

INTRODUCCIÓN

*Isabel Aguilera Navarro**

A menudo nos hemos preguntado cuál es el tamaño óptimo de una empresa o si un tamaño mayor garantiza una mayor competitividad. Sin embargo, si estas preguntas fueran simples o tuvieran solo una respuesta, las escribiríamos en el buscador de Google y las obtendríamos en unos segundos. Pero no existe una respuesta precisa, ni un tamaño idóneo y, tal vez, ni siquiera estas preguntas sean las adecuadas.

Este monográfico de *Información Comercial Española* tampoco encuentra todas las respuestas, pero sí enmarca las preguntas en el contexto actual y nos hace reflexionar sobre el tamaño de las pymes españolas por su relevancia en aspectos tan relacionados con la competitividad de nuestro ecosistema económico como son la productividad, la internacionalización, la innovación o la ambición empresarial, y compararlo con el tamaño de las pymes de otros países, que nos sirven de modelo a seguir. En paralelo al debate mencionado, cada artículo realiza la propuesta de una serie de acertadas medidas y actitudes por parte de estamentos públicos y privados, regionales, nacionales y supranacionales, que tal vez incrementarían el tamaño medio de nuestras empresas pero, sin duda, elevarían la competitividad del mundo empresarial en nuestro país, consolidando la recuperación de la larga crisis económica que hemos padecido.

La necesidad de crecimiento de las pymes suscita un consenso amplio desde diversos puntos de vista y experiencias. Desde la docta opinión de los académicos hasta los centros de estudios de destacadas entidades financieras, pasando por instituciones, grandes empresas, ejecutivos y líderes de reconocido prestigio en contacto permanente con el tejido empresarial español. El análisis de algunos estudios y comparativas, que aparecen múltiples veces referenciados bajo distintos prismas, parece concluir de manera rotunda que lo pequeño ya no es eficiente ni productivo para casi nadie, y no solo para Peter Drucker (*Small is not beautiful*). Sin embargo, la discusión bien explicada y planteada, desde ángulos opuestos, por un lado, en el artículo del profesor de ESADE, **Luis Vives** y por otro, en el artículo de la catedrática de Economía Aplicada de la Universidad de Murcia, **M^a Asunción Prats**, se enmarca en un mundo con oportunidades, jugadores, herramientas y actores diferentes, donde las antiguas reglas han cambiado al ritmo de la revolución digital que, a pesar de todo,

* Consultora Empresarial.

no ha hecho sino empezar (a la espera de aplicaciones del *big data*, por ejemplo) como apunta el artículo de Bankinter y de la Fundación Innovación Bankinter. Y en el nuevo entorno ¿es el aumento de tamaño la variable fundamental para que se consolide la recuperación económica que tras muchos sacrificios ha conseguido alcanzar la economía española? o ¿es posible un modelo económico donde el tamaño baste con ser «el adecuado», y el volumen y otros atributos sean los aspectos diferenciadores de la competitividad?

En el artículo del equipo de estudios de la Cámara de Comercio de España, dirigida por **José Luis Bonet**, la respuesta pasa por la presencia exterior de las empresas, por salir de las llamadas zonas de confort. Y en este sentido, es preciso resaltar que la vertiente internacional de las empresas no solo debe asociarse a la exportación, sino que esta dimensión y aprendizaje exterior también se obtienen por la vía de la importación, la inversión transnacional, la colaboración o la adquisición de conocimiento. Su artículo demuestra que internacionalización y tamaño empresarial son dos realidades con una estrecha relación directa. Otra línea de su investigación se ha centrado en el análisis de la exportación secuencial. Es decir, dado el desconocimiento sobre los mercados internacionales de destino, las empresas optan por iniciarse en el negocio internacional de modo modesto, reduciendo los inherentes costes variables, con el fin de adquirir gradualmente información clave sobre su capacidad competitiva en el mercado.

Ni los obstáculos ni la muestra son homogéneos. El primer *caveat* a tener en cuenta es que el concepto pymes incluye una gran mayoría de empresas unipersonales y microempresas, además no siempre se discrimina por sector de actividad. Si no segmentamos adecuadamente, ninguna de las medidas propuestas podrá corregir las carencias que identificamos. El artículo de **Antonio Garamendi**, presidente de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa, incide en este aspecto, comparando la clasificación de la UE y la que hace la Small Business Association (SBA) de EE UU, sugiriendo planteamientos más singulares por geografía, por industria, por problema u obstáculo. Entre ellos destaca la implantación de la cultura, de los procesos y de la gestión uniéndolos a tres motivaciones: la búsqueda de conocimiento, la de mercados y la de eficiencias.

Si el primer reconocimiento debe ser que las grandes compañías necesitan también pequeñas y medianas empresas fuertes, dispuestas a acompañarles en su salida al exterior y que cumplan la oferta a sus clientes, el segundo sería que las pymes, en particular en Alemania, como nos recuerda **Jordi Canals**, decano de IESE, han sido las protagonistas —las denominadas *hidden champions*— de la globalización de la empresa alemana durante las últimas tres décadas, mediante sus estrategias muy enfocadas en cuanto a productos y clientes, y claramente de alcance global.

Pero en el entorno competitivo actual ¿podríamos alcanzar el resultado obtenido en Alemania copiando su mejor estrategia del pasado? ¿deberíamos aprovechar nuestra fortaleza con respecto a su histórica falta de espíritu emprendedor? (solo el 25 por 100

de los alemanes crearían su propia empresa). O sacar nuestra raza y solventar la diferencia de competitividad no solo a través de los instrumentos habituales, sino con un refuerzo del universo pyme, que consiguiera acelerar la creación de empresas fomentando el *crowdfunding* o el mecenazgo empresarial, como bien señala **M^a Elena Aldana**, directora del Servicio de Estudios y Asuntos Europeos de Mercadona; que les acompañaría en sus oportunidades de crecimiento, ayudándoles a evaluar su potencial, a compartir sus experiencias de éxito y fracaso, como apunta la experiencia conjunta entre la Fundación Bankinter, el ICEX, el Círculo de Empresarios y una larga lista de socios de la iniciativa «Cre100do», también referenciada en este número; y colaborando en reforzar las empresas de tamaño intermedio —empresas entre 250 y 1.000 empleados— como apunta **Gorka Briones**, socio de Monitor Deloitte, fomentando las fusiones cuando sea posible, según M^a Elena Aldana, o acompañándoles en la sucesión, tanto a familiares como a terceros, conscientes de lo crítico de ese periodo en la vida de la empresa y que puede marcar el inicio de su declive, o de su expansión definitiva, según Jordi Canals.

Juan Rosell Lastortras, presidente de la CEOE, añade al debate una interesante reflexión sobre el desajuste entre las habilidades requeridas y las disponibles. Incide en la desventaja de España en cuanto a porcentaje de la población que solo tiene estudios primarios y la tasa de abandono escolar, el doble de nuestros principales socios europeos. En su artículo propone la adopción de algunas medidas educativas e interesantes alianzas entre diferentes instituciones, en especial entre universidad y empresa, como también apunta Gorka Briones. O la sugerencia de alertas tempranas y ahondar en iniciativas para evitar crear incentivos perversos que hagan permanecer a las empresas en un determinado tamaño.

A pesar de reconocer el efecto neutro, o incluso negativo, sobre el empleo ofrecido por las pymes a lo largo de un ciclo completo —como se denomina al conjunto de una fase expansiva y una contractiva— **José M^a Abad**, en el momento de participar en este número, economista jefe y subdirector de Estudios y Relaciones Internacionales del Instituto de Crédito Oficial (ICO), aboga por inducir no solo medidas encaminadas a mejorar la productividad empresarial por tamaño, sino también las reformas necesarias para que tenga un efecto duradero y nuestro perfil se asemeje más al de las economías avanzadas y no tanto al de una economía en vías de desarrollo, dada la involución reciente en el número de empresas pequeñas y medianas ante el aumento de las microempresas y las empresas de mayor tamaño.

Tras reflexionar sobre los factores externos e internos determinantes del tamaño empresarial, **Juan Antonio Mielgo**, economista jefe y director de Estructura Financiera del Grupo Telefónica, considera que el aumento del tamaño de nuestras pymes lograría además algún efecto colateral muy positivo como es aflorar la economía sumergida, aspecto en el que España destaca, a nuestro pesar, internacionalmente. Como no podía ser de otra manera, entre las conclusiones y medidas propuestas en su artículo, urge a las pymes a implantar nuevas tecnologías digitales como palanca para acelerar

su crecimiento entre dos y tres veces, mediante el uso de eventuales plataformas a través de las cuales contratarían servicios tecnológicos a institutos de gran tamaño, especialistas en transferencia de conocimientos, tecnologías e innovaciones de productos y procesos. La carencia de estos conocimientos, la llamada «brecha de gestión» incluye factores relacionados con la empresa, el empresario y la mano de obra en el académico artículo de la catedrática de la Universidad de Murcia, M^a Asunción Prats.

El equipo del BBVA Research, compuesto por **Miriam Montañez**, **Ana Rubio**, **Macarena Ruesta** y **Camilo Ulloa**, reconoce en su artículo focalizado en la situación del acceso a la financiación de nuestras pymes que aún queda camino por recorrer. Este recorrido sería mucho más fácil siguiendo las recomendaciones que proponen en su esclarecedor artículo, que concluye con un par de reflexiones de gran valor por su parte. Por un lado, la búsqueda de un mejor equilibrio entre financiación bancaria y de mercado y, por otro, la exigencia a las autoridades del sector de una adaptación urgente a modelos de negocio digitales y una armonización de la regulación bancaria, que personalizaría las ofertas, aumentaría la velocidad de las transacciones, haría posible una mejor información para medir los riesgos de los clientes y facilitaría la operación con distintos bancos a las pymes con actividades internacionales.

En la interesante aportación del equipo económico del Círculo de Empresarios compuesto por su directora **Alicia Coronil** y los analistas **Carlos del Campo** y **María Grandal**, proponen con rotundidad elevar el umbral de los 50 empleados y una determinada facturación, que supone asumir nuevas obligaciones fiscales, laborales y burocráticas.

Otros autores proponen fortalecer por una parte al empresario en su vocación emprendedora para que genere dos efectos muy positivos sobre la promoción de la cultura del emprendimiento: ser un ejemplo para otros y muestra para los futuros empresarios de experiencias de éxito y fracaso, según **Alberto Tornero** de PwC. Por otra parte se fortalecería al ecosistema empresarial. A este respecto, todos exponen varias acertadas medidas y sugerencias, entre las que destaca el fomentar y facilitar los procesos de alianzas que promuevan la integración y concentración empresarial. En definitiva, *el valor, la ilusión por crecer* a los que se refieren tanto el profesor Luis Vives, como **Clemente González**, presidente de Alibérico, desde la atalaya de su experiencia, que les lleva siempre a sumar. Por eso insisten en la armonización regulatoria entre las 17 comunidades de nuestra geografía y en el apalancamiento de un mercado interior único, constatando que la dificultad de crear un *Silicon Valley* es suficiente, como para intentarlo para todas y cada una de las 17 comunidades autónomas.

En definitiva, un mosaico amplio y bien argumentado de sugerencias, medidas y reclamaciones legales, fiscales, laborales y empresariales que deberíamos no dejar en el olvido. Pero este número aún deja la puerta abierta a una duda razonable. La incertidumbre que se cierne sobre las características y capacidades que diferencian a ganadores y perdedores. Este monográfico no excluye, en las circunstancias actuales,

que con un tamaño menor la tecnología disponible permita crear un modelo de éxito y una multinacional global con enormes beneficios para usuarios, propietarios y accionistas.

La solución parece ser, pues, favorecer un ecosistema flexible, diverso y equilibrado que pueda hacer frente a los desafíos que la digitalización y la velocidad de los cambios arrastran. Sin olvidar los atributos de la capacidad emprendedora: pasión, determinación, asunción de riesgos y capacidad de resistir y perseverar, además de la rapidez en la gestión de los cambios.

Disfruten con este número que consigue abrir nuestras mentes a la reflexión profunda de un tema para el que, sin duda, no hay una respuesta única, pero sí mucho que hacer y con urgencia, al ritmo de los tiempos.