2020

DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE LAS PYMES DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

ÍNDICE

1

LA PYME DE LA IAB A ESTUDIO

1A. El Estudio
1B. Las Pymes de la IAB
1C. Perfil de las empresas encuestadas

2

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2A. Volumen de ingresos post-Covid y motivos
2B. Endeudamiento, obligaciones de pago y financiación
2C. Medidas frente al Covid y Personas

3

OPORTUNIDADES, RETOS, OBSTÁCULOS Y NECESIDADES PARA EL CRECIMIENTO

3A. Preocupaciones y retos
3B. Capacidad productiva interna
3C. Crecimiento operaciones corporativas y fondos
3D. Relevo generacional, dependencia de la propiedad y género
3E. Política y estructura comercial
3F. Medidas frente a la COVID-19

4

CONCLUSIONES

5

NOTAS

6

FICHA Y FUENTES

1. LA PYME DE LA IAB A ESTUDIO

1. LA PYME DE LA IAB A ESTUDIO

1A. EL ESTUDIO

La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), está trabajando en un **Plan de Dinamización de las pymes del sector**, en base a cinco ejes: autodiagnóstico digital, guía digital de internacionalización, formación, web PYME y diagnóstico de necesidades.

En esta fase preliminar para la elaboración del Plan, se busca profundizar y conocer de primera mano las necesidades reales y específicas de las pymes del sector, previo análisis de su situación actual, de las medidas adoptadas para hacer frente a la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19, así como de diferentes parámetros relacionados con el futuro de la empresa, la productividad, la política comercial o el crecimiento. Todo ello encaminado a que las acciones posteriores que vaya a llevar a cabo FIAB estén más enfocadas hacia el impulso de su desarrollo, crecimiento y competitividad. Se trata, en resumen, de hacer una "toma de temperatura" de todos los subsectores que agrupan las PYMES de la IAB en España.

Para llevar a cabo dicho trabajo, FIAB ha contado con los servicios de la consultora de estrategia y organización española TACTIO, que ha elaborado el presente estudio a partir de dos acciones principales:

- Una encuesta cuantitativa, enviada a todas las empresas de las asociaciones que pertenecen a FIAB, así como a las empresas del sector existentes en las bases de datos de TACTIO, y que ha contado con la participación activa de 351 empresas del sector (1,14% de la totalidad de las empresas de la IAB existentes en España).

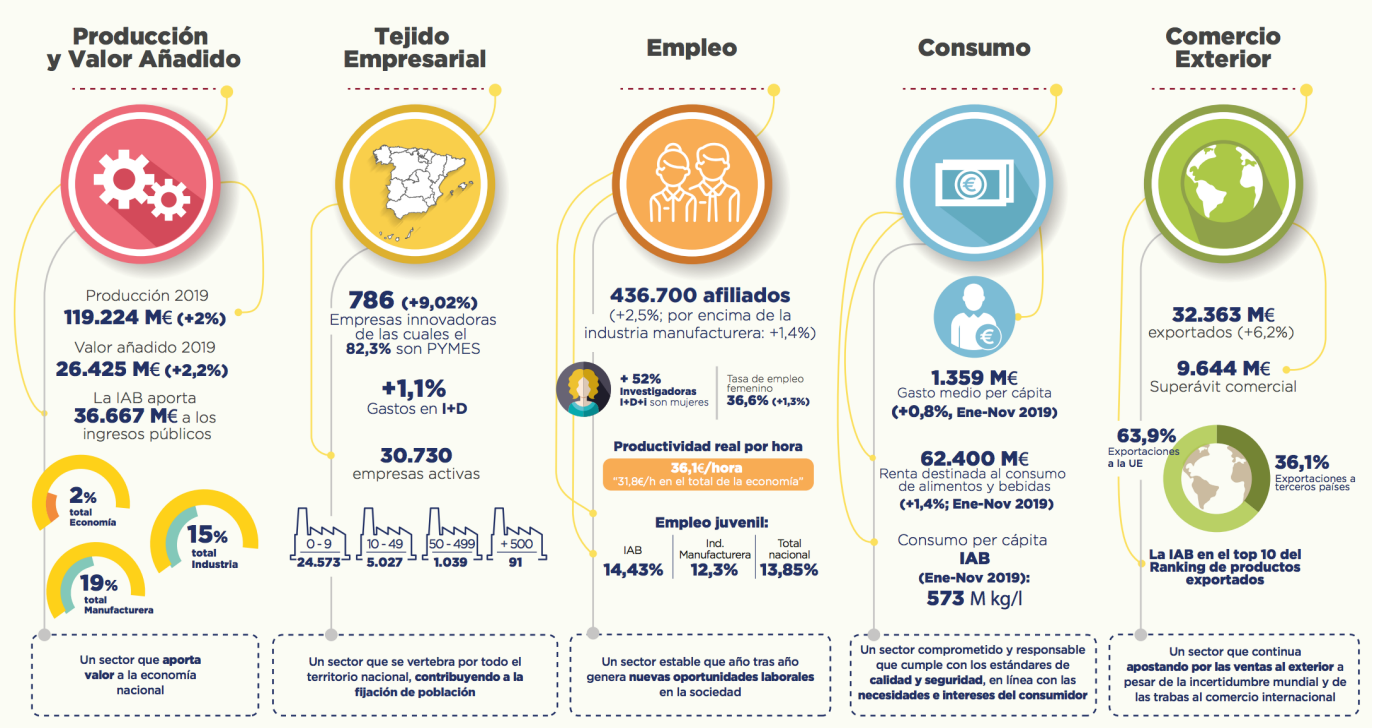
- Y una encuesta cualitativa en la que se profundiza en algunos de los aspectos abordados en la cuantitativa de manera más superficial y que se ha realizado por videoconferencias y entrevistas telefónicas a responsables de 36 PYMES, así como a varios de los colectivos empresariales pertenecientes a FIAB que habían manifestado su voluntad de participar activamente en esta parte del estudio. La selección de empresas se ha realizado con el objetivo de equilibrar las respuestas de la cuantitativa, de manera que estén representadas las PYMES de todos los subsectores, tamaños y Comunidades Autónomas, de cara a que las conclusiones sean más sólidas.

1B. LAS PYMES DE LA IAB

La industria de alimentación y bebidas española ocupa el cuarto puesto en valor de cifra de negocios en la Unión Europea, con un 9,97%, solo por detrás de Francia (19,14%), Alemania (17,11%) e Italia (11,46%), y por delante de Reino Unido (9,96%).

En España, dentro del sector industrial, la industria de alimentación y bebidas es la primera rama manufacturera. De las más de 30.700 empresas de la IAB, el 16,36% (5.027) cuentan con entre 10 y 49 personas empleadas, mientras que el 79,96% de ellas (24.573) tienen menos de 10 personas empleadas

Esta infografía resume perfectamente los principales datos del sector[1]:



Fuente. Informe Económico 2019 (FIAB) y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Para evitar tener una foto distorsionada en la elaboración del diagnóstico de necesidades, es necesario conocer la distribución territorial, sectorial y por tamaño de las empresas de la IAB, con el objetivo de obtener unos resultados representativos y fieles a la realidad.

DISTRIBUCIÓN EMPRESAS IAB POR CCAA Y NÚMERO DE EMPLEADOS

Comunidad Autónoma	Total empresas (% sobre el total nacional)	Total empresas 10-199 personas (% sobre el total nacional)	Empresas de menos de 10 personas (Porcentaje sobre el total de la CA)	Empresas de entre 10 y 49 personas (Porcentaje sobre el total de la CA)	Empresas +200 personas (Porcentaje sobre el total nacional)
TOTAL EMPRESAS IAB	30.730				
Andalucía	5.647 (18,5%)	1.049 (17,8%)	4.598 (81,42%)	934 (16,54%)	27 (9,75%)
Catalunya	3.816 (12,4%)	898 (15,3%)	2.848 (74,63%)	728 (19,08%)	70 (25,27%)
Castilla y León	3.073 (10%)	520 (8,8%	2.538 (82,59%)	443 (12,42%)	15 (5,41%)
Galicia	2.526 (8,2%)	408 (6,9%)	2.094 (82,90%)	347 (13,74%)	29 (8,30%)
C. Valenciana	2.514 (8,2%)	513 (8,7%)	1.972 (78,44%)	437 (17,38%)	29 (10,47%)
Castilla-LM	2.404 (7,8%)	374 (6,4%)	2.015 (83,82%)	322 (13,39%)	15 (5,41%)
C. Madrid	1.666 (5,4%)	382 (6,5%)	1.261(75,69%)	322 (19,33%)	23 (8,30%)
Extremadura	1.425 (4,6%)	207 (3,5%)	1.215 (85,26%)	186 (13,05%)	3 (1,08%)
País Vasco	1.392 (4,5%)	272 (4,6%)	1.106 (79,45)	246 (17,67%)	14 (5,05%)

Comunidad Autónoma	Total empresas (% sobre el total nacional)	Total empresas 10-199 personas (% sobre el total nacional)	Empresas de menos de 10 personas (Porcentaje sobre el total de la CA)	Empresas de entre 10 y 49 personas (Porcentaje sobre el total de la CA)	Empresas +200 personas (Porcentaje sobre el total nacional)
Canarias	1.110 (3,6%)	181 (3,1%)	923 (83,15%)	156 (14,05%)	6 (2,17%)
Región Murcia	1.084 (3,5%)	274 (4,7%)	793 (73,15%)	229 (21,12%)	17 (6,14%)
Aragón	1.042 (3,4%)	192 (3,3%)	843 (80,90%)	162 (15,55%)	7 (2,53%)
P. de Asturias	690 (2,2%)	119 (2,0%)	569 (82,46%)	109 (15,80%)	2 (0,72%)
La Rioja	675 (2,2%)	135 (2,3%)	534 (79,11%)	112 (16,59%)	4 (1,44%)
Islas Baleares	606 (2,0%)	116 (1,9%)	489 (80,69%)	108 (17,82%)	1 (0,36%)
C.F. Navarra	590 (1,9%)	147 (2,5%)	426 (72,20%)	107 (18,14%)	17 (6,14%)
Cantabria	409 (1,3%)	87 (1,5%)	319 (77,99%)	76 (18,58%)	3 (1,08%)

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

Analizando la distribución de las empresas de la IAB por CCAA y tamaño, podemos concluir que existe una correlación entre aquellas comunidades más industrializadas y el tamaño de las empresas de la IAB. Las CCAA que tienen menor peso del sector industrial se corresponden con aquellas que tienen mayor porcentaje de pequeñas y medianas empresas de la IAB, y que tienen mayor porcentaje de microempresas de la IAB, como son Andalucía, Castilla y León, Galicia, Castilla-La Mancha, Extremadura, Asturias, etc. Por su parte, la Comunidad Foral de Navarra, Catalunya, Murcia y Madrid son las cuatro regiones en las que, porcentualmente, más peso tienen las empresas de más de 200 personas empleadas.

Por subsectores:

- **Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias, agrupan al 38,3% de las empresas (11.745 empresas)**
- **Fabricación de bebidas suponen el 17,4% (5.356)**
- **Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos suma al 12,1% de las empresas (3.705)**
- **Fabricación de productos lácteos, 5,7% (1.756)**
- **Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales, 5,6% (1.708)**
- **Procesado y conservación de frutas y hortalizas, 4,7% (1.452)**
- **Fabricación de productos para la alimentación animal, 2,5% (782)**
- **Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 2,1% (639)**
- **Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos, 1,3% (409)**
- **Fabricación de otros productos alimenticios, 10,3% (3.178)**

Respecto del **peso de los diferentes subsectores en cada Comunidad Autónoma**, esta sería la distribución[2]:

DISTRIBUCIÓN EMPRESAS IAB POR CCAA, SUBSECTORES, TAMAÑO DE EMPRESAS Y FACTURACIÓN

Comunidad Autónoma	Subsector principal (número de empresas 10-199 personas)	Segundo subsector (número de empresas 10-199 personas)	Número total de empresas 10-199 personas (% sobre el total nacional 5.880)	Subsector principal (facturación en la región)	Segundo Subsector principal (facturación en la región)
Andalucía	Panadería y pastas alimenticias (330)	Aceites y grasas (204)	1.049 (17,8%)	Aceites y grasas vegetales y animales (5,6 mil M)	Bebidas (1,7 mil M)
Catalunya	Panadería y pastas alimenticias (224)	Industria cárnica (221)	898 (15,3%)	Industria cárnica (7,4 mil M)	Bebidas (3,8 mil M)
Castilla y León	Industria cárnica (198)	Panadería y pastas alimenticias (104)	520 (8,8%)	Industria cárnica (2,1 mil M)	Productos lácteos (1,4 mil M)
Galicia	Panadería y pastas alimenticias (162)	Industria del pescado (80)	408 (6,9%)	Industria del pescado (3,1 mil M)	Industria cárnica (1,2 mil M)
C. Valenciana	Panadería y pastas alimenticias (141)	Otros productos alimenticios (104)	513 (8,7%)	Otros productos alimenticios (2 mil M)	Industria cárnica (1,2 mil M)
Castilla-LM	Bebidas (106)	Industria cárnica (61)	374 (6,4%)	Otros productos alimenticios (1,9 mil M)	Productos lácteos (1,5 mil M)
C. Madrid	Panadería y pastas alimenticias (116)	Industria cárnica (86)	382 (6,5%)	Otros productos alimenticios (1,9 mil M)	Bebidas (1,8 mil M)
Extremadura	Industria cárnica (62)	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (28)	207 (3,5%)	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (0,54 mil M)	Industria cárnica (0,42 mil M)
País Vasco	Panadería y pastas alimenticias (95)	Bebidas (67)	272 (4,6%)	Bebidas (1 mil M)	Otros productos alimenticios (0,47 mil M)

Comunidad Autónoma	Subsector principal (número de empresas 10-199 personas)	Segundo subsector (número de empresas 10-199 personas)	Número total de empresas 10-199 personas (% sobre el total nacional 5.880)	Subsector principal (facturación en la región)	Segundo Subsector principal (facturación en la región)
Canarias	Panadería y pastas alimenticias (93)	Bebidas (24)	181 (3,1%)	Bebidas (0,31 mil M)	Productos lácteos (0,25 mil M)
Región Murcia	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (73)	Panadería y pastas alimenticias (62)	274 (4,7%)	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (1,7 mil M)	Bebidas (1,2 mil M)
Aragón	Industria cárnica (45)	Panadería y pastas alimenticias (40)	192 (3,3%)	Industria cárnica (2,6 mil M)	Alimentación animal (1,1 mil M)
P. de Asturias	Panadería y pastas alimenticias (49)	Industria cárnica (26)	119 (2,0%)	Productos lácteos (1,1 mil M)	Otros productos alimenticios (0,22 mil M)
La Rioja	Bebidas (67)	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (25)	135 (2,3%)	Bebidas (0,67 mil M)	Industria cárnica (0,59 mil M)
Islas Baleares	Panadería y pastas alimenticias (47)	Bebidas (20)	116 (1,9%)	Otros productos alimenticios (0,08 mil M)	Bebidas (0,06 mil M)
C.F. Navarra	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (32)	Bebidas (32)	147 (2,5%)	Preparación y conservación de frutas y hortalizas (1,5 mil M)	Otros productos alimenticios (0,5 mil M)
Cantabria	Industria del pescado (38)	Panadería y pastas alimenticias (30)	87 (1,5%)	Productos lácteos (0,37 mil M)	Industria del pescado (0,21 mil M)

Fuente. Elaboración propia, a partir de bases de datos del INE, TACTIO y FIAB.

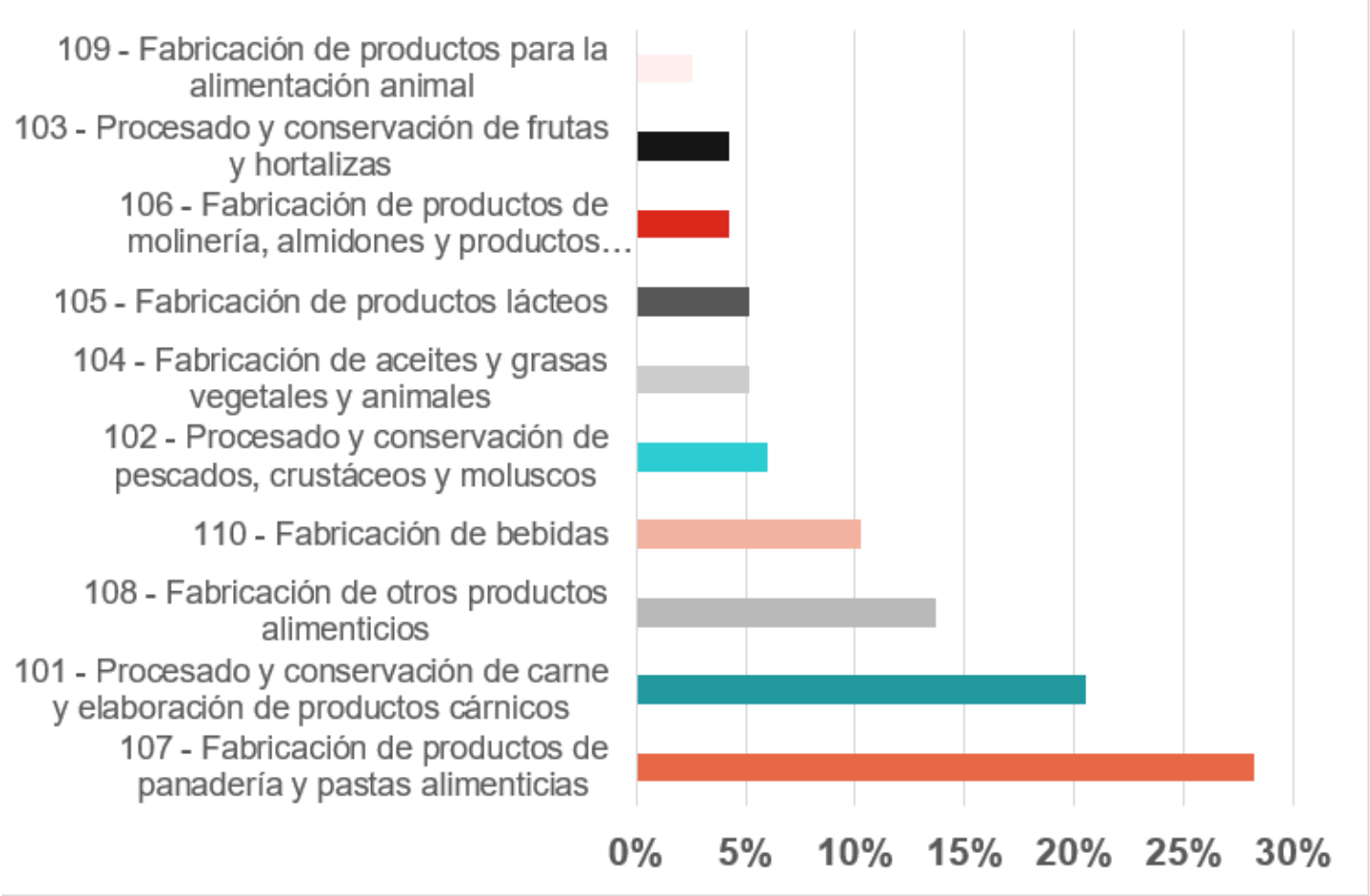
1C. PERFIL DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS Y ENTREVISTADAS

El cuestionario online se divide en tres bloques: perfil de la empresa, situación y necesidades. Respecto a perfil de las empresas encuestadas, se les pregunta por el subsector al que pertenece, la facturación anual, el número de personas empleadas y el territorio en el que se ubican. Entrando en el análisis de las respuestas por subsectores de la IAB por CNAE, podemos ver reflejada su representatividad: porcentaje de respuestas del subsector respecto al número total de empresas existentes.

RESPUESTA POR SUBSECTOR

- **Panadería y pastas alimenticias el 28,2% (38,3%)**
- **La industria cárnica ha protagonizado el 20,5% de las respuestas (12,1%)**
- **Fabricación de bebidas el 10,3% (7,4%)**
- **La industria de procesado de pescados, crustáceos y moluscos el 5,9% (2,1%)**
- **Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales el 5,1% (5,6%)**
- **Fabricación de productos lácteos el 5,1% (5,7%)**
- **Las empresas de fabricación de molinería y almidones, el 4,3% (son el 1,3%)**
- **Procesado y conservación de frutas y hortalizas el 4,3% (4,7%)**
- **Productos de alimentación animal 2,6% (2,5%)**
- **El 13,7% de quienes han respondido fabrican otros productos alimenticios (10,3%)**

RESPUESTAS DE EMPRESAS A LA ENCUESTA CUANTITATIVA SEGÚN SUBSECTOR



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Sobre la facturación anual de las empresas participantes en la encuesta cuantitativa, el 21% están por encima de los 20 millones de euros.

RESPUESTA POR FACTURACIÓN

Sobre la facturación anual de las empresas participantes en la encuesta cuantitativa, el 21% están por encima de los 20 millones de euros; otro 21% entre 10 y 20 millones; un 16% entre 5 y 10 millones; un 23% entre 2,5 y 5 millones; y casi un 19% entre 1 y 2,5 millones.

RESPUESTA POR EMPLEADOS

Teniendo en cuenta el tamaño por número de personas empleadas de las empresas que han respondido a la encuesta, esta es la distribución, condicionada por el tipo de relación con las empresas que desarrollan FIAB y TACTIO [3]:

12,4% son microempresas

57,5% son empresas de entre 10 y 49 personas empleadas, pequeñas empresas;

26,5% son medianas empresas, de entre 50 y 249 personas empleadas

El 3,5% de las empresas que han respondido son grandes, de más de 250 personas.

MICROEMPRESAS:

12,4%

PEQUEÑAS EMPRESAS:

57,5%

EMPRESAS MEDIANAS:

26,5%

EMPRESAS GRANDES:

3,5%

2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2A. VOLUMEN DE INGRESOS POST-COVID Y MOTIVOS

En el bloque sobre la situación de las empresas encuestadas, se pregunta por la afección de la crisis originada por el COVID-19 en la evolución de ingresos de las empresas, así como por sus causas. También se analiza el nivel de endeudamiento de la empresa, las preocupaciones relacionadas con las obligaciones de pago, la financiación con avales del Estado, las medidas que se han tenido que tomar para hacer frente a la crisis, los ERTE y la previsión sobre la evolución del número de personas contratadas a finales del 2020.

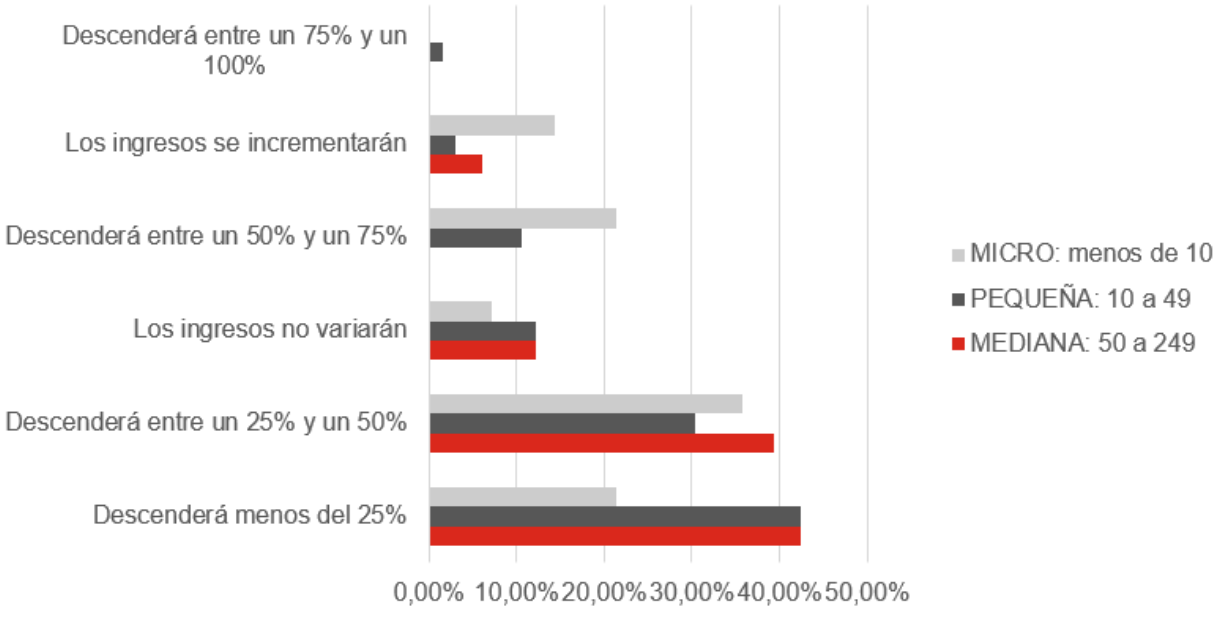
A la pregunta sobre la previsión de evolución de los **ingresos al cierre del ejercicio del 2020, en el 82% de los casos estos descenderán el debido a la crisis del COVID-19:** para un 40,7% descenderán menos del 25%, para un 31,9% descenderán entre un 25 y un 50% y para casi el 9% el descenso estará entre un 50 y un 75% de los ingresos. **Para el 11,5% de las empresas los ingresos no variarán y para un 6% los ingresos se incrementarán**.

Si analizamos el dato en función del tamaño de la empresa encuestada, en las empresas medianas (entre 50 y 249 personas), el descenso será menor del 25% en casi 5 de cada 10 empresas, en las empresas pequeñas encuestadas (entre 10 y 49 personas), ese descenso lo sufrirán 4 de cada 10 empresas y en las microempresas (menos de 10 personas), 2 de cada 10 bajarán en ese porcentaje.

La facturación descenderá entre un 25 y un 50% prácticamente de la misma forma en las empresas medianas, pequeñas y microempresas: en 3 de cada 10.

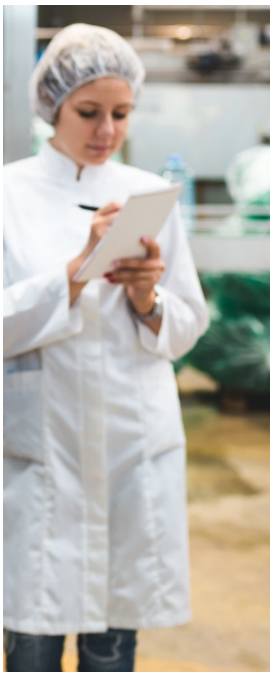
Sin embargo, los ingresos no variarán para el 13,3% de las empresas medianas, para el 12,3% de las pequeñas y para el 7% de las microempresas. Ninguna empresa mediana sufrirá una caída de entre el 50 y el 75%, mientras que esto sí ocurrirá en 1 de cada 10 empresas pequeñas y en 2 de cada 10 empresas micro.

RESPUESTAS PYMES INGRESOS CIERRE 2020



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

La conclusión parece clara a este respecto: **a mayor tamaño de la PYME, menor es el descenso previsto en el volumen de ingresos** para finales del 2020.



Si tomamos en consideración cada uno de los diez **subsectores** de la industria según CNAE:

- En la industria cárnica, el 41,7% de las empresas calcula un descenso de entre el 25 y el 50% de su facturación, mientras que para el 16,7% no variará.
- En pescados, crustáceos y moluscos, un 57,1% dice que descenderá por debajo del 25% y el 14,3% afirma que los ingresos incrementarán.
- En frutas y hortalizas, 6 de cada 10 empresas descenderá menos del 25%.
- En aceites y grasas, hay un poco de todo, aunque para un tercio de las empresas participantes los ingresos no variarán.
- En lácteos, los ingresos descenderán por debajo del 25% para dos tercios de las empresas participantes.
- 8 de cada 10 empresas de molinería y almidones descenderá por debajo del 25%.
- En panadería y pastas, el 45,5% sufrirá descensos por debajo del 25%, pero más de 1 de cada 4 empresas descenderá entre un 25 y un 50%, mientras que para el 9% los ingresos crecerán.
- Para quienes fabrican otros productos alimenticios, los datos son prácticamente calcados a los de panadería y pastas, aunque el porcentaje de quienes incrementarán sus ingresos es mayor, alcanzando el 12,5%.
- La alimentación animal no sufrirá tanto a este respecto, a la luz de los datos de la encuesta, dado que 2 de cada 3 no verá variación en sus ingresos y 1 de cada 3 descenderá por debajo del 25%.
- Por el contrario, la industria de las bebidas, si parece que sufrirá más, puesto que 2 de cada 3 descenderán entre un 25 y un 50% sus ingresos y 1 de cada 3 por debajo del 25%. Pero todas las empresas encuestadas descenderán.

VINCULACIÓN CON LA HOSTELERÍA O LA GRAN DISTRIBUCIÓN

En el estudio cualitativo, son varias las personas con empresas de muy diferentes ámbitos que señalan que su facturación caerá en torno al 30% y que, por tanto, entienden que entra dentro de lo normal una caída en el conjunto del sector de entre el 25 y el 30% de los ingresos en este ejercicio. Una caída que se prevé aún mayor en aquellos subsectores muy dependientes de la hostelería local: pequeñas empresas de café, cerveza, licores, etc.

Lógicamente, esta caída es menor en aquellos subsectores cuyas estrategias de entrada en la gran distribución ya estaban consolidadas. En este sentido, en el estudio cuantitativo se observaba que en subsectores como el de los pescados, crustáceos y moluscos, la panadería y pastas o en el de otros productos alimenticios, más del 10% de las empresas afirmaban que verán crecer sus ingresos al final del ejercicio. Y en el cualitativo **se ha entrevistado a empresas que han llegado duplicar sus ingresos con relación al 2019, todas ellas fuertemente vinculadas a la gran distribución**.

Centrándonos **en las empresas que verán descendidos sus ingresos, 6 de cada 10 empresas confiesan que se ha debido a una falta de demanda**; un 20% han sufrido descensos debido al cierre o reducción de actividad por obligación legal; y un 3% lo ha hecho por otras razones y casi un 20% no han seleccionado ninguna de las opciones.

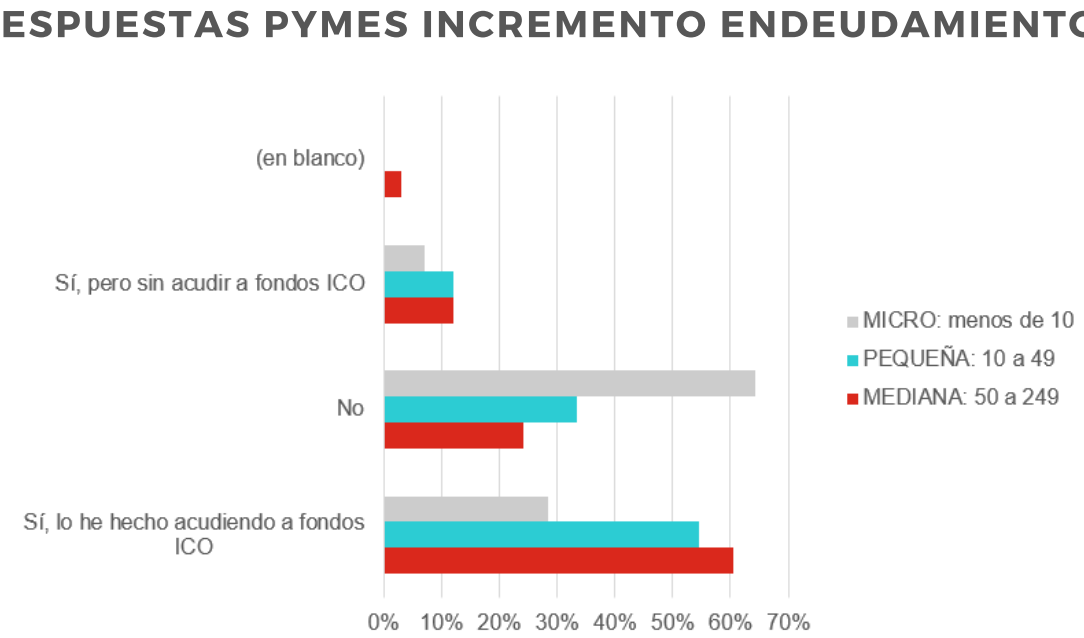
Nuevamente, sea casualidad o no, **el tamaño importa: la falta de demanda afecta más a la pequeña empresa que a la mediana.** Así, el 43% de las empresas medianas seleccionaron esta opción, mientras que en las pequeñas esta fue la respuesta del 71% de las empresas.

También es algo que se ve en el cualitativo: las pequeñas empresas entrevistadas, confiesan sufrir esa caída en mayor medida que las medianas.

No se han detectado diferencias entre subsectores por la bajada de ingresos debido al cierre o reducción de actividad por obligación legal. Sin embargo, la bajada de ingresos por falta de demanda, sí **se da por encima de la media general del sector en los subsectores de frutas y hortalizas** (a esta razón se achaca todo el descenso de ingresos), **en el de bebidas** (se da en el 75%) **y en el aceites y grasas** (se da en casi 7 de cada 10 empresas).

En el estudio cualitativo, aunque también se sigue la tendencia de responsabilizar mayoritariamente a la falta de demanda y, en menor medida, a la reducción de actividad por obligación legal en todos los subsectores, desde el sector de los fabricantes de **harinas y sémolas** se indica que la caída se debe en un 100% debido a una falta de demanda.

2B. ENDEUDAMIENTO, FINANCIACIÓN, OBLIGACIONES DE PAGO Y PERSONAS



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

ENDEUDAMIENTO

En torno a **un 35% de las empresas encuestadas no se han endeudado** más en esta crisis. Hay diferencias en cuanto al tamaño, también en esta respuesta: a menor tamaño, menor porcentaje de empresas endeudadas. No se han endeudado el 64% de las micros, el 34% de las pequeñas y el 27% de las medianas.

El 63,7% de las empresas encuestadas se ha endeudado más en esta crisis**:** un 51,3% de las empresas lo han hecho acudiendo a fondos ICO y un 12,4% sin acudir a ellos. Como se avanzaba en el primer párrafo, **a mayor tamaño, mayor endeudamiento**: el 57% de las medianas lo ha hecho acudiendo a fondos ICO, frente al 54% de las pequeñas y al 29% de las micros; mientras que el 13% de las medianas lo ha hecho sin acudir al ICO, frente al 12% de las pequeñas y el 7% de las micros.

Tal y como se aprecia en los datos, **los ICO no han satisfecho al conjunto de las empresas del sector.** Aunque la mayoría ha obtenido la financiación que necesitaba, casi un 16% no la obtuvo, un 6% la obtuvo en plazos menores y menor cuantía a la solicitada y casi un 3% tuvo que aportar garantías adicionales.

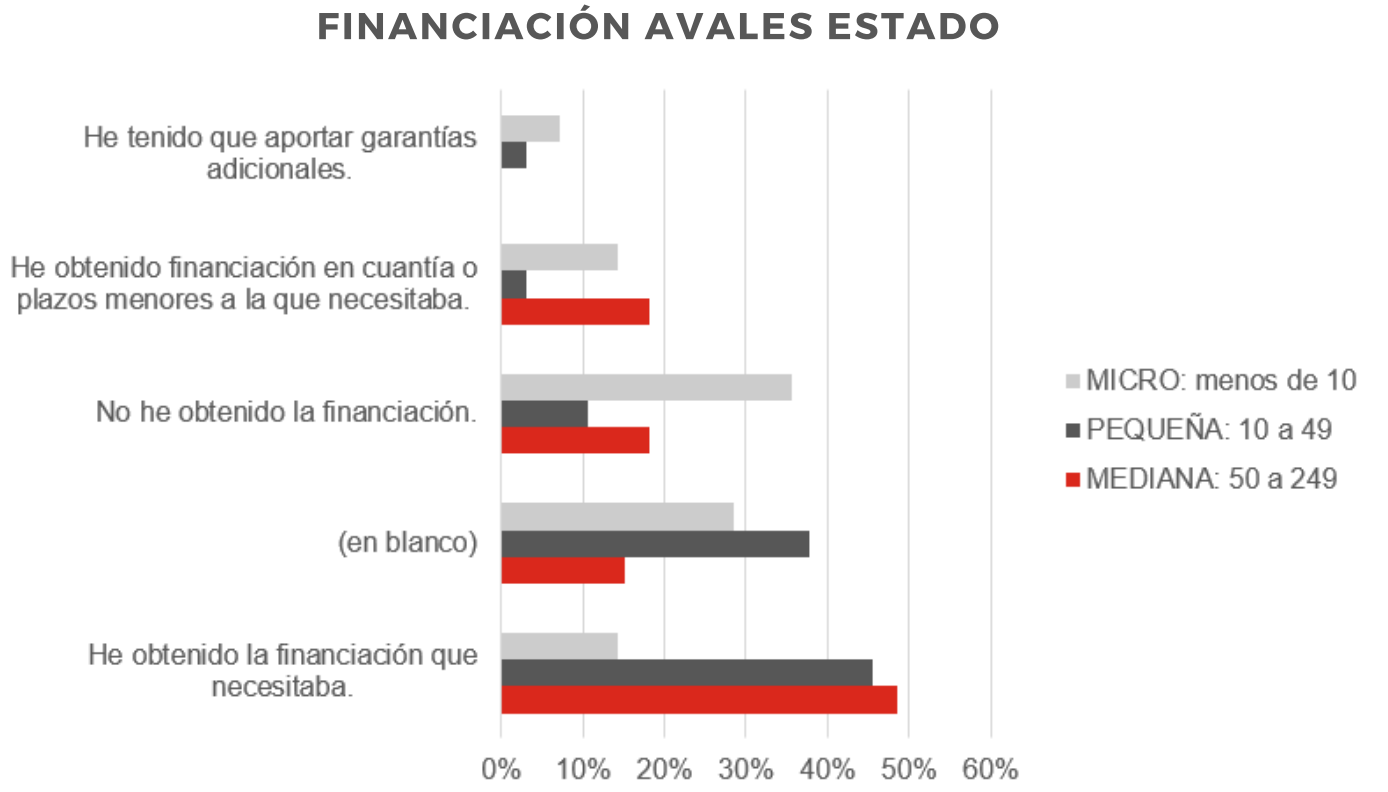
FINANCIACIÓN

Nuevamente, el tamaño importa: **a más tamaño, más éxito en la obtención de fondos ICO**: el grado de éxito en las medianas fue del 53,3%, del 44,6% en las pequeñas y del 14,3% en las micros.

En análisis de detalle de los datos, no se aprecian diferencias por Comunidades Autónomas y subsectores en esta materia.

En el estudio cualitativo, casualmente, prácticamente se calca el porcentaje global, puesto que 1 de cada 3 empresas entrevistadas no acudió a un mayor endeudamiento.

En este sentido, y aunque alguno de los participantes denuncia "el abuso" de algunas entidades financieras, **se valora muy positivamente esta herramienta** por parte del empresariado.



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Una **nueva ventaja de disponer de mayor dimensión**. Tanto de los datos cuantitativos, como del análisis cualitativo, se aprecia que las medianas empresas tienen mayor capacidad de gestión y el mejor conocimiento de los instrumentos financieros que las pequeñas empresas. Ambas circunstancias estarían en el origen de la decisión de las medianas empresas de realizar una mayor previsión a la hora de solicitar créditos ICO

De cualquier modo, han sido varias las **críticas** formuladas en esta materia. Algunas de las empresas (las más pequeñas) se han quejado que, "como con los ERTES, estaba todo muy pensado para las grandes empresas, era todo demasiado complejo".

OBLIGACIONES DE PAGO

Aunque en el estudio cuantitativo no se preguntaba por ello, en el cualitativo sí ha salido la cuestión de la morosidad.

Varias de las personas entrevistadas dan por hecho que en el sector hostelero, esencialmente como consecuencia de la obligación legal de cierre, crecerá la morosidad.

Las empresas del subsector bebidas entrevistadas calculan tasas de morosidad por encima del 20%, mientras que en el resto de subsectores participantes creen que no se llegará al 5%, puesto que se acudirá a aplazamientos de pagos y otras fórmulas.

Otro de los empresarios entrevistados decía que en esta crisis "nadie cierra porque quiere cerrar; lo que nos corresponde es cubrir bien los pagos". Las empresas que han citado la cuestión de la morosidad han afirmado que disponen de contratos de crédito y caución, lo que les eporta una cierta tranquilidad.

Precisamente sobre la posición de los/as dirigentes empresariales en torno a las obligaciones de pago, casi 9 de cada 10 empresas encuestadas manifiesta alguna preocupación en torno a las mismas. El dato no varía sustancialmente por tamaño de las empresas, por Comunidad Autónoma o por subsector.

En términos generales, **los sueldos y salarios es la obligación de pago que más peso tiene entre las respuestas dadas por las empresas (52,4%),** seguido a mucha distancia de los préstamos financieros (13,6%), de los pagos a proveedores (14,6%) y de los impuestos (12,6%).

Haciendo un pequeño análisis en función de las diferentes tipologías de empresa contempladas en el estudio, y relación a la principal preocupación de pago, **en todos los tamaños de empresa los sueldos/salarios se reflejan prácticamente con la misma intensidad.** En línea con los datos sobre endeudamiento ya destacados, **los préstamos financieros preocupan más a las medianas** (23,3%), que a las pequeñas (cerca del 10,5%) o que a las micros (cerca del 8%).

Con relación a los impuestos, cabe resaltar alguna diferencia en función del tamaño de las empresas encuestadas. Los impuestos preocupan al 3,3% de las medianas empresas, al 14% de las pequeñas y al 30,8% de las microempresas: **a menor tamaño, más preocupación por las cargas impositivas.** No se aprecian diferencias significativas por Comunidades Autónomas o por subsectores.

En las entrevistas personales para elaborar el estudio cualitativo, se han transmitido dos ideas generales.

En primer lugar, tiene lógica que haya una preocupación por los gastos de personal en las empresas, cuando las facturaciones han caído tan bruscamente. Aunque en aquellos subsectores que han acumulado un exceso de stock preocupan los pagos a proveedores casi tanto como los gastos de personal.

Pero en segundo lugar, varios de los responsables empresariales y de los colectivos han recalcado que "**si existe una buena gestión** ("si el accionista hace renuncias", "si se cuida la caja", "si habla en confianza con el cliente interno y externo"), **las obligaciones de pago no deberían ser una preocupación.**

PERSONAS

Ha existido y existe un debate en torno a las implicaciones futuras en el empleo que podrían tener los ERTES, algo que se analizará posteriormente. Aún siendo plenamente conscientes del escenario de gran incertidumbre en el que nos desenvolvemos, en las encuestas cuantitativa y cualitativa quisimos analizar cómo ven las empresas el futuro de sus plantillas a corto plazo.

El 56,4% de las empresas afirma que la previsión a finales de año es no prescindir de nadie. De acuerdo con la información recabada en el estudio cualitativo, cabría matizar el dato, puesto que se ha insistido por parte de diferentes participantes en el mismo que esta afirmación puede referirse a las personas que no son eventuales. En todo caso, parece un dato consistente [4].

La voluntad de mantenimiento del empleo en las micros es casi 10 puntos mayor, lo cual es coherente con su modo de funcionar y la cercanía extrema con el personal empleado.

En cuanto a la pretensión de prescindir de parte del personal, **1 de cada 4 empresas afirma que prescindirá de en torno a un 10% del personal** (10 puntos menos en las micros) **y casi un 13% dice que prescindirá de en torno a un 20%** (sin grandes diferencias entre pequeñas y medianas empresas).

Como en la práctica totalidad de sectores del país, en los subsectores de la industria de la alimentación y las bebidas, tal y como se señala en el cuantitativo y en el cualitativo, los planes de crecimiento que estaban en marcha antes de la pandemia "se han truncado" y aquellos contratos que tenían su previsión de renovación en el último semestre de este 2020, se van a resentir.

Sin embargo, y ante las grandes caídas en la cifra de negocio, especialmente en los subsectores dependientes de la hostelería, varios responsables empresariales denuncian la "rigidez" del instrumento ERTE en cuanto a la obligación de mantener el empleo: "Si sigo sin generar negocio, ¿cómo voy a poder sostener a las personas 6 meses después?".

VARIACIÓN DE LA PLANTILLA

Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Por subsectores:

- Afirman que no prescindirán de nadie 7 de cada 10 empresas del subsector de los pescados, moluscos y crustáceos y 2 de cada 3 empresas del subsector de productos lácteos. Ambas destacan por lo positivo.

- En la parte negativa está el 17% de las empresas del subsector de las bebidas que prevé prescindir de más del 30% del personal. Se aprecia en el estudio cualitativo, pero se intuía que detrás de este dato negativo está la dependencia de las empresas del subsector del cliente de hostelería.

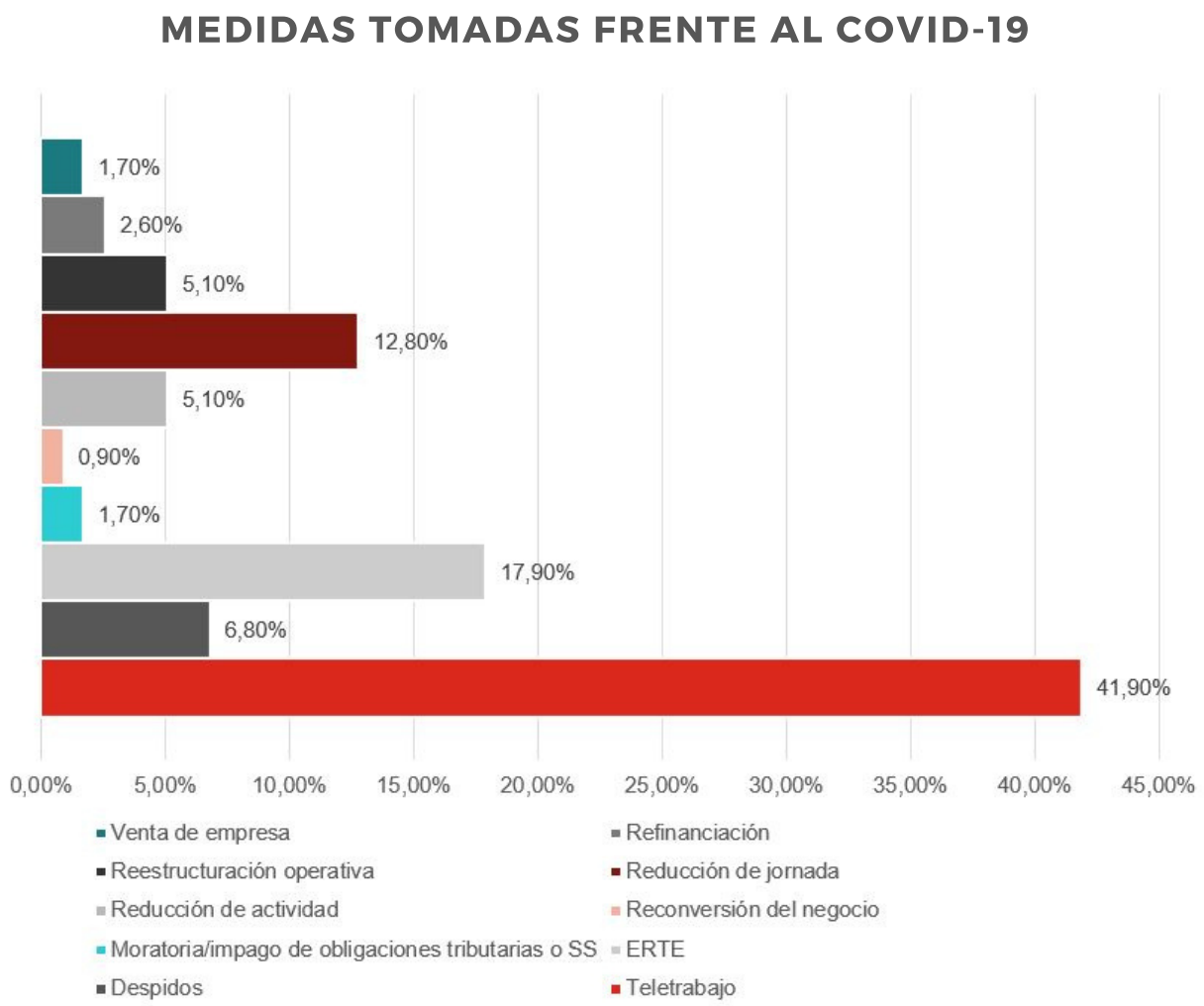
- Hay dos subsectores con porcentajes interesantes de empresas que prevén acabar el ejercicio contratando más personal: panadería y pastas (9,1%) y molinería, almidones y amiláceos (20%).

No se advierten diferencias significativas por Comunidades Autónomas en esta materia.

2C. MEDIDAS FRENTE AL COVID

En este punto se analizan las medidas que han tomado o que piensan que van a tener que tomar las empresas para hacer frente a la crisis originada por la pandemia, teniendo en cuenta que la opción de respuesta que tenían las empresas no fue múltiple (se seleccionaba una única medida).

Solamente el 3% de las empresas encuestadas afirma no haber tenido que tomar ninguna medida extraordinaria en su empresa para hacer frente a la crisis. El resto de empresas señalaron la principal medida adoptada en sus empresas, sobre un listado que se resume en este gráfico:



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

De las respuestas dadas por las empresas, podemos obtener alguna conclusión:

- La medida que más han señalado las empresas ha sido el teletrabajo. Más de 4 de cada 10 empresas lo han hecho, habiendo diferencias entre tamaños: **a más tamaño, más recurso al teletrabajo** (en torno al 21% en las micros, más del 36% en las pequeñas y por encima del 60% en las medianas).

- Casi un 18% de las empresas han tenido que aplicar ERTES, con una diferencia inversa al punto anterior: **a mayor tamaño de empresa, menor porcentaje de ERTES aplicados** (27% en micros, 18% en pequeñas y 12% en medianas empresas). Posteriormente analizaremos más en profundidad el asunto, puesto que se preguntó más específicamente por este instrumento.

- Casi el 13% de las empresas del sector tuvo que aplicar reducciones en la jornada, también con diferenciassignificativas en cuanto al tamaño de la empresa (21% en las micros, 12% en las pequeñas y 9% en las medianas empresas).

- Llama la atención el dato sobre **despidos** en dos subsectores. En las industrias de pescado, crustáceos y moluscos 1 de cada 3 empresas afirma que tuvo que despedir, y 1 de cada 5 industrias de las frutas y hortalizas afirma haber tenido que hacer lo propio.

- Y en tres industrias destaca por encima de los demás el recurso al ERTE: alimentación animal (33%), panadería y pastas (30%) y bebidas (25%).

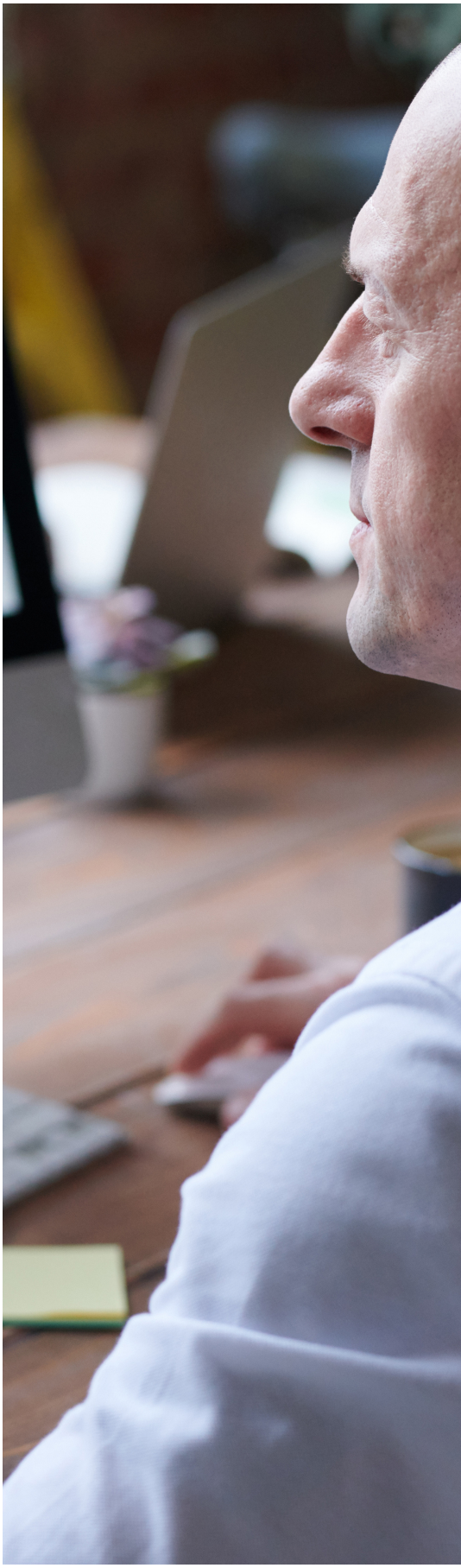
En la primera ola de la pandemia, se utilizó con mayor intensidad el recurso al teletrabajo por parte de las industrias de la alimentación y bebidas, lo que no conlleva una destrucción de empleo y tampoco se han denunciado mermas en la productividad de las personas.

Como se aprecia en el estudio cualitativo, **la posición de liderazgo obtenida por esta medida en el cuantitativo, se debe claramente a que solamente podían señalar una opción** y esta era la primera.

"Hemos tenido que reinventarnos en muchas cosas" o "menos cerrar, hemos hecho todo lo que nos han permitido", decían dos de los empresarios de la industria de las bebidas. Así, a pesar del escaso porcentaje que señalaron en el estudio cuantitativo la opción **"Reestructuración operativa"** (5,1%), en el estudio cualitativo esta es una de las reflexiones que se transmite por parte del empresariado de forma constante.

De hecho, esta capacidad se señala como una de las ventajas de las PYMES del sector con relación a las multinacionales: la "agilidad y la capacidad de respuesta que hemos tenido para adaptarnos a la nueva situación" – decía un responsable – y muchas multinacionales "han fallado en el suministro a los pequeños y ahí estábamos nosotros" – afirmaba otro –

ERTES: "IDEA FANTÁSTICA, GESTIÓN MEJORABLE"

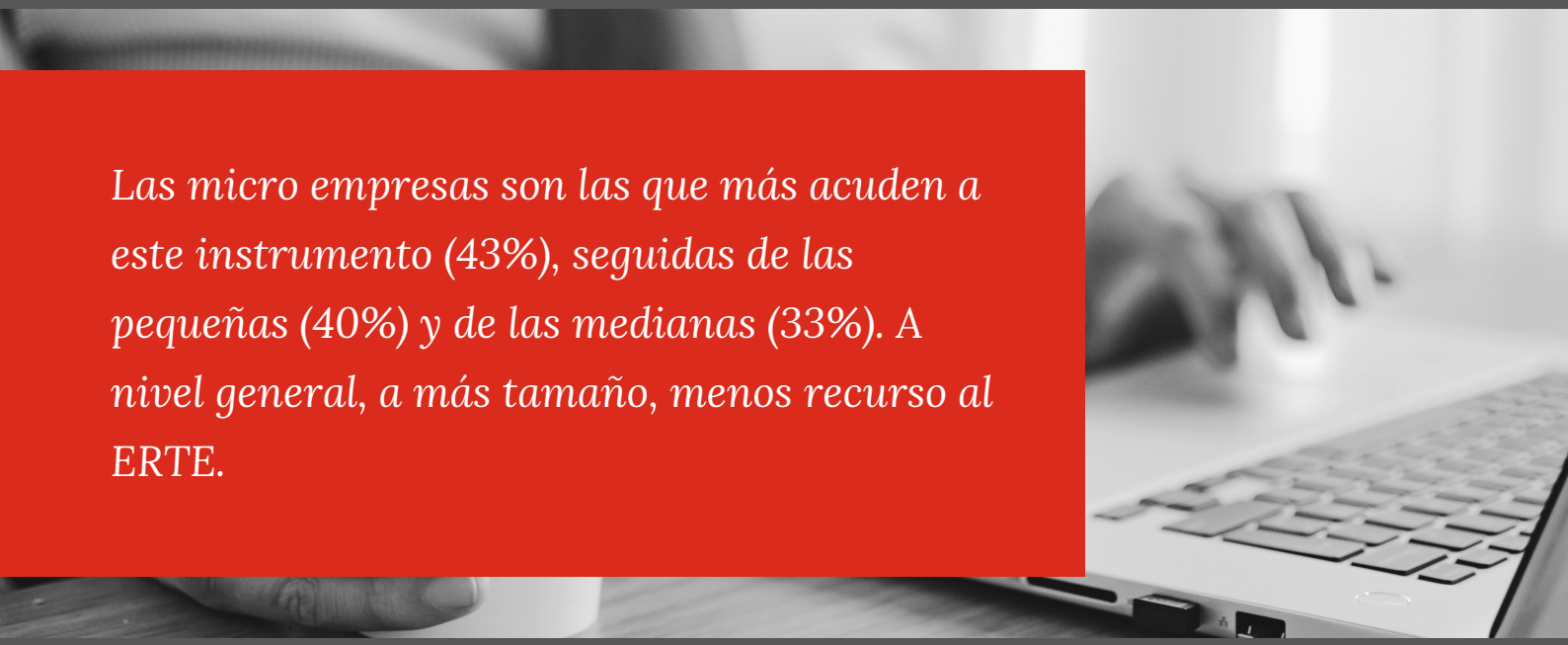


El novedoso instrumento puesto en marcha en nuestro país para sostener el empleo en los sectores más afectaos por la crisis, se sometió específicamente a la valoración de las industrias de la alimentación y las bebidas, tanto en el estudio cuantitativo como en el cualitativo.

En este sentido, según el estudio cuantitativo realizado, **casi 4 de cada 10 empresas encuestadas afirman haber tenido que acudir a este instrumento** (un dato que corrige el aportado anteriormente, cuando el ERTE se incluía como una de las muchas opciones que podían señalar las empresas como medida adoptada al estallar la pandemia).

Por **tamaños**, se observa que las micros son quienes más acuden a este instrumento (43%), seguidas de las pequeñas (40%) y de las medianas (33%). A nivel general, a más tamaño, menos recurso al ERTE.

En algunas de las Comunidades Autónomas, el porcentaje de empresas que afirman haber acudido al instrumento ERTE es significativamente menor que en la media. Llaman la atención Castilla y León (15%) y Madrid (14%).



Las micro empresas son las que más acuden a este instrumento (43%), seguidas de las pequeñas (40%) y de las medianas (33%). A nivel general, a más tamaño, menos recurso al ERTE.

En este terreno **se aprecian diferencias significativas en función de los subsectores de referencia**.

Salvo en el subsector de alimentación animal, donde ninguna de las empresas entrevistadas afirma haber acudido al ERTE (es el subsector con menor tamaño de la muestra), los ERTES fueron ejecutados en:

- Más de 7 de cada 10 empresas de fabricación de bebidas
- 1 de cada 2 fabricantes de productos lácteos
- 4 de cada 10 fabricantes de panadería y pastas alimenticias
- 1 de cada 3 empresas de fabricación de aceites y grasas vegetales y animale
- 1 de cada 4 industrias cárnicas
- 2 de cada 10 empresas de procesado y conservación de frutas y hortalizas
- Casi 2 de cada 10 industrias de procesado de pescados, crustáceos y moluscos el 5,9% (2,1%)
- Apenas 1 de cada 10 empresas de fabricación de molinería y almidones
- Más de 6 de cada 10 empresas dedicadas a la fabricación de otros productos alimenticios

Tal y como se aprecia en los datos, **se trata de una medida que ha sido adoptada por una parte muy importante de las empresas en tres subsectores en particular**, aunque ha afectado a la práctica totalidad de la industria.

En el estudio cualitativo se ha profundizado en el análisis e interpretación de estos datos. La valoración general que se hace del instrumento a nivel teórico es muy positiva.

"Fue una gran idea", "nos salvó el primer golpe" o "ha salvado a mucha gente" son tres de las frases más utilizadas. Pero, como decía uno de los responsables empresariales entrevistado, aunque "conceptualmente es un instrumento fantástico, la gestión ha sido un caos absoluto", "las normativa han sido compleja para los pequeñas empresas y autónomos", "hemos vivido mirando e interpretando el BOE.

La opinión crítica con relación a la gestión es casi unánime entre las empresas entrevistadas.

Otra de las líneas de crítica, también procedente especialmente de las pequeñas empresas entrevistadas, tiene que ver con la imposibilidad de despedir 6 meses después de la reincorporación de un empleado tras el ERTE. De hecho, se vienen publicando informaciones en torno al aluvión de devoluciones de las ayudas que habrá por parte de las empresas para poder despedir[5].

Finalmente, aunque se reclama una mayor necesidad de fiscalizar los recursos públicos, a nivel general se piensa que las empresas los han utilizado debidamente, "que son mucho más responsables de lo que la gente cree", decía una empresaria entrevistada.

3. OPORTUNIDADES, RETOS, OBSTÁCULOS Y NECESIDADES PARA EL CRECIMIENTO

3. OPORTUNIDADES, RETOS, OBSTÁCULOS Y NECESIDADES PARA EL CRECIMIENTO

En este tercer y último bloque objeto de estudio, se pregunta por las tres principales preocupaciones de las empresas de puertas adentro, sobre su aprovechamiento de la capacidad interna, sobre las previsiones y planes de crecimiento, sobre las operaciones corporativas, sobre sus planesde futuro/relevo, sobre la dependencia de la empresa con relación a su principal dirigente, sobre la política y estructura comercial, así como sobre las medidas adoptadas.

3A. PREOCUPACIONES Y RETOS

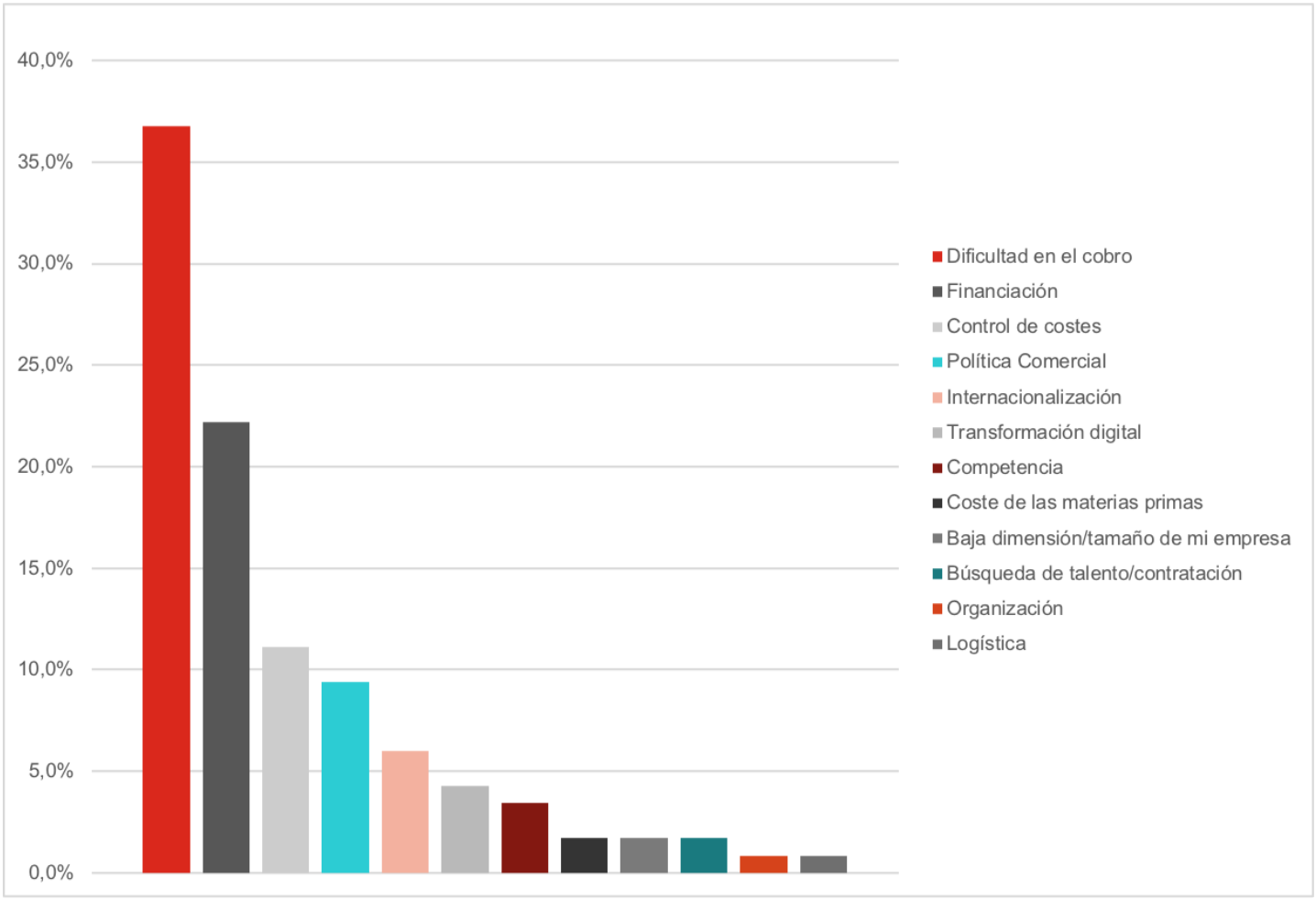
La principal preocupación de las empresas del sector encuestadas es la **dificultad en el cobro** (36,8%), seguida de la **necesidad de financiación** (22,2%) y del **control de costes** (11,1%).

Esta realidad, que coincide con las preocupaciones principales de las PYMES de cualquier otro sector, supone un auténtico vuelco con relación a las preocupaciones que se expresaban antes de la pandemia por parte de las pymes españolas: competencia, costes de producción y dificultad para contratar [6].

Podía parecer lógico antes de recabar los datos, pero hay que basarse en ellos para poder afirmarlo: **a menos tamaño, más preocupación por la dificultad en el cobro**.

La dificultad en el cobro es una preocupación para el 50% de las micros, para el 37,9% de las pequeñas y para el 27,3% de las medianas. Como tendencia general, dificultad en el cobro, financiación y control de costes **son las tres preocupaciones principales en cada subsector y en cada Comunidad Autónoma**.

RANKING DE PREOCUPACIONES EN LAS PYMES



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Sin embargo, y en línea con lo visto en apartados anteriores, **a más tamaño, más preocupación por la financiación.** La financiación preocupa al 30,3% de las medianas, al 19,7% de las pequeñas y al 14,3% de las micros. Esta misma tendencia, se aprecia cuando entramos en el detalle de los **subsectores** y las Comunidades Autónomas.

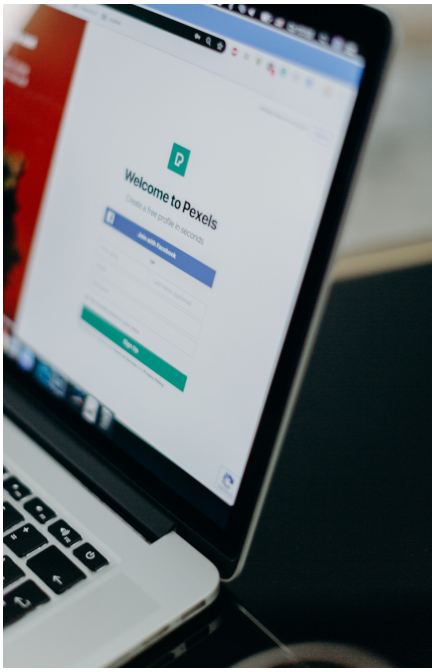
Así, por ejemplo, en el subsector cárnico, al haber una muy pequeña representación de micros en la muestra, la primera preocupación es la financiación; en el lácteo ocurre lo mismo, al no haber micros representadas. Y, por ejemplo, en Castilla y León o Euskadi, donde el peso de las micro que han respondido a la encuesta cuantitativa es mayor, la primera preocupación no es la dificultad en el cobro.

La **transformación digital**, la llamada a ser la gran herramienta para la modernización de nuestras PYMES, ha sido señalada como preocupación por el 4,3% de las empresas encuestadas (para el 12,5% de las empresas del País Vasco). Y la **falta de dimensión**, ha sido señalada como preocupación por el 1,7% (para el 10% de las empresas de Andalucía, el 9,1% de las de Castilla La Mancha).

Han sido muy interesantes las afirmaciones vertidas en el estudio cualitativo a la hora de abordar estas preocupaciones puertas adentro de las empresas.

“Es muy triste, pero **la preocupación de las empresas del sector es sobrevivir”,** afirma uno de los responsables de una de las asociaciones empresariales entrevistadas. Y es que, en líneas generales, las personas entrevistadas comprenden que la primera preocupación sea la dificultad en el cobro –además, a buena parte de ellas también les preocupa –. Sin embargo, no comprenden tanto que la financiación deba preocupar, puesto que por el momento el crédito está funcionando.

En todo caso, algunos de los empresarios y empresarias entrevistadas consideran que, aunque estemos en medio de una crisis, hay que preocuparse por el incremento de las ventas (que tienen que ver con la cuarta y la quinta preocupación en la encuesta cuantitativa: política comercial e interrnacionalización). “A mí se que acaban las preocupaciones si consigo incrementar las ventas”, dice una. “**Hay que generar valor para cuando todo esto acabe**; el empresario debe ser capaz de buscar el equilibrio entre lo coyuntural y lo estructural”**,** afirma otro.



Y, efectivamente, son varios los entrevistados a los que llama la atención que las ventas, la dimensión empresarial o la transformación digital preocupen tan poco a las empresas encuestadas en el estudio cuantitativo.

Las empresas deben comprender que “**el consumidor ha cambiado a una velocidad brutal**, y si no te acercas a ese cambio, estás acabado a medio plazo”, señala un empresario de la bebida.

3B. CRECIMIENTO Y OPERACIONES CORPORATIVAS

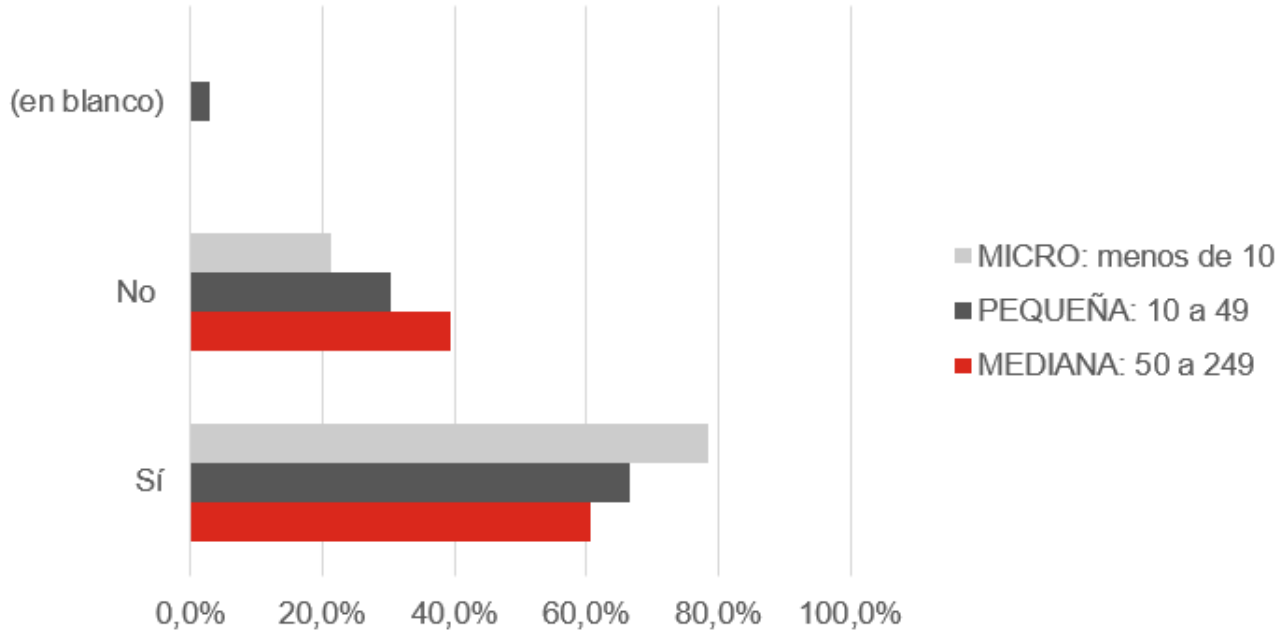
2 de cada 3 empresas del sector están pensando en crecer, las que tienen más dimensión lo afirman con menor intensidad que las más pequeñas (60% de las medianas, 66% de las pequeñas, 78% de las micro).

De los subsectores que más quieren crecer, destacan el de las bebidas, el de los lácteos y el de las frutas y hortalizas (más de 8 de cada 10 empresas de estos subsectores lo afirman).

Del conjunto de empresas que están pensando en crecer, la mitad afirma tener un plan definido en ese sentido. No es un porcentaje demasiado positivo, si la idea de crecer que se expresa por parte de las empresas es realmente sólida. Pero cuadra a la perfección con el apartado de preocupaciones analizado anteriormente. Y es que en el estudio cualitativo ya se apunta que la situación de emergencia y la incertidumbre reinante, con Comunidades Autónomas viviendo el tercer cierre de la hostelería, un hecho de especial relevancia para la industria de la alimentación y las bebidas. "Son los árboles que impiden ver el bosque, es lo que hay", afirma un empresario del subsector bebidas.

En todo caso, y al margen de otro tipo de interpretaciones, los datos apuntan que los **subsectores más concienciados** en la necesidad de disponer de un plan para el crecimiento son la industria de los lácteos (83%), la de molinería, almidones y amiláceos (8 de cada 10), la de las bebidas (75%) y la de las frutas y hortalizas (60%).

PREOCUPACIÓN POR EL CRECIMIENTO



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

"La crisis ha dado al traste con nuestro plan de crecimiento", afirma uno de lo entrevistados, "resistiremos y lo retomaremos, porque solo hay dos opciones: crecer o crecer". "**El que no crece se muere, no hay alternativa**, ni en la empresa ni en la vida", afirma otro. Y es que la idea general que transmiten las personas participantes en el cualitativo, salvo un par de excepciones, es la misma: hay que crecer siempre.

Porque el día que todo esto acabe "no podemos empezar de cero. Si creces ahora, en 2022 tendrás ganada la posición", además "en las crisis siempre hay oportunidades", afirman otros dos empresarios.

Lógicamente, cuando se entra en detalles, **las diferentes empresas apuestan por diferentes tipos de crecimiento**, siempre buscando la rentabilidad, "no el tamaño por el tamaño". Así, se defienden por parte de los entrevistados estrategias para diversificar - entrando en sectores que ahora mismo no son propios –, replanteamientos del modelo de negocio, cooperación con clientes y proveedores y, por supuesto, también operaciones corporativas.

CRECIMIENTO INORGÁNICO Y FONDOS DE INVERSIÓN

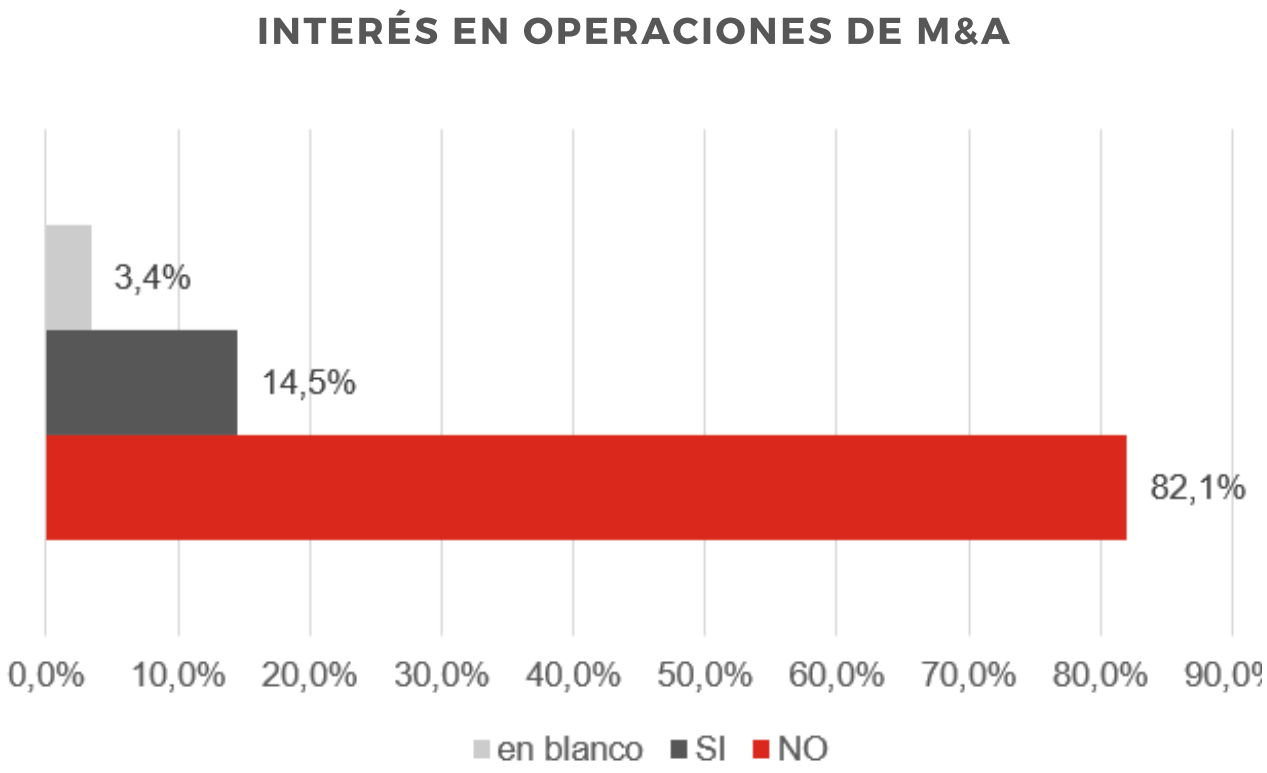
La voluntad de crecimiento expresada por las empresas en genérico está alineado con el Informe Económico 2019 de FIAB. En este informe se comprueba cómo a lo largo de un ejercicio con menos empresas en el sector, se desarrolla la misma actividad que en el año 2018, lo cual indica que, aunque haya menos empresas, su tamaño es mayor (se señala el avance de las empresas de más de 500 de personas empleadas).

Sin embargo, a pesar de que el informe de FIAB destaca el aumento del protagonismo de los procesos de fusión en las empresas de más tamaño, y a diferencia de las PYMES españolas en otros sectores[7], **es bajo el interés mostrado por las industrias de la alimentación y las bebidas** participantes de llevar a cabo operaciones de fusión y adquisición o de dar entrada a fondos de inversión en su accionariado, según los datos recogidos en el estudio cuantitativo.

El 82,1% de las empresas entrevistadas no está interesadas en operaciones de fusión y/o adquisición, mientras que el 14,5% sí dice estarlo. La diferencia la marcan las empresas participantes de los subsectores de la alimentación animal y los lácteos, cuyo interés en este tipo de operaciones rebasa el 30%.

El **interés en dar entrada a fondos de inversión en el accionariado** de las PYMES del sector es **aún menor**, puesto que el 91,5% se ha mostrado contrario a este tipo de operaciones: un 4,3% es favorable a esa entrada, siempre y cuando sea en minoría y un 3,4% también, siempre que el fondo se queda el 100% del accionariado.

No se han encontrado variaciones en estos puntos, en función del subsector de pertenencia de las empresas participantes, ni tampoco entre Comunidades Autónomas.



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

En el estudio cualitativo, se detecta una idea general: "**la PYME no puede cerrarse a nada**, y menos en estos momentos". Son varias las empresas que plantean fórmulas de crecimiento mixto (orgánico e inorgánico), porque "es esencial que tú conserves del core del negocio" y, desde luego, la expresión que más se utiliza en este punto es la de "alianzas": verticales, horizontales, con clientes, con proveedores. Pero solo una de las empresas entrevistadas afirma querer llevar a cabo operaciones de M&A - porque, de hecho, ya están finalizando la operación -.

Existe "fuerte sentimiento afectivo" y la "mentalidad cerrada" en las PYMES españolas, "sobre todo en las familiares", según varios de los representantes. En este sentido, se ha señalado **la falta de profesionalización como uno de los puntos negros de la empresa (familiar) española** que, además, es en su gran mayoría pequeña y mediana.

Cuando se pregunta a las empresas por el interés en dar entrada a fondos de inversión, el resultado es prácticamente el mismo: apenas si se confiesa interés en la cuestión.

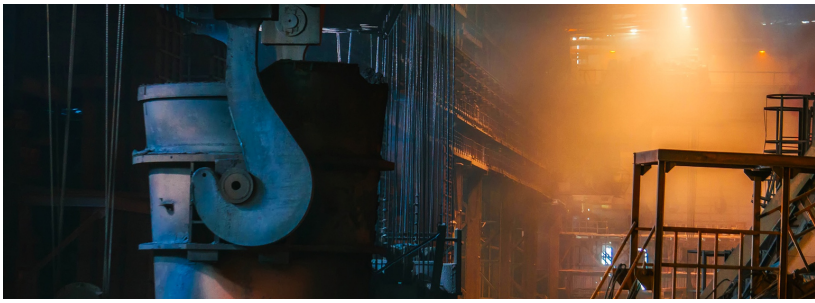
Y **esta profesionalización, se asocia habitualmente al tamaño.** A más dimensión, más opciones de gestión profesional: empoderando a personas del interior de la organización, contratando a un profesional de fuera de la empresa, creciendo inorgánicamente o dando entrada a fondos en el accionariado de la PYME. Aunque existen estudios[8] que vinculan la productividad más al primer argumento (profesionalización), que al segundo (dimensión).

Cuando se pregunta en el cualitativo sobre el interés de las empresas en dar entrada a fondos de inversión, el resultado es prácticamente el mismo: apenas si se confiesa interés en la cuestión.

Pero es interesante reflejar dos visiones en este punto. Un empresario afirma que "**es algo que está preocupando y es lo mejor que puede pasarles a las empresas del sector** para ganar capacidad financiera y aportar más valor; eso sí, el trabajo que tienen por delante escoger bien al acompañante".

El otro dice que, esta solución se adopta "cuando hay un problema entre accionistas, cuando hay un problema generacional o cuando hay un proyecto muy disruptivo y/o de crecimiento rápido que requiere de inyección de capital, algo que rara vez ocurre en nuestro sector". Precisamente aquí podría estar una de las explicaciones a este bajo interés, en comparación con el que podría estar dándose en otros sectores más de futuro.

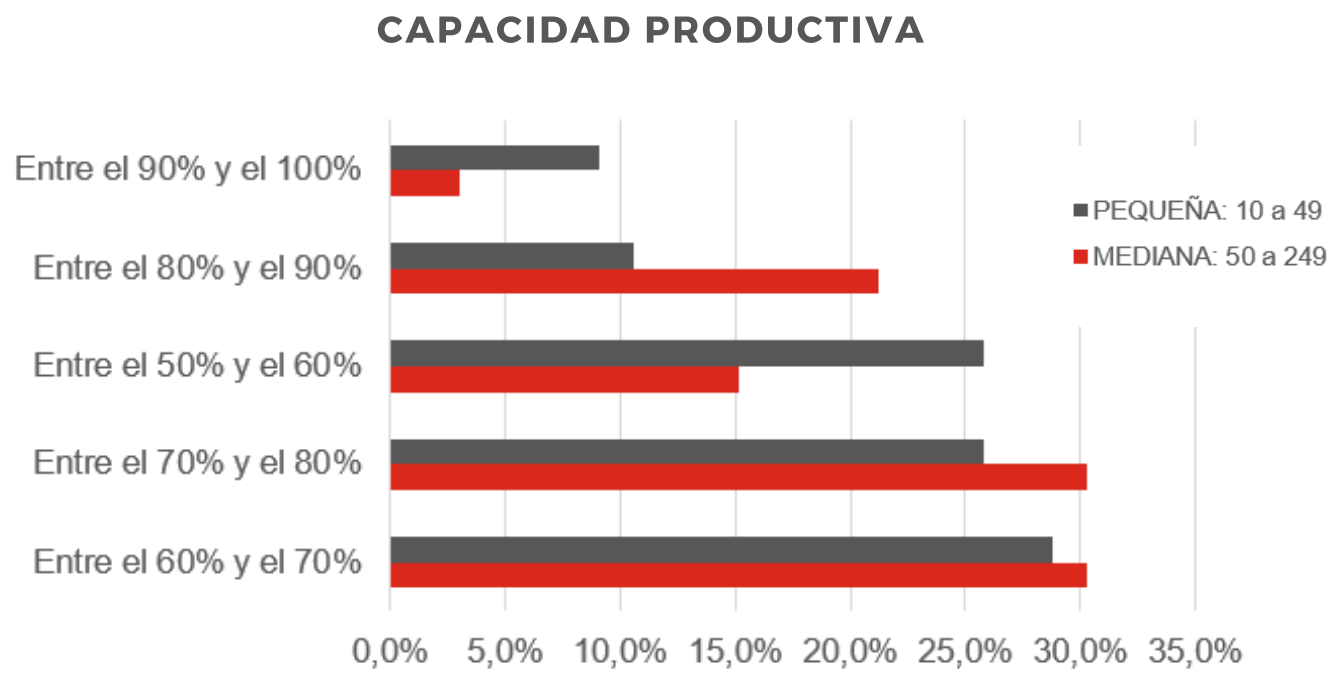
Esta realidad podría llevarnos a pensar que el interés mostrado en la encuesta cuantitativa sería en realidad mayor que el expresado, quizás debido a la desconfianza sobre el destino de los datos.



3C. CAPACIDAD PRODUCTIVA INTERNA

1 de cada 4 empresas encuestadas, se encuentra por debajo del 60% de su capacidad productiva interna, 1 de cada 2 por debajo del 70% y 3 de cada 4 por debajo del 80%. El importante daño ocasionado por la pandemia es innegable en cuanto al aprovechamiento de los recursos y la capacidad productiva interna de las empresas, así como en la cifra de negocios, la exportación y otras variables que no son objeto de este informe .

Sin embargo, nuevamente, podemos concluir que **la dimensión empresarial juega un papel determinante**, también a este respecto.



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Así, dentro las empresas que están peor – por debajo del 60% de aprovechamiento – , casi el 26% son pequeñas y solo el 15% son medianas. Y dentro de las que están mejor (entre el 80 y el 100% de aprovechamiento) más del 24% son medianas, el 19,7% son pequeñas.

Entre los **subsectores,** llama la atención para bien que la mitad de las empresas de transformación y conservación de carne que han respondido, están entre el 70% y el 90% de aprovechamiento de su capacidad productiva. Y llaman la atención para mal, los subsectores de los lácteos, las bebidas y las frutas y hortalizas, que tienen al 66%, al 42% y al 40% de sus empresas respectivamente por debajo del 60% de aprovechamiento de sus recursos internos.

No se han detectado diferencias significativas en esta cuestión en función de la Comunidad Autónoma de pertenencia de las empresas.

En el estudio cualitativo, hay tres constantes.

- La primera, todas las empresas que concretan el porcentaje de aprovechamiento de su capacidad interna anterior a la pandemia afirman que estaban entre el 70 y el 80% de aprovechamiento de su capacidad.

- La segunda, es que la mayoría de ellas dicen que podrían aprovechar más su capacidad hoy, con pequeños cambios o inversiones, pero que hay que esperar un poco.

- Y la tercera, las empresas que se pronuncian al respecto, dicen que las empresas grandes aprovechan más su capacidad productiva con lo que, de alguna forma, se validaría el resultado principal obtenido en la encuesta cuantitativa.

3D. RELEVO GENERACIONAL, DEPENDENCIA DE LA PROPIEDAD Y GÉNERO

En este apartado, además de analizar si las PYMES del sector son familiares y tienen el futuro preparado, vamos a indagar en torno a la dependencia que en estas existe de la acción de su propietario/a o director/a general.

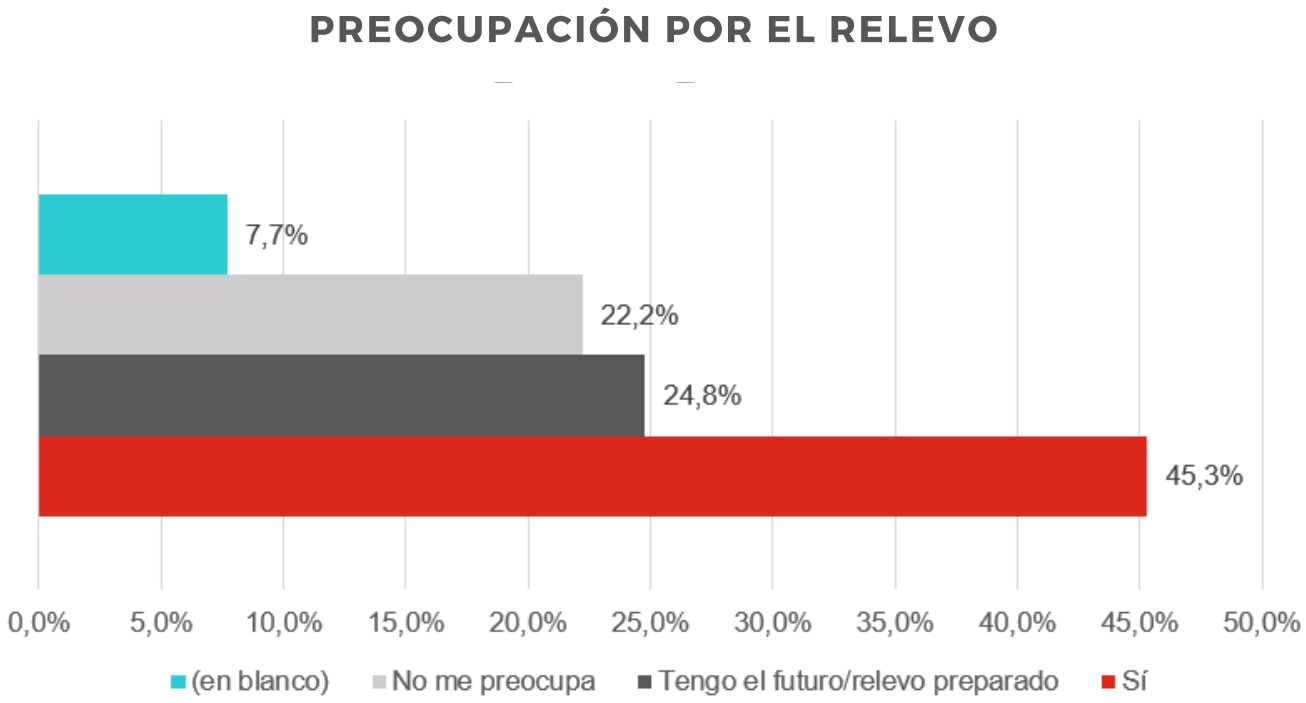
LAS PYMES DE LA ALIMENTACIÓN Y LAS BEBIDAS SON FAMILIARES

El 86% de las empresas encuestadas dicen ser empresas familiares[10]. Del total de las empresas familiares, **más del 45% afirman estar preocupadas por el futuro,** por el relevo generacional en la empresa. Mientras que una cuarta parte afirma tener el relevo preparado y otra cuarta parte dice que no tiene preocupación a ese respecto.

Sin embargo, el resultado es muy diferente cuando se ha profundizado en el diálogo con empresas en primera persona. De las 36 entrevistadas en la encuesta cualitativa, solamente una empresa dice estar preocupada por este aspecto. La mayor parte de las empresas encuestadas dicen que es algo que ya tienen enfocado ("estamos en ello", "llevamos desde 2000 trabajando el protocolo", "desde 2015 nos estamos profesionalizando", "el relevo soy yo, porque ya soy la tercera generación", "no hace falta organizarlo porque somos una empresa pequeñita").

Por otra parte, los colectivos empresariales que también se han encuestado, afirman que es una preocupación de la casi totalidad de sus empresas afiliadas, al margen del tamaño o subsector de pertenencia.

Así, pues, se podría afirmar que **la preocupación mostrada en el estudio cuantitativo podría ser mayor**, pero las empresas pueden haber atenuado este aspecto por desconfianza a airear este tipo de cuestiones que consideran tan íntimas en una encuesta o en una conversación telefónica con alguien a quien ni siquiera ven la cara.



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

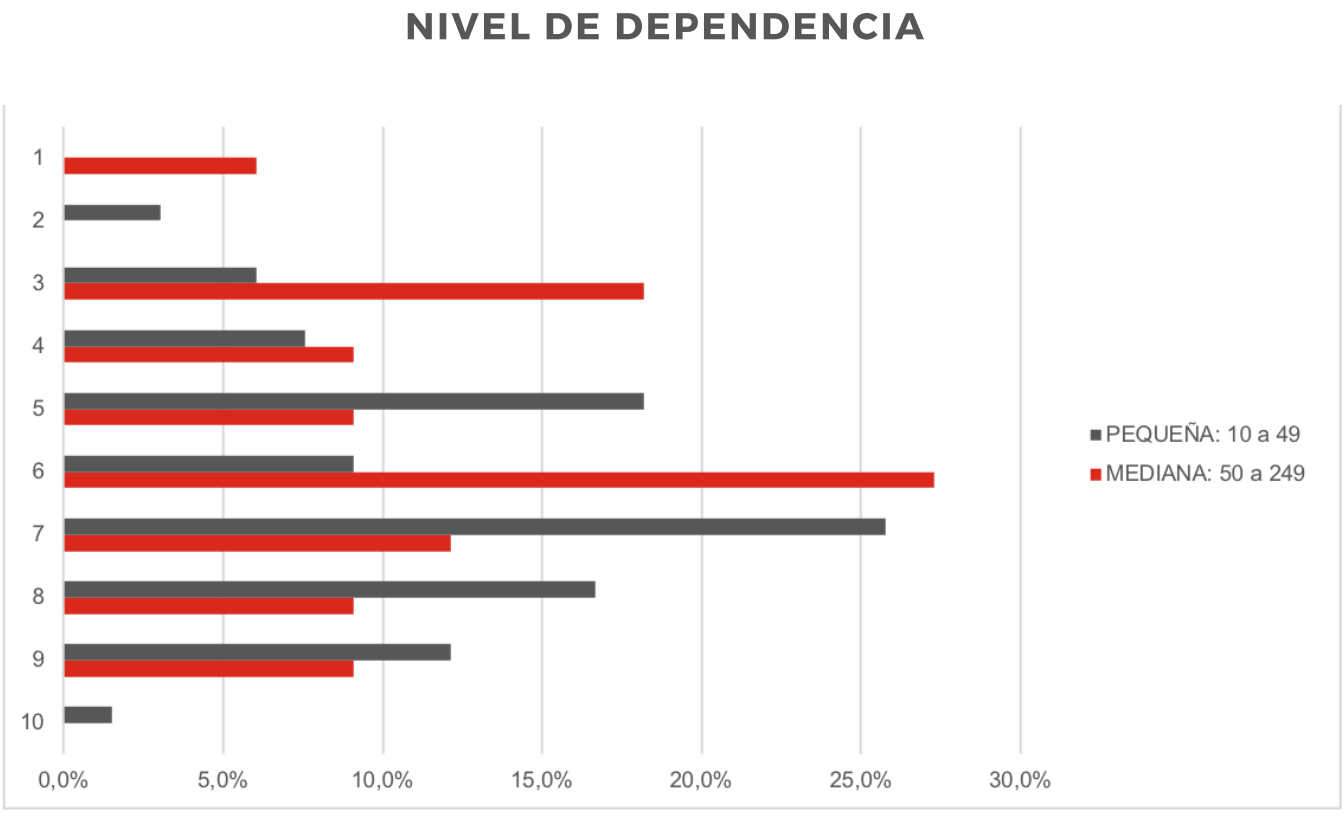
ALTA DEPENDENCIA DE LA PROPIEDAD EN LAS PYMES

Una de las características que tiene la PYME española (familiar) es la importancia que tiene la propiedad en el día a día de la misma.

Y lo cierto es que tanto en el estudio cualitativo como en el cuantitativo **se ha identificado una importante dependencia de la propiedad en el día a día de las empresas**.

Más del 46% de las personas encuestadas consideran que, en una escala de 1 a 10 (representando 1 ninguna dependencia y 10 total dependencia), la empresa depende de ellas entre un 7 y un 10. Esta percepción varía con el tamaño. El 30,3% de las medianas estarían en esa franja, mientras que el porcentaje de pequeños/as empresarios/as que se sitúan en ese lugar superaría el 56%. Esto es, **a menor tamaño, mayor dependencia**.

En esta materia, no se han constatado diferencias significativas en función de la Comunidad Autónoma o subsector de pertenencia.



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

En el estudio cualitativo se refuerza esta idea. **"En la PYME el componente personal es muy importante, así que más que Directores Generales, lo que hay son jefes, dueños",** afirma un representante empresarial de uno de los subsectores. Todos los representantes asociativos sitúan la dependencia en este sentido por encima del 7.

En las entrevistas a las empresarias y empresarios hay de todo, pero la idea predominante es que la dependencia es muy fuerte. La mitad de las personas entrevistadas dice que sus empresas dependen de su acción entre un 8 y un 10. De ellas, unas dicen que "les gustaría que fuera menos" o "me quejo habitualmente", pero otras afirman "así debe ser", porque "en la pequeña empresa nos conocemos todos y tiene que quedar claro el mando".

La otra mitad de las personas encuestadas considera que tiene su empresa más profesionalizad y que depende de sus decisiones por debajo del 5 sobre 10, aunque varios de ellos también confiesan que si le preguntáramos a sus empleados "probablemente dirían que depende más de mí".

Esta cuestión sobre la dependencia, sumada a los datos tratados anteriormente en torno al aprovechamiento de la capacidad interna de nuestras PYMES, daría la razón a quienes defienden que **nuestra baja productividad y competitividad** (en comparación con la de los países de referencia), **no solo se debe en exclusiva a la falta de dimensión** de nuestro tejido empresarial, como se ha señalado en páginas anteriores.

Dos cuestiones aparecidas en el estudio cualitativo, podrían también afectar a la productividad y, desde luego, a la forma de funcionar que tiene la empresa española, en general, y de la industria de la alimentación y las bebidas, en particular. Estas cuestiones son la gestión del talento y el papel de la mujer.

En cuanto al talento, han sido varios los participantes en el estudio cualitativo que han abogado **porque el apellido no sea uno de los valores determinantes a la hora de alcanzar la cúpula** de empresa pequeña y mediana española, ya que "esto pasa por desmotivar y centrifugar talento del que se dispone en la PYME". Y es que en función de los testimonios de la encuesta cualitativa, el apellido sigue pesando mucho en la PYME española, que es familiar en su inmensa mayoría como ya se ha señalado.

PROPIEDAD FAMILIAR, GESTIÓN MASCULINA

Como dice una de las representantes de los colectivos empresariales entrevistados en la parte cualitativa, "**en nuestras PYMES la propiedad es familiar, pero la gestión es masculina**".

Su afirmación está basada en un dato que se obtiene en el propio estudio cualitativo: entre las 36 empresas entrevistadas en esta parte, suman un total de 5 gerentes o directoras generales, mientras que el número de hombres en la dirección es de 31.

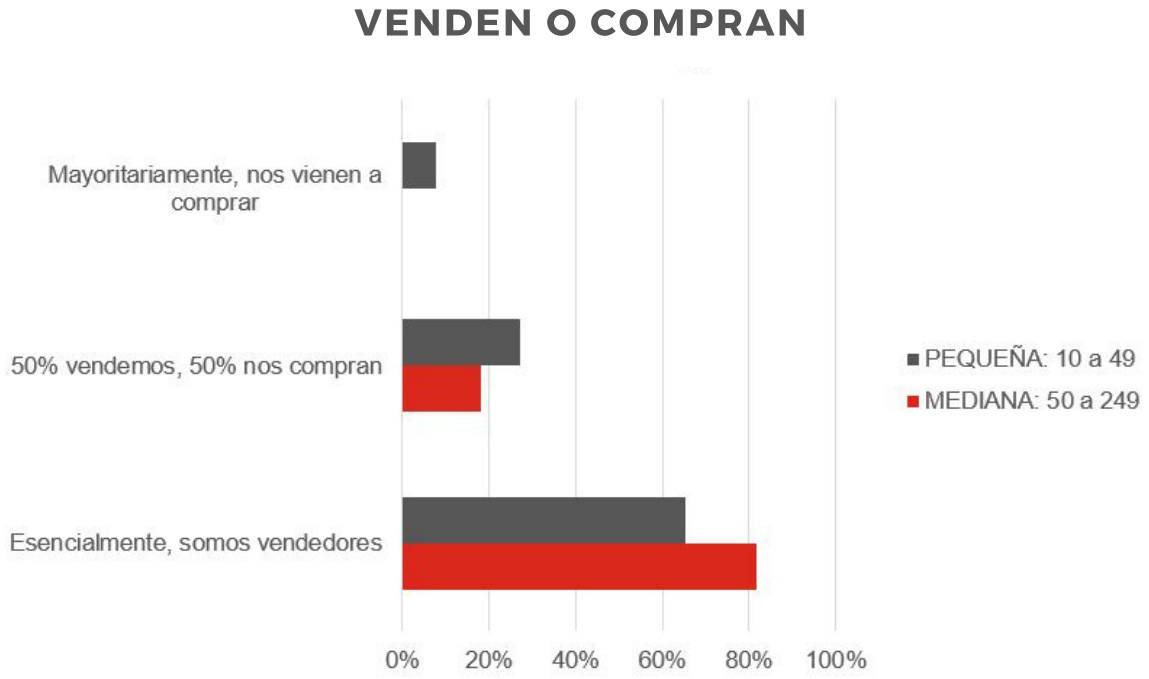
3E. POLÍTICA Y ESTRUCTURA COMERCIAL

"¿Tu empresa vende o a tu empresa le vienen a comprar?". Ante esta pregunta, **7 de cada 10 de las PYMES entrevistadas en el estudio cuantitativo dicen ser empresas vendedoras,** mientras que el 6% dicen ser empresas a las que les van a comprar. 1 de cada 4 afirman que ambas cosas.

De entre las empresas entrevistadas en el estudio cualitativo, no hemos encontrado ninguna que representara a ese 6%: "eso no existe en mi sector", decía uno de los empresarios. Sin embargo, uno de los representantes asociativos sí afirma que en su sector se da esa circunstancia y que su estrategia comercial es básicamente defensiva. En todo caso, los empresarios y empresarias entrevistadas defienden la idea de que, aunque puedas tener un porcentaje que viene a comprarte "porque tengas un nombre o una marca", hoy hay que salir a vender.

Volviendo al cuantitativo, tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla, **la dimensión de la empresa que responde afecta al resultado**: las empresas medianas afirman ser más vendedoras que las pequeñas, quienes, a su vez, afirman en un 8% que les van a comprar (ese porcentaje es del 0% entre las empresas medianas).

La excepción la marca el **subsector** de la panadería y pastas alimenticias, en el que el porcentaje de empresas que se califican como vendedoras es significativamente menor a la media (58%).



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

El 85% de las empresas entrevistadas tiene equipo/estructura comercial.

El 85% de las empresas entrevistadas tiene equipo/estructura comercial. De esas empresas, **casi 4 de cada 10 empresas tiene a su equipo/estructura comercial con retribución fija prácticamente en su totalidad**; un 36,7% lo tiene con una retribución variable de entre el 20-30% superior a la del salario fijo; un 10,3% lo tiene con una retribución variable del 40% superior a la del salario fijo.

Si se toman en consideración los tamaños de las empresas, se ve una diferencia entre las medianas y las pequeñas: **las medianas tienen un porcentaje significativamente mayor de retribución variable en ambas modalidades** (20-30% superior y +40%), del que tienen las pequeñas. Y en el cualitativo, se defiende una idea por la práctica totalidad de las personas entrevistadas: el salario variable debería pesar más en mi equipo comercial.

Entrando en detalles, un empresario afirma que esto debería cambiar "y no se cambia por aquello de que siempre ha sido así". Más de un empresario afirma que también debería pesar más el salario variable en otros departamentos, no solo en el comercial, "pero para eso haría falta cambiar muchas cosas que no dependen de la empresa".

Casi todas las personas entrevistadas sitúan el variable en un 20-30% más sobre el salario fijo del equipo comercial de sus empresas. Y también son varios los que ligan este tipo de salarios al grado de motivación de las personas que tienen en el equipo comercial.

En cualquier caso, quedaría reforzada la idea del estudio cuantitativo: **se debería trabajar más por objetivos/resultados.**

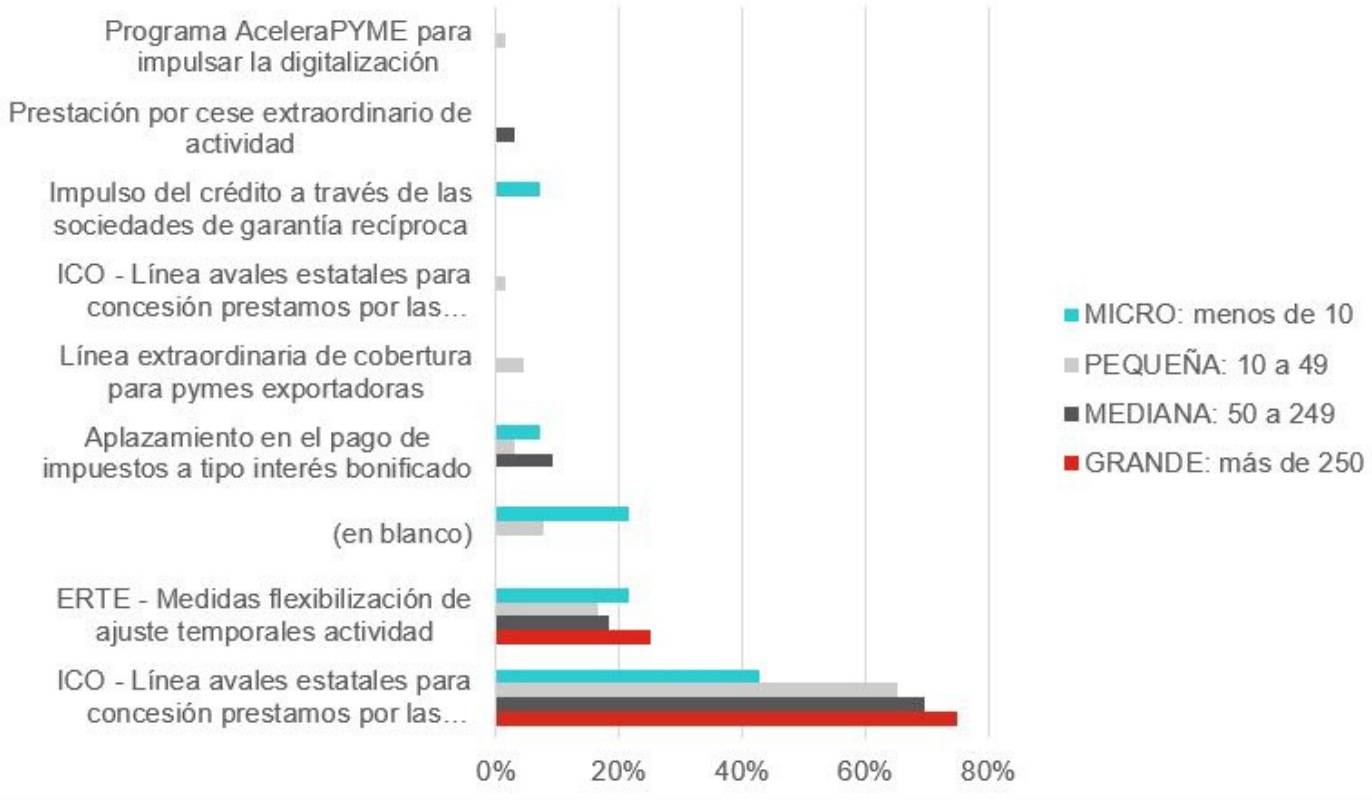
3F. MEDIDAS FRENTE A LA COVID-19

De todas las medidas adoptadas por el Gobierno, **la mejor valorada por las empresas encuestadas son las líneas de avales estatales para la concesión de préstamos (ICO)**, seguida a gran distancia por las medidas de flexibilización y ajustes temporales de actividad (ERTE).

Diseccionando los datos por subsectores, la valoración de los ERTE es sensiblemente superior a la media en panadería y pastas (24,2%), que sería la única diferencia que cabría señalar a este respecto.

Sin embargo, sí que existe más contraste si analizamos la dimensión de las empresas encuestadas. **A más tamaño, mayor relevancia al ICO**: 42,9% en las micro, 65,2% en las pequeñas y 69,7% en las medianas.

MEDIDAS MÁS VALORADAS



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Cuando se les enuncian las medidas adoptadas por el Gobierno, **la mayor parte de las personas entrevistadas valoran positivamente las líneas ICO y los ERTES**, manifestando que han sido "críticos" para la supervivencia de muchas empresas, aunque quienes responden no hayan utilizado necesariamente estos mecanismos.

Pero lo cierto es que se ha encontrado una **crítica muy profunda al exceso de burocracia y la mala gestión relacionada con la crisis económico-empresarial** originada por la pandemia, incluso en aquellas cuestiones que se han valorado positivamente como las líneas ICO y los ERTES.

Los comentarios que se han realizado por la mayor parte de las empresas entrevistadas a este respecto han sido críticos con la política de información, las medidas restrictivas para las empresas y la visión de corto plazo o electoralista.

Las empresas han señalado tres líneas de acción que podrían suponer una aportación de la Administración para favorecer el crecimiento de las PYMES:

- necesidad de un mayor conocimiento de la realidad empresarial;
- reducción del gasto público y transformación de la Administración reduciendo la burocracia;
- mayor fomento de la actividad y reducción de impuestos (frente a las subvenciones y ayudas).

MENOS AYUDAS Y MÁS GENERACIÓN DE RIQUEZA

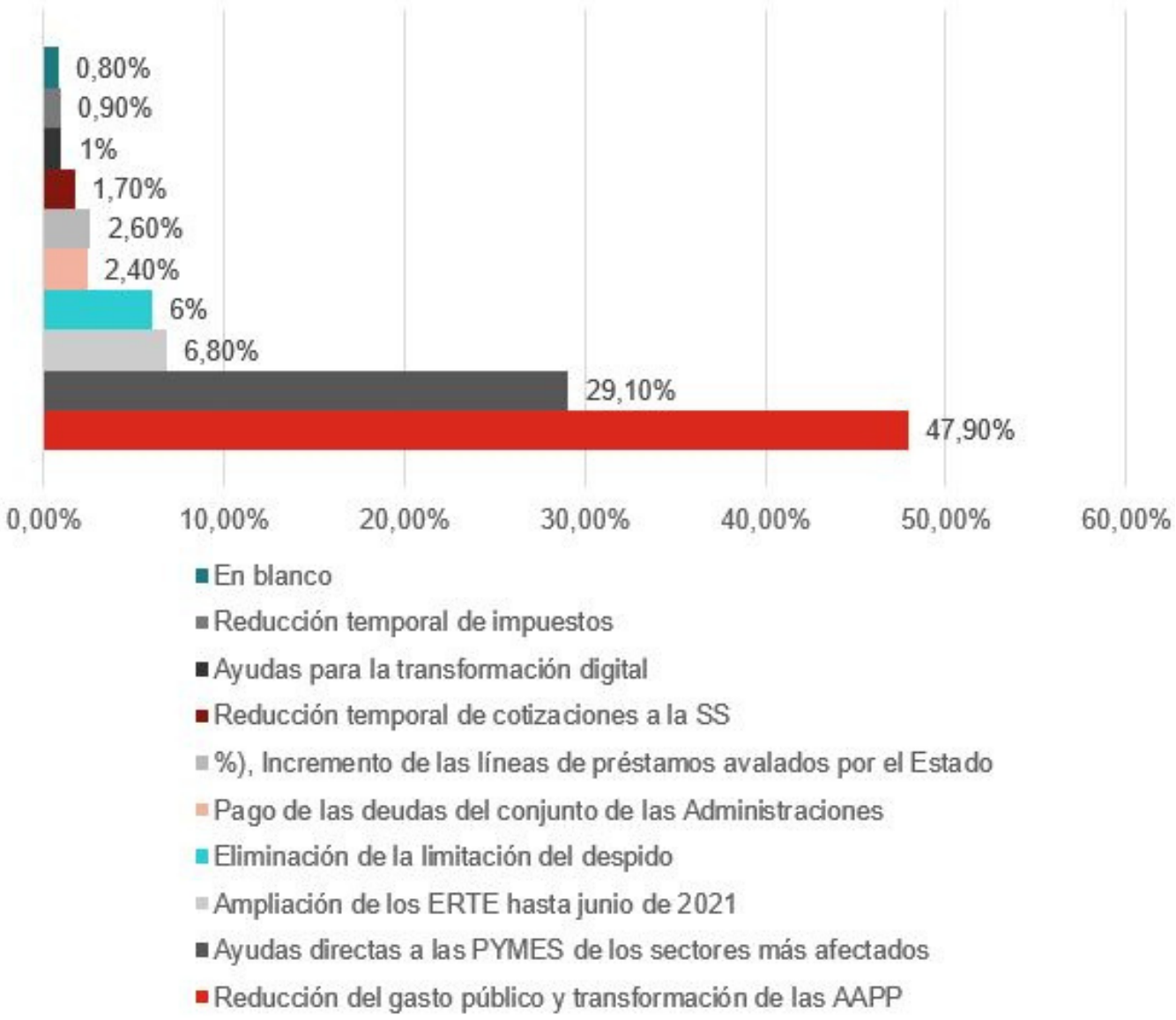
Cuando se les pregunta a las empresas por el tipo de medidas que adoptarían para asegurar la supervivencia de las PYMES, **las empresas encuestadas piden mayoritariamente una reducción del gasto público y transformación de la Administración** (47,9%), seguido de ayudas económicas para los sectores más afectados (29,1%).

Se trata de una demanda que no admite distingos ni por tamaño, ni por subsector de la empresa participante en el estudio.

En el estudio cualitativo, además de la batería de propuestas que se ofrecían para el cuantitativo, han existido diferentes voces que han hecho hincapié en la necesidad de **cambiar las medidas que se están adoptando, enfocándolas más hacia un mayor fomento del consumo y la actividad**.

Esta idea daría sentido a que la principal medida señalada en el cuantitativo haya sido la reducción del gasto público y la transformación de la Administración, porque "no queremos ayudas, lo que necesitamos es poder generar riqueza", "no hacen falta subvenciones a cambio de más impuestos", "las empresas no estamos pidiendo limosna, sino trabajar, crear puestos de trabajo y generar valor". Aunque algunas de las empresas entrevistadas sí hicieron hincapié en la necesidad de ayudar directamente a las empresas hasta el final, "como se ayudó a la banca en el 2008".

MEDIDA PRINCIPAL QUE DEBERÍA TOMAR EL GOBIERNO



Fuente. Elaboración propia a partir de la encuesta cuantitativa

Algunos empresarios, a pesar de aplaudir el mecanismo ERTE, consideran que de alguna forma esto “ha dopado la economía solo para pasar el año, lo que puede suponer alargar la agonía que ya sufrían algunas empresas antes de la pandemia”.

Otros empresarios han afirmado que “la acción del Gobierno está demasiado centrada en los gastos de funcionamiento y no en la inversión”. En este sentido, como ya se anunciaba, se echa en falta la adopción de medidas de fomento de la actividad de las empresas y de fomento del consumo.

Fueron varios los empresarios que trataron de concretar estas medidas “para que la rueda ruede”, que fue la idea más compartida por las empresarias y empresarios entrevistados.

En este sentido, cabe destacar la petición de flexibilizaciónde las condiciones para la concesión de ayudas, de apoyo fiscal o de financiación accesible y justa.

Además, apareció la preocupación en torno a los fondos europeos y su futura gestión. “Deben llegar a las pymes”, “deben dejar claro cómo se accede a ellos” o “no pueden quedarse en las grandes empresas”, fueron algunas de las frases dichas por las personas entrevistadas.

Dentro de las respuestas dadas por el empresariado en este punto, también aparece la necesidad de hacer una Administración más eficiente, tras una crítica severa al papel que en su conjunto está jugando en esta crisis.

PRESTIGIAR LA FIGURA DEL EMPRESARIO

Aunque en la encuesta no se preguntó por la figura del/a empresario/a, es un tema que ha aparecido de forma recurrente en el estudio cualitativo, especialmente en la parte en la que se preguntaba por las acciones a adoptar por parte del Gobierno.

La idea general defendida por varios representantes empresariales es que se considera que la sociedad tiene un concepto muy equivocado de lo que es un empresario, "al menos en la PYME", con lo que hace falta una acción conjunta por parte de todas las empresas para que cale que "somos gente trabajadora", que "no repartimos dividendos", que "estamos fuertemente comprometidos con el empleo" y que "arriesgamos todo lo que tenemos, sin red".

4. CONCLUSIONES

4. CONCLUSIONES

01

Correlación entre el peso del sector industrial y el porcentaje de pymes. La mayoría de las Comunidades Autónomas con menos peso del sector industrial en general, tienen un menor porcentaje de empresas medianas de la industria de la alimentación y bebidas y un mayor porcentaje de empresas de menos de 10 empleados. Las Comunidades Autónomas con más del 80% de empresas de menos de 10 personas empleadas, no alcanza el 1% de empresas de más de 200 personas empleadas – con la excepción de Galicia –. Navarra (2,88%), Catalunya (1,83%), Murcia (1,57%) y Madrid (1,38%) son las Comunidades con mayor porcentaje de empresas grandes.

02

Correlación entre la dimensión empresarial y las necesidades. Como se observa en diversos apartados de este informe, la dimensión empresarial afecta de manera determinante a la **situación** de las empresas (a mayor tamaño de la pyme, menor es el descenso previsto en el volumen de ingresos; a mayor tamaño de la pyme, menor preocupación por determinados pagos...), a la **forma de utilizar determinados instrumentos** (a mayor tamaño, mayor capacidad de endeudamiento, mayor utilización de fondos ICO, mayor éxito en su obtención, mayor teletrabajo, mayor utilización de los ERTES, reducciones de jornada, etc.) o al **nivel de dependencia** que esta tiene de su principal , y la caída de ingresos por subsectores es más propio del Informe COVID que del Informe necesidades pymes

RANKING DE PREOCUPACIONES

03

Antes del COVID-19 las tres principales preocupaciones entre las PYMES españolas eran: Competencia, Costes de producción y Política comercial. El COVID-19 provoca un **vuelco en las preocupaciones**, de modo que las tres principales son: Dificultad en el cobro, Necesidad de financiación y Control de costes.

04 **Dificultad en el cobro.**

- La dificultad en el cobro preocupa más cuanto menor es el tamaño de la pyme. Es una preocupación para el 50% de las micros, para el 38% de las pequeñas y para el 27% de las medianas.
- Del mismo modo, los sectores con mayor porcentaje de microempresas están más preocupados por la dificultad en el cobro.
- Por Comunidades Autónomas no se encuentran diferencias, más allá de que en las CCAA con más peso de microempresas la preocupación es mayor.

05 **Necesidad de financiación**

- A más tamaño, más preocupación por la financiación. La financiación preocupa al 30% de las medianas, al 20% de las pequeñas y al 14% de las micros.
- Lo mismo ocurre en los sectores y en los territorios que cuentan con empresas de mayor tamaño.

06 **Control de costes**

- El control de costes preocupa al 11% de las empresas del sector encuestadas, por detrás de la necesidad de financiación (22%) y de la dificultad en el cobro (37%).

07 La cuarta preocupación es la **Política comercial** y la quinta la **Internacionalización**. En todo caso, algunos de los empresarios consideran que, aunque estemos en medio de una crisis, hay que preocuparse por el incremento de las ventas "A mí se me acaban las preocupaciones si consigo incrementar las ventas"; "Hay que generar valor para cuando todo esto acabe; el empresario debe ser capaz de buscar el equilibrio entre lo coyuntural y lo estructural"; "El consumidor ha cambiado a una velocidad brutal, y si no te acercas a ese cambio, estás acabado a medio plazo", son algunas de las afirmaciones. La **Transformación digital** y la escasa **Dimensión** empresarial, muy abajo en el ranking, preocupan tan solo un 4% y un 1'5% respectivamente.

OTROS RETOS Y OPORTUNIDADES DE MEJORA

08 **Necesidad de crecimiento.**

- 2 de cada 3 pymes del sector está pensando en crecer.
  - Las que tienen más dimensión lo afirman con menor intensidad que las pequeñas (60% de las medianas, 66% de las pequeñas, 78% de las micro).
  - De los subsectores que más quieren crecer, destacan el de las bebidas, el de los lácteos y el de las frutas y hortalizas (más de 8 de cada 10 empresas de estos subsectores lo afirman).
- Del conjunto de empresas que están pensando en crecer, la mitad afirma tener un plan definido.
- Estrategias:
  - Diversificar - entrando en sectores que ahora mismo no son propios;
  - Replanteamientos del modelo de negocio;
  - Cooperación con clientes y proveedores (la expresión que más se utiliza en este punto es la de “alianzas”: verticales, horizontales, con clientes, con proveedores);
  - Operaciones corporativas (fusiones, adquisiciones, fondos de inversión...). Es bajo el interés mostrado por las industrias de la alimentación y las bebidas en este tipo de operaciones. El 82% de las empresas entrevistadas no están interesadas en operaciones de fusión y/o adquisición. El interés en dar entrada a fondos de inversión es aún menor, puesto que el 91% se ha mostrado contrario a este tipo de operaciones. Existe “fuerte sentimiento afectivo”, la “mentalidad cerrada” en las PYMES españolas, “sobre todo en las familiares”, “es esencial que tú conserves del CORE del negocio”, son algunas de las afirmaciones que explican este bajo interés.

09 **Capacidad productiva interna.**

Todas las pymes se encuentran por debajo de su capacidad productiva interna.

- 3 de cada 4 empresas se encuentra por debajo del 80% de su capacidad productiva interna, 1 de cada 2 por debajo del 70% y 1 de cada 4 empresas por debajo del 60%.
- La dimensión empresarial tiene un papel relevante. Cuanto menor tamaño, menor aprovechamiento.
- La mayoría de ellas dicen que podrían aprovechar más su capacidad hoy, con pequeños cambios o inversiones, pero que hay que esperar un poco.

10 **Personas.**

- **Relevo generacional.** Preocupación media-alta. El 86% de las empresas encuestadas dicen ser empresas familiares. Del total de las empresas familiares, más del 45% afirman estar preocupadas por el futuro, y de las entrevistas cualitativas, se desprende una preocupación mayor aún por encima de la reflejada en la encuesta cuantitativa. ¼ parte afirma tener el relevo preparado y otra cuarta parte dice que no tiene preocupación a ese respecto.
- La mayoría de los dirigentes de las empresas afirman que la empresa **depende mucho de su acción directa** (el 60% de ellos se coloca entre un 6 y un 9, en una escala del 1 al 10) y, por tanto, están muy implicados en el día a día de sus empresas.
- Y, finalmente, tal y como afirma una de las empresarias entrevistadas, en las PYMES del sector "la propiedad es familiar, pero **la gestión es masculina**" (en 5 de las 36 empresas entrevistadas había presencia femenina en la dirección).

11 **Política comercial.**

- El 85% de las empresas tienen un equipo/estructura comercial y la mayor parte de ellas contemplan un 20-30% en salario variable para sus comerciales (aunque les gustaría que fuese más).
- 7 de cada 10 empresas del sector dicen ser empresas vendedoras (que salen a vender), las de mayor tamaño; y sigue habiendo un porcentaje de empresas que dicen que son empresas a las que les “vienen a comprar” (sin esfuerzo comercial), un fenómeno se da sobre todo en las empresas con menor dimensión.

11 **Contribución de la Administración.** A la ya señalada crítica que el empresariado hacía a la gestión de algunas de las iniciativas adoptadas frente a la crisis originada por la pandemia, las empresas han señalado varios caminos a seguir para favorecer el crecimiento de las PYMES: necesidad de un mayor conocimiento de la realidad empresarial, reducción del gasto público y transformación de la Administración reduciendo la burocracia o mayor fomento de la activad y reducción de impuestos (frente a las subvenciones y ayudas).

12 Finalmente, y aunque no era objeto del estudio, la mayor parte de los empresarios y empresarias entrevistados en el estudio cualitativo, consideran esencial desarrollar acciones ante la sociedad civil y la Administración encaminadas a **prestigiar la figura del empresariado PYME**. Se trata de trasladar la imagen real de una persona trabajadora que arriesga sin una tupida red de protección.

5. NOTAS

5. NOTAS

[1] Los últimos datos disponibles, a 1 de enero de 2019, no son comparables con los de años precedentes. El nuevo concepto de empresa, acorde con los valores que se emplean en la UE, implica una reducción en el número de unidades estadísticas.

[2] Se emplean para hacer esta distribución dos fuentes de datos. En primer lugar, los datos del INE (https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=298, consultado el 22 de octubre de 2020), que nos facilita el número de empresas por cada uno de los subsectores y Comunidad Autónoma, no así los datos de facturación por cada subsector y Comunidad Autónoma. En algunos casos, además de los datos proporcionados por el INE, introduciremos también en la ecuación datos de facturación de los subsectores obtenidos a través de fuentes propias de FIAB y o TACTIO. Y, en todo caso, se toman como referencia las empresas de entre 10 y 199 personas empleadas, que son las que mayoritariamente han participado en la encuesta online.

[3] Las estrategias de TACTIO y FIAB están claramente orientadas al apoyo a pymes, y no tanto a micro pymes o a grandes empresas. Se produce aquí una distorsión en los datos en este informe en favor de las empresas pequeñas (10-49 personas empleadas) y medianas (50-249 personas empleadas), dado que el 79,96% de las empresas del sector en España son micro pymes, mientras que en el informe sus respuestas apenan representan al 12% del total.

[4] Es un dato similar al de la encuesta online llevado a cabo a finales del pasado mes de octubre entre las empresas familiares y que dio a conocer el propio Instituto de la Empresa Familiar: CINCO DÍAS
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/10/26/companias/1603704948_225090.html
(Consulta 14.11.20. a las 21:06h).

[5] EL ESPAÑOL: “Miles de empresas devuelven los beneficios de los ERTE para poder empezar a despedir cuanto antes: https://www.elespanol.com/invertia/economia/empleo/20201112/miles-empresas-devuelven-beneficios-erte-empezar-despedir/535197919_0.html (Consulta 16.11.20. a las 19:51h)

[6] Antes de la pandemia, a la PYME española le preocupaban especialmente la competencia, los costes de producción y la dificultad para contratar. Ver TACTIÓMETRO2020: https://www.tactio.es/descarga-el-tactiometro/

[7] El interés de las PYMES en procesos de crecimiento inorgánico está por encima del 30%, tal y como se puede observar en el TACTIÓMETRO2020 citado en la anterior nota.

[8] Huerta, E. y Salas, V. (2017). “Tamaño y productividad de la empresa española. El recurso olvidado de la calidad de la dirección”, en Policy Brief. Núm. 12.
Los autores hablan del "recurso olvidado de la calidad de la dirección”, que señalan los lucros cesantes derivados del déficit de gestión en buena parte de nuestras empresas. De tal modo que la productividad no dependería estrictamente de la falta de dimensión de nuestras empresas, sino que habría que considerar la importancia de otros factores.

[10] FIAB. "Impacto de la crisis del COVID en la IAB 2020. https://fiab.es/es/archivos/documentos/Impacto_COVID_industria_alimentaci%C3%B3n_bebidas.PDF

[11] El dato del presente estudio se acerca mucho al último dado a conocer por el Instituto de la Empresa Familiar en España: http://www.iefamiliar.com/la-empresa-familiar/cifras/

6. FICHA Y FUENTES

6. FICHA Y FUENTES

6A. FICHA

El equipo de TACTIO que ha desarrollado el trabajo ha estado dirigido por Óscar Rodríguez Vaz. Han participado en la elaboración del informe Myriam Pons Prat, Xavi Díaz Plaza e Irene Cruz Expósito.

La encuesta cuantitativa se hizo en cuestionario online cerrado y autorrellenado, entre el 12 de octubre y el 6 de noviembre de 2020. El ámbito de la encuesta ha sido nacional. Tras el cierre de la encuesta al público (6 de noviembre), y dadas la falta de representatividad de algunos subsectores y la sobrerrepresentación de otros, así como la existencia de algunas duplicidades o errores en las respuestas (empresas que no pertenecían al sector, por ejemplo), se hizo una acción de refuerzo en los envíos para que la radiografía que arroja el estudio se acercara un poco más a la realidad del sector.

En total, se ha contado con la participación activa de 351 empresas con sede en España, a las que se ha llegado a través del envío de la encuesta a cerca de 7.000 empresas (las pertenecientes a las asociaciones de FIAB y las existentes en las bases de datos de TACTIO). Estas 351 empresas representan el 1,14% de la totalidad de las empresas de la industria existentes en España (30.730, según el último informe económico de FIAB). Se trata de una muestra muy representativa de

las PYMES del sector, puesto que 297 de las empresas participantes tienen entre 10 y 249 personas empleadas, y hay que tener en cuenta que el total de empresas del sector que tiene entre 10 y 100 asalariados es de 5.880, y el que tiene entre 10 y 499 asalariados es de 6.066, de modo que la muestra obtenida representaría en torno al 5% de las PYMES industriales de la alimentación y las bebidas
españolas.

La encuesta cualitativa se hizo entre los días 9 de noviembre y 23 de diciembre, a un total de 36 empresas representativas de diversos subsectores en las diferentes Comunidades Autónomas, incluyendo a algunos colectivos empresariales pertenecientes a FIAB que expresaron su voluntad de aportar en la parte cualitativa de la investigación.

La información aportada en ambas encuestas por las empresas participantes es confidencial. Una vez aprobado por parte de FIAB, los/as representantes de estas empresas y colectivos han sido los/as primeros/as en obtener el presente informe.

Todas las tablas y gráficos que aparecen en el informe son de elaboración propia, a partir de los datos recogidos.

6B. FUENTES

- FIAB: Informe Económico 2019
- FIAB: Impacto de la crisis del COVID en la IAB 2020
- FoodDrinkEurope: Informe Anual 2019 (datos actualizados: 28/062019)
- INE: Estadística estructural de las empresas: sector industrial 2018 (datos actualizados: 24/06/2020.
- INE: Directorio Central de Empresas 2019 (datos actualizados: 20/12/2019)
- INE: Encuesta de Población Activa (2º trimestre 2020)

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN
Y BEBIDAS

TACTIO