



Informe de la PYME 2018. Comunidad Valenciana.

Análisis estratégico para el desarrollo de la PYME:
digitalización y responsabilidad

José M^a Gómez Gras
Ignacio Mira Solves
Marina Estrada de la Cruz
Jesús Martínez Mateo





Informe de la PYME 2018. Comunidad Valenciana.

Análisis estratégico para el desarrollo de la PYME:
digitalización y responsabilidad.

Autores/as:

José María Gómez Gras
Ignacio Mira Solves
Marina Estrada de la Cruz
Jesús Martínez Mateo

Investigadores/as colaboradores/as:

M^a José Alarcón García
Lirios Alos Simó
M^aCinta Gisbert López
Antonio J. Verdú Jover
Domingo Galiana Lopera
M^a Isabel Borreguero Guerra

ISBN:

978-84-16024-98-8

Fecha de edición:

12/04/2019

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la
Docencia y a la Investigación UMH

Nota de la editorial:

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica
son responsabilidad de los/as autores/as

Relación de equipos de la Red FAEDPYME

Universidad	Patrocinadores
<p>Universidad de Cantabria</p> <p>Martínez García, Francisco Javier (Director) Somohano Rodríguez, Francisco Manuel López Fernández, José Manuel</p>	
<p>Univ. de Castilla-La Mancha</p> <p>Jiménez Moreno, Juan J. (Director) Sáez Martínez, Francisco José González Moreno, Ángela Díaz García, María Cristina Ruiz Amaya, María Carmen Avellaneda Rivera, Laura Mercedes</p>	
<p>Univ. Complutense de Madrid</p> <p>Danvila del Valle, Ignacio (Director)</p> <p>Sastre Castillo, Miguel Ángel (Director) Ramos González, M^a del Mar Rubio Andrés, Mercedes Sánchez González, José Javier</p>	 
<p>Universidad de Granada</p> <p>Rodríguez Ariza, Lázaro (Director) Gómez Miranda, María Elena</p>	
<p>Universidad de Extremadura</p> <p>Hernández Mogollón, Ricardo (Director)</p> <p>Fernández Portillo, Antonio (Director técnico)</p> <p>Díaz Casero, Juan Carlos Almodóvar González, Manuel Sánchez Escobedo, Mari Cruz Rodríguez Preciados, Raúl Díaz Aunió, Ángel</p>	     

<p>Universidad de Málaga</p> <p>Diéguez Soto, Julio (Director) Becerra Vicario, Rafael Callejón Gil, Ángela Cisneros Ruiz, Ana José Fernández Gámez, Manuel Ángel Galache Laza, Teresa González García, Vicente Ruiz Palomo, Daniel</p>	 <p>CÁTEDRA DE VIABILIDAD EMPRESARIAL UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</p>
<p>Universidad Miguel Hernández</p> <p>Gómez Gras, José María (Director) Mira Solves, Ignacio (Director técnico) Estrada de la Cruz, Marina Martínez Mateo, Jesús Alarcón García, M^a José Alós Simó, Lirios Gisbert López, M^a Cinta Verdú Jover, Antonio J. Galiana Lopera, Domingo Borreguero Guerra, M^a Isabel</p>	 <p>UNIVERSITAT Miguel Hernández</p> <p>GENERALITAT VALENCIANA TOTS A UNA VEU Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball</p> <p>Unión Europea Fondo Europeo de Desarrollo Regional "Una manera de hacer Europa"</p> <p>iVACE</p> <p>IBERIA REGIONAL AIRNOSTRUM</p> <p>EDEM Escuela de Empresarios</p>
<p>Universidad de Murcia</p> <p>Aragón Sánchez, Antonio (Director) Sanchez Marín, Gregorio Calvo-Flores Segura, Antonio</p>	 <p>info REGIÓN DE MURCIA</p>
<p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Batista Canino, Rosa M. (Directora) Bolívar Cruz, Alicia Medina Brito, Pino Sada Cabrear, Silvia Verano Tacoronte, Domingo</p>	 <p>UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA</p>

<p>Universidad de Cartagena</p> <p>García Pérez de Lema, Domingo (Director) Duréndez Gómez-Guimallón, Antonio Hernández Cánovas, Ginés Madrid Guijarro, Antonia Martínez-Abarca Pastor, Carlos</p>	
<p>Universidad de Salamanca</p> <p>Muñoz Gallego, Pablo Antonio (Director) Suarez González, Isabel González Benito, Oscar Galende del Canto, Jesús Lannelongue, Gustavo</p> <p>Universidad de León</p> <p>Nieto Antolín, Mariano</p>	
<p>Universidad de Sevilla</p> <p>Escobar Pérez, Bernabé (Director) Miras Rodríguez, María del Mar</p>	

Índice de contenidos

<i>CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN</i>	9
<i>CAPITULO 2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS</i>	13
<i>CAPITULO 3. EXPECTATIVAS Y CLIMA EMPRESARIAL</i>	21
<i>CAPITULO 4. DIGITALIZACIÓN</i>	31
4.1. Utilización de las TICs y de procesos digitales	33
4.2. El contexto de la digitalización	37
4.3. El enfoque de la estrategia de digitalización.....	39
<i>CAPITULO 5. RESPONSABILIDAD SOCIAL</i>	43
5.1. Enfoque de la responsabilidad social	44
5.2. Empleados y responsabilidad social	47
5.3. Acciones de responsabilidad social	49
<i>CAPITULO 6. INNOVACIÓN, FINANCIACIÓN Y RENDIMIENTO</i>	53
6.1. Actividad innovadora	53
6.2. Acceso a financiación	57
6.3. Indicadores de rendimiento	62
<i>CAPITULO 7. POLÍTICAS Y PRÁCTICAS DE RECURSOS HUMANOS</i>	67
<i>CAPITULO 8. FACTORES DE ÉXITO</i>	71
<i>CAPITULO 9. VALORACIÓN FINAL</i>	79
<i>Estructura de la muestra</i>	85
<i>Índice de Figuras</i>	87
<i>Índice de Cuadros</i>	89

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

El *Informe de la Pyme* es un observatorio que ofrece una radiografía del tejido empresarial en España, centrado en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas. Se configura como una herramienta de información en torno a las pymes, de modo que recoge características generales de su perfil, expectativas y valoración del clima empresarial, y pulsa la situación a través de diversos factores competitivos. Todo ello con el objetivo de facilitar conocimiento y la toma de decisiones por parte de empresas, entidades y administraciones públicas, y contribuir al desarrollo de un tejido empresarial que desarrolla un papel clave a nivel tanto económico como social.

La actividad de este observatorio se encuentra liderada por la *Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa* (FAEDPYME), en colaboración con una Red de Universidades que elaboran los informes específicos en cada comunidad autónoma.

Particularmente en la Comunidad Valenciana, el estudio se encuentra liderado por el grupo de investigación en promoción y creación de empresas (ProCrea) de la *Universidad Miguel Hernández de Elche*.

De este modo, la presente edición del *Informe de la Pyme de la Comunidad Valenciana* corresponde a la situación pulsada en el trabajo de campo de 2018, y recoge información sobre:

- Características generales de la empresa
- Expectativas y clima empresarial
- Procesos de digitalización
- Responsabilidad social
- Innovación
- Acceso a financiación
- Indicadores de rendimiento
- Recursos humanos
- Factores de éxito

Así, este Informe incorpora como temas específicos de análisis, los *procesos de digitalización* y la *implantación de la responsabilidad social* en las pymes. En años sucesivos, y con vocación de continuidad, nuevas ediciones del Informe irán haciendo hincapié en otros factores competitivos y variables de interés.

En concreto, sobre los procesos de digitalización, se analiza el grado de implantación en las pymes, considerando: la producción y utilización de datos y tecnologías digitales (TICs); el enfoque de su estrategia de digitalización; y el contexto de desarrollo, según la situación de la empresa comparada con el sector y con la disponibilidad de capacidades adecuadas para llevarla a cabo.

En cuanto a la Responsabilidad Social (RS), se recogen algunas cuestiones relacionadas con su implantación en las pymes, como son la relación con los empleados y otras acciones de RS relacionadas.

Para la elaboración de este trabajo, se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a una muestra de 1.136 pymes españolas y a una muestra de 251 pymes de la Comunidad Valenciana¹.

Conviene señalar que el Informe no pretende juzgar la situación de las pymes, sino ofrecer una visión integral de conjunto, que ponga de manifiesto virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas.

¹ La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica dirigida a la dirección general de la empresa. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018. El tamaño de las empresas ha sido acotado a un mínimo de 6 trabajadores.

CAPITULO 2.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

En este capítulo se recogen las características más relevantes de las empresas participantes en el estudio, relativas a su tamaño y antigüedad; el control de la propiedad (familiar o no familiar); género y número de los puestos directivos; nivel de estudios de la dirección general y antigüedad en el cargo, así como también el nivel de estudios de la plantilla.

La distribución de empresas del estudio se corresponde con sociedades mercantiles, con tamaño medio comprendido entre 6 y 249 trabajadores, y pertenecientes a la industria manufacturera, construcción, comercio y servicios (cuadros 2.1 y 2.2).

Cuadro 2.1 Actividades económicas incluidas en cada sector

INDUSTRIA
Productos alimenticios y bebidas
Industria textil de la confección, peletería y cuero
Industria de madera y corcho
Industria del papel, edición, artes gráficas
Industria química
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas
Fabricación de otros productos minerales no metálicos
Metalurgia, fabricación de productos metálicos
Industria de la construcción de maquinaria
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico
Fabricación de vehículos de motor
Fabricación de muebles
CONSTRUCCIÓN
Construcción
COMERCIO
Comercio al por mayor
Comercio al por menor
SERVICIOS
Turismo, Hostelería y restaurantes
Transporte terrestre, marítimo y aéreo
Actividades informáticas
Servicios a empresas, profesionales, científicos y técnicos

Cuadro 2.2 Distribución de pymes en el estudio (sector y tamaño)**España**

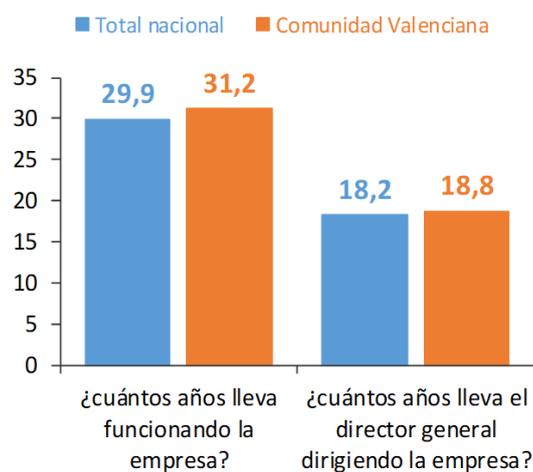
	Micro (6 a 9 asalariados)	Pequeña (10 a 49 asalariados)	Mediana (50 a 249 asalariados)	Total pymes (De 6 a 249)
Industria	8,19%	15,23%	3,17%	26,58%
Construcción	7,39%	8,45%	0,79%	16,64%
Comercio	9,42%	8,19%	1,23%	18,84%
Servicios	15,40%	18,84%	3,70%	37,94%
Total	40,40%	50,71%	8,89%	100%

Comunidad Valenciana

	Micro (6 a 9 asalariados)	Pequeña (10 a 49 asalariados)	Mediana (50 a 249 asalariados)	Total Pyme (De 6 a 249)
Industria	9,96%	20,32%	4,78%	35,06%
Construcción	5,98%	7,57%	0,40%	13,94%
Comercio	10,36%	9,56%	2,79%	22,71%
Servicios	11,95%	13,55%	2,79%	28,29%
Total	38,25%	51,00%	10,76%	100%

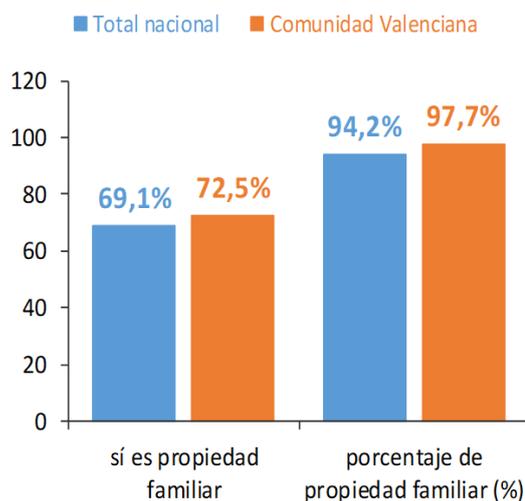
La antigüedad promedio de estas empresas en la Comunidad Valenciana (figura 2.1) es de 31,2 años, ligeramente superior (1,3 años) al promedio nacional, mientras que la experiencia del director general al frente se sitúa en un promedio de 18,8 años; dato muy similar a la media española.

Figura 2.1. Antigüedad de la empresa y del director general en el cargo



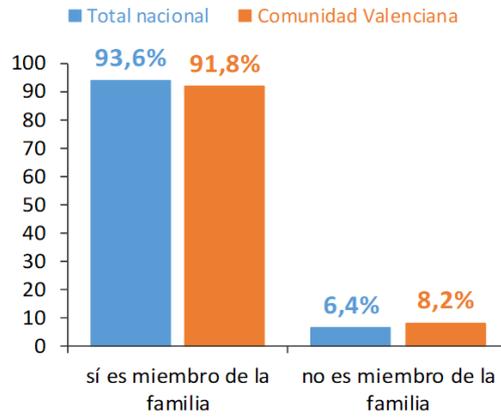
El control de la gestión de las pymes en la Comunidad Valenciana (figura 2.2) es, en su mayoría, de tipo familiar. En concreto, el 72,5% de las empresas están regidas por familia (éste posee más de la mitad del capital). En comparación con el dato nacional, se observa una mayor presencia de empresas familiares en la Comunidad Valenciana (3,4 puntos superior).

Figura 2.2. Control mayoritario de la empresa (más del 50% del capital)



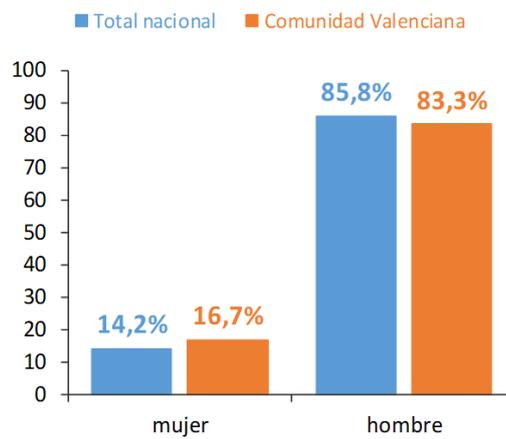
En cuanto a su dirección, las pymes de la Comunidad Valenciana están dirigidas por profesionales que no pertenecen a la familia propietaria en un 8,2% de los casos, dato también ligeramente superior (1,8 puntos) al promedio nacional (figura 2.3).

Figura 2.3. Relación de la dirección general con la familia propietaria



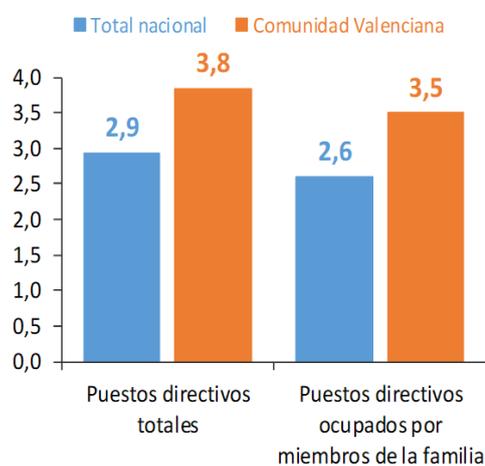
También el porcentaje de empresas gestionadas por mujeres (figura 2.4) es ligeramente superior al promedio nacional, (16,7% en la Comunidad Valenciana frente al 14,2% para el conjunto de España).

Figura 2.4. Género de la persona que ocupa la dirección general



El número medio de puestos directivos en las empresas de la Comunidad es de 3,8 de los que 3,5 son miembros de la familia (figura 2.5). Mientras que la media española sitúa estos valores en 2,9 y 2,6, respectivamente.

Figura 2.5. Número de puestos directivos



Por último, el nivel de formación relativo a la plantilla (figuras 2.6 y 2.7) es algo inferior a la media nacional. En concreto, el 50,2% de las empresas de la Comunidad están dirigidas por profesionales con estudios universitarios (frente a un 56,3% de promedio nacional), y en cuanto al nivel de estudios de la plantilla, no se aprecian diferencias remarcables entre la distribución correspondiente a las pymes de la Comunidad Valenciana y del conjunto de España.

Figura 2.6. Nivel de formación académica de la dirección general

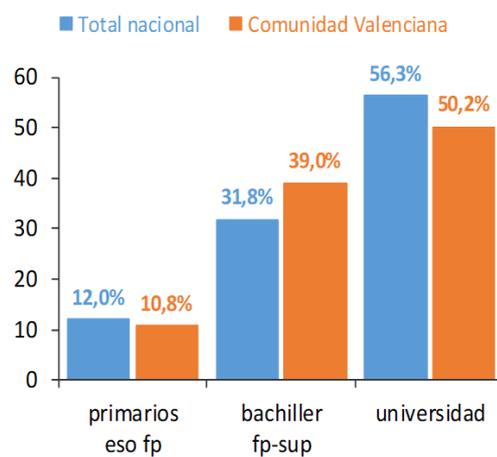
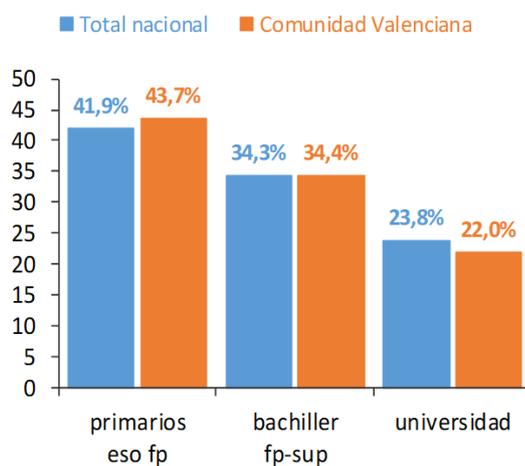


Figura 2.7. Nivel de estudios de la plantilla 2017



CAPITULO 3.

EXPECTATIVAS Y CLIMA EMPRESARIAL

Las expectativas de las pymes respecto al desarrollo de su negocio, se recogen en este capítulo, a través de la percepción que tienen sus directivos sobre cómo van a evolucionar las variables empleo, ventas y exportaciones. Estas expectativas se complementan con la valoración que hacen sobre el clima empresarial, entendido éste como una medida de la confianza y expectativas globales en el entorno económico en el que se desarrolla la actividad de la empresa.

En relación al empleo, la encuesta ofrece información sobre el número de empleados promedio que las pymes declaran haber tenido en 2016 y 2017; y recoge la opinión o expectativa sobre su tendencia al finalizar 2018 (si prevén una disminución, mantenimiento o incremento)².

² El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018.

En relación a las ventas, se solicita la opinión sobre las expectativas de evolución en 2018 y 2019 y al igual que en el caso anterior, se establecen tres escenarios: pesimista, neutral y optimista.

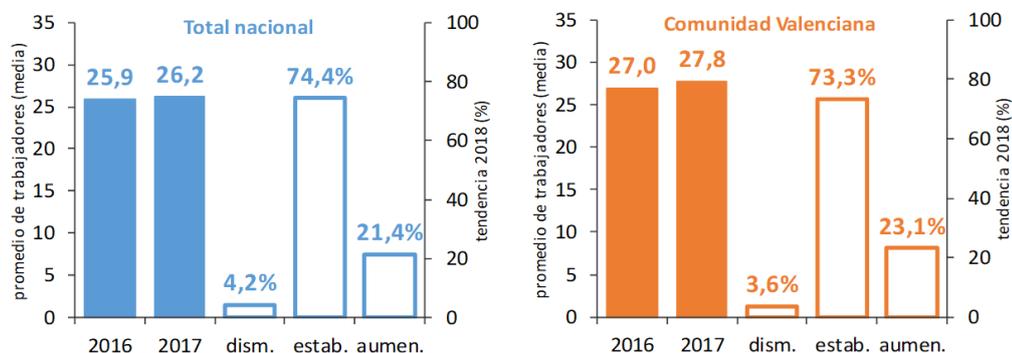
Para evaluar estas variables, el Informe utiliza los denominados saldos de expectativas o diferencia entre el porcentaje de respuestas optimistas y pesimistas. El signo y magnitud del saldo, junto al nivel alcanzado por los neutrales, da una idea del consenso alcanzado por los encuestados.

Así, los datos de la encuesta muestran que el número medio de empleados en la Comunidad Valenciana (figura 3.1) pasa de 27 personas en 2016 a 27,8 en 2017³. La diferencia en los tamaños medios con respecto al conjunto nacional, no es significativa. Además, si particularizamos por tamaños de empresa, este moderado crecimiento del empleo se daría sobre todo en las empresas de más de 50 trabajadores, mientras que las más pequeñas se caracterizan más por una situación de estabilidad.

En cuanto a las expectativas sobre las contrataciones para el año 2018, el saldo en la Comunidad Valenciana es positivo, alcanzando el 19,5% (diferencia entre el porcentaje de respuestas optimistas y pesimistas) y ligeramente mejor que el correspondiente al conjunto de España (17,2%).

³ Debe tenerse en cuenta que estos datos son referidos al marco poblacional en el que se desarrolla el estudio: pyme de entre 6 y 249 empleados.

Figura 3.1. Promedio de trabajadores de la empresa en 2016 y 2017, y tendencia 2018



A continuación, el cuadro 3.1 muestra la expectativa de la tendencia sobre el empleo para 2018, en función del tamaño de empresa en la Comunidad Valenciana.

Cuadro 3.1.
Tendencia de empleo Comunidad Valenciana para 2018 según tamaño de empresa

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Disminución (%)	5,2%	2,3%	3,7%
Estabilidad (%)	83,3%	67,2%	66,7%
Aumento (%)	11,5%	30,5%	29,6%
Total	100%	100%	100%

Los datos analizados muestran una tendencia de estabilidad, independientemente del tamaño de la empresa, destacando particularmente el grupo de las microempresas, cuya expectativa de estabilidad es la más clara. En el caso de las empresas pequeñas y medianas, también predomina la estabilidad, si bien se detecta, en ambos casos, un grupo de casos considerable, alrededor del 30%, que afirma tener expectativas de aumentar el empleo.

Las figuras 3.2 y 3.3 recogen la expectativa de las pymes respecto a la evolución de sus ventas, y muestran que la tendencia prevista para los ejercicios 2018 y 2019 es de estabilidad, tanto en la Comunidad Valenciana como en España, para aproximadamente el 55% de las empresas encuestadas, mientras que alrededor de 40% tiene expectativas de aumento de ventas.

Las tendencias son similares para las empresas de la Comunidad y del conjunto de España y evidencian un saldo de expectativas de venta de 38,2 puntos (diferencia entre el porcentaje de respuestas optimistas y pesimistas) para el caso de la Comunidad Valenciana en 2019.

Figura 3.2. Tendencia en ventas 2018

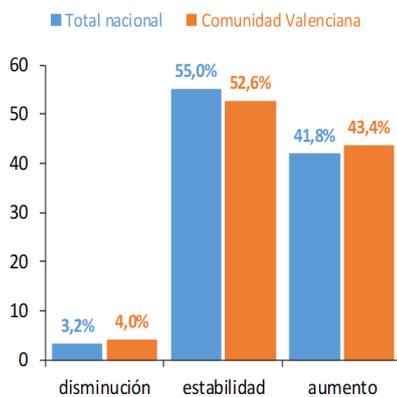
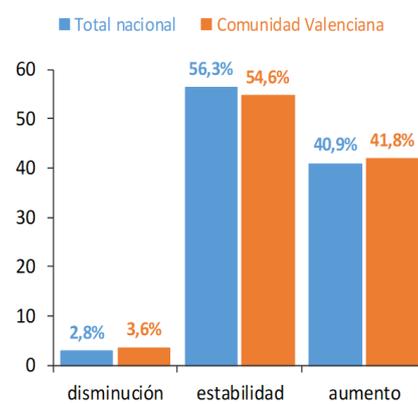


Figura 3.3. Tendencia en ventas 2019



Los cuadros 3.2 y 3.3 muestran las tendencias en ventas para 2018 y 2019 en función del tamaño de la empresa, y se observa que, en todos los casos, los saldos de expectativas son claramente positivos.

En particular, para 2018, destaca una clara expectativa de aumento en el caso de las empresas de más de 50 trabajadores (66,7%) y una tendencia a la estabilidad en lo que respecta a las microempresas (64,6%).

En cuanto a la proyección en ventas para 2019, las micro continúan decantándose por la estabilidad, y las pequeñas moderan su respuesta aumentando el porcentaje de las que consideran también una tendencia de estabilidad. Sin embargo, en el caso de las medianas se refuerza algo más la progresión de aumento de ventas.

Cuadro 3.2. Tendencia ventas 2018 C. Valenciana según tamaño de empresa

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Disminución (%)	4,2%	3,9%	3,7%
Estabilidad (%)	64,6%	48,4%	29,6%
Aumento (%)	31,2%	47,7%	66,7%
Total	100%	100%	100%

Cuadro 3.3. Tendencia ventas 2019 C. Valenciana según tamaño de empresa

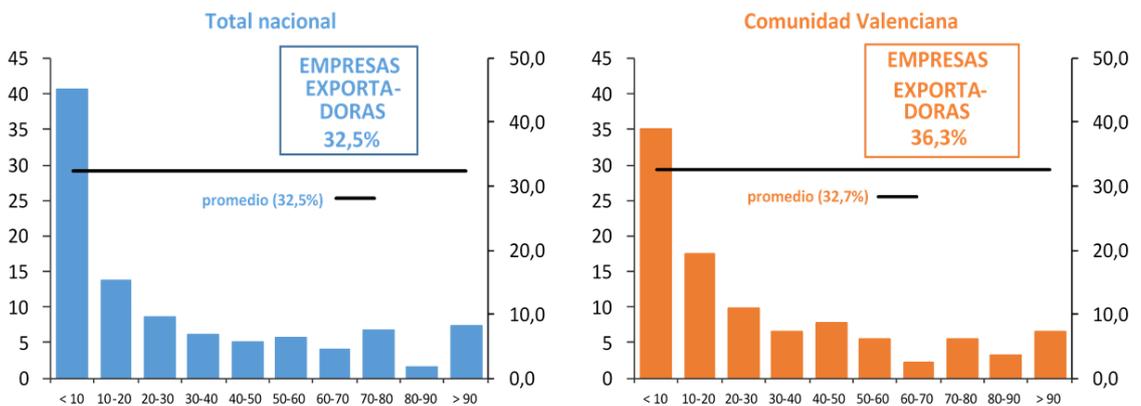
	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Disminución (%)	4,2%	3,1%	3,7%
Estabilidad (%)	65,6%	52,4%	25,9%
Aumento (%)	30,2%	44,5%	70,4%
Total	100%	100%	100%

En conjunto, los datos muestran unas expectativas de empleo y ventas diferenciadas según tamaño de empresa, si bien la opinión mayoritaria es de mantenimiento y estabilización. En cualquier caso, las expectativas de crecimiento de las ventas son claramente más intensas que en empleo, lo que denota una expectativa de crecimiento de la productividad de las pymes de la Comunidad Valenciana.

A continuación, la figura 3.4 valora la presencia internacional de las pymes a través de su porcentaje de ventas fuera de España.

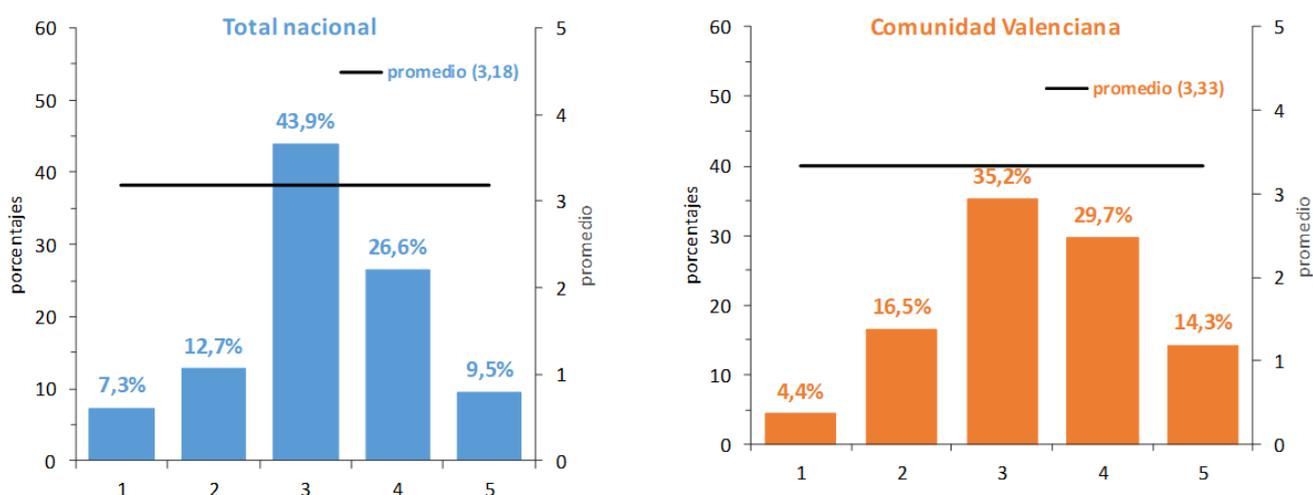
Descendiendo al detalle, un 36,3% de las empresas de la Comunidad Valenciana declaran estar presentes en mercados internacionales (empresa exportadora), proporción superior a la de la muestra nacional, que se sitúa en el 32,5%. Sin embargo, esta tendencia tiende a igualarse cuando valoramos la intensidad promedio de la exportación (porcentaje de ventas en el exterior), que se sitúa en un 32,7% a nivel regional frente al 32,5% a nivel nacional.

Figura 3.4. Presencia internacional y porcentaje de ventas en el exterior



Adicionalmente, a las empresas exportadoras se les encuestó sobre sus expectativas de ventas en mercados internacionales para 2018 (figura 3.5). Esta cuestión se valora en una escala de 1 al 5 (1 “gran disminución” y 5 a “gran aumento”). Así, las expectativas de las empresas de la Comunidad Valenciana son, en promedio de estabilidad (3,33) y similares a la media nacional (3,18). Si bien, el 44% se inclina por expectativas de aumento en un grado u otro.

**Figura 3.5. Expectativas de ventas en mercados internacionales 2018
(1 gran disminución - 5 gran aumento)**



Considerando la información obtenida sobre las expectativas de ventas en mercados internacionales en función del tamaño de la empresa (cuadro 3.4), comprobamos que son las empresas de más de 50 trabajadores, las que, en mayor medida se inclinan por expectativas de aumento en un grado

u otro (44,4%). Sin embargo, tanto las micro como las pequeñas empresas se decantan por expectativas de disminución (55,2% y 56,6% respectivamente).

Cuadro 3.4. Expectativa de venta en mercados internacionales en 2018, en Comunidad Valenciana, según tamaño de empresa

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
1	47,9%	37,5%	18,5%
2	7,3%	18,8%	7,4%
3	34,4%	25,0%	29,7%
4	9,4%	12,5%	29,6%
5	1,0%	6,2%	14,8%
Total	100%	100%	100%

Escala de 1 (gran disminución) a 5 (gran aumento)

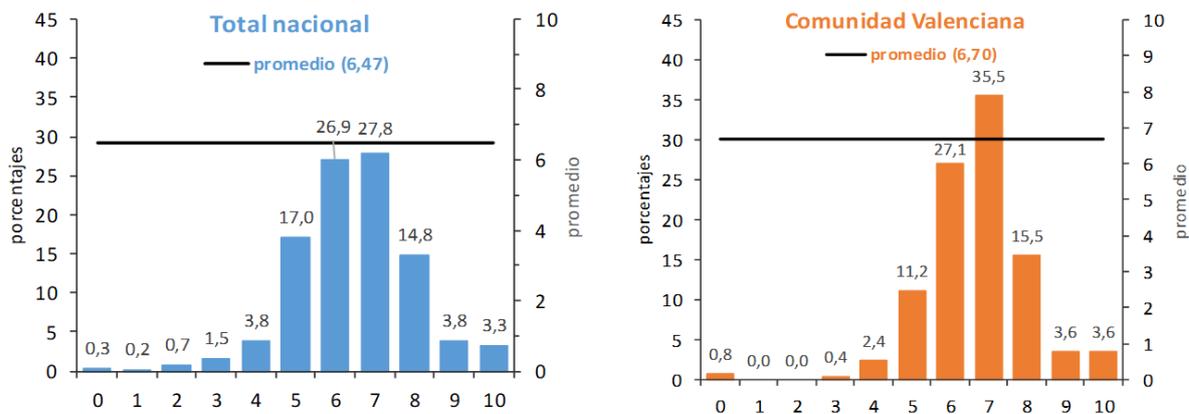
En lo que se refiere a la valoración del clima empresarial (figura 3.6), entendiendo este como la percepción sobre la confianza y expectativas globales en el entorno económico en el que se desarrolla la actividad de la empresa, las diferencias entre España y la Comunidad Valenciana no son significativas.

En este sentido, en un rango de 0 a 10, los gerentes de las pymes de la Comunidad Valenciana valoran el clima con una nota media de 6,7 (6,5 de promedio para el conjunto de España). En términos de porcentaje, el

85,3% de los gerentes de la Comunidad Valenciana tiene una opinión positiva del entorno (5 o más puntos) frente a un 78% a nivel nacional; mientras que, en el otro extremo, la opinión es negativa (inferior a 5 puntos) en el 3,6% de las pymes de la Comunidad Valenciana y en el 5% de las nacionales.

En cuanto a la valoración del clima empresarial, no se aprecian diferencias significativas en función del tamaño de empresa.

Figura 3.6. Valoración del clima empresarial



CAPITULO 4. *DIGITALIZACIÓN*

La digitalización de la empresa y la innovación que aporta a sus sistemas de gestión, es un aspecto cada vez más importante para la competitividad de las pymes.

Entre los factores que más han favorecido el proceso de digitalización de la empresa, se encuentra la incorporación de la automatización y de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TICs). Se digitalizan los procesos de decisión cuando se apoyan en datos digitales, lo que requiere de las inversiones necesarias para producir directa o indirectamente esos datos, así como su almacenamiento, tratamiento y análisis por personal especializado. Además, en muchas ocasiones la digitalización es la primera etapa de procesos posteriores, como la robotización de la producción, o también el cada vez más aplicado big data, que permite, entre otros aspectos, un mayor conocimiento y

predicción de la demanda e incrementar la eficacia y eficiencia en las decisiones de planificación.

A pesar de los avances en la competitividad que supone la digitalización, el reto de la transformación digital no está libre de riesgos y muchas empresas no ven la rentabilidad a corto plazo, o bien no pueden o no quieren asumirlos. Suelen ser las grandes empresas las que tienen mayor capacidad para liderar y gestionar mejor los riesgos y afrontar posibles pérdidas, consecuencia de fracasos en la incorporación de estas tecnologías. Las pymes en cambio, más limitadas en sus recursos y capacidades, y más prudentes en la toma de riesgos, suelen esperar los resultados de las inversiones de las más grandes para incorporar las nuevas tecnologías.

Sobre esta base, el presente capítulo se organiza en tres apartados. El primero analiza la producción y utilización de datos y tecnologías digitales (TICs), desde las más básicas como es la disponibilidad de software de oficina, hasta la incorporación de sistemas multidepartamentales como los ERP⁴. En segundo lugar, se recoge el contexto de la digitalización según la situación de la empresa y en comparación con el sector y la disponibilidad de empleados con capacidades adecuadas para soportar la digitalización. Finalmente, en tercer lugar, ponemos el foco en la existencia de una estrategia de digitalización definida.

⁴ Enterprise Resource Planning: sistemas de información que integran y gestionan muchos de los procesos asociados con las operaciones, logística y distribución.

4.1. Utilización de las TICs y de procesos digitales

Las decisiones empresariales que hacen referencia a la incorporación de las TICs, y en general a la digitalización de la empresa, no son consecuencia de un único factor, sino que, por el contrario, dependen de varios elementos.

En este capítulo, analizamos en primer lugar la incorporación de las TICs en la pyme de la Comunidad Valenciana a través de la medición de cinco dimensiones: (1) la disponibilidad de página web propia; (2) la realización de ventas y comercio electrónico mediante una plataforma de *e-commerce*; (3) la utilización y presencia activa en las redes sociales; (4) la gestión de clientes mediante plataformas CRM⁵; y (5) la gestión integral de la empresa mediante un ERP.

Como se observa en la figura 4.1, las pymes de la Comunidad Valenciana se caracterizan por utilizar, de forma generalizada, software de ofimática (4,49, en una escala 1-5), prácticamente al mismo nivel que la media nacional (4,40). Sin embargo, el uso de la nube para gestionar archivos es todavía limitado en la Comunidad (2,92), con unas cifras medias también muy similares a las obtenidas para el conjunto del territorio español (2,84).

⁵ Customer Relationship Management: sistemas informáticos de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes, a la venta y al marketing.

Figura 4.1. Uso de TICs
(indique si habitualmente ...)



El cuadro 4.1 recoge el uso de las TICs en función del tamaño de la empresa. Se observa que existe un cierto grado de acuerdo en lo relativo al uso de software de oficina en todos los casos, con medias que rondan los 4,5 puntos, mientras que en lo que respecta a la utilización de la nube para gestión de archivos, únicamente las empresas de más de 50 trabajadores la valoran con un “aprobado” (3,26 en escala de 1 a 5).

Cuadro 4.1. Uso de las TIC's según tamaño de empresa (Comunidad Valenciana)

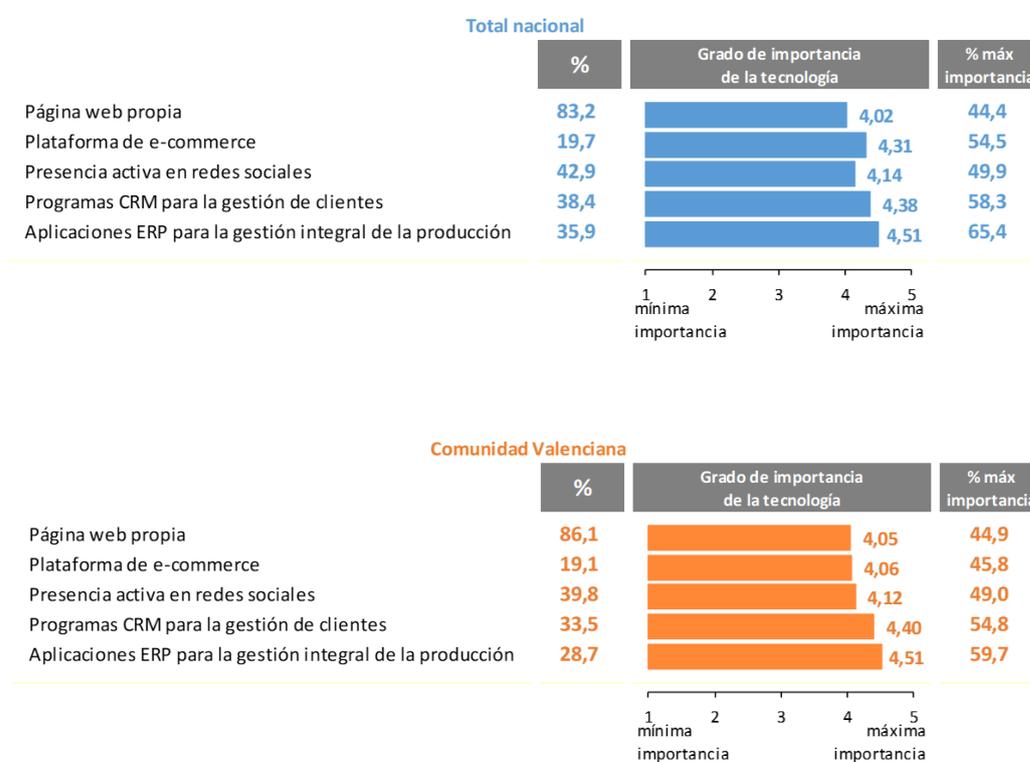
	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Se hacen registros manualmente en fichas o cuadernos	2,11	1,86	1,93
Utilizamos software de oficina (procesador de textos y hojas de cálculo)	4,35	4,60	4,41
Utilizamos la nube para gestionar nuestros archivos y aplicaciones	2,99	2,80	3,26

Con respecto a la utilización de procesos digitales específicos (figura 4.2), la encuesta recoge un elevado porcentaje de pyme de la Comunidad que dispone de página web propia (86,1%); una moderada presencia activa en redes sociales (39,8%); un uso medio de programas CRM para la gestión de clientes (33,5%) y aplicaciones ERP (28,7%); y una menor utilización de plataformas de e-commerce (19,1%). En todos los casos, salvo en la disposición de web propia, el grado de utilización de estos procesos digitales es ligeramente inferior a los de la media nacional.

Además, las empresas de la Comunidad se muestran muy concienciadas con la importancia del proceso de digitalización. Así, los valores medios que otorgan a los procesos y tecnologías digitales anteriormente mencionadas (página web, plataforma de e-commerce, presencia en redes sociales, programas CRM y ERP) son elevados (todos ellos con valoraciones superiores a 4 puntos sobre 5). En este sentido, llama la

atención que son los programas CRM y aplicaciones ERP las tecnologías digitales a las que más importancia otorgan, con una puntuación media de 4,40 y 4,51 respectivamente, en consonancia con la media nacional.

Figura 4.2. Procesos digitales
(indique si su empresa los usa, y en caso afirmativo el grado de importancia...)



El análisis de datos por tipo de empresas (cuadro 4.2.), muestra que se otorga una mayor importancia a la utilización de aplicaciones ERP para la gestión integral del negocio, independientemente del tamaño de la

empresa. En cualquier caso, la valoración del resto de cuestiones también se sitúa en valores altos, lo que evidencia que los directivos de las pymes de la Comunidad han tomado conciencia de la importancia de estos aspectos para la gestión de sus empresas.

Cuadro 4.2. Uso de los procesos digitales según tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Página web propia.	3,99	4,12	3,92
Plataforma de e-commerce (venta/comercio electrónico).	4,18	4,00	4,00
Presencia activa en redes sociales.	3,97	4,19	4,17
Programas CRM para la gestión de clientes.	4,34	4,42	4,57
Aplicaciones ERP para la gestión integral de la empresa o del negocio.	4,56	4,44	4,75

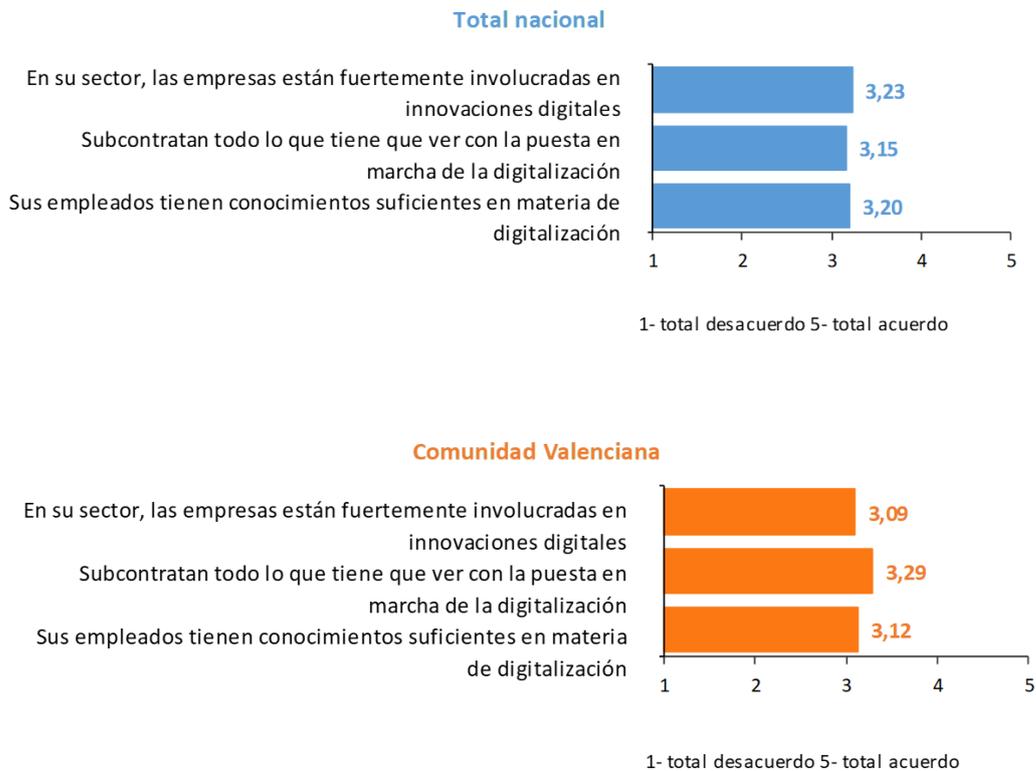
4.2. El contexto de la digitalización

Otra de las variables fundamentales para el estudio de la digitalización es el análisis de las circunstancias que envuelven al proceso. En este sentido, hemos preguntado a las direcciones generales (figura 4.3): (1) si piensan que en su sector hay un elevado compromiso con innovaciones digitales;

(2) si disponen de empleados con conocimientos suficientes en materia de digitalización; y (3) si subcontratan la puesta en marcha de la digitalización.

De la información obtenida podemos concluir que las pymes de la Comunidad Valenciana valoran de manera muy moderada (en torno a los 3 puntos en una escala 1-5), los aspectos anteriormente mencionados. Esta estimación es similar a la valoración dada por el conjunto de la pyme en España, puesto que ninguno de los casos se superan los 3,30 puntos promedio.

Figura 4.3. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



El cuadro 4.3. muestra que existe un cierto consenso sobre el contexto de la digitalización según el tamaño empresarial. Los valores más altos los alcanzan las empresas pequeñas, en referencia a la subcontratación de la puesta en marcha de la digitalización (3,35 en escala de 1 a 5) y las empresas de más de 50 trabajadores, en lo relativo a que su sector de actividad se encuentra fuertemente involucrado con las innovaciones digitales (3,3). En cualquier caso, todas las valoraciones, independientemente del tamaño de la empresa, se encuentran entre 3 y 3,35.

Cuadro 4.3. Contexto de la digitalización según tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempres a (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Su sector está fuertemente involucrado con innovaciones digitales.	3,03	3,09	3,30
Subcontratan la puesta en marcha de la digitalización.	3,23	3,35	3,22
Sus empleados tienen conocimientos suficientes sobre digitalización.	3,23	3,05	3,07

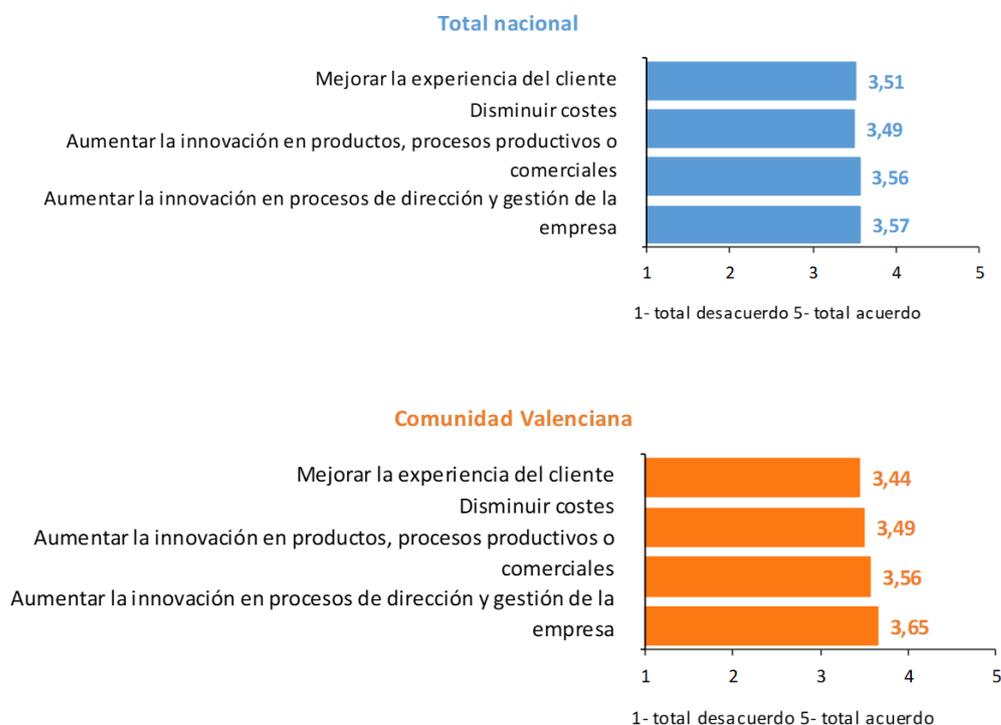
4.3. El enfoque de la estrategia de digitalización

En relación con la estrategia de digitalización se les pregunta a las direcciones generales: (1) si esperan disminuir los costes o mejorar la

experiencia del cliente; (2) si tienen como objetivo mejorar la innovación en productos, procesos productivos o comerciales; o si bien (3) la mejora se enfoca a aumentar la innovación en los procesos de dirección y gestión.

Las pymes de la Comunidad persiguen principalmente un aumento de la innovación (figura 4.4), tanto en dirección y gestión (3,65 en una escala 1-5) como en productos y procesos (3,56), si bien las valoraciones no son muy distintas a las relativas a los aspectos de mejora de la experiencia del cliente (3,44) y disminución de costes (3,49). Al igual que ocurre a nivel nacional, no se detecta un enfoque que predomine sobre los demás.

Figura 4.4. Enfoque de la estrategia de digitalización



Comparando las respuestas obtenidas a nivel de Comunidad por tamaño de empresa (cuadro 4.3.) se observa que, en el caso de las micro y las medianas, existe un cierto consenso en relación a priorizar la estrategia de disminución de costes (media de 3,44 y 4 puntos respectivamente). Sin embargo, en el caso de las pequeñas empresas se da un mayor peso a la estrategia relacionada con aumentar la innovación en procesos de dirección y gestión de la empresa (3,77). En cualquier caso, los valores de todas las estrategias se mueven en una horquilla de entre 3,33 y 4, por lo que no destaca sustancialmente ninguna por encima de las demás.

Cuadro 4.4. Enfoque estrategia de digitalización por tamaño de empresa (C. Val.)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Mejorar la experiencia del cliente.	3,33	3,45	3,74
Disminuir costes.	3,44	3,42	4,00
Aumentar la innovación en productos, procesos productivos o comerciales.	3,41	3,61	3,89
Aumentar la innovación en procesos de dirección y gestión de la empresa.	3,40	3,77	3,96

CAPITULO 5.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Responsabilidad Social (en adelante RS) ha irrumpido con fuerza en las empresas para convertirse en una fuente de diferenciación que permite aumentar su reputación en el mercado. Por ello, se ha ido consolidando no sólo en las grandes corporaciones, sino también en las pymes, constatando la necesidad de combinar equilibradamente la creación de valor económico y social. A pesar de ello, la voluntariedad de las acciones de RS, y las diversas prácticas posibles que desarrollan las empresas, conlleva un amplio abanico de alternativas para el despliegue de la RS y que muchas pymes hayan optado por comunicar sus actuaciones a través de vías como la publicación de memorias o informes de sostenibilidad, entendida ésta en su triple acepción: económica, social y medioambiental.

Dado el impacto de estas medidas, se ha considerado oportuno analizar algunas cuestiones relacionadas con la implantación de la RS. En concreto,

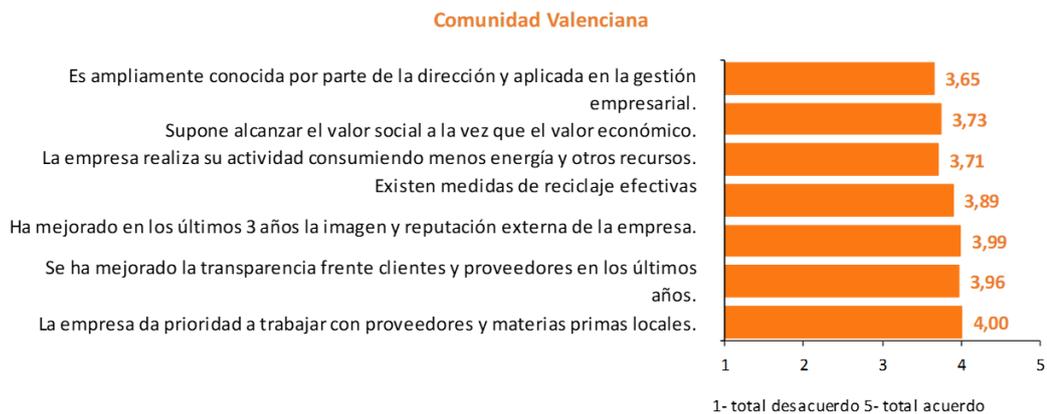
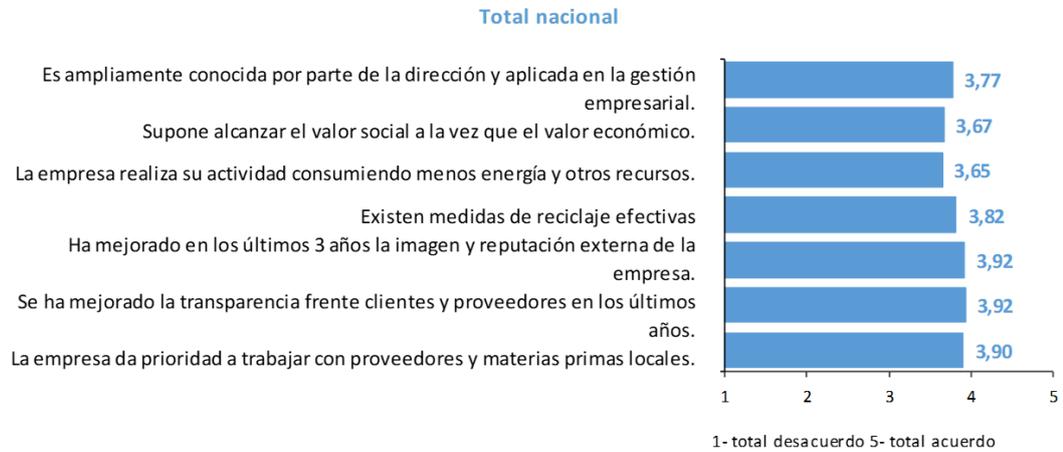
sobre aspectos generales de planteamiento, la relación con los empleados y otras acciones de RS que desarrollan habitualmente las pymes.

5.1. Enfoque de la responsabilidad social

En este primer apartado se recogen aspectos generales de planteamiento de la RS en las pymes, con influencia sobre su imagen y reputación, al contribuir a alcanzar valor social junto al necesario valor económico.

A este respecto, en la figura 5.1 se muestra la opinión de los encuestados sobre las cuestiones planteadas. En una escala de 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo), podemos observar que las pymes de la Comunidad Valenciana destacan, en relación con el enfoque de la RS, el trabajar con proveedores y materias primas locales y la mejora de la reputación externa de la empresa (4 y 3,99 respectivamente), seguidas de la transparencia frente a clientes y proveedores (3,96) y el impulso de medidas para realizar un reciclaje efectivo (3,89). En relación a la comparativa con la puntuación media de las pymes nacionales, podemos comprobar que los valores se sitúan en rangos similares.

Figura 5.1. Responsabilidad social corporativa
(grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a su empresa)



Descendiendo al detalle por tamaño de (cuadro 5.1), los datos muestran que, para las microempresas de la Comunidad Valenciana, la aplicación de la RS ha supuesto una mejora en relación a la transparencia frente a clientes y proveedores (con una media de 4), seguido de una mejora para la imagen y reputación externa de la empresa (3,94). Sin embargo, tanto para las pequeñas empresas como para las medianas, además de los aspectos

anteriores, también se valoran ligeramente mejor las cuestiones relativas a trabajar con proveedores y materias primas locales (media de 4,14 y 4 puntos respectivamente).

Cuadro 5.1. Enfoque de la RS según tamaño de empresa (Comunidad Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Es ampliamente conocida por parte de la dirección y aplicada en la gestión empresarial.	3,73	3,55	3,78
Supone alcanzar el valor social a la vez que el valor económico.	3,85	3,66	3,67
La empresa realiza su actividad consumiendo menos energía y otros recursos.	3,77	3,66	3,70
Existen medidas de reciclaje efectivas.	3,86	3,89	3,96
Ha mejorado en los últimos 3 años la imagen y reputación externa de la empresa.	3,94	3,99	4,15
Se ha mejorado la transparencia frente clientes y proveedores en los últimos años.	4,00	3,90	4,11
La empresa da prioridad a trabajar con proveedores y materias primas locales.	3,84	4,14	4,00

5.2. Empleados y responsabilidad social

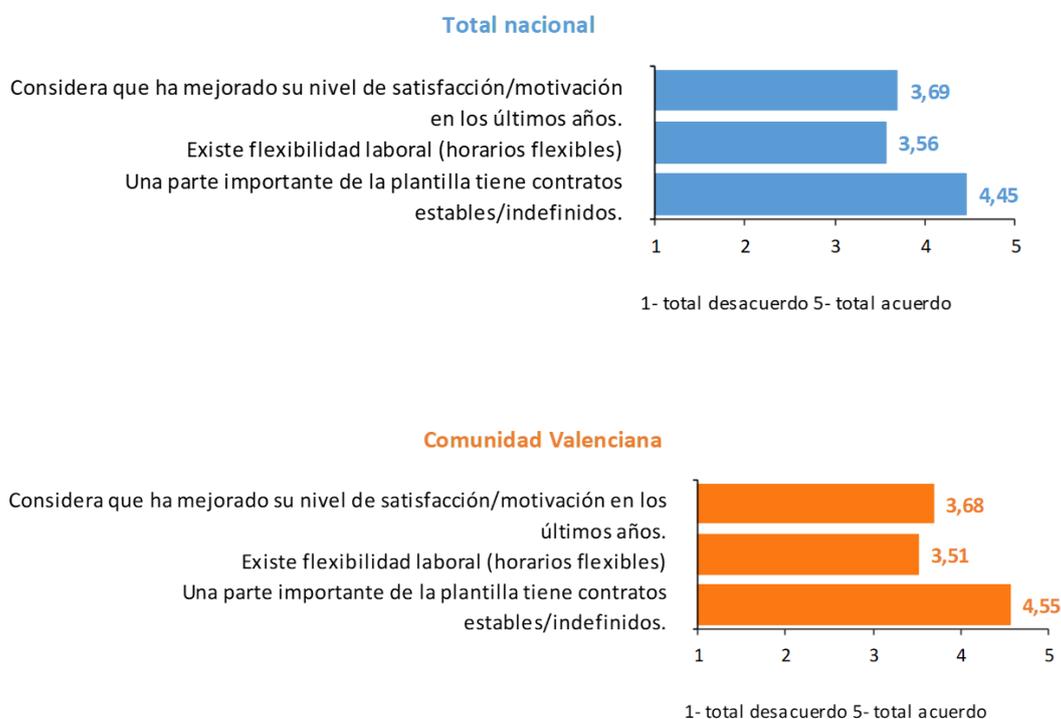
Para analizar la relación de las pymes con sus trabajadores, se ha preguntado por tres cuestiones específicas: (1) si la plantilla tiene contratos estables; (2) si disfrutan de horarios flexibles; y (3) si han mejorado su satisfacción/motivación en los últimos años (figura 5.2).

La información obtenida muestra cómo, para las empresas de la Comunidad Valenciana, la mayor puntuación (4,55) la recibe el ítem referido a la estabilidad de los contratos, lo que pone de manifiesto su importancia. En cualquier caso, conviene señalar que se trata de valoraciones medias de la gerencia de las empresas encuestadas con respecto a la cuestión planteada en la encuesta, por lo que no refleja situaciones laborales de empresas o sectores particulares, y es evidente que sigue siendo necesario reducir la precariedad laboral.

Por otro lado, la información analizada a nivel regional, evidencia que existe la opinión generalizada de que mejora moderadamente el nivel de satisfacción/motivación de los empleados en estas empresas durante los últimos años (3,68). Y, aunque ocupa el tercer lugar por orden de puntuación, también la flexibilidad laboral es importante, habiendo obtenido un promedio de 3,51 puntos.

Finalmente destacar que, como sucedía en el apartado anterior, los niveles de puntuación media obtenidos en cada uno de los ítems son muy similares a los alcanzados a nivel nacional.

Figura 5.2. Relación con los trabajadores
(grado de acuerdo de la situación de su empresa con respecto a...)



Como en apartados anteriores, el cuadro 5.2. muestra el desglose de estos aspectos según el tamaño de empresa. Así, comprobamos que, para todas ellas, la cuestión sobre la que existe un mayor nivel de acuerdo, es la relacionada con la relativa a los contratos estables (puntuación media de

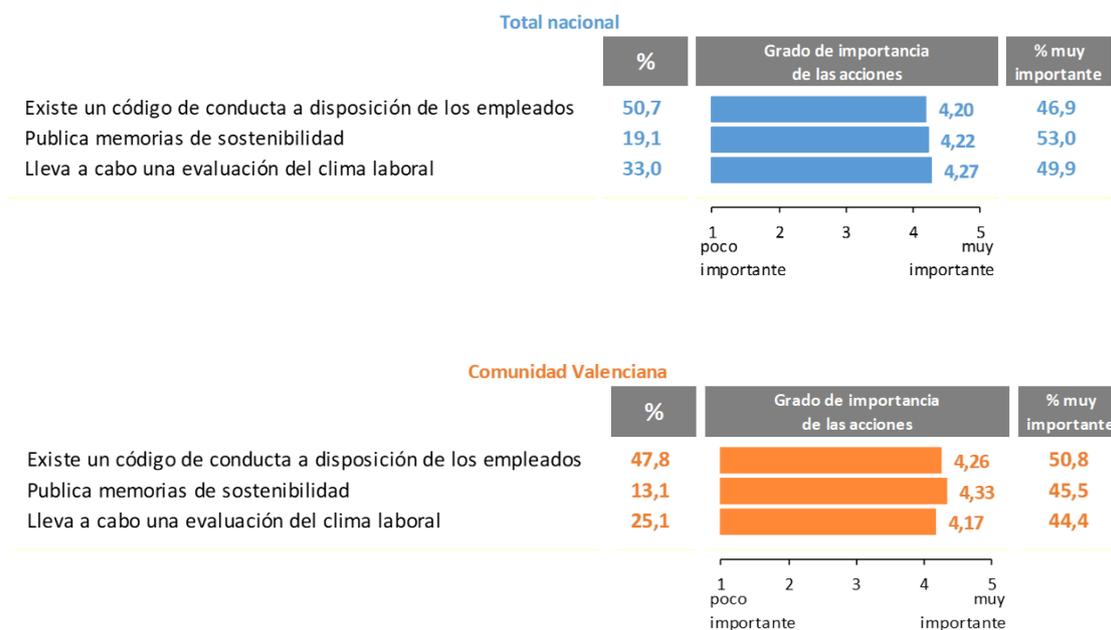
4,67; 4,52 y 4,26 para las micro, pequeñas y medianas respectivamente). En los otros dos aspectos considerados destaca que son las empresas medianas las que alcanzan un mayor nivel de acuerdo en la existencia de flexibilidad laboral (3,93), y que las microempresas son las que más afirman haber mejorado el nivel de satisfacción y/o motivación de sus empleados en los últimos años (3,79). Pero en cualquier caso son todas valoraciones que se quedan en valores inferiores a 4.

Cuadro 5.2. Relación con los trabajadores según tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Considera que ha mejorado su nivel de satisfacción/motivación en los últimos años.	3,79	3,58	3,74
Existe flexibilidad laboral (horaria)	3,63	3,34	3,93
Una parte importante de la plantilla tiene contratos estables/indefinidos.	4,67	4,52	4,26

5.3. Acciones de responsabilidad social

En este apartado, abarcaremos otras acciones relacionadas específicamente con la RS en las pymes: (1) la existencia de un código de conducta, (2) la publicación de una memoria de sostenibilidad y (3) la evaluación del clima laboral (figura 5.3).

Figura 5.3. Acciones de RS*(indique si su empresa realiza las siguientes acciones y señale su grado de importancia)*

Según se recoge en la figura 5.3. algo menos de la mitad (47,8%) de las pymes de la Comunidad Valenciana posee un código de conducta para los empleados (frente al 50,7 a nivel nacional) como parte de las acciones de RS desarrolladas. Además, el 25,1% llevan a cabo una evaluación del clima laboral (frente al 33% a nivel nacional), y únicamente el 13,1% publica memorias de sostenibilidad (frente el 19,1% de las pymes españolas). Sin embargo, son estas acciones, la publicación de memorias de sostenibilidad, las que son consideradas como más importantes (4,33 sobre 5), seguida de la existencia de códigos de conducta (4,26 sobre 5) y en tercer lugar la evaluación del clima laboral (4,17 sobre 5). Si bien, son todas ellas valoraciones altas y similares.

En este sentido, las acciones de RS realizadas en función del tamaño de empresa (cuadro 5.3) muestran una cierta homogeneidad (valores entre 4,1 y 4,5). Con todo, la cuestión que presenta un mayor nivel de importancia es la relativa a la publicación de memorias de sostenibilidad (4,50, 4,25 y 4,43 para las micro, pequeñas y medianas respectivamente), mientras que, en el caso de las empresas de más de 50 trabajadores, esta valoración es compartida con la existencia de un código de conducta para empleados (4,44).

Cuadro 5.3. Acciones de RS realizadas por tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Existe un código de conducta a disposición de todos los empleados.	4,24	4,22	4,44
Publica memorias de sostenibilidad.	4,50	4,25	4,43
Lleva a cabo una evaluación del clima laboral.	4,11	4,14	4,33

CAPITULO 6. INNOVACIÓN, FINANCIACIÓN Y RENDIMIENTO

6.1. Actividad innovadora

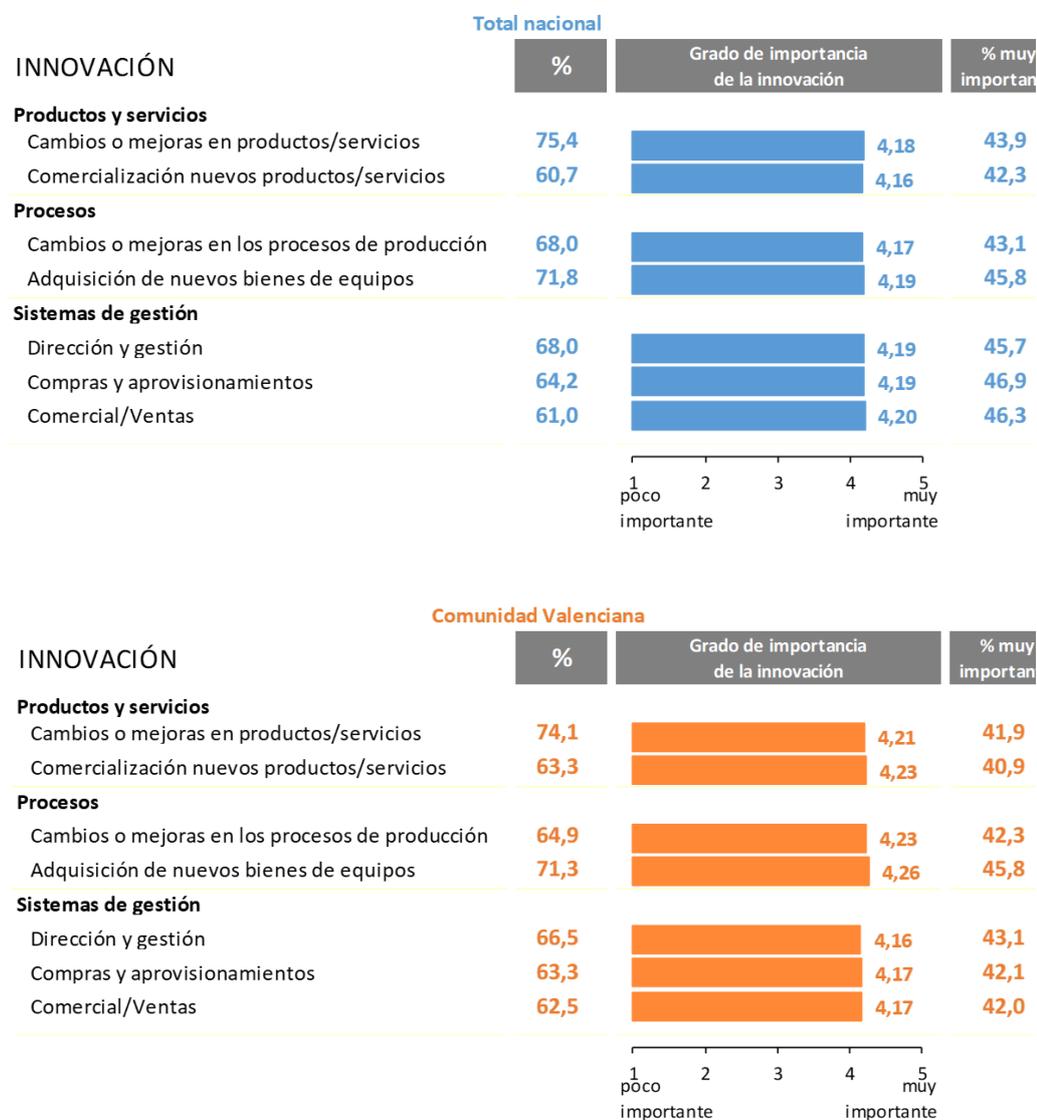
La actividad innovadora, relacionada tanto con nuevos productos y/o servicios, como con nuevos métodos o procedimientos, supone un elemento diferencial de competitividad.

Para medir el comportamiento innovador de las pymes, el estudio considera tres ámbitos de innovación: productos, procesos y gestión, e identifica si la empresa ha llevado a cabo innovaciones en alguno de ellos y cuál ha sido su importancia, medida con una escala tipo Likert de 1 a 5.

En cuanto a innovación en productos y servicios se consideran, (1) cambios o mejoras en productos/servicios; y (2) comercialización de nuevos productos/servicios. Para la innovación en procesos, (1) cambios o mejoras en los procesos de producción y (2) adquisición de nuevos bienes de equipos. Y para la innovación en gestión se considera, (1) cambios en los sistemas de dirección y gestión; (2) en compras y aprovisionamientos y (3) en comercial/ventas.

Los datos registrados (figura 6.1) muestran que las pymes de la Comunidad Valenciana desarrollan una actividad innovadora que guarda un cierto paralelismo con la recogida para el conjunto de las pymes españolas. La actividad que destaca, por encima de las demás, es la relativa a innovaciones a través de cambios o mejoras de productos y/o servicios (74,1%), seguida de innovaciones de proceso que implican la adquisición de nuevos bienes de equipos (71,3%), y ya en tercer lugar, las innovaciones que tienen que ver con sistemas de dirección y gestión (66,5%). Este mismo orden se mantiene a nivel nacional, si bien con porcentajes mínimamente superiores.

En cuanto al grado de importancia de las innovaciones efectuadas, todas las alternativas están valoradas por encima de 4 (escala de 1 a 5), si bien ninguna destaca por encima de las demás. De hecho, en todos los casos, entre el 40 y el 45% de las empresas consideran que la innovación realizada ha sido muy importante (5 puntos en la escala).

Figura 6.1. Cambio o mejora en productos, procesos o sistemas de gestión en los últimos dos años y grado de importancia de estos cambios


Según el tamaño de la empresa (cuadro 6.1), existe un cierto consenso en considerar como más importante la cuestión relativa a la adquisición de nuevos bienes de equipo (puntuación media de 4,26; 4,26 y 4,29 en el caso

de las micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente). Si bien, las valoraciones de todas las cuestiones planteadas, en todos los tamaños de empresa, se encuentra en una horquilla de entre 4,1 y 4,3, por lo que las diferencias son mínimas.

Cuadro 6.1. Cambio o mejora en productos/procesos en los últimos dos años según tamaño de empresa (Comunidad Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes.	4,18	4,22	4,24
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios.	4,17	4,25	4,32
Cambios o mejoras en los procesos productivos.	4,25	4,24	4,14
Adquisición de nuevos bienes de equipo.	4,26	4,26	4,29
Nuevos cambios o mejoras en organización y/o gestión.	4,19	4,15	4,09
Nuevos cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos.	4,20	4,15	4,18
Nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas.	4,20	4,16	4,17

6.2. Acceso a financiación

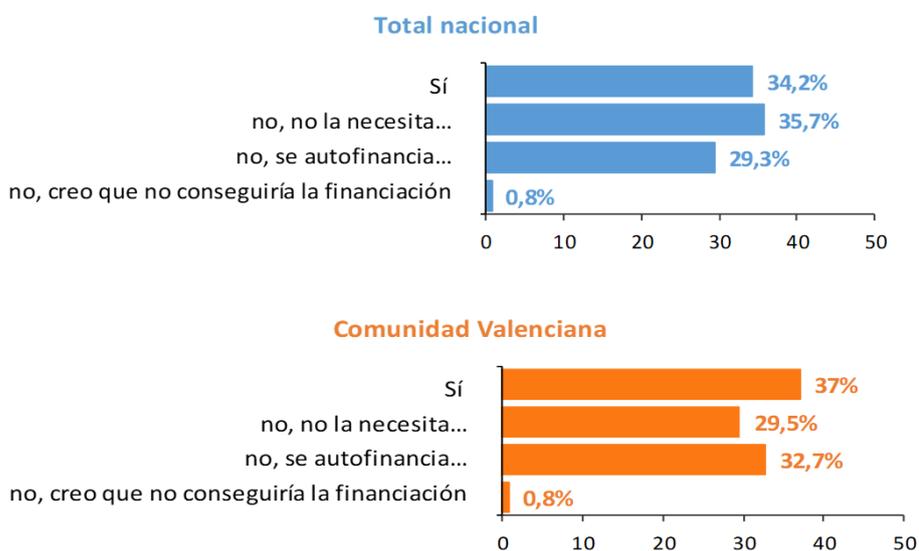
Este apartado recoge información sobre las condiciones de acceso de las pymes a financiación procedente de entidades de crédito.

En términos generales, los datos sugieren que las pymes de la Comunidad Valenciana han experimentado una evolución, en el último año, ligeramente más favorable en el acceso a financiación de entidades de crédito, en comparación con lo acontecido para el conjunto del territorio nacional (figura 6.2.), si bien se trata de una situación con evidente necesidad de mejora y además, estos datos hay que tratarlos siempre como valores medios y con cierta cautela, debido a la variabilidad de las respuestas y casuísticas que conllevan.

Así, las respuestas registradas muestran que el 37% de las pymes han requerido líneas de financiación de entidades de crédito en el último año (34,2% de promedio nacional); el 32,7% no ha accedido porque se financian por otras fuentes o se autofinancian (29,3 a nivel nacional); el 29,5% afirma no necesitarlo al no estar haciendo inversiones; y el 0,8% no llega a solicitarla porque piensan que no la obtendría.

Entre las pymes de la Comunidad que solicitaron un crédito en el último año, el 62,3% afirma haberlo obtenido en condiciones algo mejores que en años anteriores (51,2% para España), el 31% lo obtuvieron en las mismas condiciones, y el 4,3% lo consiguieron con condiciones más duras.

Figura 6.2. Acceso a financiación de entidades de crédito en el último año
ha intentado acceder...



En caso de haberlo solicitado, se concede en...



A continuación, el cuadro 6.2 muestra la situación del acceso a financiación en función del tamaño empresarial. Así, encontramos que son las empresas de mayor tamaño, las que más recurren a entidades de crédito (40,7%), y en cuanto a las condiciones de concesión, el 72,3% de las empresas de tamaño pequeño que obtuvieron financiación, consideran que las condiciones han mejorado, y prácticamente todas las empresas encuestadas de más de 50 trabajadores con financiación, también entienden que las condiciones han sido igual o ligeramente mejores que en años anteriores.

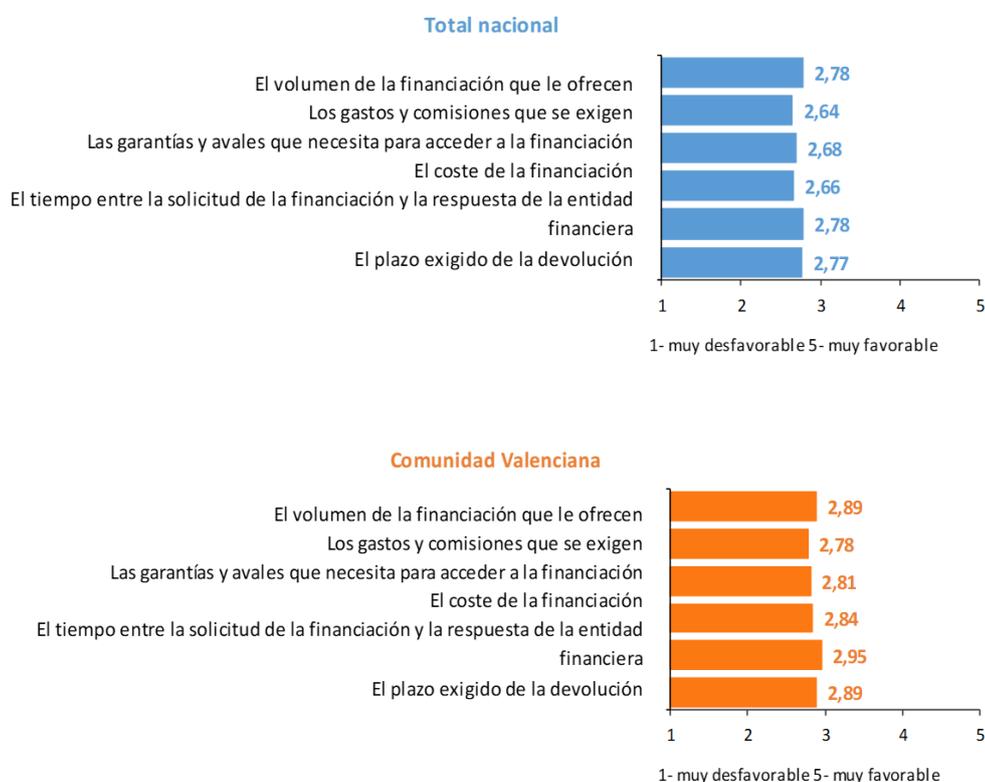
Sin embargo, en lo relativo a la evolución de los trámites relacionados con la financiación (figura 6.3), si consideramos la opinión de todas las empresas, no sólo las que obtuvieron financiación, las respuestas muestran una situación que no llega al aprobado (todas las valoraciones promedio están por debajo de 3 en una escala de 1 a 5), si bien la valoración que hacen las pymes valencianas es ligeramente más favorable que las valoraciones del conjunto del territorio español, en todos los elementos contractuales de los instrumentos de deuda analizados.

Así, los datos registrados para todas las cuestiones analizadas, se sitúan entre 2,7 y 2,9, siendo el aspecto más favorable (sin llegar al aprobado), el relativo al tiempo entre la solicitud de la financiación y la respuesta de la entidad financiera (2,95), seguido del volumen de financiación ofrecido y el plazo exigido de devolución (2,89), mientras que los gastos y comisiones presentan la valoración más baja (2,78).

Cuadro 6.2. Solicitud y acceso a financiación por tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Solicitud de financiación de la pyme			
Si	36,5%	36,7%	40,7%
No, porque mi empresa no la necesita al no estar realizando inversiones	30,2%	29,7%	25,9%
No, porque mi empresa no la necesita dado que se autofinancia (o puede financiarse por otras vías)	32,3%	32,8%	33,4%
No, porque, a pesar de necesitarla, creo que no conseguiría la financiación	1,0%	0,8%	--
Acceso a financiación de la pyme			
Se les concede financiación en mejores condiciones que en años anteriores	51,4%	72,3%	54,5%
Se la han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores	45,7%	17,0%	45,5%
Se la han concedido aunque las condiciones se han endurecido	2,7%	6,4%	--
Está en trámite	--	4,3%	--
No se le ha concedido financiación / no ha aceptado las condiciones	0,2%	--	--
Total	100%	100%	100%

Figura 6.3. Evolución de las condiciones de financiación vía entidades de crédito
dos últimos años



El desglose de valoraciones por tamaño de empresa se recoge en el cuadro 6.3. Todas ellas se encuentran entre 2,7 y 3,1 (escala de 1 a 5), por lo que las diferencias de opinión según tamaño de empresa son muy pequeñas. Así, el sentir general es que las condiciones de acceso y trámites relativos a financiación procedente de entidades de crédito no han mejorado sustancialmente en los últimos dos años, y sigue constituyendo un ámbito necesitado de mejora en todos los tamaños de empresa.

Cuadro 6.3. Evolución de la financiación por tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
El volumen de la financiación ofrecido.	2,73	3,01	2,89
Los gastos y comisiones exigidos.	2,65	2,84	2,96
Las garantías y avales que necesita para acceder a la financiación.	2,67	2,87	3,07
El coste de la financiación.	2,70	2,90	3,04
Tiempo entre la solicitud de financiación y la respuesta de la entidad.	2,89	2,97	3,11
El plazo exigido de la devolución.	2,77	2,97	2,93

6.3. Indicadores de rendimiento

Este apartado muestra una medición del rendimiento de la pyme respecto a la evolución de su posición competitiva, a través de la percepción del gerente de la empresa.

De forma específica, se han utilizado ocho variables para medir el rendimiento empresarial. A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (en escala 1 “total desacuerdo” a 5 “total acuerdo”) sobre si su empresa ha evolucionado más favorablemente que sus competidores en los siguientes aspectos: (1) ofrece productos de mayor calidad; (2) dispone de procesos internos más eficientes; (3) cuenta con clientes más satisfechos; (4) se adapta antes a los cambios en el mercado;

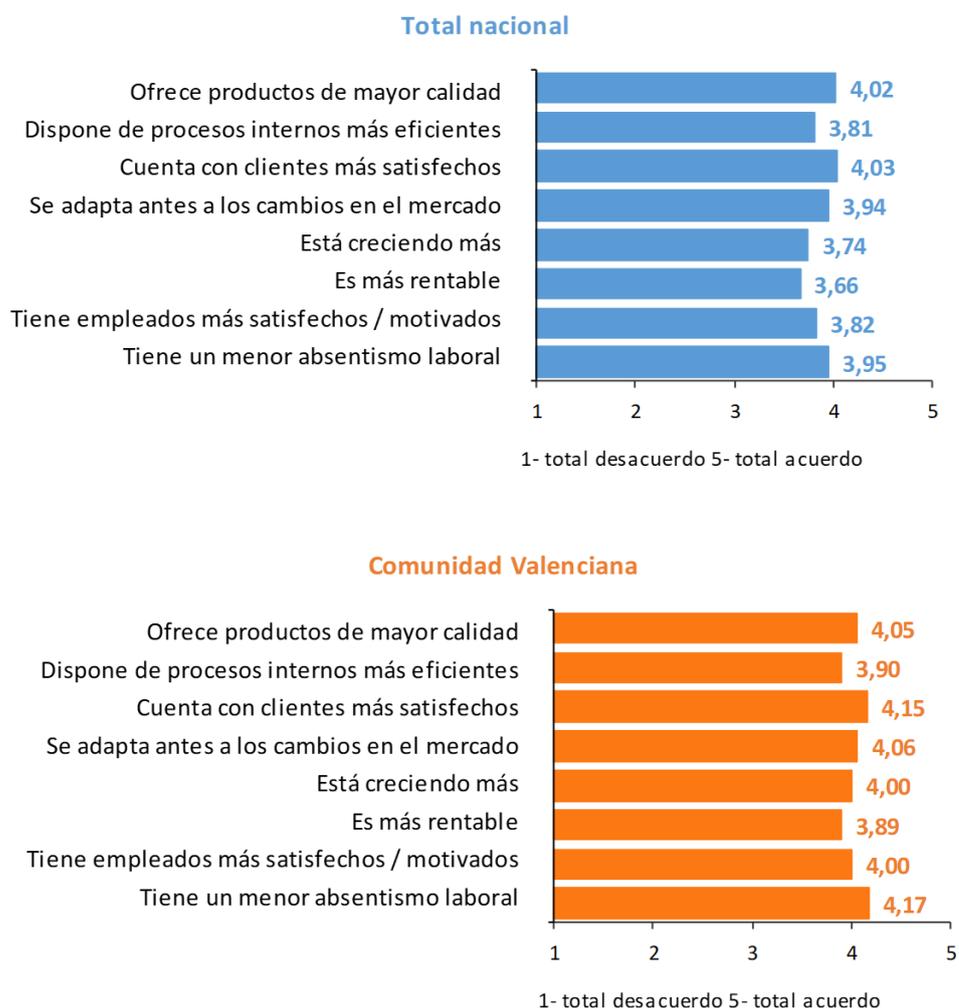
(5) está creciendo más; (6) es más rentable; (7) tiene empleados más satisfechos y motivados, y (8) tiene menor absentismo laboral.

Las valoraciones medias obtenidas en todos los aspectos (figura 6.4) superan los 3 puntos en una escala de 1 a 5, lo que muestra una percepción positiva en conjunto, sobre la evolución de la posición competitiva de la empresa.

En particular, los dos aspectos considerados como más favorables por las pymes de la Comunidad frente a la competencia son, el menor absentismo laboral (4,17 sobre 5) y conseguir que sus clientes estén más satisfechos (4,15). A estos dos factores se les une, también con valores superiores a 4, la adaptación a los cambios en el mercado (4,06) y la mayor calidad de sus productos (4,05). Muy cerca se sitúan la motivación de la plantilla y el crecimiento de la facturación (4 puntos en ambos casos), y algo menor, aunque también en valores positivos, la disposición de procesos internos eficientes (3,90), y el incremento de la rentabilidad (3,89).

En relación con los valores medios de las pymes españolas, la percepción de rendimiento de las empresas de la Comunidad respecto a la competencia, medida a través de estas percepciones de sus directivos, es ligeramente mejor en todos los aspectos evaluados.

Figura 6.4. Desempeño de la empresa en relación con sus competidores



Por último, destacar que los datos recogidos sobre el desempeño de la empresa en función de su tamaño (cuadro 6.4), muestran situaciones que son muy similares, si bien la posición competitiva es ligeramente mejor en el caso de las empresas de más de 50 trabajadores (mayoría de valoraciones por encima de 4), pero sin que se pueda apreciar que las diferencias sean significativas.

Cuadro 6.4. Desempeño en relación con sus competidores según tamaño de empresa

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Ofrece productos de mayor calidad.	4,05	4,07	3,96
Dispone de procesos internos más eficientes.	3,95	3,82	4,11
Cuenta con clientes más satisfechos.	4,20	4,10	4,22
Se adapta antes a los cambios del mercado.	4,18	3,98	4,04
Está creciendo más.	3,94	4,02	4,19
Es más rentable.	3,90	3,84	4,15
Tiene empleados más satisfechos / motivados.	4,11	3,91	4,00
Tiene menor absentismo laboral.	4,34	4,09	3,96

CAPITULO 7. POLÍTICAS Y PRÁCTICAS DE RECURSOS HUMANOS

El capital humano de la empresa y la forma de gestionarlo constituye uno de los factores más importantes en la competitividad de las pymes. Para conocer en mayor medida cómo afrontan la gestión de recursos humanos las empresas de la Comunidad Valenciana, se ha evaluado el grado de desarrollo de algunos procesos y políticas relacionadas con la gestión de sus empleados en los dos últimos años.

A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (en escala 1 “total desacuerdo” a 5 “total acuerdo”) sobre el despliegue, en los dos últimos años, de los siguientes aspectos: (1) evaluación del desempeño, (2) equidad de las retribuciones, (3) incentivos en base a resultados, (4)

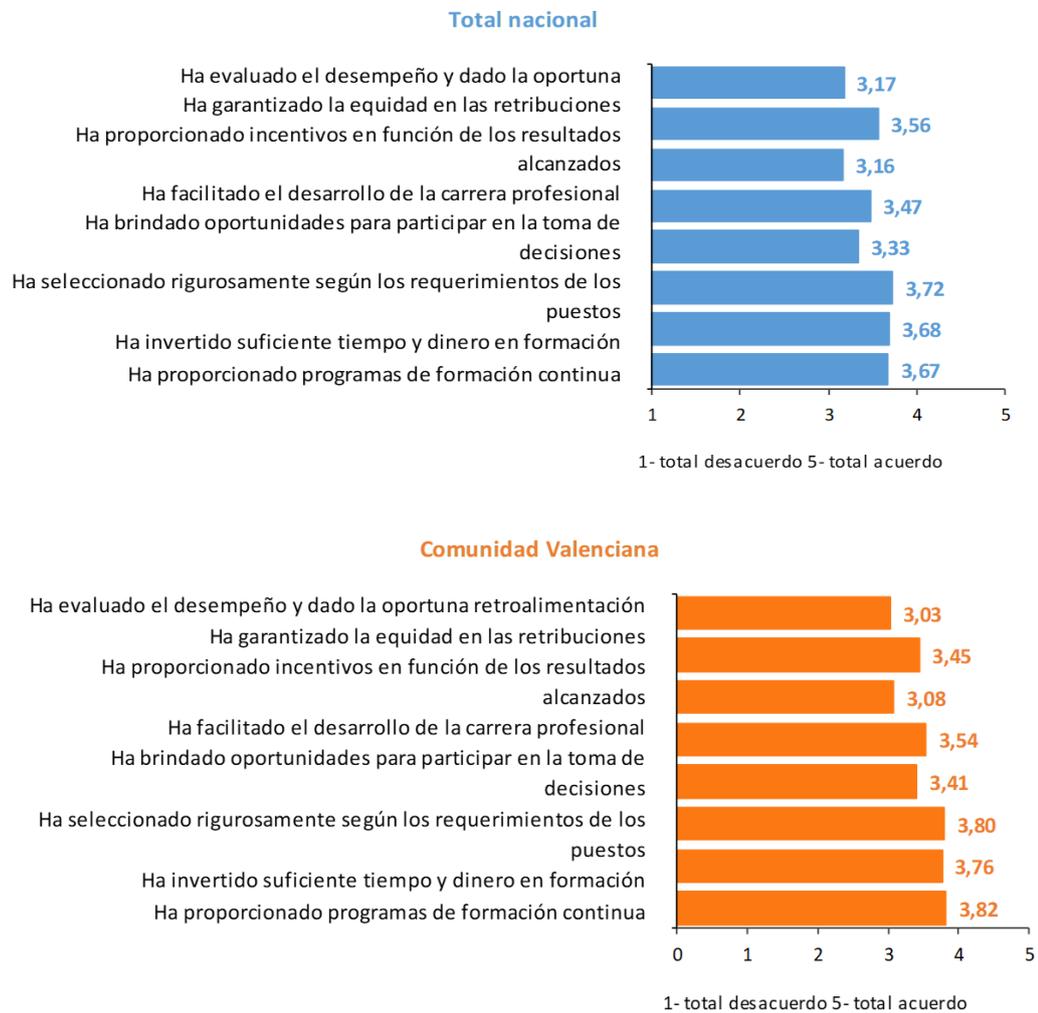
desarrollo de la carrera profesional, (5) participación en toma de decisiones, (6) selección de personal en base a requerimientos, (7) inversión en formación, y (8) programas de mejora continua.

Las valoraciones medias obtenidas en todos los aspectos (figura 7.1) superan los 3 puntos en una escala de 1 a 5, lo que muestra que las pymes de la Comunidad consideran que están desplegando políticas de recursos humanos en todos los aspectos evaluados, pero también que pueden mejorar en su práctica ya que ninguno de todos supera los 4 puntos.

En particular, los aspectos mejor considerados son el desarrollo de programas de formación continua (3,82), y la selección en base a requerimientos del puesto (3,80), seguidos de cerca por la inversión en formación (3,76). Tras estos, encontramos el desarrollo de carrera profesional (3,54), la equidad en retribuciones (3,45) y la participación en la toma de decisiones (3,41), y con valoraciones menores la proporción de incentivos en base a resultados (3,08) y la evaluación de desempeño (3,03).

En relación con los valores medios de las pymes españolas, las políticas y prácticas de recursos humanos de las empresas de la Comunidad, son ligeramente mejores en todos los aspectos evaluados, salvo en los relativos a evaluación de desempeño, y equidad de las retribuciones e incentivos en base a resultados, aspectos en los que la puntuación ha sido ligeramente menor. En cualquier caso, se trata de diferencias mínimas que vienen a mostrar una situación similar de la Comunidad con el promedio del territorio español.

Figura 7.1. Políticas y procesos de gestión de recursos humanos
(en los últimos dos años, mi empresa...)



El grado de acuerdo alcanzado en función del tamaño de la empresa, se encuentran reflejado en el cuadro 7.1. En este caso, a pesar de que existe una cierta variabilidad en los valores por tamaño, se otorga una mayor importancia a la disposición de programas de formación continua (3,91;

3,68 y 4,22 para las micro, pequeñas y medianas respectivamente), seguido de la inversión y de la selección en base a los requerimientos del puesto.

Cuadro 7.1. Políticas y prácticas de RR.HH por tamaño de empresa (C. Valenciana)

	Microempresas (de 6 a 9 empleados)	Pequeñas (de 10 a 49 empleados)	Medianas (de 50 a 249 empleados)
Ha evaluado el desempeño y dado la oportuna retroalimentación.	3,11	2,95	3,07
Ha garantizado la equidad en las retribuciones.	3,42	3,38	3,85
Ha proporcionado incentivos en función de los resultados alcanzados.	3,07	3,06	3,19
Ha facilitado el desarrollo de la carrera profesional.	3,65	3,41	3,78
Ha brindado oportunidades para participar en la toma de decisiones.	3,55	3,28	3,48
Ha seleccionado rigurosamente según los requerimientos de los puestos.	3,91	3,66	4,07
Ha invertido suficiente tiempo y dinero en formación.	3,85	3,61	4,15
Ha proporcionado programas de formación continua.	3,91	3,68	4,22

CAPITULO 8.

FACTORES DE ÉXITO

En este capítulo se recoge un análisis de factores y características que contribuyen al éxito competitivo de las pymes de la Comunidad Valenciana.

En concreto, se les pregunta a los directivos de las empresas cómo se ven comparativamente con sus competidores, en relación a los distintos aspectos tratados en los capítulos precedentes, como son, el grado de digitalización, las acciones de RS aplicadas en la empresa, el nivel de rendimiento, grado de innovación, financiación y valoración de los recursos humanos.

Para medir esta situación comparativa de las pymes de la muestra en relación a su competencia, se han utilizado las 8 variables de rendimiento

utilizadas⁶ en el capítulo 5. Así, a partir de ellas se ha construido un indicador global de éxito⁷, calculado como la media de las puntuaciones que las empresas encuestadas han dado a estas variables. A continuación, se ha dividido la muestra en dos subgrupos, por un lado, las pymes con indicador global de éxito inferior a 3 (empresas con una posición peor que sus competidores) y, en segundo lugar, aquellas con indicador global de éxito mayor que 3 (con una posición mejor que sus competidores).

Así, los datos obtenidos muestran que, en promedio, las pymes que tienen una posición competitiva mejor que sus competidores se caracterizan por (cuadros 8.1 a 8.8):

- Tener una mayor presencia en Internet, y redes sociales.
- Estar más introducidas en el comercio electrónico.
- Utilizar en mayor medida programas CRM para la gestión de clientes y aplicaciones ERP para gestión de las operaciones.
- Disponer de estrategias de digitalización con un enfoque más claro a aumentar la innovación en todos sus ámbitos y a disminuir costes.

⁶ Variables medidas en una escala de Likert de 1 a 5: (1) Ofrece productos de mayor calidad; (2) dispone de procesos internos más eficientes; (3) cuenta con clientes más satisfechos; (4) se adapta antes a los cambios en el mercado; (5) está creciendo más; (6) es más rentable, (7) tiene empleados más satisfechos y motivados; y (8) tiene menor absentismo laboral.

⁷ Este indicador se basa en la propuesta realizada por Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management Science*, 29 (3), 363-377.

- Tener una mayor orientación hacia políticas de RS.
 - Haber mejorado en los últimos años su imagen y reputación externa.
 - Mayor preocupación por la flexibilidad laboral y la satisfacción y motivación de los empleados.
 - Desarrollar, más habitualmente, evaluaciones del clima laboral.
 - Ser más proclives a elaborar y publicar memorias de RS.
-
- Ser más innovadoras en todos los ámbitos (productos, servicios, procesos y gestión).
 - Realizar más inversiones en nuevos bienes de equipo.
 - Llevar a cabo más mejoras en los procesos de compras y aprovisionamiento y las áreas de ventas y comercialización.
 - Implementar más cambios y mejoras en dirección y gestión.
-
- Desarrollar en mayor medida programas de formación continua.
 - Implantar sistemas de selección en base a requisitos del puesto.
 - Dar mayor importancia a la inversión en formación.
 - Promover en mayor medida, sistemas de evaluación del desempeño.

Cuadro 8.1. Uso de tecnologías y procesos en función de su posición competitiva

		Peor que competidores	Mejor que competidores
Página web propia	NO	14,8%	12,5%
	SI	85,2%	87,5%
Plataforma e-commerce (venta /comercio electrónico)	NO	83,2%	77,1%
	SI	16,8%	22,9%
Presencia activa en redes sociales	NO	68,4%	46,9%
	SI	31,6%	53,1%
Programas CRM para la gestión de clientes	NO	71,0%	59,4%
	SI	29,0%	40,6%
Aplicaciones ERP para la gestión integral de la producción	NO	74,8%	65,6%
	SI	25,2%	34,4%

Cuadro 8.2. Estrategias de digitalización en función de su posición competitiva

	Peor que competidores	Mejor que competidores
Mejorar la experiencia del cliente	3,28	3,70
Disminuir costes	3,26	3,86
Aumentar la innovación en productos, procesos productivos o comerciales	3,42	3,79
Aumentar la innovación en procesos de dirección y gestión de empresa	3,50	3,90

Escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Cuadro 8.3. Políticas de RS en función de su posición competitiva

	Peor que competidores	Mejor que competidores
Es ampliamente conocida por parte de la dirección y aplicada en la gestión empresarial	3,43	4,00
Supone alcanzar el valor social a la vez que el valor económico	3,54	4,05
La empresa realiza su actividad consumiendo menos energía y otros recursos	3,51	4,02
Existen medidas de reciclaje efectivas	3,70	4,19
Ha mejorado en los últimos 3 años la imagen y reputación externa de la empresa	3,75	4,36
Se ha mejorado la transparencia frente clientes y proveedores en los últimos años	3,78	4,25
La empresa da prioridad a trabajar con proveedores y materias primas locales	3,87	4,22
<i>Escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo</i>		

Cuadro 8.4. Gestión de empleados y RS en función de su posición competitiva

	Peor que competidores	Mejor que competidores
Ha mejorado el nivel de satisfacción/motivación de los empleados en los últimos años	3,46	4,02
Existe flexibilidad laboral (horarios flexibles)	3,34	3,78
Una parte importante de la plantilla tiene contratos estables/indefinidos	4,51	4,61
<i>Escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo</i>		

Cuadro 8.5. Acciones globales de RS en función de su posición competitiva

		Peor que competidores	Mejor que competidores
Existe un código de conducta a disposición de todos los empleados	NO	52,9%	51,0%
	SI	47,1%	49,0%
Publica memorias de sostenibilidad	NO	89,0%	83,3%
	SI	11,0%	16,7%
Lleva a cabo una evaluación del clima laboral	NO	74,7%	70,8%
	SI	25,3%	29,2%

Cuadro 8.6. Perfil innovador en función de su posición competitiva

		Peor que competidores	Mejor que competidores
Cambios/mejoras en productos/servicios	NO	31,0%	17,7%
	SI	69,0%	82,3%
Comercialización de nuevos productos/servicios	NO	41,3%	29,2%
	SI	58,7%	70,8%
Cambios/mejoras los procesos de producción	NO	41,9%	24,0%
	SI	58,1%	76,0%
Adquisición de nuevos bienes de equipo	NO	35,5%	17,7%
	SI	64,5%	82,3%
Cambios o mejoras en dirección y gestión	NO	40,0%	22,9%
	SI	60,0%	77,1%
Cambios o mejoras en compras y aprovisionamientos	NO	42,6%	27,1%
	SI	57,4%	72,9%
Cambios o mejoras en el área comercial y de ventas	NO	44,5%	26,0%
	SI	55,5%	74,0%

Cuadro 8.7. Gestión de recursos humanos en función de su posición competitiva

	Peor que competidores	Mejor que competidores
Evaluación del desempeño	2,91	3,22
Retribución equitativa	3,34	3,63
Incentivos basados en resultados	2,99	3,22
Desarrollo de la carrera profesional	3,39	3,78
Participación en toma de decisiones	3,36	3,48
Selección según requisitos del puesto	3,6	4,11
Inversión en formación	3,56	4,08
Programas de formación continua	3,60	4,19

Escala de 1 = Baja implantación a 5 = Alta implantación

Cuadro 8.8. Evolución condiciones de financiación en función de posición competitiva

	Peor que competidores	Mejor que competidores
Volumen de la financiación ofrecida	2,86	2,94
Los gastos y comisiones exigidos	2,75	2,81
Garantías y avales necesarios	2,8	2,83
El coste de la financiación	2,77	2,94
El tiempo de resolución de la solicitud	2,91	3,02
El vencimiento de la financiación	2,85	2,95

Escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

CAPITULO 9. VALORACIÓN FINAL

Este primer Informe de la pyme de la Comunidad Valenciana nos ha permitido conocer y analizar la situación de las pequeñas y medianas empresas en la Comunidad en diversos ámbitos de interés, relativos a clima empresarial, digitalización, responsabilidad social, innovación, financiación, rendimiento y recursos humanos.

A modo de síntesis, en lo relativo a las **características generales** de las pymes, cabe citar que su antigüedad promedio es de unos 31 años, y que su dirección general tiene una experiencia media de algo más de 18 años en el cargo, la mayoría hombres (85,8%) y con formación universitaria en el 50% de los casos. La mayoría de las pymes son empresas familiares (72,5%) y sólo el 8,2% está dirigida por profesionales ajenos a la familia propietaria.

El saldo de **expectativas sobre el empleo** de 2018 en las pymes alcanza los 19,5 puntos, resultado de la diferencia entre los optimistas que consideran que el empleo aumentará (el 23,1% del total) y los pesimistas que piensan que disminuirá (el 3,6%). Este saldo, junto con la estabilidad prevista por la mayoría (un 73,3%), supone una firme confianza en que el empleo sigue la senda de la recuperación.

Las **expectativas sobre las ventas** son mejor valoradas que las relativas al empleo. El saldo de expectativas en las ventas se mantiene tanto en 2018 y 2019 en un nivel que oscila entre 38 y 39 puntos, estando las opiniones pesimistas entre un 3,6% y un 4% del total. Este resultado confirma la confianza mayoritaria en una evolución positiva del mercado.

En relación al **clima empresarial** percibido, la calificación media es de 6,7 sobre 10, lo que evidencia una percepción del entorno moderadamente positiva.

Sobre los resultados relativos al proceso de **digitalización** desarrollado por las pymes de la Comunidad Valenciana, destaca que la inmensa mayoría de ellas disponen de página web propia (86,1%), y el 40% mantiene presencia activa en redes sociales, mientras que tan sólo el 19,1% cuenta con una plataforma de *e-commerce*. Por su parte, disponer de programas CRM para la gestión de clientes o de aplicaciones ERP, se encuentran en un término medio con porcentajes que rondan el 30% aproximadamente.

En cuanto a la relación entre la digitalización y la estrategia de la empresa, las pymes de la Comunidad destacan el fomento de la innovación en procesos de dirección y gestión, así como su repercusión en productos y procesos operacionales y/o comerciales.

Otra de las áreas abordadas en el informe hace referencia a la **Responsabilidad Social Corporativa** y su implantación en la pyme. A este respecto, destaca el interés por contribuir a una mayor reputación externa de la empresa, y a facilitar la colaboración con proveedores, el uso de materias primas locales, la reducción del consumo de energía y el reciclaje, todos ellos con una puntuación cercana a 4 puntos en una escala de acuerdo 1-5.

Entre las diferentes acciones relativas a la RS en la empresa, merece especial atención el dato de que menos de la mitad de las pymes encuestadas posee un código de conducta para los empleados, un 25% lleva a cabo una evaluación del clima laboral y aproximadamente un 13% publica memorias de sostenibilidad, si bien reconocen éste como un aspecto de especial relevancia.

En lo que respecta a la **actividad innovadora**, las cuestiones planteadas sobre innovación aplicada a productos y servicios evidencia que el 74,1% han realizado cambios o mejoras en estos y el 63,3% ha comercializado un nuevo producto o servicio en los dos últimos años. En cuanto a la innovación en procesos, el 64,9% ha introducido cambios o mejoras en los procesos de producción y el 71,3% ha adquirido nuevos bienes de

equipo. La innovación en gestión está, en general, a niveles similares de los índices anteriores, pues el 66,5% ha realizado cambios en la organización, el 63,3% en la sección de compras y el 62,5% en el departamento de ventas.

En cuanto al grado de importancia de la innovación, destacan las altas puntuaciones otorgadas por las pymes, todas por encima de 4 en una escala 1-5, a los tres tipos de innovación analizados. Ligeramente por encima del resto se sitúan la adquisición de nuevos bienes de equipo, que son por término medio el tipo de innovación que más importancia tiene en la empresa (4,26 en una escala 1-5).

Otro aspecto relevante en el estudio, es el análisis de la **financiación**. La información obtenida evidencia que el 37% de las pymes han solicitado financiación a entidades de crédito, mientras que el 63% afirma no haberlo hecho, bien porque dice no necesitarlo (29,5%) o porque se autofinancia o se financia por otros medios (32,7%). El 0,8% declara que no ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito pese a necesitarlo, porque creen que no la conseguiría.

De las empresas que la solicitaron, el 62,3% obtuvieron financiación en condiciones algo mejores que en años anteriores. Sin embargo, si consideramos la opinión de todas las empresas, no sólo las que obtuvieron financiación, la valoración general es que las condiciones financieras de acceso y trámites no han ido a mejor.

Los aspectos más favorables relacionados con el **rendimiento** de la pyme han sido el menor absentismo laboral (4,17 en una escala de 1 a 5), la mayor satisfacción de los clientes (4,15) y la adaptación a los cambios en el mercado (4,06). Sin embargo, la repercusión de estos aspectos en los resultados parece haber sido limitada, ya que aspectos como la adecuada rentabilidad (3,89), y la eficiencia de los procesos internos (3,90), obtienen valoraciones algo menores.

En lo que respecta a las políticas y prácticas de **recursos humanos**, los procesos con un mayor grado de desarrollo e implantación son los relacionados con el desarrollo de programas de formación continua (3,82), los procesos de selección atendiendo a los requerimientos del puesto (3,80), y la inversión en formación (3,76). Por el contrario, los menos utilizados son los sistemas de retribución variable en base a resultados (3,08) y la evaluación del desempeño (3,03), procesos éstos últimos que requieren un mayor grado de complejidad.

Las conclusiones que se derivan del análisis de los **factores de éxito**, evidencian la importancia de incrementar la presencia de las empresas en Internet y en redes sociales; de potenciar el uso del comercio electrónico y la digitalización de la empresa; de desarrollar políticas de RS corporativa; fomentar las áreas de innovación, tanto en producto y servicio como en proceso y gestión; mejorar la formación continua y la motivación de las plantillas; y facilitar unas condiciones de financiación que permitan abordar el desarrollo de todos estos factores.

Estructura de la muestra

El estudio realizado se ha desarrollado a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 1.136 pymes españolas y a 251 pymes de la Comunidad Valenciana. Su tamaño oscila entre 6 y 249 trabajadores pertenecientes a la industria manufacturera, construcción, comercio y servicios (excluye los financieros, educativos, sanitarios y de administración pública). La técnica de recogida de información utilizada fue la encuesta telefónica, realizándose el trabajo de campo entre los meses de febrero y abril de 2018.

De acuerdo con la práctica habitual en este tipo de trabajos, se ha utilizado como criterio para determinar el tamaño muestral, el control sobre el error máximo en la estimación de la proporción (p) correspondiente a una variable dicotómica (estimación de la proporción poblacional correspondiente a la respuesta de una cuestión del tipo si/no utilizando la frecuencia relativa muestral). Este procedimiento no subjetivo y comparable se considera idóneo para la adecuación de la muestra a los objetivos de la investigación.

El criterio inicial para determinar el tamaño de la muestra quedó establecido de forma que el error máximo (supuesto de mayor incertidumbre $p=q= 0,5$) en la estimación de una proporción para el conjunto de la población fuese inferior a 3 puntos porcentuales con un nivel de confianza del 95%.

El cuestionario se ha estructurado en 4 bloques. En el primero se pregunta a los encuestados sobre rasgos generales de sus empresas, estructura básica de la dirección, expectativas de crecimiento de empleo y ventas, percepción del clima empresarial o estrategia competitiva, entre otras variables de caracterización genérica. En la segunda parte se introducen diversas cuestiones relativas a la digitalización de la empresa y utilización de tecnologías de información y comunicación en sus procesos de gestión y producción. El bloque tercero se dedica a la responsabilidad social, incluyendo, entre otros, aspectos de conciliación de la vida laboral y familiar, de sostenibilidad o de ética social. Se finaliza con un bloque cuarto en el que se pregunta sobre las innovaciones realizadas que afecten a productos, servicios, procesos y sistemas de gestión. También se abordan otras tres facetas muy importantes de la actividad de las pymes relacionadas, por un lado, con las políticas de financiación y de gestión de recursos humanos y, por otro, con los niveles de rendimiento empresarial alcanzados.

Índice de Figuras

Figura 2.1. Antigüedad de la empresa y del director general en el cargo.....	13
Figura 2.2. Control mayoritario de la empresa (más del 50% del capital)	14
Figura 2.3. Relación de la dirección general con la familia propietaria	15
Figura 2.4. Género de la persona que ocupa la dirección general	15
Figura 2.5. Número de puestos directivos.....	16
Figura 2.6. Nivel de formación académica de la dirección general	17
Figura 2.7. Nivel de estudios de la plantilla 2017.....	17
Figura 3.1. Promedio de trabajadores de la empresa en 2016 y 2017, y tendencia 2018.....	21
Figura 3.2. Tendencia en ventas 2018	23
Figura 3.3. Tendencia en ventas 2019	23
Figura 3.4. Presencia internacional y porcentaje de ventas en el exterior.....	25
Figura 3.5. Expectativas de ventas en mercados internacionales 2018.....	26
Figura 3.6. Valoración del clima empresarial.....	28
Figura 4.1. Uso de TICs	32
Figura 4.2. Procesos digitales.....	34

Figura 4.3. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones	36
Figura 4.4. Enfoque de la estrategia de digitalización	38
Figura 5.1. Responsabilidad social corporativa	43
Figura 5.2. Relación con los trabajadores	46
Figura 5.3. Acciones de RS	48
Figura 6.1. Cambio o mejora en productos, procesos o sistemas de gestión en los últimos dos años y grado de importancia de estos cambios	53
Figura 6.2. Acceso a financiación de entidades de crédito en el último año....	56
Figura 6.3. Evolución de las condiciones de financiación vía entidades de crédito	59
Figura 6.4. Desempeño de la empresa en relación con sus competidores	62
Figura 7.1. Políticas y procesos de gestión de recursos humanos	67

Índice de Cuadros

Cuadro 2.1 Actividades económicas incluidas en cada sector	12
Cuadro 2.2 Distribución de pymes en el estudio (sector y tamaño).....	12
Cuadro 3.1. Tendencia de empleo para 2018 según tamaño de empres.....	21
Cuadro 3.2. Tendencia ventas 2018 C. Valenciana según tamaño de empresa.....	24
Cuadro 3.3. Tendencia ventas 2019 C. Valenciana según tamaño de empresa.....	24
Cuadro 3.4. Expectativa venta mercados internacionales por tamaño de empresa.....	27
Cuadro 4.1. Uso de las TIC's según tamaño de empresa	33
Cuadro 4.2. Uso de los procesos digitales según tamaño de empresa	35
Cuadro 4.3. Contexto de la digitalización según tamaño de empresa.....	37
Cuadro 4.4. Enfoque estrategia de digitalización por tamaño de empresa.....	39
Cuadro 5.1. Enfoque de la RS según tamaño de empresa.....	44
Cuadro 5.2. Relación con los trabajadores según tamaño de empresa	47

Cuadro 5.3. Acciones de RS realizadas por tamaño de empresa.....	49
Cuadro 6.1. Cambio o mejora en productos/procesos en los últimos 2 años.....	54
Cuadro 6.2. Solicitud y acceso a financiación por tamaño de empresa.....	58
Cuadro 6.3. Evolución de la financiación por tamaño de empresa.....	60
Cuadro 6.4. Desempeño en relación con competidores por tamaño empresa.....	63
Cuadro 7.1. Políticas y prácticas de RR.HH por tamaño de empresa.....	68
Cuadro 8.1. Uso tecnologías y procesos en función de posición competitiva.....	72
Cuadro 8.2. Estrategias de digitalización en función de posición competitiva.....	72
Cuadro 8.3. Políticas de RS en función de su posición competitiva.....	73
Cuadro 8.4. Gestión de empleados y RS en función de posición competitiva.....	73
Cuadro 8.5. Acciones globales de RS en función de su posición competitiva.....	74
Cuadro 8.6. Perfil innovador en función de su posición competitiva.....	74
Cuadro 8.7. Gestión de recursos humanos según posición competitiva.....	75
Cuadro 8.8. Evolución condiciones financiación según posición competitiva.....	75

FAEDPYME ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pyme que facilita a los investigadores compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa aplicados a las pymes. En España la red está compuesta por las universidades de Cantabria, Murcia, Politécnica de Cartagena, Extremadura, Miguel Hernández, Castilla-La Mancha, Sevilla, Granada, Málaga, Salamanca, Complutense de Madrid, y Las Palmas de Gran Canaria.

La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, tanto a nivel nacional como internacional, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la Universidad, la empresa y la Administración, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento.

El Informe de la pyme Comunidad Valenciana 2018, ha sido realizado por el grupo de investigación ProCrea de la Universidad Miguel Hernández de Elche, como grupo de investigación integrante de la Red España de FAEDPYME. Este informe ofrece información sobre las expectativas de las pymes en relación a la evolución del empleo y las ventas para el 2018 y 2019, y sobre cómo consideran el clima empresarial en el que desarrollan su actividad. También ofrece información sobre el grado de digitalización de las pymes, de la importancia que estas empresas dan a la Responsabilidad Social, y se muestran diversos indicadores de innovación, financiación, recursos humanos y rendimiento. Finalmente se analizan factores de éxito de las pymes de la Comunidad Valenciana.



Unión Europea

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
"Una manera de hacer Europa"

