

Índice

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO PRIMERO	
LA PYME	19
<i>(Marta Otero Moreno)</i>	
I. Distribución óptima de empresas	19
II. Comparativa internacional de la distribución óptima de empresas por tamaño	21
1. La distribución del empleo en Europa	28
2. Diferencias en la distribución del empleo entre Europa y Estados Unidos	32
CAPÍTULO SEGUNDO	
EL SECTOR EMPRESARIAL ESPAÑOL	35
<i>(Marta Otero Moreno)</i>	
I. La dinámica de la pyme en España	42
CAPÍTULO TERCERO	
FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES EN ESPAÑA	49
<i>(Joaquín J. Blanco García-Lomas y Pablo Almagro Cordón)</i>	
I. Factores culturales y socioeconómicos	49
1. Formación y espíritu emprendedor	50
a) Situación del sistema educativo en España	51
b) Situación del espíritu emprendedor en España	55
c) Propuestas de reforma para España	57
2. Innovación	62
a) Situación de la innovación en la estructura económica y empresarial española	64
b) Propuestas de reforma para España	69
3. Internacionalización y cooperación empresarial	71
a) Situación de la internacionalización y de la cooperación de las empresas españolas en un entorno comparado	76
b) Propuestas de reforma para España	85

II. Factores financieros	88
1. Evolución del sector financiero en España	90
2. Estructura de financiación de las empresas en España	99
a) Fuentes de financiación propias	99
b) Fuentes de financiación ajenas	104
i) Financiación bancaria	104
ii) Financiación comercial	107
iii) Instrumentos públicos de financiación	108
iv) Financiación especializada	116
c) Evolución de las fuentes de financiación en España	124
3. Evolución de la demanda de financiación por parte de las empresas en España con relación a otros países europeos	126
4. Problemas financieros de las pymes y medidas adoptadas para su solución	130
III. Factores institucionales	137
1. Marco jurídico	137
a) Factores de entrada	138
b) Factores de salida	145
2. Marco laboral	158
a) Situación del mercado laboral español	158
b) Factores que inciden en el comportamiento del mercado de trabajo español	166
c) Propuestas de reforma para España	169
3. Fiscalidad	174
a) Situación del sistema tributario español	175
b) Propuestas de reforma para España	178

CAPÍTULO CUARTO

EL CASO PARTICULAR DE LA PYME EN ALEMANIA 185

(Santiago García Echevarría)

I. El <i>Mittelstand</i> en Alemania y su singularidad	185
II. <i>Mittelstand</i> en su dimensión societaria	189
III. Realidad económica y societaria del <i>Mittelstand</i>	191
1. Impacto económico y societario (la dimensión estadística) . . .	193
a) Crecimiento y ocupación	199
b) Internacionalización y volumen de ventas en el exterior . .	200
c) Rentabilidad sobre ventas, 2005-2011	203
d) Cuota de capital propio en el <i>Mittelstand</i> , 2002 y 2011 . . .	205
e) Financiación de las inversiones	207
2. Las grandes empresas familiares en el <i>Mittelstand</i>	208
a) Áreas de actividad que abarcan	209

b) Capacidad de generación de empleo.	210
c) Capital propio de las «grandes empresas familiares»	211
d) Disponibilidad de créditos bancarios.	213
e) Rentabilidad del capital	214
f) Rentabilidad sobre ventas	216
g) Exportaciones de la «empresa familiar»	216
3. <i>Hidden Champions</i> : la clave económica del <i>Mittelstand</i> alemán	217
a) Perfil de innovación.	221
b) Perfil de ventas	221
c) Perfil de personal.	223
d) Perfil de antigüedad de estas empresas.	223
e) Perfil de productos	224
4. Valoración de los <i>Hidden Champions</i>	224
a) Factor innovación y tecnología-focalización y profundización	225
b) Factor competencia	225
c) Factor liderazgo	226
d) Factor empresa y orientación.	226
e) Factor proximidad al cliente	227
f) Factor confianza y desarrollo de los CEO'S	228
g) Factor estructura financiera	229
h) Factor formación técnica y profesional	230
i) Factor organización empresarial	231
j) Factor localización empresarial	231
IV. El espacio económico-social del <i>Mittelstand</i> : conclusiones	232
1. Su fuerza globalizadora	235
a) Focalización.	235
b) Investigación y Desarrollo	236
c) Internacionalización.	236
d) Formación profesional.	236
e) Dispersión y arraigo social	237
f) Información exterior	237
g) Cultura económica y empresarial.	238
h) Crecimiento y liderazgo.	238
2. Su fuerza estratégica	239
a) Estrategia de focalización	239
b) Orientación al cliente y proximidad	240
c) Altas prestaciones y competitividad.	240
d) Innovación.	240
3. Su fuerza organizativa	241
a) Política de personal	241

b) Utilización eficiente de los recursos	242
c) Dirección y <i>management</i>	242
d) Impacto de la estructura financiera	243
CAPÍTULO QUINTO	
CONCLUSIONES.	245
ANEXOS	
Anexo A. PIB, número total de trabajadores y Valor Añadido de las pymes de las cinco mayores economías de la Unión Europea (2007-2013)	255
Anexo B. Tasa Bruta de Entrada (TBE), Tasa Bruta de Salida (TBS) y Tasa Neta de Entrada	257
Anexo C. Tasa de supervivencia empresarial	261
Anexo D. Clasificaciones de Actividades Económicas y clasificación de las pymes	263
I. Clasificación de Actividades Económicas	263
II. Clasificación de las pymes	265
Anexo E. Agregación del sector de las manufacturas en función de la intensidad tecnológica y del sector de los servicios en función de la intensidad del conocimiento	267
I. Agregación del sector de las manufacturas en función de la intensidad tecnológica	267
II. Agregación del sector de los servicios en función de la intensidad del conocimiento	268
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	271