



Cambrà de Comerç
de Barcelona



La contribución económica regional de la empresa familiar. El caso de España

Resumen del artículo "Family versus non-family firms: do they contribute differently to their regional economy?" presentado en la 6ª Conferencia Anual de la International Family Enterprise Research Academy (IFERA). Julio 2008.

Autores:

Josep Llach Pagès, Pilar Marquès Gou, Andrea Bikfalvi - Cátedra Cambrà de l'Empresa Familiar de la Universitat de Girona

En las últimas décadas se están realizando importantes esfuerzos para comprender mejor el papel de la empresa familiar (EF) a todos los niveles y para medir su impacto económico en muchos países. En Europa, las EF, que en buena parte son PIMES, son la columna vertebral de la economía. Por ejemplo, según Miguel Ángel Gallo en el año 1995 las EF representaban en España el 17% de las 100 más grandes empresas en España, el 23% de las 1000 empresas más grandes, y el 71% de las empresas con ventas superiores a 2 millones de dólares. Valores aproximados que aun continúan vigentes.

Aparte de su predominio numérico, se presupone que el impacto de las EF es también cualitativamente importante, porque las EF se comportan de forma distinta a las empresas no familiares (EnoF) y, en consecuencia tienen resultados y causan impactos distintos.

Para responder a esta suposición, el presente artículo explora mediante cinco dimensiones como la empresa puede ejercer su impacto en la economía con el objetivo de averiguar si hay diferencias de impacto entre EF y EnoF. Tres de las dimensiones son las catalogadas como clásicas: creación de riqueza, generación de empleo y crecimiento, habituales en la literatura de la EF. Mientras que las dos restantes surgieron del estudio de los trabajos sobre la economía de la pequeña y mediana empresa: innovación e impacto regional.

Metodología

Hasta la actualidad, no existían en España evidencias empíricas a gran escala sobre el comportamiento y resultados de centros de fabricación, que además distingan si es EF o EnoF. Aunque existen encuestas con una base metodológica sólida y un alto nivel de estandarización, no contemplan la distinción entre EF y EnoF. Los datos para el presente estudio provienen de la edición 2006 de la Encuesta Europea de Innovación en Producción en España (European Manufacturing Survey, EMS – Spain). Uno de los aspectos diferenciadores de esta encuesta respecto a otras iniciativas llevadas a cabo a nivel nacional o internacional es su acercamiento holístico a la innovación y la complejidad del sistema productivo. En la primera edición EMS 2006 la muestra consistió en 151 empresas de las cuales 99 son EF.



Para comparar detalladamente las diferencias cualitativas entre EF y EnoF a través de las cinco dimensiones detectadas en la literatura se utilizó un método estadístico de emparejamiento o matching. Mediante este método se encontraron 22 parejas formadas por una EF y una EnoF. Las variables utilizadas para aparear fueron el código NACE, tamaño, edad, posición de la empresa dentro de la cadena de valor del sector y su complejidad productiva.

Resultados

Creación de riqueza

Las EnoF superan las EF en términos de ventas absolutas por ambos años de referencia 2003 y 2005. Sin embargo, la diferencia de volumen es más reducida y no es estadísticamente significativa según prueba no paramétrica de Mann-Whitney U. Inversamente, considerando una medida de rendimiento financiero tal como es el indicador de retorno en ventas, las EF rinden mejor en promedio que las EnoF, aunque la diferencia no sea estadísticamente significativa.

Generación de empleo

Según los resultados obtenidos, las EF tienen menos empleados, aunque la diferencia no sea estadísticamente significativa. En términos cualitativos, las EF superan las EnoF. Por ejemplo, las EF tienen empleados con grados educativos más altos. También cuentan con un número más elevado de personal de alto valor añadido confirmado por el personal I+D, frecuentemente más educado y con múltiples habilidades, teniendo un porcentaje más elevado del total de los empleados en las EF. Por otra parte, los empleados a tiempo parcial cuentan casi el doble en la EF, en promedio. Además, los empleados de las EF parecen mejor pagados cuando se analiza el ítem costes de personal como parte de ventas totales.

Crecimiento

Mediante esta dimensión se capturan los cambios dinámicos en el impacto económico en ventas y empleo en el período 2003-2005. Mientras las EF experimentaron una tendencia positiva tanto en empleo como en ventas las EnoF muestran una tendencia decreciente en empleados y un periodo de casi estancamiento en términos de ventas. La diferencia es considerable y estadísticamente significativa.

Este hecho plantea la cuestión del porqué de su menor dimensión, pese a su alto crecimiento. En nuestra opinión este hecho se relaciona con el ciclo de vida de las EF.

Innovación



Cambra de Comerç
de Barcelona



La cuarta dimensión en nuestro planteamiento es el impacto en la innovación. Uno de los aspectos originales de esta investigación es el hecho de tener acceso a la información relativa a innovación junto con la distinción entre EF y EnoF. Esto permitió a los autores analizar un elevado y detallado número de variables relativas a la innovación:

% ventas debido a productos maduros

Productos fabricados de más de 10 años

Gasto I+D respecto al total facturación

Inversión en maquinaria y equipamiento (Mill. €)

% ventas de nuevos productos para el mercado del total ventas

La empresa ha introducido nuevos productos para el mercado

% ventas de nuevos productos del total ventas

La empresa ha introducido nuevos productos

En contraposición de la literatura previa, las EF tienen valores medios más altos para todas las variables relativas a la innovación. Sin embargo la diferencia es solamente significativa para la introducción de productos nuevos para el mercado. La distinción de los nuevos productos para la empresa de nuevos productos para el mercado es relevante puesto que el grado de novedad de productos es determinante cuando se distingue entre innovación e imitación. Estos resultados también se confirman al encontrar que las EF tienen un número perceptiblemente más pequeño de productos maduros (productos que se hayan producido y vendido por más de 10 años), aunque produzcan un porcentaje más alto de ventas.

Impacto regional

Para analizar el impacto regional se utilizaron dos variables, el comportamiento importador/exportador y la capacidad de cooperación con centros de investigación/universidades y otras empresas teniendo en cuenta su alcance geográfico.

Respecto al comportamiento importador/exportador las EF se diferencian de las EnoF por tener menos exportaciones pero más importaciones que las EnoF, es decir que afirman tener proveedores más globales y vender más localmente.

Por otra parte, entre los varios tipos de socios por grado de proximidad geográfica, las EF colaboran más a menudo con los socios locales en el caso de la cooperación con instituciones de investigación, y utilizan igualmente socios nacionales e internacionales para establecer acuerdos de cooperación horizontal. Las EnoF tienen un patrón distinto de cooperación. Al cooperar con las instituciones de investigación prefieren igualmente socios regionales y nacionales y tienen una cooperación horizontal más predominante con los socios nacionales.



Cambra de Comerç
de Barcelona



Discusión

La aproximación de la literatura al impacto de las EF en la economía se ha realizado de múltiples formas. En el caso de este artículo hemos utilizado cinco dimensiones para comparar el posible impacto diferenciado de dos muestras de empresas similares pero diferentes en términos de ser o no familiar. El resultado es que hay algunas diferencias significativas en tal impacto, pero no parecen estar en las dimensiones estándar de rendimiento consideradas por la literatura.

En conclusión, nuestros resultados indican que controlando por sector y subsector, tamaño y características tecnológicas y de producción, el impacto diferenciado de la EF no está tanto en términos cuantitativos como ventas o empleo, pero sí en aspectos más cualitativos como la “calidad” del empleo, y la “calidad” de ventas. Además, podríamos considerar los niveles más altos de innovación como una estrategia para producir productos “cualitativamente” distintos de los de otras empresas menos innovadoras. En esta misma dirección, consideramos que el grado más alto de cooperación indica una manera diferenciada de producir o de desarrollar sus productos.