



FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA PYME ESPAÑOLA 2008

M.^a Isabel Martínez Martín,
Rosa Santero Sánchez,
Luis Sánchez Henríquez
y Miguel Ángel Marcos Calvo

Fundación EOI, Madrid 2009

El estudio de las Pyme y de las variables que pueden explicar su éxito competitivo está de permanente actualidad, no en vano, es éste el colectivo de empresas mayoritario y el que más contribuye a la generación de empleo, sin duda, el mayor problema que tiene la economía española en los últimos meses.

Ello pone más en valor el contenido del estudio que se realiza y de sus resultados dado que se busca conocer cuáles son los factores que mejor explican la competitividad de la pyme española. No cabe duda que los factores que en mayor medida expliquen el crecimiento y los mejores resultados de las Pyme deberán potenciarse tanto desde la perspectiva de las propias empresas como por las diferentes Administraciones Públicas al diseñar sus planes estratégicos de apoyo a las Pyme.

El trabajo se contextualiza tras un preciso estudio y análisis de la literatura existente al respecto, así como en la medida del peso de las Pyme en la economía española, utiliza, además de fuentes secundarias, dos principales fuentes primarias de información: la aplicación de una *Encuesta sobre competitividad de las Pyme españolas* aplicada a una muestra de 1.200 Pyme con un máximo de 200 empleados –para una población de casi 3,5 millones de empresas–, y la realización de un estudio cualitativo apoyado en las opiniones de expertos de diferentes sectores de actividad y ámbitos de representación, organizaciones empresariales y sindicales, entre otros (1).

CINCO FACTORES

Ello hace que el análisis global de los factores de competitividad de las Pyme sea completo, y que las conclusiones, propuestas y líneas de actuación que se sugieren estén apoyadas en el conocimiento de la realidad de este colectivo de empresas.

Por lo que respecta a los factores de competitividad de las Pyme, en el trabajo se seleccionan para su es-

tudio más profundo los siguientes: la *calidad y la innovación*, la *internacionalización*, la *financiación*, los *recursos humanos* y un amplio abanico de *prácticas de gestión*; también se hace referencia a otras variables en las que los autores no han podido profundizar, dadas las limitaciones para la recogida de información primaria, como son el establecimiento de redes de cooperación, o el estudio del capital intelectual y del capital social.

Tras presentar las características básicas de las Pyme, la sistemática que se sigue en el trabajo consiste en la definición y clasificación de cada uno de los factores indicados en el párrafo anterior y su posterior análisis y cuantificación sobre la base de las respuestas que han dado las empresas de la muestra. Esta es, a mi juicio, una de las principales aportaciones y una de las partes más atractivas del libro.

A continuación se analiza el comportamiento de cada uno de los factores del estudio en función del tamaño de las Pyme (microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas) y también según el sector de actividad en el que compiten las Pyme (industria; construcción; comercio, hostelería y transporte; otros servicios).

Sin duda la lectura de estos análisis, que se presentan de forma clara, lleva al lector a tener un conocimiento preciso del grado de desarrollo e importancia de cada uno de los mismos para la competitividad de la empresa.

Para los factores innovación, internacionalización y financiación, los autores han introducido preguntas para identificar detalladamente, los principales obstáculos que encuentran las empresas para su desarrollo, aspecto este que también cabe destacar como consecuencia de la información que aporta el trabajo con el fin de conocer las dificultades que tienen las Pyme para el desarrollo de los mismos, lo que puede ser de gran ayuda para la toma de decisiones al respecto, tanto por parte de las propias Pyme como por parte de otros agentes implicados en su actividad.

De manera análoga se pregunta a las Pyme acerca del grado de conocimiento de las medidas existentes de apoyo a la innovación, la internacionalización y la financiación; los resultados son realmente ilustrativos y evidencian limitaciones importantes en la difusión de muchas de las medidas que se adoptan para ello desde diferentes ámbitos.

PRINCIPALES AMENAZAS

El trabajo continua con la presentación de la posición competitiva de la Pyme española, mostrando las principales *amenazas* de las Pyme en España (debilidad

de la demanda; perspectivas económicas a futuro y la presión fiscal), amenazas no ajenas a la situación de crisis económica que vive la economía española; *oportunidades* (crecimiento demográfico; positiva acogida de las Pyme en sus entornos locales); *debilidades* (rentabilidad económica inferior a la de la competencia y grandes empresas; productividad y eficiencia en costes, inferior a la de la competencia y grandes empresas) y *fortalezas*: estructura organizativa flexible y adaptable y mayor facilidad de ajuste a las necesidades del cliente. El análisis que se hace en el libro es mucho más detallado, como cabe pensar, señalando aquí sólo los aspectos que considero más relevantes.

Se finaliza con un análisis cualitativo verdaderamente enriquecedor, como consecuencia de la transversalidad de los puntos de vista de los expertos con los que se ha trabajado. Esta parte del estudio es muy atractiva, dado que, frente al dato puramente cuantitativo de otros apartados del libro, en este se aporta la visión y justificación que hacen los expertos en lo cuanto a la situación de las Pyme en la economía española como a las medidas que habría que tomar para su activación.

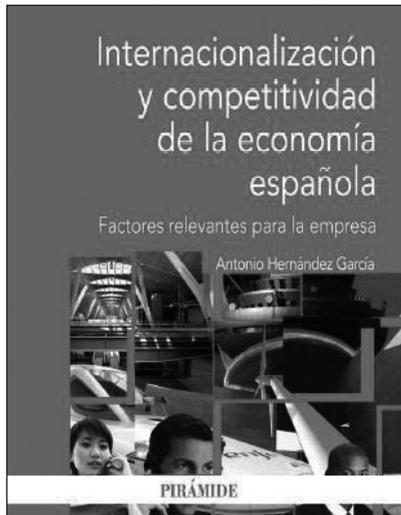
En definitiva, estamos ante un trabajo muy oportuno en el momento actual, que aporta una radiografía de las Pyme españolas y de su marco competitivo. Este trabajo puede ser muy útil tanto en los ámbitos académicos como profesionales, pues desde ambas perspectivas puede hacerse la lectura del libro.

A los responsables de la toma de decisiones relacionadas con las Pyme desde las diferentes Administraciones, este trabajo les aporta una clara lectura de la situación actual en la que compiten las Pyme, así como un amplio abanico de recomendaciones para la toma de decisiones al respecto que puede serles muy útil de cara a orientar diferentes líneas de actuación.

Por otro lado, es de resaltar que son muy pocos los trabajos que sobre este tema toman como marco de estudio el conjunto de las Pyme españolas, lo que viene a complementar los resultados de otros trabajos centrados en sectores concretos de la economía española o que se han focalizado en el ámbito de alguna comunidad autónoma.

NOTAS

- (1) Este trabajo forma parte de la Colección EIO Empresas. La versión electrónica del libro está accesible en el siguiente vínculo:
http://publicaciones.eoi.es/Multimedia/publicaciones_eoi/2009_Libro_factores_competitividad.pdf



INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA FACTORES RELEVANTES PARA LA EMPRESA

Antonio Hernández García

Editorial Pirámide, Madrid 2010

En estos días en que se habla tanto sobre la caducidad de los principales factores que han impulsado el crecimiento económico de nuestro país en los últimos años (léase construcción y turismo), parece darse un amplio consenso entre los actores económicos en que la recuperación de nuestra economía y el potencial de crecimiento de la misma deberán basarse de una manera fundamental en el incremento de la competitividad.

El recientemente aprobado anteproyecto de Ley de Economía Sostenible pretende implantar un modelo que sea más productivo y más competitivo desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

Para ello, entre sus objetivos se encuentra el impulsar la competitividad empresarial y la productividad. Concretamente, en este ámbito, se recogen medidas que deben facilitar el tránsito desde actividades y mercados más maduros, hacia los que tienen mayor potencial de crecimiento.

Es en este escenario y en este momento, seguramente crucial para el devenir de nuestra economía y de nuestras empresas, en el que aparece el libro escrito por Antonio Hernández, Director General de Política Energética y Minas. La amplia experiencia y conocimiento acumulados por el autor, ayudando a la empresa española a internacionalizarse (como Jefe de Oficina Comercial en Sofía y Teherán), analizando la salud competitiva de nuestra economía (como Subdirector General de Estudios del Sector Exterior y la Competitividad), y acompañando a la empresa extranjera en sus procesos de inversión en España (como Director Ejecutivo de Información y Estrategia de la Sociedad Estatal Invest in Spain), se

plasman en la obra, repercutiendo muy positivamente en la fluidez argumental y calidad de la misma.

El objetivo del libro es doble: En el ámbito macroeconómico, analizar hasta qué punto se está deteriorando realmente la competitividad internacional de España, tanto en el ámbito comercial como en el de la atracción de inversión extranjera directa (IED); y, en el ámbito micro, constituirse como una herramienta de utilidad para la PYME en su proceso de internacionalización, abordando los aspectos que más pueden influir de forma positiva en el mismo.

Se trata de una obra individual a la vez que colectiva, por cuanto el libro recoge también opiniones de personalidades de la administración comercial española y de instituciones clave en el ámbito de la internacionalización, así como de directivos de empresas que han desarrollado su negocio exterior de manera exitosa; estas colaboraciones permiten completar y enriquecer los distintos temas tratados.

El libro se estructura en cuatro capítulos en los que se analiza de manera extensa y a la vez detallada la evolución reciente de la competitividad de la economía española, a través de los principales elementos que la conforman. Así, en el capítulo segundo se define y acota el concepto de competitividad, dada la complejidad del término, y se repasa las principales aportaciones teóricas. A continuación, el capítulo tercero analiza los diversos indicadores de competitividad del sector exterior español: La competitividad-precio y la competitividad estructural. El capítulo cuarto del libro se dedica al clima de negocios en España, en sus diversos ámbitos (entorno mercantil, administrativo y judicial; capital humano, físico y tecnológico; incentivos; financiación y fiscalidad), determinando sus principales fortalezas y debilidades, así como las medidas que las autoridades competentes están llevando a cabo al respecto. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que la competitividad se deriva de otros factores microeconómicos que dependen directamente de las estrategias y actuaciones de las propias empresas. Por ello, el capítulo quinto analiza en profundidad estos factores, particularmente la financiación, la investigación-desarrollo-innovación (I+D+i), la marca, el diseño, la calidad, la logística, la inteligencia competitiva, los recursos humanos y el acceso a mercados emergentes.

LA COMPETITIVIDAD ESPAÑOLA DESDE EL PUNTO DE VISTA MACROECONÓMICO

Del análisis de los indicadores de competitividad que realiza Antonio Hernández, y así lo sostiene el autor, no puede concluirse de un modo tajante que España esté perdiendo competitividad, entendida como el «conjunto de elementos que influyen sobre la capa-

cidad de comercialización de los productos de las empresas de una nación en los diferentes mercados y sobre el atractivo de los países para la captación de IED» (Antonio Hernández).

En materia de competitividad-precio, del análisis realizado de la evolución de nuestros tipos de cambio efectivos en términos reales, se observa en general un cierto deterioro en los últimos años, que es menor si se utiliza como deflactor los precios de las exportaciones, poniendo de manifiesto el esfuerzo de nuestros exportadores para mantener sus cuotas mundiales en un contexto de significativa apreciación del euro.

Además, sostiene el autor que el deterioro de nuestra competitividad-precio debe matizarse si se tiene en cuenta que nuestro país se ha enmarcado en un contexto de convergencia real, creciendo significativamente por encima de la media de la UE hasta 2008, debido a la fortaleza de nuestra demanda interna, que se ha traducido en mayores presiones inflacionistas.

En el ámbito de las cuotas de mercado de las exportaciones de mercancías, se aprecia una lenta pero permanente ganancia de cuota de mercado en el mercado mundial hasta 2003, y un deterioro gradual desde ese año, que puede explicarse en parte por la irrupción de China en el comercio e inversión internacionales, por el significativo aumento de los precios del petróleo, que ha supuesto un aumento de cuota nominal de los países exportadores de crudo (en detrimento de la de los importadores) y, en general, por el incremento de los flujos comerciales de materias primas entre los países emergentes, que ha provocado que los países más industrializados pierdan cuota de mercado mundial en los últimos años, sin que sus exportaciones hayan decrecido.

En cuanto a las cuotas de mercado de nuestras exportaciones de servicios, Antonio Hernández observa un comportamiento relativamente positivo, donde nuestro país ha podido mantener su posicionamiento (sexto puesto mundial), pese al entorno de crisis internacional generalizada, lo que pone de manifiesto el importante papel que juega el sector turístico en la economía española,

Por último, en el ámbito de la atracción de IED, el autor señala cómo, pese al deterioro en la captación de flujos de IED por parte de España entre 2002 y 2006, los ejercicios 2007 y 2008 han sido testigos de una importante recuperación, lo que nos ha permitido colocarnos en el séptimo puesto en la clasificación mundial de receptores de IED, así como aumentar significativamente nuestra cuota mundial, alcanzando el 4%. En términos de stock, España también está bien posicionada, ya que mantiene su octavo puesto en el ranking mundial.

EL CLIMA DE NEGOCIOS EN ESPAÑA

A continuación, Antonio Hernández analiza el clima de negocios en España como pieza clave de la competitividad, con el fin de determinar las medidas que la administración y el Gobierno español deberían poner en marcha para su mejora y para incrementar por ende el atractivo de España para la inversión directa extranjera en sectores de mayor valor añadido y contenido tecnológico.

El resultado de todo ello es la identificación de las fortalezas y debilidades de España, así como las principales líneas de actuación que los poderes públicos están poniendo en marcha orientadas a mantener las fortalezas y solventar las debilidades.

Se trata de propuestas de medidas que afectan a la política económica en su conjunto y que contribuirían a mejorar el clima de negocios, la productividad total de los factores y, por ende, la competitividad española, no sólo desde una perspectiva macroeconómica sino también, y esencialmente, microeconómica.

COMPETITIVIDAD MICROECONÓMICA: FACTORES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA

Llegados a este punto del libro, tras haber analizado la relevancia del clima de negocios para la competitividad de un país y para las empresas en él establecidas, el autor constata que la competitividad también se deriva de otros factores que dependen directamente de las propias actuaciones empresariales.

En consecuencia, Antonio Hernández pasa a continuación a esbozar los factores de competitividad, distintos al precio, que debería tener en cuenta toda empresa que quiera internacionalizarse, abriéndose a nuevos mercados. Concretamente, el autor señala la necesidad de desarrollar una agresiva política

de concienciación de nuestras empresas sobre factores de competitividad ajenos al precio, como el diseño, la marca, la calidad, la comunicación, la inteligencia competitiva, los recursos humanos, la logística o el aprovechamiento de los instrumentos públicos de financiación, de apoyo a las actividades de I+D+i, o de promoción de la internacionalización de nuestras empresas.

¿ESTÁ PERDIENDO ESPAÑA COMPETITIVIDAD?

Para el autor, el análisis de la competitividad de nuestro país debe enmarcarse en el cambio de modelo que España está experimentando en su evolución económica, donde toman cada vez más peso sectores de mayor valor añadido y contenido tecnológico y en el que nuestro proceso de internacionalización se va consolidando poco a poco en un mundo en el que se incorporan diariamente nuevos actores.

Según Antonio Hernández, ese clima de negocios más favorable, dependiente de los poderes públicos, y esa mayor concienciación de nuestras empresas hacia los nuevos factores de competitividad resultan elementos esenciales en nuestro proceso de internacionalización y constituyen una pieza clave de la competitividad de nuestra economía, y por ende, nuestro crecimiento y prosperidad a medio/largo pla

En definitiva, la amplitud y claridad del análisis de la competitividad de la economía española realizado, junto con el alto valor añadido de las contribuciones que complementan cada capítulo, hacen del libro de Antonio Hernández una lectura muy interesante y recomendable dada la relevancia de la cuestión competitiva en el momento actual, constituyéndose especialmente como una obra de utilidad para las PYMEs españolas en su proceso de internacionalización.

■ **Óscar Álvarez Calzada**

