



DIGITALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PYME

INFORME DE LA PYME 2018

En colaboración con



Cátedra Universitaria
U.C.M. - Cofares

• Promoción de la salud y RSC en la empresa

DIGITALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PYME

INFORME DE LA PYME 2018



COMUNIDAD DE MADRID

Primera edición, 2019

Equipo de trabajo:

Ignacio Danvila Del Valle (Dirección)
Miguel Ángel Sastre Castillo (Dirección)

Mercedes Rubio Andrés
María del Mar Ramos González
José Javier Sánchez González

ISBN: 978-84-09-11650-8

En colaboración con



Cátedra Universitaria
U.C.M. - Cofares

• Promoción de la salud y RSC en la empresa



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 780073

< **ISDI** >

ÍNDICE

Introducción	7
Características generales de la muestra	13
Expectativas y entorno empresarial	17
Internacionalización de la PYME	23
Digitalización de la PYME	27
Responsabilidad social	33
Nivel de innovación de la PYME	39
Posicionamiento competitivo	43
Acceso a la financiación bancaria	47
Recursos humanos	53
Anexo. Características de la muestra	57

INFORME DE LA PYME 2018

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

En un sistema dinámico y competitivo de mercado como el actual (crisis económica, globalización de los mercados y rápido cambio tecnológico), la empresa debe cuestionarse su posición y actitud estratégica. La supervivencia y éxito de la empresa dependerá, en gran medida, de su capacidad para dotarse de recursos y capacidades para alcanzar nuevas ventajas competitivas (calidad, tecnología, innovación, capital humano, etc.) y adaptarse al nuevo entorno de incertidumbre económica, todo ello con los objetivos permanentes de crecimiento y diversificación. El conocimiento de los principales factores competitivos puede ayudar a los órganos de decisión a establecer las políticas más adecuadas para favorecer la mejora continua de las empresas. Para fortalecer el entorno empresarial es necesario un profundo conocimiento de las organizaciones y de cuáles son las variables o factores que se convierten en los elementos claves de su éxito competitivo. En la actualidad, la internacionalización, la innovación tecnológica y la orientación emprendedora de la empresa son elementos clave para la competitividad de la Pyme y representan elementos determinantes del crecimiento económico.

El ***Informe de la Pyme*** ofrece información de la estructura productiva de la Comunidad de Madrid y pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales. Su objeto principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas madrileñas para facilitar y apoyar la toma de decisiones. Conocer la problemática de la empresa en sus múltiples aspectos permite, sin duda, facilitar su competitividad. Este ***Informe de la Pyme*** se centra en este año principalmente en el estudio de los ***procesos de digitalización*** y la ***implantación de la responsabilidad social*** en las Pyme. Sobre los procesos de digitalización se analiza el grado de digitalización en las Pyme, considerando: la producción y utilización de datos y tecnologías digitales (TICs); el contexto de la digitalización según la situación de la empresa en comparación con el sector y la disponibilidad de empleados con capacidades adecuadas para soportar la digitalización; y la existencia de una estrategia de digitalización y cuál es su enfoque. Y sobre la responsabilidad social se estudian algunas cuestiones relacionadas con su implantación en las Pyme. En concreto, sobre aspectos generales considerados clave, como son la relación con sus empleados y otras acciones de RS que llevan a cabo con normalidad las Pyme.

Este ***Informe*** corresponde al año 2018 y recoge información sobre:

- Características generales de la empresa
- Expectativas y entorno empresarial
- Procesos de digitalización
- Responsabilidad social

- Nivel de innovación
- Acceso a la financiación bancaria
- Indicadores de rendimiento
- Recursos humanos

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 1136 Pyme españolas y a 261 Pyme madrileñas, dirigidas al gerente de la empresa. En la muestra utilizada no se incluyen empresas de 5 o menos trabajadores. La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica y el trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018. Es importante señalar que no es función del barómetro económico juzgar la situación de un sector en particular, sino ofrecer una visión integral de la empresa, 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 para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios.

INFORME DE LA PYME 2018

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

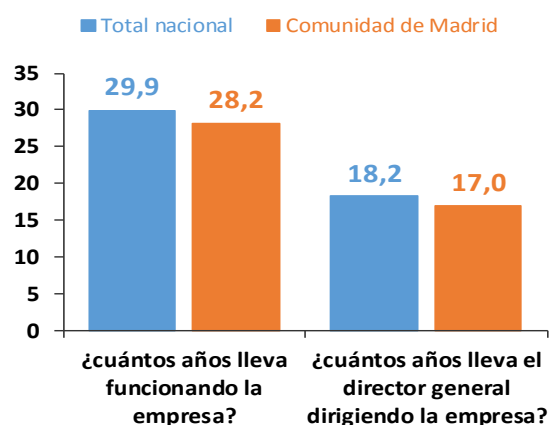


CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

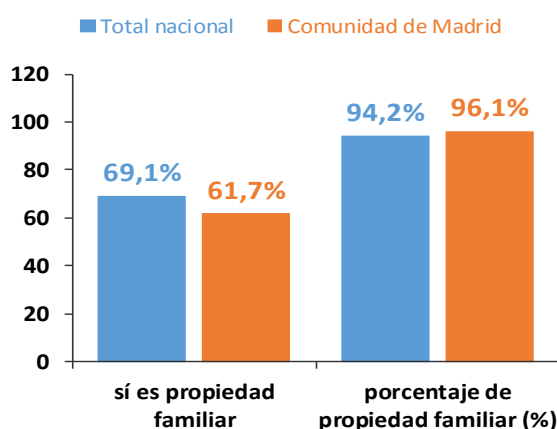
Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- La edad media de las empresas en la Comunidad de Madrid es de 28,2 años (29,9 en España) y disponen de un director general con una experiencia al frente de la empresa de 18,2 años, dato ligeramente superior a la media española.
- El control de la gestión de las empresas en la Comunidad de Madrid es en su mayoría de tipo familiar. El 61,7% de las empresas están regidas en el entorno familiar. Al comparar con la media nacional, se aprecia una menor presencia de empresas familiares en la Comunidad madrileña (69,1% en España). En ambos casos, Madrid y España, el porcentaje de propiedad que está en manos de la familia es muy elevado, en torno al 95%. Al igual que sucede con el director general de la empresa que recae en la mayoría de las ocasiones en algún miembro de la familia propietaria (91,9% en Madrid y 93,6% en España).
- El 16,9 % de las Pyme madrileñas están gestionadas por mujeres, porcentaje algo superior al de España (14,2%).
- El número medio de puestos directivos en las empresas madrileñas es de 2,8 de los que 2,4 son miembros de la familia. Mientras que en la media española sitúa estos valores en 2,9 y 2,6 respectivamente.
- El nivel de formación del director de la Pyme en la Comunidad de Madrid es superior al de España. Por una parte, el 69,7% de las empresas madrileñas están dirigidas por gerentes con estudios universitarios o con estudios de posgrado, frente al 56,3% de las empresas españolas. Y resultados similares surgen cuando analizamos el nivel de estudios de los empleados, siendo superior en Madrid. En la Comunidad de Madrid el 32,7% de los trabajadores posee titulación universitaria frente al 23,8% en España.

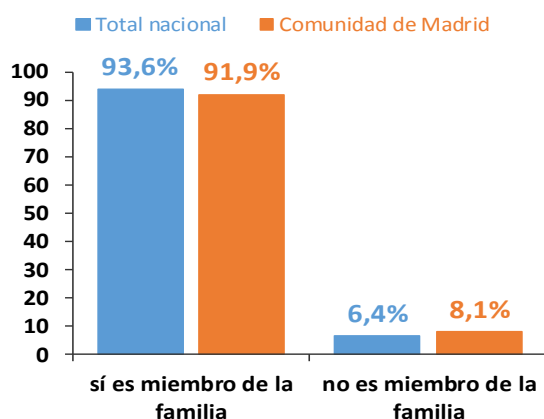
Cuántos años lleva funcionando su empresa, años del director general al frente y edad del director general



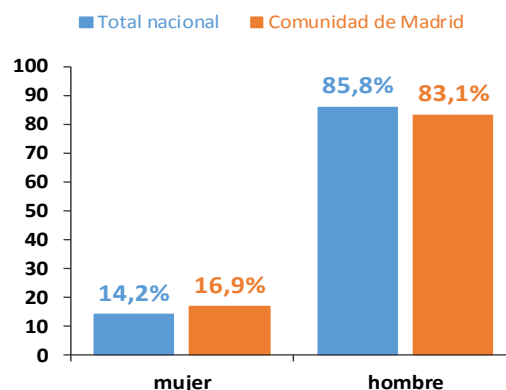
El control mayoritario de su empresa es familiar (Un grupo familiar tiene más del 50% del capital)



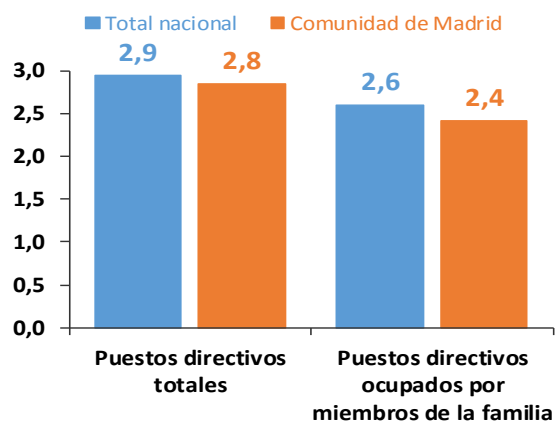
¿El director general / gerente es miembro de la familia propietaria?



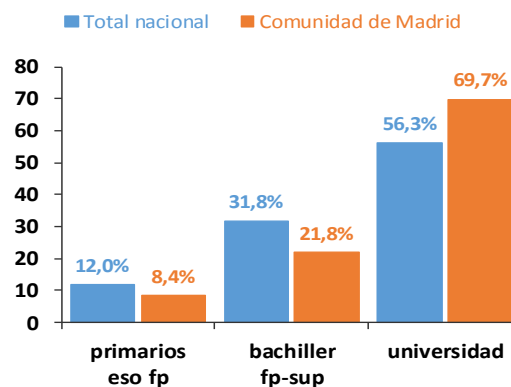
Género del director/a general / gerente



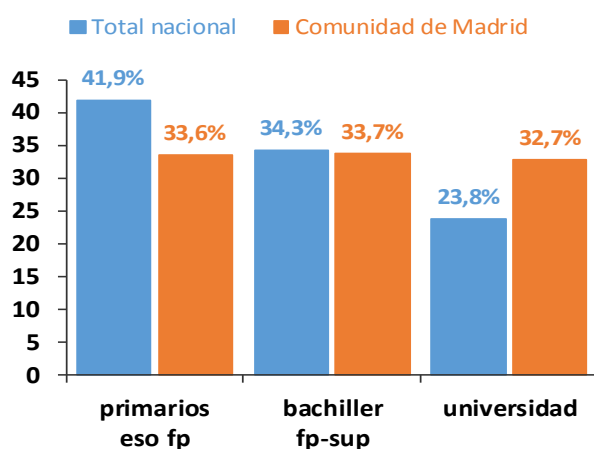
Indíquenos por favor el número de puestos directivos...



¿Cuál es el nivel de formación académica del director/gerente general de su empresa?

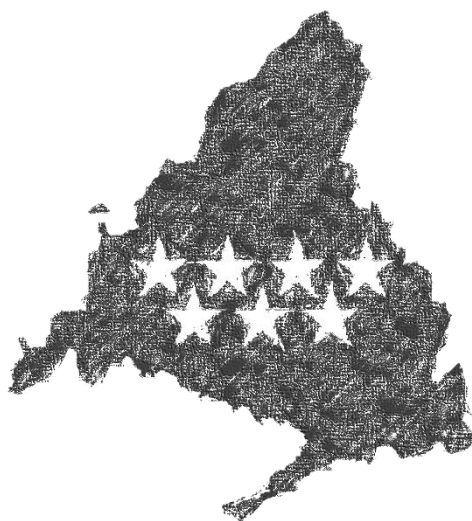


Del total de trabajadores en 2017, aproximadamente cuántos tienen los niveles de estudios que se indican?



INFORME DE LA PYME 2018

EXPECTATIVAS Y ENTORNO EMPRESARIAL



EXPECTATIVAS Y ENTORNO EMPRESARIAL

Las expectativas de las Pyme respecto al crecimiento de su negocio son evaluadas mediante el análisis de la evolución prevista para empleo y ventas. Para el empleo, disponemos del número de empleados medios que declaran haber tenido en 2016 y 2017 y de la opinión o expectativas sobre cómo evolucionará ese empleo al finalizar 2018 (si estima que disminuirá, se mantendrá estable o aumentará). Para las ventas, se solicita la opinión sobre su tendencia en 2018 y 2019. También se establecen tres niveles: pesimista (disminuirán las ventas), neutral (se mantendrán las ventas) y optimista (el volumen de ventas crecerá). Para evaluar esas expectativas suele ser habitual acudir a lo que se denomina 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 nos dan una idea del consenso alcanzado por los encuestados.

Respecto al número empleados, las Pyme encuestadas en la Comunidad madrileña, presentan en 2017 un tamaño medio de 34,2 trabajadores, ligeramente inferior al año 2016, con un tamaño medio de trabajadores de 34,7%. Para el conjunto nacional, las Pyme analizadas tuvieron un tamaño medio en 2017 de 26,2 empleados con una tasa anual de variación del 1,16%. La diferencia en los tamaños medios no es significativa y se justifica por el marco poblacional seleccionado, en el que solo encuestamos a Pyme de seis o más trabajadores. Si considerásemos las microempresas, el tamaño empresarial de la Comunidad madrileña se posicionaría por debajo del nacional. En consecuencia, y más allá de las cifras concretas que se hayan sometidas el error muestral correspondiente, se detecta que el mantenimiento del empleo para las Pyme regionales durante el ejercicio de 2017 ha sido más alto que la media española.

Si consideramos las expectativas sobre las contrataciones para el conjunto del año 2018 observamos que el saldo de expectativas en la Comunidad de Madrid es de 19,9 puntos positivos (con una mayoría del 70,9% de las Pyme que se decanta por la estabilidad del empleo). Para España en su conjunto, las Pyme presentan un saldo de expectativas de 17,2 puntos, con un porcentaje de estabilidad del 74,4%. Así, podemos deducir que las expectativas para el empleo de las Pyme en 2018, tanto en la Comunidad de Madrid como en España, presentan un gran consenso de “mantenimiento con tendencia al crecimiento”. No obstante, las expectativas son algo más optimistas a escala nacional que a escala regional.

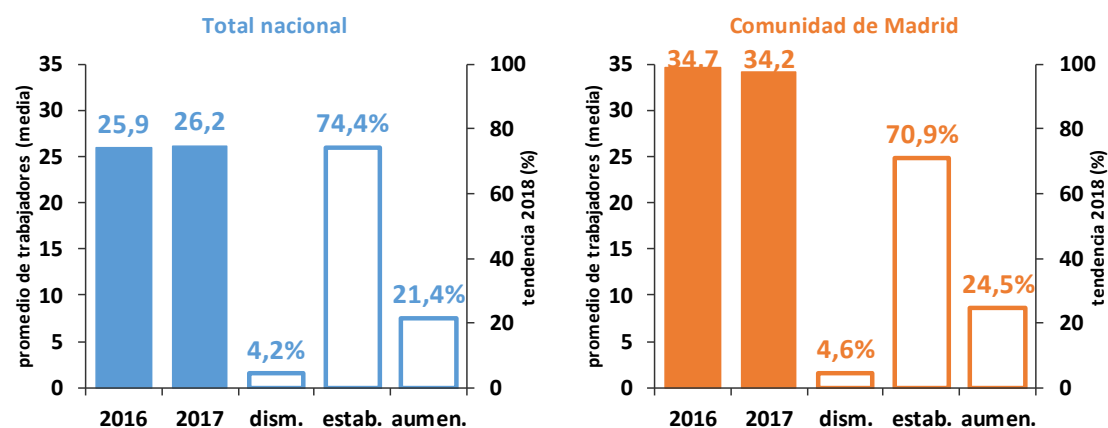
Si ahora consideramos la opinión de las Pyme respecto al crecimiento de sus ventas, observamos que la distribución de las expectativas para los ejercicios de 2018 y 2019 presentan temporalmente cambios significativos en la Comunidad de Madrid ni en España. Además, las expectativas regionales y nacionales son muy similares entre sí. Para España, en 2018 el saldo de expectativas alcanza los 38,6 puntos, inferior

notablemente si lo comparamos con el saldo regional que se sitúa en 49,9 puntos. La opción mayoritaria a nivel nacional es la estabilidad de las ventas con un 55% de las Pyme en España y el 43,3% en la Comunidad de Madrid, siendo las más importantes las expectativas de crecimiento en la región (53,3%) frente a las expectativas de crecimiento a nivel nacional (41,8%). Para 2019, se mantienen las tendencias, si bien se reducen mínimamente. El saldo de expectativas de ventas para 2019 se sitúa a escala nacional en 38,1 puntos y en 46,7 puntos en el caso de la Comunidad de Madrid. En este caso, se reduce la distancia de las Pyme que optan por la estabilidad, siendo el 56,3% en España y el 47,1% en la Comunidad de Madrid.

Así pues, las expectativas de empleo y ventas son positivas tanto en la Comunidad de Madrid como en España, aunque la opinión mayoritaria es la de estabilización. Si comparamos la distribución de opiniones de la Pyme regional y nacional observaremos que son muy semejantes, tanto para las ventas como para el empleo, en donde, no obstante, parece apreciarse una ligera ventaja del crecimiento nacional. En cualquier caso, las expectativas de crecimiento en ventas son menos intensas para el 2019 tanto a nivel regional como nacional.

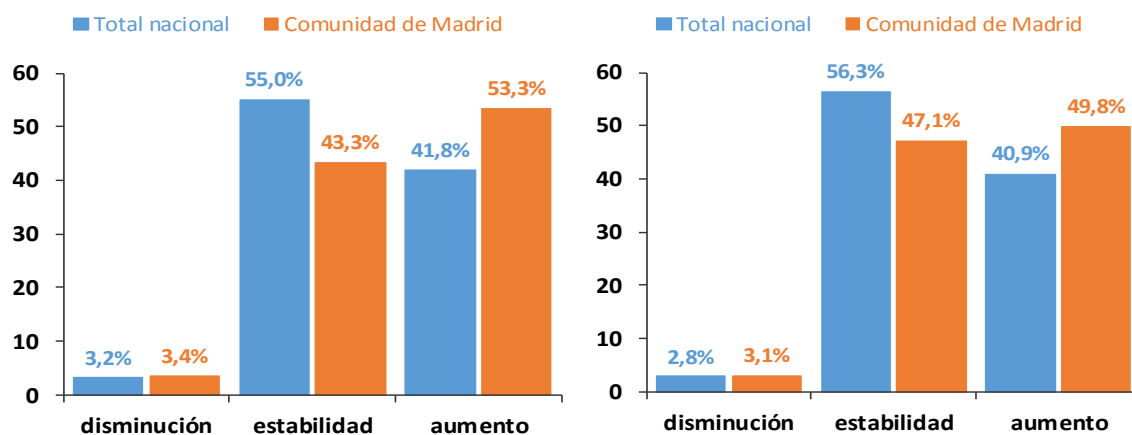
Por lo que se refiere a la valoración del entorno empresarial o clima empresarial, esto es, la percepción sobre la confianza y expectativas globales en el entorno económico en el que se desarrolla la actividad de la empresa, no encontramos diferencias significativas entre España y la Comunidad de Madrid. Así, sobre una puntuación máxima de 10, los gerentes de las Pyme a escala nacional valoran el clima con una nota media de 6,5 y de 6,49 cuando nos restringimos a la Comunidad madrileña. Este resultado puede ser interpretado como positivo pues la experiencia dicta que es difícil otorgar altas puntuaciones en esta pregunta. El 76,6 % de los gerentes en Madrid tiene una opinión positiva del entorno (6 o más puntos) frente al 78% en el conjunto español. La opinión es negativa (4 o menos puntos) en el 5,7 % de las Pymes regionales y en el 5% de las nacionales.

Promedio de trabajadores de su empresa en los años 2016 y 2017, así como tendencia para 2018

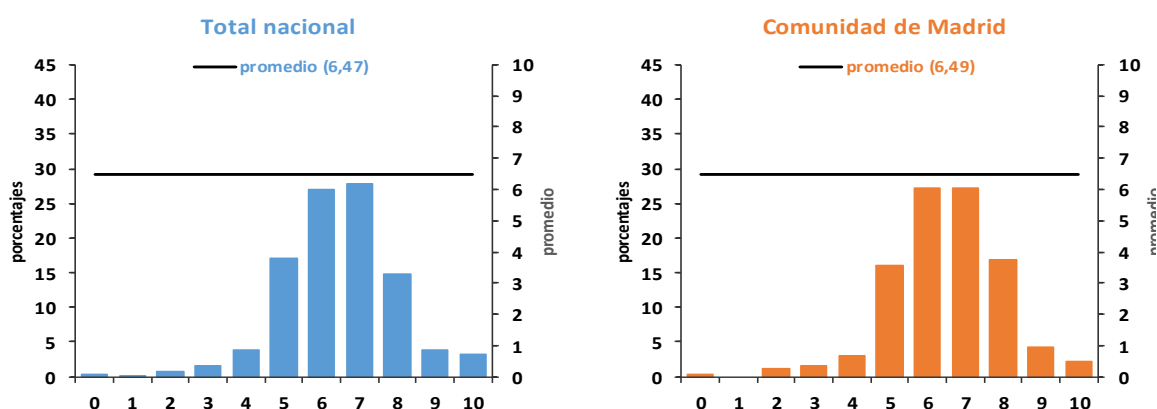


Tendencia de las ventas de su empresa para 2018

Tendencia de las ventas de su empresa para 2019



Valoración del clima empresarial



INFORME DE LA PYME 2018

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

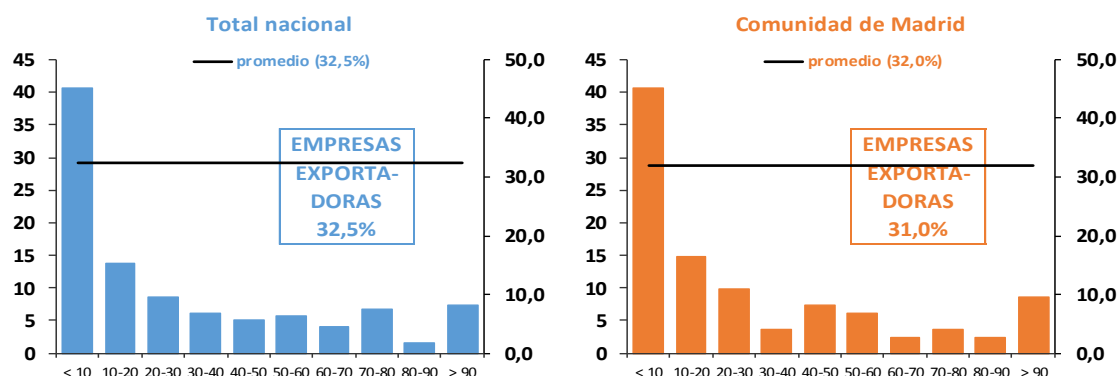


INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

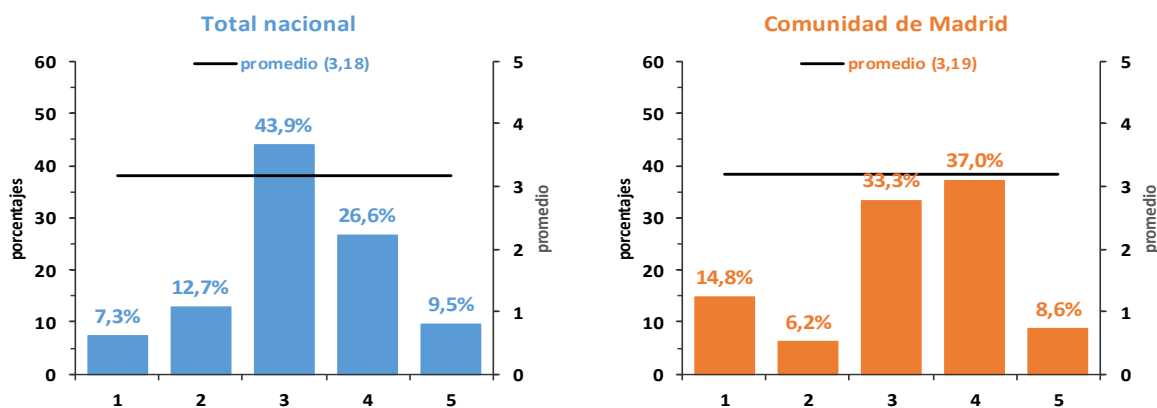
El 31,0 % de las empresas madrileñas encuestadas declaran estar internacionalizadas, porcentaje ligeramente inferior al de la muestra nacional (32,5%). La intensidad exportadora es levemente inferior a nivel regional que a nivel Nacional. Así podemos apreciar como en la Comunidad de Madrid el 23,5% de las empresas han facturado más del 50% al exterior. Este porcentaje sube al 25,5% en España. La intensidad promedio de las empresas que exportan es del 34,8% en la Comunidad de Madrid frente al 32,5% en España.

A las empresas exportadoras se les preguntó por cuáles eran sus expectativas de ventas en los mercados internacionales. En una escala de 1 a 5 (donde 1: gran disminución a 5 gran aumento) podemos apreciar cómo las empresas madrileñas presentan prácticamente las mismas expectativas (3,19) que las de la media nacional (3,18).

Empresas exportadoras y porcentaje de las mismas según tramos de porcentaje de ventas



¿Cuáles son las expectativas de ventas en mercados internacionales en 2018? 1 Gran Disminución - 5 Gran Aumento



INFORME DE LA PYME 2018

DIGITALIZACIÓN DE LA PYME



DIGITALIZACIÓN DE LA PYME

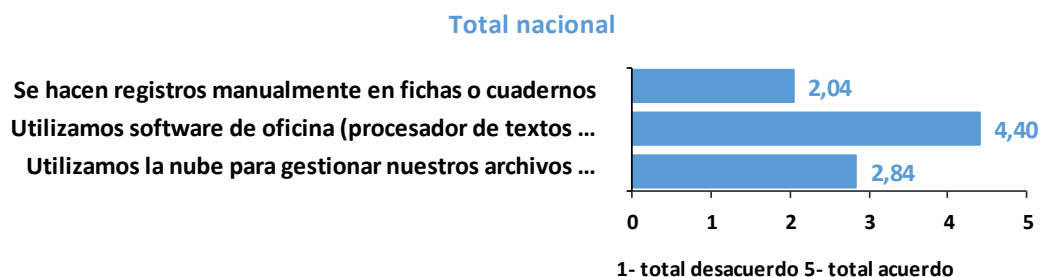
La estrategia de digitalización empresarial tiene cada vez más importancia para la competitividad de las Pyme considerando el contexto actual caracterizado por la intensa automatización e incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación (TICs) a la empresa. La digitalización supone apoyar en datos los procesos de decisión en la empresa, lo que requiere de las inversiones necesarias para producir directa o indirectamente esos datos, así como su almacenamiento, tratamiento y análisis por personal especializado. Las empresas que se convierten en empresas digitales lo hacen, por tanto, incorporando una serie de tecnologías habilitadores de la transformación tecnológica.

Para conocer en qué medida las Pyme de la Comunidad de Madrid están incorporando, en comparación con la media nacional, los procesos y tecnologías digitales se analiza, en primer lugar, en qué medida se utilizan de procesos y tecnologías digitales; a continuación, se examina el contexto de la digitalización según la situación de la empresa en comparación con el sector y la disponibilidad de empleados con capacidades adecuadas para soportar la digitalización. Finalmente, nos fijamos en la existencia de una estrategia de digitalización y cuál es su enfoque.

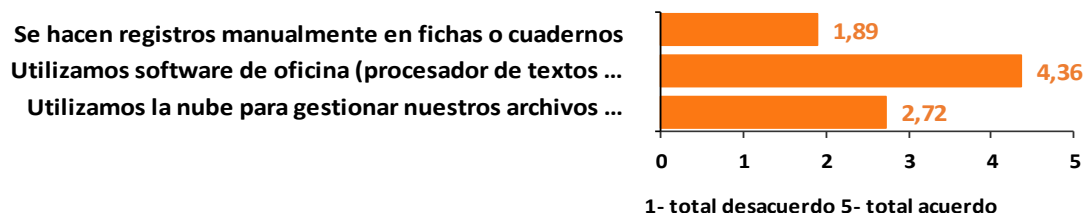
Utilización de TICs y de procesos digitales

Las Pyme de la Comunidad de Madrid se caracterizan por utilizar de forma generalizada el software de oficina (procesador de textos y hojas de cálculo) (4,36, en una escala 1-5), incluso ligeramente por debajo de la utilización media a nivel nacional (4,40). Sin embargo, el uso de la nube para gestionar archivos es todavía limitado en la Comunidad de Madrid (2,72), en la línea de las cifras medias que muestran las empresas españolas (2,84). Por último, es sorprendente la utilización todavía de registros manuales mediante fichas o cuadernos por parte de las Pyme madrileñas (1,89), si bien dicho uso se da en menor grado que en el conjunto de las Pyme españolas (2,04).

Sobre la utilización de las TICs en su empresa, indique si, habitualmente ...



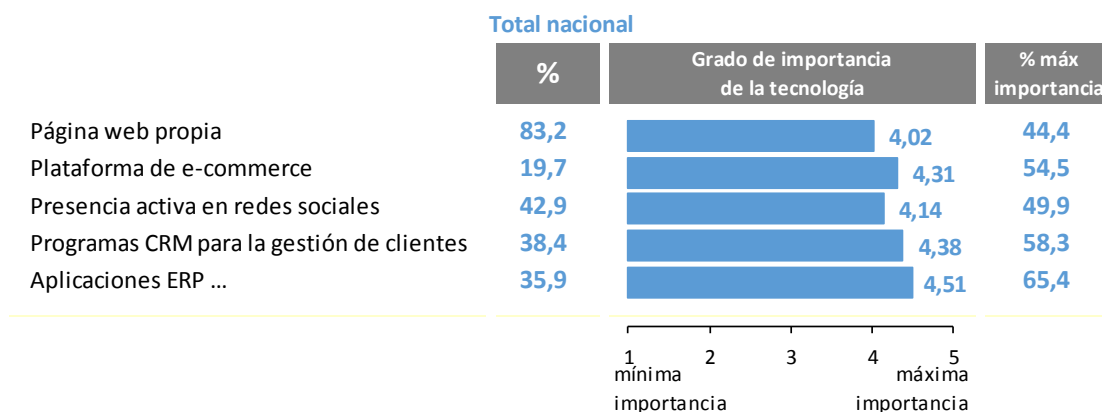
Comunidad de Madrid

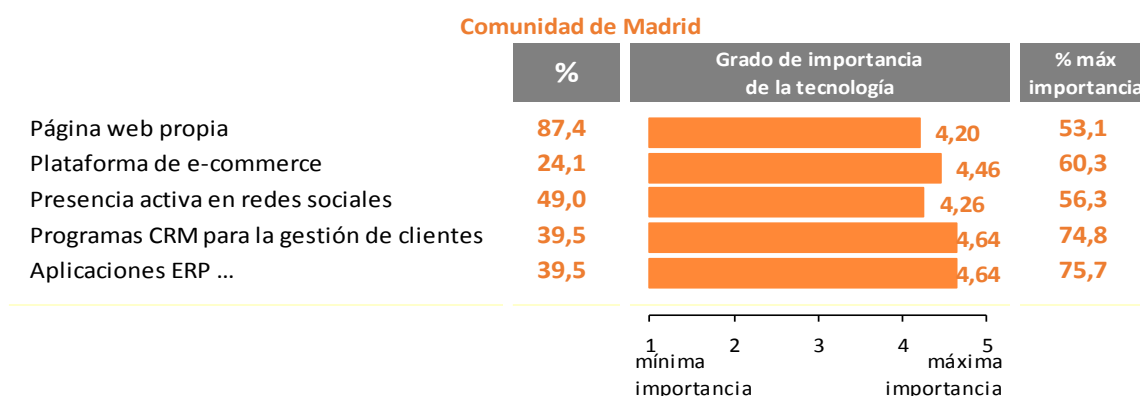


Con respecto a la utilización de procesos digitales específicos, las Pyme de la Comunidad de Madrid muestran un elevado porcentaje de empresas que disponen de página web propia (87,4%), superando el nivel alcanzado a nivel nacional (83,2%), una moderada presencia activa en redes sociales (49,0%), y un uso medio de programas CRM para la gestión de clientes (39,5%) y aplicaciones ERP (39,5%), estos resultados superan los niveles alcanzados a escala nacional. Por otra parte, las Pyme madrileñas poseen una baja utilización de plataformas de e-commerce (24,1 %), si bien el grado de utilización es también superior al de la media nacional (19,7%).

Además del nivel de uso, las empresas madrileñas se muestran muy concienciadas con la importancia del proceso de digitalización, en una línea similar a lo mostrado por el conjunto de las Pyme españolas. En general, 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 muy elevados, todos ellos con valoraciones superiores a 4 puntos. En este sentido, llama la atención que son los programas CRP y aplicaciones ERP las tecnologías digitales a las que más importancia otorgan las Pyme de la Comunidad de Madrid, con valores en ambos casos de 4,64 puntos, así como las plataformas de e-commerce con 4,46 puntos, en consonancia con la media nacional.

Indique si su empresa utiliza las siguientes tecnologías o procesos y, en caso afirmativo, indique su grado de importancia



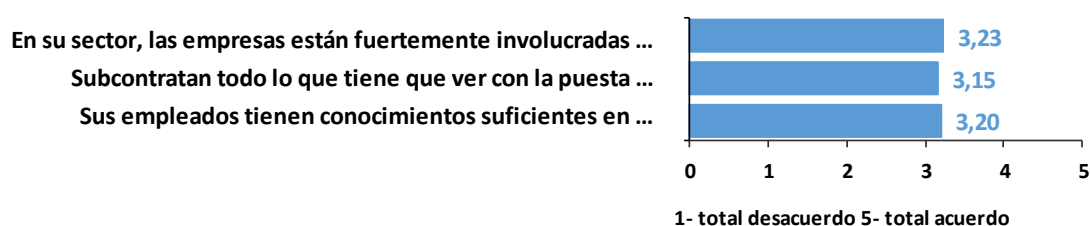


Contexto de la digitalización

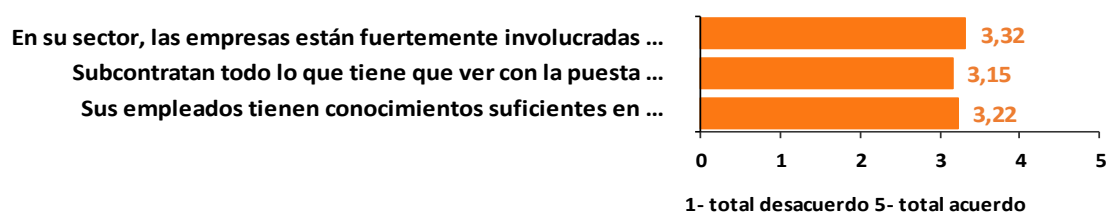
En referencia al contexto en el que desarrollan la digitalización, las Pyme de la Comunidad de Madrid, valoran en términos medios (alrededor de 3 puntos en una escala 1-5), de forma muy similar a la valoración dada por el conjunto de la Pyme en España, los tres siguientes aspectos: la existencia de un elevado compromiso por parte de las empresas del sector con las innovaciones digitales (3,32); la disponibilidad de empleados con conocimientos suficientes en materia de digitalización (3,22); y la utilización de la subcontratación para la puesta en marcha de la digitalización (3,15). Estos valores tan intermedios pueden estar indicando cierta incertidumbre empresarial en relación con dicho contexto debido a la novedad del proceso de digitalización.

Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones

Total nacional



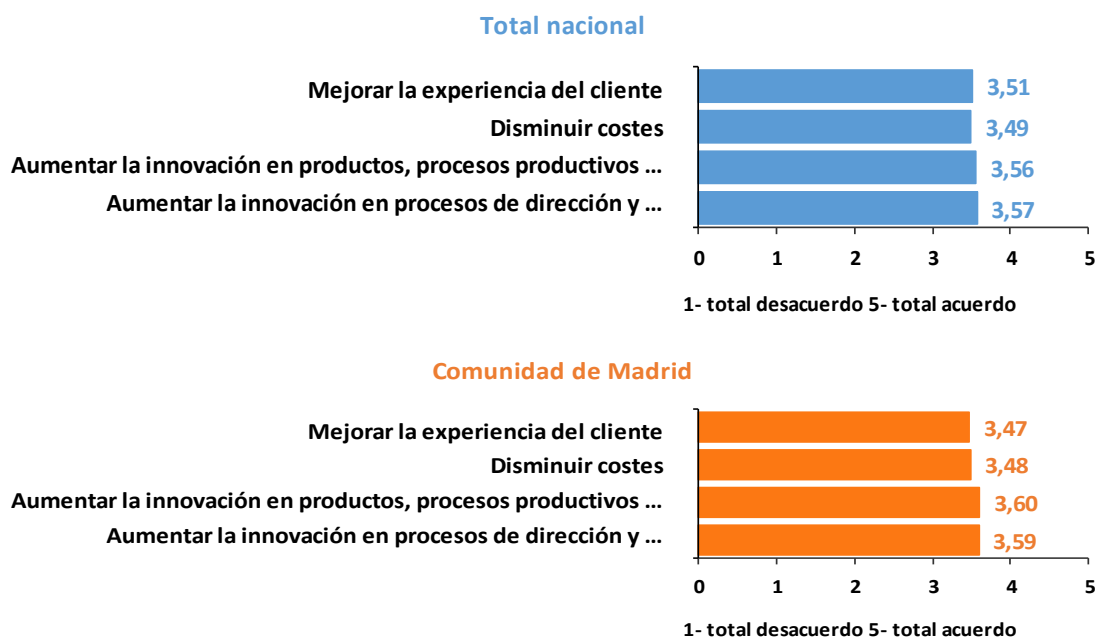
Comunidad de Madrid



Estrategia de digitalización

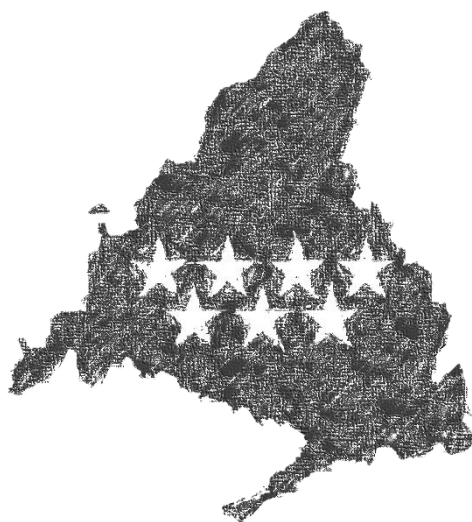
En relación con la estrategia de digitalización, las Pyme madrileñas persiguen principalmente un aumento de la innovación, tanto en procesos de dirección y gestión (3,59 en una escala 1-5) como en productos y procesos productivos o comerciales (3,60). En los mencionados aspectos, además, las empresas madrileñas muestran valoraciones similares a la media nacional (3,57 y 3,56, respectivamente). También destacan las valoraciones alcanzadas en los objetivos estratégicos relacionados con la mejora de la experiencia del cliente (3,47) y la disminución de costes (3,48). En estos dos aspectos, la media nacional se sitúa ligeramente por encima (3,51) y (3,49), respectivamente).

Su estrategia de digitalización está enfocada, principalmente, a...



INFORME DE LA PYME 2018

RESPONSABILIDAD SOCIAL



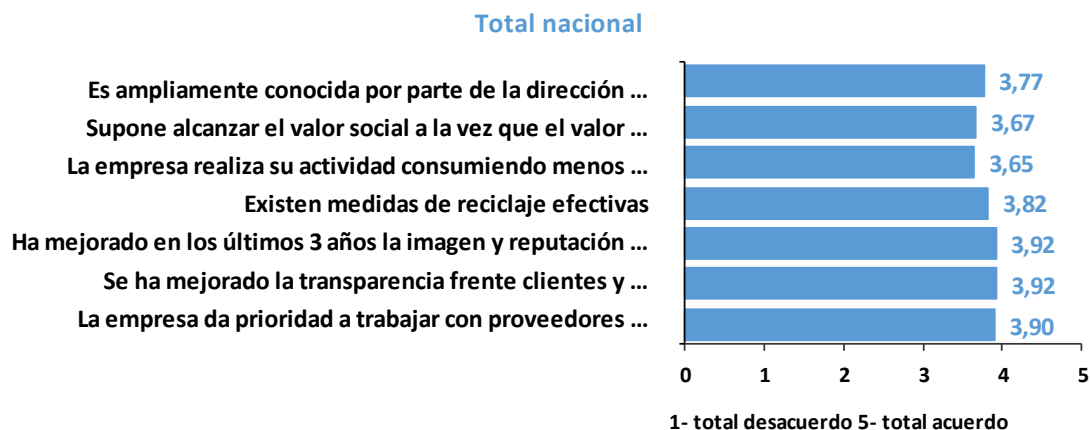
RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad social (en adelante RS) ha irrumpido con fuerza en las empresas, pasando de ser un mero objetivo más o menos idealista, para convertirse en una fuente de diferenciación que permite aumentar su reputación en el mercado. Por ello, se ha ido consolidando como fuente generadora de valor no sólo en las grandes corporaciones, sino también en las Pyme que buscan la calidad y la excelencia. Las razones, por tanto, por las cuales la RS se está implantando crecientemente en las empresas, van más allá del mero altruismo y de la búsqueda del bien común, constatándose una justificación económica subyacente en la conveniencia de combinar equilibradamente la creación de valor económico y valor social (Porter y Kramer, 2011).

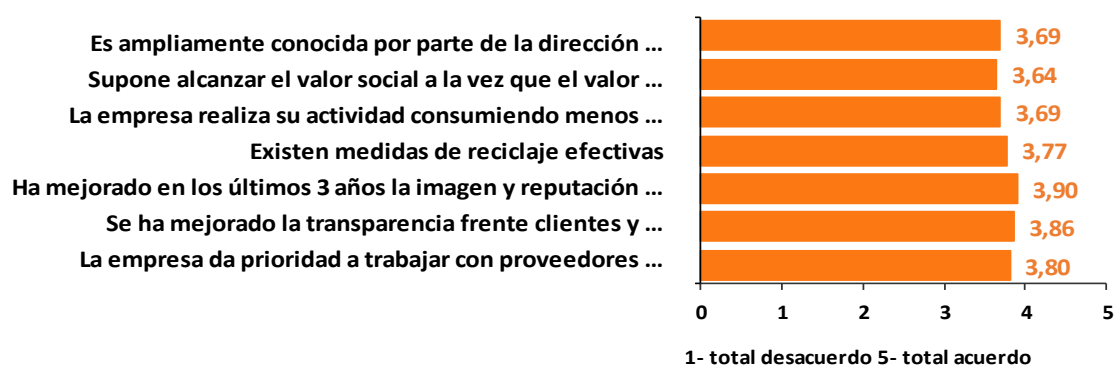
Aspectos clave de responsabilidad social

Entre los aspectos clave para implantación de la RS en las Pyme, abordamos el conocimiento y la aplicación de las medidas tomadas por parte de la alta dirección, ya que son los directivos los impulsores de su puesta en marcha y de la posterior difusión a los miembros de la organización. Esto tiene un impacto sobre la imagen y la reputación de las empresas, al permitir alcanzar valor social junto al necesario valor económico. A este respecto, destacan como medidas concretas de RS aquellas relacionadas con el consumo de energía y reciclaje (medioambientales), trabajar con proveedores y materias primas locales (sociales). A continuación se muestra la opinión de los encuestados sobre las cuestiones planteadas sobre RS. En una escala de 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo), podemos observar que las Pyme en la Comunidad de Madrid se sitúan en valor similar a la media española en imagen y transparencia (ambas cuestiones alcanzan 3,9 y 3,86, respectivamente). Asimismo, priorizan trabajar con proveedores locales (puntuación media 3,80), lo que podría suponer un elemento diferenciador con respecto a otras empresas de mayor tamaño e impulsar medidas para realizar un reciclaje efectivo (3,77).

Valore su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a la responsabilidad social corporativa en su empresa



Comunidad de Madrid



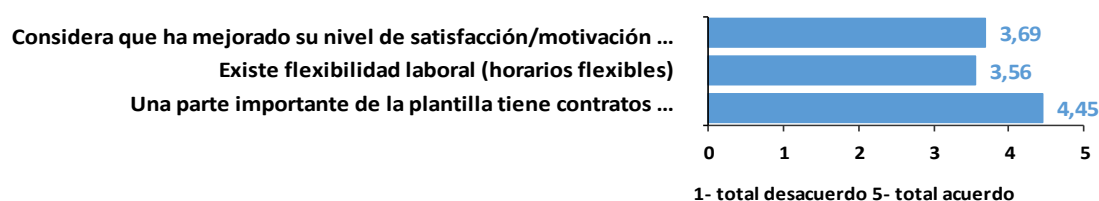
Empleados y responsabilidad social

La RS en las Pyme está muy condicionada por su mayor contacto con su entorno y la mayor proximidad entre sus grupos de interés, principalmente, tanto empleados como proveedores y clientes. Con respecto a los primeros, conocer mejor las necesidades de los trabajadores y el intercambio continuo de ideas entre directivos y empleados, ayudan a conseguir una gestión más responsable del personal de la empresa que satisfaga a todas las partes implicadas.

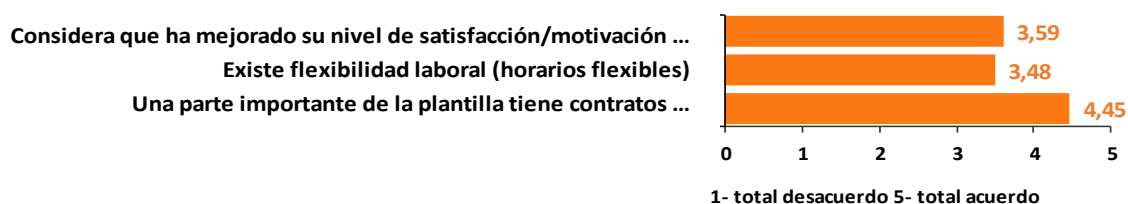
Para analizar la relación de las Pyme con sus trabajadores, se ha preguntado por tres cuestiones específicas: (1) si una parte importante de los trabajadores tienen contratos estables; (2) si disfrutan de horarios flexibles; y (3) si ha mejorado su satisfacción/motivación en los últimos años. En las empresas madrileñas puede apreciarse como la mayor puntuación (4,45) la recibe el ítem referido a los contratos, lo que pone de manifiesto su importancia, siendo la misma puntuación en España. Este dato es muy importante ya que los empleados como grupo de interés prioritario en las Pyme, goza de estabilidad laboral. Asimismo, los datos muestran en la Comunidad de Madrid que existe la opinión generalizada de que mejora el nivel de satisfacción/motivación de los empleados en estas empresas durante los últimos años (3,59) frente a 3,69 de la media nacional. Por último, aunque ocupa el tercer lugar, también la flexibilidad laboral es importante en estas empresas, habiendo obtenido en Madrid una puntuación de 3,48 por 3,56 en España.

Indique su grado de acuerdo con respecto a la situación de su empresa con relación a sus trabajadores

Total nacional



Comunidad de Madrid

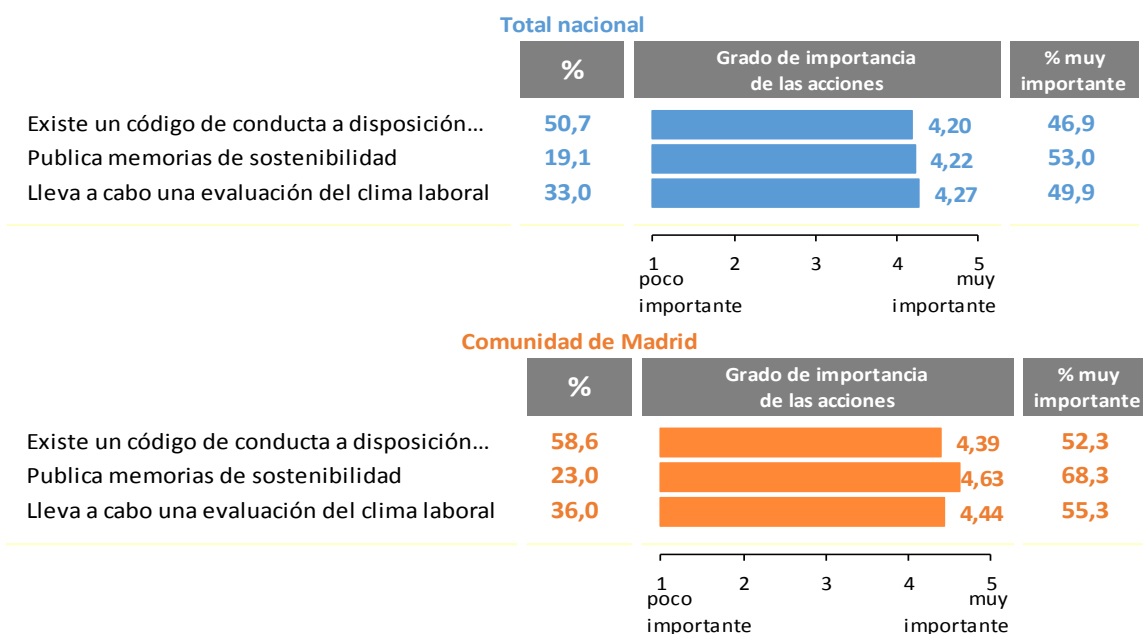


Otras acciones de responsabilidad social

Existen muchas otras acciones relacionadas con la implantación de la RS en las Pyme, además de la relación de las empresas con sus empleados. Entre todas ellas, por su importancia en este ámbito, hemos elegido la existencia de un código de conducta, la publicación de una memoria de sostenibilidad y la evaluación del clima laboral.

Las Pyme evidencian, en general, una concienciación sobre la importancia de la RS. Todas las medidas y acciones acerca de responsabilidad, se sitúan en Madrid por encima de la media nacional, considerándolas incluso más importantes entre aquellas empresas madrileñas que las realizan. En concreto, en Madrid el 58,6% tiene un código de conducta, frente al 50,7% en España, lo que supone situarse 8 puntos por encima de la media nacional. El 36% lleva a cabo una evaluación del clima laboral (33,0 en España) y el 23% de las empresas madrileñas publica memorias de sostenibilidad, lo cual es un gran avance dadas las dificultades de las Pyme para comunicar sus acciones de RS.

Indique si su empresa realiza las siguientes acciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas



INFORME DE LA PYME 2018

NIVEL DE INNOVACIÓN EN LA PYME



NIVEL DE INNOVACIÓN EN LA PYME

La innovación es un factor clave para la competitividad de la Pyme. Para medir el comportamiento innovador de las Pyme se consideran en este informe: tipos de innovación (productos, procesos y gestión). Para medir la **innovación en productos y en procesos** se consideran: (1) cambios o mejoras en productos/servicios; (2) comercialización de nuevos productos/servicios; (3) cambios o mejoras en los procesos de producción y (4) adquisición de nuevos bienes de equipos. Para la **innovación en gestión** se considera, (1) cambios en los sistemas de dirección y gestión; (2) compras y aprovisionamientos y (3) comercial/ventas. Se analiza si las empresas han realizado innovaciones y cuál ha sido la importancia de esas innovaciones para la empresa a través de una escala de tipo Likert de 1 a 5.

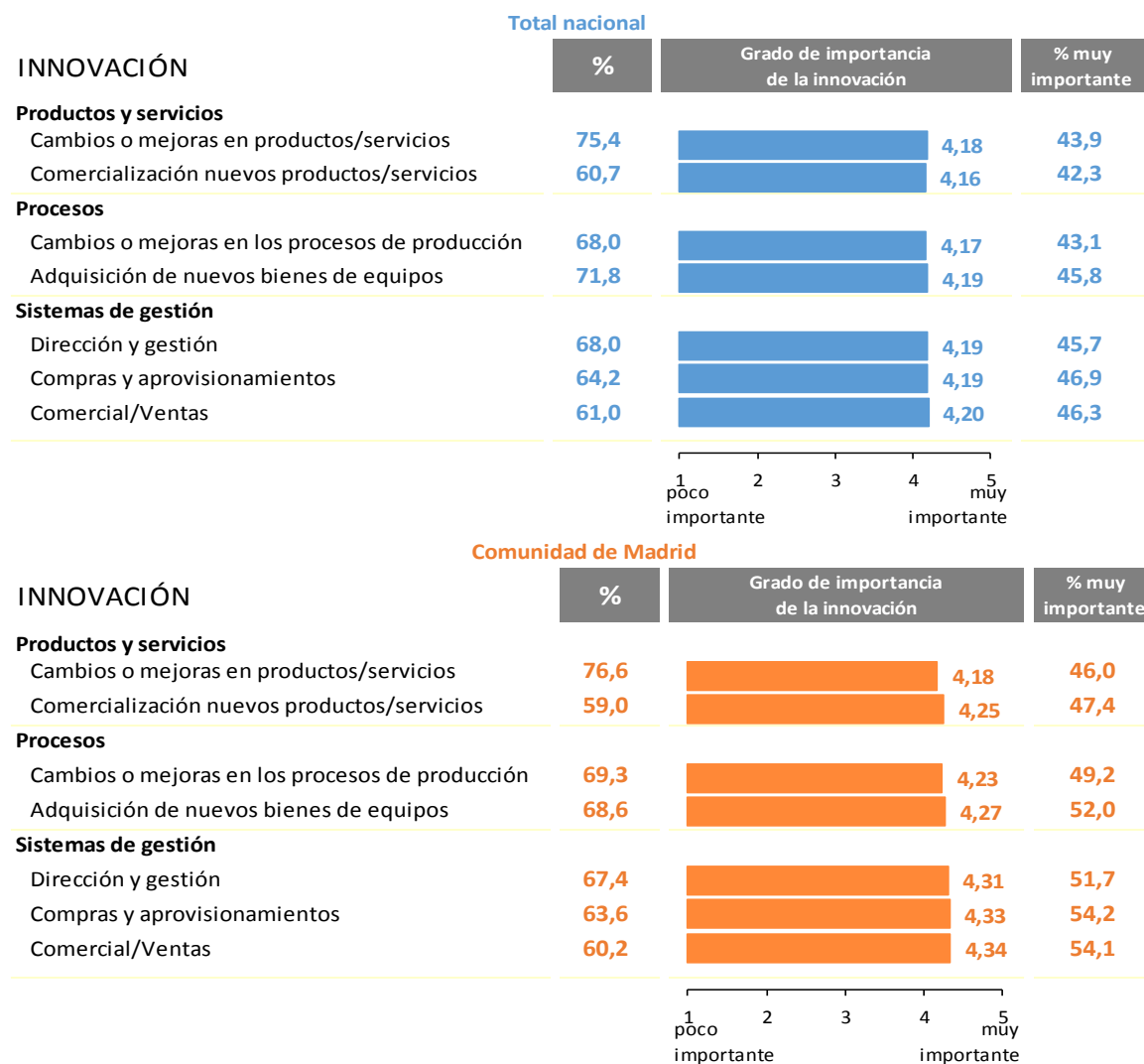
En 2018 las Pyme madrileñas tienen una actividad innovadora ligeramente superior en la mayoría de tipos de innovación a la media nacional, y además las que han realizado innovaciones lo han hecho con una mayor intensidad. En cuanto a la **innovación en productos** podemos apreciar que el 76,6% de las Pyme en la Comunidad de Madrid realizaron cambios o mejoras en productos/servicios con una intensidad de 4,18, frente al 75,4% a nivel nacional. Y el 59% comercializaron nuevos productos o servicios (frente al 60,7% en España), y con un grado de importancia de 4,25. Si analizamos el porcentaje de empresas que consideran que han realizado innovaciones muy importantes en su empresa comprobamos que en la Comunidad de Madrid el 46% de las Pyme han realizado cambios o mejoras muy importantes en sus productos o servicios y el 47,4% han comercializado de forma relevante nuevos productos o servicios. Estos últimos porcentajes son superiores a nivel nacional situándose en el 43,9% y el 42,3% respectivamente.

Algo similar ocurre con la **innovación en procesos**. El 69,3% de las Pyme en Madrid han realizado cambios o mejoras en los procesos de producción (68,0% en España), con una intensidad de 4,23 (4,17 en España). El 68,6% ha adquirido nuevos bienes de equipos (71,8% en España), con una intensidad de 4,27 (4,19 en España). El 52% de las empresas madrileñas han realizado importantes inversiones en adquisición de nuevos bienes de equipos, frente al 45,8% en España. Por consiguiente, la importancia percibida de esa innovación también es superior en el caso regional.

En la **innovación en gestión**, las empresas madrileñas presentan niveles ligeramente inferiores a los reportados a nivel nacional, si bien para aquellas empresas que lo realizan presentan un grado de importancia mayor, lo cual significaría que están más comprometidos con la innovación en los sistemas de gestión. Así, podemos ver cómo el 67,4% de las Pyme en Madrid han realizado innovaciones en sus sistemas de dirección y gestión (68,0% en España) con un grado de importancia de 4,31 (4,19 en España). El 63,6% ha realizado cambios en sus sistemas de compras y aprovisionamientos (64,2%

en España) y el 60,2% realizó cambios en su sistema comercial o de ventas, frente al 61,0% en la Pyme española.

Cambio o mejora en los productos, procesos o sistemas de gestión en los últimos dos años En caso afirmativo grado de importancia de estos cambios para la empresa



INFORME DE LA PYME 2018

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO



POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

La percepción de las Pyme con respecto a otras empresas competidoras es importante, puesto que la posición competitiva viene determinada por el mercado en el que realiza su actividad. Planteamos valorar aquellos factores en los que las empresas consideran que han evolucionado de una forma más favorable, en comparación con sus competidores. Los aspectos que consideran más favorables las empresas madrileñas han sido (medidos en una escala de 1: muy desfavorable a 5 muy favorable): ofrecer productos de mayor calidad (4,05 en Madrid y 4,2 en España), tener clientes más satisfechos (4,03 en ambos casos) y adaptarse de manera anticipada a los cambios en el mercado (4,0 en Madrid y 3,94 en España). No encontramos diferencias muy significativas con respecto a los indicadores de crecimiento (3,77 en Madrid y 3,74 en España) y rentabilidad (3,72 en Madrid y 3,66 en España) en comparación con los competidores. En definitiva, las Pyme madrileñas se sienten mejor posicionadas competitivamente que la media española.

Usando una escala de 1 a 5, el rendimiento o desempeño de su empresa es...

Total nacional



Comunidad de Madrid



INFORME DE LA PYME 2018

ACCESO A LA FINANCIACIÓN BANCARIA



ACCESO A LA FINANCIACIÓN BANCARIA

A continuación, se compara la evolución experimentada por las Pyme madrileñas y las del conjunto del país en las condiciones de las líneas de financiación, así como en el tiempo empleado por la entidad de crédito para responder a la solicitud de recursos de las empresas. Una vez concedida la financiación, los prestamistas utilizan elementos contractuales tales como coste, volumen, comisiones y gastos, garantías y avales y plazo de vencimiento para ajustar el binomio rentabilidad-riesgo de cada operación de crédito a los estándares impuestos por las entidades financieras. Así, un endurecimiento más acusado en los términos de la deuda indicaría bien un mayor aumento del riesgo de impago de los préstamos derivado de circunstancias propias de los prestatarios o del entorno en el cual operan, o bien un mayor incremento del rendimiento exigido por las entidades financieras. Los datos sugieren que las Pyme de la Comunidad de Madrid han experimentado una evolución similar de las condiciones de su financiación que las Pyme a nivel nacional.

El 29,1% de las Pyme en la Comunidad de Madrid han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito, el 41,8% no ha accedido porque se financian con autofinanciación (beneficios más amortizaciones), lo que es muy significativo. El 29,1% no lo necesitan al no estar haciendo inversiones y el 0% no lo han solicitado porque piensan que no lo conseguirían. Estos datos contrastan con los obtenidos a nivel nacional en los siguientes puntos. Por una parte, se evidencia un mayor acceso de las empresas nacionales a la financiación externa puesto que el 34,2% de las Pymes accedieron a este tipo de financiación debido a que este tipo de empresas se encuentra en un proceso inversor más intensivo que el vivido por la Pyme madrileña. Por otra parte, destaca la gran diferencia en cuanto a la preferencia respecto del tipo de financiación puesto que las Pyme madrileñas claramente tiende a financiarse con recursos propios (autofinanciación) con mayor intensidad que a nivel nacional (41,8% frente a 29,3%). Finalmente sobresale que en la Pyme madrileña no exista auto-racionalización del crédito mientras que el 0,8% de la Pyme nacional decide no solicitar el préstamo puesto que prevé que no lo conseguirá.

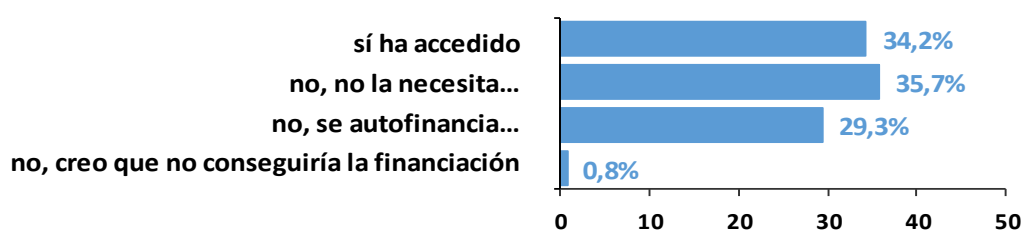
De las Pymes madrileñas que solicitaron un crédito, en el 51,3% de los casos los obtuvieron en mejores condiciones (frente al 51,2 en España), el 36,8% lo obtuvieron en las mismas condiciones (frente al 37,5% a nivel nacional), el 10,8% lo consiguieron, pero con condiciones más duras (8,2% en España) y el 0% le rechazaron la operación por el 1% en España. Este último dato identifica una posición beneficiosa de estas empresas ante una época que de nuevo se puede clasificar como el inicio de la expansión del crédito tras la crisis financiera.

Adicionalmente, los datos muestran una evolución similar en los indicadores de financiación de las Pyme madrileñas con respecto a la media nacional. Así, el volumen

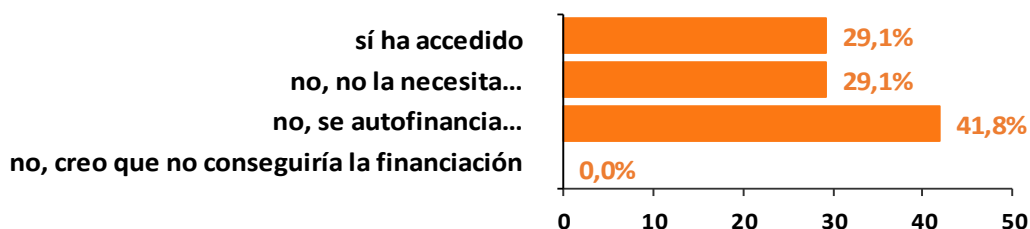
de financiación ofrecido (2,59 en Madrid y 2,78 en España), los gastos y comisiones que exigen las entidades financieras (2,48 en Madrid y 2,64 en España), las garantías y avales exigidos (2,51 en Madrid y 2,68 en España), el coste de la financiación (2,52 en Madrid y 2,66 en España), el tiempo entre la solicitud y la concesión (2,63 en Madrid y 2,78 en España) y el plazo exigido de la devolución (2,62 en Madrid y 2,77 en España). Por lo tanto, los elementos contractuales de los instrumentos de deuda evolucionan de una forma parecida en la Comunidad de Madrid en comparación con España.

¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en el último año?

Total nacional

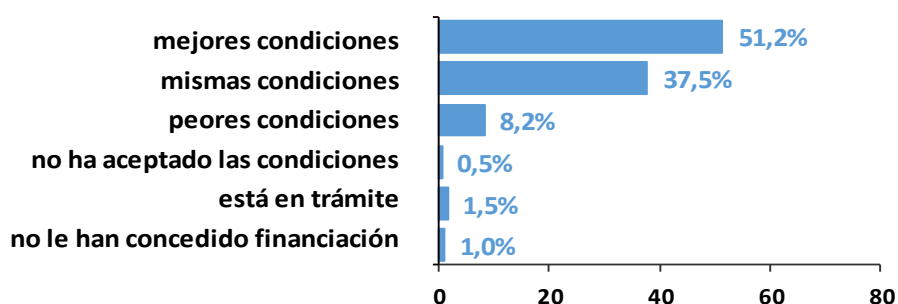


Comunidad de Madrid

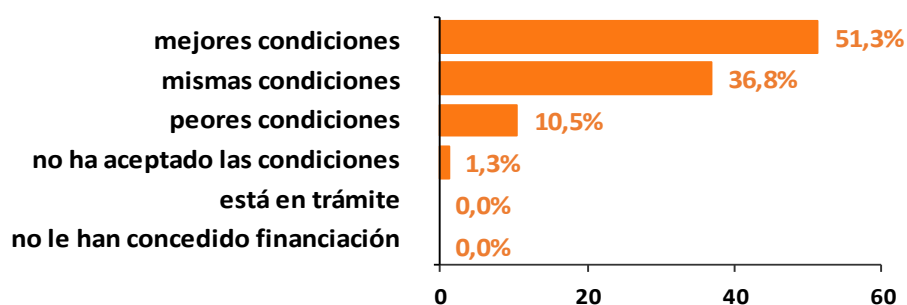


En caso de haberlo solicitado...

Total nacional

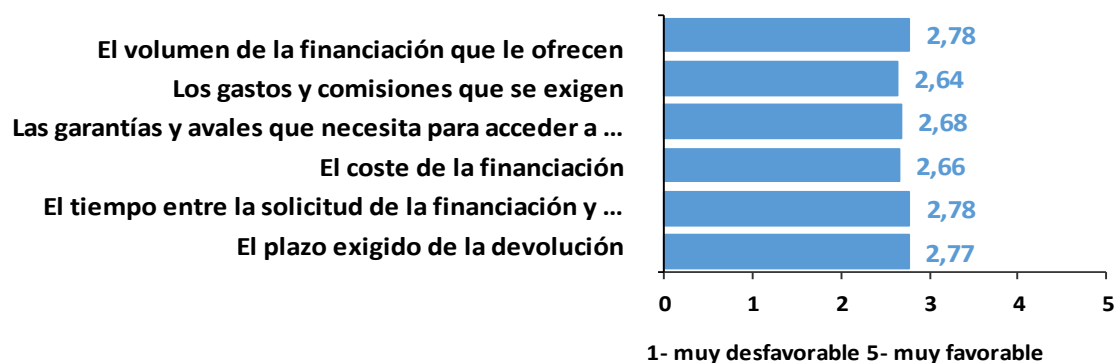


Comunidad de Madrid

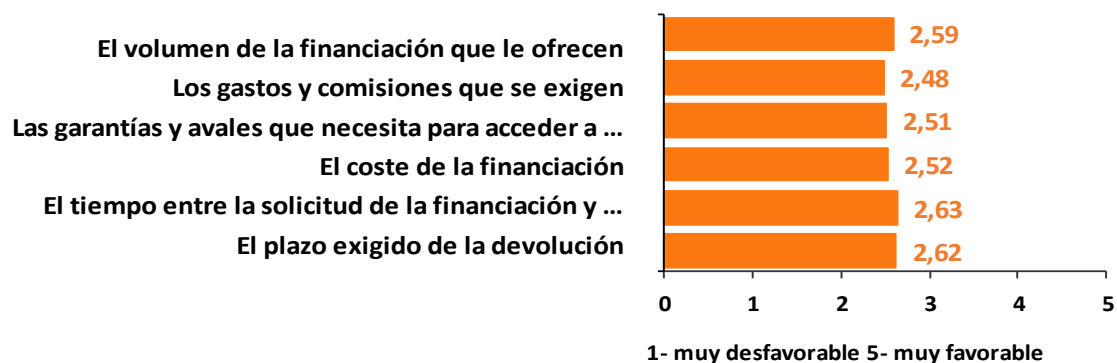


En los dos últimos años, ¿cómo cree que han evolucionado (más o menos favorablemente) los siguientes aspectos relacionados con la financiación de su empresa?

Total nacional



Comunidad de Madrid



INFORME DE LA PYME 2018

RECURSOS HUMANOS



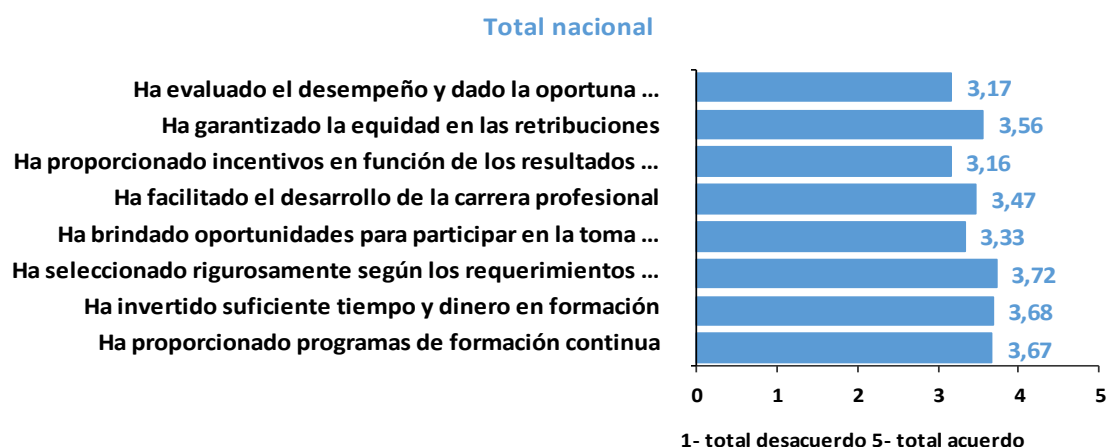
RECURSOS HUMANOS

El capital humano de la empresa y la forma de gestionarlo constituye uno de los factores más importantes en la explicación de la competitividad de las Pyme, tanto a nivel individual como en el contexto del sector en el que desarrollan su actividad. Para conocer en mayor medida como afrontan la gestión de recursos humanos las Pyme de la Comunidad de Madrid en comparación con las de España, se ha evaluado el grado de desarrollo de algunos procesos y políticas relacionadas con la gestión de sus empleados.

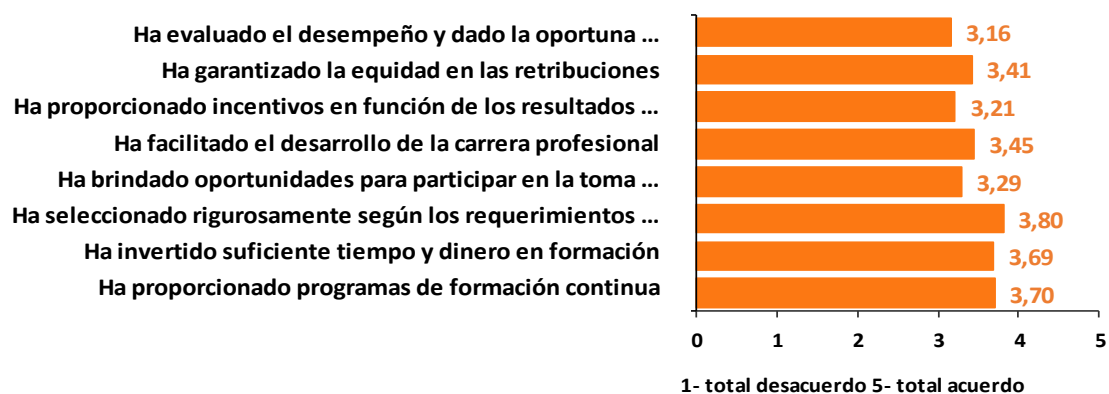
Tal y como se observa en el gráfico, las Pyme madrileñas han desarrollado en la mayoría de indicadores un ligero aumento con respecto a la media de España en las políticas de gestión de recursos humanos, mostrando además un alto interés en su desarrollo, con valores entre 3 y en algunos casos incluso cercanos a 4 (en una escala 1-5) gracias a estas políticas. En concreto, los procesos que más se valoran de gestión de recursos humanos en las empresas de la Comunidad de Madrid están relacionados, en seleccionar rigurosamente según los requerimientos del puesto, considerando por tanto los conocimientos, habilidades y competencias descritos (3,8 frente a 3,72 de España), proporcionar programas de formación continua (3,7, frente a 3,68 de España), invertir suficiente tiempo y dinero en formación (3,69), facilitar el desarrollo de las carreras profesionales (3,45, frente a 3,47 de España) y, garantizar la equidad en las retribuciones (3,41, frente a 3,56 de España)

Las políticas de recursos humanos menos valoradas han sido las relacionadas con la evaluación del desempeño y la implantación de incentivos (3,16 y 3,28, respectivamente) y la relativa al fomento de la participación del empleado en la toma de decisiones empresariales (3,29), siendo como puede apreciarse valores similares a la media nacional.

Pensando en el conjunto de sus empleados, indíquenos su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones: “En los últimos 2 años, la empresa...”



Comunidad de Madrid



INFORME DE LA PYME 2018

ANEXO. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA



ANEXO. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas. La población de empresas ha sido segmentada de acuerdo a dos criterios: actividad y comarca. Los sectores de actividad han sido establecidos partiendo de la clasificación en Industria, Construcción y Servicios, especificando dentro de esta desagregación aquellos sectores de especial interés, lo que ha supuesto un total de 15 subsectores. El número de empresas en cada uno de los estratos contruidos se ha obtenido a partir de la información del Directorio Central de Empresas del INE y de los registros del Régimen General de la Seguridad Social. **En la muestra no se incluyen empresas de menos de 5 trabajadores.**

El tamaño muestral fue determinado para lograr que el margen de error máximo para la estimación de una proporción (frecuencia relativa de respuesta en un ítem específico de una cuestión) fuese inferior a 0,03 puntos con un nivel de confianza del 95%. La técnica de recogida de información fue mediante encuesta telefónica. La encuesta fue realizada por la empresa Q-Índice. Se realizaron test de control en el proceso de elaboración de la encuesta. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018. Y **la muestra finalmente obtenida fue de 1136 Pyme españolas y a 261 Pyme madrileñas.** Debemos señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado escrupulosamente el secreto estadístico de la información utilizada.

Agrupación sectorial de la muestra total

SECTOR	% empresas muestra
Productos alimenticios y bebidas	1,54%
Industria textil de la confección, peletería y cuero	1,54%
Industria de madera y corcho	0,38%
Industria del papel, edición, artes gráficas	3,45%
Industria química	0,77%
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas	1,53%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	0,77%
Metalurgia, fabricación de productos metálicos	3,45%
Industria de la construcción de maquinaria, instalación y reparación	2,30%
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	1,15%
Fabricación de vehículos de motor	0,77%
Fabricación de otro material de transporte	0,38%
Construcción e ingeniería civil	16,86%
Comercio al por mayor	16,48%
Servicios de alojamiento. Agencias de viaje y actividades de alquiler	4,98%
Transporte terrestre, marítimo, aéreo y actividades anexas	7,66%
Actividades informáticas	8,81%
Servicios a empresas, profesionales, científicos y técnicos	22,98%
Actividades postales y de correos	0,38%
Edición	1,92%
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	1,15%
Actividades de seguridad e investigación	0,77%
Total	100%

