

Comentario Gráfico

OBSERVATORIO DE LAS PYMES DE LA FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS CONFEDERADAS (AVANCE DE RESULTADOS)

Juan Antonio Maroto Acín

La trascendencia de las Pymes en la UE es generalmente admitida, tanto por su importancia cuantitativa (sobrepasan el 99 por 100 de las unidades empresariales) como por sus repercusiones sociales, en cuanto a su carácter de generadoras de empleo y a su papel en la continua renovación del tejido empresarial. Sin embargo, los estudios que se refieren específicamente a estas empresas de reducida dimensión no suelen ser frecuentes, debido a las dificultades inherentes a captar su información y al menor peso que ofrecen respecto de las grandes empresas en los agregados macroeconómicos.

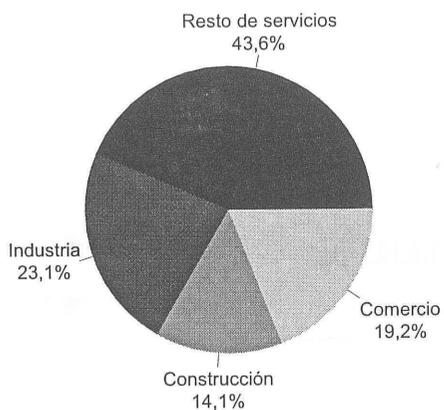
Consciente de las limitaciones que todavía ofrece la caracterización y seguimiento de las pequeñas y medianas empresas, la Fundación ha puesto en marcha un Observatorio para el estudio de las Pymes españolas, cuyos primeros avances de resultados se ofrecen ahora a la consideración de los cualificados lectores de *Cuadernos de Información Económica*. Reflejan una serie de variables, actitudes y expectativas, que se han recopilado mediante encuesta postal y seguimiento telefónico (entre noviembre de 1999 y febrero de 2000) a una muestra total de 528 empresas de hasta 250 empleados, y cuyos resultados, todavía modestos (pese a un índice de respuestas de casi el 15 por 100) abarcan 78 Pymes cuyas principales características pueden observarse en el gráfico 1.

Aunque los resultados de la encuesta no se puedan extrapolar a la población de Pymes españolas con la fiabilidad estadística que se pretende por el Observatorio en sucesivas consultas, los datos obtenidos se estiman de cierta utilidad para descubrir los principales rasgos y tendencias que ofrecen estas empresas. Que se dedican prioritariamente al comercio y otros servicios, adoptan la forma de Sociedad Anónima pero tienen carácter esencialmente familiar y no suelen vincularse con un grupo empresarial, se sitúan mayoritariamente en el estrato de dimensión de entre 10 y 49 empleados y tienen una antigüedad de más de 10 años.

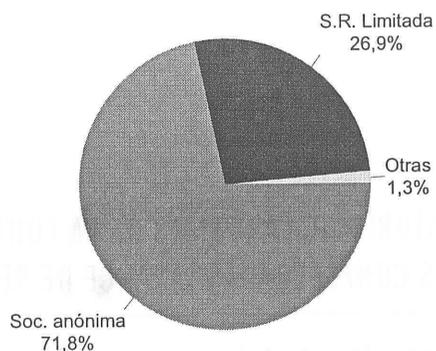
El gráfico 2 sintetiza la visión de la coyuntura que tiene las Pymes encuestadas y sus expectativas para el año en curso, con una perspectiva claramente optimista, en la que los indicadores del volumen de negocio (Cartera de pedidos, ventas en el mercado nacional y facturación total) no solo consideran elevados en el pasado ejercicio sino que esperan sean mayores aún en este año 2000. Como fruto de esa mayor actividad, la producción, los resultados, la rentabilidad, la inversión y el empleo, ofrecen también tendencias al alza; si bien con unas expectativas de reducción de cara al presente ejercicio, en las que parecen influir sobremanera los costes laborales, cuya cuantía puede inducir la menor creación de empleo total, sobre todo en el caso de empleados fijos, ya que los contratos no fijos o a tiempo parcial

**GRÁFICO 1
CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA**

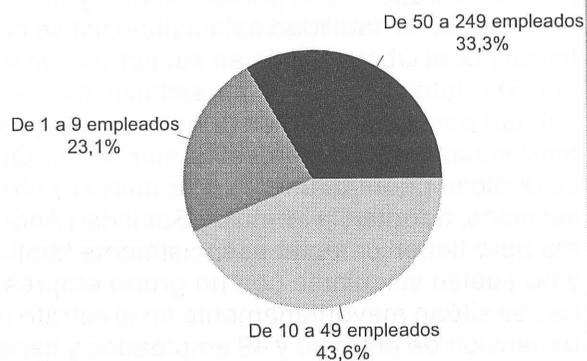
1.1. SECTORES



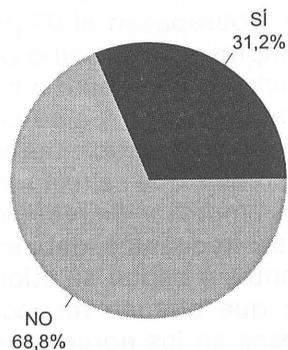
1.2. FORMA JURÍDICA



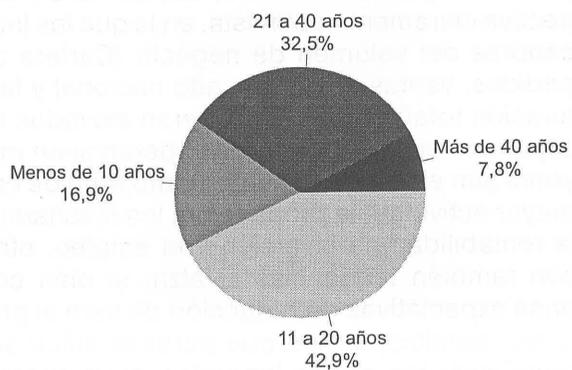
1.3. ESTRATOS DE DIMENSIÓN



1.4. PERTENENCIA A GRUPO



1.5. ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA



1.6. CARÁCTER FAMILIAR

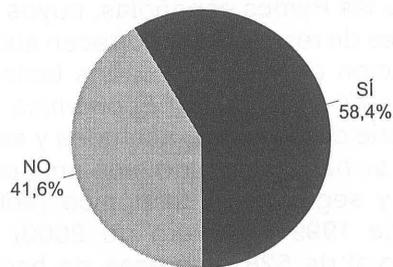
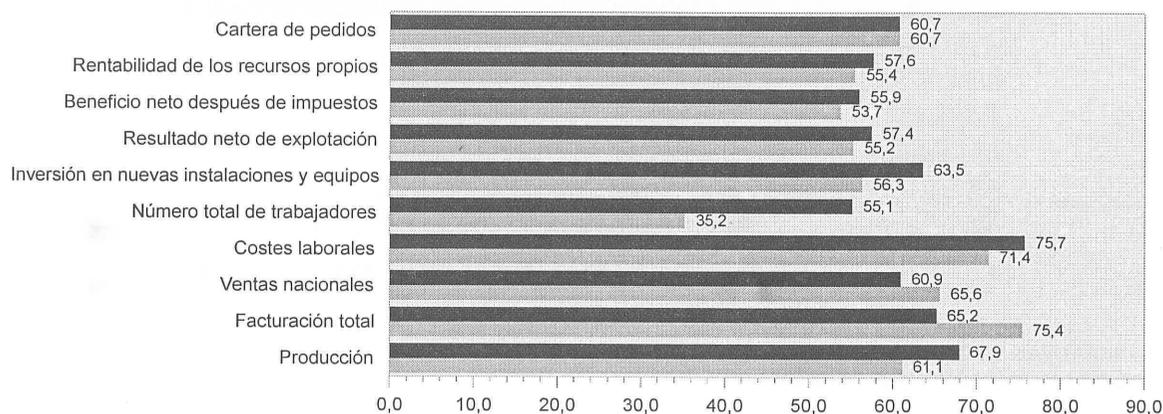
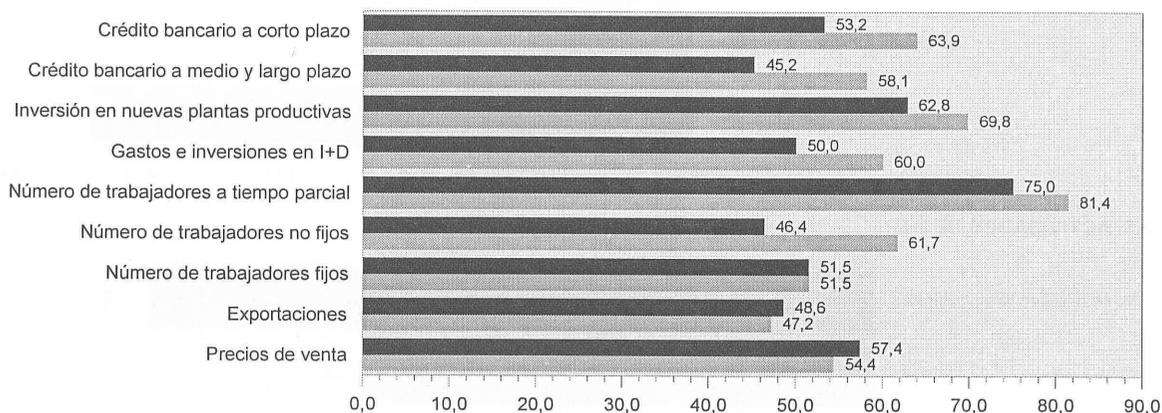


GRÁFICO 2
RESULTADOS Y EXPECTATIVAS (Porcentajes de respuestas)

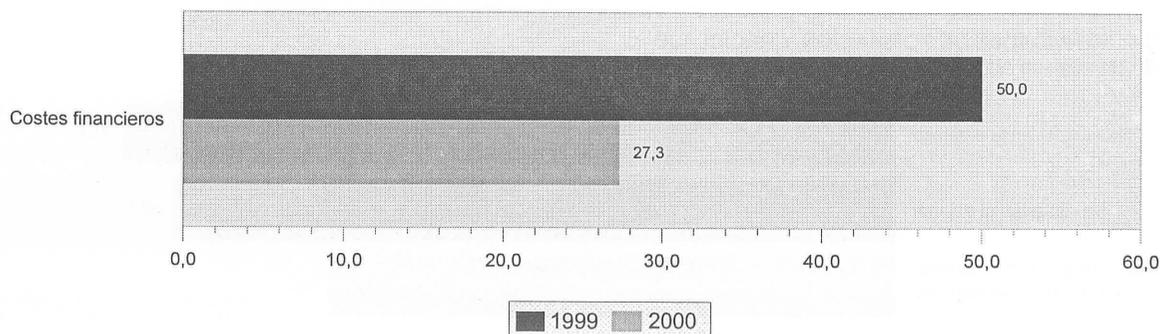
2.1. PRINCIPALES ALZAS



2.2. FACTORES DE MAYOR ESTABILIDAD

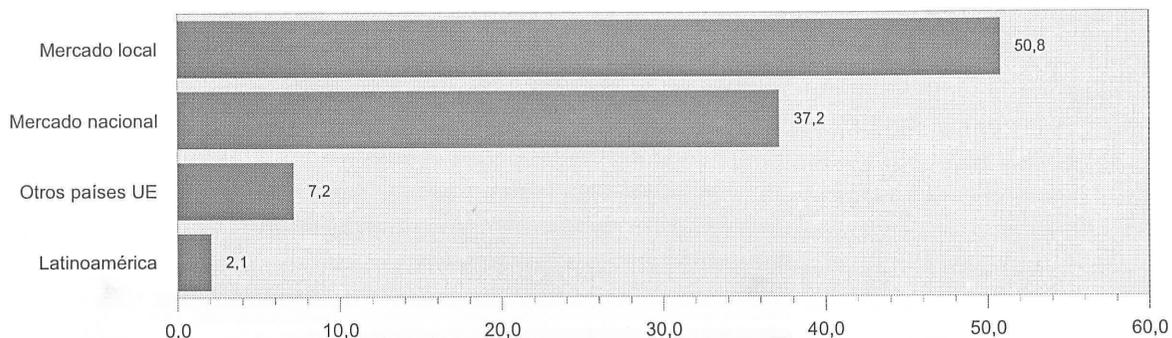


2.3. PRINCIPALES BAJAS

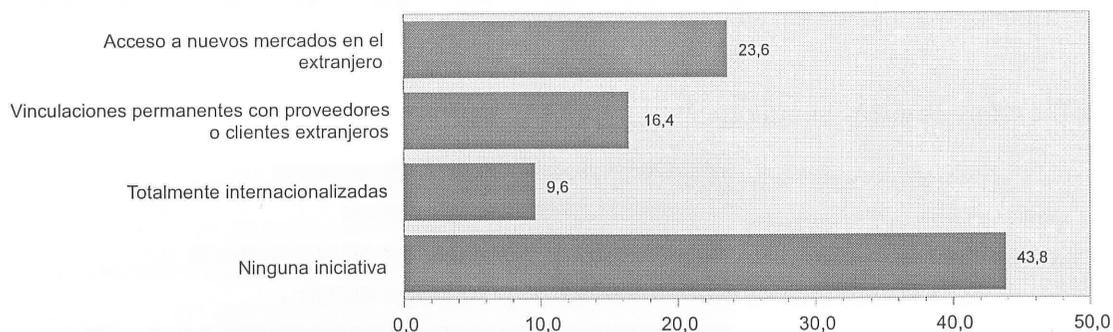


**GRÁFICO 3
FACTORES DE COMPETITIVIDAD**

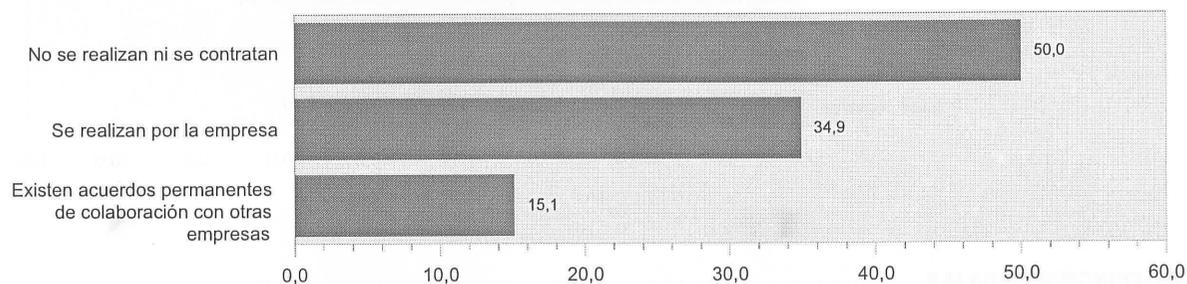
3.1. INTERNACIONALIZACIÓN
(Porcentaje de ventas realizadas en ...)



3.2. INICIATIVAS DE CARA A LA INTERNACIONALIZACIÓN
(Opciones con mayor porcentaje de respuestas)



3.3. ACTIVIDADES DE I+D



3.4. ACTIVIDADES DE FORMACIÓN Y RECICLAJE
(Porcentaje de respuestas)

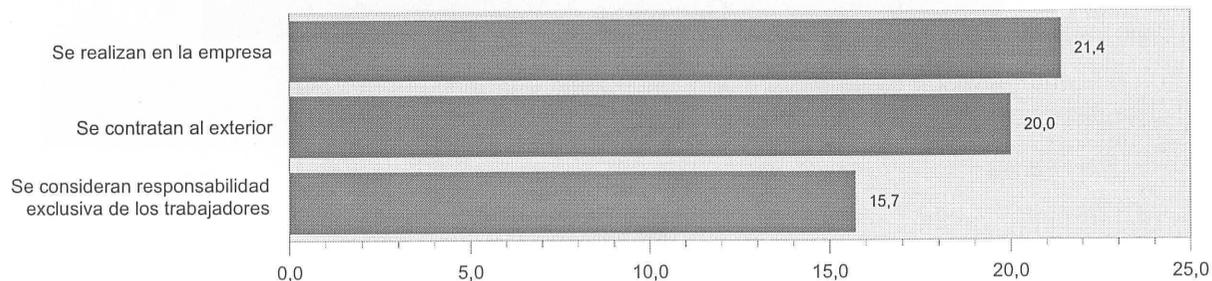


GRÁFICO 4
PERCEPCIÓN DEL ENTORNO (Diferencias entre opiniones favorables y desfavorables)

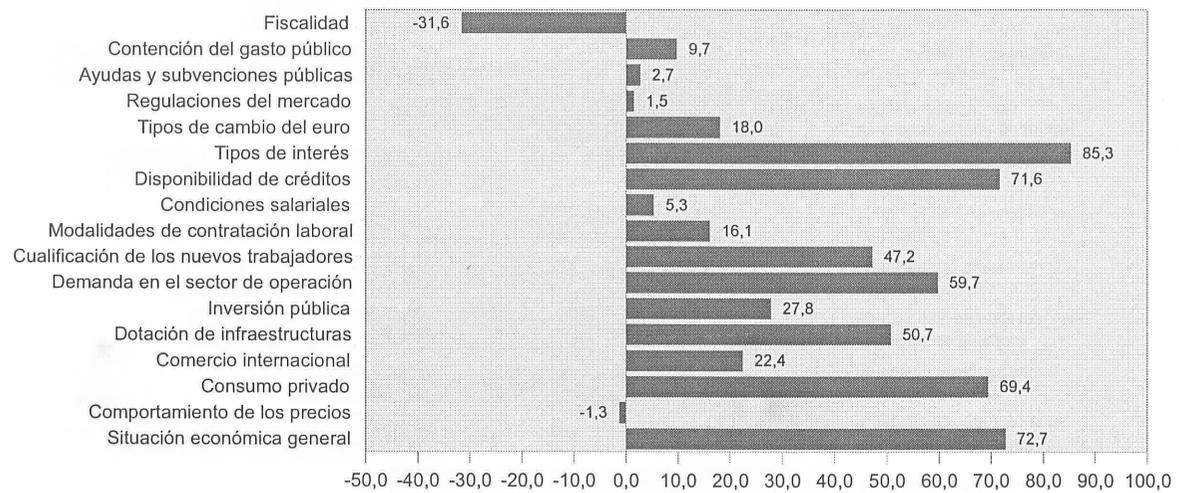


GRÁFICO 5
FACTORES QUE FAVORECEN O DISUADEN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
 (Porcentajes de los factores citados en primer lugar de importancia)

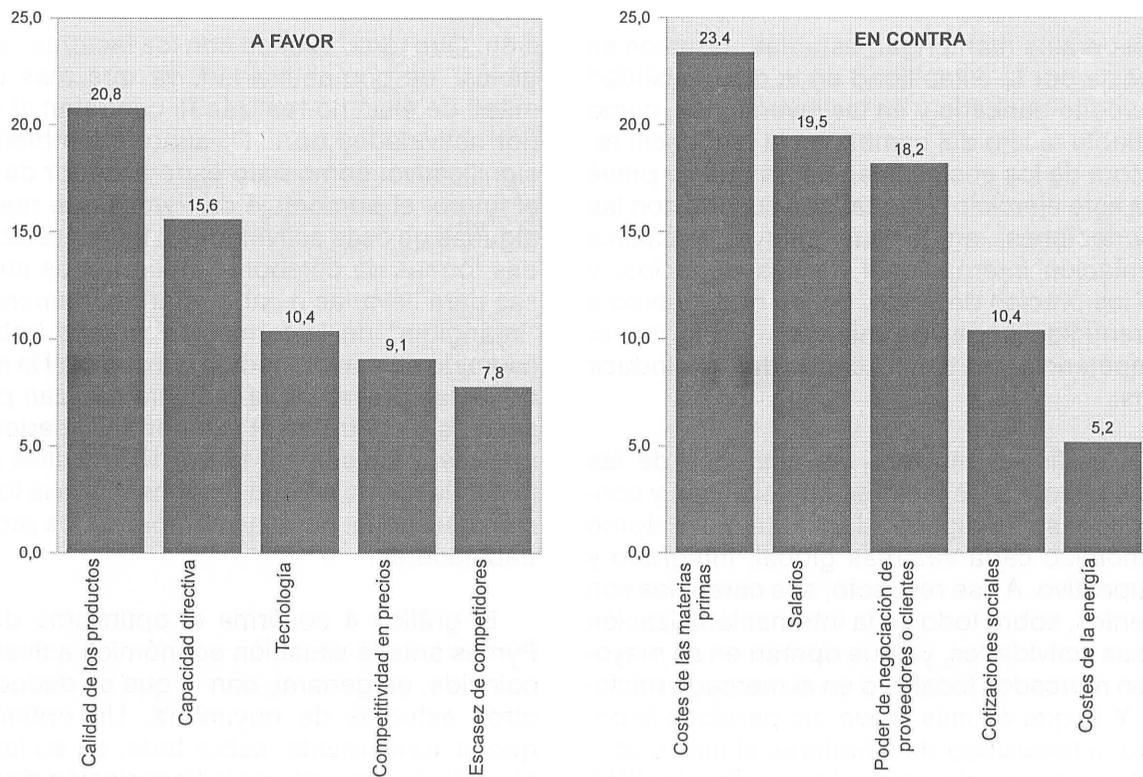
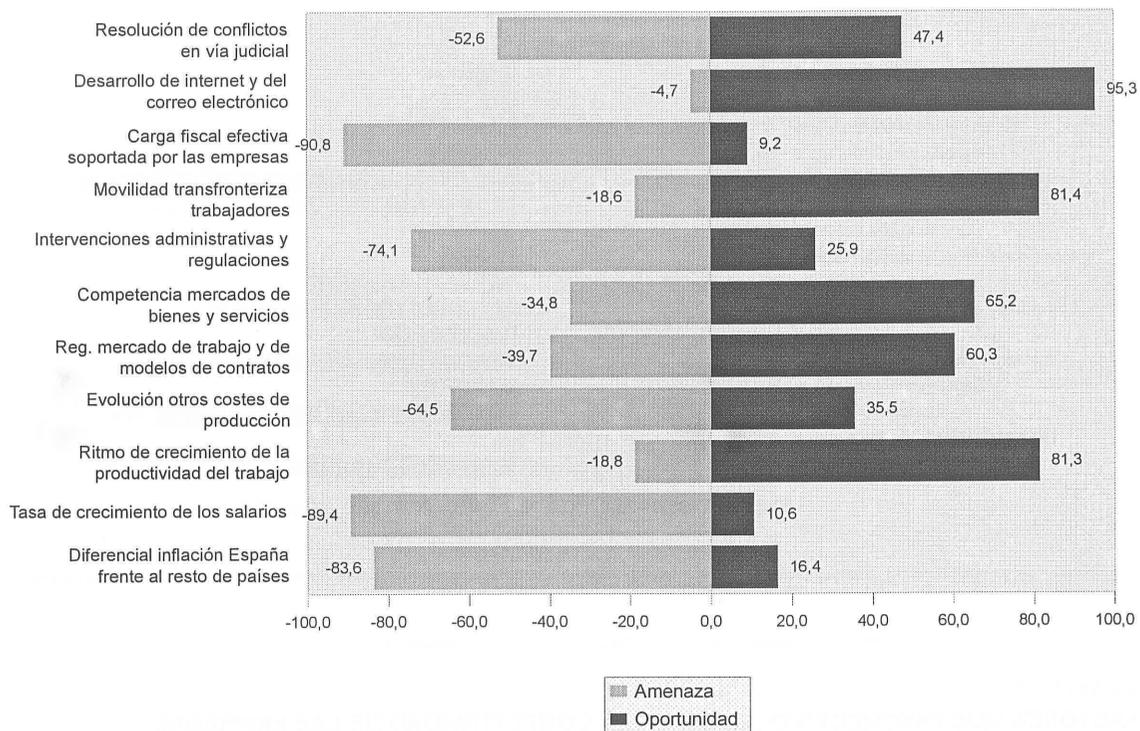


GRÁFICO 6
AMENAZAS Y OPORTUNIDADES DE LA UEM (Porcentajes de respuestas)



se espera se mantengan estables. También se apuesta por la estabilidad en la disponibilidad de crédito bancario y en las inversiones, como probable reflejo del cambio en la tendencia reductora de los costes financieros que se prevé para este ejercicio. Al igual que sucede con las exportaciones, en lo que influye la escasa orientación internacional de sus negocios, y con los precios de venta, en los que, debido a su reducido poder de mercado y a la mayor competencia, no tienen capacidad de inducir alzas.

El gráfico 3 muestra las actitudes de las Pymes frente a los factores que explican y condicionan su competitividad ante un entorno económico cada vez más global, integrado y competitivo. A ese respecto, sus carencias son patentes, sobre todo en la internacionalización de sus actividades, ya que operan en su mayoría en mercados locales o en el mercado nacional. Y, lo que es más grave, no perciben la perentoria necesidad de adaptarse al nuevo concepto de "mercado interior" que define la UEM, ya que casi la mitad de ellas no toman ninguna iniciativa para propiciar su internacionaliza-

ción. Otro tanto sucede con los factores "intangibles" de competitividad, ya que más de la mitad de ellas no realizan ni contratan al exterior actividades de I+D; aunque también sea significativo, como dato esperanzador de cara al futuro, el porcentaje de Pymes que realizan algunas de esas actividades o tienen establecidas formas de colaboración con otras empresas para llevarlas a cabo. Afortunadamente, el "intangible" de la formación parece haberse asumido en mayor medida, ya que casi la mitad de las empresas de la muestra realizan por sí mismas o contratan al exterior actividades formativas, y tan sólo un 15 por 100 de ellas mantienen la miope actitud de pensar que la formación del capital humano compete a los propios trabajadores.

El gráfico 4 confirma el optimismo de las Pymes ante la situación económica actual que coincide, en general, con la que se deduce de otros estudios de coyuntura. Un optimismo que se fundamenta, sobre todo, en su favorable opinión respecto de la financiación disponible y su coste, al socaire del bajo nivel alcanzado por los tipos de interés. Al igual que en su

percepción de las ventajas de la expansión económica, que sienten estimula tanto el consumo privado en general como la demanda en sus particulares sectores de operación, aunque con la contrapartida de la tendencia al alza de los precios. Son también optimistas respecto de la cualificación de los trabajadores, pero menos en lo relativo a las modalidades de contratación laboral y, sobre todo, en relación con las condiciones salariales. Su postura a favor de las ventajas del comercio internacional y el tipo de cambio del euro también se manifiesta, pero está forzosamente acotada por su escasa internacionalización. Por último, es de destacar su poco entusiasmo por la contención del gasto público, las ayudas y subvenciones públicas y las regulaciones del mercado, que se unen a su evidente crítica hacia la fiscalidad soportada, único factor que ofrece un saldo claramente desfavorable en sus opiniones sobre los factores del entorno.

En forma más detallada, el gráfico 5 muestra las variables que las Pymes sienten que favorecen o disuaden su competitividad. Y en tal sentido, es de destacar cómo el entorno de progresiva mayor competencia resalta la importancia creciente de la calidad de los productos, las capacidades directivas y la tecnología, que sienten favorece su competitividad en mayor medida que los precios o la ausencia de competidores. Por el contrario, la estructura y nivel de los costes, en coherencia de nuevo con el marco de

mayor competencia, son los factores que penalizan la competitividad; de igual forma que lo hace la propia dimensión reducida de las empresas, al dotarles de un escaso poder de negociación con sus proveedores o clientes.

El gráfico 6, por último, ofrece el resumen de las amenazas y oportunidades que las Pymes ven en la UEM y el euro. Entre sus principales ventajas, destacan sobre todo el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, así como la movilidad transfronteriza de los trabajadores y el crecimiento en la productividad del trabajo. Oportunidades del nuevo entorno que se unen a otras dos características intrínsecas del mismo, que también se ven como ventajas para su desarrollo futuro: la mayor competencia y la más flexible regulación del mercado de trabajo. En cuanto a las amenazas, de nuevo la fiscalidad pasa a ser el factor más disuasorio de la competitividad de las Pymes, seguido del ritmo de crecimiento de los salarios y de los precios, considerados éstos a través del diferencial de inflación española respecto del resto de países de la UE. Finalmente, las Pymes encuestadas vuelven a manifestar su rechazo a las intervenciones administrativas y a las regulaciones, en una clara apuesta por la libertad del mercado y la mayor competencia, de la que probablemente esperen reducciones en sus costes de producción que, por el momento, muestran una tendencia al alza que perjudica su desarrollo.