

 FRANCISCA CASTILLA POLO*Universidad de Jaén***Extracto:**

A pesar de la trascendencia económica y social de las pymes dentro del tejido empresarial, resultan todavía escasos los trabajos que se encargan de indagar en su problemática estratégica al igual que los destinados a investigar sobre las peculiaridades de su tratamiento contable. Estas dos facetas se relacionan claramente con la presencia de elementos inmateriales que resultan factores clave para la competitividad en los momentos actuales y sobre los que las labores de gestión y medición todavía no aparecen claramente desarrolladas. Es por este motivo que hemos decidido analizar las características más representativas de la dimensión inmaterial de las pymes. Concretamente, pretendemos formular algunas recomendaciones de índole estratégica destinadas a potenciar el aprovechamiento de los elementos intangibles poseídos por pymes al igual que también nos ocuparemos de analizar el tratamiento contable que les resulta más apropiado.

*Palabras clave:* pymes, elementos intangibles, contabilidad, divulgación voluntaria.

---

## *Sumario:*

---

- I. Introducción.
  - II. Las pymes y los modelos de competitividad basados en elementos inmateriales.
  - III. Rasgos competitivos del desarrollo de pymes.
  - IV. Elementos intangibles y pymes: un enfoque teórico.
  - V. La información contable en pymes.
  - VI. Conclusiones.
- Bibliografía.

## I. INTRODUCCIÓN

Desde hace ya algún tiempo resultan continuas las demandas que exigen prestar una mayor atención a las sociedades de reducida y media dimensión, pymes en adelante, en detrimento de grandes corporaciones que han constituido focos de atención permanentes. Según el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (2000) conforman el 99,9% del tejido empresarial español y el 99,8% del correspondiente a la Unión Europea, cifras que, ante este papel económico tan decisivo, justifican la realización de un importante esfuerzo investigador para resolver todos sus problemas.

CAMISÓN (2001: 4) sobre este particular opina que una de las primeras conclusiones sobre la revisión de la literatura disponible es que no está pareja con la importancia concedida a estas organizaciones por las instituciones y con su propia relevancia en el sistema económico. «La investigación concentrada en la pyme, en sus problemas y en sus formas de gobierno cuenta aún, frente a la amplia literatura estratégica y económica enfocada hacia la gran empresa, con un cuerpo de conocimiento menor».

Otras exigencias en este sentido provienen del ámbito contable; por ejemplo, MONEVA y CUÉLLAR (1998: 774): «La investigación en contabilidad ha destinado sus esfuerzos básicamente a conocer el entorno y las prácticas relativas a las grandes empresas, abandonando la problemática inherente a las pequeñas y medianas empresas. Éstas constituyen un factor esencial para la cohesión social de un país y un sector fundamental para el funcionamiento de la economía, por lo que es preciso desarrollar estudios que permitan avanzar en su conocimiento».

Sin duda, los ámbitos estratégico y contable resultan considerablemente perjudicados por la escasa realización de investigaciones sobre pymes y las continuas y reiteradas demandas para reforzar estas parcelas de conocimiento dentro de la literatura revisada así lo ponen de manifiesto <sup>1</sup>. No podemos negar que las pymes poseen unas características estructurales diferentes a las presentadas por sociedades de gran dimensión y que esto exige un tratamiento individualizado que, aunque comienza a ser incipiente, todavía requiere de un gran esfuerzo investigador. Por este motivo hemos decidido dedicar nuestro trabajo al estudio de pymes, entendiendo por estas últimas aquellas empresas que así son catalogadas por el ámbito contable en virtud de la Ley 19/1989, según los siguientes parámetros: volumen de activos, cifra de negocio y número de empleados. Somos conscientes de la dificultad de clasificar sociedades según tamaño <sup>2</sup>, ahora bien, entendemos que debido a la vinculación contable del presente trabajo, los criterios apuntados constituyen la mejor opción para su delimitación.

Las características diferenciadoras de pymes afectan especialmente a una categoría de recursos muy valorados por el entorno empresarial, nos estamos refiriendo a los recursos intangibles. Su importancia es tal, que numerosos investigadores los consideran determinantes de la competitividad empresarial en los momentos actuales, entre otros motivos, por su carácter específico a las organizaciones en las que se integran.

De igual modo, las consideraciones anteriores afectan de un modo directo e inmediato a la idoneidad de los procesos de valoración de pymes, pues entendemos que éstos deben realizarse teniendo en cuenta las características de las sociedades en las que van a ser aplicados y no utilizando métodos y estimaciones diseñadas para otro tipo de empresas. Así, tanto las valoraciones externas como las internas han de poseer un significado y una utilidad para la persona que las efectúa y la escasez de vinculación de los estudios de índole estratégica y contable sobre este tipo de sociedades puede conllevar problemas sobre su finalidad y efectividad, respectivamente. Sea cual sea el objetivo de la valoración, la falta de adaptación de esta actividad a las características de sociedades de reducida dimensión va a restar idoneidad a los resultados obtenidos por cuanto no consideramos especialmente apropiado emplear métodos y estimaciones diseñados para otro tipo de empresas.

Por tales motivos, nos adentramos en el estudio de las peculiaridades de los procesos de valoración en pymes, fundamentalmente, en las derivadas de una base inmaterial que entendemos que les resulta específica así como en el comentario de diferentes respuestas contables aplicables a la información obtenida de tal proceso. Para conseguir nuestro objetivo, hemos dividido nuestro trabajo en cuatro apartados fundamentales. Iniciaremos el desarrollo del mismo a través del comentario de las diferentes perspectivas estratégicas que avalan la relevancia de elementos intangibles en el logro de ventajas competitivas. En segundo lugar, detectaremos desde un punto de vista teórico las condiciones estructurales más representativas de este tipo de sociedades. A continuación relacionaremos estos atributos con la presencia o ausencia de determinados elementos inmateriales para poder ofrecer en tercer lugar un listado de recursos intangibles con mayores posibilidades de aparición dentro de pymes. Finalmente, nos centraremos en el estudio de la comunicación de este tipo de información y, en especial, en el análisis de los beneficios y perjuicios asociados a la revelación voluntaria de informes con esta naturaleza.

## **II. LAS PYMES Y LOS MODELOS DE COMPETITIVIDAD BASADOS EN ELEMENTOS INMATERIALES**

Las características del entorno en el que las diferentes organizaciones han desarrollado su actividad han aconsejado de forma masiva, hasta hace relativamente poco tiempo, el empleo del crecimiento como forma casi exclusiva para mantenerse con éxito en los mercados. Incluso tradicionalmente se le ha considerado como un «indicador de salud organizativa» (SUÁREZ, 1999: 78). En este sentido, dentro del panorama empresarial han sido continuos los procesos encaminados a dotar de dimensión a las organizaciones como fórmula para competir en los mercados <sup>3</sup>.

Recientemente, encontramos que la literatura estratégica ha destacado con cierta insistencia la importancia de valores inmateriales sobre la competitividad de las empresas. Esto no quiere decir que ha desaparecido el empleo del crecimiento como fórmula competitiva, sino que tal y como señala SUÁREZ (1999) en la última década se han ofrecido respuestas estratégicas diferentes<sup>4</sup>. Se piensa que los especiales atributos que poseen este tipo de recursos explican el alcance de situaciones ventajosas en los mercados por los motivos que a continuación detallamos.

Se trata de unos recursos *capaces de generar sinergias* [ITAMI y ROEHL (1987), FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996), LEV (2000)], esto es, que pueden ser empleados en repetitivas y simultáneas aplicaciones sin disminuir su utilidad. Presentan un elevado coste inicial pero despreciable coste marginal. También, a menudo, se caracterizan por incrementar los beneficios a escala debido a que el conocimiento es acumulativo (LEV, 2000).

Son *específicos para cada organización*, esto significa que no pueden compartirse en el mismo grado con otras organizaciones o con la misma habilidad en distintas organizaciones, tal es el caso de la motivación que presenta el personal de una sociedad determinada. SALAS (1996: 19) viene a afirmar que buena parte de su valor económico está condicionada a la continuidad de la relación empresarial de la que forman parte.

En su *acumulación existen deseconomías* derivadas de la compresión del tiempo, es decir, los resultados obtenidos con una determinada cantidad de recursos durante un período dado, no son iguales a los obtenidos en la mitad de ese período con la utilización del doble de recursos (DIERICKX y COOL, 1989: 165).

También es *compleja su imitación* bien por resultar protegidos por barreras legales, bien por estar protegidos por la «ambigüedad causal» [BARNEY (1991), GRANT (1991), FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996)]. La existencia de esta última situación hace difícil explicar las causas que proporcionan su aparición y, por tanto, su desconocimiento impide la réplica por parte de potenciales imitadores. Para AMIT y SCHOEMAKER (1993: 38) las ventajas competitivas resultan sostenibles cuando los competidores existentes y potenciales carecen de habilidad o del deseo de imitar los recursos y las capacidades que producen renta.

Resultan *difíciles de intercambiar* [BARNEY (1991), GRANT (1991), SALAS (1996), FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996)]. DIERICKX y COOL (1989: 165) afirman que los recursos son perfectamente inmóviles si no pueden ser comercializados. Esta limitación a su intercambio en el mercado puede provenir tanto de condicionamientos geográficos como de la especificidad de los recursos a las organizaciones.

Otras razones para apreciar a estos recursos desde un plano competitivo pueden ser su consideración como inputs y outputs de las actividades empresariales (ITAMI y ROEHL, 1987), su efecto en materia de redes (LEV, 2000) o su naturaleza de bienes públicos (SALAS, 1992).

Todos los atributos revisados hasta el momento vienen a justificar la necesaria intervención de factores inmateriales dentro de los modelos de competitividad empresarial <sup>5</sup> a la vez que ponen de manifiesto una cuestión que para nuestro estudio resulta especialmente importante, *estos modelos competitivos son perfectamente aplicables a todo tipo de empresas al encontrarse los elementos intangibles presentes bajo sociedades de cualquier dimensión, sector, antigüedad, etc.* Según CAMISÓN (1997: 29) el elevado índice de fracaso al que se encuentran sometidas las pymes puede atribuirse al empleo de estrategias aptas para grandes empresas y no específicas para las mismas. De este modo, parece que el aprovechamiento de los elementos inmateriales propiciados por la dimensión reducida y los compartidos a través de acuerdos de cooperación y entornos ricos en externalidades donde tenga el acierto de localizarse supone la estrategia más apropiada para pymes según la opinión de este autor. Igualmente, para GARCÍA (2002: 6-7) el éxito de la pyme depende de su capacidad para competir con la gran empresa utilizando ventajas que les son específicas.

### III. RASGOS COMPETITIVOS DEL DESARROLLO DE PYMES

Existen importantes estudios sobre el binomio tamaño-competitividad, por ejemplo, los realizados por GARCÍA (2002) sobre los factores determinantes de su eficiencia y rentabilidad, por CAMISÓN (1997, 2001) para la pyme industrial española durante el período 1984-1994, por ÁLVAREZ y GARCÍA (1996) y su modelo para la mejora de la competitividad centrado en el ámbito geográfico gallego, por JULIEN, MARCHESNAY y MUNDET (1996) sobre los efectos del control de información en este tipo de sociedades, por JULIEN (2000) sobre los factores que explican el alto crecimiento de pymes, por MARIÑO (1999) en materia de futuras líneas competitivas que se están impulsando desde la Dirección General de Política de la Pyme y por FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996) quienes analizan desde un punto de vista teórico los efectos de la dimensión inmaterial sobre pequeñas empresas. Todos ellos han sido revisados con vistas a la construcción de un esquema teórico que permita ilustrar las relaciones que pueden establecerse entre recursos inmateriales y competitividad de pymes.

Como resultado de la revisión efectuada, consideramos aspectos positivos y de utilidad para la competitividad de la pequeña y mediana empresa a través de su relación con la posible creación o potenciación de valores inmateriales, entre otros, los siguientes:

**La identificación en gran número de casos de propiedad y dirección.** Esta circunstancia redundante de forma directa en la posibilidad de establecer una gestión a largo plazo minorando los efectos perversos de visiones oportunistas de directivos no comprometidos con el desarrollo de la empresa. De forma más específica, los efectos positivos de este solapamiento resultan ser para CAMISÓN (1997: 378) los siguientes:

- *Eliminación de decisiones ineficientes generadas por criterios independientes de directivos.* En situaciones donde la dirección de la empresa queda encomendada a personas que no poseen la condición de propietarios pueden producirse algunos comportamientos oportunistas ampliamente estudiados bajo el marco de la Teoría de la Agencia. Según esta pers-

pectiva, la empresa es concebida como un conjunto de contratos, donde resulta especialmente importante el que tiene por objeto encargar al directivo –agente– llevar a cabo la gestión de una sociedad cualquiera por parte de sus propietarios –principales–. La existencia de información asimétrica entre los participantes, sus intereses particulares y la actitud de los mismos en la relación justifican la aparición de una serie de costes de agencia <sup>6</sup> a tenor de los diferentes trabajos que conforman el cuerpo teórico apuntado, costes que se anularían para situaciones donde la propiedad y la dirección coincidiesen.

- *Favorece la fijación de incentivos comunes basados en el rendimiento a medio plazo y largo plazo.* La evaluación del directivo en un horizonte temporal superior al ejercicio permite que éste atienda inversiones que necesitan de un período de tiempo más o menos largo para su traducción a la cuenta de resultados. Éste es el caso de las inversiones en elementos intangibles al exigir, como norma general, largos períodos para su acumulación.
- *Reduce los riesgos de emigración del directivo y sus efectos potencialmente inapropiados sobre algunos contratos de confianza mutua.* La vinculación del directivo a la entidad determina la aparición de una serie de relaciones que lo identifican con su futuro, la eliminación de esta identificación puede mermar considerablemente algunos de los acuerdos que, bajo su dirección, han sido establecidos con diferentes agentes económicos. El marco teórico de los Stakeholders viene a manifestar precisamente la trascendencia de estas relaciones. Ahora bien, no todos los colectivos con los que se relaciona una organización resultan vitales para determinar su posición competitiva sino sólo los catalogados como «estratégicos» bajo la terminología de FROOMAN (1999) <sup>7</sup>.

**El establecimiento de formas organizativas reticulares.** Éstas atienden a la necesidad de contratar de forma externa la realización de algunas actividades ante la ineficiencia empresarial al respecto. En definitiva, se trata de externalizar funciones que permitan a la empresa paliar la limitación de recursos y competencias a las que se encuentra sometida. Advertimos una ventaja importante en la realización de este tipo de acuerdos, la eliminación de un peso importante de costes fijos y su sustitución por costes variables. Es decir, entendemos que la contratación externa de actividades o servicios introduce flexibilidad dentro del proceso productivo y elimina rigidez del mismo, de ahí que lo situemos como un factor positivo para pymes.

Con relación a la dimensión inmaterial, podemos advertir que quedará protegida y potenciada a través de la realización de este tipo de acuerdos por los siguientes motivos. En primer lugar, debemos comentar que el crecimiento externo puede dañar el conjunto de valores intangibles acumulados por una empresa ante modificaciones en su estructura propietaria. La llegada de un nuevo equipo de dirección puede modificar la estrategia empresarial poniendo en peligro inversiones en intangibles mantenidas durante largos períodos de tiempo. En segundo lugar, afirmamos que este tipo de acuerdos puede potenciar la dimensión inmaterial. CAMISÓN (2001: 18) llega a afirmar que el establecimiento de acuerdos basados en la confianza y orientados al largo plazo será ideal como «mecanismo de adquisición de competencias, de desbloqueo de barreras a la innovación y de superación de limitaciones al crecimiento». Como consecuencia de lo anterior, la Gestión del Conocimiento dentro pymes prestará una especial atención a los procesos de adquisición de conocimiento –lo cual no significa que no deba vigilar la generación de este recurso a instancia de la unidad empresarial–.

**La flexibilidad.** El tamaño reducido constituye una ventaja para el desarrollo de estructuras organizativas más sencillas y horizontales, cruciales para aplicar con éxito los principios de flexibilidad adaptativa. De hecho, son numerosas las aportaciones que consideran este atributo como una de las principales ventajas que poseen las sociedades de reducida dimensión. Entre ellos, CAMISÓN (1997, 2001) quien mantiene que la flexibilidad operativa de este tipo de sociedades se caracteriza por los siguientes aspectos. En primer lugar, en el ámbito estructural la coordinación horizontal resulta más fácil de conseguir con un tamaño reducido. También la gestión de recursos humanos puede aprovechar las ventajas de esquemas de la participación directa de los trabajadores que contienen en gran número de ocasiones una cultura empresarial de confianza y colaboración mutua. Finalmente, la cercanía al cliente coloca a estas entidades en una posición bastante apropiada para hacer frente a sus continuas exigencias. Estas dimensiones facilitan, en última instancia, la adaptación de la empresa, en sus diferentes facetas, a las necesidades cambiantes de un entorno complejo como el actual.

A modo de resumen, GARCÍA (2002: 6) considera como ventajas que pueden explotar las pymes para competir con la gran empresa, la carencia de excesiva burocracia, sus sistemas internos de comunicación informal, la motivación para la consecución de resultados y una mayor flexibilidad, adaptabilidad y dinamismo.

Tras la exposición de los rasgos que consideramos más apropiados para reforzar la competitividad de las pymes, sobre todo, por su aplicación en la acumulación y desarrollo de valores inmateriales, abordamos el comentario de los impedimentos que detectamos en este tipo de sociedades para conseguir este mismo objetivo.

**Identificación en gran número de casos de propiedad y dirección.** Este factor que ya fue comentado como posible ventaja para pymes presenta también aspectos que minoran su idoneidad y que lo pueden llegar a convertir en perjudicial por los siguientes motivos (CAMISÓN, 1997: 377):

- *Desaprovecha las ventajas de la especialización de un directivo profesional.* Al quedar centralizada la dirección en manos del propietario, las limitaciones de éste y, especialmente, las relativas a su formación quedarán patentes en la empresa que dirige. Para el caso ideal de que el propietario contase con la formación adecuada, el binomio propiedad-dirección resultaría totalmente beneficioso.
- *En algunas ocasiones, las decisiones del propietario pueden abandonar los criterios de gestión óptima a favor de sus objetivos a corto plazo.* Debemos vigilar estas situaciones para no poner en peligro ciertas inversiones, entre ellas, las dedicadas a crear o potenciar determinados factores intangibles por cuanto, según comentábamos, exigen de un dilatado horizonte temporal para hacerse efectivas.
- *Para perfiles de propietarios personalistas puede dificultar el establecimiento de formas de cooperación, entorpecer las relaciones con trabajadores y hacer prevalecer un criterio conservador en toda la organización.* De nuevo volvemos a reiterar que es lo mismo hablar de pequeñas empresas que de pequeños empresarios. La formación es una potencial limitación a la que también puede añadirse la derivada del excesivo énfasis centralizador del

propietario. FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996) lo denominan como «límite organizativo». El deseo del propietario de mantener el control pleno de su empresa limita la flexibilidad operativa de ésta, entorpeciendo sus respuestas ante los cambios del entorno y eliminando o reduciendo, según los casos, los diferentes beneficios apuntados con anterioridad.

**El ámbito financiero.** El volumen limitado de recursos con el que cuentan las pymes para llevar a cabo su actividad condiciona y limita las inversiones que éstas pueden efectuar. Especialmente grave resulta este efecto para el proceso de acumulación de elementos intangibles que necesitan volúmenes considerables de recursos a la vez que períodos dilatados de tiempo para que éstas se hagan efectivas. Otras características asociadas al proceso de formación de recursos intangibles serían las siguientes: para FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996: 143) la existencia de resultados finales inciertos, los problemas de su apropiabilidad y la aparición de externalidades positivas o negativas que los afectan de forma significativa y para LEV (2000: 58-71) a los anteriores debería añadirse el problema derivado de la inexistencia de mercados donde puedan ser objeto de transacción y donde puedan reducirse algunos de los riesgos asociados a este tipo de elementos.

Todas estas cuestiones llevan a FERNÁNDEZ, MONTES y VÁZQUEZ (1996: 143) a afirmar que «la capacidad de la pyme para competir a través de la creación de recursos inmateriales puede verse comprometida a menos que adquiera el tamaño suficiente para atenuar el impacto del coste de las inversiones necesarias sobre el precio final de los productos». No estamos de acuerdo con esta afirmación pues entendemos que la competitividad a través de elementos intangibles es una opción perfectamente aplicable a cualquier empresa con independencia de su tamaño. No obstante, somos conscientes de que los problemas que plantea la captación de recursos ajenos se encuentran agravados para este tipo de sociedades, lo cual nos lleva a pensar en la autofinanciación como alternativa menos gravosa a este tipo de inversiones –opción también tratada por los citados autores–.

Dentro de la financiación propia podemos utilizar dos vías fundamentales para sufragar las inversiones en intangibles: la ampliación de capital y la utilización de beneficios generados. De ellas, la primera resulta especialmente complicada en pymes con una alta concentración de capital y con un núcleo directivo que valore el control. Por otro lado, el proceso de inversión en intangibles que tome como base los resultados generados quedará sometido a los márgenes de rentabilidad obtenidos en los diferentes ejercicios, cuestión que CAMISÓN (1997: 370) operativiza de la siguiente forma: «el empleo de la autofinanciación para la inversión en activos intangibles se fundamenta en el mantenimiento del ritmo de crecimiento de los flujos generados, pues no son previsibles cambios sustanciales en las aportaciones de capital de los propietarios y en la prudencia a la hora de distribuir los fondos generados, manteniéndose como destino básico actual, la autofinanciación».

Conscientes de la dificultad de cumplir las condiciones impuestas por CAMISÓN para llevar a cabo inversiones en intangibles, entendemos que una posible solución podría consistir en potenciar los elementos inmateriales asociados a los rasgos definidores de pymes en su vertiente positiva, esto es, a la identificación del binomio propiedad-dirección, al establecimiento de formas organizativas reticulares y a la flexibilidad. Consideramos que potenciar o crear elementos intangibles vinculados a los rasgos anteriores exigirá un menor nivel de financiación y esfuerzo y permitirá aliviar las perspectivas futuras de rentabilidad.

#### IV. ELEMENTOS INTANGIBLES Y PYMES: UN ENFOQUE TEÓRICO

Apuntadas dos ideas que entendemos vitales para el éxito competitivo de pymes, esto es, i) que basen sus proyectos estratégicos en esquemas propios y no en la imitación de los puestos en práctica por otras categorías de empresas y ii) que aprovechen las posibilidades que les ofrece su estructura para potenciar una base inmaterial que sea capaz de situarlas en una posición ventajosa en el mercado, nos proponemos en este epígrafe profundizar aún más en las implicaciones competitivas de la propuesta que lanzábamos en el anterior epígrafe. Concretamente, consideramos que puede resultar útil proponer un listado de elementos intangibles que, ante los rasgos definidores de pymes, posea mayor probabilidad de encontrarse presente o de resultar fácilmente potenciable por éstas. A tal fin, entendemos la dimensión reducida en un sentido amplio para poder conjugar todos los estudios revisados. Del mismo modo, los resultados obtenidos podrán vincularse a todo tipo de industrias ya que no hemos pretendido particularizar en ninguna de ellas.

Tras las apreciaciones anteriores, abordamos el comentario de los elementos intangibles que cumplen las condiciones apuntadas según su adscripción al ámbito interno, externo o de los recursos humanos. Se trata de una caracterización muy extendida en la literatura encargada de revisar la dimensión inmaterial de una organización y que aparece plasmada bajo gran número de modelos elaborados con este fin –los denominados genéricamente como modelos de Capital Intelectual–.

En el ámbito interno o bloque estructural, consideramos recursos inmateriales relevantes para pymes, entre otros, los siguientes:

- **Flexibilidad organizativa.** Aunque de forma general propusimos la flexibilidad como uno de los rasgos más ventajosos de este tipo de empresas, resulta especialmente relevante dentro de este bloque la que se asocia al ámbito interno. Sus principales beneficios provienen de la existencia de un menor número de niveles jerárquicos lo que facilita en teoría el establecimiento de estructuras organizativas más horizontales y, por extensión, favorece la descentralización del proceso de toma de decisiones. Ante entidades dominadas por un enfoque dictador del propietario/s, este valor inmaterial brillará por su ausencia.
- **Sólida cultura organizacional.** La cercanía del nivel directivo de estas entidades facilita la impregnación de valores y principios a lo largo de toda la organización. Del mismo modo, actúa el trabajo cara a cara entre los empleados. Como resultado de todo lo anterior, la concienciación de cada uno de estos colectivos sobre la filosofía de la organización añade un valor importante a pymes.

Con respecto al bloque humano, los recursos inmateriales más relevantes dentro de pymes resultan ser los siguientes:

- **Flexibilidad de la plantilla.** Ésta se manifiesta a través de su versatilidad y adaptabilidad. Ante la presencia de un reducido número de empleados y el extenso conjunto de labores

realizables dentro de la entidad empresarial, parece lógico pensar que las pymes destacan por la facilidad de sus trabajadores para el intercambio, lo que conlleva que todos puedan conocer las distintas tareas que se pueden realizar en la empresa.

- **Compromiso directivo con el futuro de la empresa.** En aquellas pymes donde se identifica la propiedad y la dirección aparecen importantes beneficios para la gestión empresarial. Así, contar con gerentes a los que pertenece la propiedad de la empresa asegura, cuanto menos, un nivel adecuado de motivación a la vez que elimina algunas decisiones no eficientes de directivos interesados en su retribución personal. Ahora bien, las limitaciones del empresario en este tipo de empresas se igualan a las de su organización, lo que debe entenderse con las oportunas cautelas.

Finalmente, se consideran valores inmateriales relevantes en las relaciones externas de pymes, entre otros, los siguientes:

- **Cercanía al cliente.** Este aspecto determina un mejor conocimiento de sus necesidades a la vez que facilita un trato más apropiado. Los efectos beneficiosos se relacionan también con la adecuación de las entregas y del volumen fabricado.
- **Cercanía al proveedor.** De forma habitual, la situación geográfica de estas entidades conlleva un ahorro de costes de transporte importante al igual que permite un trato más cercano con las personas/sociedades encargadas del aprovisionamiento.
- **Apuesta por la cooperación.** Ya han sido apuntadas las ventajas de la cooperación como mecanismo de adquisición de competencias en estas entidades. Ante la presencia de límites financieros, la cooperación con otras entidades ofrece la posibilidad de adquirir capacidades necesarias para su competitividad si éstas se realizan a largo plazo y cuidando los potenciales perjuicios oportunistas que, por parte de las entidades con las que se realiza el acuerdo, pudieran derivarse.

Si comparamos el listado de valores que acabamos de proporcionar con los resultados obtenidos por JULIEN <sup>8</sup> sobre los factores explicativos del éxito en pymes, encontramos algunas diferencias que vienen dadas, fundamentalmente, por la cuantificación empírica a que somete este autor la participación de las diferentes variables que conforman su estudio. De forma más detallada las evidencias más significativas detectadas por JULIEN vienen a decir, en primer lugar que la capacidad de la empresa para atender las demandas de sus clientes es el principal factor explicativo del éxito de pymes <sup>9</sup> entendiendo ésta como la prestación de un buen servicio al cliente, que resulte mejor que el de los competidores y que satisfaga sus necesidades. Denomina este valor como «diferenciación basada en la innovación e intercambio de conocimiento con consumidores» y queda conformado, entre otros, por los siguientes aspectos: comunicaciones con consumidores directas, completas y regulares e innovación en el producto. Otra segunda gran variable de éxito es la denominada como «gestión dinámica y consistente» en la que se incluyen los siguientes valores a modo de ejemplo: directivo formado y con experiencia, aprendizaje continuo, motivación de empleados y creación de

un ambiente familiar de trabajo. En cuanto a los rasgos que deben impregnar el estilo de dirección, JULIEN (2000) observa la importancia de que las pymes posean una estructura descentralizada y participativa. Finalmente, destaca la trascendencia del establecimiento de contactos entre pymes y diferentes colectivos <sup>10</sup>.

En el ámbito español, los resultados obtenidos por GARCÍA (2002) <sup>11</sup> vienen a manifestar que los principales factores competitivos en opinión de las pymes son los siguientes: la reputación e imagen empresarial, la calidad del producto y la experiencia del personal. A su vez, también resultan altamente valorados –por dos de los tres sectores analizados <sup>12</sup>– los siguientes valores: la orientación hacia el cliente, las habilidades en el servicio hacia el mismo y el perfeccionamiento continuo de los productos elaborados por las sociedades del sector industrial. Totalmente relacionado con los últimos factores apuntados se encuentra el hecho de que las pymes se suelen situar cerca tanto de sus clientes como de sus proveedores lo que les permitirá tanto atender a los primeros como colaborar con los segundos para la mejora de los bienes y servicios ofrecidos. De otro modo, las evidencias ofrecidas por las pymes españolas parecen sugerir la incorporación de la reputación e imagen empresarial. Entendemos que no se trata de un factor que va a estar asociado a la pequeña y reducida dimensión sino al buen hacer de un negocio; en este sentido, aunque puede ser aprovechado por la pyme con fines competitivos, no consideramos que se trate de un factor estructural que debamos incluir con los fines propuestos para este estudio.

Como podemos observar, los factores de éxito apuntados por JULIEN vienen a reforzar la validez del listado elaborado bajo este epígrafe por cuanto existe gran similitud entre ambos. También, con las debidas rectificaciones apuntadas, GARCÍA (2002) nos permite validar el posible conjunto de actuaciones competitivas propuesto para que las pymes puedan mejorar su situación en el mercado. Grandes coincidencias detectamos entre nuestra proposición y la que efectúa MARIÑO (1999) quien defiende la apuesta por la calidad, la innovación, el diseño, la cooperación y la formación. Sin duda, valores inmateriales que se encuentran recogidos por nuestro listado.

Por los motivos anteriores, estimamos apropiado proporcionar este listado a aquellas pymes que se adentren en un proceso de fijación de objetivos estratégicos para que dispongan de, al menos, unas ligeras indicaciones acerca de las fortalezas que pueden utilizar en tal fin. Somos conscientes de la dificultad de llevar a cabo una enumeración de estas características, de ahí que simplemente nos conformemos con servir de guía a la hora de iniciar tal implementación.

## V. LA INFORMACIÓN CONTABLE EN PYMES

Una cuestión directamente relacionada con la utilización de la dimensión inmaterial de una pyme con fines competitivos es la elaboración de información sobre los elementos intangibles poseídos por ésta. Es decir, resulta necesario disponer de informes sobre el estado de este tipo de recursos como base para llevar a cabo el proceso estratégico citado a la vez que también cumplen la importante función de comunicar el resultado obtenido en su puesta en práctica. Ahora bien, ante un

panorama actual en el que la pyme demanda una simplificación de los requerimientos contables por su complejidad y coste, fundamentalmente, las exigencias de un modelo competitivo basado en intangibles en cuanto a la elaboración de información adicional sobre unos recursos que, además, resultan de difícil identificación y cuantificación, parecen quedar destinadas al fracaso. Abordamos con mayor detalle el desenlace previsible de las ideas que acabamos de formular.

En la actualidad se permite que las sociedades que superan los requisitos impuestos por la cuarta Directiva, incorporados al ámbito español a través de la Ley 19/1989, puedan presentar modelos abreviados de balance, cuenta de resultados y memoria <sup>13</sup>, aliviando de este modo las obligaciones contables de pymes. También apuntamos que las directrices que deben guiar la futura reforma contable española recogidas dentro del Libro Blanco para la Reforma de la Contabilidad (ICAC, 2002) contemplan una serie de actuaciones tendentes a simplificar las obligaciones contables de las sociedades de reducida dimensión. «Las pequeñas empresas, a excepción de las financieras, necesitan un marco normativo contable que sea simple, comprensible y fácil de utilizar; que produzca información útil para la gestión, que esté lo más estandarizado posible, que sea flexible, fácilmente utilizable para propósitos fiscales y contenga un reconocimiento del entorno económico en el que estas empresas operan» (ICAC, 2002: 182) <sup>14</sup>.

De forma más concreta, las propuestas que establece la Comisión de Expertos para abordar tal simplificación, se pueden resumir en los siguientes apartados (2002: 193):

- a) Agrupar las obligaciones de llevanza de la Contabilidad en un único libro registro, el Diario.
- b) Delimitar las cuentas anuales para sociedades de reducida dimensión, tanto en el contenido de las mismas como en las labores de registro y medición, no descuidando la posible colisión entre ambos objetivos.
- c) Para empresarios individuales acogidos a determinados regímenes fiscales, tratar de simplificar las obligaciones contables de acuerdo con las exigencias fiscales <sup>15</sup>.

A diferencia de la información que obligatoriamente deben elaborar las empresas –tanto hoy en día como en momentos futuros si se produce una reforma– existe otro tipo de información que las sociedades deciden elaborar de manera voluntaria para conocer de forma más profunda diferentes aspectos de su actividad. Es decir, lo normal no es elaborar únicamente los estados contables exigidos desde un punto de vista legal, sino que lo habitual es ampliar con fines internos, fundamentalmente, los estudios realizados para mejorar la dirección de cualquier tipo de sociedad.

JULIEN (1994) al caracterizar a pymes apuntaba como uno de sus rasgos definidores el escaso grado de complejidad y organización de sus sistemas informativos internos –cuestión que también es manifestada de forma reiterada por la literatura revisada–. Esta circunstancia que va en contra de lo que en este epígrafe estamos proponiendo: si no apuestan estas sociedades por la realización de informes voluntarios sobre aspectos tan interesantes para la gestión como pueden ser el cálculo de costes, el estudio de la rentabilidad por productos o mercados o un simple presupuesto de ventas,

será aún más complicado conseguir que se preocupen por identificar y cuantificar elementos que carecen de presencia física. Contra este argumento, la única respuesta válida a nuestro entender consiste en defender la necesidad de apostar por estos valores inmateriales desde un plano competitivo. Sólo ante la comprensión de su trascendencia para la pyme, ésta se adentrará y potenciará la realización de informes al respecto.

De los diferentes modelos existentes encargados de proponer reglas de actuación en materia de valoración inmaterial <sup>16</sup>, cualquiera de ellos podría ser perfectamente válido para que una pyme comenzara con este tipo de tratamiento. Incluso tenemos constancia de una experiencia a nivel holandés dirigida por el Ministerio de Asuntos Económicos sobre un modelo específico para estas empresas, *The MkbBalans* <sup>17</sup>. Una vez elaborado tal informe, la utilización del mismo con fines de gestión resulta evidente a la vez que también convendría analizar la oportunidad de que éste fuese comunicado al exterior buscando determinados efectos <sup>18</sup>.

La reducción del coste capital es uno de los beneficios más comentados de la divulgación voluntaria de información <sup>19</sup>, pues se argumenta que tales entregas redundan en una mejor valoración del riesgo económico de la inversión (ELLIOT y JACOBSON, 1994). Para el caso concreto de entregas voluntarias a instancia de pymes, LÓPEZ y RIAÑO (1999: 8) advierten que las pymes podrían mejorar su capacidad para obtener recursos «en la medida en que mejoren la presentación de sus informes financieros, dando mayor credibilidad a sus proyectos de inversión». De ahí, que las entregas voluntarias en este tipo de sociedades puedan resultar especialmente interesantes desde un punto de vista financiero.

También resultan considerables los efectos de las revelaciones voluntarias sobre el prestigio y la imagen empresarial al igual que sobre la credibilidad del directivo [VERRECCHIA, (1983), ECCLES y MAVRINAC, (1995) y (HEALY y PALEPÚ (2001))]. Estos últimos autores incluso justifican la realización de este tipo de entregas como un modo de señalar el talento del directivo. En aquellos casos donde se identifica la propiedad y la dirección, los beneficios debieran entenderse en el ámbito de la reputación empresarial.

Aunque como una decisión voluntaria más la pyme interesada debe optar o no por la comunicación externa de este tipo de informes, debemos advertir que los costes derivados de esta opción pueden resultar especialmente importantes para ellas. Así, los costes de elaboración o costes directos son elevados, por cuanto la literatura revisada viene a coincidir en que el tratamiento contable interno de pymes puede ser calificado como sencillo y básico. De igual modo, los riesgos derivados de suministrar información en la que parece descansar el éxito empresarial en los momentos actuales puede convertirse en un verdadero peligro para estas sociedades. LARRÁN (2001) opina que el tamaño, el sector de actividad y el nivel de competitividad de este último van a condicionar los costes de desventaja competitiva. Según ELLIOT y JACOBSON (1994) los factores que intervienen en la magnitud del daño son el tipo de información revelada, el nivel de detalle y la audiencia de la revelación. Ambos autores ponen de manifiesto el peligro del tamaño y del tipo de información, respectivamente, sobre la situación competitiva de la empresa, máxime cuando la información a la que nos estamos refiriendo fundamenta la clave de la estrategia competitiva propuesta en este trabajo y aparece el riesgo de utilización de la misma por sociedades competidoras.

Por lo comentado, nuestro posicionamiento al respecto fomenta la realización interna de informes sobre la dimensión inmaterial de la pyme y la evaluación cautelosa de las consecuencias externas asociadas a su comunicación por cuanto los costes de elaboración y competitivos pueden resultar especialmente importantes.

## VI. CONCLUSIONES

Ante la reciente aparición de marcos teóricos que vienen a justificar la competitividad de la empresa según su potencialidad inmaterial, las pymes encuentran una alternativa a la tradicional fórmula de competir a través del crecimiento. Convenimos con CAMISÓN en el hecho de que los problemas que han presentado estas sociedades en materia competitiva pueden justificarse por el empleo de modelos pensados para unas sociedades con características diferentes.

La trascendencia de los elementos inmateriales en virtud de sus especiales atributos y los efectos de su presencia sobre la creación de economías de escala estables durante largos períodos de tiempo, nos llevan a indagar en el estado de este tipo de recursos dentro de las pymes tras sospechar que los factores que definen a este tipo de sociedades pueden propiciar la aparición de un elevado número de ellos.

Concretamente, tras la reflexión teórica efectuada venimos a admitir la existencia de un conjunto de valores inmateriales que parece tener mayor probabilidad de aparecer en pymes: flexibilidad organizativa, sólida cultura organizacional, flexibilidad de la plantilla, compromiso directivo a largo plazo, cercanía al cliente, cercanía al proveedor y decidida apuesta por la cooperación.

Bajo nuestra opinión, estos elementos intangibles resultarán claves en la formulación de estrategias competitivas y, por tal motivo, deberán ser integrados dentro de los diferentes procesos de dirección estratégica. Para efectuar tal labor será imprescindible la identificación, procesamiento y cuantificación de este tipo de recursos a través de la elaboración de informes específicos. Podrán ser o no comunicados al exterior en virtud de la relación coste-beneficio asociada a tal entrega, si bien, consideramos que es una actividad básica su realización con fines de gestión y la integración de estos informes dentro de las labores de dirección de la pyme.

## BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, J.C., y GARCÍA ERQUIAGA, E. (1996): «Factores de éxito y riesgo en la pyme. Diseño e implantación de un modelo para la mejora de la competitividad». *Economía Industrial*, n.º 310, págs. 149-161.

AMIT, R.H. y SCHOEMAKER, P.J. (1993): «Strategic assets and organizational rent». *Strategic Management Journal*, vol. 14, págs. 33-46.

- BARNEY, J.B. (1991): «Firm resources and sustainable competitive advantage». *Journal of Management*, n.º 17, págs. 99-120.
- BROOKSBANK, R. (1991): «Defining the small business: a new clasificación of company size». *Entrepreneur & Regional Development*, 3, págs. 17-31.
- CAMISÓN ZORNOZA, C. (1997): *La competitividad de la pyme industrial española: Estrategia y Competencias distintivas*. Civitas, Madrid.
- CAMISÓN ZORNOZA, C. (2001): «La investigación sobre la pyme y su competitividad: balance del estado de la cuestión desde las perspectivas narrativa y meta analítica». En: *Taller de Metodología, ACEDE*, Cádiz.
- DE RUIJTER, K. (2002): «The SME-Account, disclosure of intangibles for SME's». En: *Transparent Enterprise*, Madrid.
- DIERICKX, I. y COOL, K. (1989): «Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage». *Management Science*, n.º 35, págs. 1.504-1.511.
- ECCLES, R.G. y MAVRINAC, S.C. (1995): «Improving the Corporate Disclosure Process». *Sloan Management Review*, summer, págs. 11-25.
- ELLIOT, R.K. y JACOBSON, P.D. (1994): «Cost and Benefits of Business Information Disclosure». *Accounting Horizons*, vol. 8, n.º 4, págs. 80-96.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E., MONTES PEÓN, J.M. y VÁZQUEZ ORDÁS, C.J. (1996): «Factores de competitividad en la pequeña y mediana empresa. Inversión en activos intangibles, tamaño y límites al crecimiento». *Economía Industrial*, n.º 310, págs. 141-148.
- FROOMAN, J. (1999): «Stakeholder influence strategies». *Academy of Management Journal*, vol. 42, n.º 2, págs. 191-206.
- GARCÍA ERQUIAGA, E. (1996): «La incidencia del entorno en la competitividad de la pyme: pequeñas empresas de alto rendimiento». *Alta Dirección*, n.º 185, págs. 65-74.
- GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D. (Dir.) (2002): *Factores determinantes de la eficiencia y rentabilidad de las pymes en España*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- GRANT, R. M. (1991): «The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation». *California Management Review*, vol. 33, págs. 114-135.
- HEALY, P.M. y PALEPU, K.G. (2001): «Information asymmetry, corporate disclosure and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature». *Journal of Accounting and Economics*, vol. 31, págs. 405-440.
- ITAMI, H. y ROEHL, T.W. (1987): *Mobilizing Invisible Assets*. Harvard University Press, Cambridge.
- JENSEN, M.C. y MECKLING, W.H. (1976): «Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure». *Journal of Financial Economics*, vol. 3, octubre, págs. 305-360.
- JULIEN, P.A. (1994): *Les PME bilan et perspectives*. Economica et Les Presses Inter Universitaires, Quebec.
- JULIEN, P.A. (2000): «High Growth SMES: Explanatory Factors». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 6, n.º 2, págs. 39-56.
- JULIEN, P.A., MARCHESNAY, M. y HIERN, J.M. (1996): «El control de la información como ventaja competitiva en el desarrollo de la pyme. Entornos cambiantes y cada vez más globalizados». *Economía Industrial*, n.º 310, págs. 99-107.
- LARRÁN JORGE, M. (2001): «Costes, beneficios y factores ligados a la política de divulgación empresarial». En: *III Jornada de Contabilidad Financiera de la Asociación de Profesores Universitarios de Contabilidad*, Jaén, págs. 275-313.

- LEV, B. (2000): *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*. Disponible en: [www.stern.nyu.edu/~blev](http://www.stern.nyu.edu/~blev)
- LÓPEZ GRACIA, J. y RIAÑO DONNAY, V. (1999): «Asimetría de información y racionamiento en la pequeña y mediana empresa». *Actualidad Financiera*, marzo, págs. 3-9.
- MARIÑO, A.I. (1999): «Las pyme ante el próximo milenio». *Dirección y Progreso*, n.º 165, págs. 63-66.
- MONEVA, J.M. y CUÉLLAR, B. (1998): «Análisis de la utilidad de la información financiera obligatoria para la gestión de la pyme española». En: *VIII Encuentro de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad*, Alicante, págs.773-788.
- MONEVA, J.M. y CUÉLLAR, B. (1999): «Utilidad de la información financiera obligatoria para la gestión: análisis de la pyme española». *Revista de Contabilidad*, vol. 2, n.º 4, págs. 137-159.
- RUIZ MERCADER, J., RUIZ SANTOS, C. y SABATER SÁNCHEZ, R. (2000): «La flexibilidad numérica en las pymes. Análisis comparativo y perfiles sectoriales». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 6, n.º 2, págs. 111-130.
- SALAS, V. (1992): «La empresa: un análisis económico frente a Europa». En: *Albi* (Coord.), págs. 233-250.
- SALAS, V. (1996): «Economía y gestión de los activos intangibles». *Economía Industrial*, n.º 307, págs. 17-24.
- SERRA SALVADOR, V. (2002): «Las pymes y las obligaciones contables ante la reforma». *Partida Doble*, n.º 136, págs. 70-77.
- SUÁREZ GONZÁLEZ, I. (1999): «El análisis del crecimiento de la empresa desde la dirección estratégica». *Papeles de Economía Española*, n.º 78-79, págs. 78-100.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Es común encontrar dentro de la literatura revisada, como justificación del trabajo realizado, argumentos que vienen a decir que, ante la trascendencia de estas sociedades dentro del panorama empresarial, las investigaciones realizadas hasta el momento vienen a olvidarlas dentro su campo de estudio, centrandolo en sociedades de gran dimensión.
- <sup>2</sup> A pesar de resultar un concepto bastante extendido y que incluso se asocia a tres niveles fundamentales para el ámbito empresarial –pequeña, mediana y gran empresa–, el consenso sobre el mismo presenta todavía importantes lagunas. Sobre la definición de tamaño, véanse los trabajos de revisión de BROOKSBANK (1991), JULIEN (1994) y CAMISÓN (2001).
- <sup>3</sup> Algunos inconvenientes de la puesta en práctica de tales fórmulas competitivas en pymes son resumidos por GARCÍA (1996: 66): «La pyme no goza del oligopolio en el se mueven muchas grandes organizaciones. Por otra parte, le resulta difícil acceder a las economías de escala tecnológicas ya que su obtención exige grandes inversiones que no están al alcance de la pequeña empresa. A su vez es difícil que base su ventaja en el efecto experiencia, ya que la reducción de costes a través de altos volúmenes de producción acumulada se corresponde a las empresas con grandes cuotas de mercado».
- <sup>4</sup> Para SUÁREZ (1999: 91 y ss.) son temas de gran importancia: la cooperación interempresarial, las fuentes de la rentabilidad empresarial, las estrategias de diversificación, las medidas de reestructuración organizativa y las respuestas de las sociedades a las preocupaciones medioambientales. Una revisión teórica de los principales estudios incluidos dentro de cada una de estas líneas con especial referencia al ámbito español puede encontrarse dentro del trabajo apuntado.
- <sup>5</sup> Perspectivas como la denominada Gestión del Conocimiento, el enfoque del Aprendizaje Organizacional, el marco teórico de los Stakeholders o la Teoría de Recursos y Capacidades centran su atención en todos o en algún elemento intangible en concreto a la hora de proponer su respectivo modelo para la competitividad empresarial.
- <sup>6</sup> JENSEN y MECKLING (1976: 308) apuntan los siguientes costes de agencia: *costes de vigilancia y control*, son soportados por el principal, tanto antes de la formalización del contrato como después del mismo, con el objetivo de asegurarse a priori tanto que el agente sea la persona idónea para realizar el trabajo que él desea como para asegurarse *a posteriori* el desempeño del agente en la tarea que lleva a cabo; *costes de garantía*, asumidos por el agente para demostrar al princi-

- pal que su comportamiento no se desviará de lo que previamente han pactado; y por último, *pérdida residual* que atiende al coste de oportunidad que surge de la diferencia existente entre la conducta que realmente realiza el agente y la que el principal consideraría la más adecuada.
- <sup>7</sup> Dependiendo de las peculiaridades de cada empresa, el número de grupos de interés puede variar cuantitativamente y cualitativamente. Incluso dentro de una misma entidad, los grupos de interés pueden perder o adquirir su condición de estratégicos. Esta circunstancia es significativa hasta el punto en el que la sociedad tendrá que relajar o aumentar la búsqueda de la satisfacción de esa relación en concreto.
- <sup>8</sup> JULIEN (2000) analizó una muestra de 52 pymes de diferentes regiones de Quebec a través de tres herramientas, dos cuestionarios y una entrevista personal. Entendemos que, ni las diferencias geográficas de la muestra ni las de los encuestados vienen a oponerse a su empleo bajo los fines de nuestro estudio. A efectos operativos JULIEN clasifica los valores considerados por pymes como explicativos de su éxito en cuatro apartados –prácticas descentralizadas, atención de necesidades de los consumidores, proximidad al mercado y uso de recursos adicionales del entorno–, detallando de manera individualizada los diferentes valores que, con respecto a cada uno, han resultado señalados y a los que remitimos al lector interesado.
- <sup>9</sup> La división de la importancia concedida a diferentes aspectos empresariales de cara al éxito de pymes viene a indicar las siguientes participaciones: reducción de costes (10%), dirección (25%), empleados (29%), gerencia financiera (27%), clientes (35%), productos (20%) y ambiente y mercado (19%).
- <sup>10</sup> Las cifras que manifiestan la importancia de mantener acuerdos con diferentes colectivos dentro del trabajo de JULIEN (2000) indican que un 36% de las pymes encuestadas los mantienen con clientes, un 33% con proveedores, un 15% con competidores y un 26% con otras empresas.
- <sup>11</sup> GARCÍA (2002) efectúa un trabajo empírico tendente a conocer los factores que justifican la rentabilidad y eficiencia de pymes en España. Emplea la técnica del cuestionario postal para recoger el estado de un importante conjunto de variables que definen la actuación de empresarial de estas sociedades –estrategia seguida, posición tecnológica, disposición de certificados de calidad, realización de acuerdos de cooperación, entre otros– y también para recoger su opinión sobre los factores responsables de su éxito. Finalmente, esta información resulta comparada con el análisis de magnitudes síntesis del rendimiento empresarial.
- <sup>12</sup> La clasificación realizada distingue: sector industrial, sector constructor y sector de servicios.
- <sup>13</sup> *Balance y Memoria Abreviada*: no superar durante dos años consecutivos, dos de los tres límites siguientes:
- Total activo: 395.000.000 ptas.
  - Cifra de negocios: 790.000.000 ptas.
  - Número medio empleados: 50
- Cuenta de Resultados Abreviada*: no superar durante dos años consecutivos, dos de los tres límites siguientes:
- Total activo: 1.580.000.000 ptas.
  - Cifra de negocios: 3.160.000.000 ptas.
  - Número medio empleados: 250
- <sup>14</sup> Otras propuestas tendentes a simplificar la contabilidad de pequeñas empresas provienen de los resultados del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Información de las Naciones Unidas (ISAR, 2001) y del «Proyecto Nueva Empresa» (2002) realizado por el Ministerio de Economía a través de la Dirección General de Política de las Pymes.
- <sup>15</sup> Sobre las obligaciones contables de pymes en la futura reforma de la Contabilidad véase SERRA (2002).
- <sup>16</sup> A modo de esquema, recomendamos las directrices formuladas por CAÑIBANO y otros (2002) dentro de su obra titulada *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe sobre Capital Intelectual)*, Fundación Airtel.
- <sup>17</sup> Información disponible en: <http://www.mkbalans.ez.nl>
- <sup>18</sup> En el ámbito empresarial pero referido a sociedades de gran dimensión, fundamentalmente, goza de una importancia creciente la práctica de divulgar información de carácter inmaterial por cuanto ésta no aparece recogida dentro de los tradicionales estados contables.
- <sup>19</sup> Estos argumentos que resultan tan claros desde un punto de vista teórico, en la práctica llevan a resultados contradictorios.