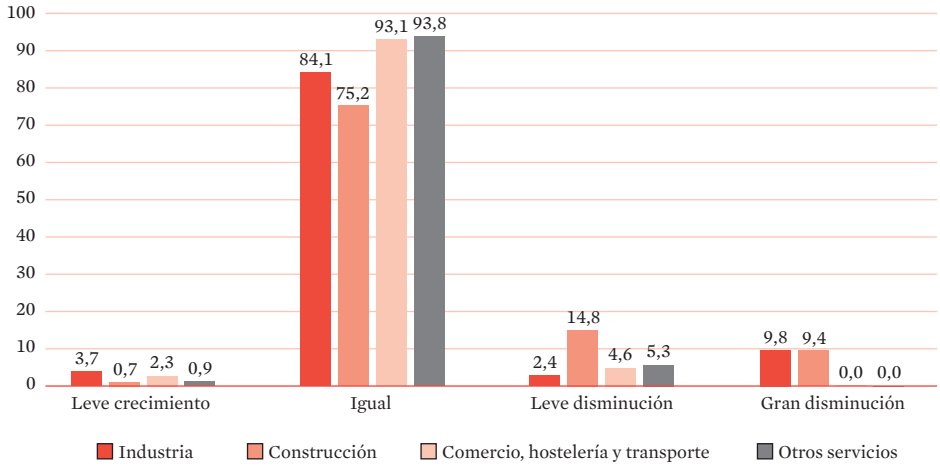
Perspectivas de evolución de la facturación de la PYME, por sectores económicos. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Gráfico 30

Perspectivas de evolución del empleo de la PYME, por sectores económicos. Año 2008. (Porcentajes)



Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En el caso del sector industrial, a diferencia del resto de sectores, hay un 25% de empresas que en el próximo año piensa que su facturación va a aumentar, y sólo un 15% espera que su facturación vaya a disminuir. En relación a su plantilla, el 84,1% de las PYME industriales prevé que va a mantenerse constante, y un 3,7% que experimentará un leve crecimiento.

3.1. El crecimiento como objetivo estratégico

Como ya se ha señalado, un factor de gran importancia para la consolidación de la PYME y el aumento del tamaño medio empresarial es la incorporación del crecimiento empresarial como objetivo a corto o medio plazo. A partir de los resultados de la Encuesta, se puede señalar que **el crecimiento es considerado un objetivo estratégico por un reducido porcentaje de PYME: sólo un 10,2% lo ha incorporado como objetivo en sus planes estratégicos** (Tabla 46).

No obstante, se aprecian pequeñas diferencias por tamaño y sectores que se concretan en una menor presencia del crecimiento como objetivo empresarial en las pequeñas empresas y en el sector de la *Construcción*. El sector de *Otros servicios* tiene un valor algo superior a la media (13,5%).

Tabla 46

PYME que incorporan el crecimiento empresarial a corto y medio plazo en los planes estratégicos de la misma. Detalle por tamaño empresarial y por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes)

Consideración del crecimiento en los Planes estratégicos	
Total	**10,2**
Microempresa	10,5
Pequeña	6,1
Mediana	10,0
Industria	10,6
Construcción	0,0
Comercio, hostelería y transporte	11,4
Otros servicios	13,5

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

4. CONCLUSIONES

1. Las amenazas que la PYME percibe con mayor intensidad están muy relacionadas con la coyuntura económica actual. El 80% de las PYME identifica entre éstas tanto la debilidad de la demanda como las perspectivas económicas para los próximos años. Otras amenazas bastante generalizadas son la presión fiscal a la que se ve sometida la empresa; la fuerte competencia en precios dentro de su sector; la inadecuación del sistema financiero a las necesidades de la PYME; y los elevados costes administrativos por los trámites burocráticos asociados a su actividad.

2. Las diferencias en las amenazas percibidas por la PYME son pequeñas atendiendo al tamaño empresarial, pero sí son relevantes entre sectores de actividad. En general, las PYME industriales acusan, en menor medida que otros sectores, la debilidad de la demanda y las perspectivas económicas, pero son más sensibles a los elevados costes administrativos, a la pérdida de ventaja comparativa en el coste del trabajo y a la debilidad de la infraestructura de I+D.

3. Los factores que las PYME españolas señalan como oportunidades importantes son: el crecimiento demográfico de los últimos años (60,6%); la existencia de un entorno favorable, que acoge con satisfacción a la empresa y sus actividades (59,2%); y una dotación adecuada de infraestructuras y comunicaciones en su entorno geográfico (54,9%).

4. Se han encontrado diferencias significativas en las oportunidades señaladas por la PYME en función del tamaño empresarial. En general, las microempresas perciben como oportunidades un mayor número de factores que la pequeña y, sobre todo, que la mediana empresa. Se aprecian también diferencias en función del sector de actividad, que se resumen en que los sectores de servicios, especialmente el de *Otros servicios,* valora en mayor medida distintos factores como oportunidades; mien-

tras que las PYME del sector industrial y de la *Construcción* no señalan tanto estas oportunidades.

5. Las PYME españolas identifican muy pocas debilidades o desventajas como propias. La más generalizada es la de contar con una rentabilidad económica inferior a la de la competencia y a la de las grandes empresas (50,6%). La otra gran debilidad se relaciona con una productividad y eficiencia en costes inferior a las de la competencia y de las grandes empresas (43,7%).

6. Se han encontrado algunas diferencias significativas en las debilidades identificadas por tramos de tamaño que, en general, afectan negativamente a la microempresa frente a la pequeña y mediana; y por sectores económicos, que se resumen en que las PYME industriales identifican, en mayor medida entre sus debilidades, la desventaja creciente en precios frente a los países emergentes, el hecho de que la financiación propia actúe como restricción al crecimiento, el bajo potencial de diferenciación tecnológica basado en la innovación y el contar con estrategias de crecimiento poco definidas. Las PYME de la *Construcción* señalan, en términos relativos, más aspectos relacionados con la gestión de las empresas, como la menor profesionalización del equipo directivo, la menor disposición a la incorporación de nuevos socios y el no contar con una estrategia de crecimiento definida.

7. El 73,7% de las PYME reconoce que el tener una estructura organizativa sencilla y poco piramidal es una de sus principales fortalezas. Otras dos fortalezas también muy generalizadas son el potencial de diferenciación comercial basado en el ajuste a las necesidades específicas del cliente (54,7%) y la flexibilidad productiva (44,9%).

8. Se observan diferencias en las fortalezas de las PYME atendiendo tanto al tramo de tamaño como al sector de actividad, que se resumen en una mayor identificación de las microempresas y de las PYME del sector de *Otros servicios* con distintos factores considerados como fortalezas.

9. Las perspectivas de las PYME para los próximos 12 meses son de relativa estabilidad: el 70% considera que su facturación va a mantenerse constante, y el 90% no cree que vaya a cambiar sustancialmente la plantilla de su empresa.

10. No obstante, las perspectivas varían de forma notable atendiendo al tramo de tamaño empresarial, especialmente en relación con la evolución de su plantilla. Las medianas empresas cuentan con las peores perspectivas en relación con el empleo (casi un 40% tiene previsto reducir el número de empleados en los próximos 12 meses).

11. El sector más afectado por la crisis y cuyas perspectivas son peores, es el de la *Construcción* (más del 50% cree que su facturación va a disminuir y casi un 25% que tendrá que seguir reduciendo plantilla). El sector de *Otros servicios* presenta también perspectivas negativas (más de un cuarto de sus empresas tiene previsto que su facturación se reduzca en el próximo año, aunque la reducción sobre el empleo se prevé menor). El sector que parece más estable es el de *Comercio, hostelería y transporte* (un 84,3% de las PYME espera mantener su facturación y un 93% no prevé reducciones en el empleo). Las mejores perspectivas corresponden al sector industrial (un 25% de empresas cree que su facturación va a aumentar, y sólo un 15% que va a disminuir).

Capítulo VI

FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME. UN ANÁLISIS EMPÍRICO

INTRODUCCIÓN

En el Capítulo II, dedicado a la revisión de la literatura, se ha señalado que los planes de crecimiento son importantes para el posicionamiento y el futuro de la empresa y para ello será una condición necesaria obtener unos buenos resultados económicos. Esta condición está estrechamente relacionada con la competitividad.

En la *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas,* realizada en el marco de este trabajo, se recogen datos relacionados con las acciones llevadas a cabo por las empresas, encaminadas a mantener o mejorar su competitividad a través de factores de competitividad tradicionales (innovación, internacionalización, financiación y gestión).

En los capítulos previos se ha realizado un extenso análisis descriptivo sobre la posición de la PYME en los distintos factores de competitividad. En este capítulo se va a intentar dar un paso más, y constatar, mediante un método empírico, cuáles de esos factores tienen una mayor incidencia sobre la posición competitiva de la PYME. Los resultados mostrarán el perfil de la PYME competitiva y orientarán sobre las estrategias empresariales y políticas de apoyo más eficaces.

Desde un punto de vista técnico, la competitividad empresarial se puede descomponer en la suma de dos elementos, uno sistemático y otro aleatorio. La parte sistemática es una función que depende de un conjunto de variables exógenas, que en este caso, informan de las características del empleo, calidad, innovación, internacionalización y de herramientas utilizadas por las PYME tanto financieras como de gestión. Cada empresa tendrá un vector propio de características sobre los factores mencionados.

Por otro lado, la componente aleatoria no es observable y debe su naturaleza estocástica a distintas razones como: a) la imposibilidad de incluir, en la parte sistemática, todas las variables que influyen en la competitividad (concepto muy utilizado pero con una definición imprecisa en cuanto a su cuantificación); b) la realización de errores al medir las variables observables que se incluyen en el modelo; c) la inclusión, en el componente determinista, de variables instrumentales (sustituyen a otras de las que no se disponen de datos); y d) la incertidumbre asociada al comportamiento humano en general, y en particular, a aspectos sociales y económicos.

En los capítulos anteriores se ha descrito las PYME españolas en función de características generales, de factores de competitividad, de su posición actual y los retos futuros. En este capítulo, el objetivo es, en primer lugar, separar las empresas de la encuesta en relación a sus "competitividad potencial", utilizando para ello información básica tanto de su capacidad productiva como de sus expectativa futuras a corto plazo; obteniendo como resultado dos submuestras: las PYME potencialmente competitivas y las PYME potencialmente no competitivas.

En segundo lugar, a partir de dichos grupos, se tratará de encontrar entre las características de empleo, calidad, innovación, internacionalización y herramientas, tanto financieras como de gestión, cuáles tienen realmente una relación significativa con la competiti-

vidad de la PYME. Posteriormente, este perfil de características será utilizado a modo de filtro para discriminar, por la dotación de factores de competitividad, entre empresas competitivas y no competitivas.

En esta investigación, gran parte de la información que permite caracterizar la competitividad de la PYME (variables explicativas), es cualitativa. Por ello, para alcanzar los objetivos planteados se propone la estimación de un modelo logit. Esta es la especificación más sencilla y, a la vez, más utilizada en casos similares.

Como resultado, el modelo no sólo permite identificar individualmente cada una de las características relevantes para clasificar las PYME como competitivas o no, sino que además proporcionará la influencia conjunta de dichas características (con su signo particular). De esta manera, se observará el efecto acumulado de los factores de competitividad relevantes con un aumento de la probabilidad de que la empresa sea competitiva.

1. DETALLE DEL ENFOQUE METODOLÓGICO

Para identificar las características que discriminan entre PYME, según su competitividad y partiendo de los factores que la definen de forma conceptual (gestión de recursos humanos, innovación, internacionalización y financiación), es necesario, en primer lugar, separar la muestra en dos grupos: empresas consideradas potencialmente competitivas de las que no.

Para conseguir ambos subconjuntos se ha utilizado la información proporcionada por la propia encuesta. Lógicamente, esta información no debe de estar vinculada con los factores de competitividad tradicionales, ya que el modelo intentará explicar la competitividad potencial de cada empresa a partir de la dotación de dichos factores. Por ello, se ha definido la "competitividad potencial" a partir de las respuestas que cada una de las empresas ha realizado de forma conjunta, y por este orden, a las preguntas[25], A.9 "*Grado de utilización de la capacidad productiva de la empresa*" y A.8 "*Momento en el que se encuentra su empresa*", dándose los casos de la Tabla 47.

Como se recoge en la misma tabla, se ha definido una empresa como "potencialmente competitiva" en el momento actual cuando está funcionando al 100% o por encima de su capacidad. Además, como la competitividad es un concepto dinámico, se ha considerado necesario completar la anterior capacidad productiva de la empresa con unas buenas perspectivas de empleo y de ventas de cara el futuro.

25. Para clasificar las empresas según su grado de competitividad lo ideal hubiera sido disponer además de un conjunto de magnitudes económicas y financieras sobre el funcionamiento de las mismas. De esta manera se habría observado la variación en el tiempo de las magnitudes económicas, ya que la competitividad se acerca más a un concepto dinámico que estático.

Tabla 47
Competitividad a través de la capacidad productiva de la empresa y el momento en que se encuentra

A. 9: Grado de utilización de la capacidad productiva de la empresa	A. 8: Momento en el que se encuentra su empresa	Empresa potencialmente competitiva
1. La empresa está por encima de su capacidad productiva	1. Fuerte crecimiento de ventas y empleo	Sí
	2. Estabilidad de ventas y empleo	Sí
	3. Reducción de ventas y empleo	No
2. La empresa funciona al 100% de su capacidad productiva	1. Fuerte crecimiento de ventas y empleo	Sí
	2. Estabilidad de ventas y empleo	Sí
	3. Reducción de ventas y empleo	No
3. La empresa funciona por debajo de su capacidad productiva	1. Fuerte crecimiento de ventas y empleo	Sí
	2. Estabilidad de ventas y empleo	No
	3. Reducción de ventas y empleo	No

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

En el caso de que la PYME esté trabajando por debajo de su capacidad productiva, pero presente una previsión de crecimiento en ventas y empleo positiva, también será incluida en el grupo de empresas competitivas. Hay que tener en cuenta que, en un momento de desaceleración económica como el actual, el estar en una posición de crecimiento futuro es un buen indicio de posición competitiva.

Una vez clasificadas las empresas en competitivas y no competitivas, se lleva a cabo una estimación de un **modelo de probabilidad**[26] **(logit),** en función de los factores que potencialmente determinan la posición competitiva de las empresas. En el caso en el que cualquiera de dichos factores resulte significativo en la estimación, se podrá concluir que existe una relación causal entre dicho factor y la competitividad.

Por ello, con la estimación se tratará de identificar qué factores son más relevantes de cara a mejorar la competitividad de la PYME. En la estimación se utilizará un modelo de variable dependiente cualitativa (logit), donde se estima la probabilidad de que la empresa sea o no competitiva en función de los factores de competitividad tradicionales.

26. Los modelos de elección binaria estiman la probabilidad de que la variable dependiente tome distintos valores en función de distintas variables o indicadores. Dependiendo de la función de distribución que se asocie al proceso de decisión, el modelo especificado es diferente. Los modelos más utilizados son los Modelo Logit (la ecuación que se le asocia es la función de distribución logística) y los Modelo Probit (la ecuación especificada es la función de distribución normal).

2. ESTIMACIÓN Y RESULTADOS

En el análisis la variable dependiente será dicotómica, definida con dos valores (0-Empresa no competitiva y 1-Empresa competitiva) descrita en la Tabla 47.

Con la estimación se busca determinar aquellos factores básicos de competitividad que sean significativos. Además, el signo de cada parámetro estimado, correspondiente a cada uno de los factores de competitividad, dará información sobre el sentido de la relación entre factor y competitividad. De esta forma, es posible decir que, un signo positivo en un factor significativo, indicaría que una **mejorara en el factor de competitividad aumentaría la probabilidad de que la empresa se encuentre entre las más competitivas**. Mientras que un signo negativo, mostrará todo lo contrario.

En esta investigación las variables explicativas se han separado en cuatro grupos:

1. Características de los recursos humanos de la empresa, como estabilidad del empleo, edad de la plantilla, formación de la plantilla, compromiso con el proyecto, rotación y grado de cualificación de los trabajadores.
2. Características empresariales sobre calidad e innovación. Sobre la primera, se estudia tanto la disponibilidad de certificaciones (ISO, UNE, etc.) como la incorporación a la empresa de mejoras sobre productos, procesos, organizativos y de comercialización. Relacionados con la innovación, se contemplan tanto posibles barreras de entrada de nuevas ideas como conocimiento y usos de medidas y planes de apoyo a la innovación.
3. Características del grado de internacionalización de la PYME mediante el análisis de los mercados, nacionales e internacionales, de venta y conocimiento, y uso de medidas y planes de apoyo a la internacionalización.
4. Por último características de la financiación de la empresa (instrumentos financieros utilizados) y prácticas de gestión, como benchmarking con otras organizaciones, gestión por objetivos, cuadro de mando integral, etc.

Como ya se ha indicado, se ha especificado un modelo de elección discreta binaria para determinar, utilizando las características de una empresa, la probabilidad de que sea o no competitiva.

Concretamente, los resultados alcanzados tras la estimación se han recogido en la Tabla 48, donde se incluyen tan sólo los factores que han resultado significativos (nivel de significación al 90% de probabilidad), es decir, aquellos relevantes a la hora de explicar la competitividad de la empresa.

Entre las características de las empresas vinculadas a los recursos humanos, tres son significativas como explicativas de la posición competitiva de la empresa. Concretamente, con signo positivo, recogiendo un aumento de la probabilidad de que la empresa sea más competitiva, destaca la estabilidad de la plantilla mediante el "**Número de trabajadores fijos** y la formación de su capital humano mediante la "**Utilización de programas**

de adquisición de competencias". Igualmente la estabilidad de la plantilla se consigue con un menor **Número de trabajadores eventuales** (signo negativo).

Tabla 48

Resultados del análisis de competitividad mediante la estimación del logit

Empresas competitivas

Grupo	Variable	Coeficiente estimado
Recursos Humanos	Número de trabajadores fijos	0.0023
	Número de trabajadores eventuales	–0,0014
	¿Ha utilizado su empresa programas de adquisición de competencias? (Sí o No)	0,16
Innovación	¿Ha introducido su empresa mejoras sobre productos? (Sí o No)	0,089
	¿Ha intentado innovar y se ha encontrado con barreras? (Sí o No)	–0,14
	¿Qué % de facturación se debió a la introducción de nuevos servicios?	–0,003
	¿Usa Planes de Apoyo a la innovación de empresas? (Sí o No)	0,01
Internacionalización	¿Exporta? (Sí o No)	0,08
Prácticas de Gestión	¿Uso gestión por objetivos? (nunca, esporádicamente, frecuentemente)	–0,054
	¿Prácticas de benchmarking con otras organizaciones? (nunca, esporádicamente, frecuentemente)	0,06
	¿Herramientas para el autodiagnóstico y/o autoevaluación? (Sí o No)	0,05

Fuente: Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas

Enlazando con resultados anteriores la estabilidad de la plantilla estaba asociada con empresas de menor tamaño, pero en cambio la formación era una característica significativa de empresas de mayor tamaño.

En cuanto a los factores relacionados con la innovación dos son significativos con signo positivo, "**Introducción de mejoras sobre productos"** y el **"Uso de Planes de apoyo a la innovación de empresas"**. Mientras que, por otro lado, una empresa será más competitiva cuanto menor sea el "**Número de barreras encontradas para la innovación"** y también menor el "**Porcentaje de facturación debido a la introducción de nuevos servicios"**. Aunque el signo de este último factor es relativamente sorprendente, su justificación se puede encontrar en razones puramente sectoriales. Concretamente, el análisis descriptivo de los capítulos anteriores ha destacado a las PYME industriales como las más internacionalizadas, innovadoras, menos afectadas por la actual crisis y, además, con las

mejores expectativas para el año que viene. Se considera que el perfil obtenido, en parte, se puede aproximar a las características de PYME pertenecientes al sector industrial.

De las características empresariales relacionadas con la internacionalización, sólo el hecho de **exportar** resulta significativo. Es decir, la exportación hace más probable que la empresa se encuentre entre las más competitivas.

Por último, hay tres variables relacionadas con las prácticas de gestión que han resultado significativas. Dos de ellas, "**Prácticas de benchmarking con otras organizaciones"** y **"Herramientas para el autodiagnóstico y/o autoevaluación",** contribuyen a mejorar la competitividad y, por tanto, a explicar las diferencias en los niveles de competitividad de las empresas. Ahora bien, el uso de "**Gestión por objetivos"** disminuye la probabilidad de que la empresa se encuentre en el grupo de las más competitivas. Este resultado puede entenderse desde la óptica de que la gestión por objetivos es práctica generalizada en la PYME y, fundamentalmente, empleada en las microempresas.

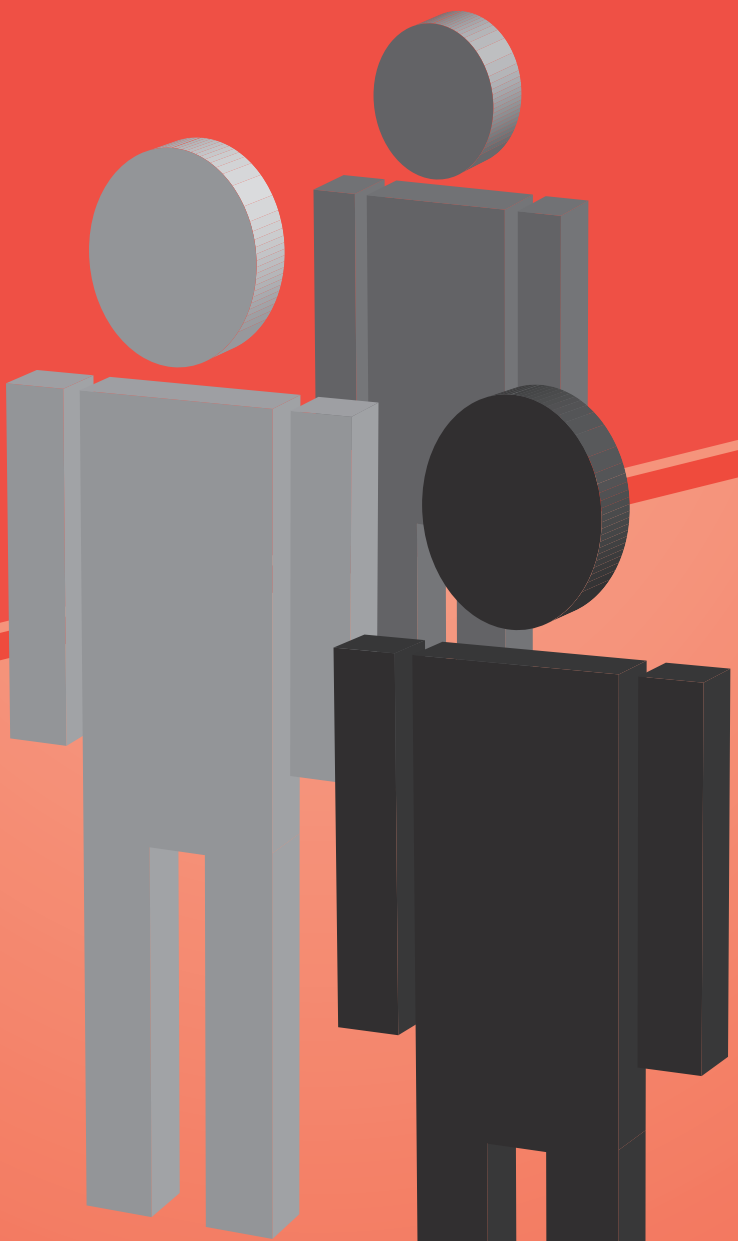
Para terminar se quieren destacar dos ideas más que se desprenden de la lectura conjunta de los resultados del modelo:

1. En una PYME disponer de una dotación conjunta de todas las características que el modelo ha destacado como significativas, generará un efecto acumulativo de cara a alcanzar, sin duda, una posición competitiva mejor.
2. También como resultado, es posible definir un perfil de empresa competitiva, independientemente de su tamaño. Así, el perfil obtenido es el siguiente: "*Empresas con una plantilla estable, en formación permanente, exportadora, preocupada por la innovación y usuaria de planes de apoyo a la innovación, aplicando técnicas de gestión como el benchmarking entre empresas o el autodiagnóstico o autoevaluación*".

Es difícil identificar una empresa concreta al relacionar tanto el perfil de empresa competitiva como el análisis descriptivo realizado en los capítulos anteriores. Ahora bien, el objetivo final no era éste, sino identificar aquellas características empresariales sobre las que poder actuar o incentivar para mejorar la competitividad de la PYME española.

Capítulo VII

POSICIÓN COMPETITIVA DE LA PYME. UN ANÁLISIS CUALITATIVO



INTRODUCCIÓN

El presente estudio ha contado con un grupo de expertos pertenecientes a diferentes sectores de actividad y con sensibilidades diferentes sobre los mismos, dado que se ha entrevistado tanto a personas pertenecientes a asociaciones empresariales como responsables sectoriales de sindicatos (ver Capítulo I).

En el contexto general del estudio, con la introducción de estos expertos se pretende mejorar el conocimiento sobre la situación de la PYME en España y permite matizar o ampliar información recogida en el estudio cuantitativo realizado en los anteriores capítulos. El presente capítulo recoge los resultados de estas entrevistas.

Con el fin de conocer sus opiniones, se propuso a los expertos que reflexionaran, de manera individual, sobre un guión que se les avanzó de antemano, realizándoseles posteriormente una entrevista personal en profundidad para que expresaran sus opiniones basadas en sus conocimientos del sector, haciendo especial énfasis en las PYME.

Se les propuso trabajar fundamentalmente, sobre los siguientes temas:

1. Instituciones públicas (importancia concedida por las administraciones públicas a las PYME).
2. Acceso a los recursos y gestión de los mismos (aspectos financieros, recursos humanos y formación).
3. Nuevas tecnologías e innovación (penetración de las TIC, I+D+i, desarrollada por las PYME, cultura y diseño).
4. Internacionalización (aprovechamiento de las oportunidades para internacionalizarse y apoyos públicos a estos procesos).
5. Entorno (cultura de cooperación, percepción del sector por el entorno).

A continuación se realizan algunas aclaraciones, a tener presentes en la lectura del capítulo:

a) La selección de expertos, que ha hecho posible la participación de personas pertenecientes a diferentes sectores representando a las asociaciones empresariales y a asociaciones sindicales, ha propiciado la diversidad de opiniones y perspectivas sobre los diferentes temas tratados, diversidad que quedará recogida en este documento.

b) Esta misma diversidad y la propia metodología de carácter cualitativo, han permitido la incorporación al análisis de aportaciones en un formato más espontáneo que el que habitualmente se encuentra en trabajos de carácter académico.

c) En tercer lugar se han incorporado en el desarrollo del texto del capítulo las palabras textuales de los entrevistados (entrecomilladas) debido a su valor para facilitar la comprensión de los conceptos específicos del presente estudio.

d) Por último, como es obvio, cada uno de los expertos no necesariamente suscribe todos los diagnósticos y líneas de actuación recogidos en el informe. De hecho, en algunos casos se señalan de forma explícita las discrepancias.

1. INSTITUCIONES PÚBLICAS

Uno de los temas más importantes que aborda este estudio es el de la atención que prestan las administraciones públicas a las PYME, dado que muchas de las disposiciones normativas emanadas de las diferentes administraciones afectan, de manera directa o indirecta, a las pequeñas y medianas empresas, ayudando o limitando la competitividad de las mismas.

En sus aportaciones, los expertos opinan sobre diferentes aspectos que condicionan la actividad de las PYME, tales como programas de apoyo orientados a mejorar su financiación (subvenciones y ayudas, aunque siempre con una finalidad: fundamentalmente, fomentar la modernización de las empresas), programas de apoyo orientados a la mejora de la competitividad (internacionalización, fomento de la innovación) y legislación orientada al cuidado del medio ambiente.

a) **En relación a la importancia y prioridad concedida por las administraciones públicas a las PYME,** las opiniones de los expertos son muy diversas. Casi todos coinciden en que existen ayudas genéricas para las PYME, aunque muchas de ellas no son aprovechadas por las empresas.

a.1.) Este aprovechamiento depende fundamentalmente de diferentes factores intrínsecos del sector al que pertenecen y al perfil de las propias empresas en general, tales como:

Nivel de asociacionismo: casi todos los expertos destacan que aquellos sectores en que existe un elevado grado de asociacionismo entre sus empresas y que cuentan con una asociación empresarial potente, que tiene una buena interlocución con las administraciones públicas, les es más fácil acceder a las ayudas y prestar servicios a sus asociados.

Así mismo realzan el papel de las asociaciones empresariales, como nexo de unión entre las administraciones públicas y las empresas que dichas asociaciones representan, encauzando las demandas de su sector ante los representantes de las administraciones públicas, haciendo fluir la información en el sentido contrario y ayudando y animando a las empresas, sobre todo a las microempresas para que soliciten las ayudas.

Aunque en muchos sectores se dan los condicionantes anteriores, lo cual es muy positivo para la dinamización de sus empresas, los que no cuentan con este nivel de asociacionismo en su sector, también lo destacan como un aspecto clave para negociar con la administración:

"El primer problema que vemos es que las PYME no tienen ningún tipo de asesoramiento. No tienen ninguna inquietud en estar asociados. Y en la mayoría de subsectores de la producción el nivel de asociacionismo es muy bajo, por lo que las asociaciones a nivel nacional son débiles y, por lo tanto, el nivel de asesoramiento y servicios que podrían prestar (nuevas tecnologías, formación de trabajadores, información, etc.), es muy bajo".

Perfil de las empresas: Todos los entrevistados destacan la dimensión de las empresas, como uno de los factores clave para la mejora de su competitividad, lo cual también facilita el tener un mejor acceso a los programas de ayudas públicas concedidas por la administración. Muchas de las empresas de reducida dimensión no tienen información de la existencia de dichas ayudas; otras no pueden dedicar tiempo a investigar sobre el tipo de apoyo público al que pueden optar; y por último, otras, debido a los trámites burocráticos que conllevan, desisten de presentarse a las mismas. Cuanto mayor es el tamaño, más sencillo les es a las empresas acceder a este tipo de ayudas.

a.2.) Programas de ayudas liderados por las administraciones públicas más conocidos por las empresas.

Como ya se citó anteriormente, las ayudas más conocidas por las empresas, prestadas por las administraciones públicas, son las orientadas, en su gran mayoría, a mejorar la competitividad de las empresas (modernización, internacionalización e innovación).

Gran parte de los expertos entrevistados, tienen una magnífica opinión del apoyo prestado por ICEX a las empresas con las que trabajan, demandando alguno de los mismos esa formación para los técnicos de las propias asociaciones empresariales. En algún caso, dependiendo del sector, existen programas de apoyo específicos para la internacionalización de esas empresas.

En relación al ICO, casi todos los expertos lo conocen, aunque el acceso de las PYME a las líneas financieras de esta institución es muy desigual. Hay sectores en que está muy normalizado el acceso a estos programas de ayuda y otros en los cuales el conocimiento es prácticamente nulo (fundamentalmente en sectores tradicionales con mucha microempresa y bajo nivel de asociacionismo).

Algunos expertos destacan la importancia que están tomando los centros tecnológicos en la mejora de la competitividad de las empresas, ayudándoles a innovar y fomentando, de manera indirecta el asociacionismo entre las mismas. Existe alguna voz discordante entre los expertos, considerando alguno de ellos que el "mantra" que repiten muchas comunidades autónomas es el de la creación de centros tecnológicos, muchos de ellos mal dotados financieramente y poco operativos cuando de realizar I+D+i para las empresas asociadas se refiere.

"Gracias al papel de los centros tecnológicos y al impulso que están dando las AAPP sí hay más inversión en I+d+i, pero es muy desigual, sobre todo lo están rentabilizando las grandes empresas, no lo están haciendo las pequeñas".

b) Coordinación entre las AAPP

Todos los expertos coinciden en la descoordinación entre los diferentes niveles de las administraciones públicas, destacando alguno de ellos las situaciones contradictorias que podrían llegar, en algún caso, a alterar las condiciones de libre mercado.

"No existe una política global, con respecto a la PYME; las competencias de apoyo a la PYME están totalmente desligadas de la administración central, cada comunidad autónoma puede elegir apoyar más o menos a la PYME".

"Existe una gran necesidad de coordinación entre las administraciones públicas, y de unidad normativa; a modo de ejemplo, coexisten normativas contradictorias y diferentes según el municipio o comunidad autónoma en el que se esté".

"No debería existir el efecto frontera. En función de la normativa de cada comunidad autónoma, hay empresas que dan el salto al pueblo de al lado y no están sujetos a determinadas normativas de la comunidad autónoma donde se encuentran radicados".

"El principal obstáculo es la normativa, tanto las de las comunidades autónomas, como las de otros países que solicitan determinados requisitos alimentarios o de componentes o ingredientes de los productos que los usan como barreras no arancelarias para proteger sus mercados. Esto también se hace entre comunidades autónomas, hay muchísimas regulaciones dispares, lo que suponen unos costes altísimos, lo que está suponiendo un fraccionamiento del mercado. No se está avanzando nada, cada vez hay más dispersión. Lo ven muy negativo y lejos de un proceso de armonización".

c) En relación a la normativa medioambiental, los expertos provenientes de sectores considerados tradicionalmente contaminantes, y por lo tanto sometidos a un mayor control por parte de las administraciones públicas, realzan la existencia de un efecto muy directo en la actividad de las empresas pertenecientes a su sector.

Muchos de ellos señalan la dificultad que les supone la diversidad de normativas medioambientales que afectan al mismo sector y que puede suponer problemas de cumplimiento a las empresas.

"A nivel medioambiental la normativa es un mundo, cada comunidad autónoma es diferente".

Aunque prácticamente ninguno señala la introducción de una normativa medioambiental como negativa, sino más bien al contrario, la misma les ha ayudado a ser más competitivos, dado que ha forzado a las empresas del sector a invertir más en tecnología e innovacción, aunque también es cierto que las empresas con mayor dimensión cuentan con una capacidad financiera superior para adquirir esas tecnologías y adaptarse a la normativa que las microempresas. Aunque algún experto apunta que la adquisición de tamaño por parte de las empresas es fundamental para ser competitivas y que las pequeñas deberían desaparecer.

2. ACCESO A LOS RECURSOS Y GESTIÓN DE LOS MISMOS

Dentro de este apartado se presta especial atención al acceso de las PYME a recursos tales como la financiación, al mercado laboral y dentro de éste a las vacantes de difícil cobertura y a la formación (reglada y ocupacional) como factores para la mejora de la competitividad de las PYME.

2.1. Financiación

Uno de los aspectos que se desea destacar en este estudio es cómo se financian las pequeñas y medianas empresas, a qué instrumentos financieros recurren y si la situación económica actual les está afectando en el normal desarrollo de su actividad.

Todos los expertos consultados señalan que las PYME pertenecientes a sus sectores de actividad utilizan fundamentalmente financiación bancaria (préstamos y créditos), tanto para financiar el activo fijo como el activo circulante. En muy pocos sectores hay experiencias de financiación por parte de Business Angels o capital riesgo y, en todo caso, según ha comentado algún experto, son experiencias muy esporádicas. Algunos sectores han tenido, como se comentaba anteriormente, mejores vías de comunicación con instituciones tales como el ICO, lo que les ha permitido negociar líneas de financiación a tipos de interés algo mejores que los existentes en el mercado. El problema es que no todas las empresas pertenecientes a esos sectores conocen, a pesar de la difusión realizada por sus asociaciones empresariales, esa financiación privilegiada: *"muchas empresas de nuestro sector no solicitan el préstamo ICO por desconocimiento, y las entidades financieras no se lo ofrece de motu propio".* Así mismo, ha habido sectores que han contado con fondos europeos que han mejorado sus posibilidades financieras para modernizar las empresas.

Hay expertos que señalan que en sus respectivos sectores se utiliza mucho el *leasing*, sobre todo en sectores industriales donde es necesario acometer la compra de equipamientos costosos, que suelen tener un avance tecnológico rápido o una amortización acelerada del bien. Uno de los entrevistados señaló que en su sector se conoce y utiliza el *renting*. La utilización de estos dos instrumentos depende de los usos y costumbres de cada sector.

En relación a la financiación del circulante, opina alguno de los expertos que, en la actual coyuntura, existen tiranteces a la hora de conseguir financiación, teniendo las empresas problemas, fundamentalmente de liquidez.

"El problema actual es principalmente de liquidez. Los bancos no conceden crédito a las pequeñas y medianas empresas. Empresas con probada solvencia se enfrentan a problemas de liquidez debido a que los bancos no les dan crédito".

Algunos expertos señalan que, desde sus respectivos sectores de actividad, están intentando negociar con ICO líneas de financiación para el circulante.

Algún experto incide en la modificación de los períodos medios de cobro y de pago a raíz de la coyuntura económica actual, que están constriñendo las capacidades financieras de las PYME dado que sus clientes son grandes grupos que tienen unos períodos medios de pago muy altos. Realmente estas PYME están financiando a sus clientes dado que ellos no tienen poder negociador para imponer los mismos períodos de pago a sus proveedores. Esa financiación la conseguían hasta ahora descontando letras, pero en la actual situación, las entidades financieras también han endurecido sus políticas de descuento de papel.

"La situación de las PYME ante la financiación es complicada. Actualmente se encuentran en un doble recorte en el crédito, por un lado por la disminución de las ventas por el consumo, y por otro en el menor crédito de compra (porque los grupos de compra han disminuido también las compras por la caída del consumo)".

Hasta el momento actual, prácticamente ninguna PYME tenía problemas financieros, destacando todos los expertos la facilidad para conseguir financiación por parte de las entidades financieras (bancos y cajas de ahorros), fundamentalmente préstamos y líneas de crédito, aunque esa situación, como ya se ha comentado, ha cambiado.

2.2. Recursos humanos

Es conveniente estudiar el nivel de adecuación de los recursos humanos a las tareas que deben desempeñar dentro de sus empresas, como factor para la mejora de la competitividad de las PYME, centrándose fundamentalmente en conocer el nivel de cualificación de los trabajadores y en el papel de la formación, reglada y ocupacional, y su adaptación a las demandas de los empresarios, así como la posible existencia de vacantes de difícil cobertura.

Durante los años anteriores a la actual coyuntura económica, casi todos los expertos reconocen la dificultad de encontrar mano de obra, tanto cualificada como no cualificada, para trabajar (en algunos sectores la problemática ha sido menor). Gran parte de la no cualificada se iba a la construcción, lo que se subsanó gracias a la inmigración: *"la inmigración ha suplido las deficiencias en recursos humanos".* En relación a la mano de obra cualificada, también les era difícil a casi todos los sectores encontrar personal especializado en su sector a todos los niveles, tanto universitarios como técnicos procedentes de formación profesional, llegándose a "robar", entre empresas pertenecientes a un mismo sector de actividad, a los especialistas.

Actualmente, dada la bajada de la actividad económica, esas asimetrías entre demanda y oferta de mano de obra se han reducido, sobre todo la solicitud de personal no cualificado.

En relación a la necesidad de subir el nivel de cualificación de los empleados para mantener la competitividad de las empresas españolas, todos los expertos coinciden en que, la mejor manera de hacerlo, es a través de la formación, tanto de empresarios como de empleados. Paradójicamente, uno de los problemas que detectan las personas entrevistadas, es la falta de interés por parte de muchos empresarios de PYME en formar, tanto a sus trabajadores como a ellos mismos.

"La formación sigue siendo vista por los empresarios españoles como un gasto, no como una inversión".

"La formación sigue siendo un reto pendiente sobre todo para la PYME y la microempresa. Las empresas de tamaño medio y grande sí son conscientes de su importancia e invierten en la misma".

Muchos expertos, sobre todo de sectores donde existe una innovación constante, opinan que la **formación reglada**, especialmente la formación profesional, no prepara convenientemente a los técnicos que deben incorporarse a las empresas. La tecnología que usan es obsoleta y no dan respuesta a las demandas del sector.

"Hace muchos años que no se han cambiado los currícula escolares en determinadas comunidades autónomas. Las empresas se comienzan a quejar preguntando a los centros de formación profesional ¿a quien me mandáis? Respondiendo los mismos "pues es el alumno más brillante". Es necesario un cambio".

Así mismo algunos de los entrevistados han detectado falta de interés por parte de los alumnos de formación profesional en integrarse en determinados sectores de actividad, dado que no los perciben como atractivos para trabajar (horarios largos, trabajo en fines de semana, condiciones duras, etc.). Esta dificultad para cubrir determinados puestos de trabajo, sobre todo aquellos de baja cualificación, ha sido solventada, como ya se ha comentado antes, recurriendo a mano de obra inmigrante. Algún sector destaca que ha lanzado una campaña de comunicación y publicidad destinada a alumnos de formación profesional para ayudarles a cambiar su opinión sobre el mismo.

"Hay que estandarizar los procesos y la formación adecuada a esos procesos. Crear sistemas ágiles. No es ágil el sistema nacional de cualificaciones, la formación profesional no es ágil, sobre todo desde que se han transferido las competencias a las comunidades autónomas. No puede ser que los programas formativos sean muy diferentes entre comunidades autónomas".

En determinados sectores se están produciendo acercamientos para reducir el gap formativo entre centros de formación profesional y asociaciones empresariales representantes de determinados sectores de actividad con el fin de modernizar los currícula formativos a las necesidades específicas de su sector. Aunque algún experto destaca que es complicado llegar a resultados concretos para modificar los currícula formativos, dado que si se modifican éstos, el centro concertado se arriesga a perder la oficialidad de sus estudios.

En relación a la **formación continua**, aunque se adapta con más rapidez a las necesidades de la industria, prácticamente todos los expertos consideran que no está funcionando de una manera adecuada y que se podría mejorar.

"...lo que les viene bien a las empresas es la formación continua que la patronal y los sindicatos han introducido en el centro de trabajo. He visto trabajadores poco cualificados que han sido bien formados para ocupar puestos de trabajo de mayor cualificación".

"Siendo realistas, para un sector con empresas tan pequeñas, la formación bonificada no tiene mucho éxito. Parece pensada, por su complejidad, para empresas de gran tamaño. Las empresas están participando en los planes de formación a través de las organizaciones empresariales, una garantía para ellos, que la formación se dará con mayor amplitud".

Aún así todos los entrevistados coinciden en el importante esfuerzo que se está haciendo desde las diferentes asociaciones empresariales y los sindicatos para formar a empresarios y empleados, destacando la interlocución directa que mantienen sus respectivas asociaciones empresariales y organizaciones sindicales con la Fundación Tripartita, orientada a mejorar la adaptación de los programas formativos, que se imparten a trabajadores y empresarios, a las necesidades del sector. Así mismo recalcan la importante labor, de difusión de la información y concienciación a los empresarios, realizada por ellos mismos para trasladar esa información a todas las empresas y trabajadores asociadas.

En este apartado de formación ocupacional, los expertos siguen incidiendo en la dimensión de la empresa, como factor determinante para un buen aprovechamiento de esta formación.

El nivel de participación de las microempresas en la formación continua es bajo. Conforme va creciendo la empresa, el nivel de participación en la formación continua creciendo.

"Hay dos razones principales para este bajo nivel de participación de las microempresas, primero: los socios no quieren, no aprecian la formación. Segundo: si un trabajador pide permiso para ir a un curso en una microempresa (hacen falta mínimo 15 alumnos para hacerlo), el empresario se queda durante unos días sin esa persona que debe sacar el trabajo adelante y no pueden prescindir de él".

"Hay muchas dificultades para sacar los cursos de formación adelante. La información que tienen los empleados y empresarios en muy baja y, si hablamos de microempresas, los trabajadores tienen que ir a formarse en un sitio diferente al centro de trabajo. Si la empresa es grande, es más fácil hacer el curso dentro del centro de trabajo, hay más información y es más fácil sacarlo adelante".

Así mismo, destacan los expertos la **necesidad de formarse por parte del empresario** para saber dirigir bien su negocio. Existe algún sector donde es obligatorio esa formación para entrar a trabajar en él, aunque en la gran mayoría de los sectores es libre.

Las patronales están haciendo un esfuerzo importante en formar a los empresarios, aunque no siempre es tarea fácil.

"Les cuesta mucho llegar y explicarles a los empresarios que deben formarse. No ven la ventaja competitiva de formarse".

Existe muy poca colaboración con las universidades. Se han realizado intentos de adaptar los currícula a las necesidades reales, pero tampoco han tenido mucho éxito.

3. NUEVAS TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN

Existe unanimidad absoluta entre todos los expertos entrevistados en que la introducción de nuevas tecnologías en las empresas y la realización de I+D+i, son de vital importancia para ayudarlas a mejorar sus posiciones competitivas en el mercado y no perecer. Muchos de ellos han señalado el compromiso e implicación de sus respectivas organizaciones para difundir esta necesidad entre todas las empresas asociadas y apoyarlas a través de diferentes mecanismos (formación, gestión de subvenciones, relaciones con centros tecnológicos, etc.) con el fin de ayudarlas en ese proceso de modernización, aunque reconocen que es un proceso difícil.

"Hay que obligar a pensar a los empresarios que no podemos competir en precio, hay que competir en servicio. Eso nos lleva de manera recurrente a la I+D+i. Pero es casi como predicar en el desierto".

El factor que los expertos destacan como el más importante para que las empresas introduzcan nuevas tecnologías y realicen innovación es, de nuevo, el tamaño de la empresa. Señalan que existe una relación directa entre dimensión de la empresa y propensión a introducir nuevas tecnologías y realizar actividades de I+D+i, aunque también algún experto matiza que existen microempresas que también introducen mucha tecnología e innovan.

"El mayor obstáculo que tiene la PYME para innovar es su tamaño y el personal adecuado para hacerlo. Para tener un departamento de investigación necesitan un personal e instalaciones adecuadas. Muchas empresas están haciéndolo a través de Centros Tecnológicos".

"Conozco microempresas con 7 trabajadores (panaderías) que han hecho variedades diferentes de pan, colines, etc. Están haciendo nuevos productos, están creciendo, etc. Otros siguen igual. Unos están preocupados y avanzan y los otros creen que pueden seguir eternamente haciendo el mismo pan de toda la vida, eso le vale, pero para los 200 panes diarios".

Otro de los factores que han reseñado los expertos como determinante dentro del aspecto tecnológico, es el sector o subsector de pertenencia de la PYME, aunque no lo achacan a ninguna causa específica el que unos estén más modernizados que otros. Consideran que, en nuestro país, conviven sectores y subsectores modernizados con otros que todavía se encuentran en el siglo pasado:

"Todos aquellos que no han transformado su producción y no han sacado nuevos productos lo están pasando mal. Los que no han invertido en tecnología e innovación para sacar productos nuevos al mercado, tienen la vida muy corta".

"Hay determinados sectores en el que todavía, los empresarios manejan empresas de hasta 1.000 empleados con sólo un coche, un teléfono móvil y una agenda".

Algunos de los entrevistados han hecho referencia a diversos temas, íntimamente relacionados con la modernización de las empresas de sus respectivos sectores de actividad, tales como incorporación del diseño, consecución de certificaciones de calidad, utilización de las TIC y papel de las administraciones públicas como dinamizadores de la innovación a las que a continuación se hará referencia.

a) La **introducción del diseño** en los productos, como factor de innovación, suele relacionarse más con sectores industriales. Alguno de los entrevistados opina que cada vez hay más sensibilización e inversión en este aspecto por parte de las PYME.

"Para las empresas de nuestro sector, las nuevas tecnologías son básicas para garantizar nuevas políticas de diseño y comercialización".

b) La consecución de **certificaciones en calidad**, generalmente, no se considera una prioridad en las PYME, dado que los pequeños empresarios, según opinión de algunos de los expertos, piensan que suponen una importante inversión en tiempo, esfuerzo y dinero y que el retorno no es lo suficientemente importante para que se justifique la misma.

"...cuando un cliente se certifica, suele exigir que sus proveedores se certifiquen. Las PYME sólo se certifican cuando nos lo exige el cliente, en caso contrario no".

c) En relación a la **utilización de las TIC**. aunque vuelve a aflorar el tamaño de la empresa y el subsector de actividad en relación a la velocidad de penetración de estas tecnologías, algunos expertos consideran que poco a poco se van introduciendo en las PYME (utilización de cajas registradoras con scanners, PDAs, TPVs, etc.) Otros expertos ni siquiera las mencionan, posiblemente porque consideran que sus sectores están muy modernizados y que ya se da por sentado que todas sus empresas las utilizan, al menos para la gestión.

"Cada vez las TIC penetran más en las PYME, aunque depende del subsector. Se usan principalmente para la gestión, no para la producción".

d) Algunos de los expertos señalan a la **administración pública** como un importante motor de modernización empresarial que actúa a través de una doble vía:

d.1.) Normativa, legislando principalmente, como ya se comentó anteriormente en el epígrafe relacionado con la percepción del apoyo prestado por las instituciones públicas a las PYME, en temas relacionados con el tratamiento de residuos y que afecta, fundamentalmente, a las industrias más contaminantes. Así mismo, existen regulaciones que afectan específicamente a determinados sectores y que les obligan a introducir determinadas tecnologías para mejorar la seguridad de los productos o servicios que prestan.

"Favorece la incorporación de nuevos equipos a las empresas, todos los aspectos relacionados con los residuos y emisiones contaminantes".

"El acceso a las nuevas tecnologías viene obligado por Ley en este sector. La legislación obliga a introducir determinadas tecnologías en los vehículos".

d.2.) A través de apoyos públicos a la incorporación de tecnología, proveyendo de financiación a las PYME para la adquisición de tecnologías o realizar activida-

des de I+D+i o fomentando la innovación, creando instituciones que prestan apoyo técnico a las empresas (Centros Tecnológicos).

Prácticamente todos los expertos conocen la existencia de ayudas financieras directas para la incorporación de nuevas tecnologías, pero piensan que muchas no se aprovechan por las PYME por diversas razones, entre las que se citan las siguientes:

— *"La dificultad para preparar la documentación que se pide",* por lo que si no se tiene ayuda externa (gestoría, empresa que va a implantar la tecnología, intermediarios, etc.) la PYME de *motu propio* no la solicita.

— La necesidad de hacer el desembolso previo para la adquisición del bien antes de recibir la ayuda.

— Ayudas genéricas, no personalizadas por sectores de actividad.

Uno de los instrumentos percibidos por las diferentes Administraciones y por los expertos como más útiles para fomentar la I+D+i en las PYME son los Centros Tecnológicos.

"En España se ha invertido mucho en Centros Tecnológicos. La administración pública, la Patronal y nosotros (los sindicatos) nos hemos creído la innovación. En todas las comunidades autónomas hay centros tecnológicos".

Aunque algunos de los expertos piensan que estos centros deben ser más ambiciosos en sus planteamientos, para lo que deben estar mejor dotados financiera y humanamente y más orientados a apoyar la innovación en las PYME.

En resumen, aunque existe unanimidad por parte de todos los agentes sociales (administración, patronal y sindicatos) en concienciar a los empresarios de la necesidad de modernizar sus empresas, la decisión final siempre corresponderá al empresario. Los empresarios que quieren ser competitivos ya trabajan en esa línea y los que no, irán perdiendo competitividad hasta desaparecer.

"Se está agrandando el gap entre las empresas que se han modernizado e invierten en tecnología y las que no invierten en tecnología. En la misma calle conviven empresas del siglo XXI con empresas del siglo XIX".

4. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYME

En un entorno cada vez más globalizado, es muy difícil para las empresas mantener su mercado constreñido a un entorno local. Hoy día, la competencia de las mismas no proviene necesariamente de su entorno cercano. Ante esta realidad, se ha respondido por parte de los sectores productivos españoles de diferente manera, desde la indiferencia más absoluta *"Nuestro sector "está muy arraigado al lugar"; no salen nuestras empresas fuera del país y tampoco hay desplazamientos de pequeñas empresas extranjeras hacia España";* hasta la necesidad de estar presente de una manera global, dado que sus clientes son grandes grupos internacionales, lo cual introduce, por parte de algún experto, el

fenómeno de la deslocalización para seguir ofreciendo a sus clientes precios competitivos, aunque matizando que en España se suele quedar la I+D+i de sus empresas.

"Si un cliente se traslada, tienes que irte detrás, te exige instalarte en la nueva zona".

"Ha habido un proceso de salida hacia el exterior y sigue habiéndolo; de forma obligada para seguir al cliente".

En España conviven sectores muy internacionalizados (transporte o el sector auxiliar de automoción) con otros que no sienten la necesidad de salir de nuestras fronteras. Bien es cierto que esta realidad es significativa, fundamentalmente de las PYME, la gran mayoría de las grandes empresas sí están internacionalizadas desde hace tiempo. La dimensión de las empresas ha sido puesta de nuevo en evidencia por gran parte de los expertos entrevistados, que la citan como uno de los grandes problemas para conseguir que las empresas españolas de sus sectores aborden mercados exteriores.

"Para salir al exterior, el problema es el tamaño. Hacen falta recursos materiales, humanos, etc. Por lo que, hasta ahora, toda su producción se ha quedado en España".

Alguno de los expertos ha introducido un interesante matiz relacionado con la internacionalización, diferenciando entre salir al exterior sólo exportando o salir al exterior e internacionalizarse a través de la implantación efectiva de la empresa en otro país. Gran parte de los expertos entrevistados al hablar de internacionalización se han referido fundamentalmente a la exportación, aunque alguno ha citado también que empresas de alguno de los subsectores pertenecientes a su federación, consiguen gran parte de las materias primas en el exterior de nuestras fronteras.

"Se ha avanzado mucho, se partía de niveles muy bajos, pero este avance está concentrado sólo en exportación. Muy pocas empresas están realmente internacionalizadas, han comprado empresas, realizado Joint Ventures o han abierto sucursales en el extranjero. Este tipo de actuaciones va más allá de la exportación".

Por otro lado, algunos de los expertos señalan que, debido a la coyuntura económica actual, están cayendo las ventas de las empresas de sus sectores dentro del mercado español, por lo que hay empresas que están comenzando a plantearse su salida al exterior como forma de combatir esa caída en sus cuentas de resultados. **La crisis está suponiendo un acicate para algunos sectores que tradicionalmente estaban poco internacionalizados**.

"Actualmente, debido a la crisis del sector existe una búsqueda de mercados emergentes, siguiendo fundamentalmente a los fondos Europeos; en este momento se mira hacia los países del Este".

"Hay que plantearse la exportación en un plazo de 5 años. Ahora hay mayor interés porque ha caído el mercado nacional".

Aunque ya se citó anteriormente, lo reiteramos dada su relevancia: todos los expertos señalaron al ICEX como uno de los apoyos prestados por la administración más útil para las empresas, haciendo especial incidencia en el éxito del programa PIPE.

"En general se considera que las medidas de apoyo son adecuadas para las PYME, colaboramos mucho con el ICEX, del que destacaría sobre todo el programa PIPE. El PIPE es un esquema muy valioso, mucho más que las ayudas financieras (más consejo técnico, más consultor sentado con el empresario)".

En relación a las dificultades más importantes que afrontan las empresas españolas para salir al exterior, algunos de los expertos señalan las siguientes:

— Falta de conocimiento del entorno jurídico (normativas dispares en diferentes países).

— Tamaño de las empresas españolas.

— Costes administrativos altos para las PYME.

"En relación al tamaño de las empresas, los costes administrativos son muy importantes y actúan como obstáculos muy importantes en la internacionalización".

Es de destacar que, curiosamente, ninguno de los expertos entrevistados ha reseñado, como problemas de las PYME españolas para plantearse abordar mercados extranjeros, el idioma o la falta de personal cualificado para acometer esos procesos de internacionalización.

5. ENTORNO EMPRESARIAL

Los expertos entrevistados han analizado en este apartado la percepción por parte de la sociedad de sus respectivos sectores de actividad, haciendo especial hincapié en aquellos factores que podían tener una incidencia negativa que afectase al normal desarrollo de su actividad, así como la existencia de cultura de cooperación entre las mismas.

La percepción de las empresas varía en función de los sectores de actividad a los que pertenecen. Según señala algún experto, hace algunos años el factor determinante para una buena percepción social radicaba en el empleo que era capaz de crear. Hoy día existen otros factores que han cobrado más importancia en la mente de los ciudadanos que la mera generación de empleo, como el respeto hacia el medioambiente, que penaliza la percepción por parte de la sociedad de las empresas tradicionalmente contaminantes.

Así mismo algunos de los entrevistados han incidido en la percepción de la sociedad sobre la "dureza" de las condiciones de trabajo existentes en determinados sectores (jornadas largas, trabajos penosos y duros, trabajo en fines de semana, etc.), lo que ha generado dificultad a la hora de encontrar o retener mano de obra preparada.

"El trabajador de este sector se siente en lo más bajo de la sociedad, no hay reconocimiento social".

En relación a la posible existencia de una cultura de cooperación empresarial entre empresas pertenecientes a mismo sector, hay prácticamente unanimidad en las respuestas de los entrevistados sobre la inexistencia de cooperación entre las mismas:

"Cooperar es un verbo que no declinan las empresas".

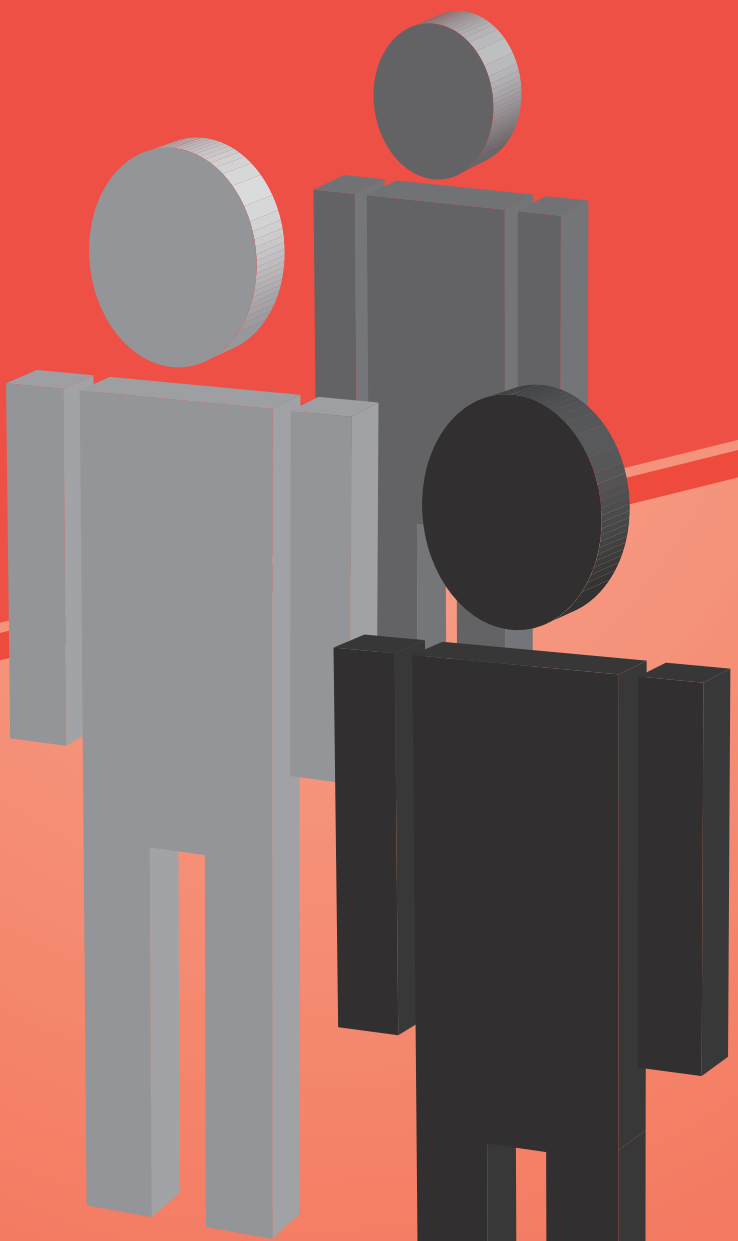
Aunque luego algunos matizan que, gracias a determinadas iniciativas de las administraciones públicas y de las asociaciones empresariales, sí que se den casos de cooperación.

"No existe una cultura de cooperación entre PYME del mismo sector, porque se consideran unos competencia de los otros. Sin embargo, sí que existen relaciones a través de asociaciones, federaciones, etc. para la defensa, en general, de las PYME".

Un buen ejemplo de una iniciativa emanada de las administraciones públicas es el apoyo a las llamadas "denominaciones de origen", que han impulsado a las empresas productoras de algún producto determinado, a unirse para aprovecharse de las ayudas públicas, fundamentalmente orientadas a la promoción, y que, a cambio, las ha forzado a cumplir con determinados estándares de calidad y determinadas reglas para poder aprovecharse de los beneficios de dichas denominaciones.

Este modelo basado en denominaciones de origen está suponiendo un gran éxito comercial para muchas áreas, eminentemente agrícolas, aunque ha "saltado" a otras.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



En cada capítulo del estudio se ha ido incluyendo un epígrafe final con los principales resultados obtenidos en el mismo. En este apartado se avanzan algunas conclusiones de carácter más global y las principales recomendaciones que se derivan de ellas.

1. Los resultados de este estudio refuerzan la idea de **heterogeneidad del grupo de empresas que habitualmente se engloban bajo las siglas de PYME**. Como se ha visto a lo largo del mismo, la microempresa, dado su peso dominante en el grupo, condiciona el comportamiento global de la PYME. Las medianas empresas muestran en muchas ocasiones, comportamientos y estrategias propios que no se corresponden con el comportamiento medio de las PYME. Por tanto, una primera recomendación es la **necesidad de diferenciar y ajustar las políticas de apoyo a las necesidades concretas de los distintos tramos de tamaño** incluidos en el grupo PYME; especialmente significativa es la **diferenciación** en las mismas de **microempresas y medianas empresas**. Es decir, no se puede diseñar una política de apoyo a la PYME en innovación o internacionalización sino que se debe considerar medidas concretas dirigidas a la microempresa, que en muchos casos serán inicialmente de concienciación, y medidas concretas dirigidas a las medianas empresas, que ya están en fases más avanzadas en casi todos los procesos y que en muchos casos demandan apoyo financiero o técnico para abordar nuevas etapas.

2. El comportamiento de la PYME varía también de forma muy acusada en función del sector de actividad en el que se ubique. Por tanto, **las políticas dirigidas a PYME deben tener también una clara consideración sectorial**. En general, se observan **diferencias notables,** en todos los factores de competitividad considerados, **entre la industria y los servicios**, aunque estos últimos tampoco son un grupo homogéneo, y aquellos de mayor valor añadido, que además están muy poco expuestos a la competencia internacional, muestran una situación claramente particular.

3. Dadas las importantes consecuencias que la heterogeneidad en el grupo de las PYME tiene sobre su comportamiento, tal como se ha señalado en los párrafos anteriores, **se recomienda que las investigaciones empíricas, especialmente las cuantitativas, cuenten con muestras suficientes para obtener resultados detallados para los distintos tramos de tamaño y/o sectores de actividad**. En el marco de esta misma recomendación cabría señalar la importancia de que una posible réplica de la *Encuesta sobre competitividad de las PYME españolas* cuente con una muestra más amplia que cumpla con el requisito antes señalado.

4. El grado de conocimiento de las políticas de apoyo a la PYME es muy bajo y menor aún el de utilización de los distintos instrumentos y medidas dirigidos a ellas. Sin embargo, la valoración media de las empresas que han utilizado las distintas medidas es relativamente alta. Por tanto, cabe señalar que **las medidas de apoyo se ajustan, en general, a las necesidades de la PYME, pero que su nivel de cobertura es muy pequeño y que la difusión de las mismas no es tampoco la más adecuada**. En general, se observa que las empresas industriales están mejor informadas de las medidas de apoyo, las utilizan en mayor medida y son más exigentes en su valoración que las empresas de servicios. Atendiendo al tramo de tamaño, las empresas medianas conocen y utilizan en mucha mayor medida los distintos instrumentos y la microempresa es la que menor conocimiento tiene de los mismos.

5. De los cinco factores de competitividad considerados en este análisis (innovación, internacionalización, financiación, recursos humanos y prácticas de gestión) **las PYME hacen una valoración** más **positiva de su situación en relación con los recursos humanos.** Un alto porcentaje cree que su cualificación se adecua a sus necesidades y que el grado de compromiso con el proyecto empresarial es también alto. Por el contrario, **la posición de la PYME es más débil en relación con la calidad, la internacionalización, y con la incorporación de prácticas de gestión.** La concienciación de la PYME sobre la importancia de estos tres aspectos en la competitividad empresarial es baja, como muestran los reducidos porcentajes de empresas que han abordado estos procesos. Por tanto, cabe **recomendar medidas de difusión y de animación a la incorporación de estas prácticas –calidad, internacionalización y prácticas de gestión– a la dinámica empresarial mediante actuaciones de alcance, que hagan especial énfasis en los tramos de tamaño y sectores más alejados de estas actuaciones**.

6. Un reducido número de PYME incorpora el crecimiento empresarial como objetivo estratégico a corto o medio plazo. Este resultado condiciona actualmente, y lo hará en un futuro, la competitividad de la economía española que está afectada por el reducido tamaño medio empresarial. La importancia de este hecho lleva a considerar **actuaciones específicas dirigidas a conocer con mayor profundidad las causas últimas por las que una gran mayoría de PYME españolas no tiene el crecimiento empresarial entre sus objetivos. Esta investigación permitirá el diseño de medidas eficaces dirigidas a cambiar este limitador aspecto de la economía española**.

7. Los resultados que se derivan de la perspectiva aportada por asociaciones empresariales y federaciones sindicales refuerzan la idea de heterogeneidad del grupo PYME, marcada tanto por el tramo de tamaño como por el sector de actividad. En esta línea, **se insiste en la necesidad de consideración especial de la microempresa en los programas de apoyo** a la competitividad.

8. Los agentes sociales destacan, en mucha mayor medida que las empresas, los condicionantes que el reducido tamaño medio empresarial introduce en las actuaciones de apoyo y apuestan por **medidas que incentiven el tamaño medio empresarial**.

9. La visión aportada por las asociaciones empresariales y sindicatos ha puesto de manifiesto la inadecuación de cierta normativa a la realidad de la PYME, y muy especialmente de la microempresa. Entre ellas, cabe citar, las exigencias de la ley de protección de datos o los procesos de certificación de calidad, que en general, se consideran muy alejados de las necesidades concretas de la microempresa y de la pequeña empresa. Por tanto, **cabría pensar en una posible adaptación de dichas normativas a la dimensión y necesidades de estos tramos de tamaño empresarial**.

10. Otro aspecto bastante generalizado por sectores es la escasa colaboración entre PYME, lo que resta posibilidades de actuación en distintos campos como la formación, la innovación o la internacionalización, y debilita su poder de influencia y negociación. En este sentido, **cualquier actuación que fomente la colaboración y la creación de redes entre PYME, ya sea de carácter inter o intra sectorial, será considerado una medida positiva.**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Audretsch, D.B., "*Entrepreneurship: A survey of the literature*", Bruselas, Dirección General de Empresa, Comisión Europea, 2002

Audretsch, D.B., "*SMEs in the age of globalization*", Cheltenham, Edgard Elgar, 2003.

Audretsch, D.B. y Thurik, A.R., "*Linking Entrepreneurship to Growth*", Working Paper 2081/2, Luxemburgo, OCDE, 2002.

Ayyagari, M., Beck, T. y Demirgüc-Kunt, A., "*Small and Medium Enterprises Across the Globe*", World Bank Policy Research Working Paper 3127, Agosto, Washington D.C., 2003.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), "*Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*", Washington, 2002.

Banco Mundial, "*Business Development Services for Small Enterprises: Guiding Principles for Donor Intervention*", Committee of Donor Agencies for Small Enterprise Development, 2001 Edition, Febrero, Washington D.C., 2001.

Barba, M.J., Aragón, A. y Sanz, R., "*Condicionantes de la formación en las PYMES industriales*", Economía Industrial, nº 334, pp. 35-44, 2000.

Barber, J., Metcalfe, J. y Porteous, M., "*Barriers to Growth in Small Firms*". Routledge, Londres, 1989.

Barron, J.M., Black, D.A. y Loewenstein, M.A., "*Employer Size: The implications for search, Training, Capital Investment, Starting Wages and Wage Growth*", Journal of Labour Economics, 5 (1), pp. 76-89, 1987.

Beck, T., y Demirguc-Kunt, A., "*Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint*", Journal of Banking and Finance, vol. 30, Iss. 11, pp. 2931-2943, 2006.

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. y Levine, R., "*Law, Endowments and Finance*", Journal of Financial Economics, vol. 70, issue 2, pp. 137-181, 2003.

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. y Levine, R., "*SMEs, Growth and Poverty*", NBER Working Paper No. W11224, 2005.

Biais, B. y Gollier, C., "*Trade credit and credit rationing*", Review of Financial Studies, vol. 10, nº 4, pp. 903-937, 1997.

Birch, D., "*Change, Innovation, and Job Generation*". Journal of Labor Research, 10(1): 3-39, 1989.

Blázquez, F., Dorta, J.A. y Verona, M.C., "*Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*", Innovar, vol.16 no.28, 2006.

Bound, J., Cummins, C., Griliches, Z., Hall, B.H. y Jaffe, A., "*Who does R&D and who patents?*", NBER Working Paper Series. Nº 908. In Zvi Griliches (ed.), R&D, Patents, and Productivity, Chicago: University of Chicago Press, 1984.

Buesa, M. y Molero, J., "*Tamaño empresarial e innovación tecnológica en la economía española*". Documento de trabajo Nº 1. Instituto de Análisis Industrial y Financiero, 1996.

Buisan, M. y Acena, F., "*Estrategias de internacionalización de la PYME española: Una visión desde el Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI)*", Información Comercial Española, Revista de Economía, iss. 839, pp. 55-64, 2007.

Calof, J.L., "*The relationship between Firm Size and Export Behaviour revisited*", Journal of International Business Studies, vol. 25, nº 2, pp. 367-387, 1994.

Calvo, A., "*La formación en la empresa española. Balance de una década*", Capital Humano, nº 100, pp. 14-20, 1997.

Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, "*Empresas españolas. Competitividad y Tamaño*". Fundación INCYDE: Servicio de Estudios, 2006.

Cámaras de Comercio y Abay Analistas Económicos, "*Financiación y nuevos instrumentos financieros para la PYME",* Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio, 2007.

Camisón, C., "*Reflexiones sobre la investigación científica de la PYME*". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 6 (2), pp. 13-29, 2000.

Carree, M.A. y Thurik, A.R. "*The impact of entrepreneurship on economic growth*", en Handbook of Entrepreneurship Research, Acs, J. y Audretsch, D.B. (editors), Nueva York, Springer Science, pp. 437-471, 2003

Cavusgil, S.T. y Nevin, J.R., "*Internal determinants of export marketing behaviour: an empirical investigation*", Journal of Marketing Research nº 18, Febrero, pp. 114-119, 1981.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), "*Estudio económico de América Latina y el Caribe, 2003-2004*", Santiago de Chile, 2004.

Cohen, S., "*Big Ideas for Trainers in Small Companies*", Training & Development, 52 (4), pp. 26-31, 1998.

Comisión Europea, "*Las pyme europeas en estudio 2002*", ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/execsum_2002_es.pdf, DG Empresa e Industria, 2002.

Comisión Europea, "*Recomendación sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas*" C(2003) 1422 final, 2003.

Comisión Europea, "*Innobarometer 2004*", Dirección General de Empresa, 2004

Costa, M.T., "*Cambios en la organización industrial: cooperación local y competitividad internacional. Panorama general*", Economía Industrial, nº 286, pp. 19-36, 1992.

Depperu D. y Cerrato D., "*Modelli d'internazionalizzazione, competitività e performance delle imprese*", Economia & Management, 5, 2006

Donckels, R., y Lambrecht, J., "*Networks and small business growth: An explanatory Model*", Small Business Economics, Springer, 1995.

Duane, R. y Hitt, M.A., "*Performance strategies for high-growth entrepreneurial firms*". En P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, N. M. Carter, P. Davidsson, W. B. Gartner, C. M. Mason, & P. P. McDougall (Eds.), Frontiers of Entrepreneurship Research. Wellesley, MA: Babson College, 1997.

Durand, M. y Giorno, C., "*Les indicateurs de compétitivité internationale: aspects conceptuels et evaluation*". OCDE en http://www.oecd.org/dataoecd/40/21/33842566.pdf, 1992.

Durand, R. y Coerderoy, R., "*Age, order of entry, strategic orientation and organisational performance*". Journal of Business Venturing, 16, 471-494, 2001.

Estrada, A., y Vallés, J., "*Investment and financial structure in Spanish manufacturing Firms*", Investigaciones Económicas, vol. 22 (3), pp. 337-359, 1998.

Eurostat, "*European Business - Facts and Figures, Annual Statistics 2007*", http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-BW-07-001, 2007.

Evans, D., "*Tests of alternative theory of firm growth*". Journal of Political Economy, 95 (4), 1987.

Fariñas, J.C. y Huergo, E., "*Tamaño empresarial, innovación y políticas de competencia*", Economía Industrial, nº 329, 1999.

Fingleton, B., Eraydin, A. y Paci, R. (eds.), "*Regional economic growth, SMEs and the wider Europe*", pp. xv, 316 Publisher Information: Aldershot, U.K. and Burlington, Vt.: Ashgate, 2003.

Fritsch, M. y Meschede, M., "*Product innovation, process innovation and size",* Working Paper, Freiburg University, 2000.

Gibrat, "*Les Inequalites Economiques*", Libraire du Recueil Sirey, Paris, 1931.

Grubaugh, S.G., "*Determinants of Foreign Direct Investment*", The Review of Economics and Statistics, vol. 69, nº 1, pp. 149-152, 1987.

Hambrick, D.C. y Crozier, L.M., "*Stumblers and stars in management of rapid growth*". Journal of Business Venturing 1(1), 31-45, 1985.

Hamilton, R.T. y Fox, M.A., "*The financing preferences of small firm owners*", Internacional Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, vol. 4 (3), pp. 239-248, 1998.

Hay, M. "*Barriers to Small Firm Growth*". Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, 1992.

Heneman, R.L., Tansky, J.W. y Camp, S.M., "*Human Resource Management practices in small and medium sized enterprises: unanswered questions and future research perspectives*", Entrepreneurship Theory and Practice, 25 (1), pp. 11-26, 2000.

Hornsby, J.S. y Kuratko,D.K., "*Human resources management in small firms: critical issues for the 1990s*". Journal of Small Business Management, 28(2), 9-18, 1990.

Huergo, E. y Jaumandreu, J., "*How does probability of innovation change with firm age?*" Forthcoming Small Business Economics, 2002.

Hutchinson, J. y Xavier, A., "*Comparing the Impact of Credit Constraints on the Growth of SMEs in a Transition Country with an Established Market Economy*", Small Business Economics, vol. 27, iss. 2-3, pp. 169-79, 2006.

Instituto Nacional de Estadística, Directorio Central de Empresas, www.ine.es

Jackson, S.E., Shuler, R.S. y Rivero, J.C., "*Organizational Characteristics as Predictors of Personnel Practices*", Personnel Psychology, 42, pp. 727-786, 1989.

Kim, J., Lee, S.J. y Marschke, G., "*Relation of firm size to R&D productivity*", Working Paper, Albany University, 2004.

Kimberly, J.R. y Evanisko, M.J., "*Organizational innovation: The influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations*", Academy of Management Journal, 24 (4), pp. 689-713, 1981.

Lee, J. y Miller, D., "*Strategy, environment and performance in two technological contexts: contingency theory in Korea*", Organization Studies 17:729–750, 1996.

López Duarte, C., "*Internacionalización de la empresa española mediante inversión directa en el exterior 1998-1994*", Economía Industrial, nº 318, 1997.

Macmillan, I.C., MacGrath, R.G., "*The entrepreneurial mindset*". Harvard Business School Publishing, 1999.

Mansfield, E., "*Composition of R&D expenditures: relationship to size of firm, concentration, and innovative output*", The Review of Economics and Statistics, vol. 63, nº 4, pp. 610-615, 1981.

Maté, J.M., "*Factores determinantes del comportamiento diferencial de las empresas industriales españolas que invierten en el extranjero*", Documento de Trabajo nº 129, Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social, 1996.

Merino, F., "*El proceso de internacionalización de las PYME*", Papeles de Economía Española, 89, pp. 106-116, 2001.

Metcalfe, S., "*Handbook of the Economics of Innovation and Technological Change*", Oxford: Blackwell, 1995.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, "*Mapa de necesidades de cualificación en la industria española*", http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/38D67419-0891-421B-AD30-493D2D1EE85F/0/9InformeCuantitativodefinitivov10.pdf, 2007.

Modigliani, F. y Miller, M.H., "*The cost of capital, corporate finance and the theory of investment*", American Economic Review, 48, pp. 261-297, 1958.

Moreno, S., Ortega-Argilés, R. y Suriñach, J., "*Ownership structure and innovations: Is there a real link*?", Documento de Trabajo, Universidad de Barcelona, 2004.

Muchielli, J.L., "*La Compétitivité: définitions, indiceateurs et déterminants*" en http://team.univ-paris1.fr/teamperso/mucchiel/competitivite.pdf. Universidad París I, 2002.

North, D. y Smallbone, D., "*The employment generation potential of mature SMEs in different geographical environments*". Urban Studies, 32, 9, pp. 1517-1534, 1995.

OCDE, "*The Bologna Charter on SME Policies*", París, 2000.

OCDE, "*Networks, Partnership, Clusters and Intellectual Property Rights: Opportunities and Challenges of Innovative SMEs in a Global Economy*", 2nd OECD Conference of Ministres responsable for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), Estambul, 2004.

Ordoñez de Pablos, P., "*Algunas claves para entender las fuentes de la competitividad empresarial: Evidencias empíricas sobre el mapa de conocimiento organizativo*". Boletín Económico de ICE N° 2818, 2004.

Parellada, M., Sáez, F., Sanromá, E. y Torres, C., "*La formación continua en las empresas españolas y el papel de las universidades*", Cívitas, Madrid, 1999.

Parks, G.M., "*How to climb a growth curve. Eleven hurdles for the entrepreneur-manager*". Part I. Journal of Small Business Management, 15(1), 25-29. Part II. Journal of Small Business Management, 15(2), 41-45, 1977.

Pavitt, K., Robson, M, y Townsend, J., "*The size distribution of innovating firms in the UK 1945-1983*", Journal of Industrial Economics, 35 (3), pp. 297-316, 1987.

Peel, M.J. y Wilson, N., "*Working capital and financial management practices in the small firm sector*". International Small Business Journal, 14(2), pp. 52-68, 1996.

Petersen, M.A. y Rajan, R.G., "*Trade credit: theories and evidence*", The Review of Financial Studies, 10, pp. 661-691, 1997.

Porter, M. "*La ventaja competitiva de las naciones*", Plaza & Janes. Barcelona, 1991.

Raymond, J.L. y Melle, M., "*Competitividad internacional de las PYMES industriales españolas*", Papeles de Economía Española, Nº 89-90, pp. 88-105, 2001.

Reynolds, P.D., Cox, L.W. y Hay, M., "*Global Entrepreneurship Monitor 2002*", Executive Report, GEM, 2002.

Reynolds, P. D., Bygrave, W.D. y Autio, E. "*Global Entrepreneurship Monitor 2003*", Executive Report, GEM, 2003.

Rodeiro, D. y López, M.C., "*La innovación como factor clave en la competitividad: un estudio empírico en PYMEs*", Revista Galega de Economía, vol. 16, nº 2, 2007.

Rodríguez, P. y Román, C., "*El capital social como factor de competitividad y desarrollo empresarial*". Ekonomiaz, nº 59, 2º Cuatrimestre, 2005.

Rodríguez Rodríguez, O. M., "*El crédito comercial en las pymes canarias desde una perspectiva multivariante*", Estudios de Economía Aplicada, vol. 23, iss. 3, pp. 773-816, 2005.

Schumpeter, J.A., "*Capitalism, Socialism, and Democracy*", New York: Harper and Brothers, 1942.

Segers, J.P., "*Strategic partnering between new technology based firms and large established firms in the biotechnology and micro-electronics industries in Belgium*". Small Business Economics, 5 (4), pp. 271-282, 1993.

Segura, J. y Toledo, L., "*Tamaño, estructura y coste de financiación de las empresas manufactureras españolas*", Investigaciones Económicas, enero, vol. 27, nº 1, pp. 39-69, 2003.

Snodgrass, D.R. y Biggs, T., "*Industrialization and the Small firm*". International Center for Economic Growth, 1996.

Sogorb, F., "*On capital structure in the small and medium enterprises: the Spanish case*", Serie de Colección de Informes del Observatorio de Economía Europea del Instituto de Estudios Europeos, 2002.

Storey, D.J., "*Management Training in Small Firms: A case of Market Failure*", Human Resource Management Journal, 7, pp. 61-71, 1997.

Storey, D.J., "*Human Resource Management. Policies and Practices in SMEs in the UK: does it Really Influence their performance*", CSME Working Paper, nº 69, 1999.

Valverde, S. C., Rodríguez-Fernández, F. y Udell, G. F., "*Bank lending, financing constraints and SME investment*", Publisher Information: Federal Reserve Bank of Chicago, Working Paper Series: WP-08-04, 2008.

Vázquez, A., "*Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*", Madrid, Pirámide, 1999.

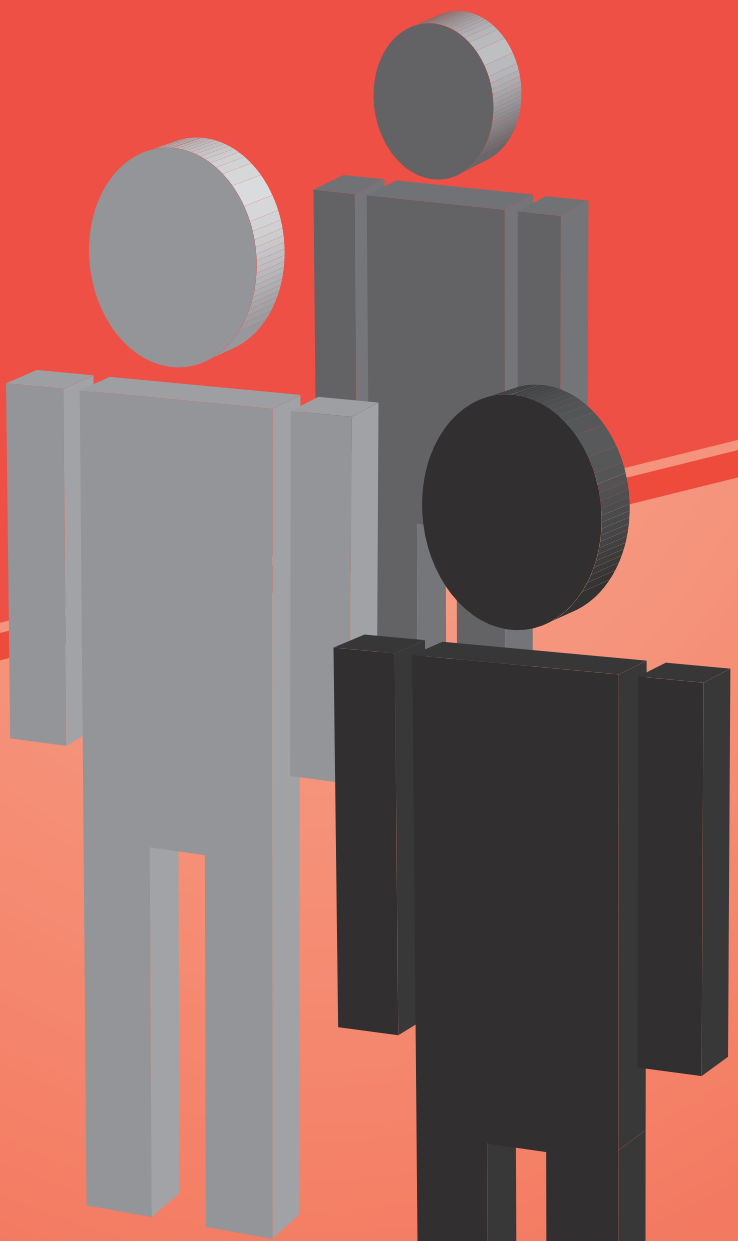
Veugelers, R., "*The Role of SMEs in Innovation in the EU: A Case for Policy Intervention?*", Review of Business and Economics, vol. 53, iss. 3, pp. 239-62, 2008.

Wagner, J., "*A Note on the Firm Size-Export Relationship*", Small Business Economics, 17, pp. 229-237, 2001.

Wolfe, R., "*Organizational innovation: Review, critique, and suggested research directions*". Journal of Management Studies, 31, pp. 405-432, 1994.

Wright, M., Westhead, P., y Ucbasaran, D., "*Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and International Entrepreneurship: A Critique and Policy Implications*", Regional Studies, vol. 41, iss. 7, pp. 1013-29, 2007.

RELACIÓN DE TABLAS Y GRÁFICOS



RELACIÓN DE TABLAS

Tabla 1. Definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas ..... | 14 |

Tabla 2. Ficha técnica del trabajo de campo ..... | 20 |

Tabla 3. Bloques temáticos considerados en el análisis cualitativo ..... | 22 |

Tabla 4. Organizaciones que han participado en las entrevistas en profundidad ..... | 23 |

Tabla 5. Nº Empresas por estrato de asalariados y condición jurídica. Año 2008 ..... | 39 |

Tabla 6. Número de empresas y distribuciones porcentuales por estratos de asalariados y sectores de actividad. Año 2008 ..... | 42 |

Tabla 7. Tasa de natalidad, mortalidad y crecimiento demográfico de las empresas españolas. Período 2000-2008. (Porcentajes) ..... | 46 |

Tabla 8. Distribución empresarial según tamaño. España y UE-27. Año 2004. (Porcentajes) ..... | 48 |

Tabla 9. Aportación de las distintas categorías de tamaño empresarial al empleo y al VAB. Año 2004. (Porcentajes) ..... | 50 |

Tabla 10. Productividad aparente del trabajo. Detalle por tamaño empresarial y sector. Año 2004. (Miles de euros por persona ocupada) ..... | 51 |

Tabla 11. Principales obstáculos a la innovación en la PYME. Detalle por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 63 |

Tabla 12. Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la innovación empresarial. Clasificación temática de las medidas. Año 2008 ..... | 65 |

Tabla 13. Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la innovación empresarial. Clasificación institucional de las medidas. Año 2008 ..... | 66 |

Tabla 14. Mercados geográficos en los que vendieron las empresas bienes y servicios en los dos últimos años (2007-2008). Detalle por tramo de tamaño. Año 2008 (Porcentajes) ..... | 67 |

Tabla 15. Mercados geográficos en los que vendieron las empresas bienes y servicios en los dos últimos años (2007-2008). Detalle por sector de actividad. Año 2008 (Porcentajes) ..... | 67 |

Tabla 16. Principales áreas de destino de las exportaciones de las PYME españolas. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) .. | 72 |

Tabla 17. Principales áreas de destino de las exportaciones de las PYME españolas. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ... | 72 |

Tabla 18. Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la internacionalización empresarial. Clasificación temática de las medidas. Año 2008 ..... | 74 |

Tabla 19. Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintas medidas de apoyo a la internacionalización empresarial. Clasificación institucional de las medidas. Año 2008 ..... | 75 |

Tabla 20. Estructura financiera de las PYME. Distribución de empresas según peso de la financiación propia y ajena a corto y largo plazo. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 76 |

Tabla 21. Estructura financiera de la PYME. Distribución de empresas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 77 |

Tabla 22. Distribución de PYME por sectores económicos en relación al peso de la financiación propia. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 77 |

Tabla 23. Financiación ajena a corto plazo. Estructura financiera. Detalle por tramo de tamaño empresarial (porcentaje sobre el total) ..... | 78 |

Tabla 24. Distribución de PYME por sectores económicos en relación al peso de la financiación ajena a corto plazo. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 78 |

Tabla 25. Distribución de PYME por tamaño en relación al peso de la financiación ajena a largo plazo. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 79 |

Tabla 26. Período medio de cobro y de pago en las PYME, según tamaño y sector económico. Año 2008. (Meses) ..... | 80 |

Tabla 27. Valoración media por parte de la PYME de los distintos obstáculos a su financiación. Año 2008 ..... | 82 |

Tabla 28. Valoración media de las dificultades encontradas en la financiación de la PYME, por sectores económicos. Año 2008 ..... | 83 |

Tabla 29. Grado de conocimiento, grado de utilización y valoración media de distintos instrumentos financieros a disposición de la PYME. Año 2008 ..... | 84 |

Tabla 30. Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 87 |

Tabla 31. Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 87 |

Tabla 32. Características de las personas empleadas en la PYME. Detalle por tramo de tamaño y sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 88 |

Tabla 33. Trabajadores con menos de un año en la empresa. Detalle por tramo de tamaño y sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 89 |

Tabla 34. Empresas con vacantes hace seis meses y en la actualidad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 92 |

Tabla 35. Grado de utilización y valoración de las actuaciones para mejorar los recursos humanos de la empresa. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 94 |

Tabla 36. Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por tramo de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 96 |

Tabla 37. Implementación de prácticas de gestión en la PYME. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 98 |

Tabla 38. Amenazas de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 108 |

Tabla 39. Amenazas de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 109 |

Tabla 40. Oportunidades de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 111 |

Tabla 41. Oportunidades de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 112 |

Tabla 42. Debilidades de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 115 |

Tabla 43. Debilidades de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 116 |

Tabla 44. Fortalezas de la PYME con diferencias significativas por tramos de tamaño. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 119 |

Tabla 45. Fortalezas de la PYME con diferencias significativas por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 120 |

Tabla 46. PYME que incorporan el crecimiento empresarial a corto y medio plazo en los planes estratégicos de la misma. Detalle por tamaño empresarial y por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ... | 124 |

Tabla 47. Competitividad a través de la capacidad productiva de la empresa y el momento en que se encuentra ..... | 130 |

Tabla 48. Resultados del análisis de competitividad mediante la estimación del logit ..... | 132 |

RELACIÓN DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empresas por condición jurídica y estrato de asalariados. Año 2008. (Porcentaje) ..... | 40 |

Gráfico 2. Distribución de empresas por Comunidades Autónomas en función del tamaño empresarial. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 44 |

Gráfico 3. Presencia de la microempresa y de la gran empresa en el tejido empresarial por Comunidades Autónomas. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 45 |

Gráfico 4. Distribución de PYME por tamaño. España y Europa. Año 2004. (Porcentajes) ..... | 49 |

Gráfico 5. Antigüedad de las empresas. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 56 |

Gráfico 6. Situación actual de la PYME. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 56 |

Gráfico 7. Situación de la PYME en relación a la calidad. Detalle por tamaño empresarial. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 57 |

Gráfico 8. Situación de la PYME en relación a la calidad. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 58 |

Gráfico 9. PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 60 |

Gráfico 10. PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por tramo de tamaño y tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 60 |

Gráfico 11. PYME que realizan algún tipo de actividad innovadora. Detalle por sector de actividad y tipo de innovación. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 61 |

Gráfico 12. Principales obstáculos a la innovación en la PYME. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 62 |

Gráfico 13. Porcentaje de facturación debido a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado en el último año. Año 2008 .. | 64 |

Gráfico 14. Principales motivos por los que la empresa no se plantea exportar sus productos a los mercados extranjeros. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 68 |

Gráfico 15. Principales motivos por los que la empresa no se plantea exportar sus productos a los mercados extranjeros. Detalle por sectores de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 69 |

Gráfico 16. Actividades de internacionalización. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 70 |

Gráfico 17. Evolución del período medio de cobro y de pago en el último año. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 81 |

Gráfico 18. Evolución del período medio de pago de la PYME en el último año. Detalle por sectores de actividad (porcentaje sobre el total) .. | 81 |

Gráfico 19. Empresas dirigidas por hombres y mujeres. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 90 |

Gráfico 20. Participación media de hombres y mujeres en el capital social. Detalle por sector de actividad. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 90 |

Gráfico 21. Adecuación de la cualificación de los trabajadores al puesto de trabajo y grado de compromiso con el proyecto empresarial. Año 2008. (Valor medio) ..... | 93 |

Gráfico 22. Frecuencia de utilización de herramientas de gestión en la PYME. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 95 |

Gráfico 23. Amenazas de la PYME. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 107 |

Gráfico 24. Oportunidades de las PYME. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 110 |

Gráfico 25. Debilidades o desventajas de la PYME española. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 114 |

Gráfico 26. Fortalezas de la PYME (porcentaje sobre el total de empresas) ..... | 118 |

Gráfico 27. Perspectivas de evolución de la facturación y el empleo en los próximos 12 meses. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 121 |

Gráfico 28. Perspectivas de la evolución de la plantilla de la PYME en los próximos 12 meses. Detalle por tamaño empresaria. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 122 |

Gráfico 29. Perspectivas de evolución de la facturación de la PYME, por sectores económicos. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 122 |

Gráfico 30. Perspectivas de evolución del empleo de la PYME, por sectores económicos. Año 2008. (Porcentajes) ..... | 123 |

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

eoi escuela de negocios

SEDE MADRID
avda. gregorio del amo, 6
ciudad universitaria
28040 madrid
informacion@eoi.es
www.eoi.es

SEDE SEVILLA
leonardo da vinci, 12
41092 isla de la cartuja
(sevilla)
infosevilla@eoi.es
www.eoi.es

Colección **EOI**
EMP
empresas

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA