

Empresa familiar i comerç exterior. Tendències de l'empresa familiar lleidatana

JORDI MORENO GENÉ
Universitat de Lleida

Data recepció: 14/10/13
Data acceptació: 18/11/15

RESUM

El que es pretén amb aquest treball és analitzar la internacionalització de l'empresa familiar en la província de Lleida. Amb aquesta finalitat, hem observat la seva participació en activitats d'importació i exportació, alhora que hem comparat aquests registres amb els obtinguts per l'empresa no familiar. En aquest estudi hem utilitzat una mostra formada per 2.820 empreses lleidatanes obtingudes a través de la base de dades SABI. Els principals resultats de l'estudi han posat de manifest l'escassa participació de l'empresa familiar lleidatana en les activitats comercials internacionals, especialment entre les empreses de menor dimensió, cosa que contrasta amb les pràctiques de la gran empresa familiar, més donada a operar en aquest tipus de mercats.

Classificació JEL: F23; M10.

PARAULES CLAU

Empresa familiar, Província de Lleida, Sector exterior.

ABSTRACT

The aim of this work is to analyse the internationalisation of the family business in the province of Lleida. To this end, we have observed

their involvement in imports and exports, as well as comparing these records with those obtained for non-family businesses. In this study we used a sample of 2,820 Lleida businesses taken from the SABI database. The main results of the study have revealed the scarce participation of the Lleida family business in international business activities, especially among smaller businesses, in contrast with large family businesses, which are more used to operating in those kinds of markets.

KEYWORDS

Family business, Province of Lleida, Foreign sector.

1. Introducció

Per tal de mantenir la seva competitivitat i garantir la seva supervivència de generació en generació així com la unitat familiar, les empreses familiars han de considerar la necessitat de dur a terme estratègies de creixement, entre elles, la sortida a l'exterior (Claver *et al.*, 2006).

Malgrat l'evident importància de l'empresa familiar en el teixit empresarial espanyol (representa la majoria d'empreses i genera la major part de l'ocupació en l'àmbit nacional), són pocs els estudis que analitzen el fenomen de la internacionalització en aquest tipus d'empreses. Així per exemple, Claver *et al.* (2006); Buisán i Aceña (2007) o Quintana (2007), centren la seva atenció en quins factors de l'empresa familiar fomenten el seu accés a nous mercats. No obstant això, la majoria dels treballs centrats en l'empresa familiar es limiten a comparar els recursos i capacitats propis d'aquestes empreses amb els observats en les no familiars (Gallo i García, 1998; Fernández i Nieto, 2005; Fuentes *et al.*, 2007; Quintana, 2007).

En la majoria d'estudis existents, els resultats han posat de manifest una menor predisposició de l'empresa familiar a la seva internacionalització. Tal com recullen Sacristán *et al.* (2011), algunes de les principals causes d'aquest fenomen farien referència a la manca de recursos financers que caracteritza a les empreses familiars (dificultat per accedir als mercats de capitals), la poca flexibilitat i la resistència al canvi per part dels líders familiars (la seva cultura empresarial tendeix a centrar-se en les necessitats dels mercats locals (Gallo i Sveen, 1991)), les diferències existents entre empresa i família en relació als seus objectius i valors (les empreses familiars són més conservadores i adverses al risc que les que no tenen un caràcter familiar, donat que una part important de la riquesa de la família propietària està compromesa en l'empresa (Wright *et al.*, 1996)), així com també els con-

flictes existents entre els successors. Finalment, i tal com ja apuntaven Gallo i García-Pont (1996), no s'ha d'obviar que la selecció de directius i membres del consell d'administració es realitza sovint entre els membres de la família, sent possible que aquests no disposin de la qualificació i de l'experiència internacional requerides.

A pesar dels inconvenients apuntats en diversos treballs, també es recullen factors que poden afavorir l'obertura a l'exterior d'aquest tipus d'empreses, així, Fernández i Nieto (2002) assenyalen que la incorporació de noves generacions a l'empresa suposa en ocasions noves oportunitats de crear valor i regenerar la companyia. Això es deu al fet que la generació fundadora es preocupa de consolidar la posició de l'empresa en el mercat domèstic, mentre que els fills, tractant de demostrar la seva vàlua i independència, es mostren més propensos al canvi (Sharma *et al.*, 1997).

En aquest estudi analitzem el nivell d'internacionalització de l'empresa familiar de la província de Lleida, observant tant la seva predisposició a participar en activitats d'importació i exportació de productes i serveis, com les diferències existents respecte al comportament que en aquest àmbit manifesten les empreses no familiars, el que ha d'internacionalitzar l'activitat de les empreses. Per fer-ho, centrem l'estudi en l'any 2009, un any especialment marcat per la crisi econòmica i la davallada del sector exterior, tant en la província de Lleida com en el conjunt de l'Estat.

2. Sector exterior a Lleida. Efectes de la crisi econòmica al 2009

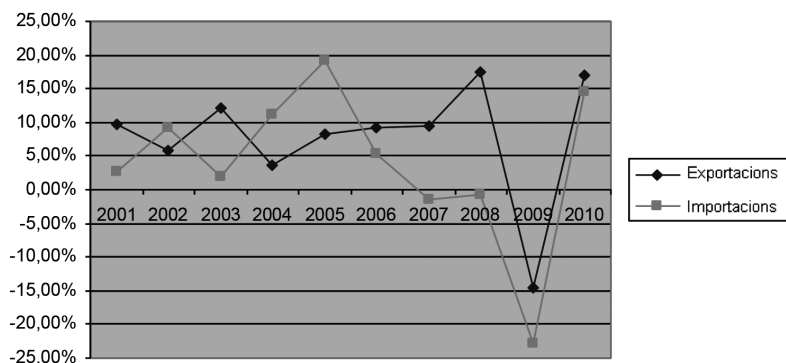
A causa de l'impacte de la crisi econòmica i financera que va arribar a Espanya durant el 2008, i que va tenir la seva gran eclosió amb la recessió econòmica de 2009, resulta d'especial interès analitzar la situació i pes específic de l'empresa familiar en el comerç exterior de la província en aquest període, donat que per l'abast global de la crisi, el comerç exterior va ser un dels àmbits econòmics que va experimentar una major degradació, tal com es pot observar a la figura 1.

La figura 1 ens mostra les taxes de creixement anuals de les exportacions i importacions a la província de Lleida durant la primera dècada del S. XXI. Tal com es pot observar, durant els primers anys de la dècada, el comerç exterior de la província de Lleida es va caracteritzar per unes taxes de creixement de les importacions i les exportacions positives. Segons dades de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, les exportacions de béns i serveis van registrar una taxa mitjana de creixement interanual a la província de Lleida, entre els anys 1999 i 2009, del 7,9%, mentre que la de

les importacions va ser del 2% (en el mateix període el PIB nominal de Lleida va créixer un 5,9% interanual).

No obstant el creixement mitjà experimentat, destaca especialment l'important retrocés sofert durant l'any 2009, quan les exportacions i les importacions van caure de manera dràstica al voltant d'un 15 i un 23% respectivament (si bé les importacions ja havien mostrat taxes de creixement negatives durant els dos anys anteriors).

Aquests creixements, van permetre que la taxa d'obertura de l'economia lleidatana (relació entre exportacions i importacions i el PIB) augmentés del 16,62% el 1999 fins al 18% en els anys 2005-2008, per acabar disminuint fins al 15,95% l'any 2009, com a conseqüència de la davallada del sector exterior.



Font: Secretaria de Estado de Comercio Exterior.

Figura 1. Evolució del comerç exterior a la província de Lleida durant la primera dècada del S. XXI (2001-2010).

Un altre factor que cal destacar en relació al comerç exterior de Lleida, és el que faria referència al saldo positiu de la seva balança comercial, que posa de manifest, al llarg de tots aquests anys, el caràcter més exportador que importador del sector empresarial lleidatà. Concretament, la taxa de cobertura de l'economia lleidatana (quin volum de les importacions cobreixen les exportacions) ha passat de representar el 128% en l'any 2000 al 187% en l'any 2009.

Durant l'any objecte d'estudi, i tal com s'afirma en Enciso *et al.* (2010), el comportament de les exportacions de béns i serveis de Lleida s'ha caracteritzat per un context internacional molt negatiu, destacant:

- La crisi financera global que va tenir el seu focus inicial en l'economia nord-americana, i que va provocar un augment generalitzat dels preus.
- Un augment dels tipus d'interès i un brusc fre del consum tant nacional com internacional.
- Conseqüentment un augment de la desocupació que no va fer més que fer caure encara més el consum.
- Les entitats financeres van endurir les condicions a l'hora de prestar diners a les empreses, fet que va provocar una reducció de la seva capacitat d'inversió. Això ha conduït al fet que algunes empreses no hagin pogut dur a terme projectes que tenien previstos i que altres hagin hagut de tancar.
- Persistència d'un euro molt apreciat respecte el dòlar EUA: un factor que ja fa temps que es dona i que provoca una pèrdua de competitivitat en el factor preus dels nostres productes per la seva exportació, principalment als països de l'àrea dòlar EUA.

Precisament, donada la conjuntura econòmica del 2009, és pel que resulta d'especial interès analitzar en quina mesura les empreses familiars i no familiars han seguit desenvolupant activitats comercials amb l'exterior.

3. Dades

3.1. Definició d'empresa familiar

Davant un estudi de les característiques que proposem, resulta imprescindible en primer lloc, abordar la qüestió de a què ens referim quan parlem d'empresa familiar. Efectivament, si bé fem referència a un concepte del qual tots en tenim una idea més o menys clara, aquest es troba tan ple de matisos i conjectures que resulta difícil trobar una definició consensuada, i que aquesta sigui d'ús comú a l'hora d'afrontar estudis sobre aquest tipus d'empreses.

Una prova de la complexitat existent en definir l'empresa familiar són les 90 definicions diferents que s'han identificat a Europa (Mandl, 2008). Unes definicions que sorgeixen de la diferent consideració que es fa de determinats factors, tals com la influència sobre la propietat i el control, la participació de la família sobre l'activitat empresarial i la seva gestió, la contribució de l'empresa a la riquesa dels propietaris, o altres consideracions de tipus intergeneracional com és la transmissió de pares a fills (Rojo *et al.*, 2011).

Enfront aquest debat, el *European Group of Owner Managed and Family Enterprises* (GEEF) va aprovar el 2008 una definició genèrica per a l'empresa familiar, una definició que posteriorment també adoptaria, amb petites modificacions, l'Institut de l'Empresa Familiar, especificant que, per a ser considerada empresa familiar, una empresa havia de reunir les següents condicions:

- Propietat accionarial: La majoria de les accions amb dret a vot són propietat de la persona o persones de la família que varen fundar la companyia, o són propietat de la persona que té o ha adquirit el capital social de l'empresa, o són propietat de les seves esposes, pares, fill(s) o hereus directes dels fills.
- Control: La majoria dels vots pot ser directa o indirecta.
- Govern: Almenys un representant de la família o parent participa en la gestió o govern de la companyia.
- Dret de vot: A les companyies cotitzades s'aplica la definició d'empresa familiar si la persona que va fundar o adquirir la companyia (el seu capital social), o els seus familiars o descendents posseeixen el 25% dels drets de vot als que dona dret el capital social.

Però a més del que s'ha mencionat, no podem obviar que una altra característica bàsica de l'anomenada empresa familiar, fa referència a la voluntat de transmetre la propietat de l'empresa a la següent generació, un factor poques vegades tingut en compte en treballs empírics a causa de l'absència d'informació sobre això a les bases de dades disponibles. I és que, com afirmen Astrachan i Shanker (2003), les característiques més utilitzades per definir l'empresa familiar, són sovint difícils o impossibles de recopilar. És per aquest motiu que la majoria d'autors tracten de fer més pràctica la definició, utilitzant únicament factors quantitius, la disponibilitat dels quals resulta molt menys restringida.

Pel nostre estudi, i amb la finalitat de construir una mostra que ens permeti distingir entre empreses familiars i no familiars, hem optat per definir l'empresa familiar com aquella empresa on la majoria del poder accionarial (com a mínim el 50% del capital), correspon a una sola persona o família, sigui de forma directa o indirecta, i que a més d'aquest control sobre la societat, participi de manera activa en la seva gestió, ja sigui ocupant càrrecs d'alta responsabilitat, o formant part del consell d'administració. Per defecte, hem considerat com empreses no familiars aquelles que no compleixen amb aquesta definició d'empresa familiar.

3.2. *Descripció de la mostra*

En aquest estudi hem utilitzat dades extretes de la base SABI, una base de dades economicofinancera d'actualització periòdica, que inclou més de 550.000 empreses espanyoles, i que proporciona dades de fonts oficials com el Registre Mercantil o el BORME. L'última actualització de la base amb la qual s'ha treballat en aquest estudi data de juliol de 2011.

Per a l'obtenció de la mostra hem aplicat, a través de la base de dades SABI, els següents criteris de recerca:

- Empreses amb seu social a la província de Lleida.
- Empreses actives.
- Empreses amb almenys 1 treballador.
- Empreses amb dades disponibles per a l'any 2009.
- Empreses de les quals es disposi de suficient informació sobre la seva propietat, com per a poder classificar-les en empreses familiars i no familiars atenent als criteris anteriorment establerts.

L'aplicació dels quatre primers criteris va donar lloc a una mostra formada per un total de 6.709 empreses. Posteriorment, en reduir la mostra a aquelles empreses que proporcionaven suficient informació relativa a la seva propietat, vam obtenir una mostra de 2.820 empreses, amb les que hem treballat al llarg d'aquest estudi.

Si diferenciem entre empresa familiar i no familiar a través de la definició d'empresa familiar proposada anteriorment, obtenim que de les 2.820 empreses que componen la nostra mostra, 2.555 responen a la definició d'empresa familiar, mentre que únicament 265 empreses són classificades com empreses no familiars, cosa que representa un 90,6% d'empreses familiars, i un 9,4% d'empreses no familiars en el conjunt de la mostra. Aquests percentatges posen de manifest la gran presència que l'empresa familiar té en el teixit empresarial de la província de Lleida, un factor que per si sol ja justificaria l'interès que suscita una anàlisi en profunditat sobre la situació i funcionament d'aquest tipus d'empreses.

Aquesta presència de l'empresa familiar en la província de Lleida estaria bastant en línia, i fins i tot per damunt, dels nivells estimats per al conjunt de l'Estat, ja que d'acord amb les dades proporcionades per l'Institut de l'Empresa Familiar, aquest tipus d'empresa suposa el 85% del total d'empreses (un nivell netament superior al 60% observat per al conjunt de la Unió Europea).

Si observem la distribució de les empreses de la mostra segons la seva naturalesa i dimensió (figura 2), observem la presència més gran de l'em-

presa familiar a mesura que es redueix la dimensió de l'empresa, mentre que l'empresa no familiar augmenta la seva presència en les empreses de major dimensió. D'aquesta manera, observem com si bé entre les grans empreses existeix pràcticament el mateix nombre d'empreses familiars i no familiars (7 i 6 respectivament), la presència d'empreses familiars s'accentua a mesura que les empreses observades són més petites, trobant-se la diferència més gran en les micro empreses, on les 1.788 empreses familiars de la mostra contrasten amb les 104 empreses no familiars.

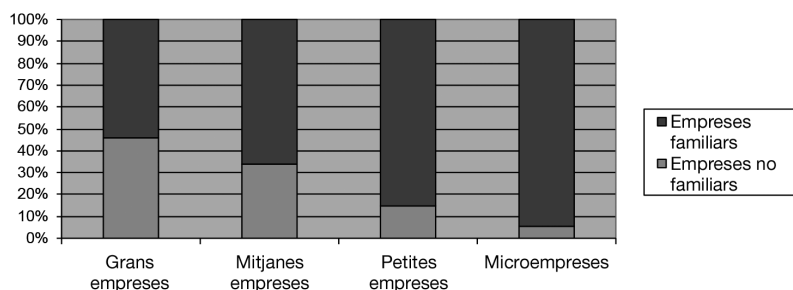


Figura 2. Pes de l'empresa familiar respecte la no familiar segons la dimensió.

Aquests resultats, per tant, donen una idea de la menor dimensió que de mitjana presenten les empreses familiars en relació a les no familiars. De fet, entre les empreses familiars el tipus de propietat dominant són les micro empreses, que representen quasi el 70% del total de la mostra, mentre que les petites empreses aporten el 27,05%. Per la seva banda, entre les empreses no familiars el tipus de propietat dominant són les petites empreses, que representen poc més del 45% de la mostra, seguides de les micro empreses que aporten al voltant del 39%. Es pot comprovar, per tant, la menor presència de micro empreses en les empreses no familiars, on la seva aportació es redueix en 30 punts percentuals respecte al que s'observa en l'empresa familiar.

4. Resultats obtinguts

Centrant-nos ja en l'anàlisi de l'empresa familiar en el sector exterior de Lleida, a través de l'observació de la figura 3 podem extreure una de les primeres conclusions, referent a la baixa proporció d'empreses familiars de la província de Lleida que mantenen relacions comercials d'algun tipus amb

l'exterior, destacant que un 84,15% de les empreses familiars analitzades no realitzen cap activitat comercial amb l'exterior, mentre que únicament el 6,30% de les empreses familiars observades, realitzen tant activitats d'importació com d'exportació.

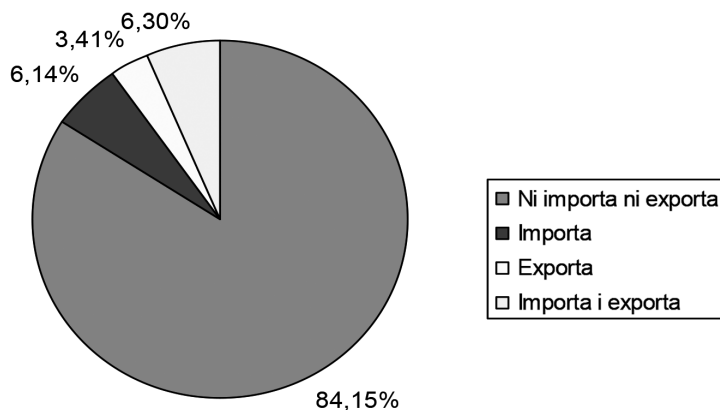


Figura 3. Distribució empresa familiar segons l'activitat exterior.

Aquesta baixa proporció d'empreses familiars que desenvolupen activitats comercials amb l'exterior, no obstant això, és un tret comú amb les empreses no familiars de la província, ja que la gran majoria d'aquestes tampoc no desenvolupa cap activitat d'importació ni d'exportació (al voltant del 70%). Malgrat això, si s'observa una major tendència per part de les empreses no familiars respecte de les familiars a l'hora de desenvolupar activitats comercials amb l'exterior, tal com es pot observar a la figura 4. Aquesta menor tendència per part de l'empresa familiar resulta coincident amb les aportacions realitzades en estudis previs (Gallo i Sveen, 1991; Sacristán *et al.*, 2011), una tendència sovint explicada tant per factors de caràcter econòmic (manca de recursos financers) com culturals (resistència al canvi i aversió al risc empresarial).

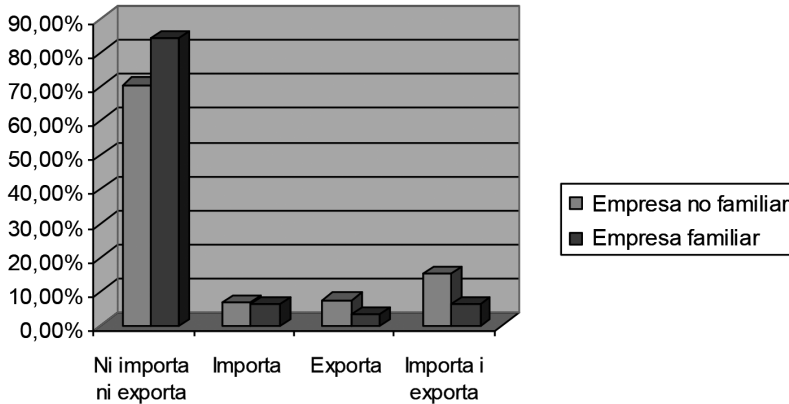


Figura 4. Importació i exportació segons la naturalesa de l'empresa (en %, Lleida).

En aquesta figura 4, observem com en les diferents activitats comercials amb l'exterior les empreses no familiars mostren una major participació que les empreses familiars. Així, mentre un 6,30% de les empreses familiars realitza activitats d'importació i exportació, aquesta proporció s'incrementa fins al 15,09% en el cas de les empreses no familiars. Aquesta major proporció també es posa de manifest quan analitzem aquelles empreses que únicament exporten (3,41% i 7,55% respectivament) o aquelles empreses que únicament importen (6,14% i 6,79% respectivament). Aquestes diferències demostren que si bé la majoria d'empreses, siguin familiars o no familiars no realitzen activitats comercials internacionals, aquesta proporció resulta superior (en més de 13 punts percentuals) en el cas de les empreses familiars.

Si analitzem la distribució de les empreses familiars segons la seva dimensió i la seva activitat internacional (figura 5), observem l'existència d'una relació directa entre dimensió i activitat exterior. Així, mentre el 88,65% de les micro empreses no realitzen cap activitat exterior, aquesta proporció es va reduint progressivament a mesura que s'incrementa la dimensió de l'empresa, de manera que mentre un 75,98% de les petites empreses i un 53,62% de les mitjanes empreses ni importen ni exporten, són les grans empreses les que presenten una menor proporció d'empreses familiars en aquesta categoria, amb únicament un 28,57% d'empreses que no desenvolupa activitats comercials de caràcter internacional.

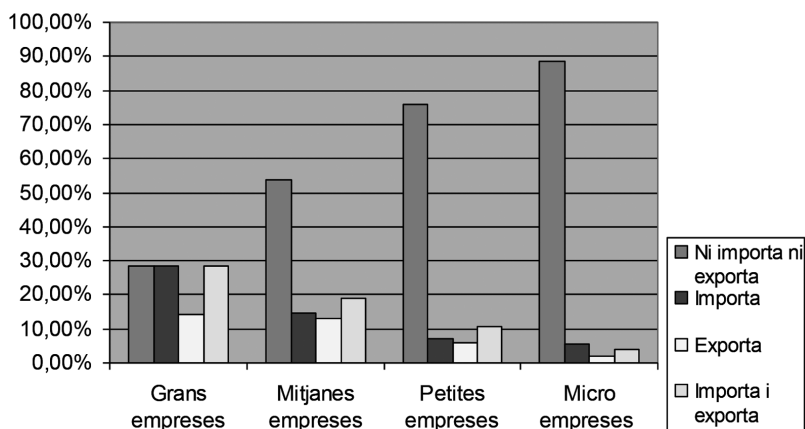


Figura 5. Distribució empresa familiar segons l'activitat exterior i la dimensió (en %, Lleida).

De la mateixa manera, si observem quines són les empreses familiars que realitzen simultàniament activitats tant d'exportació com d'importació, trobem que a major dimensió de l'empresa familiar, major proporció d'aquest tipus d'empreses. Així, mentre un 28,57% de les grans empreses familiars realitza activitats d'exportació i importació, únicament un 3,97% de les micro empreses familiars porta a terme els dos tipus d'activitats, ocupant les mitjanes empreses i les petites empreses les posicions intermèdies (18,84% i 10,85% respectivament). Igualment, a major dimensió de l'empresa familiar, més són les empreses que únicament exporten o que únicament importen.

Si comparem les empreses familiars que importen i exporten amb les empreses no familiars que realitzen aquesta mateixa activitat exterior (figura 6), observem l'existència de diferències significatives atenent a la dimensió de l'empresa, així, mentre la proporció més gran d'empreses familiars en aquest apartat la trobem, tal com hem observat anteriorment, en les grans empreses, en el cas de les empreses no familiars la trobem en les mitjanes empreses (el 40% de les mitjanes empreses no familiars realitza activitats d'importació i exportació de manera simultània, per únicament un 16,7% de les grans empreses no familiars).

Al comparar el comportament de les empreses familiars i no familiars que realitzen simultàniament activitats d'importació i exportació, crida l'atenció que mentre les empreses no familiars presenten una proporció més gran d'aquestes entre les petites i mitjanes empreses, les empreses

familiars presenten unes majors proporcions pel que fa a grans empreses i micro empreses.

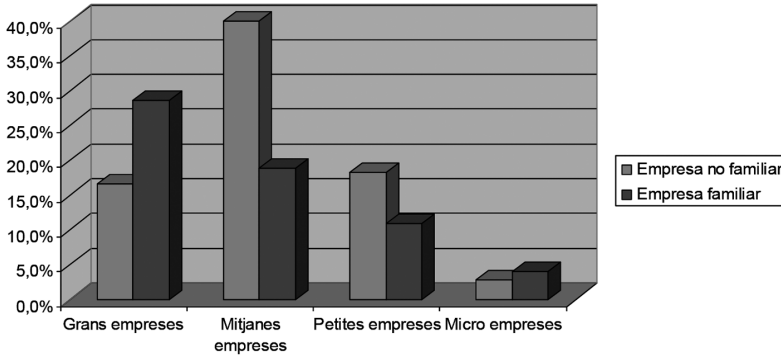


Figura 6. Empreses que importen i exporten segons la dimensió de l'empresa (en %, Lleida).

En analitzar les empreses que únicament duen a terme activitats d'importació (figura 7), observem com, en el cas de les empreses familiars, a major dimensió de l'empresa familiar, major és la proporció d'empreses que únicament porta a terme activitats d'importació, a diferència de les empreses no familiars, on la proporció més gran la trobem entre les petites empreses, i sense que existeixi entre les empreses no familiars cap gran empresa que únicament duguï a terme aquest tipus d'activitat.

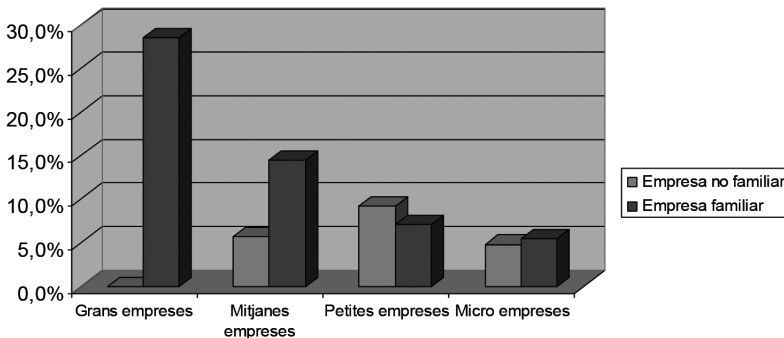


Figura 7. Empreses que només importen segons la dimensió de l'empresa (en %, Lleida).

En comparar les empreses familiars i no familiars que únicament duen a terme activitats d'importació, s'observen importants diferències. Mentre les empreses familiars presenten una major proporció d'aquest tipus d'empreses entre les grans empreses, mitjanes empreses i micro empreses, les empreses no familiars presenten una major proporció en el conjunt de petites empreses. Destaca especialment la diferència existent en les grans empreses, on el 28,6% de les empreses familiars que únicament realitzen activitats d'importació contrasta amb l'absència d'aquestes dins de les grans empreses no familiars.

Si analitzem l'activitat importadora de les empreses de la mostra, amb independència de si exporten o no (figura 8), observem com un 57,14% de les grans empreses familiars realitzen activitats importadores, per únicament un 16,57% de les grans empreses no familiars. A mesura que disminueix la dimensió de les empreses familiars, menor és la proporció d'empreses que importen. El menor nivell s'obté en les micro empreses, on únicament el 9,40% de les empreses familiars realitzen importacions. Per contra, la proporció més gran d'empreses no familiars importadores la trobem entre les mitjanes empreses (45,71%), on a l'igual que succeeix en les petites empreses, supera els registres obtinguts per l'empresa familiar.

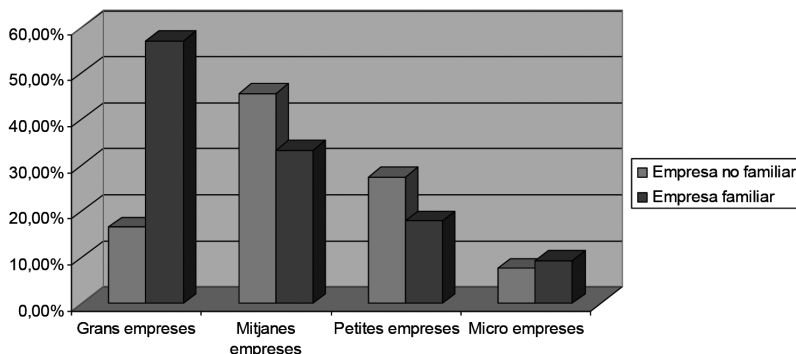


Figura 8. Empreses que importen segons la dimensió de l'empresa (en %, Lleida).

En analitzar les empreses de la mostra que únicament exporten (figura 9), observem que en el cas de les empreses familiars, tal com ja succeïa amb les empreses importadores, a mesura que es redueix la dimensió de l'empresa, menor és la proporció d'empreses familiars que únicament exporten, concretant-se per tant la proporció més gran entre les grans empreses (14,3%), i la menor entre les micro empreses (2%).

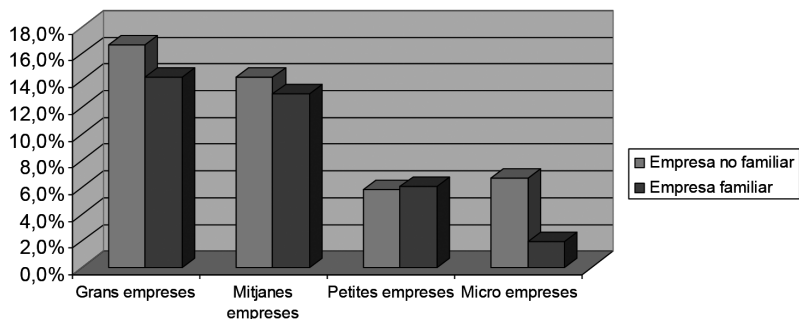


Figura 9. Empreses que només exporten segons la dimensió de l'empresa (en %, Lleida).

Si comparem aquests resultats amb els obtinguts per les empreses no familiars, observem com les empreses familiars presenten unes proporcions d'empreses únicament exportadores sensiblement inferiors al de les empreses no familiars (que són únicament superiors en el cas de les petites empreses). No obstant això, les diferències entre empresa familiar i no familiar en aquest apartat són bastant reduïdes. La diferència més gran s'obté en les micro empreses, on el 6,7% d'empreses no familiars únicament exportadores contrasta amb el 2% de les empreses familiars.

En analitzar la proporció d'empreses que exporten, amb independència de la seva activitat importadora (figura 10), trobem que gairebé el 43% de les grans empreses familiars realitzen exportacions, una proporció que com en les anàlisis anteriors, es va reduint a mesura que disminueix la dimensió de l'empresa familiar. Així, mentre un 31,88% de les mitjanes empreses realitza activitat exportadora, només ho fa un 16,93% de les petites empreses, i únicament el 5,93% de les micro empreses.

Si comparem els resultats de l'empresa familiar i no familiar, observem com per a les grans empreses, la proporció d'empreses familiars que realitza exportacions és 9,5 punts percentuals superior a la de les empreses no familiars. Per contra, la proporció d'empreses no familiars que realitza activitat exportadora és superior a la de l'empresa familiar en la resta de dimensions considerades, obtenint la màxima diferència en les mitjanes empreses, on el 54,29% de les empreses no familiars que realitza exportacions contrasta amb el 31,88% de les familiars.

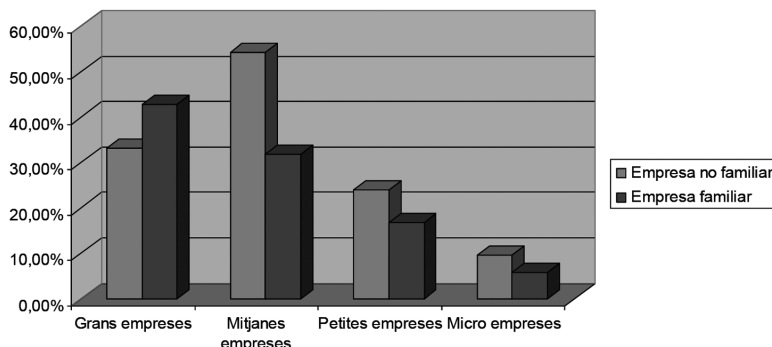


Figura 10. Empreses que exporten segons la dimensió de l'empresa (en %, Lleida).

Analitzant l'activitat exterior que desenvolupen les empreses familiars segons el sector en què duen a terme la seva activitat (figura 11), observem com la construcció i els serveis són els sectors amb una menor activitat exterior (al voltant del 97% de les empreses d'aquests sectors no desenvolupen cap activitat comercial amb l'exterior). Per contra, la indústria i el comerç i transport, són els sectors amb major activitat exterior, tal com ho exemplifiquen el quasi 30% d'empreses familiars en el sector indústria, o el 23,54% de les empreses familiars dedicades al comerç i transport, que desenvolupen alguna activitat d'importació o exportació.

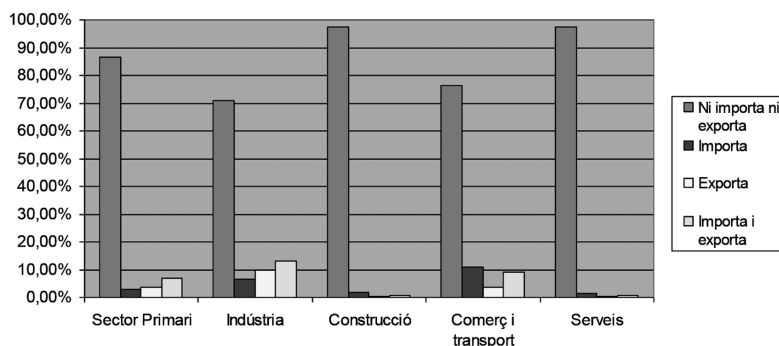


Figura 11. Distribució d'empreses familiars segons el sector d'activitat i l'activitat exterior (en %, Lleida).

Pel que fa al tipus d'activitat exterior dominant, s'observa com en sectors com la indústria i el sector primari predominen les empreses exportado-

res, mentre que en la construcció, en el comerç i transport, i en els serveis, hi ha un predomini de la importació entre les empreses que realitzen alguna activitat comercial exterior.

Tal com ja havíem vist anteriorment, la figura 12 confirma la menor tendència de l'empresa familiar a realitzar activitats de comerç exterior en comparació amb l'empresa no familiar. Si bé, aquesta tendència no es manifesta ni en la mateixa direcció ni en la mateixa intensitat segons el sector d'activitat. Observem, per exemple, com en sectors com la indústria, la construcció, o el comerç i transport, les empreses no familiars presenten una major tendència a dur a terme activitats comercials amb l'exterior. Aquesta diferència és especialment marcada en el sector de la indústria. Per contra, les empreses familiars presenten una tendència més gran a desenvolupar aquest tipus d'activitats en sectors com el primari o els serveis, si bé les diferències amb l'empresa no familiar resulten en aquests casos poc significatives.

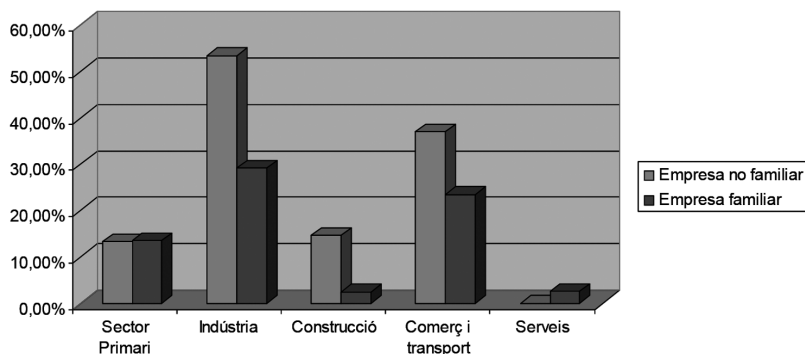


Figura 12. Empreses que realitzen algun tipus d'activitat exterior segons el sector d'activitat (en %, Lleida).

5. Conclusions

La crisi econòmica del 2009 va tenir una important repercussió en el comerç exterior de la província de Lleida, que va experimentar importants davallades tant en les seves importacions com en les seves exportacions, que contrasten amb la tendència positiva dels anys anteriors. Per altra banda, les dades també posen de manifest la vocació exportadora més gran de les empreses de Lleida, en superar netament les exportacions els registres obtinguts per les importacions al llarg de tota la dècada.

Pel que fa al comportament de les empreses familiars, els resultats obtinguts al llarg del capítol han mostrat una baixa tendència per part d'aquestes a l'hora de dur a terme activitats comercials internacionals. Aquesta és una tendència compartida per l'empresa no familiar, si bé en el cas de l'empresa familiar aquesta tendència es troba bastant més accentuada. Aquest resultat, per tant, mostra com el caràcter familiar de la propietat constitueix un factor influent sobre la decisió d'internacionalitzar l'activitat d'aquest tipus d'empreses a Lleida, mostrant una reticència provocada, en bona part, per una diferent cultura empresarial.

Per altra banda, hem pogut identificar una relació directa entre la dimensió de l'empresa familiar i la seva activitat exterior, sent les grans empreses les més propenses a participar en aquest tipus de mercats. Aquest resultat, per tant, coincidiria amb els obtinguts en estudis previs, on se senyalen les limitacions financeres, tan característiques de les empreses de menor dimensió, com un factor que dificulta la participació de les empreses familiars en els mercats internacionals.

Un resultat també destacat és l'important paper internacionalitzador de la gran empresa familiar, ja que si bé l'empresa familiar tendeix a presentar una menor participació en el comerç internacional en comparació a l'empresa no familiar, aquesta tendència es reverteix en centrar l'anàlisi únicament en les grans empreses, on l'empresa familiar supera l'empresa no familiar tant a l'hora d'exportar com d'importar.

Per sectors d'activitat, hem observat una major participació en activitats de comerç exterior en sectors com la indústria i el comerç i transport, si bé, és en els serveis i el sector primari on l'empresa familiar supera la participació de l'empresa no familiar. No obstant això, en cap sector la internacionalització de l'empresa familiar resulta una tònica habitual.

Referències bibliogràfiques

- ASTRACHAN, J.H. i SHANKER, M.C. (2003) "Family Businesses Contribution to the US Economy: A Closer Look". *Family Business Review*, 16(3), pp. 211-216.
- BUISÁN, M. i ACEÑA, F. (2007) "Estrategias de Internacionalización de la Pyme Española: una Visión desde el Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI)". *Información Comercial Española*, 839 (novembre-desembre), pp. 55-64.
- CLAVER, E.; RIENDA, L. i QUER, D. (2006) "El Comportamiento de las Empresas Familiares y no Familiares en los Mercados Extranjeros: Un Estudio Comparativo". *Cuadernos de Gestión*, 6(2), pp. 11-25.

- FERNÁNDEZ, Z. i NIETO, M.J. (2002) "La estrategia de internacionalización de la pequeña empresa familiar. (Documento de trabajo 02-18(11)). Universidad Carlos III.
- FERNÁNDEZ, Z. i NIETO, M.J. (2005) "Internationalization Strategy of Small and Medium-Sized Family Businesses: Some Influential Factors". *Family Business Review*, XVIII(1), pp. 77-89.
- FUENTES, C.; VALLEJO, M.C. i MARTÍNEZ, R. (2007) "Factores a tener en cuenta en la expansión internacional de la empresa familiar". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2), pp. 75-96.
- GALLO, M.A. i GARCÍA, C. (1996) "Important Factors in Family Business Internationalization". *Family Business Review*, 9(1), pp. 45-59.
- GALLO, M.A. i GARCÍA, C. (1998) "La Proyección Internacional de la Empresa Familiar". *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, pp. 41-45.
- GALLO, M.A. i SVEEN, J. (1991) "Internationalizing the Family Business: Facilitating and Restraining Factors". *Family Business Review*, 4(2), pp. 181-190.
- MANDL, I. (2008) "Overview of Family Business Relevant issues. Final Report". European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General". Viena.
- QUINTANA, J. (2007) "La internacionalización de la Empresa Familiar Española". *Información Comercial Española*, 839 (novembre-deseembre), pp. 113-120.
- ROJO, A.A.; DIÉGUEZ, J. i LÓPEZ, P. (2011) "Importancia del concepto de Empresa Familiar en investigación: utilización de la base de datos SABI para su clasificación". *Revista de Empresa Familiar*, 1(1), pp. 53-67.
- SACRISTÁN, M.; RICO, G. i LAFUENTE, C. (2011) "Spanish SMEs and Family Firms export behavior: are there differences in their incremental approach?". *Revista de Empresa familiar*, 1(1), pp. 7-21.
- SHARMA, P.; CHRISMAN, J.J. i CHUA, J.H. (1997) "Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges". *Family Business Review*, 10(1), pp. 1-35.
- WRIGHT, P.; FERRIS, S.P.; SARIN, A. i AWASTHI, V.L. (1996) "Impact of Corporate insider, Blockholder, and Institutional Equity Ownership on Firm Risk Tanking". *Academy Management Journal*, 39, pp. 441-463.

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció

Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció

Edif. Col·legi d'Economistes de Catalunya
Pl.- Gal·la Plàcida 32, 4ª planta - 08006 Barcelona
Tel. 93 416 16 04 extensió 2019
info@accid.org - www.accid.org - @Associacio ACCID