

ICE

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA Secretaría de Estado de Comercio

SIZE OF SPANISH SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Foreword	3	The growth of the size of Spanish SMEs through internationalisation	93
Jaime García-Legaz Ponce		José Luis Bonet Ferrer and Raúl Mínguez Fuentes	
Introduction	7	A reflection on business size in Spain	117
Isabel Aguilera Navarro		Juan Antonio Mielgo Carrizo	
The significance of the size of Spanish companies	13	Financing of Spanish SMEs	133
María Asunción Prats Albentosa and Fernando Merino de Lucas		Miriam Montañez Núñez, Ana Rubio González, Macarena Ruesta Baselga and Camilo Ulloa Ariza	
Innovation for SMEs. An approach beyond business size	33	Medium-sized companies	151
Antonio Garamendi Lecanda		Bankinter and Fundación Innovación Bankinter	
Future challenges of Spanish SMEs	45	ECONOMIC FORUM	
Juan Rosell Lastortras		Long-term balance relations of official reference indices of the mortgage market. Empirical evidence from 2000 to 2013	161
SMEs + innovation: size matters, but attitude matters more	57	Jorge de Andrés Sánchez	
Luis Vives de Prada		BOOKS	175
Business responses to the size of our SMEs	65	Critical note	
Isabel Aguilera Navarro		CONTENTS	179
Medium-sized enterprises and their contribution to growth. Measures to strengthen business fabric	79	Contents, abstracts	
Alicia Coronil Jónsson, Carlos del Campo Rodríguez and María Grandal Bouza		Coordinators: Isabel Aguilera Navarro and Fernando Casado Juan	

AGUILERA NAVARRO, Isabel

Business responses to the size of our SMEs

Abstract: The segmentation of our business fabric with a tendency to microenterprises involves an opportunity cost for our productivity and efforts made to date by the Authorities do not appear to be enough. Businesses, represented by a sample provided in this article, require an integrated approach with the coordinated participation of all authorities, universities and training organisations, financial institutions and businesses, tackling the various causes of this imbalance. Potential solutions range from boosting business education in the various educational stages to fostering alliances and business clusters which can become examples to follow, alleviating the difficulties faced by businesspeople in an ever-changing and uncertain world. The purpose is to create a fuller business array including companies of many sizes that can compete globally, innovate and supplement the offer of each business sector, with the result being a more competitive Spanish businesses ecosystem.

Key words: businesses, business organisation, production, innovation.

JEL classification: D21, L1, L11.

ANDRÉS SÁNCHEZ, Jorge de

Long-term balance relations of official reference indices of the mortgage market. Empirical evidence from 2000 to 2013

Abstract: This article explores the long-term balance relationships of the mortgage market indices in force in Spain in 2014. When long-term balance relations were found, their quantification would allow borrowers to choose the less costly index/spread pair from among those offered to them by a lender as the spread of an index pair should tend towards the balance spread, if there is one. Furthermore, we also analyse the impact of the financial crisis starting in 2008 on the balance and causality relations among indices.

Key words: referenced loans, mortgage market reference indices, cointegration, time series.

JEL classification: E43, G21, R51.

BANKINTER and FUNDACIÓN INNOVACIÓN BANKINTER

Medium-sized companies

Abstract: This article explains why we need a business structure allowing us to make the most of all the opportunities offered by an ever-changing world. Following an introduction on the global trends shaping our future, we illustrate the importance of a powerful midmarket, which can take advantage of the changes approaching and achieve a stable and sustainable growth of the Spanish economy. We analyse “Cre100do”, the initiative fostered by the Bankinter Innovation Foundation, the Institute for Foreign Trade and the Circle of Businesspeople, in addition to the actions of Bankinter itself to boost this business fabric in Spain.

Key words: businesses, business structure.

JEL classification: D23, G21.

BONET FERRER, José Luis and MÍNGUEZ FUENTES, Raúl

The growth of the size of Spanish SMEs through internationalisation

Abstract: The Spanish economy has fully undertaken the internationalisation challenge, with the main players being companies. In particular, SMEs make up the bulk of our export and import business fabric. For these companies, consolidating an international business means a gradual increase of the averages exchanged, in addition to the number of operations, markets and products traded. These dynamics accelerate learning and bring in operational and strategy changes for SMEs and, in short, stimulate size growth.

Key words: exporting / importing business, business size, globalisation.

JEL classification: F1, M1.

CORONIL JÓNSSON, Alicia; CAMPO RODRÍGUEZ, Carlos del and GRANDAL BOUZA, María

Medium-sized enterprises and their contribution to growth. Measures to strengthen business fabric

Abstract: Larger businesses contribute positively to growth and economic stability of a country. Their greater productivity, a more stable offer of employment and access to easier financing at a lower cost have a positive impact on trends like foreign trade, innovation, access to technology, and developing, retaining and attracting talent. This is why companies need to boost their size. However, in Spain there are taxation, labour and bureaucracy measures discouraging their growth. Exceeding fifty employees and/or a certain figure of turnover or assets involves new obligations, reducing competitiveness and the potential for financing with own equity. Raising these thresholds would ease the steep growth curve, bringing an increase of the average enterprise size of our business fabric.

Key words: productivity, innovation, internationalisation, tax income, obstacles to growth.

JEL classification: L11, L25, L510, L53.

GARAMENDI LECANDA, Antonio

Innovation for SMEs. An approach beyond business size

Abstract: This article analyses the components of Spanish business size, with a focus on the distinct features and sizes of companies. The establishment of multiple criteria to classify SMEs as a whole underlines the need to improve standards adopted by the European Union. This fact is essential to better identify the requirements of small-sized companies to strengthen their business growth strategies. In this regard, we highlight the value of innovation processes as a source of improvement of productivity and the competitiveness of the overall economy.

Key words: microenterprises, business classification, strategy, competitiveness.

JEL classification: L21, L25.

MIELGO CARRIZO, Juan Antonio

A reflection on business size in Spain

Abstract: This article includes a descriptive analysis on Spanish business demography, in comparison with a European average and also Germany as a reference country as an economy with high productivity and business size. The article also identifies a series of determinants that may be the source of the differences in business sizes across countries. On the basis of identified determinant factors, a list of a series of general action principles is provided with the goal of increasing the size of our businesses and, ultimately, their productivity. Understanding the causes of the small size of Spanish businesses is relevant when creating economic policies focusing on increasing our country's productivity.

Key words: small and medium-sized enterprise.

JEL classification: L11, L22.

MONTAÑEZ NÚÑEZ, Miriam; RUBIO GONZÁLEZ, Ana; RUESTA BASELGA, Macarena and ULLOA ARIZA, Camilo

Financing of Spanish SMEs

Abstract: The small numbers of large companies are a barrier to productivity growth. Among the main hurdles to increase size, we find the lack of access to financing in suitable conditions. Although this aspect has improved recently, it has progressed more for medium-sized companies than for small companies and microenterprises. A series of measures are being implemented to simplify procedures, support entrepreneurship and open up to foreign trade, improve information on SMEs, reduce risks for financiers, improve the efficiency of the financial system and the development of non-banking financing.

Key words: productivity, financing, credit.

JEL classification: G21, G23, L11.

PRATS ALBENTOSA, María Asunción and MERINO DE LUCAS, Fernando

The significance of the size of Spanish companies

Abstract: This article analyses the impact of business sizes on the Spanish productive fabric. Following an explanation of the distinct factors distinguishing small and medium-sized enterprises as concerns their growth and survival amid a crisis, there is an assessment of the consequences in terms of overall employment and productivity of the breakdown by sizes of Spanish companies in respect of the main European economies.

Key words: company size, productivity, employment, SMEs.

JEL classification: D22, L11.

ROSELL LASTORTRAS, Juan

Future challenges of Spanish SMEs

Abstract: The long recession phase suffered by the Spanish economy has led to a destruction of productive fabric, in particular for SMEs, greater than that of other surrounding countries. Given the significance of SMEs in Spain, this article identifies the special conditions of our socioeconomic, institutional and financial environment limiting the capacity of our small and medium-sized enterprises to adjust better to economic cycle changes and have the ability to survive in a more globalised world. Therefore, aspects such as innovation, the educational system, a suitable level of financing and the legal, employment and tax environment emerge as key factors underpinning the success of companies, with a greater impact for SMEs.

Key words: size, entrepreneurial spirit, innovation, contributions, cooperation.

JEL classification: D21, L11.

VIVES DE PRADA, Luis

SMEs + innovation: size matters, but attitude matters more

Abstract: In a market with growing competitive pressure, with increasingly more companies seeking to compete on a low cost basis, innovation is vital. Innovation assists in preventing the commoditisation of products - price wars - and when managed well, it can develop new opportunities for differentiation and profit generation (Lafley & Charan, 2008). However, when innovation is discussed, it is mostly associated to large companies with extensive financial and human resources (Vives, Asakawa & Svejnova, 2010). Can an SME have the ability to develop innovative proposals and improve its competitiveness through innovation? This article argues that SMEs not only can but must innovate, as it is essential to their survival and development. Innovation, more than a question of size, is a matter of attitude.

Key words: business classification, strategy, competitiveness.

JEL classification: L21, L25, M14.

JULIO CERVERA Y LA TELEGRAFÍA SIN HILOS



Julio Cervera Baviera fue un personaje apasionante que destacó en campos profesionales muy diversos. Vivió en Marruecos y en Puerto Rico además de en España. Fue explorador del desierto africano, militar, político, enseñante y masón. Inició la educación a distancia y fundó en Valencia las escuelas libres de ingenieros electricistas y mecánicos.

Su mayor logro fue la investigación en la telegrafía sin hilos. Hoy se reconoce así y este libro sostiene que su mérito es incuestionable pues mejoró de forma notable la tecnología existente en el momento. Aunque esta monografía tiene como núcleo sus trabajos sobre la telegrafía sin hilos, no descuida sus otras facetas vitales que no por menos conocidas son menos apasionantes. Este libro es un tributo a la memoria de un inventor poco conocido que fue a la vez un personaje asombroso y de gran complejidad.

Número de páginas: 84
Precio papel: 8,00 € (IVA incluido)
Precio pdf: 4,00 € (IVA incluido)
Precio papel: 6,00 € (IVA incluido)
email: distribucionpublicaciones@mineco.es

NORMAS PARA EL ENVÍO DE ORIGINALES

Los artículos que se envíen para publicar en ***Información Comercial Española. Revista ICE*** deberán ser originales, no publicados, ni en proceso de evaluación por otra publicación. Los trabajos recibidos serán sometidos para su aceptación a evaluación externa anónima.

1. Las contribuciones se enviarán en formato Microsoft Word, a la siguiente dirección de correo electrónico: revistasice.sccc@comercio.mineco.es
2. En la primera página se hará constar el nombre y dos apellidos, la fecha de conclusión del trabajo, así como la filiación institucional del autor y la forma en que desea que sus datos aparezcan.
3. La extensión del trabajo no será inferior a 20 páginas ni superior a 25 folios Dina-4, incluidos gráficos, cuadros, notas y bibliografía.
 - a. Tipo de letra: Times New Roman 12, márgenes de 3 cm y párrafos con interlineado a doble espacio. Los encabezamientos de cada apartado, numerados, en minúscula y en negrita, distanciándose dos espacios del anterior párrafo. Las páginas irán numeradas correlativamente en la parte inferior. Los encabezamientos de cada subapartado se pondrán en redonda negrita, y el tercer nivel en cursiva.
 - b. Las ecuaciones irán centradas y en caso de numeradas, a la derecha entre corchetes.
4. Todos los gráficos, cuadros o tablas han de ser originales y tendrán un número correlativo, el título en la parte superior y la correspondiente fuente y/o nota aclaratoria en la inferior izquierda. Se enviarán en archivo independiente y en formato Excel con suficiente calidad técnica. A lo largo del texto se indicará el lugar exacto en que ha de insertarse cada gráfico, cuadro o tabla.
5. Los artículos deberán incluir un resumen del contenido, que no excederá de 100 palabras en el que se reflejen los elementos más importantes. Se incluirán de 3 a 6 palabras clave que no coincidan con las del título, y de 2 a 6 códigos de materia según la clasificación del *Journal of Economic Literature* (JEL), para lo que se puede acceder en <https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>
6. Las citas de libros y artículos en el texto se indicarán entre paréntesis con el apellido del autor y el año. Ej.: (Martínez, 1991).
7. Las notas a pie de página irán integradas en el texto con las llamadas en el lugar correspondiente del mismo. Las referencias a siglas deben ir acompañadas, en la primera ocasión en que se citen, de su significado completo.
8. Los anexos se insertarán tras la bibliografía. Deberán llevar un título y una breve explicación del contenido.
9. Al final del texto se recogerá la bibliografía utilizada. Con el nombre de "Referencias bibliográficas", en orden alfabético y siguiendo las normas de la Asociación Americana de Psicología Harvard-APA en <http://cibem.org/paginas/img/apa6.pdf>

Libros: (1) Apellidos, e iniciales de los autores, (2) año de publicación, (3) *título completo*, (4) lugar de publicación, (5) nombre de la editorial.

Ej.: FISHER, I. (2013). *Dinero, capital y crisis: escritos escogidos*. Madrid: Fundación ICO.

Ej.: EDVINSSON, L. y MALONE, M.S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Company's True Value by Finding its Hidden Brain Power*. Nueva York: Harper Collins Publishing.

Artículos: (1) Apellidos e iniciales de los autores, (2) año de publicación, (3) título completo del artículo entre comillas, (4) nombre de la revista (*en cursiva*), (5) número y/o volumen, (6) páginas.

Ej.: VIÑALS, J. (1983). "El desequilibrio del sector exterior en España: una perspectiva macroeconómica". *Información Comercial Española. Revista de Economía*, nº 634, diciembre, pp. 27-35, Madrid.

Ej.: BARNEY, J. B. (1986). "Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage?". *Academy of Management Review*, vol. 11, nº 3, pp. 656-665.

Otras fuentes: para citar documentos de trabajo o informes, indicar claramente la institución que publica o edita el trabajo, la fecha y lugar de la publicación.

Ej.: COMISIÓN NACIONAL DE LA ENERGÍA (2013): *Informe sobre el efecto del día de la semana en la determinación de los precios de los carburantes*, Madrid.

Páginas Web: Si se incluyen en las citas alguna referencia a páginas web donde se hayan obtenido documentos, se pondrá la referencia completa de la dirección de internet y una indicación de la fecha de consulta.

Ej.: HILERA, J.R., GARCIA, E. y MARCOS L. (2010, febrero). "Análisis comparativo de estándares y modelos de calidad" Comunicación presentada en *el I Congreso Iberoamericano sobre Calidad de la Formación Virtual*: CAFVIR 2010, 24-26 de febrero. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, pp. 168-17. Recuperado 20 de octubre de 2014 de http://www.uah.es/biblioteca/ayuda_formacion/estilos_citas.html#harvard

Ej.: UNIVERSIDAD DE GERONA (2012, enero). Portal Euroamericano de Historia y Antropología Jurídica. Recuperado 28 de noviembre de 2013, de <http://www.udg.edu/pihd/PIHD/Presentacio/tabid/14002/language/es-ES/Default.aspx>

Los artículos publicados estarán disponibles en www.revistasice.com

INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA. REVISTA DE ECONOMÍA (ICE)

SUSCRIPCIÓN ANUAL

INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA. REVISTA DE ECONOMÍA (6 NÚMEROS/AÑO)			
	ESPAÑA 1 año	UNIÓN EUROPEA 1 año	RESTO DEL MUNDO 1 año
SUSCRIPCIÓN	75,00 €	90,00 €	90,00 €
Gastos de envío España	7,08 €	30,12 €	48,30 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	3,28 €		
TOTAL	85,36 €	120,12 €	138,30 €

EJEMPLARES SUELTOS

INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA			
	ESPAÑA 1 ejemplar	UNIÓN EUROPEA 1 ejemplar	RESTO DEL MUNDO 1 ejemplar
NÚMERO SUELTO	15,00 €	20,00 €	20,00 €
Gastos de envío España	1,18 €	5,02 €	8,05 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	0,65 €		
TOTAL	16,83 €	25,02 €	28,05 €

DATOS

Nombre y apellidos
Empresa
Domicilio
D.P. Población
N.I.F.
Teléf. Fax
E-mail

Transferencia a la cuenta de ingresos por venta de
publicaciones del Ministerio de Economía y Competitividad
IBERCAJA. Callé Alcalá, 29. 28014 Madrid (España)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE: 2085-9252-07-0330598330
CÓDIGO BIC DE IBERCAJA: CAZRES2Z
IBAN: ES47 2085-9252-07-0330598330



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA Y
COMPETITIVIDAD

SUBSECRETARÍA
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

SUBDIRECCIÓN GENERAL
DE ESTUDIOS, INFORMACIÓN
Y PUBLICACIONES

Suscripciones y ventas por correspondencia:

Paseo de la Castellana, 162, 9.ª planta. 28046 Madrid. Teléfono 91 603 79 97/93

Suscripciones a través de la página web del Ministerio de Economía y Competitividad

distribucionpublicaciones@mineco.es

