



Dimensión de la pyme catalana (1)

Abril 2015

Resumen ejecutivo

Este INFORMES PIMEC es el primero de los dos que dedicamos a tratar el t pico de que en Cataluña las pymes tienen una dimensión demasiado reducida para competir en unos mercados cada vez más globales.

A través de una comparativa internacional de las dimensiones medias empresariales se constata que, efectivamente, la pyme catalana es más pequeña que la del conjunto europeo: la alemana, la británica, la danesa o la holandesa. Pero también que es superior a la belga, a la sueca o a la española.

En el documento se apuntan ocho argumentos que económicamente van en favor de las empresas más grandes: las economías de escala, la productividad, la especialización, la innovación, el acceso a los mercados, la capacidad inversora y financiera, la capacidad de negociación y la rentabilidad.

Sin embargo, también se dan algunos inconvenientes en el hecho de crecer, que pueden actuar en contra del aumento de la dimensión de la empresa. Por ejemplo, el miedo a la mayor complejidad de gestión asociada a crecer, la ralentización en la toma de decisiones, el sacrificio de algunos privilegios de ser pequeño derivados del marco normativo, o la pérdida de control de la empresa.

Por último, apuntamos la cuestión sobre si hay obstáculos al crecimiento empresarial, pensando básicamente en el caso catalán. Entendemos que dichos obstáculos existen y que, de forma tentativa, pueden agruparse en tres ámbitos diferenciados: razones de orden histórico-culturales, razones ligadas a un marco normativo que desincentiva el crecimiento empresarial y razones estrictamente económicas. Estos obstáculos, así como las propuestas de PIMEC para eliminarlos o reducirlos, los trataremos en el próximo INFORMES PIMEC.

0. Introducción

La dimensión de las empresas, entendida como volumen de actividad que medimos generalmente con datos de ventas y/o empleados, depende de múltiples factores. El sector de actividad, la tecnología utilizada, la amplitud de mercado que se pretende cubrir, la capacidad financiera, el marco normativo, etcétera, determinan la dimensión, y no se puede hablar de una dimensión óptima generalizable.

No obstante, hay evidencias que ponen de relieve que cuanto mayor es la empresa, más se aprovechan las economías de escala, mayor es su potencial de internacionalización, así como su capacidad negociadora con proveedores o entidades financieras. Asimismo, hay evidencias que indican que la mayor dimensión afecta positivamente al nivel de productividad del empresario y a su rentabilidad, un factor clave para impulsar su crecimiento. Incluso se ha establecido una relación positiva entre supervivencia empresarial y dimensión.

Por otro lado, hay una idea ampliamente extendida de que la economía catalana está asentada sobre un tejido de empresas demasiado pequeñas, lo que reduce las posibilidades económicas de las propias empresas y del conjunto. PIMEC, a través de su Observatorio, quiere seguir aportando elementos al debate sobre esta cuestión económicamente tan trascendente¹, y lo hace por dos vías: a través de la jornada "La PYME: ¿crecer para competir?" (mayo 2015) y de dos INFORMES PIMEC: uno es este, y el otro, el que recogerá los resultados y propuestas que surjan de la citada jornada.

Este documento se estructura en cuatro puntos: en el primero recogemos los argumentos que generalmente se aducen en favor del aumento de dimensión de las empresas como vía para incrementar su competitividad; en el segundo señalamos los principales argumentos en contra de crecer demasiado; en el tercer punto efectuamos una comparación de la dimensión de empresa en Cataluña con la dimensión en otros países; y por último, en cuarto lugar, apuntamos a título enunciativo los ámbitos en los que parece que se dan factores que limitan el crecimiento empresarial. La identificación más detallada de estos factores y su discusión será precisamente el objeto de la jornada antes mencionada.

¹ Ver, por ejemplo, el INFORMES PIMEC 11/2012 "Estoc empresarial a Catalunya (2). Nombre segons dimensió i evolució en temps de crisi".

1. Ocho argumentos a favor de empresas más grandes

Hemos recogido los principales argumentos que se utilizan en el debate alrededor de la necesidad de que las empresas crezcan en dimensión. Los agrupamos en ocho puntos. El conjunto de argumentos en favor del aumento de dimensión empresarial no son independientes entre sí sino que en algunos casos tienen estrechas relaciones. Así, una mayor dimensión implica mejoras de competitividad gracias a las economías de escala (reducción de costes de producción), mayores facilidades para acceder a la financiación (menores costes bancarios), mayores posibilidades de vender a mercados exteriores, más innovación (aplicación de precios más elevados en los productos nuevos) y, en consecuencia, mayores niveles de rentabilidad.

1.1. Economías de escala

Cuando se alega este argumento se hace referencia a la reducción del coste medio unitario que se obtiene con el aumento de la escala de producción. Se producen economías de escala en muchos costes fijos por el hecho de que estos tienen un mayor peso relativo en una empresa pequeña que en una grande. Pero, sobre todo, y de una manera general, se producen rendimientos crecientes de escala cuando los aumentos en los inputs utilizados (materias primas, personal, etcétera) generan incrementos superiores en la producción que obtiene la empresa. El límite viene fijado en el punto de coste unitario mínimo, a partir del cual producir a una escala superior genera costes unitarios superiores. Por ejemplo, cuando se están utilizando los activos de una empresa al 100%, los incrementos marginales de facturación pueden exigir inversiones que, en el corto plazo, lejos de reducir los costes unitarios medios, los aumenten.

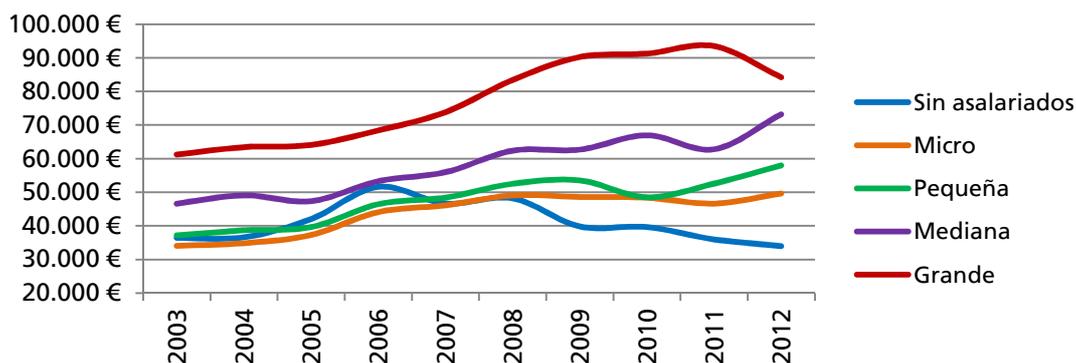
Por lo tanto, un aumento de dimensión empresarial cuando hay recorrido para tener costes unitarios más bajos aumentando la escala de producción, mejora la competitividad de la empresa.

1.2. Mayores niveles de productividad

Existen evidencias que ponen de relieve que la productividad de las empresas está directamente relacionada con su dimensión. Lo podemos observar en el Gráfico 1, que presenta el VAB por empleado en Cataluña en función de la dimensión, en el que se aprecia que, de una forma sostenida a lo largo de los años, cuanto mayor es la empresa mayor es su productividad.

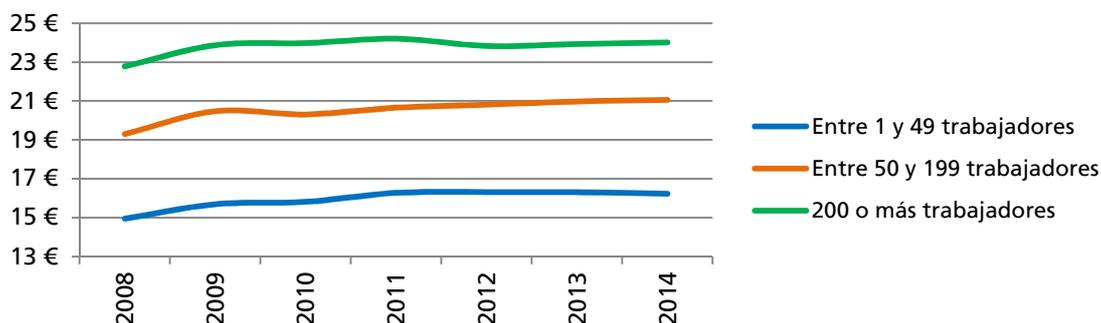
Uno de los factores determinantes de la mayor productividad está relacionado con otro hecho que las estadísticas también muestran: que los salarios que cobran los trabajadores son más elevados en las empresas más grandes que en las pequeñas, como se observa en el Gráfico 2.

Gráfico 1. VAB por empleado en las pymes catalanas. Euros corrientes



Fuente: Elaboración propia a partir del SABI

Gráfico 2. Costes laborales por hora efectiva según dimensión de empresa



Fuente: Elaboración propia a partir del INE

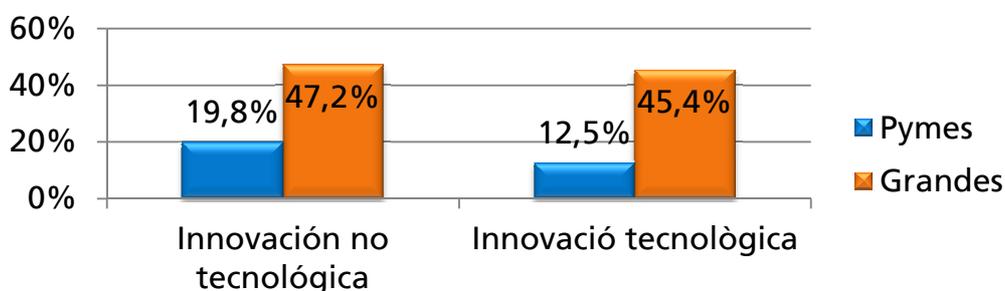
1.3. Mayor especialización del personal

A medida que una empresa crece su complejidad aumenta, y con ella la necesidad de especializar personas en tareas más concretas que antes. Las personas se convierten en especialistas en áreas y tareas mucho más concretas, de modo que acaban estando mucho mejor preparadas y son más competentes profesionalmente que aquellas personas que se responsabilizan de múltiples tareas simultáneamente. Esta última es una situación muy frecuente en las empresas pequeñas, tanto más cuanto más reducidas son. Este factor tiene relación, también, con el indicado anteriormente sobre los niveles de productividad. Por término general, una mayor especialización de personal va asociada a una mayor productividad.

1.4. Más capacidad de innovación

Los datos a nivel español muestran una relación directa entre dimensión de empresa y actividad innovadora. Cerca de un 50% de las grandes empresas innova, frente a menos del 20% en el caso de las pymes (Gráfico 3). La baja actividad relativa se observa de manera especialmente acentuada en las innovaciones tecnológicas (en productos y procesos), más que en las innovaciones no tecnológicas (mejoras en la organización del trabajo, de la gestión de las relaciones externas, de los canales de promoción o distribución, del diseño, del marketing, etcétera).

Gráfico 3. Porcentaje de empresas que innovan según dimensión en España. 2011-2013



Fuente: Elaboración propia a partir del INE

Por otro lado, el gasto de las pymes en innovación equivale al 0,67% de su cifra de ventas, prácticamente la mitad de lo que se gastan las grandes empresas (1,12%). Pero, en cambio, si consideramos sólo las pymes que tienen actividad innovadora, observamos que el peso de sus gastos en innovación es superior al de las grandes empresas (2,76% en las pymes frente al 1,57% de las grandes). Esto es relevante en cuanto a la escala en la que opera la empresa (ver punto 1.1), dado que si la innovación exige unos volúmenes mínimos, el esfuerzo relativo de las pymes resulta mayor que el de las grandes empresas, lo que iría en favor de aumentar la dimensión empresarial.

1.5. Mayor internacionalización y mayor acceso a los mercados

También se da una relación directa entre dimensión y vocación internacional de las empresas.² A pesar de que cada vez más pymes exportan, el volumen de ventas al extranjero de las pymes sigue teniendo un peso relativamente reducido. Por ejemplo, en Cataluña, en el 2014 la

² Ver, por ejemplo, el capítulo 1 del *Anuari de la pime 2014*, en el que se relaciona apertura exterior con dimensión de empresa y rentabilidad.

exportación de las pymes representa solo el 35%; y solo el 26% de las pymes industriales exportan; por su parte, el 3% de las empresas exportadoras catalanas venden el 85% del total exportado, y se trata siempre de grandes empresas.³

Una mayor dimensión empresarial permite satisfacer pedidos/necesidades de clientes de mayor tamaño. Con frecuencia este punto es relevante en mercados exteriores grandes, como por ejemplo Estados Unidos, Alemania o China, a los que es difícil acceder si la empresa es demasiado pequeña, de forma que se pierden oportunidades de negocio. Por otro lado, una mayor dimensión empresarial permite disponer de equipos de personas especializadas en internacionalización. Y permite también afrontar con una menor incidencia relativa el esfuerzo para explorar (estudios de mercado, participación en ferias, contactos exploratorios, muestras de prueba...) y para suministrar a mercados exteriores.

Asimismo, una mayor dimensión suele ser relevante a la hora de acceder a mercados interiores, como por ejemplo determinados concursos públicos para los que se exige una capacidad de personal, de capital o de estructura mínimos.

1.6. Mayor capacidad inversora y mejor acceso a la financiación

Cuanto mayor es la empresa y más consolidada es su posición competitiva, mayor es su capacidad para abordar proyectos de inversión y sus necesidades de financiación. Por regla general, cuanto mayores son las empresas saneadas y consolidadas en los mercados, por ejemplo con planes de crecimiento, más facilidades tienen para conseguir financiación puesto que ofrecen mejores garantías. Y esto les permite también obtenerla a unos tipos de interés más bajos que las pymes.

Por otro lado, una empresa de dimensión mayor se puede plantear abrirse a la entrada de nuevos socios en su capital y abordar procesos de crecimiento ambiciosos. En la misma línea, pueden acceder a instrumentos de financiación que las empresas muy pequeñas no se pueden plantear (mercado secundario, bolsa, etc.), porque acceder a los mismos es relativamente caro y porque no tienen personal preparado para gestionar procesos de este tipo.

³ Ver INFORMES PIMEC 3/2015 para un mayor detalle del sector exterior catalán.

1.7. Mayor capacidad negociadora frente a proveedores

Las empresas más grandes efectúan también mayores volúmenes de compra a proveedores. Por un lado, la escala de compra tiene incidencia sobre el precio, como bien saben los grandes consumidores de electricidad,⁴ que pagan el MWh mucho más barato que los consumidores medianos y pequeños. La razón básica es que cuanto mayor es la empresa, mayor proporción representa para las ventas de su proveedor, es decir, más depende de él y mejores tratos conseguirá.

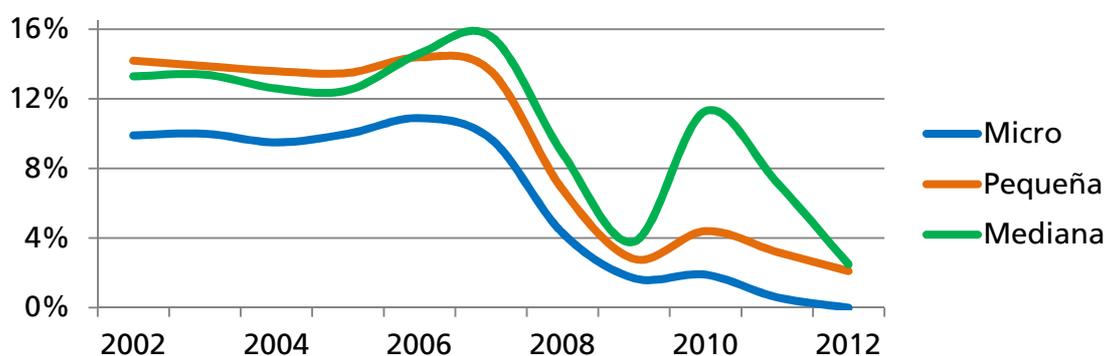
Y cuanto mayor y más consolidada es la empresa, mayor es el interés de los proveedores por mantener relaciones comerciales por lo que esto representa, en términos de continuidad, de ventas futuras.

Asimismo, cuanto mayor es la empresa, mayor es su capacidad de establecer alianzas de colaboración con sus proveedores, por ejemplo para abordar proyectos de innovación.

1.8. Mayores niveles de rentabilidad

Se da una relación directa entre dimensión de empresa y rentabilidad. Aplicado a las pymes catalanas, PIMEC ha explorado estas dos variables con observaciones desde el 2002 poniendo de relieve que, cuanto más pequeña es la empresa, menos rentable es. Esto se puede observar en el Gráfico 4, que presenta la rentabilidad económica obtenida hasta el 2012 por parte de micro, pequeñas y medianas empresas.

Gráfico 4. Rentabilidad financiera de las pymes según dimensión
(Resultado antes de impuestos/Patrimonio neto)



Fuente: Elaboración propia a partir del SABI.

⁴ El INFORMES PIMEC 13/2013, "Comparació de preus de l'energia elèctrica amb Europa" ilustra este aspecto.

2. ¿Qué comporta crecer?

También hay argumentos que defienden una dimensión pequeña de empresa. Tienen que ver más con la propiedad y con la gestión que con la escala operativa de la empresa en términos de inputs y outputs y de acceso a mercados, que son los dominantes para defender el aumento de dimensión que hemos visto en el punto anterior. Sin ánimo de ser exhaustivos, hacemos un breve repaso de los principales argumentos a favor de mantener una dimensión pequeña.

2.1. Aumento de la complejidad de gestión

La gran mayoría de las empresas nacen pequeñas y, por lo tanto, con grupos reducidos de personas, con instalaciones pequeñas y con un volumen de relaciones comerciales también pequeño. Todo ello gira alrededor de una organización de escala limitada. Hacer crecer la empresa supone hacer grande la organización en diferentes ámbitos como, por ejemplo:

- Gestionar un volumen mayor de personas
- Disponer de un organigrama
- Asignar responsables de áreas y otorgarles poder de decisión
- Incrementar el número de instalaciones productivas
- Aumentar la complejidad de las compras
- Operar con más clientes
- Aumentar las necesidades de financiación externa
- Aumentar los recursos propios

Estos y otros factores se ven alterados a resultas del crecimiento de la empresa, de modo que el potencial de conflicto y los requerimientos de gestión aumentan como consecuencia de pasar de una organización simple a una organización compleja.

2.2. Ralentización en la toma de decisiones

Con el aumento de la dimensión de las empresas aumenta, a su vez, su complejidad organizativa humana. La empresa tiene que colocar personas especializadas al frente de las distintas áreas, delegarles capacidad de decisión y evaluar su rendimiento, todo ello con criterios cada vez más objetivos y elaborados. Trabajar con estas personas, cada una de ellas

responsable de su área, retrasa el proceso de toma de decisiones, en particular de aquellas que hay que discutir en grupo o cuando hay que respetar escrupulosamente procedimientos secuenciales (uno no toma una decisión mientras el responsable que va por delante no la haya firmado...), por ejemplo. Hay quien afirma que en algunas decisiones las grandes empresas multinacionales son tan lentas como la burocracia de la administración pública.

En el extremo opuesto a esta situación tenemos aquellas empresas en las que hay una persona que decide todo lo que tiene una cierta relevancia y que, por lo tanto, puede tomar decisiones de manera muy ágil y urgente, si es necesario. Si no fuera porque una sola persona no puede ser especialista en todo, sería una buena solución.

2.3. Desaparición de algunos privilegios de ser pequeño

En el mundo desarrollado la mayoría de gobiernos ha aplicado políticas empresariales con un trato de favor a empresas pequeñas. Por ejemplo, en España, en el ámbito fiscal, superar determinados niveles de facturación supone estar sometido a más obligaciones administrativas, fiscales, de auditoría, laborales, etcétera.

En general, crecer implica más obligaciones en relación a la administración pública, y esto puede suponer que algunos empresarios con proyectos opten por quedarse como están; o bien por crear empresas nuevas separadas, pequeñas, que permitan mantener los privilegios, aunque sea a expensas de la ineficiencia que significa duplicar algunas estructuras (por ejemplo contables y de obligaciones formales).

2.4. Posible pérdida de control de la empresa

Ampliar el capital de la empresa dando entrada a nuevos socios, ampliar la organización delegando la toma de decisiones a los directores correspondientes, abordar proyectos de innovación compartidos con otras empresas, son algunas de las consecuencias que puede tener el hecho de crecer. Todas ellas llevan asociada una pérdida de control de la empresa por parte del empresario, puesto que todo pasa a ser mucho más compartido que antes.

Aquel empresario que quiera mantener un control absoluto sobre su empresa (tanto en materia de propiedad como de gestión) estará dispuesto a crecer hasta donde pueda llegar. Y esto, que puede resultar satisfactorio

para el empresario a nivel personal, tiene sus limitaciones en cuanto a negocio: menor capacidad financiera, mayor concentración del riesgo, menor capacidad de gestión, entre otras. Aun así, es obvio que muchos empresarios optan por esta vía, sacrificando posibilidades de hacer crecer su empresa que, si estuviera dispuesto a buscar, tendría a su alcance.

3. Dimensión comparada de la pyme catalana

Cataluña se caracteriza por tener un tejido empresarial dominado por las pymes. Esta característica, que es común en el ámbito internacional, es más acentuada en nuestro país puesto que las pymes representan una mayor proporción del empleo en Cataluña (70,1% en 2012) que en la mayoría de países europeos (66,7% a la UE28). De hecho, el peso del empleo en las pymes es superior en las 3 categorías de pymes: el peso de las micro, pequeñas y medianas empresas es de un 31,2%, un 20,7% y un 18,3%, respectivamente, frente al 28,8%, el 20,6% y el 17,3% para las mismas dimensiones en el conjunto de la UE28 (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución del empleo total por dimensión de empresa⁵. 2012

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	TOTAL	PYMES
Reino Unido	17,3%	19,5%	16,4%	46,9%	100,0%	53,1%
Alemania	18,6%	23,6%	20,5%	37,3%	100,0%	62,7%
Francia	29,2%	18,9%	15,1%	36,9%	100,0%	63,1%
Dinamarca	21,7%	23,4%	20,3%	34,7%	100,0%	65,3%
Suecia	25,8%	21,5%	18,3%	34,4%	100,0%	65,6%
UE-28	28,8%	20,6%	17,3%	33,3%	100,0%	66,7%
Países Bajos	28,2%	19,9%	18,9%	33,0%	100,0%	67,0%
Noruega	24,9%	24,2%	18,7%	32,1%	100,0%	67,9%
Bélgica	32,9%	20,4%	15,9%	30,7%	100,0%	69,2%
CATALUÑA	31,2%	20,7%	18,3%	29,9%	100,0%	70,1%
España	40,2%	20,0%	13,5%	26,3%	100,0%	73,7%
Italia	46,0%	21,1%	12,6%	20,2%	100,0%	79,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Comisión Europea y PIMEC (2014)

También resulta ilustrativa la dimensión media de las empresas catalanas (Tabla 2), que es de 5,0 trabajadores, mientras que en el conjunto europeo es de 6,2. Este valor podría explicarse por el menor peso de las pymes sobre

⁵ Según el número de trabajadores, las empresas pueden clasificarse en micro (menos de 10 trabajadores), pequeñas (entre 10 y 49 trabajadores), medianas (entre 50 y 249 trabajadores) y grandes (250 o más trabajadores).

el total en la UE28, pero si nos centramos en las pymes observamos que estas tienen, de promedio:

- 3,5 trabajadores cada una en Cataluña,
- 4,2 en el conjunto europeo,
- 7,6 en Alemania,
- 5,6 en el Reino Unido,
- 4,9 en Dinamarca, o
- 4,4 en los Países Bajos.

Por el contrario, cabe señalar que la dimensión de las pymes catalanas es superior a la de países como Bélgica o Suecia, así como a la del conjunto de España.

La menor dimensión de las pymes catalanas se reproduce para las diferentes categorías de pymes, puesto que las microempresas catalanas tienen 1,7 trabajadores de media, frente a los 1,9 de la UE28, y lo mismo ocurre con las pequeñas (19,6 en Cataluña y 19,8 en Europa), y las medianas (97,2 para el caso catalán, frente a los 101,9 trabajadores de media en la UE28).

Tabla 2. Número de trabajadores por empresa. 2012

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	TOTAL	PYMES
Alemania	2,8	18,7	97,0	934,1	12,1	7,6
Reino Unido	2,0	22,2	111,2	1.409,8	10,5	5,6
Dinamarca	1,8	20,0	98,9	893,7	7,5	4,9
Países Bajos	2,0	25,1	118,9	1.173,2	6,6	4,4
UE-28	1,9	19,8	101,9	1.009,9	6,2	4,2
Francia	1,8	21,9	107,8	1.193,4	5,9	3,7
Noruega	1,5	18,8	98,4	814,4	5,4	3,7
Cataluña	1,7	19,6	97,2	856,5	5,0	3,5
Bélgica	1,7	19,3	96,2	914,6	4,9	3,4
Suecia	1,3	22,2	109,7	1.051,3	4,6	3,0
España	2,0	18,6	98,1	1.028,6	4,6	3,4
Italia	1,9	17,8	96,0	940,7	3,9	3,1

Fuente: Elaboración propia a partir de la Comisión Europea y PIMEC (2014)

A menudo se menciona la especialización sectorial en empresas de servicios turísticos y de restauración para justificar la menor dimensión de las empresas catalanas, pero no parece que este factor sea el único ya que las empresas manufactureras catalanas también son claramente más pequeñas

que las europeas (en Cataluña tienen menos de 11 trabajadores de media, frente a los más de 15 para el conjunto de la UE28).

4. ¿Existen obstáculos al crecimiento de las empresas en Cataluña?

Como hemos visto, la preeminencia de las pymes en el tejido empresarial es común a la gran mayoría de países, pero el hecho de que Cataluña se caracterice por una presencia más importante de pymes, especialmente de microempresas, hace pensar que existen unos hechos particulares.

El minifundismo empresarial responde a factores múltiples y complejos cuyo análisis supera el alcance de este documento. Dichos factores creemos que corresponden a tres ámbitos concretos:

- **Ámbito histórico-cultural**, como por ejemplo la menor antigüedad de las empresas, el individualismo, la reticencia a compartir proyectos, el hecho de ser herederos de mercados históricamente protegidos, la menor necesidad de emprender por parte de las nuevas generaciones, malas gestiones de la sucesión familiar, entre otros.
- **Ámbito normativo**: el salto de dimensión lleva asociadas nuevas obligaciones con la administración o con el fisco, por ejemplo, que pueden frenar a muchos empresarios que de lo contrario darían el paso de crecer.
- **Ámbito económico**: aquí encontraríamos tanto factores que afectan al propio empresario, como por ejemplo la aversión a asumir el mayor riesgo que comporta hacer crecer un proyecto, como factores externos, como la falta de una banca industrial especializada o un sistema de I+D orientado al mercado, solo a título de ejemplo.

En el debate sobre la necesidad de crecer para ser más competitivos siempre se puede contraponer la visión contraria, es decir, que el crecimiento no es la causa sino el efecto de ser más competitivos. Dicho de otro modo, la empresa que innova, la empresa que aumenta su productividad, la empresa que vende a los mercados exteriores, tiene que crecer forzosamente como consecuencia de estos progresos. Entonces, crecer no es una voluntad o una intuición, sino una necesidad.