

La pequeña y mediana empresa.

Sus aspectos financieros (*)

ANDRES SANTIAGO SUAREZ SUAREZ
Catedrático de Economía de la Empresa.
Universidad Complutense de Madrid.

1. INTRODUCCION.

En la actualidad, el tema de las pequeñas y medianas empresas está cobrando un creciente interés. Los economistas, los políticos, distintos organismos de la Administración Pública, los universitarios, los intelectuales, los trabajadores y, por supuesto, los empresarios se hallan preocupados por el futuro de las pequeñas y medianas empresas. Este fenómeno obedece, sin duda, a varias causas. En primer lugar, en todos los países del mundo occidental existe un elevadísimo tanto por ciento de pequeñas y medianas empresas, hasta el punto de que el número de establecimientos con menos de 100 empleados es superior al 95 por 100 del número total de empresas, y en algunos países llega a alcanzar incluso el 99 por 100. En segundo lugar, economistas tan importantes como Adam Smith, Marshall, Robinson, e incluso el propio Marx han considerado que las empresas de tamaño o dimensión grande, al poder disfrutar de economías de escala, tendrían que imponerse necesariamente en el mundo económico, al menos en algunos sectores. En tercer lugar, el mito que se ha creado en torno a las grandes empresas, identificándose tamaño con eficacia, lo que no es necesariamente cierto; la eficiencia o la eficacia de una empresa se halla en su capacidad de generar beneficios en condiciones de competencia, tanto en el interior como en el exterior del país, y esto pueden conseguirlo también las pequeñas y medianas empresas, al menos en ciertos sectores. En cuarto lugar, la preocupación mostrada por el legislador en algunos países con economía de mercado, y en particular en España,

(*) Conferencia pronunciada en el Colegio Universitario de Toledo el día 29 de abril de 1975.

dictando normas que facilitan y estimulan la fusión y concentración de empresas, debido precisamente a la falsa idea de que una mayor dimensión va unida siempre a una mayor eficacia.

En nuestro país, la importancia de las empresas artesanas, pequeñas y medianas (1) está fuera de toda duda. Considerando como empresas artesanas a las que ocupan como máximo cinco trabajadores, empresas pequeñas las que ocupan entre 6 y 50 productores, empresas medianas las que ocupan entre 51 y 250, y empresas grandes las que ocupan más de 250 personas; en 1969 existían en el sector industrial español 90.063 empresas artesanas, pequeñas y medianas, que daban empleo a 1.085.115 trabajadores, mientras que el número de empresas grandes era tan sólo de 881, con un volumen de empleo de 519.224 trabajadores.

Las pequeñas y las medianas empresas industriales se extienden por todo el territorio nacional; no obstante se observa una concentración en Barcelona, Valencia, Madrid y Alicante. Barcelona, con 8.132 empresas pequeñas y medianas, representa el 24,43 por 100 del total; Valencia, con 2.826, representa el 8,49 por 100; Madrid, con 2.738, representa el 6,82 por 100 del total nacional (33.286, de las cuales 28.745 son pequeñas y 4.541 medianas, y resto, hasta 90.063, son empresas artesanas). En los últimos lugares de la lista aparece Guadalajara, Soria y Avila. En Guadalajara existen 170 empresas artesanas, 70 pequeñas y 11 medianas; en Soria, 228, 76 y 5, respectivamente; en Avila, 295 empresas artesanas y 50 pequeñas, sin que exista ninguna empresa industrial mediana o grande. En Toledo, en 1969 existían 1.403 empresas industriales, que daban empleo a 16.785 productores, y se distribuían así: 979 artesanas, 395 pequeñas, 28 medianas y una grande (2).

En cuanto al valor de la producción industrial, la producción de las 500 primeras empresas industriales españolas en 1972 ha sido de 1.148.411 millones de pesetas, lo que supone un 39,8 por 100 del valor total estimado de la producción del sector secundario; por tanto, en 1972 la producción de las P. M. E. han supuesto el 60,2 por 100 del valor total de la producción industrial española (3).

(1) En lo sucesivo utilizaremos la siglas P. M. E. para referirnos tanto a las empresas artesanas como a las empresas pequeñas y medianas.

(2) Estos datos han sido tomados del trabajo realizado por la Subponencia de la Pequeña y Mediana Empresa, de la Comisaría del Plan de Desarrollo Económico y Social, que ha servido de base para la elaboración del III Plan para el cuatrienio 1972-75, publicado por la Imprenta Nacional del Boletín Oficial del Estado, de Madrid, en 1972.

(3) Información obtenida de "Las 500 grandes empresas industriales españolas", publicación del Ministerio de Industria, Madrid, 1972.

2. LA JUSTIFICACION DE LA P.M.E.

El tamaño o dimensión óptima de la empresa es una cuestión muy debatida en la literatura económica. Dicho tamaño es muy distinto para unos y otros sectores productivos. La dimensión óptima es aquel tamaño que le permite a la empresa producir con unos costes medios menores. Las empresas con una dimensión óptima son, pues, las más competitivas del sector, las que pueden supervivir más tiempo, lo que no quiere decir que sean las empresas más grandes. Un descenso en el precio de venta del producto, provocado por una competencia creciente entre las mismas empresas del sector, o por una recesión de la demanda, lleva a que la empresa que tiene un tamaño superior o inferior a la dimensión óptima sean las primeras en desaparecer, al no poder competir con las empresas mejor "dimensionadas" que producen a costes unitarios más reducidos.

Al hablar de empresas pequeñas y medianas, y de empresas grandes, se suele querer indicar, con frecuencia, empresas con dimensión adecuada e inadecuada, respectivamente; lo cual no es necesariamente cierto. Existen sectores en donde la pequeña y mediana empresa es mucho más idónea que la empresa grande. Pensemos, por ejemplo, en aquellas actividades muy afectadas por la moda (como ocurre con la industria de confección), en aquellas otras que elaboran productos cuya demanda es altamente inestable, etc. En la industria artesana y, en general, en todas aquellas actividades en las que la habilidad y destreza del factor humano es mucho más importante que el grado de mecanización, la pequeña y mediana empresa ha demostrado (y seguirá demostrando) su superioridad competitiva con relación a la gran empresa. En suma, existen bastantes sectores en los que la posibilidad de cosechar economías de escala se agota con rapidez y en seguida surgen las deseconomías de escala.

El espectacular desarrollo de la tecnología, la aparición de nuevas técnicas productivas y organizativas, el extraordinario desarrollo de las empresas multinacionales, etc., parecen indicar que las grandes empresas van a imponerse en el mundo económico moderno, y que las empresas pequeñas y medianas están condenadas a la desaparición en un futuro más o menos próximo. Sin embargo, por las razones apuntadas con anterioridad, y porque la gran empresa siempre deja oportunidades de inversión sin explotar por su falta de adaptabilidad, la pequeña y mediana empresa seguirá teniendo cabida en el futuro mundo económico. Además, en los sectores de tecnología más avanzada, como en el campo de la in-

vestigación electrónica, se están imponiendo las empresas pequeñas con un personal técnico altamente cualificado.

Las industrias del automóvil, de la radio, y otras muchas, nacieron con empresas de tamaño más bien reducido. Su tecnología cambiaba rápidamente, su mercado era incierto, los productores eran numerosos y pequeños. Sólo cuando la tecnología y los mercados de estas industrias se consolidaron y sus métodos de producción fueron estandarizados, las empresas han podido aumentar el tamaño. La empresa grande, por lo tanto, sólo conviene a determinados sectores y en determinadas fases de evolución de su tecnología.

Un error muy frecuente es considerar que un verdadero desarrollo económico sólo se puede alcanzar a base de grandes corporaciones, con un elevado grado de mecanización. Existen determinados sectores, como el del automóvil, máquinas-herramientas, siderurgia, etc., en donde la pequeña empresa independiente (aunque no la auxiliar) tiene poco que hacer. Ahora bien, existen otros muchos sectores en donde ese tipo de empresas pueden establecerse (y de hecho así está ocurriendo) con gran éxito. En el Japón existe una gran red de pequeñas y medianas empresas, fortalecidas por fuertes vínculos asociativos y de cooperación, que han contribuido en gran medida al espectacular desarrollo económico de este país. Un movimiento universal parece ponerse en marcha, y es la multiplicación creciente de las relaciones e interdependencias entre las pequeñas y las grandes empresas.

Por otra parte, el hombre se resiste cada día más a convertirse en una pieza más de esos verdaderos engranajes que son las grandes cadenas de producción modernas, y reclaman, con justicia, una mayor participación en el proceso productivo, como lo atestiguan los diversos conflictos laborales que con ese motivo se han producido en muchos países occidentales durante los últimos años. La moderna organización y la tecnología, en algunos sectores productivos tienden a aumentar la dimensión de las empresas, pero consideraciones de orden humano tienden a reducirla. En este sentido, la pequeña y la mediana empresa vuelven a cobrar una importancia y una actualidad nuevas.

El extraordinario desarrollo de las empresas multinacionales, y también el mito que en torno a ellas se ha creado, motivó que los países subdesarrollados y en vías de desarrollo se interesaran cada vez más por sus métodos productivos y organizativos. Pero debemos preguntarnos: ¿a los países subdesarrollados o en vías de desarrollo le interesa ese tipo de empresas grandes con un elevado grado de mecanización? Entendemos que no. El

principal problema de estos países es el paro y la emigración, es decir, el hambre. La tecnología que más le interesa es aquella que cree un mayor número de puestos de trabajo. En los países desarrollados y superdesarrollados las empresas que más convienen desde el punto de vista económico suelen ser aquellas empresas (generalmente grandes) que ahorran mano de obra, debido al elevado nivel de salarios. Este mismo razonamiento no sería válido para los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, que tienen unos niveles de salarios mucho más bajos. En estos países, las pequeñas y medianas empresas, con tecnología intermedia, están llamadas a desempeñar una importante misión.

El desarrollo económico y, en general, el cambio y la reestructuración económica incide muy directamente en la dimensión de las empresas. No consideramos que en este proceso las empresas pequeñas y medianas sean las únicas perjudicadas. El cambio afecta también, y en gran medida, a las empresas más grandes. El desarrollo lleva aparejado siempre un aumento de la demanda (al incrementar la población y la renta por habitante) en unos sectores y una disminución de la demanda en otros. Aumenta la demanda de automóviles, por ejemplo, y disminuye la demanda de pan, productos textiles de baja calidad, etc. Estas variaciones de la demanda provocan necesariamente una reestructuración del sector empresarial, y se produce lo que se llama una obsolescencia de dimensión o depreciación funcional. Empresas que tenían una dimensión adecuada para un cierto nivel de demanda dejan de ser competitivas para otro nivel distinto. Para poder seguir compitiendo en el mercado, las empresas tendrán que intentar adaptarse a los nuevos niveles de demanda. Unas empresas tendrán que aumentar su tamaño y otras reducirlo. Todo proceso de desarrollo económico (o de recesión) lleva consigo la muerte de aquellas empresas que no pueden adaptarse a la nueva situación del mercado y da origen al nacimiento de otras muchas.

Las existencias de empresas pequeñas y medianas está, pues, perfectamente justificada desde el punto de vista económico, y pensamos que en el futuro mundo económico van a jugar un importante papel. La actual preocupación por la supervivencia de este tipo de empresas deriva, pensamos nosotros, de la peculiar evolución que ha presentado el sistema capitalista durante las dos últimas décadas. La alianza del poder económico con el poder financiero y el poder político han originado el nacimiento de grandes empresas, y no siempre precisamente para conseguir economías de escala y producir (vender) a costes unitarios (precios) más reducidos, sino más bien (al menos en bastantes casos) para aprovecharse de ventajas

de tipo monopolístico. Esperamos y deseamos que el poder político del futuro tutele la libertad económica y obligue a que se respeten las reglas del juego inherente a todo sistema de libre mercado, y que la legislación antimonopolística y de limitación de las prácticas restrictivas de la competencia no sigan siendo meros elementos decorativos en el capitalismo de los países occidentales. Sería entonces cuando las empresas pequeñas y medianas, al poder participar en el "juego limpio" de la competencia, demostrarían su capacidad competitiva y, por ende, su eficacia económica.

3. LAS DESVENTAJAS DE LA P. M. E. EN RELACION CON LA GRAN EMPRESA Y LA CONVENIENCIA DE UNA POLITICA DE ACCION EMPRESARIAL EN ESPAÑA.

La pequeña y mediana empresa tiene indudablemente un gran porvenir en el mundo económico que se nos avecina. En muchos sectores o ramas de la actividad económica, la P. M. E. es mucho más idónea que la gran empresa. Pero incluso en los sectores en que la gran empresa es más adecuada debido a su mayor economicidad, la pequeña y mediana empresa auxiliar está cobrando una importancia creciente. En nuestro país se nota la ausencia de una política empresarial. Consideramos que es urgente la creación de un Instituto de Reforma de las Estructuras Empresariales, dotado de personal técnico altamente cualificado y con experiencia, con el objeto de estudiar las dimensiones óptimas y, sobre todo, las mínimas, en cada una de nuestras regiones y ramas de la actividad económica. En España predomina la pequeña y mediana empresa, y nuestro sector industrial se caracteriza por un gran minifundio empresarial. Ciertamente, en determinados sectores básicos se necesita estimular el crecimiento y la concentración de empresas, con el objeto de alcanzar dimensiones competitivas a nivel internacional, como ha ocurrido en el sector de la construcción naval, al fusionar en Astilleros Españoles las tres empresas de construcción de buques más importantes: Astilleros de Cádiz, S. A., Compañía Euskalduna de Construcción y Reparación de Buques y Sociedad Española de Construcción Naval, que ocupa un destacado lugar en el "ranking" mundial de este sector. En la relación de las 300 empresas más importantes del mundo—excepto Estados Unidos—, publicada por la revista norteamericana "Fortune" en 1972, sólo figuran las sociedades españolas: Seat y Altos Hornos de Vizcaya; sin embargo, según el estudio de nuestro Ministerio de Industria sobre "Las 500 grandes empresas industriales es-

pañolas en 1972", deberían haber formado también parte de dicha relación las siguientes sociedades: Explosivos Riotinto, Ensidesa, Tabacalera, Campsa, Repesa, Dragados y Construcciones y Astilleros Españoles; estas dos últimas sociedades eran las dos empresas industriales españolas mejor clasificadas en el "ranking" europeo; Dragados y Construcciones ocupaba el sexto lugar, con 26.581 millones de pesetas de venta, y Astilleros Españoles, S. A., ocupaba un honroso tercer puesto, con 29.123 millones de pesetas de venta.

Tenemos que reconocer que la existencia de sólo nueve grupos industriales españoles entre las 300 empresas no se corresponde con el actual estadio de nuestro desarrollo económico, y ello nos indica que la dimensión de nuestras empresas en ciertos sectores básicos está por debajo de la dimensión de las empresas europeas. Por otra parte, según la lista publicada por "Fortune" en 1972 sobre las 500 grandes empresas americanas, sólo once empresas españolas hubieran tenido cabido en la relación. La producción de las primeras 500 empresas industriales norteamericanas en 1972 —según la lista de "Fortune"— ha sido de 35.001.135 millones de pesetas, mientras que la producción total de las primeras 500 empresas industriales españolas en esa misma fecha —según la lista de nuestro Ministerio de Industria— ha sido de 1.148.411 millones de pesetas, lo que nos indica que la gran empresa americana es treinta veces mayor que la gran empresa española. En España se necesita estimular la fusión y concentración de empresas en ciertos sectores básicos, con el objeto de alcanzar tamaños competitivos a nivel internacional; nuestro país ya está en condiciones de exportar técnicas productivas, distributivas y de dirección, y por ello se halla en condiciones de multinacionalizar algunas de sus empresas. Nuestra legislación sobre fusión y concentración de empresas se está mostrando claramente ineficaz, como lo prueba el escaso número de concentraciones habidas; los insuficientes estímulos fiscales y la lentitud en la tramitación de los expedientes son, a nuestro juicio, las principales razones de esa ineficacia, a pesar de que la Orden Ministerial de 25 de abril de 1972 ha clarificado bastante la forma de tramitación.

Pero volvemos a insistir que si bien es muy importante una sistemática y selectiva política de acción empresarial por parte de los hacendados de la política económica, para alcanzar en ciertos sectores básicos tamaños convenientes, consideramos que es tanto o más importante una política de potenciación de las empresas pequeñas y medianas, y ello por varias razones: a) la gran importancia que este tipo de empresas tiene en nuestra economía; b) las P. M. E. son más idóneas que las empresas grandes en

determinados sectores, y c) en los sectores básicos o de "cabecera", en que una dimensión grande es fundamental, la pequeña y mediana empresa auxiliar cada día está siendo más importante. En el seno del Instituto de Reforma de las Estructuras Empresariales, que propugnamos se debe determinar la dimensión mínima y máxima, y si es posible la dimensión ideal, en cada uno de los sectores y subsectores de nuestro sistema económico; en virtud de esos estudios se podrá saber en qué sectores se debe de estimular la fusión y concentración de empresas (con el objeto de alcanzar corporaciones de gran tamaño), en qué sectores se debe de estimular el crecimiento simplemente sin tener que acudir a la fusión y concentración y en qué sectores o subsectores se debe promover la racionalización y modernización de las empresas sin necesidad de cambiar de dimensión.

Esta política de potenciación de la P. M. E. debe de tener siempre presente los puntos débiles de éstas con relación a la gran empresa. Las dificultades principales de la P. M. E. se halla en el *orden administrativo*, en el *orden técnico*, en el *orden comercial* y en el *orden financiero*.

Muchas pequeñas empresas fracasan debido a una dirección inadecuada. Tradicionalmente se ha venido dando una gran importancia al aspecto técnico, por considerar que era la clave del éxito en los negocios. Sin embargo, ciertas encuestas realizadas en los países más avanzados de occidente nos muestran que el número de empresas que fracasan por fallos en la dirección es mucho mayor que por cualquier otra causa. La falta de personal directivo preparado para establecer sistemas organizativos adecuados a la realidad de las P. M. E. es muchas veces la causa del fracaso de los pequeños negocios. En las P. M. E. suelen prevalecer el tipo de organización llamado "hombre-orquesta", el hombre que todo lo hace, y en el mejor de los casos los sistemas de organización suelen ser muy rígidos y autoritarios, del tipo "fayolista" y "tayloriano". Cuando las P. M. E. crecen, necesitan formas de organización más flexibles, con delegación de autoridad y responsabilidad, a lo que los pequeños empresarios no suelen acceder fácilmente. La inercia al cambio y el aferrarse a tipos de organización tradicionales suele "atenazar" el crecimiento de muchas P. M. E. cuando no lleva a la "asfixia" de las mismas debido a la presión de los trabajadores, que reivindican mejores salarios y nuevas reglas de convivencia en el trabajo. La P. M. E. no puede hacer uso de ciertas máquinas administrativas (ordenadores) debido a su elevado coste y capacidad, dado que las P. M. E. sólo podrían darle trabajo durante unas pocas horas al mes, mientras que las grandes empresas obtienen grandes economías adminis-

trativas utilizando estas máquinas porque pueden darle trabajo regularmente.

Desde el punto de vista técnico, la gran empresa también aventaja a la P. M. E. Una empresa grande puede poner en práctica en su grado máximo el principio de división del trabajo, puede utilizar grandes máquinas porque puede hacerlas funcionar continuamente, puede lograr un equilibrio de procesos y evitar ociosidades en ciertas máquinas o centros de producción, etc., y de todo ello generalmente se derivan economías. La gran empresa es mucho más sensible al progreso e introduce con más rapidez las nuevas innovaciones tecnológicas. Las P. M. E. son bastante conservadoras en el orden tecnológico —aunque existan, desde luego, honrosas excepciones—, y con frecuencia cometen el error de “atrincherarse” en sus formas de producción tradicionales, hasta que son desplazadas del mercado por su falta de competitividad.

En el orden comercial, la eficacia de la P. M. E. es también muy insuficiente. Las P. M. E. suelen vender su producción al primer canal de distribución que encuentran o conocen, debido al desconocimiento que tienen del mercado, y lo mismo suele ocurrir con los distintos “inputs” o materias primas que necesitan. La gran empresa tiene potencial económico y financiero suficiente para realizar importantes estudios de mercado, bien sea directamente por sus propias técnicas o encargándoselos a empresas de “consulting” especializadas. La gran empresa puede exigir de sus proveedores materias primas baratas y de buena calidad debido a que compra grandes cantidades, puede influir sobre los precios de venta debido a su poder de monopolio, puede presionar sobre los canales de distribución para que le acepten sus condiciones (o crear ella sus propios canales), etc.

Las P. M. E. también se encuentran en inferioridad de condiciones en el orden financiero. Este aspecto será estudiado más adelante con cierto detalle.

A la Administración Pública le incumbe la responsabilidad de dictar las normas legales pertinentes y de arbitrar las soluciones adecuadas en el orden directorial, técnico, comercial y financiero, para que la P. M. E. no se encuentre en inferioridad de condiciones con relación a la gran empresa; es decir, para que su entorno económico no sea más hostil. No se trata tan sólo de una elemental razón de justicia, sino de hacer posible que la P. M. E. brinde a nuestro desarrollo todo su potencial económico. Entendemos que es preferible potenciar nuestras P. M. E. que conceder subvenciones y créditos a la penetración de grandes corporaciones multinacionales. No queremos decir con esto, claro está, que las grandes empresas no

sean necesarias —en determinados sectores al menos—, pero estas empresas pueden ir surgiendo de entre las P. M. E. sin necesidad de tener que importarlas de otros países, y además se evitaría someter a nuestro país a un colonialismo económico extranjero. La Administración Central y las Corporaciones Locales deben facilitar a las P. M. E. la “infraestructura” necesaria, unas veces para encauzar y hacer viables sus iniciativas encaminadas a la defensa de sus intereses (mientras tanto no estén en contradicción con los intereses de la colectividad), otras veces para romper su inmovilismo e intentar despertar en sus directivos la nueva mentalidad empresarial que se necesita en los tiempos modernos.

Una política de potenciación de la P. M. E. se podría concretar en las siguientes líneas de acción:

1. A corto plazo se deben promover abundantes cursos de formación y perfeccionamiento de los cuadros directivos de las P. M. E. Cursos de economía, contabilidad, legislación fiscal y laboral, derecho mercantil, organización y administración, organización de la producción, técnicas de gestión, “marketing”, son fundamentales para los directivos de nuestras P. M. E. A largo plazo se debe potenciar los estudios universitarios de economía, en particular los estudios de dirección y administración de empresas, dotando a los centros de material y personal docente adecuado.

2. Se deben de crear centros de asistencia técnica para la P. M. E. especializados para regiones y ramas de la actividad económica. Estos centros deben de ser promovidos por la Administración Central, las corporaciones locales y las propias P. M. E., y deben de estar dotados con un material adecuado y con un personal bien preparado y con experiencia. Los actuales estudios universitarios de ingeniería industrial deben de prestar especial atención a las tecnologías de nivel intermedio, que son normalmente las más interesantes a la P. M. E. La investigación aplicada del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, de prestar una mayor atención a la P. M. E.

3. Se debe de actualizar la legislación existente sobre unión, asociación, fusión y concentración de empresas.

4. Consideramos muy acertada la decisión de nuestro Gobierno de aprobar un plan de cuentas, de carácter indicativo, para la P. M. E. Esperamos que dicho plan tenga buena acogida y presente la flexibilidad suficiente para responder a las variadas necesidades de nuestras innumerables P. M. E. La adopción de un sistema racional de contabilidad mejorará

también la posibilidad de acceso al crédito de la P. M. E., dado que la falta de contabilidad en muchas empresas pequeñas venía dificultando la gestión de créditos en las instituciones financieras de nuestro país. Consideramos que el sistema de partida doble va a ser mucho más eficaz que el sistema del "doble bolsillo" que hasta ahora han venido utilizando muchas de nuestras pequeñas empresas.

5. Se deben de estimular las relaciones entre las grandes y las pequeñas y medianas empresas, sobre todo en lo que se refiere a la pequeña industria auxiliar. Existen en el extranjero y también en España fórmulas de asociación entre ambos tipos de empresas. Estas asociaciones se conocen con el nombre de "operaciones TOP" (técnica, organización y productividad). Mediante estas asociaciones la pequeña y la mediana empresa se beneficia de los conocimientos técnicos y organizativos de las empresas mayores, y de dichos contactos surgen beneficios no sólo para las P. M. E., sino también para las empresas grandes, que podrán recibir de las empresas pequeñas mejores servicios. El Instituto Industrial de Tarrasa ha promovido desde 1966 "operaciones TOP" entre empresas de distinta dimensión ubicadas en dicha ciudad.

6. Para potenciar la eficacia comercial de nuestras P. M. E. se debe promover la creación de Centrales de Venta y de Bolsas de Subcontratación, instituciones que vamos a estudiar con cierto detalle posteriormente.

7. Las dificultades financieras de nuestras P. M. E. se pueden paliar introduciendo ciertas reformas en nuestro sistema financiero. Este aspecto, dada su importancia, lo vamos a estudiar últimamente en este trabajo con relativa amplitud.

4. LA CREACION DE CENTRALES DE COMPRA Y VENTA EN COMUN.

Las Centrales de Compra centralizan bajo una sola dirección la adquisición de materias primas y demás "inputs" que necesita la P. M. E. Estos centros de compras en común suelen crearse entre las empresas del mismo sector y región, aunque cabe también la posibilidad de que tales centrales abastezcan a empresas de distintos sectores y de localidades diferentes, pero este segundo caso es el menos frecuente. Estos servicios de compra en común le permiten a las P. M. E. disfrutar de un cierto poder de mono-

polio frente a los abastecedores de materias primas, exigiendo mejores calidades y precios más reducidos, y al mismo tiempo hacen posible la exploración de mercados más lejanos (incluso extranjeros) a los que una P. M. E. aisladamente no hubiera podido tener acceso.

Las Centrales de Venta son instituciones creadas por las P. M. E. con el objeto de llevar a cabo la comercialización de sus productos en común. Su función es un tanto similar a la de las Centrales de Compra. Unas actúan en el mercado de factores productivos (materias primas) mientras que las otras actúan en el mercado de productos terminados. Sin embargo, la comercialización de productos terminados suele constituir para las P. M. E. uno de los problemas más importantes. La realización de campañas de publicidad —bien planeadas, llevadas a cabo de forma conjunta—, la normalización o tipificación de los productos, la uniformidad en los precios, la prospección y búsqueda de nuevos mercados, tanto nacionales como extranjeros, etc., son cometidos típicos de las Centrales de Venta de las P. M. E.

En numerosos casos, la P. M. E. de determinadas localidades se encuentran con grandes dificultades para supervivir debido a una absurda guerra de precios entre ellas. Otras veces la publicidad se realiza aisladamente y de forma anárquica, sin que tenga efectos más allá de la demarcación de su provincia. La falta de normalización o tipificación de determinados productos genéricos puede llevar a diferenciaciones artificiales, con detrimento de la calidad, que puede redundar en desprestigio de toda la industria de la zona. La creación de Centrales de Venta puede evitar todos estos problemas. Ahora bien, la prospección y búsqueda de nuevos mercados es —a nuestro juicio— la función más importante de las Centrales de Venta. La empresa moderna nace para el mercado (para vender). Lo más importante en el mundo económico actual es poder vender. Una empresa no puede nacer mientras tanto no exista una demanda insatisfecha. El empresario es quien tiene que descubrir esa demanda potencial, o incluso crearla utilizando la publicidad. Todo esto requiere un personal con experiencia y conocimientos y unos medios que sólo una asociación o corporación de P. M. E. puede alcanzar. Cada empresa contribuye a los gastos con una cuota que se estipula en los estatutos de la asociación correspondiente, y participa en la gestión en la forma que allí también se establece. La falta de mercados, debido a la falta de imaginación para buscarlos, es la causa de que muchas P. M. E. no puedan crecer. La falta de mentalidad comercial de nuestros empresarios “atenaza” a una gran parte de nuestras P. M. E.

Las Centrales de Venta pueden crearse únicamente con vistas al comercio exterior, con el objeto de buscar mercados internacionales y presentar una política comercial uniforme y agresiva, como ha ocurrido con determinados grupos de empresas japonesas. Estas asociaciones comerciales, con el objeto de penetrar en los mercados exteriores y luchar contra la fuerte competencia de las empresas europeas y americanas, han practicado una política de precios de "dumping", vendiendo más barato en el exterior que en el interior del país, lo que en un principio sorprendió a los países occidentales, que no se explicaban cómo las empresas japonesas podían producir a costes tan reducidos; ello era ciertamente extraño, pero lo que ocurría era que determinados productos los estaban vendiendo los japoneses en el exterior con pérdida, cubriendo los costes variables y sólo una pequeña parte de los costes fijos, y utilizando parte de las ganancias obtenidas en el mercado interior japonés (o en otros mercados) para enjugar la pérdida del mercado occidental. Esta política ha sido practicada por determinadas empresas (o grupos de empresas) P. M. E. al comienzo de su proceso de expansión, tal como ha ocurrido con la industria de la radio, la industria fotográfica, relojería, etc., con la finalidad de irrumpir en los competitivos mercados exteriores y poder competir con las grandes empresas industriales de occidente, que disfrutaban de elevadas economías de escala debido precisamente a su elevada dimensión.

En nuestro país, sin embargo, las Centrales de Venta para las P. M. E. existentes en determinados sectores y en determinadas localidades suelen estar orientadas más bien al mercado interior que al exterior. Quizá en una primera etapa sea conveniente esta orientación, con el objeto de aprovechar las posibilidades que ofrece el mercado interior, pero en modo alguno nuestras P. M. E. deben olvidar los mercados exteriores. Ningún país puede permitirse el lujo de vivir económicamente de espaldas al exterior. Si se quiere tener una estructura económico-empresarial eficiente no podemos conformarnos sólo con el mercado interior. La P. M. E. sepañola se halla en este sentido en una situación privilegiada, debido precisamente a nuestra proximidad a los países del Mercado Común, y también debido a las posibilidades que para España ofrecen los mercados del Centro y Sur América.

Nuestras P. M. E. deben de explotar al máximo las ventajas que se derivan de que nuestro país se halla ubicado en la punta sur-occidental de Europa. No debemos olvidar que los países de Europa que integran el Mercado Común, junto además con los tres países escandinavos (Noruega, Suecia y Finlandia), Austria y Suecia, integran una de las regiones más

desarrolladas del mundo. En estas regiones predominan las empresas de tamaños altos y medios altos, aunque existan, desde luego, muchas eficientes P. M. E. Nuestras P. M. E. pueden prestar una función auxiliar muy importante a las grandes empresas industriales europeas. Las grandes series de producción de la mecanizada empresa industrial moderna requieren innumerables piezas y accesorios que suelen resultar mucho más económico producirlos en pequeñas series, en empresas de más reducida dimensión con un menor grado de mecanización y una mayor utilización del factor trabajo. Nuestras P. M. E. se hallan perfectamente capacitadas para competir con las P. M. E. europeas, debido principalmente al menor coste del factor trabajo, como lo demuestran los innumerables ejemplos de P. M. E. españolas —algunas de ellas situadas incluso en los más insólitos lugares de nuestra geografía peninsular—, que producen accesorios y piezas para empresas industriales europeas. Existen P. M. E. españolas que trabajan para empresas industriales españolas y europeas al mismo tiempo.

Las posibilidades que ofrece el mercado europeo a nuestras P. M. E. no se reducen tan sólo a lo que pudiéramos llamar industria auxiliar. Las pequeñas y medianas empresas españolas que producen bienes de consumo final tienen también en Europa grandes posibilidades, muchas de ellas cuentan ya con una larga tradición exportadora a este mercado; innumerables ejemplos de este tipo los encontramos en la industria del mueble, del calzado, industria conservera, etc. Sin embargo, existen innumerables sectores o subsectores en los que las P. M. E. siguen “encerradas” en el mercado interior, sin haber explotado todas las posibilidades que el mercado europeo le ofrece. La vieja Europa es un mercado de unos 300 millones de habitantes, con altos niveles de renta y con refinados gustos en las distintas facetas de la vida. España es un país de gran tradición artesanal, debido precisamente a la destreza, habilidad y buen gusto de nuestros artesanos. Nuestros productos de joyería, confección, cerámica y arte en general han venido disfrutando en Europa de una aceptación creciente y también en Estados Unidos y Canadá. Este tipo de industria, que no hace muchos años parecía condenada a desaparecer, ha vuelto a cobrar una importancia y una actualidad nuevas, sobre todo en aquellos países de capitalismo avanzado, en los que la satisfacción de las necesidades primarias ha dejado ya de ser problema. En estos países se está sintiendo una eversión creciente hacia la estandardización, y cada vez gozan de un mayor atractivo los productos diferenciados elaborados en pequeñas series, en los que de algún modo se manifiesta la creatividad de su productor (artesano).

Aunque el mercado europeo y el norteamericano sean muy importan-

tes, las P. M. E. españolas no pueden olvidar el mercado centro y sudamericano. La afinidad cultural y las excelentes relaciones entre todos estos países y España ofrecen también a la P. M. E. amplias posibilidades. Por último, y sobre todo de cara al futuro, nuestras P. M. E. deben pensar también en el mercado de los países del bloque socialista y en China.

Las Centrales de Venta en común tienen mucho que hacer para que nuestras P. M. E. penetren en los mercados exteriores. No podemos confiar solamente en las compras que de muchos de nuestros productos elaborados por la P. M. E. hacen los extranjeros cuando vienen de visita turística a nuestro país, como ocurre con los productos de artesanía. Tampoco podemos conformarnos con enlaces que entre nuestras P. M. E. y los mercados extranjeros establecen ciertos hombres de negocios cuando vienen a visitar nuestros monumentos y nuestras bellezas naturales y descubren la buena calidad y el bajo precio de muchos de nuestros productos, porque mediante estas originales formas de promoción comercial en el exterior, nuestras P. M. E. no obtienen los beneficios que pudieran haber obtenido en otro caso.

Sería muy conveniente que las Centrales de Ventas en común de la P. M. E. establecieran delegaciones en los países extranjeros más importantes, sobre todo la P. M. E. de ciertos sectores productivos y determinadas regiones. Estas delegaciones podrían convertirse en lugares de exposición permanente de los correspondientes productos españoles, servirían de enlace entre los clientes extranjeros y las empresas españolas, y realizarían para las empresas asociadas los típicos y fundamentales servicios de promoción de sus productos, prospección y búsqueda de nuevos mercados, a la vez que informarían de las preferencias de los clientes extranjeros acerca del producto (diseño, presentación, etc.).

La iniciativa para la creación de estos servicios comerciales comunes debe de partir de las propias empresas interesadas, aunque también debe ser estimulada por la Administración Pública. La actual Ley de Asociaciones y Uniones de Empresas de 1963, que desarrolla la Orden ministerial de 25 de enero de 1964, ofrece ciertos estímulos fiscales y crediticios. Las Centrales de Compra y Venta también se pueden crear bajo la forma jurídica de sociedad cooperativa, acogiéndose a la Ley de Cooperativas recientemente aprobada.

5. LAS BOLSAS DE SUBCONTRATACION

Las Bolsas de Subcontratación son organizaciones que tienen por objeto poner en contacto a las empresas de determinados sectores en los que el subcontrato usual, con el objeto de que la contraposición de la oferta y la demanda de subcontratos se ajuste lo más posible a las características de un mercado perfecto, que son las de autonomía, transparencia, uniformidad y concurrencia. A estas Bolsas concurren las empresas del sector respectivo, unas a ofrecer trabajo y otras a demandarlo.

Para todos las P. M. E., pero sobre todo para la industria auxiliar, estas instituciones tienen un notorio interés. Las pequeñas y las medianas empresas acuden a estos mercados en un plano de igualdad con las grandes, y también con otras empresas pequeñas. No siempre son las P. M. E. las que acuden a estos mercados en demanda de trabajo, también acuden las empresas grandes cuando lo necesitan, del mismo modo que puede haber empresas pequeñas y medianas que ofertan subcontratos. Mediante las Bolsas de Subcontratación el mercado de subcontratos del sector correspondiente se clasifica, todas las empresas se hallan en un mismo plano de igualdad de oportunidades, y se rompe con las relaciones de monopolio (¡y de vasallaje!) de ciertas empresas grandes con empresas pequeñas y medianas, que por desconocer el mercado aceptaban las condiciones de las empresas grandes, cualesquiera que fueran éstas; de esta forma, las P. M. E. se desvinculan de las empresas grandes y trabajan para quien mejores condiciones le ofrezca. No es de extrañar, por lo tanto, que sean las empresas grandes quienes más dificultades oponen a la creación de estas instituciones.

La primera Bolsa de Subcontratación fue creada en Burdeos en 1959 por un grupo de industriales de esta región, con el objeto de poner en contacto a empresas que antes se desconocían, para que la oferta y la demanda de subcontratos se clasificara e intensificara. Esta idea surgió en Francia como consecuencia de las varias misiones técnicas francesas que durante la década de 1950 se han desplazado a Norteamérica para estudiar las causas de su alta productividad industrial, y observaron que una de las principales causas era la importancia que la industria americana concedía a la subcontratación. La subcontratación y colaboración entre las empresas de distinto tamaño de un mismo sector, e incluso de sectores distintos, era entonces ya muy dinámica y organizada.

El ejemplo de la región de Burdeos fue seguido rápidamente por otras

regiones francesas. En 1960 se crearon en Francia otras cuatro Bolsas de Subcontratación; en 1961, seis, y en 1963 existían en el país galo más de una veintena de estas instituciones. La rápida expansión de estas instituciones es una prueba de su utilidad y necesidad. Tanto a las empresas que son habitualmente subcontratistas, como las que lo son ocasionalmente por disponer de máquinas parcialmente ocupadas, les interesa que sean conocidas por las distintas empresas que pueden facilitarle encargos, y a su vez a éstas también les interesa conocer las características de todas las posibles empresas que puedan interesarles los subcontratos. En este mercado de subcontratación existen muchas ofertas y demandas de tipo "estándar", pero al mismo tiempo existen otras muchas muy singulares. Las Bolsas de Subcontratación suelen tener un registro de las distintas máquinas de las distintas empresas del sector y de sus posibilidades, los tiempos normales de ocupación, etc. De esta forma, cuando una empresa necesita hacer una determinada pieza o tarea, y no está en condiciones de hacerla, sabe a qué empresa puede dirigirse.

La primera Bolsa de Subcontratación en España, para la Industria Mecánica y Metalúrgica de Madrid, fue promovida por la Cámara Oficial de Comercio e Industria de esta ciudad. El Pleno de dicha Cámara, en la sesión del 26 de abril de 1963, aprobó la propuesta que diez días antes había formulado la Comisión de Productividad y Expansión Industrial en ese sentido. A partir de esa fecha se iniciaron los trabajos preparativos, y la Bolsa de Subcontratación se puso en marcha. En los últimos años, y a instancias de la Organización Sindical, se han creado varias Bolsas de Subcontratación más en distintos sectores y lugares del país.

Estas instituciones deben de ser estimuladas por los organismos públicos y las empresas deben de colaborar y adherirse a las mismas. Cuanto mayor sea el número de empresas que participan mejor funcionarán dichas Bolsas y mayores serán los beneficios para el sector. Las Bolsas pueden efectuar además estudios de mercados, promocionar intercambios comerciales con el exterior, relacionarse con otras Bolsas de Subcontratación extranjeras, etc.

6. LAS DIFICULTADES FINANCIERAS EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Uno de los principales problemas que la P. M. E. en España —y en menor o mayor medida en todos los países occidentales— tiene planteados es el hallar recursos financieros suficientes para financiar sus inversio-

nes. En el mercado financiero, las P. M. E. se encuentran en inferioridad de condiciones con relación a la gran empresa, y ello se debe fundamentalmente a dos factores: el mayor riesgo y el mayor coste de los créditos concedidos a este tipo de empresas.

a) *El mayor riesgo de los créditos concedidos a la P. M. E.*

Las grandes empresas disponen de unos activos más elevados y generalmente de una "notoriedad" que no existen en la P. M. E. Las empresas pequeñas y medianas son más inestables que las grandes; su gestión es llevada a cabo por una o unas pocas personas que se encargan del aspecto técnico, administrativo, comercial, etc., y es probable que sólo tengan competencia y preparación para alguno de esos cometidos. La dirección de las P. M. E. no suele estar institucionalizada, y la muerte del propietario-director suele suponer un importante cambio en las perspectivas de la empresa, cuando no lleva a la extinción de la misma.

b) *El mayor coste de los créditos concedidos a la P. M. E.*

Las P. M. E. suelen pedir a los Bancos cantidades de crédito relativamente pequeñas, y por ello el coste de la tramitación del expediente por parte de la institución financiera es proporcionalmente mayor. Los pequeños industriales no suelen presentar libros de contabilidad, y cuando los presentan no suelen estar llevados adecuadamente, lo que dificulta a los bancos poder aplicar métodos de concesión y control de créditos de bajo coste. La proporción de créditos impagados entre las P. M. E. es mayor que entre las empresas grandes, lo que motiva que los bancos les exijan un mayor interés que compense el mayor riesgo, o les obliguen a cumplimentar garantías adicionales, que se traducen en un mayor coste.

Las empresas, para llevar a cabo su actividad de producción y distribución, necesitan disponer de recursos financieros. Estos recursos los podemos agrupar en dos grandes categorías:

- Financiación interna.
- Financiación externa.

La financiación interna, o autofinanciación, está integrada por aquellos recursos financieros que la empresa genera por sí misma, sin necesidad de tener que acudir al mercado financiero. Las reservas, las amortizaciones, las provisiones y las previsiones constituyen las cuatro partidas fundamentales en que se pueden agrupar los recursos financieros internos de la empresa.

Las reservas o retención de beneficios suponen un incremento del neto patrimonial o riqueza de la firma (autofinanciación por “enriquecimiento”), mientras que la finalidad de las otras tres partidas es mantener “intacta” la riqueza o capital de la empresa (autofinanciación por “mantenimiento”); sin embargo, mientras no surge la necesidad de aplicarlas al destino para el que han sido creadas, constituyen fuentes de financiación de indudable valor. Ahora bien, la verdadera autofinanciación —o autofinanciación propiamente dicha— está formada por las reservas de diferentes tipos (legal, estatutaria, voluntaria, reservas especiales, etc.). En las grandes empresas la financiación interna suele suponer un importante porcentaje de los recursos financieros totales, mientras que en una gran parte de las empresas pequeñas y medianas la financiación interna es muy limitada, debido precisamente a su baja rentabilidad. Sólo cuando los beneficios son elevados, las empresas pueden repartir unos dividendos aceptables para mantener contentos a sus accionistas, y retener en la empresa en forma de reservas una parte conveniente de esos beneficios. Compatibilizar ambos objetivos les resulta imposible a las pequeñas y medianas empresas en la mayor parte de los casos, sobre todo a aquellas que se encuentran en una situación marginal o extramarginal.

La financiación externa está formada por aquellos recursos financieros que la empresa obtiene del exterior. La financiación interna o autofinanciación resulta normalmente insuficiente para satisfacer las necesidades financieras de la firma y ésta tiene que acudir a la llamada financiación externa, bien sea emitiendo acciones (es decir, ampliando su capital), o emitiendo obligaciones (con lo cual la firma se endeuda), o acudiendo al mercado de crédito para obtener préstamos a corto, medio o largo plazo.

Las empresas pueden obtener recursos financieros, en los que se ofrece y demanda medios de pago. La oferta surge como consecuencia del ahorro que busca colocación de las distintas categorías de agentes económicos: las familias o unidades económicas de consumo, las empresas y el Estado; estas mismas categorías de agentes económicos son también quienes acuden al mercado demandando los ahorros ofrecidos. El equilibrio entre oferta y demanda se realiza a través del tipo de interés.

Según el plazo o duración de las operaciones financieras, en el mercado financiero hay que distinguir:

- El mercado de capitales, o mercado financiero a largo plazo, que es donde se negocian las operaciones capital a largo y también a medio plazo. En este mercado es en donde la empresa obtiene capita-

les permanentes emitiendo acciones u obligaciones o contrayendo deudas en forma de préstamos a medio y largo plazo.

- El mercado financiero a corto plazo, que es en donde se negocian las operaciones de capital a corto plazo. En este mercado es en donde la empresa obtiene los créditos a corto plazo, bien sea de la banca comercial o de otras empresas que le suministran bienes y servicios, llamados créditos bancarios e intercomerciales (o de provisión), respectivamente.

El mercado de capitales hay que subdividirlo en el mercado de crédito a medio y largo plazo, y el mercado primario de valores. En el mercado de crédito a medio y largo plazo se pueden obtener préstamos de esta naturaleza. En España las empresas pueden obtener créditos a medio y largo plazo de los bancos industriales o de negocios y de la banca oficial (Banco de Crédito Industrial, Banco de Crédito Agrícola, Banco Hipotecario de España, etc.), y también de las Cajas de Ahorro y otras instituciones financieras. Al mercado primario de valores acuden las empresas emitiendo acciones y obligaciones para aprovisionarse de recursos financieros a largo plazo.

En los países de capitalismo avanzado, la emisión de acciones y obligaciones constituye la forma más importante que tienen las empresas para recabar recursos a largo plazo en el mercado financiero. Para ello se necesita, claro está, unos mercados primarios de valores muy desarrollados. Ahora bien, la existencia de buenos mercados primarios de valores depende en una gran medida de la existencia de buenos mercados secundarios o mercados de renegociación, que es donde se revenden los valores mobiliarios adquiridos en el mercado primario. Para que los mercados primarios puedan funcionar con eficacia es imprescindible la existencia de estos mercados de “segunda mano” o de “reventa”, ya que de lo contrario muy poca gente estaría dispuesta a inmovilizar sus ahorros en unos valores que luego no pudiera vender (o lo pudiera hacer con dificultad), cuando necesitara liquidez. Las bolsas de valores constituyen la parte mejor organizada de los mercados secundarios, aunque existe también un mercado extrabursátil que en algunos países como Estados Unidos funciona con relativa eficacia (mercado “over-the-counter” o “por encima del mostrador”, como dicen los americanos). Las empresas que no coticen en bolsa se encuentran con grandes—y a veces insuperables—dificultades para acudir al mercado primario de valores.

Nuestras empresas pequeñas y medianas, al no cotizar normalmente sus acciones en bolsa, se encuentran en unos mercados primarios de valores prácticamente cerrados para ellas, no pudiendo de esta forma utilizar este importante canal de financiación. Por otra parte, en el mercado de crédito a medio y a largo plazo, las P. M. E. también se encuentran en una clara desventaja comparativa con relación a las grandes empresas; debido precisamente al mayor riesgo y el mayor coste de los créditos concedidos a las P. M. E.

En la ordenación bancaria española está claro que el crédito oficial (Banco de Crédito Industrial, Banco de Crédito Agrícola, etc.) y las Cajas de Ahorros son quienes deben prestar una especial atención a la financiación de la P. M. E. En cuanto al Crédito Oficial, si bien no disponemos de estadísticas de distribución del crédito según el tamaño de las empresas, consideramos que se le ha prestado muy escasa atención a la financiación de las P. M. E. Sin embargo, no es este el caso de las Cajas de Ahorro. Ya en la Ley de Bases de Ordenación del Crédito y la Banca, de 14 de abril de 1962, se afirmaba lo siguiente:

“Las operaciones de las Cajas de Ahorro se reformarán y ampliarán dictando las disposiciones precisas para que se otorguen por aquéllas, con más amplitud, créditos con fines sociales a las empresas agrícolas, a las artesanas, a las pequeñas empresas comerciales, industriales y pesqueras... (Base quinta, apartado b)].

La Orden Ministerial de 28-8-1964 establece que las Cajas de Ahorro deben destinar un 17 por 100 de sus recursos a la financiación de artesanos y pequeñas y medianas empresas agrícolas, industriales y comerciales, pero limitando el volumen de crédito a 750.000 pesetas, lo que resulta notoriamente insuficiente. La Orden Ministerial del 13-12-1967 señala que las Cajas de Ahorro han de dedicar un 13 por 100 de sus recursos a créditos a empresas agrícolas y un 7 por 100 a P. M. E. industriales, elevando el volumen máximo del crédito a cinco millones de pesetas. Las Ordenes Ministeriales del 31-1-1973 y 9-8-74 introducen ciertas modificaciones en la legislación anterior, en particular en lo que se refiere a la distribución sectorial de los préstamos y créditos de regulación especial.

Las Cajas de Ahorro Confederadas, sin perjuicio de la atención que prestan a la financiación del sector productivo privado suscribiendo acciones y obligaciones que las empresas grandes del país ponen en circulación, están prestando especial atención a los pequeños préstamos de marcado carácter social y a la financiación de las pequeñas empresas. El saldo de préstamos y créditos industriales de las Cajas de Ahorro ascendían en

1964 a 5.812 millones de pesetas y representaban el 10,42 por 100 del total de la cartera de préstamos y créditos, mientras que en el 1974 el saldo ha sido de 107.633 millones de pesetas y representaron el 18,42 por 100 del total de la cartera.

A pesar de esta acción positiva de las Cajas de Ahorro tenemos que reconocer que la financiación de las P. M. E. es una cuestión olvidada en nuestro sistema financiero, con el agravante además de que éste está dominado por el crédito a corto plazo, lo que fuerza a nuestras P. M. E. a que muchas veces financien sus inversiones a medio y largo plazo con sucesivas renovaciones de créditos a corto plazo. Esta práctica es harto peligrosa, sobre todo en épocas de restricciones crediticias, ya que la no renovación del crédito puede comprometer la supervivencia de la firma. Nuestras pequeñas y medianas empresas dependen fundamentalmente del crédito a corto plazo, y en particular del crédito intercomercial; es decir, del crédito concedido por otras empresas que le suministran materias primas, servicios industriales, empresas más grandes que le subcontratan determinadas obras, etc. Esta excesiva dependencia del crédito intercomercial le resta a nuestras P. M. E. eficacia comercial, pues al depender financieramente —en muchos casos al menos— de sus proveedores y también de sus clientes, tienen que aceptar en muchas ocasiones las condiciones que aquéllos le impongan.

En todos los países del llamado mundo occidental, las empresas pequeñas y medianas se encuentran con serias dificultades de financiación, y ello estimuló a los poderes públicos y a la iniciativa privada a arbitrar ciertas medidas para intentar hallar solución a dichos problemas. Sin embargo, las desventajas comparativas de las P. M. E. con relación a las grandes empresas en el mercado financiero siguen existiendo en todos los países, pero en unos más que en otros, desde luego. España es uno de los países del mundo occidental que más ha descuidado el problema de la financiación de las P. M. E., a pesar de la importancia que las P. M. E. tienen en nuestro sistema económico.

7. ALGUNAS EXPERIENCIAS EXTRANJERAS CON RELACION A LA FINANCIACION A LAS P. M. E.

En Estados Unidos, el organismo oficial "Small Business Administration" concede créditos a las P. M. E. con relativa facilidad y atiende más bien a la honradez y competencia de los directivos de la empresa que a

las garantías reales de ésta. La banca privada estadounidense es mucho más flexible con relación a la financiación de las P. M. E. En este país existe también una serie de sociedades de financiación privadas que conceden créditos a las P. M. E.

En Inglaterra la estructura empresarial está dominada por la P. M. E. La financiación de este tipo de empresas se halla a cargo del sistema financiero británico, que es bastante más perfecto y flexible que el nuestro. En determinadas condiciones, los préstamos concedidos por los bancos ingleses a las P. M. E. pueden ser considerados por el Banco de Inglaterra como inversión obligatoria, que la banca inglesa al igual que la española tiene que hacer de una parte de sus recursos. En Inglaterra existen también varias Sociedades Regionales de Financiación del Desarrollo, a las que más adelante nos referiremos, y que también conceden créditos a las P. M. E.

En Francia, durante los últimos veinte años se ha prestado especial atención a las P. M. E., siendo una de las razones más importantes la de adaptar su estructura empresarial a las exigencias del Mercado Común. El Crédit National, a través de la banca privada, concede créditos especiales a las P. M. E. La legislación francesa permite la formación de agrupaciones de P. M. E. con distintas finalidades. Las llamadas "sociedades subvencionadas", creadas por la Ley de 1959, para adaptar las P. M. E. francesas al Mercado Común, le otorgan incentivos fiscales y financieros a las P. M. E. para su modernización y expansión. Las Sociedades de Caución Mutua, que son una especie de compañías aseguradoras de los distintos créditos concedidos a las P. M. E. por parte de las distintas instituciones financieras, han sido en Francia y en Japón en donde más se han fomentado y, por lo tanto, en donde más se ha desarrollado. Por último, las Sociedades Financieras de Desarrollo Regional también han tenido buena acogida en Francia, disfrutando de ciertos incentivos fiscales; las acciones de este tipo de sociedades —que otorgan especial consideración a las P. M. E.— suelen estar suscriptas por bancos privados, compañías de seguros, Cámaras de Comercio y otras instituciones financieras de la región a que hacen referencia.

En Austria, además de la ayuda que a las P. M. E. concede el Banco Nacional, existe un banco especial para este tipo de empresas (el "Oesterreichische Kontrol Bank"). Las Cajas de Ahorro también conceden en Austria una importante ayuda financiera a las empresas pequeñas y medianas.

Las pequeñas y medianas empresas tienen también en el contexto de la economía italiana una gran importancia. Las dificultades de financia-

ción para las P. M. E. son también muy importantes en Italia. Existen en este país una serie de organismos que contemplan la financiación de la P. M. E.: El Instituto Central para Créditos a Medio y Largo Plazo para las Empresas Industriales del Tipo Medio y Pequeño, la Casa del Mezzogiorno, el Ente Nacional para la Pequeña y Mediana Industria y la Artesanía (ENAPI), la Sección Especial de Crédito para la P. M. E. del Banco Nacional del Trabajo, etc. Existen también varias sociedades financieras destinadas a promover el desarrollo económico de ciertas regiones, que prestan especial atención a la financiación de las P. M. E., así podemos citar: el Instituto para el Ejercicio del Crédito a Medio y Largo Plazo en la región de Trentino (Alto Adigio), el Instituto para el desarrollo económico en la Italia Meridional, el Instituto Regional para el Financiamiento de la P. M. E. en Sicilia, el Crédito Industrial Sardo, etc.

En Holanda, el rápido crecimiento y modernización a que han estado sometidas las P. M. E. de este país durante los últimos años, ha originado que los problemas de financiación de este tipo de empresas se agudizaran. Las P. M. E. no tienen acceso a la Bolsa de Amsterdam, la elevada presión fiscal sobre unos beneficios generalmente reducidos impiden que estas empresas practiquen la autofinanciación, y como el mercado de crédito a medio y largo plazo es muy estrecho para ellas, estas empresas se ven forzadas a financiarse fundamentalmente con créditos a corto plazo proporcionados por proveedores y bancos. El Nederlandsche Meddenstandsbank de Holanda concede desde el año 1915 créditos con garantía del Estado al comercio al por menor, a la artesanía y a la industria. Este banco tiene su origen en los bancos artesanos y comerciantes que nacieron a principio del siglo, los cuales fueron centralizados y fusionados en 1927 dando origen a este importante banco, que está especializado en la financiación y asesoramiento de las P. M. E.

El Japón es, sin duda, el país que mayor atención ha prestado, durante los últimos treinta años, a la financiación del crecimiento y modernización de las empresas industriales pequeñas y medianas. El gran desarrollo industrial del Japón se apoya en gran número de P. M. E. fortalecidas por fuertes vínculos asociativos que han logrado penetrar en los mercados internacionales con gran agresividad. Este país tiene un sistema crediticio sumamente desarrollado, con una amplia variedad de instituciones financieras oficiales, semioficiales y privadas, que conceden créditos a las P.M.E., aunque hay que reconocer que las empresas japonesas dependen bastante del crédito intercomercial. Los créditos concedidos a las P. M. E. por los

bancos privados disfrutaban de un sistema de seguro financiado por el Gobierno a través de las Sociedades de Crédito y Caución.

La creación en Japón de la Oficina de la Pequeña Empresa (OPE), dependiente del Ministerio de Industria y Comercio Internacional, en 1948, supuso el inicio de una etapa de selectiva y sistemática política de apoyo a la P. M. E. La O. P. E. tenía en 1965 un personal de 167 miembros, divididos en tercios para el ejercicio de tres funciones principales: investigación, planeamiento y asistencia industrial. Ha ayudado y servido de guía en la formación de cooperativas, y se ha preocupado mucho de los servicios de financiación de las P. M. E. La política de apoyo a las P. M. E. que ha seguido el Gobierno japonés se ha centrado en tres aspectos fundamentales de aquéllas: a) mejorar su organización; b) hacer que las P. M. E. utilicen la más moderna tecnología, y c) procurar que las P. M. E. puedan disponer—al menos con la misma facilidad que las empresas grandes—de los recursos financieros necesarios para financiar sus inversiones.

La política seguida por el Japón con relación a la P. M. E., y en particular en el aspecto financiero, se considera que ha sido la más eficaz de todas las políticas practicadas por los distintos países del mundo occidental, y han sido varios los países que han intentado imitarla.

8. POSIBLES LINEAS DE ACCION A SEGUIR EN ESPAÑA PARA LA FINANCIACION DE LAS P. M. E.

La reforma de nuestras estructuras empresariales, y en particular la modernización y adaptación de las P. M. E., requiere resolver previamente los problemas de financiación que le “atenazan”. El punto débil de la financiación de las P. M. E. se halla en la dificultad de obtener recursos financieros a medio y largo plazo, lo que les hace depender demasiado del crédito a corto plazo, y ello hace que sean muy vulnerables en épocas de recesión o crisis económica, y también en épocas de recesión e iliquidez como ocurre en los momentos actuales. Proponemos para ello el siguiente haz de líneas de acción a seguir:

a) Creación de un Banco Nacional para la financiación de la P. M. E. La estructura y funcionamiento del “Nederlandsche Middenstandsbank” de Holanda puede adaptarse en alguna medida a España.

b) Obligar a los Bancos Industriales de Negocios, y sobre todo a ciertos Bancos Oficiales, tales como el Banco de Crédito Industrial, el Banco

de Crédito Agrícola, el Banco de Crédito a la Construcción, etc., a que destinen un cierto tanto por cierto de sus recursos para la financiación de P. M. E., disfrutando para tales créditos de una línea especial de descuento. La experiencia inglesa en este sentido puede sernos de utilidad.

c) Estimular la creación de Sociedades de Crédito y Caución para asegurar los créditos otorgados a las empresas pequeñas y medianas. En este sentido, la experiencia japonesa es altamente interesante, y tales entidades deben ser promovidas —y en su caso subvencionadas— por el Estado.

d) Potenciar todavía más la positiva labor que en torno a la financiación a medio y largo plazo de las P. M. E. vienen realizando las Cajas de Ahorro. La experiencia española en este aspecto está siendo una de las más interesantes.

e) El Gobierno debe de crear, dependiendo de los Ministerios de Agricultura, Industria y Comercio, un Instituto de Reforma de las Estructuras Empresariales. En este organismo debe de trabajar un personal técnico altamente cualificado y con gran experiencia, con el objeto de que estudie uno por uno todos los sectores de nuestra economía y que determine en cada sector el tamaño real y el tamaño deseable de las empresas, determinando qué sectores deben de ser objeto de una atención preferente debido a su relevante importancia en la actividad exportadora de nuestro país, o a cualesquiera otras razones. Dicho Instituto debe de concretar además las reformas que en cada caso se deben de llevar a cabo. En base de estos valiosos estudios debe el Gobierno de señalar a qué sector debe de dirigirse en primer lugar el crédito que concedan las instituciones anteriores.

f) Se debe promover la creación de Sociedades Financieras de Desarrollo Regional, en las diferentes regiones o provincias de nuestra geografía, orientadas principalmente a la financiación de las P. M. E. El capital de estas sociedades debe de ser suscrito en su mayor parte por los habitantes, empresas, instituciones financieras y organismos de la región, con el objeto de alcanzar un mayor interés e identificación con los fines de la Sociedad. Estas sociedades, al mismo tiempo que conceden créditos pueden prestar asistencia técnica a las P. M. E. En este sentido, la experiencia de Francia e Italia pueden sernos de gran utilidad.

g) La política fiscal debe de estimular la financiación de las P. M. E., concediendo incentivos para compensar el mayor riesgo y coste de su financiación. Nuestro sistema tributario a la hora de fijar los tipos de gravamen no contempla el distinto tamaño o dimensión de las empresas, aunque sí la forma jurídica de las mismas. La justicia tributaria exige un trato diferenciado cuando existen situaciones distintas.

h) Las exigencias de las Bolsas de valores para admitir nuevos valores a cotización debieran de reducirse en la medida de lo posible para que así pudieran utilizar con éxito los mercados primarios de acciones y obligaciones más empresas, y sobre todo algunas empresas medianas que ahora no lo pueden hacer.

i) Se deben de promover asociaciones financieras de P.M.E., que puedan emitir obligaciones y que luego utilicen esos recursos financieros para hacer frente a las necesidades de sus miembros.

j) Las nuevas fórmulas de financiación "leasing" y "factoring" van a mejorar la posición financiera de las P.M.E. Las empresas de "leasing" al alquilar bienes de equipo, hacen posible que las P.M.E. no necesiten disponer de recursos para financiar tales inversiones de activo fijo, que en la mayor parte de los casos suponen importantes desembolsos y que además no se recuperan hasta después de un dilatado período de tiempo. Las empresas de "factoring" se encargan de cobrar las facturas y demás efectos adeudados por los clientes de las P.M.E.; descuentan los intereses por el tiempo que falta para su vencimiento y deducen también una comisión que le compense el riesgo y los gastos de la gestión de los créditos cedidos, abonando el resto a la empresa correspondiente. Las empresas de "factoring" son, pues, instituciones de financiación a corto plazo para las P.M.E., mientras que las empresas de "leasing" conceden créditos a medio y largo plazo, o lo que es equivalente, hacen innecesaria su utilización. Tanto el sistema "leasing" como el sistema "factoring" deben de ser estimulados por los poderes públicos mientras no se generalicen más. El Instituto Nacional de Industria (INI) ha creado una empresa "leasing".

