

AS PEMES GALEGAS ANTE A FORMACIÓN

MANUEL CASTRO COTÓN / SARA FERNÁNDEZ LÓPEZ
ALFONSO RODRÍGUEZ SANDIÁS / SANTIAGO XIMÉNEZ RODRÍGUEZ
Departamento de Economía Financeira e Contabilidade
Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

Recibido: 28 novembro 1997

Aceptado: 14 decembro 1998

Resumo: As PEMES representan o 99% do tecido empresarial galego. O importante papel que desenvolven na nosa comunidade non obedece exclusivamente a aspectos económicos, senón que tamén ten unhas fortes connotacións sociais. Así, a PEME é a principal xeradora de emprego en Galicia.

Esta enorme relevancia xustifica o achegamento a estas unidades empresariais. Por medio deste traballo tratamos de coñecer-las súas opinións e o seu "modo de facer" en temas como o control de calidade, o medio ambiente e o coñecemento do mercado, entre outros. Tamén se pon unha especial énfase na percepción que teñen as PEMES galegas das axudas proporcionadas por institucións, tanto públicas como privadas.

Palabras clave: PEME / Entorno económico / Proxecto Alfa.

GALICIAN SMALL AND MEDIUM SIZE BUSINESSES FACED WITH PROFESSIONAL TRAINING

Summary: Small and medium enterprises represent 99% of Galician business network. The important role they play in our Community does not only obey to economic aspects but it also has strong social connotations. Therefore, small and medium size businesses are the main employment generators in Galicia.

This enormous relevance justifies the approach to such businesses units. Throughout this paper it is attempted to find out their opinions and their "way of doing" in fields such as quality control, environment, and knowledge of the market among others. Special emphasis is placed on the information Galician small and medium size enterprises have about the aid provided by both public and private institutions.

Keywords: Small and medium size enterprises / Economic environment / Alfa project.

INTRODUCCIÓN XERAL

No marco do programa Alfa¹ auspiciado pola Comisión Europea celebrouse o pasado ano unha reunión na Universidade de La Matanza (Arxentina) á que asistiron doce universidades de América latina e da UE. O obxecto desa reunión era o deseño e posta en marcha de diversos proxectos de colaboración e investigación con vistas a fomentar a cooperación entre as universidades de ámbolos dous lados do Atlántico.

Dese encontro xurdiu unha iniciativa na que se pretendía "*...xestionar unha vinculación máis efectiva entre ás universidades e as empresas, en especial PEMES,*

¹ Alfa é o acrónimo de América Latina Formación Académica, un programa de cinco anos aprobado pola Comisión Europea que ten como obxectivos principais: 1) alenta-la cooperación científica, académica e tecnolóxica entre América latina e Europa no campo da educación superior; 2) promover programas de cooperación entre redes de institucións universitarias latinoamericanas e europeas na realización de actividades académicas conxuntas así como na mobilidade de estudantes universitarios posgraduados.

en tódolos aspectos que fan referencia á evolución e mellora da calidade de vida, fundamentada no coñecemento que resulte dos procesos de información e transferencia de coñecementos que as universidades posúen, así como tamén do mundo productivo dentro do contexto socioeconómico no cal ámbalas dúas institucións están insertas".

Para o logro destes obxectivos articuláronse un conxunto de actividades e reunións nas que o punto de partida era o deseño dun cuestionario que permitise recabar información da situación, actitudes e entorno no que desenvolvían a súa actividade as PEMES pertencentes ó ámbito xeográfico de cada unha das universidades implicadas. Na súa calidade de integrante da rede de universidades creada, un equipo de investigación do departamento de Economía Financeira e Contabilidade da USC realizou unha enquisa a unha mostra de PEMES galegas.

O cuestionario fora deseñado polos representantes das universidades na primeira reunión, polo que o equipo de traballo simplemente se limitou a adaptar algunhas cuestións, axustándose o máximo posible á estrutura orixinal daquel. Con isto pretendiamos que os resultados obtidos fosen homoxéneos cos alcanzados no resto de universidades, condición necesaria para poder levar a cabo unha análise comparativa que permitise extraer conclusións.

O ámbito deste traballo circunscribiuse ás PEMES² da Comunidade Autónoma de Galicia. Para a selección de empresas de ata 250 traballadores utilizamos como fonte de referencia a base de datos Ardán (actualizada ó ano 1997), que contén 7.900 empresas radicadas na Comunidade Autónoma. A enquisa realizouse sobre 200 empresas (2,5% do total). Para iso seleccionamos 400 (5% do total) co fin de cubri-la eventualidade de que non desexasen contestar á enquisa. Ó final, para obter-las 200 respostas, foi preciso contactar con 300. Consideramos elevado o índice de resposta (se o comparamos co que adoita ser habitual) e cremos que está motivado tanto pola forma de contacto (fixéronse chamadas previas ás empresas) como polo apoio institucional dende a máis alta instancia da Universidade. A selección fíxose da seguinte forma:

² Seguimos, con certas matizacións, a recomendación formulada pola Comisión das Comunidades Europeas, referida á definición de PEME utilizada nas políticas comunitarias aplicadas dentro da Comunidade e o Espacio Económico Europeo, de 3 de abril de 1996 (*Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, serie L, núm. 107/8, de 30 de abril de 1996, en castelán): "*Se entenderá por pequenas y medianas empresas "PYME", las empresas:*

- *que empleen a menos de 250 personas;*
- *cuyo volumen de negocio anual no exceda de 40 millones de ecus o cuyo balance general anual no exceda de 27 millones de ecus; y*
- *que cumplan el criterio de independencia que se define en dicho diario oficial".*

Posto que a base de datos da que partimos só nos proporciona información acerca do número de traballadores e do volume de negocio, estes foron os únicos criterios que tivemos en conta. Así:

- canto ó número de traballadores incluímos ata os 250, de acordo co criterio establecido polas universidades na anterior reunión;
- como os datos de volume de negocio da nosa base de datos viñan expresados en pesetas tomámo-lo tipo de cambio do 15/05/97, data na que comezamos a elabora-la mostra, 164,48 pesetas/ecu, o que nos deu unha facturación inferior a 6.579,2 millóns de pesetas.

- 1) En primeiro lugar, calculáronse as porcentaxes que representan sobre o total das 7.900 empresas aquelas que se atopan nos tres grupos seguintes: a) moi pequenas: as de menos de 10 empregados; b) pequenas: as que contan entre 10 e 50 empregados; c) medianas: as que contan entre 50 e 250 empregados.
- 2) Seguidamente establecéronse *cuartís* en función da facturación. Con isto pretendíase que as empresas seleccionadas fosen representativas dos distintos niveis de facturación.
- 3) En último término, seleccionáronse —aleatoriamente entre as catro provincias— as empresas finalmente enquisadas, mantendo as proporcións que sobre cada provincia/*cuartil*/número de empregados representan.

As empresas das que nos consta resposta neste momento clasifícanse da seguinte forma (táboa 1):

Táboa 1

A Coruña	73
Lugo	22
Ourense	19
Pontevedra	77
Total Galicia	191

FONTE: Elaboración propia.

Cremos que esta mostra é suficientemente representativa das PEMES en Galicia.

A continuación presentámo-las principais conclusións que se puideron extraer da análise das respostas. Para unha mellor comprensión agrupámo-los resultados en bloques relativamente homoxéneos canto ó seu contido.

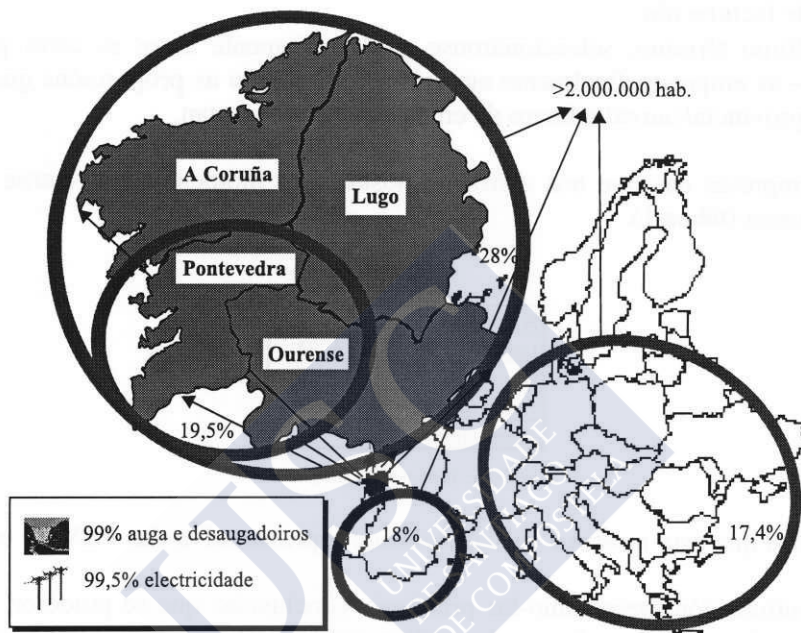
ENTORNO XERAL

Das empresas enquisadas, a maioría centran a súa *actuación no ámbito rexional* (Comunidade Autónoma galega) *ou no ámbito provincial*, aínda que unha porcentaxe non desprezable reconece ter unha actividade importante nos ámbitos nacional e internacional. Isto tradúcese en que máis da metade da mostra opera nun entorno *con máis de 2.000.000 de habitantes*, anque existen certas diferencias en función do tamaño da empresa (fronte ó 77% das empresas medianas temos un 43% das empresas moi pequenas).

Practicamente a totalidade das empresas da mostra teñen acceso a *servicios básicos* como son auga corrente, electricidade e desaugadoiros (figura 1). Mentres que só as empresas da zona de Ferrol teñen acceso ó gas natural. A pequena porcentaxe que di carecer destes servicios posiblemente quere indicar que tiveron que desenvolverlos elas mesmas.

Á hora de encadrarse no sector de actividade ó que pertencen, resulta curioso como unha boa parte de empresas que realizan tarefas auxiliares para un determinado sector autoadscribíense a ese sector, aínda que a súa actividade non teña nada que ver con el.

Figura 1.- Entorno xeral



FONTE: Elaboración propia.

ENTORNO CONCRETO DAS PEMES

Só o 50% das empresas enquisadas están *asociadas a algunha institución*. Das que sí están asociadas, a maioría participa en asociacións privadas, aínda que hai unha certa confusión nas empresas á hora de determina-lo carácter público ou privado desa asociación.

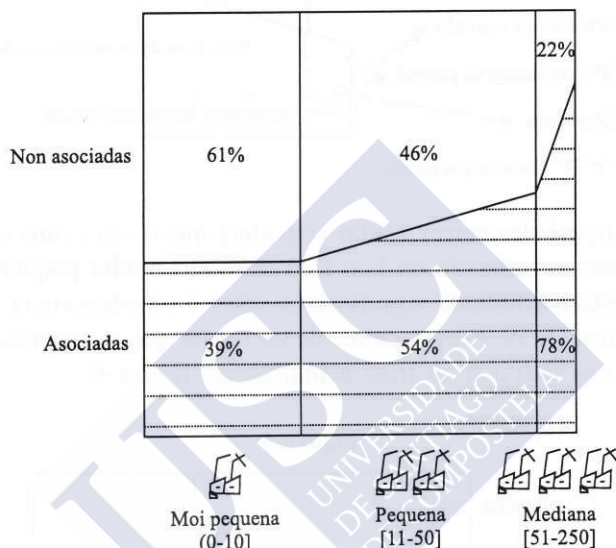
Existe unha relación estatisticamente significativa entre o feito de pertencer ou non a unha institución e o tamaño da empresa, de tal forma que a probabilidade de formar parte dunha institución é maior a medida que aumenta o tamaño da empresa (medido polo número de empregados) (figura 2).

Polo que respecta ós medios de *cooperación empresarial*, o 88% da mostra admite coñecer certos instrumentos de cooperación, fronte a un 21% que manifesta o seu total descoñecemento deles.

É notorio como o 80% das empresas enquisadas cooperan habitual ou esporadicamente con outras firmas, sendo moi elevado o número de sociedades que aínda admitindo o seu total descoñecemento dos medios de cooperación, manteñen unha relación ó parecer de carácter informal.

Vólvese observa-la relación positiva entre o coñecemento dos medios de cooperación empresarial e a dimensión da empresa.

Figura 2



FONTE: Elaboración propia.

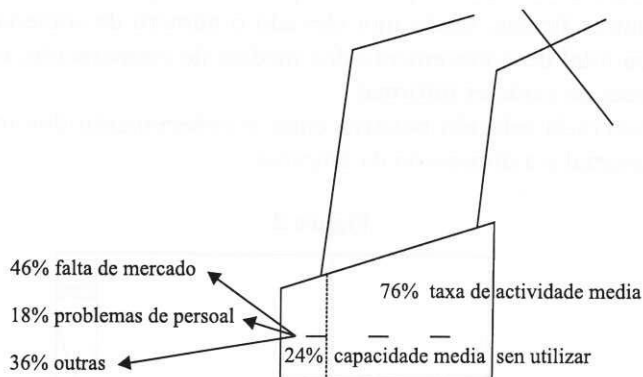
MERCADO

As empresas enquisadas manifestan ter un coñecemento:

- 1) Extenso dos seus *competidores*, xa que unha elevada porcentaxe afirma coñecer á maioría.
- 2) Profundo, porque case todas coñecen a súa publicidade e sobre todo os seus produtos.
- 3) Só un 40% das empresas enquisadas contestaron á pregunta relativa ó seu *desfase productivo*, sendo a taxa de actividade media para estas sociedades dun 76% e a razón máis comunmente alegada para explicar ese desfase, a falta de mercado (figura 3).

É curioso cómo o 76% das firmas enquisadas considera que a súa *carteira de clientes* agrupa ós principais do sector.

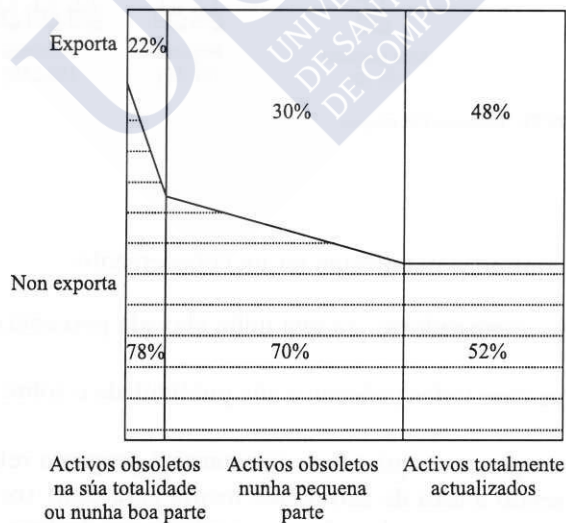
Figura 3



FONTE: Elaboración propia.

O 88% das sociedades entrevistadas considera que o seu *equipo productivo* está ou ben totalmente actualizado ou ben está obsoleto nunha pequena parte. Existe unha relación estatisticamente significativa entre a obsolescencia do equipo productivo e a realización de exportacións, de tal forma que as empresas exportadoras son as que teñen os seus activos máis actualizados (figura 4).

Figura 4



FONTE: Elaboración propia.

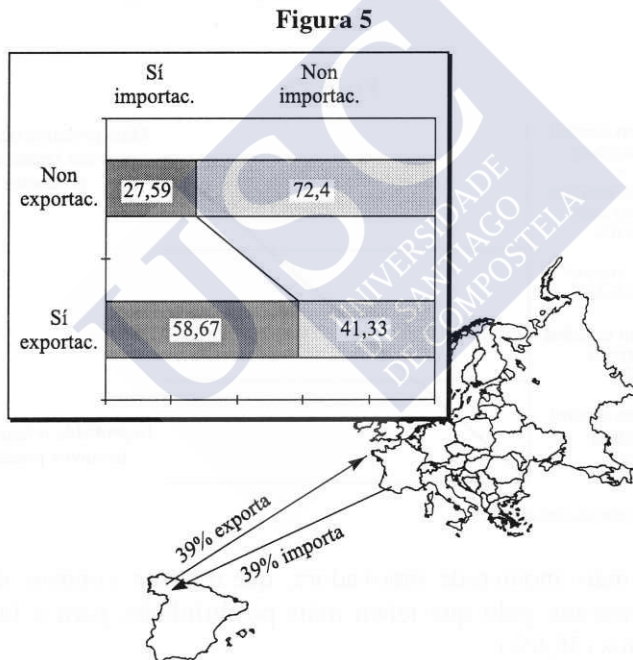
Seguindo coas *exportacións*, só o 39% das empresas enquisadas exportan, sendo as principais razóns aducidas para xustifica-la non-exportación, a falta de inte-

rese da firma e outros factores, entre os que destaca a natureza dos produtos ofertados pola empresa.

Do 39% das empresas que realizan *importacións*, o 44% tería posibilidades de producir no país o produto importado.

Polo tanto, as empresas mostran unha apertura ó exterior moderada e ademais obsérvase un vínculo directo exportacións-importacións que actúa (figura 5):

- 1) de forma positiva: aquelas empresas que exportan coinciden nunha porcentaxe importante (58%) coas que importan. Vese que, unha vez superadas as primeiras barreiras para operar no exterior, a experiencia adquirida permite ás firmas continuar este tipo de actividades;
- 2) pero tamén negativamente: daquelas empresas que non teñen saídas ó exterior, un 72% tampouco recibe input.



FONTE: Elaboración propia.

Acorde coa tímida apertura ó exterior das empresas entrevistadas, só o 43% afirma que as *unións aduaneiras* afectarán a súa actividade, aínda que unha cuarta parte destas descoñecen se estes efectos serán positivos ou negativos.

As empresas exportadoras teñen unha idea máis clara neste sentido, xa que un 62% delas considera que os efectos destas unións serán positivos.

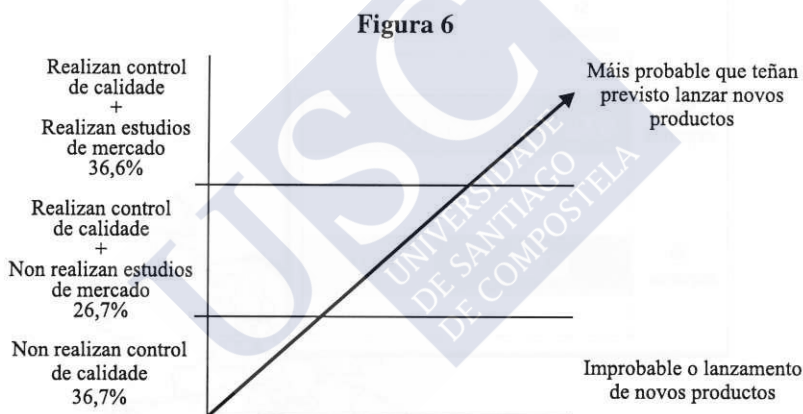
Aínda que a metade das empresas teñen previsto elaborar *novos productos*, só un 56% destas realiza estudos de mercado.

CALIDADE

O 62% das sociedades entrevistadas levan a cabo un *control de calidade* sobre os seus produtos, non existindo diferencias importantes nos métodos utilizados aínda que a maioría se inclina pola mostraxe (o 42% das empresas) fronte a outras alternativas máis custosas.

Existe un vínculo entre aquelas empresas que efectúan estudos de mercado, controis de calidade e teñen previsto lanzar novos produtos, de tal forma que poderíamos falar de "economías de escala" no labor de calidade e investigación-lanzamento de novos produtos; aquelas empresas que levan a cabo controis de calidade e que ademais realizan estudos de mercado, teñen unha maior probabilidade de estar planeando lanzar un novo produto, fronte a aquelas que nin sequera levan a cabo un control de calidade.

De acordo con esta relación podemos distinguir tres segmentos de empresas (figura 6):



FONTE: Elaboración propia.

- 1) Aquelas con máis inquietude innovadora, que realizan controis de calidade e estudos de mercado polo que teñen máis posibilidades para o lanzamento de novos produtos (36,6%).
- 2) Aquelas estancadas que, anque controlan a calidade, non realizan estudos de mercado e, por conseguinte, a probabilidade de lanzamento de novos produtos vese reducida (26,7%).
- 3) Aquelas non actualizadas, que nin sequera practican procesos de control de calidade e, polo tanto, os seus plans de deseño de novos produtos son mínimos.

O 82% da mostra ten coñecemento das *Normas de calidade total e Calidade en medio ambiente*. Destas sociedades, o 67% afirma ter coñecemento medio ou, incluso, alto delas.

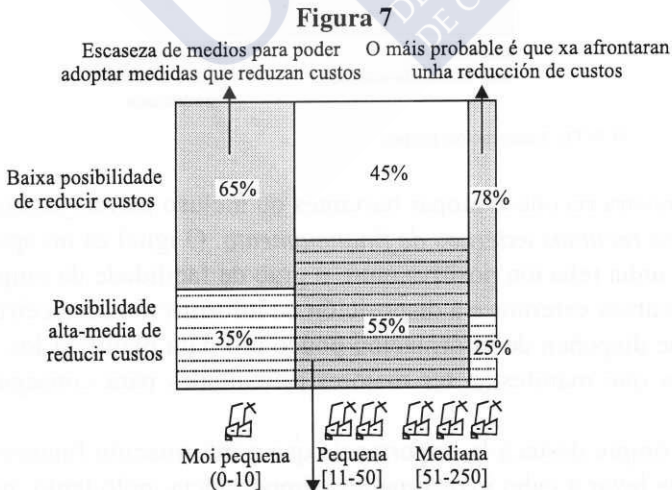
Un 40% das sociedades entrevistadas afirman ter unha alta disposición a capacitarse nas ISO9000. Precisamente, aquelas empresas que posúen un alto grao de coñecemento desas normas son as que están máis interesadas en capacitarse.

Ó relaciona-lo interese por capacitarse cos segmentos descritos vemos, como cabe esperar, que as firmas máis innovadoras son as que manifestan unha maior propensión a formarse (58%). Pola contra, aquelas empresas que precisarían unha maior formación, isto é, as menos actualizadas, recoñecen nun 60% non ter ningún interese nese respecto. O motivo da falta de atención cara a este aspecto, parece lerse entre liñas: as empresas pouco informadas aínda non son conscientes desta necesidade.

CUSTOS DE OPERACIÓN

Tres cuartas partes das firmas consideradas teñen posibilidades de *reduci-los seus custos*, figurando o aprovisionamento, a enerxía e outros combustibles e o persoal, como as áreas que presentan maiores posibilidades de actuación neste sentido.

Obsérvase unha relación entre a posibilidade de reducir custos e o tamaño da empresa. Sen embargo, fronte ó que cabería esperar, esta relación non é lineal. Así, son as empresas pequenas (11-50) as que consideran ter un maior campo de acción para reduci-los seus custos, mentres que as sociedades moi pequenas (0-10) ou medianas (51-250) afirman ter posibilidades baixas de redución. Tratamos de reflecti-los motivos desta orientación na figura 7.



É posible que se atopen nunha situación intermedia: aínda non reducion custos, como as súas compañeiras de maior tamaño, pero dispoñen de máis recursos cás empresas máis pequenas, por iso o seu campo de actuación á hora de racionalizar custos aínda é amplo.

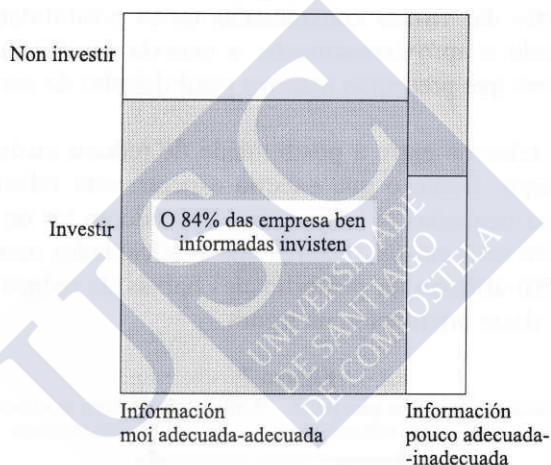
FONTE: Elaboración propia.

FINANCIAMENTO

Practicamente o 80% das empresas da mostra reconece levar a cabo *investimentos* tanto de mantemento como de expansión.

Obsérvase que a disposición de *informacións financeiras* adecuadas para planifica-los investimentos é unha variable fundamental á hora de anima-las empresas a realizar investimentos. Así, o 90% das empresas que din dispoñer de información moi adecuada invisten e, fronte a isto, un 75% das sociedades que dispoñen de información inadecuada non invisten (figura 8). Agora ben, deixamos formulada outra posible aproximación á interpretación destes datos; ¿só se informan as empresas que van investir?

Figura 8



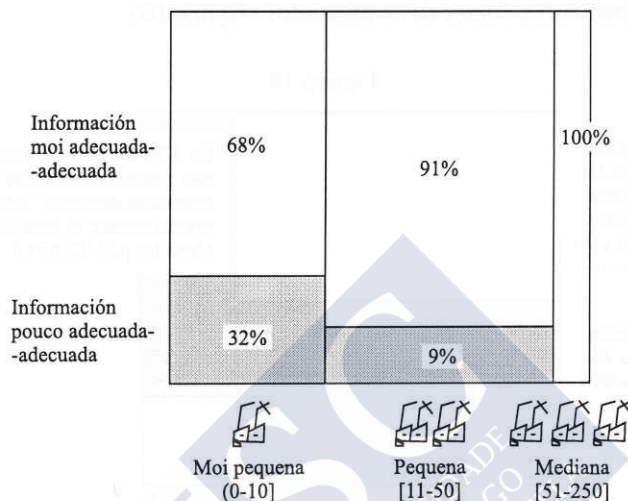
FONTE: Elaboración propia.

O 57% da mostra reconece atopar bastantes ou incluso moitas *facilidades á hora de acceder ós recursos externos de financiamento*. Ó igual ca no apartado anterior, obsérvase unha relación positiva entre o grao de facilidade da empresa á hora de acceder a recursos externos e a disposición de información financeira adecuada; as empresas que dispoñen de información pouco útil para planifica-los seus investimentos son as que manifestan ter maiores dificultades para conseguir recursos alleos.

Visto isto, cómpre destaca-la importancia que a información financeira adecuada ten á hora de levar a cabo investimentos (importancia, polo tanto, no activo da empresa) e á hora de ter acceso a recursos procedentes de terceiros (importancia no pasivo da empresa). A pesar diso, o 15% das sociedades enquisadas recoñecen a pouca adecuación da información dispoñible para planificar. Precisamente é nas

empresas máis pequenas onde este problema se observa con máis frecuencia, duplicándose a porcentaxe de empresas que dispoñen de información inapropiada (figura 9).

Figura 9



FONTE: Elaboración propia.

Máis das tres cuartas partes das sociedades entrevistadas levan a cabo unha *contabilidade analítica*. Dentro destas, é importante a elevada frecuencia á hora de desenvolver esta actividade, xa que o 20% dispón dunha contabilidade analítica trimestral e un 40% dunha contabilidade analítica mensual.

Existe certa relación entre a disposición de información interna a través da contabilidade analítica e a disposición de información externa a través de estudos de mercado, de tal forma que aquelas empresas que dispoñen dunha boa información interna están máis predispostas a utilizar técnicas máis sofisticadas á hora de recopilar información externa.

Apréciase tamén un vínculo claro entre o feito de levar a cabo unha contabilidade analítica e o segmento de mercado que contén as empresas máis innovadoras. Estas non só son as que máis desenvolven esa contabilidade, senón que tamén son as firmas que con máis frecuencia a elaboran (un 44% faino mensualmente).

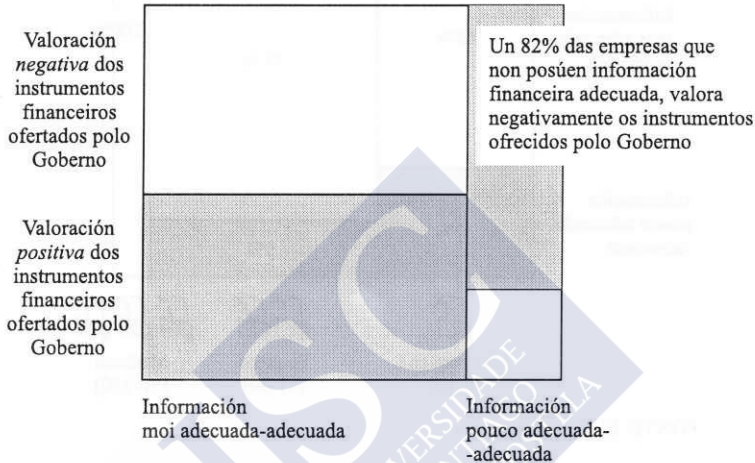
Un elevado número de empresas coñece os *instrumentos financeiros ofertados polo Goberno*. Neste sentido, cómpre sinalala importancia do papel desenvolvido polo IGAPE como principal difusor deses instrumentos, sendo os máis destacados as axudas do plan PEME e as axudas á creación de emprego.

Destaca, sen embargo, a división de opinións da empresa acerca da adecuación destes instrumentos ás súas necesidades, pois mentres que o 42,5% considéranos

adequados ou moi adecuados, un 44% cren que son pouco adecuados ou inadecuados.

A percepción da idoneidade destes instrumentos financeiros está vinculada co feito de que a empresa dispoña de información financeira adecuada para planificar os seus investimentos. Aquelas empresas mellor informadas valoran máis positivamente os instrumentos financeiros ofertados (figura 10).

Figura 10



FONTE: Elaboración propia.

En consecuencia, se a Administración quere de verdade que as súas políticas de axuda ás PEMES estean ó alcance de tódolos axentes, primeiro debería preocuparse de forma-las empresas para que sexan capaces de apreciar esas medidas. E parece que o camiño máis directo para lograr este obxectivo sería por medio da Universidade, que debería proporcionar especialistas con capacidade para captar e entender tódolos instrumentos postos ó seu alcance, para manexalos en beneficio das firmas nas que traballan.

MEDIO AMBIENTE

Os residuos xerados con máis frecuencia son os residuos líquidos e os sólidos. Cómpre mencionala reducida *cultura ecolóxica* que polo momento manifiestan as empresas galegas; proba diso é que só un 45% da mostra reconece levar a cabo tratamento de residuos (esta porcentaxe elévase ó 62% para o caso do segmento de empresas "con máis inquietude innovadora") mentres que o resto deixan estas actividades en mans da Administración e que, ademais, non chega ó 12% a proporción de firmas que realiza reciclaxe.

CONCLUSIÓNS

- En canto ó *entorno* no que as PEMES desenvolven a súa actividade, a nivel xeral, non se aprecian diferencias, adoitan operar na comunidade galega, onde teñen acceso a tódolos servicios básicos; sen embargo, nun entorno máis concreto, atopamos máis disparidades. Así, o uso de instrumentos de cooperación e o feito de pertencer a unha institución están correlacionados co tamaño da PEME.
- Polo que respecta ó *mercado*, destacaríamos dúas ideas. Por unha parte, existe unha apertura ó exterior moderada, de tal forma que só o 39% das empresas exportan, coincidindo en boa parte con aquelas que realizan importacións. Por outra parte, o coñecemento por parte da PEME de cómo a futura UEM afectará á súa actividade é escaso.
- Ámbolos dous aspectos deberían ser tidos en conta pola Administración á hora de enfoca-la súa política de apoio á PEME, en especial ó seu comercio exterior.
- Detéctanse sinerxias positivas entre realizar *estudios de mercado*, levar a cabo *controis de calidade* e lanzar *novos productos*. Esas sinerxias permítennos observar que unha boa parte das empresas analizadas están absolutamente desfazadas e non realizan ningunha destas actividades.
- Relacionado co anterior, apreciamos como as firmas menos capacitadas coinciden con aquelas que recoñecen ter menos *necesidades de formación*.
- De ámbalas dúas ideas, pódese deducir que as empresas non formadas non son conscientes das súas carencias neste aspecto. Por iso, a Administración, antes de levar a cabo unha política de formación e reciclaxe, debería concienciar-las empresas de que esas políticas son necesarias para garanti-la continuidade da súa actividade.
- Á hora de analiza-las políticas de *financiamento e investimento* obsérvase como a disposición de información adecuada é un elemento clave. De aí, que, se se queren apoiar esas políticas mediante axudas e instrumentos financeiros fomentados polo Goberno, un punto de partida sería forma-las empresas para que fosen quen de valorar esas ferramentas.
- Por último, vemos que a cultura ecolóxica das PEMES galegas é escasa, xa que moitas delas deixan as actividades de reciclaxes e tratamento de residuos en mans da Administración.

Nun traballo posterior, sentadas as bases de caracterización das PEMES galegas, procederemos a analiza-la súa actitude cara á cooperación, en especial no que se refire á vinculación empresa-universidade. Consideramos este tema de suficiente importancia como para realizar un tratamento á parte e en profundidade.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ CORBACHO, X. (1997): "Teoría e realidade do Plan de financiamento (1990-1996) das universidades galegas", *Revista Galega de Economía*, vol. 6, núm. 1, (xuño), pp. 51-70.
- BENAVIDES VELASCO, C.; MAESO ESCUDEROS, J. (1997): "Entramado de redes universitarias y asociaciones de Pyme. Clave de futuro para el progreso empresarial", *AEDEM, ponencias y comunicaciones*, vol. I, pp. 635-642.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, L.; PIÑEIRO CHOUSA, J.; RODRÍGUEZ SANDÍAS, A. (1993): "La financiación como elemento influyente en el nivel de innovación tecnológica industrial. Un análisis de la financiación pública en la empresa gallega", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 2, núm. 2, pp. 19-34.
- SANTESMASES MESTRES, M. (1997): *DYANE. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Pirámide.

