



Dimensió de la pime catalana (2)

Condicionants del creixement empresarial i propostes d'actuació

Maig 2015

0. Introducció

PIMEC ve incidint darrerament en un aspecte estructural específic de les petites i mitjanes empreses, com és la seva dimensió relativament petita i la necessitat de créixer com a organitzacions. A Catalunya va encetar aquest debat el Col·legi d'Economistes de Catalunya (2008); més endavant el CAREC (2011) va elaborar un document sobre el tema; i posteriorment moltes veus s'han manifestat en el sentit idèntic al que ho està fent PIMEC respecte a la conveniència de créixer.

En el darrer INFORMES PIMEC 4/2015 vam fer notar que Catalunya es caracteritza per tenir unes empreses relativament més petites que el conjunt europeu i amb més rellevància d'aquelles empreses de menor dimensió: per sota d'Alemanya, el Regne Unit, Dinamarca o Països Baixos, però lleugerament per sobre de Bèlgica o Suècia.

En el document citat s'identificaven com a arguments favorables a una major dimensió l'aprofitament d'economies d'escala, una major productivitat i especialització del personal, un millor potencial per a la innovació, més facilitat d'accés als mercats, més capacitat inversora, financera, de negociació i, en definitiva, de rendibilitat. També destacàvem arguments per no augmentar la dimensió empresarial com ara la major complexitat de gestió, l'alentiment en la presa de decisions, la pèrdua de certs privilegis lligats a la dimensió i la pèrdua de control de l'empresa.

El 14 de maig de 2015 PIMEC va celebrar la jornada "La PIME: créixer per competir?", en què diversos experts del món acadèmic, polític i empresarial¹ van discutir al voltant de la dimensió de les pimes catalanes, els factors que limiten el seu creixement i un conjunt d'experiències reeixides de grans empreses que abans eren petites.

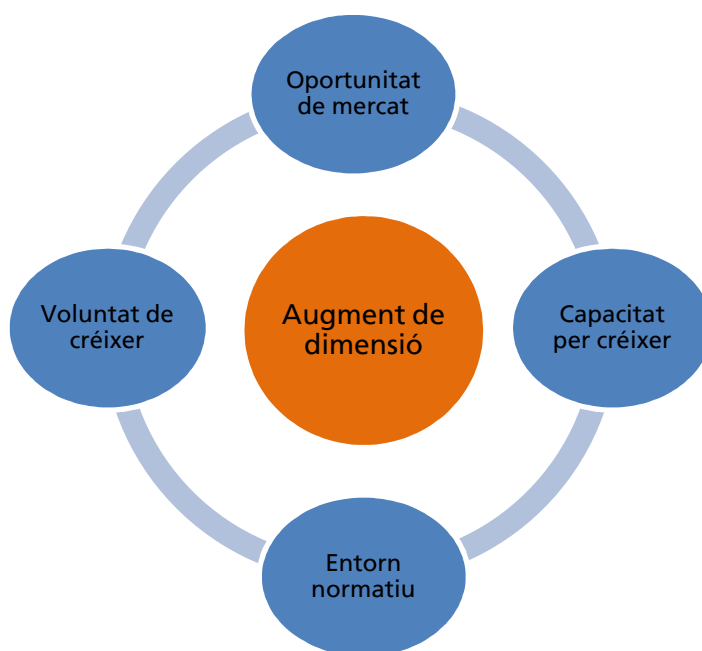
De forma generalitzada existeix un elevat consens en els avantatges que una major dimensió de les empreses implica sobre la seva capacitat competitiva. Ara bé, el creixement no hauria de ser un fi en si mateix, sinó que créixer és un instrument per millorar la competitivitat i la rendibilitat.

El contingut del debat al voltant de la conveniència de créixer en dimensió i dels factors que hi influeixen, els agrupem en quatre blocs. Per créixer cal que: 1) es donin oportunitats en el mercat en què es mou l'empresari; 2) hi

¹ Álvaro Nadal, Felip Puig, Joan B. Casas, Antón Costas, Salvador del Rey, Joan Maria Gimeno, Martí Saballs, Gunilla Almgren (UEAPME), Enric Casí (MANGO), Joan Font (BONPREU), Pere Relats (RELATS), Josep Pont (BORGES).

hagi voluntat de créixer per part de l'empresari; 3) aquest tingui capacitat de créixer; i 4) que l'entorn normatiu hi acompanyi.

Així, el creixement l'enfoquem en el sentit que ha de descansar en quatre factors necessaris, dos dels quals depenen de la pròpia empresa (voluntat i capacitat) i els altres dos depenen de l'entorn (de mercat i normatiu) (veure figura).



1. Oportunitat de créixer

Perquè una empresa es plantegi la possibilitat d'augmentar la seva dimensió ha de produir-se necessàriament una oportunitat que ho justifiqui. Les oportunitats poden tenir orígens molts diferents:

- de necessitats reals de mercat que l'empresari identifica,
- de necessitats latents de mercat que l'empresari intueix i vol desenvolupar per tal de satisfer-les,
- de la voluntat d'estendre la presència de l'empresa en nous mercats amb els mateixos productes actuals,
- de febleses/necessitats d'empreses competidores, que permeten albirar una fusió, una adquisició, una col·laboració,
- de patents, d'innovacions de màrqueting...

- de fer la producció que actualment fa l'empresa d'una altra manera, amb innovacions de procés que aporten avantatges competitiu,
- altres.

Sense la visió d'una oportunitat de negoci per part de l'empresari, no hi ha opció o justificació per créixer. Per tant, per començar, l'ingredient bàsic per plantejar-se el creixement és que aquest estigui justificat des de la perspectiva de mercat i d'entorn competitiu.

2. Voluntat de créixer

L'existència d'oportunitats per créixer en dimensió no implica necessàriament que s'hagi de créixer. Per tal que això succeeixi l'empresari ha de voler-ho. I no sempre és així.

Molts empresaris amb oportunitats al davant no les aborden perquè se senten còmodes amb la seva dimensió d'empresa actual. Sense anar més lluny, molts autònoms no volen créixer com a organització pel fet que la seva principal ambició era disposar de més llibertat de la que tenien prèviament com a assalariats. En una línia semblant, molts empresaris renuncien a créixer perquè prefereixen el 100% d'una empresa petita més que no pas el 50% d'una empresa molt més gran. De manera que, sovint, encara que hi hagi oportunitats per créixer, l'empresa es queda com estava. És una decisió tan respectable com la de l'empresari ambiciós que fa justament el contrari, que es llança sobre l'oportunitat.

Els motius per no créixer poden ser, doncs, múltiples, des de personals (el caràcter individualista, el caràcter acomodaticí, per exemple), d'arrel històrica (tradició de poca obertura de l'economia cap a mercats exteriors), culturals, etcètera. No entrarem a analitzar aquests punts, perquè sobrepassaria l'abast del document.

Ara bé, el més habitual és que les empreses vulguin créixer, que és una qüestió pràcticament inherent a la seva pròpia existència. Darrere hi ha la voluntat de l'empresari de fer realitat una oportunitat de negoci.

Augmentar la dimensió significa que aquesta persona assumeix el que pressuposa el repte de créixer, tant en l'àmbit de la propietat de l'empresa com en el de la seva gestió.

En l'àmbit de la propietat, les conseqüències de créixer en dimensió seran diferents en funció de com es creixi. Per exemple:

- Si créixer implica que l'empresari ha d'aportar més capital a l'empresa, la seva exposició al risc del negoci augmentarà.
- Si el creixement es fa incorporant nous socis, l'empresari veurà disminuir el seu control de l'empresa.

En l'àmbit de la gestió, també a tall d'exemple, fer créixer la dimensió de l'empresa en fa augmentar la complexitat i el risc general, obliga a delegar decisions i, per tant, l'empresari perd una part del control de l'organització.

Però, per créixer, a més de donar-se una oportunitat de mercat i que l'empresari ho vulgui, cal que pugui fer-ho.

3. Capacitat per créixer

L'augment de dimensió requerirà recursos addicionals, i per a això és imprescindible tenir-los o saber on trobar-los i determinar de quina forma s'afronta el creixement. No hi ha una manera única: unes vegades fent créixer la pròpia organització; d'altres, fent aliances amb altres empreses; o fins i tot comprant unitats d'empreses o empreses senceres. El que es requerirà, en qualsevol cas, és un empresari amb capacitat de mobilitzar recursos per ampliar el seu negoci i de gestionar una organització més gran que la d'abans.

El creixement haurà de descansar necessàriament sobre recursos en què l'organització se sent forta, en què excel·leix. I pot ser en un o més àmbits, com aquests:

- Patents de producte
- Patents de sistema productiu
- Domini de la logística
- Capacitat de reacció ràpida davant els canvis en el mercat
- Customització de solucions per als clients
- Nivell de qualitat de producte diferencial respecte als competidors
- Alt nivell de servei
- Altres.

Darrere aquests i altres elements competitiu diferencials sempre hi trobarem el capital humà, una dimensió crítica per a tota organització que es plantegi créixer. I entre aquest capital humà, un paper destacat l'ocupa

el propi empresari, amb la seva capacitat de lideratge del procés de creixement, de crear equips competents, de motivar-los i de retribuir-los adequadament; i amb la seva capacitat de trobar recursos financers externs, d'aconseguir socis que inverteixin, d'arribar a acords amb competidors, etcètera. Sense aquest lideratge el creixement és, senzillament, impossible.

4. L'entorn normatiu

A part de l'entorn de mercat, que és el territori natural en què es produeix el creixement empresarial, cal considerar també l'entorn legal i normatiu en el qual es produirà l'augment de dimensió de l'empresa. Que aquest entorn l'obstaculitzi o l'afavoreixi és molt diferent, molt especialment per a les pimes.

Precisament la iniciativa europea *Small Business Act* (SBA) va néixer amb l'objectiu que l'administració pública, en dictar normes, hauria de "pensar primer en petit".

4.1. Finançament extern

Créixer implica invertir. Les inversions requerides es poden cobrir amb recursos propis, però aquesta via té la limitació de la capacitat financera de l'empresari i dels beneficis de la pròpia empresa.

En la pràctica, bona part del creixement cal finançar-lo amb recursos externs, àmbit en què el sector bancari tradicional encara té un paper massa preeminent, amb l'agreujant que aplica unes condicions més costoses a les empreses petites que a les grans. El diferencial de costos i els requisits exigits per la banca condicionen alhora el finançament de circulat que comporta el fet de créixer. I amb menys institucions financeres després de la reestructuració bancària (existeix un oligopoli) les coses encara són més difícils per a la pime. El finançament a curt termini, a més, és especialment rellevant com a conseqüència dels nivells de morositat que encara es registren a Espanya.

Fa anys que es ve pregonant la necessitat d'instruments alternatius que permetin a les empreses amb voluntat de créixer obtenir finançament diferent del bancari. Entre aquests instruments destaquen el capital risc, els crèdits participatius, les societats de garantia recíproca o el mercat alternatiu borsari, però a hores d'ara, tots plegats, encara tenen un paper

molt reduït, i les pimes segueixen tenint grans dificultats per accedir-hi, per diferents motius:

- perquè no estan prou desenvolupats en el mercat, entre altres coses perquè el marc normatiu no ho ha afavorit;
- per la baixa propensió (de vegades per simple desconeixement, per por...) de les pimes a utilitzar sistemes de finançament poc consolidats;
- per les barreres d'entrada, en forma de costos (d'accés, administratius...) massa alts per a les capacitats de les pimes.
- etcètera.

Dit això, és evident que les empreses que volen créixer són un territori adobat per als nous instruments, sobretot quan les condicions bancàries són tan restrictives com les que s'acostumen a donar.

D'altra banda, el finançament públic, a través de l'ICO o l'ICF, va incrementar la seva importància durant la crisi financera com a contrapunt a l'actuació bancària, però la seva actuació ha estat i segueix essent molt limitada en relació a les xifres que mou el finançament bancari. Addicionalment, es troba a faltar finançament de llarg termini per a inversions de creixement i, més genèricament, una llei de finançament empresarial que hauria d'ajudar al creixement de dimensió.

4.2. Impost de Societats

Fins fa poc s'argumentava que el tracte favorable en l'impost de societats per a les empreses de reduïda dimensió desincentivava créixer. No es pot negar que potser era veritat, però la recent reforma fiscal² ha suprimit els dos principals beneficis que hi havia per continuar sent petit:

- a) S'han homogeneïtzat els tipus nominals. El tipus general passa progressivament del 30% al 25%, que era el que s'aplicava a) en les empreses amb menys de 25 treballadors i 5 milions de facturació a partir dels 300.000€ de facturació (fins aquesta xifra el tipus era del 20%), i b) als primers 300.000€ per a aquelles empreses amb facturació inferior a 10 milions d'euros.
- b) També s'ha suprimit la possibilitat d'acollir-se a un tipus del 20% en el cas d'empreses de reduïda dimensió que creaven ocupació.

² Publicada al BOE d'1 de desembre de 2014 amb les lleis 26/2014, 27/2014 i 28/2014.

En aquest sentit, val la pena destacar que, malgrat els privilegis aparents, els tipus efectius d'impost de societats que paguen les grans empreses són inferiors al que paguen les petites. I també cal posar en relleu que els salts de dimensió (a 5M€ i a 10M€ de facturació implicaven canvis en els tipus nominals per una part o la totalitat dels beneficis) no comportaven, als efectes de l'impost de societats, la pèrdua immediata dels tractes favorables, ja que es perllongaven durant 3 anys després de fer el salt de dimensió.

Tanmateix, la gran majoria d'experts consideren que cal oferir un tracte diferenciat a les empreses de menor dimensió perquè tenen una menor capacitat econòmica i de personal. Un tracte més favorable estaria en línia amb el principi de proporcionalitat del sistema tributari. No hi ha tant de consens, però, en com s'han de dissenyar aquests beneficis, ja que alguns defensen un tracte discriminatori limitat a:

- les empreses que es troben en les seves primeres etapes, o bé
- les empreses en procés de creixement.

D'altres, en canvi, consideren que no s'haurien de posar condicionants i que s'haurien de beneficiar totes les empreses de menor dimensió, sense excepcions.

En qualsevol cas es considera necessari un tractament fiscal dissenyat amb criteris de proporcionalitat i progressivitat, sense salts en les escales impositives que puguin condicionar la decisió de les empreses de superar els llindars fixats.

4.3. Requisits formals en fiscalitat

Les empreses de reduïda dimensió es poden acollir a règims simplificats de tributació, cosa que fa que tinguin menys requisits comptables i burocràtics. El tractament favorable respon al fet que la càrrega que suposen aquestes obligacions formals és relativament més gran per a una petita empresa que per a una de gran, atesos els menors recursos econòmics i humans que tenen les primeres.

A diferents nivells de facturació els corresponen càrregues formals diferents: amb més de 150.000€³ de facturació no és possible acollir-se a

³ 250.000€ en el cas d'empreses agrícoles. La recent reforma fiscal ha limitat l'accés als règims simplificats, especialment en el cas de l'estimació objectiva per mòduls, que fins ara tenien uns llindars més alts que els indicats.

l'estimació objectiva per mòduls; als 600.000€ no es permet acollir-se al règim d'estimació directa simplificada; als 5,7 milions d'euros no és possible acollir-se al pla general comptable per a pimes; als 6 milions d'euros de facturació l'empresa es considera gran en termes fiscals, cal fer autoliquidacions mensuals en lloc de trimestrals i existeix una major probabilitat que sigui inspeccionada, per posar alguns exemples.

Pel que fa a la "barrera" dels 6 milions, sembla que és un poderós determinant -sigui per motius reals o per motius psicològics- de la dimensió empresarial. Els experts consideren que un llindar fiscal com aquest mai no hauria de condicionar el creixement de l'empresa.

D'altra banda, la complexitat de les normes existents i els canvis legals continus que es produeixen són un autèntic problema per a les pimes, perquè no tenen capacitat per gestionar-les, a part de generar un marc d'inseguretat jurídica quasi permanent. Aquestes no són bones circumstàncies d'entorn per créixer.

4.4. Incentius fiscals a la capitalització i a la inversió

Sembla obvi que el creixement empresarial requereix polítiques clarament favorables i decidides a augmentar la capitalització de les empreses. La recent reforma fiscal ha incorporat la reserva de capitalització, que permet deduir fins el 10% dels beneficis no distribuïts, una mesura positiva, per bé que de baixa intensitat. Més encara quan al mateix temps s'han suprimit incentius, com ara les deduccions per reinversió de beneficis extraordinaris.

D'altra banda, pel que fa a la innovació, una peça clau per créixer, els experts consideren que hauria de tenir tractaments més favorables que els actuals, i no hi ha dubte que això també aniria en favor d'augmentar la dimensió empresarial.

4.5. La regulació del mercat laboral

La darrera reforma laboral es valora de forma positiva en la mesura que les empreses han guanyat flexibilitat. No obstant això, els canvis introduïts presenten marges de millora, ja que la legislació del mercat laboral actual encara no implica un tracte diferenciat proporcional en relació a la dimensió ni a l'antiguitat de les empreses. I tampoc s'ha explotat el potencial de l'estatut del treballador autònom.

D'altra banda, hi ha dos punts que també poden incidir en la frenada del creixement:

- Les empreses que es plantegen créixer en mercats internacionals es troben amb problemes derivats del fet que alguns costos regulats, com ara la Seguretat Social a càrrec dels empresaris, són dels més alts d'Europa, i això resta competitivitat.
- Créixer en dimensió comporta alguns canvis en matèria de representació sindical (per exemple, es passa de tenir delegats de personal a tenir Comitè d'empresa en superar els 50 treballadors, augmenta el nombre d'hores alliberades a mesura que es creix, etcètera) que són percebuts com a obstacles i poden frenar decisions de creixement.

En les presentacions i en els debats de la jornada "PIME: créixer per competir?" també es va fer esment d'altres accions de l'Administració pública que no ajuden les empreses a créixer. Entre elles, es va posar sobre la taula un poc cuidat prestigi social de la figura de l'empresari, les mancances econòmiques per dotar programes de política industrial ben dissenyats però sense diners, la burocràcia, la baixa qualitat de la regulació del sector elèctric (que fa que les pimes paguin els preus més alts de tot Europa), i altres que, o bé no incentiven créixer, o directament són impediments per fer-ho.

5. Propostes d'actuació per a l'Administració

Créixer o no és una decisió que prenen les empreses sobre la base de les oportunitats, la voluntat de l'empresari i les capacitats de l'empresa. Les administracions, amb les normatives que dicten, poden facilitar o poden obstruir el creixement empresarial.

PIMEC considera que les diferents administracions (central, autonòmica i local) haurien d'impulsar el creixement empresarial en benefici de la competitivitat i del progrés econòmic amb mesures del tipus que es descriuen a continuació:

- Millora de la imatge social de la figura de l'empresari, des de l'educació bàsica fins la superior, passant pels mitjans de comunicació públics.
- Foment de l'emprenedoria, des de l'educació bàsica i tot al llarg del procés d'aprenentatge, inclosa la formació contínua.

- Dotació suficient de recursos als programes d'internacionalització, una via comercial de creixement empresarial.
- Dotació de recursos suficients als programes de política orientats a la reindustrialització.
- Incentiu a les reinversions de beneficis, a través de bonificacions fiscals més atractives que les actuals, així com reduir els límits a la capitalització dels fons propis.
- Impuls decidit a la creació i la utilització d'instruments de finançament empresarial alternatius al clàssic del sector bancari, i establiment d'una llei de finançament empresarial.
- Impuls del crèdit oficial fins a assolir un paper significatiu en el sistema financer, en particular en la inversió de creixement empresarial amb vocació de llarg termini.
- Simplificació de la gran complexitat normativa existent en matèria fiscal, aplicació de sistemes senzills, proporcionals i progressius amb la dimensió empresarial pel que fa als tipus impositius, d'acord amb la facturació, els beneficis i la capacitat econòmica de les empreses.
- Revisió dels requisits burocràtics formals associats al creixement, evitant instrumentar-los amb llindars favorables-desfavorables a l'augment de facturació i/o d'empleats. La discriminació positiva s'ha de fer no perquè les petites empreses segueixin sent petites, sinó perquè creixin.
- D'una manera general, seguint la SBA, les lleis haurien d'estar pensades per a la majoria d'empreses, que són les pimes, i es podrien establir criteris especials per a les grans empreses, però no al revés com es fa ara.
- Establiment d'una legislació laboral que tingui en compte les capacitats i necessitats de les empreses en funció de la seva dimensió i la seva antiguitat, evitant l'existència de llindars que provoquin salts desincentivadors al creixement.
- Tota la normativa hauria d'estar inspirada pel fet d'aconseguir la màxima simplificació administrativa possible, un factor clau, també, per al creixement empresarial i de l'economia en general.