

JULIO 2023

5



INFORME  
PYME  
2023



**FAEDPYME**  
Fundación para el Análisis Estratégico y  
Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa

# ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME

**economistas**  
Consejo General

SERVICIO DE ESTUDIOS

**economistas**  
Consejo General

EDITA: Consejo General de Economistas de España

ISBN: 978-84-18495-54-0

*No está permitida la reproducción total o parcial de este estudio, ni su almacenamiento o transmisión por ningún medio (electrónico, mecánico, grabación, fotocopia, etc.) sin permiso previo del editor.*

Diseño y maquetación: desdezero, estudio gráfico



# ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME

JULIO 2023

## COORDINACIÓN

Antonio Duréndez Gómez-Guillamón. FAEDPYME  
Domingo García Pérez de Lema. FAEDPYME  
Salvador Marín Hernández. SERVICIO DE ESTUDIOS CGE  
Angel Meroño Cerdán. FAEDPYME  
Francisco Manuel Somohano Rodríguez. FAEDPYME

## EQUIPO DE INVESTIGACIÓN FAEDPYME

**UNIVERSIDAD DE CANTABRIA:** Somohano Rodríguez, Francisco Manuel (dir.); Martínez García, Francisco Javier; Trueba Castañeda, Laura.

**UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA:** Jiménez Moreno, Juan J. (dir.); Sáez Martínez, Francisco José; González Moreno, Ángela; Díaz García, María Cristina; Moreno Díaz, Juan Antonio.

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID:** Danvila del Valle, Ignacio (dir.); Sastre Castillo, Miguel Ángel (dir.); Ramos González, M<sup>a</sup> del Mar; Rubio Andrés, Mercedes; Sánchez González, José Javier y **UNIVERSIDAD DE ALCALÁ:** Sánchez Marín, Gregorio.

**UNIVERSIDAD DE GRANADA:** Gómez Miranda, María Elena (dir.); Rodríguez Ariza, Lázaro.

**UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA:** Hernández Mogollón, Ricardo (dir. general); Almodóvar González, Manuel (dir. Técnico); Fernández Portillo, Antonio; Díaz Casero, Juan Carlos; Sánchez Escobedo, Mari Cruz; Rodríguez Preciados, Raúl; Díaz Aunión, Ángel.

**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA:** Diéguez Soto, Julio (dir.); Becerra Vicario, Rafael; Callejón Gil, Ángela; Cisneros Ruiz, Ana José; Fernández Gámez, Manuel Ángel; Galache Laza, Teresa; González García, Vicente; Ruiz Palomo, Daniel.

**UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ:** Gómez Gras, José María (dir. general); Mira Solves, Ignacio (dir. técnico); Martínez Mateo, Jesús; Estrada De la Cruz, Marina.

**UNIVERSIDAD DE MURCIA:** Meroño Cerdán, Ángel (dir.); Antón Renart, Marcos; Calvo-Flores Segura, Antonio; ; Castelo Blasco, Carmen; Gras Gil, Ester; Marín Hernández, Salvador; Ortiz Martínez, Esther; Palacios Manzano, Mercedes; Vela Ródenas, Justo José.

**UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA:** Batista Canino, Rosa M. (dir.); Bolívar Cruz, Alicia; Medina Brito, Pino; Sosa Cabrera, Silvia; Verano Tacoronte, Domingo.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA:** García Pérez de Lema, Domingo (dir.); Duréndez Gómez-Guillamón, Antonio; Hernández Cánovas, Ginés; Madrid Guijarro, Antonia; Martínez-Abarca Pastor, Carlos.

**UNIVERSIDAD DE SALAMANCA:** Muñoz Gallego, Pablo Antonio (dir.); Suárez González, Isabel; González Benito, Oscar; Galende del Canto, Jesús; Lannenongue, Gustavo.

**UNIVERSIDAD DE SEVILLA:** Escobar Pérez, Bernabé (dir.); Miras Rodríguez, María del Mar.

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA:** Clemente Almendros, José Antonio (dir.); Diez Vial, Isabel; Nicoara Popescu, Dorina; Saldaña Larrondo, Dulce Eloísa; Bahamondes Rosado, María Emilia; Velarde Molina, Jehovanni Fabricio; Diaz Pelaez, Alejandro; González Cruz, Tomás; Vallejo García, Marcelo; Boldeanu, Florin-Teodor; Blanco Hernández, María.



## PRÓLOGO

A solo unos días de la celebración de las Elecciones Generales, nos podría llamar la atención el escaso tiempo que los diferentes partidos han dedicado a las pymes durante la campaña, siendo éstas uno de los motores de nuestra economía en cuanto que suponen el 99,8% de las empresas en España y representan el 66% del empleo empresarial total.

Pese a los esfuerzos realizados en los últimos años por las pymes españolas en aspectos como la digitalización o la internacionalización, perviven problemas estructurales que frenan su competitividad, entre ellos, el reducido tamaño en comparación con las de los países de nuestro entorno —en España, cerca del 30% son microempresas—, la limitada capacidad para la innovación o las dificultades para captar financiación fuera de los circuitos tradicionales.

A estas debilidades de carácter estructural —y cuando se estaba en pleno proceso de recuperación de la crisis originada por la pandemia— hay que sumarle el escenario de incertidumbre en el que nos hallamos, provocado fundamentalmente por la guerra en Ucrania —con el consiguiente incremento de los precios de la energía y de las materias primas— que ha generado una fuerte inflación, que ha derivado en una política monetaria restrictiva con una importante subida de los tipos de interés por parte del Banco Central Europeo.

En este contexto de inestabilidad, las pymes han visto cómo se encarecía el acceso al crédito bancario y volvían las dificultades para financiarse. Ello ha hecho que entre las principales preocupaciones que actualmente tienen las pymes de nuestro país destaquen dos: los costes de la energía y la inflación.

De ahí que, con el fin de mejorar su competitividad, las medidas más demandadas sean de carácter económico: bajada de impuestos, incremento de las ayudas a la inversión y reducción de las cuotas a la seguridad social. Aunque también hay otras, como el fomento de la cooperación, y las ayudas a la inversión y a la formación.

Estas y otras muchas conclusiones pueden encontrarse en este Informe que ahora tienen en sus manos, cuyo objetivo es ayudar a fijar estrategias para intentar dar respuesta a los retos a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas de nuestro país. Para ello, primero es necesario conocer el nivel en el que se hallan nuestras pymes para, a continuación, poder diseñar las fórmulas que mejor se adecúen a sus necesidades con el fin de poder mejorar su competitividad.

Por esto, desde el Consejo General de Economistas de España (CGE) y la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME) hemos elaborado este trabajo que lleva por título *Estrategias para mejorar la competitividad de la pyme*, que consiste en un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a directivos de 799 pymes españolas, cuya finalidad es analizar los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes y elaborar una serie de propuestas que les permitan avanzar.

Entre los objetivos específicos de esta edición del *Informe pyme*, podemos señalar, a modo de resumen, los siguientes: estimar las expectativas de empleo y ventas; analizar el acceso a la financiación; conocer la actividad innovadora; estudiar los indicadores de rendimiento; analizar los obstáculos a los que se enfrentan las pymes, y determinar las propuestas que solicitan las pymes para mejorar su competitividad.

Esperemos que resulte una herramienta de utilidad para la planificación de las estrategias a seguir por las pymes, facilitando información para la toma de decisiones. Y, para terminar, muchas gracias a los equipos que lo han hecho posible.

Valentín Pich

PRESIDENTE

CONSEJO GENERAL DE ECONOMISTAS DE ESPAÑA



1. INTRODUCCIÓN .....	9
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
Estructura de la muestra .....	11
Selección de variables y diseño del cuestionario .....	12
Análisis estadístico de los datos .....	13
3. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS .....	14
4. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS .....	16
Empleo .....	16
Ventas .....	18
5. ACCESO A LA FINANCIACIÓN .....	20
6. ACTIVIDAD INNOVADORA .....	24
7. INDICADORES DE RENDIMIENTO .....	28
8. OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES .....	30
9. PROPUESTAS QUE SOLICITAN LAS PYMES PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD .....	34
10. RESUMEN EJECUTIVO .....	38
REFERENCIAS .....	41



## 1. INTRODUCCIÓN

La complejidad y dinamismo del entorno empresarial hace necesario un mayor conocimiento de las organizaciones y de cuáles son las variables o factores que se convierten en los elementos claves del éxito competitivo. Conocer la problemática de la empresa en sus múltiples aspectos permite, sin duda, facilitar su competitividad y puede ayudar a los órganos de decisión a establecer las políticas más adecuadas para favorecer la mejora continua de las empresas.

La existencia de debilidades de carácter estructural que padecen las pymes sigue afectando a su supervivencia y mermando su competitividad. Así, la globalización de los mercados, la aceleración del cambio tecnológico y el desarrollo de nuevos sistemas de información y comunicación, unidas al escaso hábito de gestión del conocimiento y del capital humano, la dificultad para la captación de capitales ajenos a largo plazo, la insuficiente cualificación de empresarios y empleados, las dificultades de localización e infraestructura, y la complejidad para incorporar las innovaciones tecnológicas son, entre otros, aspectos que dificultan y limitan el desarrollo de la pyme. Junto a estas debilidades, y tras superar la crisis originada por la COVID-19, en la actualidad se suman problemas relacionados con la elevada incertidumbre provocada por la guerra Rusia-Ucrania, crisis financieras, elevados costes energéticos y de materias primas, inflación, problemas de ciberseguridad, cambio climático, etc.

Dado este escenario de incertidumbre resulta crucial que las pymes fijen estrategias que puedan constituir una referencia de su capacidad de anticipación y respuesta a los retos del entorno. Para mejorar la competitividad, la pyme tiene la necesidad de adecuar tanto sus estrategias como su estructura organizativa al entorno dinámico de la economía actual. En este sentido, es necesario que las Administraciones Públicas favorezcan el entorno de la pyme facilitando el acceso a la financiación, llevar a cabo acciones que reduzcan la burocracia y mejoren su organización interna y productiva, la inversión en intangibles y los acuerdos de cooperación que impulsen la innovación. Adicionalmente, deben promover estrategias que redunden en una mayor vinculación entre la pyme y la universidad, la transformación digital y la adaptación de la pyme a la economía circular.

El *Informe de la Pyme España* ofrece información de su estructura productiva y pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales. Su objetivo principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las pymes para facilitar y apoyar la toma de decisiones. Conocer la problemática de la empresa en sus múltiples aspectos permite analizar los principales factores que utilizan las pymes para mejorar su competitividad.

*El Informe 2023 se centra en analizar los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes a la hora de desarrollar su actividad, y elaborar una serie de propuestas que les permitan mejorar su competitividad y hacer frente al actual escenario de incertidumbre económica.*

En su edición de 2023 se centra en analizar los principales obstáculos a los que se enfrentan las pymes a la hora de desarrollar su actividad, y elaborar una serie de propuestas que les permitan mejorar su competitividad y hacer frente al actual escenario de incertidumbre económica. El documento pretende ser una herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa, como para dirigir convenientemente los programas de actuación de las políticas públicas, siendo útil para las empresas y los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico.

### Los objetivos específicos del informe son:

-  Estimar las expectativas de empleo y ventas.
-  Analizar el acceso a la financiación.
-  Conocer la actividad innovadora.
-  Estudiar los indicadores de rendimiento.
-  Analizar los obstáculos a los que se enfrentan las pymes.
-  Determinar las propuestas que solicitan las pymes para mejorar su competitividad.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a directivos de 799 pymes españolas. La muestra está compuesta por microempresas (6 a 9 trabajadores), pequeñas empresas (10 a 49) y medianas empresas (50 a 249). La recogida de información fue telefónica. El trabajo de campo se realizó durante los meses de marzo, abril y mayo de 2023. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

Adicionalmente, cabe destacar, por un lado, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de las pymes, sino más bien la de ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto virtudes y/o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las primeras y ajustar los segundos.

## 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta sección se expone la metodología del trabajo empírico considerando la estructura de la muestra, el proceso de selección de las variables del cuestionario y las técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de resumen y análisis de la información obtenida.

### Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población o universo objeto de estudio y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Asimismo, deben estar relacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que, partiendo de una muestra agregada fija, la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el tamaño de la muestra. En este trabajo se fijaron los siguientes estratos: sector (Industria, Construcción, Comercio y Servicios), tamaño (microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas) y Comunidades Autónomas. Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta telefónica y una plataforma online.

Dado que el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población o universo de referencia, fue necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados. Esto asegura un procedimiento objetivo y comparable para determinar la adecuación de la muestra a los objetivos de la investigación. No obstante, es importante resaltar que las distintas pruebas y contrastes estadísticos que se han realizado a lo largo del estudio contarán con su nivel de significación o grado de precisión determinado, a partir de los datos realmente obtenidos en la encuesta, y de acuerdo con las técnicas estadísticas utilizadas y el nivel de agregación establecido en cada caso.

La muestra finalmente obtenida fue de 799 empresas españolas (en el Cuadro 2.1 puede verse la distribución por Actividad Económica y Tamaño de la empresa y en el Cuadro 2.2 por Comunidad Autónoma). En el Cuadro 2.3 se puede observar el error muestral para los distintos estratos atendiendo a los sectores analizados, determinando un error muestral global del 3,5% para un nivel de confianza del 95%. Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtienen del Directorio Central de Empresas editado por el Instituto Nacional de Estadística (DIRCE 2021).

CUADRO 2.1 · DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR SECTOR Y TAMAÑO

	Nº DE EMPRESAS	%	
INDUSTRIA	284	35,5	227 Microempresas (6 a 9 asalariados) 28,4%
CONSTRUCCIÓN	134	16,8	508 Pequeñas (10 a 49 asalariados) 63,6%
COMERCIO	182	22,8	64 Medianas (50 a 249 asalariados) 8,0%
SERVICIOS	199	24,9	
TOTAL	799	100,00	

CUADRO 2.2 · DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

	Nº DE EMPRESAS	%		Nº DE EMPRESAS	%
Andalucía	100	12,4	Extremadura	11	1,4
Aragón	27	3,4	Galicia	56	7,0
Asturias	17	2,1	La Rioja	22	2,8
Baleares	11	1,4	Madrid	122	15,3
Canarias	24	3,0	Murcia	57	7,1
Cantabria	20	2,5	Navarra	14	1,8
Castilla-La Mancha	58	7,3	País Vasco	49	6,1
Cataluña	100	12,5	<b>TOTAL</b>	<b>799</b>	<b>100,00</b>
Comunidad Valenciana	111	13,9			

CUADRO 2.3 · ERRORES DE ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA

	P=50%
<b>SECTOR (NIVEL CONFIANZA 95%)</b>	
Industria	5,8
Construcción	8,5
Comercio	7,3
Servicios	6,9
<b>TAMAÑO</b>	
Microempresa (6 a 9 asalariados)	6,5
Pequeña (10 a 49 asalariados)	4,3
Mediana (50 a 249 asalariados)	12,3
<b>TOTAL (NIVEL CONFIANZA 95%)</b>	<b>3,5</b>

## Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la empresa. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a los gerentes de las pymes. Con esta herramienta se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha prestado especial atención al orden y la estructura de los bloques de preguntas, con la extensión más breve posible, que permitiese una redacción clara y adecuada para minimizar los problemas de interpretación y facilitando la obtención de datos en el proceso de cumplimentación del cuestionario.

La técnica de captación de información fue la encuesta telefónica con un cuestionario cerrado. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas, lo que sustenta y justifica que las variables incorporadas son relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en tres bloques. En el primero, se pregunta a los encuestados sobre los rasgos generales de sus empresas, como el sector de actividad, la ubicación geográfica, el número de empleados, el género del gerente, el control familiar de la empresa, las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, y el grado de internacionalización.

En el segundo bloque se recoge información sobre el acceso a la financiación, indicadores de la actividad innovadora y del rendimiento de la pyme.

En el tercer bloque se pregunta sobre los obstáculos a los que se enfrentan las pymes y sobre las propuestas que solicitan las pymes para mejorar su competitividad.

## Análisis estadístico de los datos

Las variables de clasificación utilizadas para contrastar si existen diferencias significativas en el perfil de respuestas han sido: tamaño y sector de actividad de la empresa. Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación utilizado, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

- Cuando se analizan diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la  $\chi^2$  de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizan tablas 2 x 2, con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la  $\chi^2$  de Pearson.
- En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación, se ha utilizado el contraste de "análisis de la varianza (ANOVA)".
- En el caso de variables cuantitativas que incluyen numerosos ítems, se emplea, en algunos casos, el "análisis factorial" como herramienta de reducción y agregación de la información. El análisis factorial trata de identificar factores subyacentes que sean comunes en un conjunto de variables mediante la generación de componentes que puedan explicar la mayoría de la varianza observada en los datos de estudio.

### 3. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Las empresas entrevistadas, y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 799, tratándose de una muestra representativa del conjunto de pymes españolas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa, y que nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las pymes analizadas.

Las pymes que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- La antigüedad media de las empresas es de 29,5 años (Gráfico 3.1).
- El control de la gestión de las empresas es, en su mayoría, de tipo familiar. El 68,4% de las empresas están regidas en el entorno familiar (Gráfico 3.2).
- El 16,4% de las empresas están gestionadas por mujeres (Gráfico 3.3).
- El 70,2% de los gerentes posee estudios universitarios (Gráfico 3.4).
- El 25,3% de las empresas de la muestra están internacionalizadas y sus ventas al exterior representan por término medio el 30,1% del total de sus ventas. El número medio de países donde las pymes realizan sus ventas internacionales es de 13,7 países.

GRÁFICO 3.1 · ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA FUNCIONANDO LA EMPRESA?

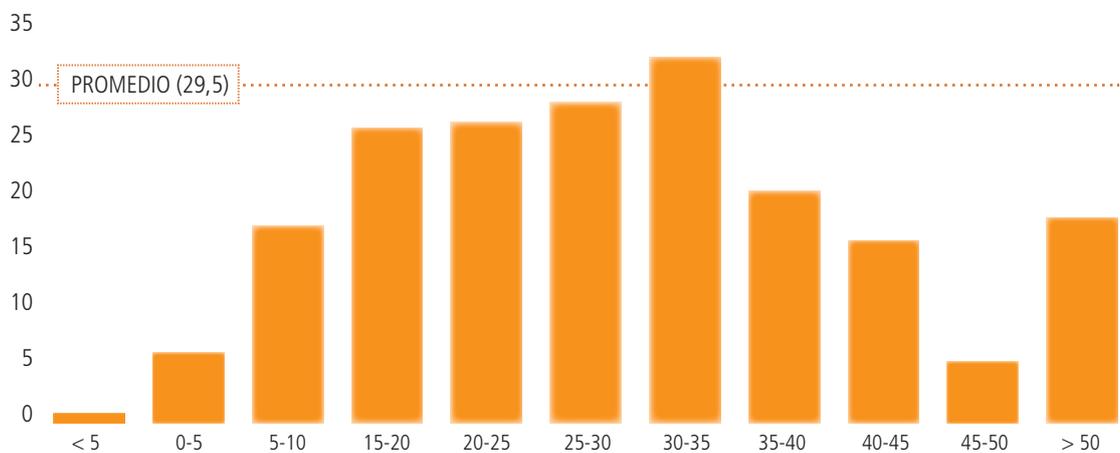


GRÁFICO 3.2 · ¿CONSIDERA QUE LA EMPRESA ES UNA EMPRESA FAMILIAR? (ES DECIR, UNA O VARIAS PERSONAS DE UNA MISMA FAMILIA SON LOS PRINCIPALES PROPIETARIOS DE LA EMPRESA)

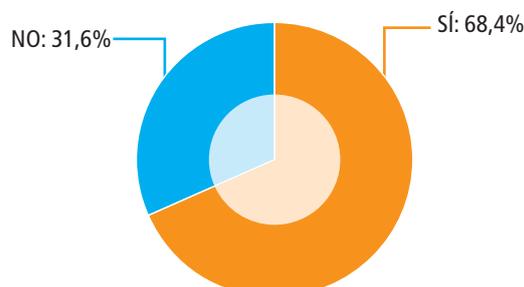


GRÁFICO 3.3 · ¿CUÁL ES EL GÉNERO DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE?

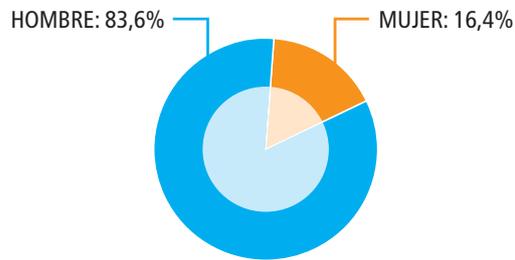


GRÁFICO 3.4 · ¿DISPONE DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS EL DIRECTOR GENERAL?

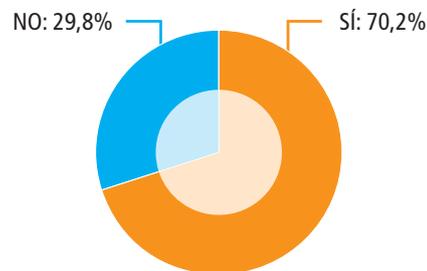


GRÁFICO 3.5 · PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZAN VENTAS INTERNACIONALES Y PROMEDIO QUE SUPONEN EN EL TOTAL DE VENTAS PARA 2022. ¿A CUÁNTOS PAÍSES?



## 4. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS

En este apartado se evalúa la evolución que han experimentado las pymes en 2022 en magnitudes como el empleo y las ventas, respecto al año 2021, así como sus expectativas para 2023.

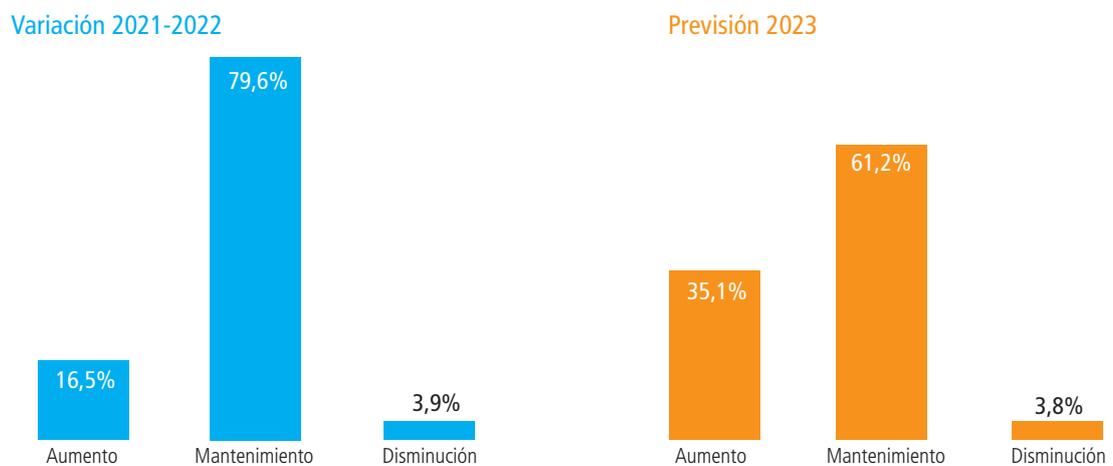
### Empleo

Para conocer la evolución del empleo preguntamos a los encuestados sobre el número de trabajadores de sus empresas en 2022 y el que tenían en 2021. También se consultó por la tendencia para el empleo en 2023 (Gráfico 4.1).

Al considerar la evolución de 2022 con relación a 2021, los datos muestran que el 3,9% de las pymes redujo el empleo, un 79,6% lo mantuvo y un 16,5% lo aumentó.

De cara al 2023 las expectativas resultan bastante más favorables. El 35,1% de las pymes señaló que aumentará su empleo, el 61,2% que lo mantendrá y tan solo el 3,8% lo disminuirá.

**GRÁFICO 4.1 · EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS DURANTE LOS AÑOS 2021 Y 2022**  
**¿CREE QUE LA TENDENCIA PARA 2023 ES AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR EL NÚMERO DE EMPLEADOS?**



Para analizar con más detalle la evolución del empleo se han considerado los estratos de tamaño y sector de la empresa. Adicionalmente, determinamos el "saldo de evolución" y el "saldo de expectativas", calculados como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye.

En cuanto al tamaño, se puede apreciar que la evolución del empleo en el periodo 2021 y 2022 fue diferente según el estrato considerado, siendo las diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 4.1). Las microempresas son las que presentan un saldo de evolución más desfavorable, aunque resulta positivo (9,1 puntos). Se observa que conforme aumenta el tamaño de las empresas su crecimiento en el empleo ha sido mayor. Así, el 29% de las empresas medianas aumentó el empleo en 2022 respecto al año previo, reflejando el mayor saldo positivo de evolución (22,0).

Sobre las expectativas para 2023, en generación de empleo vemos una tendencia sustancialmente más favorable, aunque con un comportamiento dispar según el tamaño analizado. La diferencia entre las pymes que opinan que disminuirán el empleo y las que lo aumentarán (saldo de expectativas), pone de manifiesto que el

tamaño es un factor muy significativo. Así, cuanto mayor es el tamaño de la empresa mayor es su saldo de expectativas. De esta forma, podemos apreciar que las microempresas presentan un saldo positivo de 29 puntos, mientras que las empresas medianas sitúan su saldo de expectativas de empleo en 54,6 puntos. La mayor expectativa de aumento del empleo para 2023 la tienen las medianas empresas, ya que el 55,8% espera poder contratar más trabajadores.

**CUADRO 4.1 · EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE EL EMPLEO · TAMAÑO DE LA EMPRESA (PORCENTAJES DE EMPRESAS)**

VARIACIONES	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
<b>EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS DURANTE LOS AÑOS 2021 Y 2022</b>				
Aumento de empleo (%)	13,0	16,1	29,0	
Estabilidad de empleo (%)	83,1	80,8	64,0	
Disminución de empleo (%)	3,9	3,1	7,0	
<b>SALDO DE EVOLUCIÓN</b>	<b>9,1</b>	<b>13,0</b>	<b>22,0</b>	<b>***</b>
<b>TENDENCIA EMPLEO 2023</b>				
Aumento (%)	33,8	32,9	55,8	
Estabilidad (%)	61,4	63,3	43,0	
Disminución (%)	4,8	3,8	1,2	
<b>SALDO DE EXPECTATIVAS</b>	<b>29,0</b>	<b>29,1</b>	<b>54,6</b>	<b>***</b>

Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Con respecto al sector, se comprueba que el saldo de evolución del empleo en 2022 es más desfavorable para las empresas de comercio (Cuadro 4.2). Así, la diferencia entre el porcentaje de empresas que han aumentado empleo y el porcentaje que lo han reducido (saldo de evolución), ha sido de 6,2 puntos porcentuales en las pymes de comercio, frente a 10,8 puntos en las pymes del sector servicios, 16,1 puntos en las industriales y de 16,8 puntos en las de construcción. Son las empresas industriales (19,9%) y construcción (19,1%) las que ofrecen un mayor crecimiento del empleo.

Las expectativas de empleo para 2023 mejoran respecto al año anterior, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas. Los sectores que presentan unas expectativas más favorables para el empleo en 2023 son los sectores de servicios y construcción (saldo de expectativas de 33,9 y 32,1 puntos, respectivamente).

**CUADRO 4.2 · EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE EL EMPLEO · SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA (PORCENTAJES DE EMPRESAS)**

VARIACIONES	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
<b>EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS DURANTE LOS AÑOS 2021 Y 2022</b>					
Aumento de empleo (%)	19,9	19,1	9,6	16,2	
Estabilidad de empleo (%)	76,3	78,6	87,0	78,4	
Disminución de empleo (%)	3,8	2,3	3,4	5,4	
<b>SALDO DE EVOLUCIÓN</b>	<b>16,1</b>	<b>16,8</b>	<b>6,2</b>	<b>10,8</b>	<b>*</b>
<b>TENDENCIA EMPLEO 2023</b>					
Aumento (%)	33,9	35,9	34,5	36,8	
Estabilidad (%)	61,9	60,3	61,5	60,3	
Disminución (%)	4,2	3,8	4,0	2,9	
<b>SALDO DE EXPECTATIVAS</b>	<b>29,7</b>	<b>32,1</b>	<b>30,5</b>	<b>33,9</b>	<b>-</b>

Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa



## Ventas

El año 2022 ha sido un año de transición, tras superar la crisis originada por la COVID-19, pero condicionado por el fuerte impacto de la guerra Rusia-Ucrania. El 33,0% de las pymes estima que ha aumentado sus ventas en 2022 con relación a las registradas en 2021 (Gráfico 4.2), mientras que el 60,7% consiguió mantenerlas y un 6,3% las redujo.

En este contexto se preguntó a las pymes encuestadas sobre las expectativas de ventas para el año 2023 (Gráfico 4.3). Se aprecia que las expectativas son más conservadoras. Así, el 22,6% de las pymes espera aumentar sus ventas en 2023, un 73,4% espera mantenerlas, mientras que solo prevé que sus ventas disminuyan un 4,0% de las empresas, mejorando los valores de 2022 (6,3%).

GRÁFICO 4.2 · COMPARANDO SUS VENTAS EN 2022 CON RELACIÓN A 2021 ÉSTAS HAN...

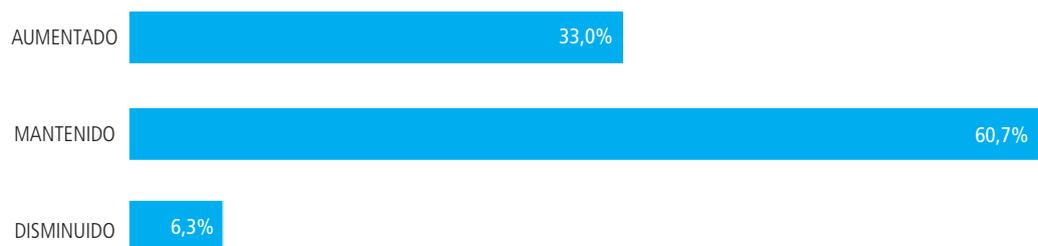
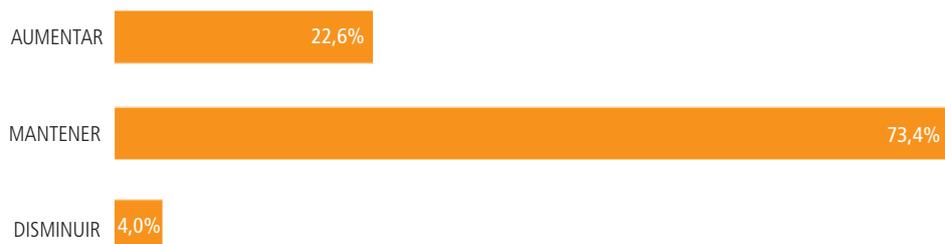


GRÁFICO 4.3 · ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE VENTAS DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2023?



Al analizar el tamaño de las empresas encontramos diferencias significativas que son importantes resaltar (Cuadro 4.3). La evolución más favorable la presentan las empresas pequeñas y medianas. El 33,1% de las pequeñas vieron como sus ventas aumentaban en 2022 y el 36,5% para el caso de las medianas; siendo el saldo de evolución de las ventas más favorable para las medianas con un valor de 28,3 puntos. Por su parte, las microempresas, aunque también con una evolución favorable de las ventas, muestran un menor saldo de 25,1 puntos.

En cuanto a las expectativas para el 2023 existe una posición claramente más favorable para las empresas medianas que tienen un saldo de expectativas de 28,8 puntos, frente a los 19,2 puntos de las pequeñas y los 14,5 puntos de las microempresas. No obstante, estos resultados han de ser interpretados con cautela al no ser las diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 4.3 · EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS VENTAS · TAMAÑO DE LA EMPRESA  
(PORCENTAJES DE EMPRESAS)

VARIACIONES	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
<b>EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ENTRE 2021 Y 2022</b>				
Aumento (%)	30,9	33,1	36,5	
Mantenimiento (%)	63,3	60,6	55,3	
Disminución (%)	5,8	6,3	8,2	
<b>SALDO DE EVOLUCIÓN</b>	<b>25,1</b>	<b>26,8</b>	<b>28,3</b>	<b>-</b>
<b>EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2023</b>				
Aumento (%)	18,8	23,5	28,6	
Mantenimiento (%)	76,9	72,2	71,4	
Disminución (%)	4,3	4,3	0,0	
<b>SALDO DE EXPECTATIVAS</b>	<b>14,5</b>	<b>19,2</b>	<b>28,8</b>	<b>-</b>

Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

En cuanto al sector de actividad, se analiza la evolución de las ventas entre 2021 y 2022, así como las expectativas de las ventas para 2023 (Cuadro 4.4). Los sectores que presentaron una evolución más favorable en 2022 fueron servicios (saldo de 30,9 puntos) e industria (27,0 puntos).

Las expectativas para 2023 en términos de ventas son para todos los sectores peores que la evolución de las ventas en 2022. Los sectores con unas expectativas de ventas más negativas para 2023 son construcción (12,3 puntos) e industria (16,6 puntos). Por el contrario, las mejores expectativas de venta para 2023 se encuentran en servicios (24,7 puntos) y comercio (19,4 puntos). Estos valores deben interpretarse como solamente descriptivos al no ser significativas las diferencias.

CUADRO 4.4 · EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS VENTAS · SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA  
(PORCENTAJES DE EMPRESAS)

VARIACIONES	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
<b>EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ENTRE 2021 Y 2022</b>					
Aumento (%)	34,3	32,3	27,8	36,3	
Mantenimiento (%)	58,4	62,3	65,9	58,3	
Disminución (%)	7,3	5,4	6,3	5,4	
<b>SALDO DE EVOLUCIÓN</b>	<b>27,0</b>	<b>26,9</b>	<b>21,5</b>	<b>30,9</b>	<b>-</b>
<b>EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2023</b>					
Aumento (%)	20,8	18,5	22,2	28,2	
Mantenimiento (%)	75,0	75,3	75,0	68,3	
Disminución (%)	4,2	6,2	2,8	3,5	
<b>SALDO DE EXPECTATIVAS</b>	<b>16,6</b>	<b>12,3</b>	<b>19,4</b>	<b>24,7</b>	<b>-</b>

Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

## 5. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

€ Tras la crisis originada por la pandemia de la COVID-19, y cuando se estaba en pleno proceso de recuperación, la guerra Rusia-Ucrania ha generado un clima de inestabilidad y fuerte inflación en toda Europa que ha derivado en una política monetaria restrictiva por parte del Banco Central Europeo. En este contexto de incertidumbre, las pymes han visto encarecerse el acceso al crédito bancario y la vuelta a un menor acceso a la financiación. Ante esta situación, en este apartado, se analiza la financiación de las pymes, preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado.

El gráfico 5.1 muestra que sólo el 17,6% de las pymes ha solicitado líneas de financiación a entidades de crédito, mientras que el 82,3% no ha realizado la solicitud, bien porque no lo necesitan (25,3%) o porque se autofinancian (57,0%). Un insignificante 0,1% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autolimitan (*borrower discouragement*). Estos bajos valores de acceso al crédito bancario ponen de manifiesto el impacto de la subida de tipos de interés sobre la demanda de financiación por parte de las pymes.

Por su parte, el gráfico 5.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas pymes que han intentado contratar líneas de financiación. Los datos muestran que al 60,4% de las empresas se les concedió financiación en las mismas condiciones que en años anteriores. Al 38,8% de las pymes se les concedió financiación, pero les endurecieron las condiciones. Del resto de solicitudes, apenas el 0,7%, no aceptaron las condiciones que les impuso la entidad financiera, no les concedieron la financiación o bien la solicitud se encontraba en trámite al tiempo de hacer la encuesta. El contexto de nuevas restricciones financieras con importantes subidas de tipo de interés es patente al observar los resultados.

GRÁFICO 5.1 · UTILIZACIÓN DE LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DE ENTIDADES DE CRÉDITO

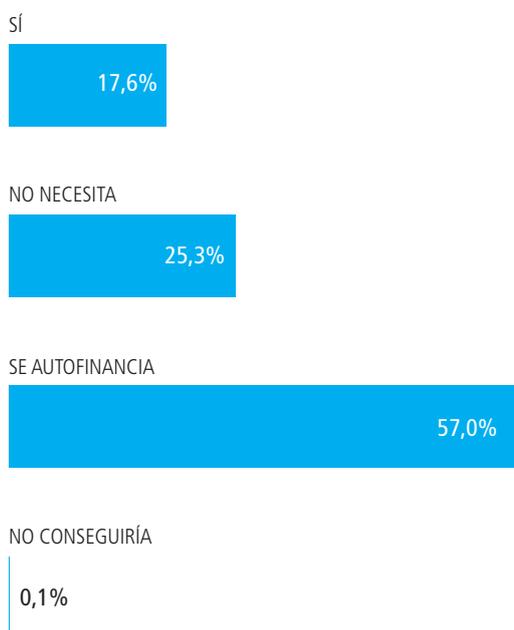
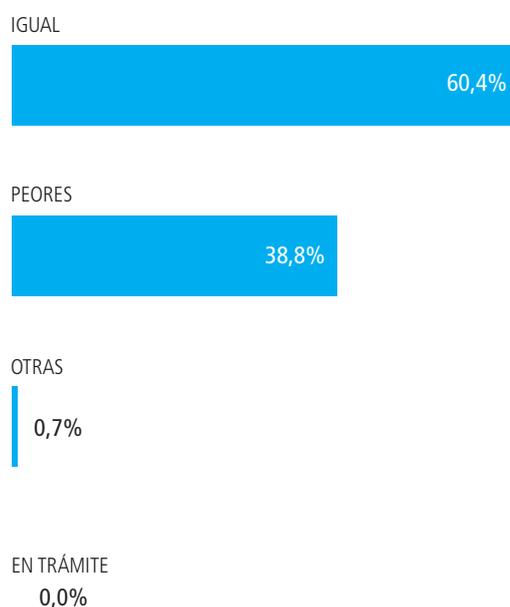


GRÁFICO 5.2 · CONDICIONES DE ACCESO A FINANCIACIÓN DE ENTIDADES DE CRÉDITO



Para un mayor detalle analizamos las diferencias en el acceso a la financiación considerando el tamaño y el sector de actividad de la empresa. Por lo que respecta al tamaño (*Cuadro 5.1*), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en la solicitud de la financiación, pero no en el acceso a la financiación. Se observa como las empresas medianas son las que en mayor proporción solicitan financiación a las entidades financieras (19,8%), mientras que las microempresas son las que menos acuden (13,5%). Estas diferencias vienen explicadas principalmente porque la microempresa cuenta con menos garantías que ofrecer a las entidades financieras y suele tener una menor capacidad de negociación. Ante el escenario de subidas de tipos de interés en el mercado financiero las pymes optan por la autofinanciación. En este sentido, los resultados indican una fuerte apuesta por la financiación con recursos propios que aumenta con el tamaño de la empresa. Así, se autofinancia el 59,3% de las medianas, el 58,6% de las pequeñas y el 50,7% de las microempresas. En este contexto de incertidumbre el 35,3% de las microempresas reconoce que no está invirtiendo.

Respecto a las condiciones del acceso a la financiación en los casos que lo han solicitado (*Cuadro 5.1*), en general, se puede apreciar que se les han concedido en las mismas condiciones para la mayoría de las microempresas (72,4%) y pequeñas (58,2%). Sin embargo, las empresas medianas, que son las que más solicitan financiación, afirman en su mayor parte que han visto endurecidas las condiciones financieras (52,9%). No obstante, estos resultados deben interpretarse con cautela al no ser las diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 5.1 · SOLICITUD Y ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE LA PYME (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
<b>SOLICITUD DE FINANCIACIÓN</b>				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	13,5	19,0	19,8	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	35,3	22,4	20,9	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	50,7	58,6	59,3	***
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	0,5	0,0	0,0	
<b>ACCESO A LA FINANCIACIÓN</b>				
Se la han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	72,4	58,2	47,1	
Se la han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	27,6	40,7	52,9	-
No le han concedido la financiación y otros (%)	0,0	1,1	0,0	

Chi-Cuadrado de Pearson · Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

En cuanto al sector de actividad (*Cuadro 5.2*), no se encuentran diferencias significativas en la solicitud de financiación, pero sí en el acceso de la financiación. Respecto a la solicitud de financiación, de una forma descriptiva (al no ser los resultados significativos), podemos destacar que las empresas de la construcción fueron las que en mayor medida solicitaron financiación bancaria (23,7% de las pymes encuestadas) y del sector servicios las que menos recurrieron al crédito bancario (15,2%).

En cuanto al acceso a la financiación, los resultados sí ofrecen diferencias estadísticamente significativas atendiendo al sector de actividad. Así, destaca que el sector industrial ha recibido financiación crediticia en las mismas condiciones que en otros años en el 72,3% de los casos, seguido de comercio (61,3%) y construcción (60%). Por el contrario, es el sector servicios el que manifiesta un endurecimiento de las condiciones financieras

por parte de las entidades de crédito para el 58,1% de las pymes. En un pequeño porcentaje (3,2%), las pymes del sector comercio señalan que no le han concedido la financiación.

CUADRO 5.2 · SOLICITUD Y ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE LA PYME (SECTOR DE ACTIVIDAD)

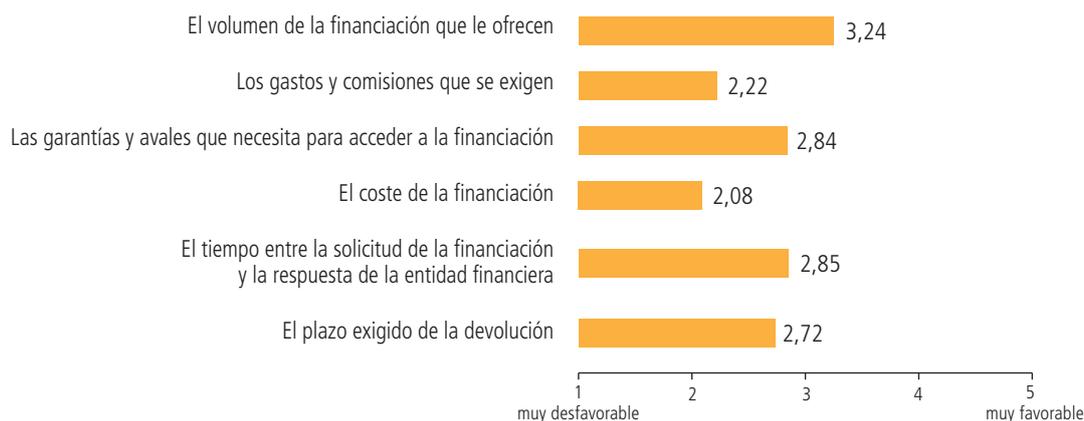
	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
<b>SOLICITUD DE FINANCIACIÓN</b>					
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	16,5	23,7	17,5	15,2	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	23,9	29,0	23,2	27,0	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	59,6	47,3	59,3	57,3	-
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	0,0	0,0	0,0	0,5	
<b>ACCESO A LA FINANCIACIÓN</b>					
Se la han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	72,3	60,0	61,3	41,9	
Se la han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	27,7	40,0	35,5	58,1	*
No le han concedido la financiación y otros (%)	0,0	0,0	3,2	0,0	

Chi-Cuadrado de Pearson · Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*) :  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

El análisis del acceso a la financiación bancaria debe completarse con la discusión sobre las condiciones de dicha financiación. Nos referimos a términos contractuales tales como el coste y el volumen de la línea de financiación, las comisiones y gastos de la operación, las garantías y avales que deben aportarse y el plazo de devolución de los recursos prestados. Así mismo, analizamos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera.

En este apartado estudiamos la evolución de las condiciones financieras que han tenido las pymes durante los dos últimos años, cuyos resultados se muestran en el gráfico 5.3. Estos son medidos en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), y podemos observar diferencias en las diversas características analizadas. En este sentido, el aspecto que mejor ha evolucionado es el volumen de financiación que le ofrecen (3,24) y, en menor medida, el tiempo de respuesta a la solicitud (2,85) junto con la exigencia de garantías y avales (2,84). En sentido contrario, los resultados más desfavorables se obtienen en relación con el coste de la financiación (2,08), tras la constante subida de los tipos de interés, y el aumento de los gastos y comisiones que exigen las entidades de crédito (2,22).

GRÁFICO 5.3 · EVOLUCIÓN DE LAS CONDICIONES DE FINANCIACIÓN



Como se puede apreciar en el cuadro 5.3, el tamaño de la empresa no tiene efectos muy significativos en la evolución de las condiciones de financiación.

**CUADRO 5.3 · EVOLUCIÓN EN LAS CONDICIONES DE LA FINANCIACIÓN<sup>1</sup> (TAMAÑO DE LA EMPRESA)**

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Volumen de la financiación ofrecida	3,31	3,19	3,29	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,24	2,22	2,15	-
Garantías y avales necesarios	2,89	2,80	2,88	-
El coste de la financiación	2,12	2,07	2,06	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,90	2,83	2,85	-
El vencimiento de la financiación	2,69	2,74	2,71	-

1. En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Adicionalmente, el cuadro 5.4 muestra que no existen diferencias estadísticamente significativas considerando a las pymes según su sector de actividad y en relación con el volumen de financiación recibida, la evolución de los gastos y comisiones, las garantías y avales necesarios, el coste de la financiación y el tiempo de resolución de la solicitud. Sin embargo, se aprecian diferencias significativas en lo que respecta al vencimiento de la financiación. Aunque para todos los sectores de actividad los plazos de vencimiento de la financiación han empeorado respecto a años previos, la situación se ha deteriorado más en los sectores servicios (2,64) y construcción (2,68).

**CUADRO 5.4 · EVOLUCIÓN LAS CONDICIONES DE LA FINANCIACIÓN<sup>1</sup> (SECTOR DE ACTIVIDAD)**

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Volumen de la financiación ofrecida	3,24	3,27	3,16	3,30	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,28	2,14	2,19	2,24	-
Garantías y avales necesarios	2,88	2,88	2,75	2,85	-
El coste de la financiación	2,20	2,04	2,06	1,97	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,90	2,84	2,84	2,82	-
El vencimiento de la financiación	2,83	2,68	2,70	2,64	**

1. En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

## 6. ACTIVIDAD INNOVADORA



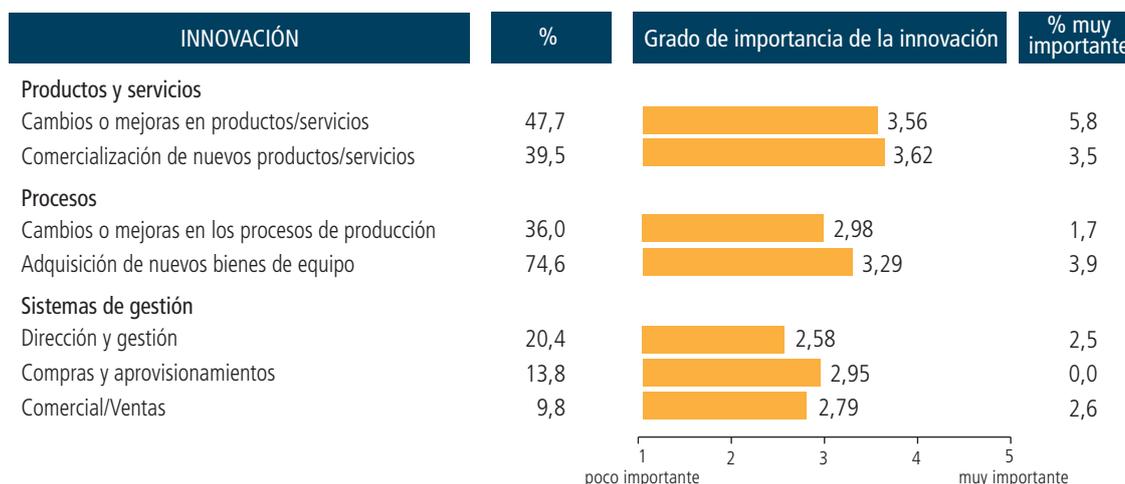
Las pymes aprovechan sus capacidades de innovación de diversas formas, sin que exista una fórmula definitiva para alcanzar el éxito, y por ello, la gerencia debería adaptar estas capacidades según su análisis de las necesidades actuales y futuras de la empresa. Entre las capacidades más determinantes del futuro de cualquier empresa se encuentra la innovación y, sin embargo, todavía no está suficientemente claro cuál es su efecto, aunque se sabe que es posible mejorarla a partir del análisis de distintas facetas organizativas (Saunila, 2020).

El estudio de la innovación puede abordarse de diversas formas, si bien en la literatura predominan dos enfoques: la innovación como proceso y la innovación como resultado. En el primero, la capacidad de innovación se enfoca en la transformación del conocimiento y la implementación de ideas en nuevos productos, procesos y sistemas (Lawson y Samson, 2001). El segundo se refiere a la capacidad de generar diferentes tipos de innovación, es decir, a la actividad innovadora en términos de productos y servicios, procesos y sistemas de gestión, así como la innovación organizativa.

La investigación se ha centrado más en la innovación en productos o servicios que en la innovación en procesos, pero resulta aún más interesante cuando se estudian en conjunto (Maldonado-Guzmán y García-Reyes, 2018). La literatura muestra que la actividad innovadora de las pymes está influenciada por múltiples aspectos, como el liderazgo directivo, las redes de colaboración externas (proveedores, clientes y competidores), las fuentes internas de conocimiento y aprendizaje (experiencia y formación), la intensidad tecnológica, la incertidumbre y la orientación estratégica, entre otros (Saunila, 2020). El efecto de estos aspectos en cada tipo de actividad innovadora puede variar. Por ejemplo, el aprendizaje tiene un impacto positivo en la innovación de productos o procesos (Romijn y Albaladejo, 2002), mientras que la innovación organizativa está relacionada con las redes de colaboración externas y la coordinación dentro de la propia organización (Benhayoun et al., 2021). En resumen, el análisis de la actividad innovadora nos permite examinar los diferentes aspectos que pueden mejorarla, aunque nos vamos a centrar en el tamaño y el sector de actividad de la empresa.

El gráfico 6.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años, distinguiendo entre innovación en productos y servicios, innovación en procesos e innovación en gestión. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones.

**GRÁFICO 6.1 · REALIZACIÓN DE INNOVACIONES EN PRODUCTOS, PROCESOS O GESTIÓN Y GRADO DE IMPORTANCIA DE LAS MISMAS**



Respecto a **innovación en productos** apreciamos cómo el 47,7% de las pymes realizaron cambios o mejoras en productos o servicios (61,2% en 2022) y el 39,5% ha comercializado nuevos productos o servicios (48% el año anterior). El grado de importancia en los dos tipos de innovación en productos es 3,56 (cambios o mejoras) y 3,62 (nuevos lanzamientos), respectivamente. La actividad desarrollada en relación con la innovación en procesos también ha disminuido del 41,1% de 2022 al 36,0% en 2023.

El porcentaje de pymes que adquirieron **nuevos bienes de equipo** es el 74,6%, en la línea de 2022, 75,1%. Al analizar la importancia o intensidad de la innovación, los datos muestran que las innovaciones relacionadas con la adquisición de nuevos bienes de equipo (3,29) han sido más importantes que los cambios o mejoras en los procesos de producción (2,98). En los dos casos estos valores fueron significativamente menores a los de 2022 (3,75 y 3,45 respectivamente).

El porcentaje de empresas que ha desarrollado **innovaciones en sus sistemas de gestión** relacionados con la dirección y gestión es del 20,4%, el 13,8% innovó en los sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos y el 9,8% llevó a cabo mejoras en el área comercial/ventas. Todos estos porcentajes se sitúan claramente por debajo de los obtenidos en 2022, 37,8%, 33,4% y 29,5%, respectivamente. Dentro de las innovaciones relacionadas con la gestión, la más relevante fue la relacionada con los sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos, con un valor de 2,95 sobre 5.

Por otra parte, el gráfico 6.1 muestra también información sobre el porcentaje de empresas para las que la innovación fue muy importante (empresas que respondieron 5 en una escala de 1 a 5). El 3,5% de las pymes calificaron de esta manera las innovaciones en la comercialización de nuevos productos o servicios, el 5,8% en cambios y mejoras en productos/servicios, para el 3,9% la adquisición de nuevos bienes de equipo fue muy importante y para el 2,5% las innovaciones en el área de dirección y gestión también tuvieron una importancia elevada. De nuevo, en todos los casos, este indicador se sitúa claramente por debajo de los resultados de 2022.

Al analizar los distintos tipos de innovación en función del tamaño de la empresa, se observan diferencias muy significativas, tal y como muestra el cuadro 6.1. En todos los casos en los que hemos obtenido evidencias estadísticamente significativas las empresas medianas son las que en mayor medida realizan cambios o mejoras en los procesos de producción, organización y gestión, compras y aprovisionamientos y comercial y ventas.

CUADRO 6.1 · REALIZACIÓN DE INNOVACIONES · TAMAÑO DE LA EMPRESA (PORCENTAJES DE EMPRESAS)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
<b>INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes (%)	43,5	47,9	54,1	-
Comercialización nuevos productos/servicios (%)	38,5	39,5	41,8	-
<b>INNOVACIÓN EN PROCESOS</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción (%)	27,3	37,3	43,9	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo (%)	69,6	76,3	74,5	-
<b>INNOVACIÓN EN GESTIÓN</b>				
Organización y gestión (%)	9,9	21,6	31,6	***
Compras y aprovisionamientos (%)	9,3	13,0	25,5	***
Comercial/ventas (%)	5,6	8,9	21,4	***

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Respecto a las innovaciones en procesos se observan diferencias menores que en los otros tipos de innovación. El 43,9% de las pymes de tamaño mediano realizó cambios o mejoras en los procesos de producción, frente al 37,3% de las pequeñas y el 27,3% de las microempresas. Respecto a las innovaciones en gestión (organización, compras y comercial), se encuentran diferencias significativas por tamaño. De forma que, las medianas empresas innovan más en todos los aspectos analizados, siendo las innovaciones en organización y gestión las de mayor importancia. En concreto, con valores del 31,6% para las medianas, 21,6% para las pequeñas y del 9,9% para las microempresas.

Al analizar su importancia (*Cuadro 6.2*) no se aprecian diferencias significativas entre los distintos segmentos, a excepción de la adquisición de nuevos bienes de equipo que, por lo general, es media-alta y creciente según el tamaño, con valores que oscilan desde 2,90 para las microempresas hasta 3,60 para las medianas.

CUADRO 6.2 · IMPORTANCIA DE LAS INNOVACIONES (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
<b>INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	3,67	3,55	3,51	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,65	3,58	3,80	-
<b>INNOVACIÓN EN PROCESOS</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	2,82	2,99	3,14	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	2,90	3,33	3,60	***
<b>INNOVACIÓN EN GESTIÓN</b>				
Organización y gestión	2,31	2,57	2,74	-
Compras y aprovisionamientos	2,73	2,93	3,12	-
Comercial/ventas	2,33	2,79	3,00	-

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativo

El análisis de la innovación en función del sector de actividad muestra diferencias significativas en su comportamiento (*Cuadro 6.3*).

CUADRO 6.3 · REALIZACIÓN DE INNOVACIONES · SECTOR DE ACTIVIDAD (PORCENTAJES DE EMPRESAS)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
<b>INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>					
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes (%)	55,9	37,7	53,4	37,7	***
Comercialización nuevos productos/servicios (%)	50,7	17,7	50,6	28,5	***
<b>INNOVACIÓN EN PROCESOS</b>					
Cambios o mejoras en los procesos de producción (%)	57,3	33,1	17,6	24,2	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo (%)	78,3	83,8	61,9	74,4	***
<b>INNOVACIÓN EN GESTIÓN</b>					
Organización y gestión (%)	27,3	13,2	14,2	20,8	***
Compras y aprovisionamientos (%)	18,9	5,4	9,7	15,5	***
Comercial/ventas (%)	13,3	3,8	5,7	12,1	***

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

En innovaciones relativas a productos y servicios, los sectores con un mayor porcentaje de empresas que han llevado a cabo mejoras en la comercialización de productos o servicios existentes son la industria (55,9%) y el comercio (53,4%), seguidos por los servicios y la construcción (37,7% en ambos casos). Igualmente, en la comercialización de nuevos productos o servicios son el sector industrial (50,7%) y el comercio (50,6%) los que tienen los mayores porcentajes. Por su parte, y para este tipo de innovación, en los sectores de construcción y servicios se alcanzan valores del 17,7% y 28,5%, respectivamente.

Respecto a innovaciones en procesos, se aprecia que las empresas de construcción destacan en la adquisición de nuevos bienes de equipo. El 83,8% de ellas acometió este tipo de innovación. Por el contrario, en las pymes del sector comercio esta innovación no fue tan importante (61,9% de las empresas).

En relación con la importancia de las innovaciones y el sector de actividad de la empresa (*Cuadro 6.4*), se aprecian diferencias significativas en cambios o mejoras en productos existentes, siendo el comercio el que presenta el mayor valor (3,68) seguido de cerca por la industria (3,58), servicios (3,54) y la construcción (3,35). Los cambios o mejoras en los procesos de producción más importantes son los del sector servicios (3,34), después la industria (2,96), el comercio (2,84) y la construcción (2,77). La adquisición de nuevos bienes de equipo es más importante en la industria (3,40) y los servicios (3,39), seguidos por la construcción (3,20) y el comercio (2,98).

En cuanto a las innovaciones en gestión, solo hemos encontrado significatividad estadística en las relativas a las áreas comerciales y de ventas. El orden de los sectores es el siguiente: primero el comercial (3,30), seguido de servicios (3,00), y construcción (2,60) e industria (2,55).

CUADRO 6.4 · IMPORTANCIA DE LAS INNOVACIONES (SECTOR DE ACTIVIDAD)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
<b>INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>					
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	3,58	3,35	3,68	3,54	*
Comercialización nuevos productos/servicios	3,63	3,43	3,64	3,64	-
<b>INNOVACIÓN EN PROCESOS</b>					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	2,96	2,77	2,84	3,34	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,40	3,20	2,98	3,39	***
<b>INNOVACIÓN EN GESTIÓN</b>					
Organización y gestión	2,54	2,59	2,48	2,70	-
Compras y aprovisionamientos	2,85	2,71	2,94	3,16	-
Comercial/ventas	2,55	2,60	3,30	3,00	*

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativo

## 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO



Hay diferentes metodologías para evaluar el desempeño de una empresa. Algunas se basan en información contable extraída de los registros financieros de la compañía, mientras que otras se construyen a partir de la percepción del gerente sobre la posición competitiva de la empresa.

La elección entre utilizar uno u otro tipo de información tiene ventajas e inconvenientes que no son objeto de este trabajo. Sin embargo, en este capítulo nos basaremos en el segundo tipo de información, ya que, en momentos como este, caracterizados por la incertidumbre en un entorno muy dinámico, la información proporcionada por el sistema contable, referida a eventos pasados, no facilita una proyección hacia el futuro.

De forma específica, se han utilizado ocho variables basadas en el trabajo de Quinn y Rohrbaugh (1983) para medir el rendimiento empresarial. A los directivos se les ha solicitado que muestren su grado de acuerdo (1- "total desacuerdo", 5- "total acuerdo") con las siguientes afirmaciones en comparación con sus competidores más importantes: ofrece productos de mayor calidad, dispone de procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, se adapta antes a los cambios en el mercado, está creciendo más, es más rentable, tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente, tiene menor absentismo laboral.

En el gráfico 7.1 se observa que los aspectos que las pymes españolas consideran como más favorables son: la satisfacción de clientes (3,91), el menor grado de absentismo laboral y la satisfacción de los empleados (3,65 en ambos casos), la calidad de sus productos (3,59) y la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,31).

Por el contrario, los aspectos que perciben como menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (3,04) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,08). Aunque en ambos casos con valores superiores a 3 (punto medio de la escala). En una posición intermedia se sitúa la mayor eficiencia de los procesos productivos (3,30).

**GRÁFICO 7.1 · EN COMPARACIÓN CON SUS COMPETIDORES DIRECTOS, INDIQUE CUAL ES LA POSICIÓN DE SU EMPRESA CON LOS SIGUIENTES INDICADORES DE RENDIMIENTO**



Si analizamos el rendimiento según el tamaño de las pymes (*Cuadro 7.1*), encontramos diferencias significativas a favor de las medianas empresas en que se adapta antes a los cambios en el mercado (3,50), la disposición

de procesos internos más eficientes (3,42), está creciendo más (3,19) y es más rentable (3,12). Las microempresas tienen menos absentismo laboral (4,13) y empleados más satisfechos y/o motivados (4,12).

**CUADRO 7.1 · RENDIMIENTO DE LAS PYMES FRENTE A SUS COMPETIDORES (TAMAÑO DE LA EMPRESA)**

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Ofrece productos de mayor calidad	3,57	3,58	3,64	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,23	3,29	3,42	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,98	3,90	3,88	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,20	3,33	3,50	***
Está creciendo más	3,06	3,07	3,19	***
Es más rentable	3,02	3,04	3,12	***
Tiene empleados más satisfechos/motivados	4,12	3,58	3,32	***
Tiene un menor absentismo laboral	4,13	3,57	3,65	***

En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Finalmente, con relación al sector de actividad los datos mostraron diferencias estadísticamente significativas en algunos indicadores (Cuadro 7.2). Las empresas industriales cuentan con clientes más satisfechos (3,96), ofrecen productos de mayor calidad (3,74), tienen un menor absentismo laboral (3,72) y se adaptan antes a los cambios del mercado (3,40); mientras que las pymes de la construcción destacan por tener procesos internos más eficientes (3,42), seguida muy de cerca por la industria (3,39).

**CUADRO 7.2 · RENDIMIENTO DE LAS PYMES FRENTE A SUS COMPETIDORES (SECTOR DE ACTIVIDAD)**

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Ofrece productos de mayor calidad	3,74	3,42	3,55	3,51	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3,39	3,42	3,09	3,27	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,96	3,90	3,84	3,93	*
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,40	3,32	3,18	3,34	***
Está creciendo más	3,10	3,05	3,06	3,09	-
Es más rentable	3,06	3,02	3,03	3,04	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,71	3,65	3,63	3,60	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,72	3,64	3,63	3,57	*

En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

## 8. OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES

Los postulados del análisis estratégico contemplan que los resultados que finalmente consiguen las empresas son el resultado de la existencia de oportunidades de mercado unido a la disponibilidad de recursos internos. En la medida que la empresa cuente con los recursos humanos, materiales y físicos adecuados será capaz de aprovechar las oportunidades existentes en los sectores de actividad donde compita.

No obstante, existen una serie de amenazas derivadas del entorno general relacionadas con la situación económica, social, política y tecnológica. Al mismo tiempo, la situación interna en determinados elementos también puede influir en la rentabilidad de la empresa.

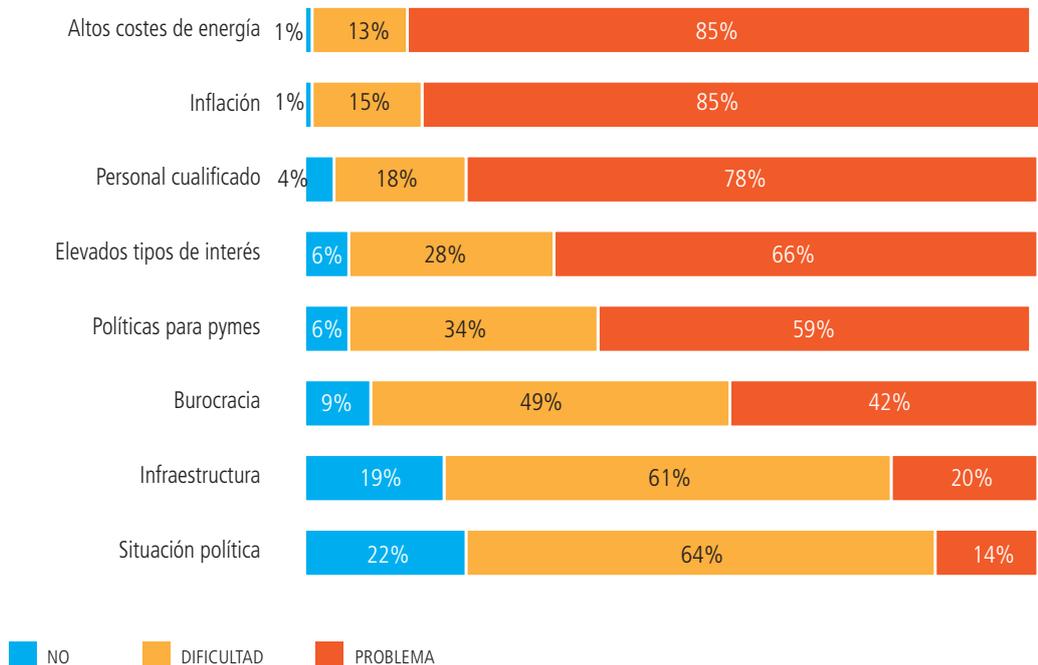
En este apartado se mide el nivel de importancia del primer grupo de elementos, los factores externos; así como del segundo, los factores internos. Para una serie de variables se ha preguntado si constituían algún tipo de obstáculo y, en su caso, si era meramente una dificultad o si realmente era un problema para la empresa.



### Factores externos

En cuanto a los factores externos, el gráfico 8.1 ordena de mayor a menor las variables que más obstaculizan la marcha de las empresas. Las dos mayores preocupaciones son de tipo económico: costes de la energía e inflación. Un 85% califica como problemáticos ambos factores. A continuación, se sitúa en tercer lugar la disponibilidad de personal cualificado en el mercado laboral. Solo un 4% de empresas no tiene problemas al respecto, un 18% presenta dificultades, siendo para un 78% un problema. Los denominados factores políticos, comparativamente, revisten una menor gravedad, siendo los más importantes la ausencia de políticas y programas de apoyo a las pymes, los problemas burocráticos y los problemas políticos derivados de corrupción o inseguridad.

GRÁFICO 8.1 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES EXTERNOS



Atendiendo a los resultados por sector de actividad (*Cuadro 8.1*) se identifican diferencias estadísticamente significativas. La primera conclusión es que para el sector servicios el impacto de los distintos obstáculos (coste de energía, inflación, tipos de interés y política para pymes) es significativamente menor. En el sector comercio el impacto de la escasez de personal cualificado (1,66) es también menor. Por otra parte, el sector de la construcción percibe una mayor importancia que el resto en los obstáculos de escasez de personal cualificado (1,87) y la inexistencia de políticas para pymes (1,66).

CUADRO 8.1 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES EXTERNOS (SECTOR DE ACTIVIDAD)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Altos costes de energía	1,88	1,84	1,82	1,79	*
Inflación	1,84	1,89	1,87	1,78	**
Personal cualificado	1,73	1,87	1,66	1,73	***
Elevados tipos de interés	1,60	1,67	1,68	1,49	***
Políticas para pymes	1,52	1,66	1,52	1,46	**
Burocracia	1,31	1,37	1,30	1,38	-
Infraestructura	0,98	1,07	1,05	0,98	-
Situación política	0,88	0,96	0,99	0,87	-
Informalidad pymes	0,80	0,85	0,79	0,76	-

En una escala de 0 = no obstáculo, 1 = dificultad, 2 = problema

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Atendiendo al tamaño de la empresa (*Cuadro 8.2*), la principal conclusión es el mayor nivel de obstáculos en las microempresas derivados de la inflación (1,92) y de la escasez de personal cualificado (1,84).

CUADRO 8.2 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES EXTERNOS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Altos costes de energía	1,85	1,84	1,83	-
Inflación	1,92	1,82	1,81	**
Personal cualificado	1,84	1,70	1,73	**
Elevados tipos de interés	1,60	1,61	1,56	-
Políticas para pymes	1,61	1,51	1,48	-
Burocracia	1,31	1,34	1,37	-
Infraestructura	1,00	1,01	1,06	-
Situación política	0,93	0,91	0,94	-
Informalidad pymes	0,86	0,78	0,78	-

En una escala de 0 = no obstáculo, 1 = dificultad, 2 = problema

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa



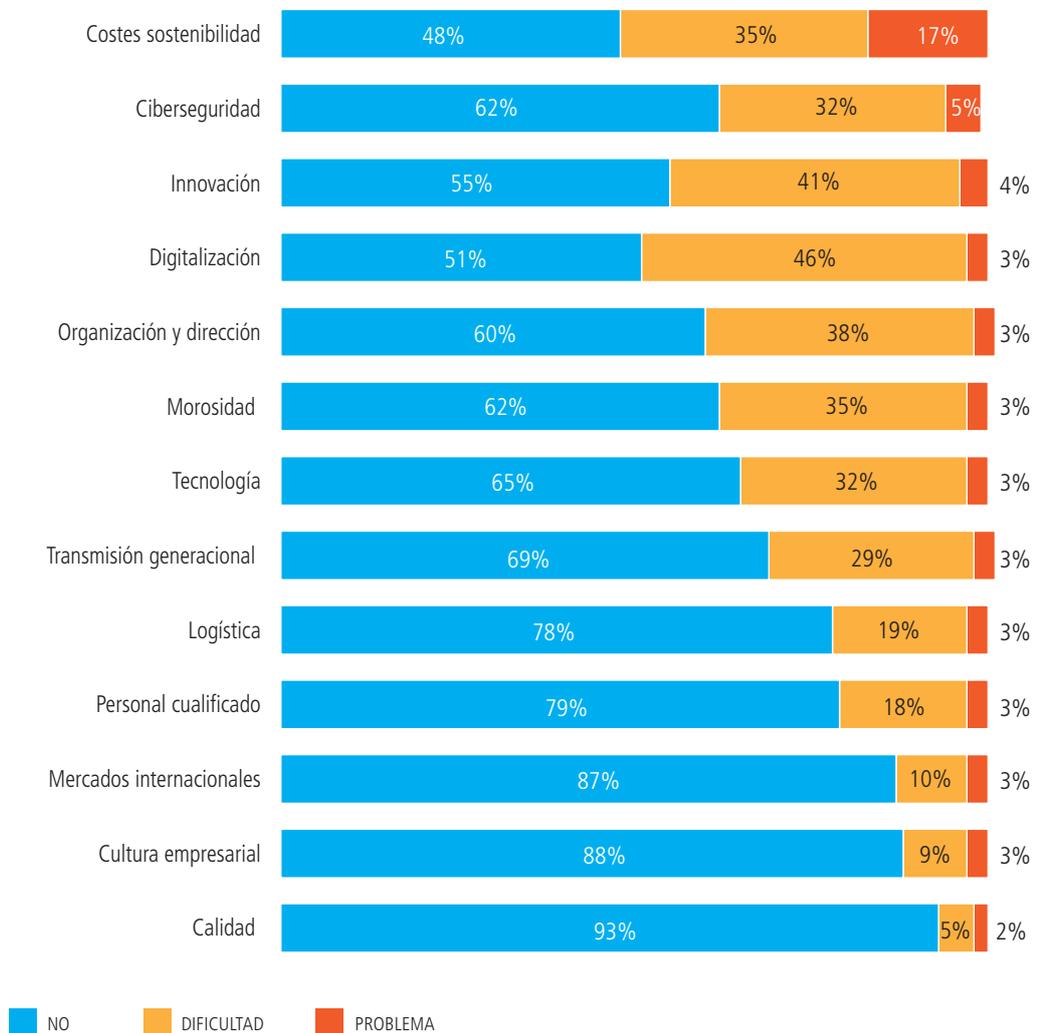
## Factores internos

Con relación a los factores internos (*Gráfico 8.2*), para un 17% de pymes los altos costes asociados a las medidas de sostenibilidad son el principal problema. El siguiente factor más importante son los problemas de ciberseguridad, pero ya solo afectando al 5% de las empresas.

En general, los obstáculos relacionados con los factores internos –como cabía esperar– tienen menos importancia que los externos. Las empresas más que problemas los califican de dificultades. En la medida que son factores que están en manos de las pymes siempre serán más abordables que los externos que no dependen de ellas.

En términos de dificultad, los mayores desafíos para las pymes son la digitalización (46%), la innovación (41%) y la organización y dirección (38%). Es llamativo que el 31% de las empresas tienen algún tipo de problema o dificultad para la transmisión generacional.

GRÁFICO 8.2 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES INTERNOS



El análisis por sector de actividad (*Cuadro 8.3*) revela un importante número de diferencias significativas. Por lo general, el sector industrial enfrenta mayores niveles de obstáculos, específicamente en ciberseguridad (0,53), innovación (0,61), digitalización (0,67), nivel tecnológico (0,46) y acceso a los mercados internacionales (0,25). Los mayores problemas del sector de construcción se localizan en la morosidad (0,53) y la falta de personal cualificado (0,37). De nuevo el sector servicios parece tener menores problemas, en concreto en los costes de sostenibilidad (0,48), ciberseguridad (0,33), innovación (0,38), logística (0,15) y calidad (0,08). El menor problema del sector comercial se refiere al personal cualificado (0,18).

CUADRO 8.3 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES INTERNOS (SECTOR DE ACTIVIDAD)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Costes sostenibilidad	0,88	0,81	0,55	0,48	***
Ciberseguridad	0,53	0,42	0,40	0,33	***
Innovación	0,61	0,41	0,49	0,38	***
Digitalización	0,67	0,44	0,46	0,43	***
Organización y dirección	0,43	0,45	0,36	0,48	-
Morosidad	0,39	0,53	0,46	0,33	***
Tecnología	0,46	0,27	0,36	0,33	***
Transmisión generacional	0,36	0,34	0,33	0,31	-
Logística	0,29	0,20	0,31	0,15	***
Personal cualificado	0,23	0,37	0,18	0,24	***
Mercados internacionales	0,25	0,09	0,14	0,11	***
Cultura empresarial	0,16	0,12	0,17	0,12	-
Calidad	0,10	0,09	0,09	0,08	***

En una escala de 0 = no obstáculo, 1 = dificultad, 2 = problema

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

En cuanto al tamaño (Cuadro 8.4), lógicamente por la mayor complejidad de las empresas de mayor tamaño, éstas encuentran mayores problemas, de forma significativa en los costes de sostenibilidad (0,86), ciberseguridad (0,67), organización y dirección (0,55), logística (0,37) y calidad de sus productos (0,12).

CUADRO 8.4 · NIVEL DE OBSTÁCULO DE LOS FACTORES INTERNOS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Costes sostenibilidad	0,55	0,70	0,86	***
Ciberseguridad	0,25	0,44	0,67	***
Innovación	0,45	0,49	0,54	-
Digitalización	0,47	0,53	0,55	-
Organización y dirección	0,20	0,48	0,55	***
Morosidad	0,44	0,42	0,36	-
Tecnología	0,33	0,38	0,43	-
Transmisión generacional	0,30	0,35	0,34	-
Logística	0,19	0,24	0,37	**
Personal cualificado	0,22	0,24	0,32	-
Mercados internacionales	0,14	0,16	0,21	-
Cultura empresarial	0,14	0,15	0,11	-
Calidad	0,08	0,09	0,12	***

En una escala de 0 = no obstáculo, 1 = dificultad, 2 = problema

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

## 9. PROPUESTAS QUE SOLICITAN LAS PYMES PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD



Desde la perspectiva de la política económica resulta vital diseñar las acciones más oportunas para la mejora de la competitividad empresarial, especialmente debe ser así en las pymes que capitalizan la creación de riqueza en el sistema económico.

El gráfico 9.1 muestra por orden de importancia las acciones más valoradas por las pymes. Las tres primeras tienen un carácter económico: reducción de impuestos (4,44), incrementar las ayudas a la inversión (4,14) y reducir las cuotas a la seguridad social (4,13). A continuación, y por encima de cuatro, figuran acciones relacionadas con la información (divulgación de ayudas a pymes) (4,07) y colaboración (vinculación empresa y universidad) (4,02).

GRÁFICO 9.1 · IMPORTANCIA DE ACCIONES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD



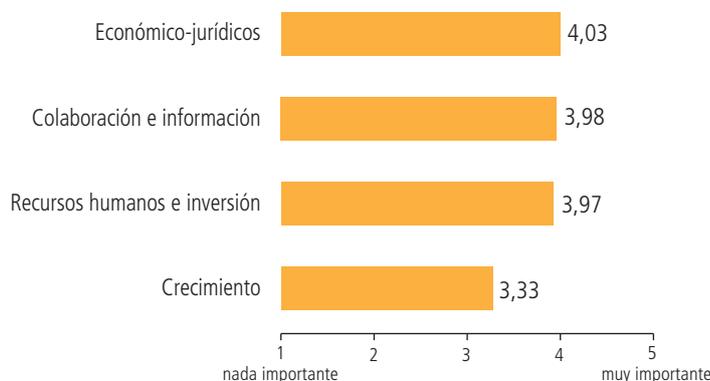
Para que resulte más comprensible el análisis de resultados, debido al elevado número de acciones, se ha realizado un análisis factorial que agrupa las puntuaciones de las variables en cuatro tipos de factores: económico-jurídico, colaboración e información, recursos humanos e inversión y crecimiento.

## FACTORES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD

ECONÓMICO-JURÍDICOS
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social
Reducción de impuestos (presión fiscal)
COLABORACIÓN E INFORMACIÓN
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes
RECURSOS HUMANOS E INVERSIÓN
Aumentar la flexibilidad laboral
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.
Incrementar las ayudas a la inversión
CRECIMIENTO
Mayor fomento a la transformación digital de las pymes
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales
Reducción de los trámites para la creación de empresas

El gráfico 9.2 revela que los factores económico-jurídicos son los más demandados (4,03). A continuación, le siguen colaboración e información (3,98) y recursos humanos e inversión (3,97) con la misma importancia. Finalmente, aparece el factor relacionado con el crecimiento (3,33).

GRÁFICO 9.2. - IMPORTANCIA DE LOS FACTORES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD



El análisis de resultados por sector de actividad y por tamaño de la empresa se realizará tanto a nivel individual de cada variable como factorial.

En cuanto a las acciones concretas, por sectores (*Cuadro 9.1*), de nuevo el sector servicios muestra un comportamiento diferencial por ser menos reivindicativo, específicamente en lo relacionado con impuestos (4,29), suministro de información (3,69) y simplificación de la normativa contable y fiscal (3,62).

Con relación a diferencias en acciones concretas, la reducción de impuestos (4,5) y las ayudas a la inversión (4,2) son más reclamadas por los sectores industrial y construcción, este último también demanda un sistema bancario especializado, más información y asesoramiento, así como la reducción de la complejidad contable y fiscal. En el caso de la industria también sobresale por las demandas de políticas para la transformación digital (3,61) y el acceso a mercados internacionales (3,23). El suministro de información (3,9) y la reducción de la complejidad normativa contable y fiscal (3,8) son más demandadas por los sectores de construcción y comercio.

CUADRO 9.1 · IMPORTANCIA DE ACCIONES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD (SECTOR DE ACTIVIDAD)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,50	4,52	4,45	4,29	**
Incrementar las ayudas a la inversión	4,21	4,27	4,07	4,00	***
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	4,14	4,23	4,07	4,10	-
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes	4,02	4,06	4,14	4,08	-
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	4,00	4,06	4,04	4,02	-
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	4,01	4,08	3,98	3,88	-
Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes	3,93	4,22	4,03	3,82	**
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	3,96	4,08	3,97	3,85	-
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	3,86	3,95	3,97	3,69	**
Aumentar la flexibilidad laboral	3,84	3,81	3,85	3,69	-
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	3,81	3,87	3,86	3,67	-
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	3,76	3,84	3,82	3,62	*
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,63	3,47	3,51	3,49	-
Mayor fomento a la transformación digital de las pymes	3,61	3,37	3,48	3,50	**
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,23	2,69	2,96	2,7	***

En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante

Diferencias estadísticamente significativas (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

El análisis de tamaño (*Cuadro 9.2*) pone de manifiesto un mayor nivel de demanda de acciones por parte de las empresas de menor tamaño, concretamente en la reducción de impuestos (4,61), incremento de ayudas al desarrollo de los recursos humanos (4,20), un sistema bancario especializado en pymes (4,27), suministro de más información (4,09) y la reducción de la complejidad jurídica, contable y fiscal (3,9). Las empresas medianas piden, en mayor medida, un incremento de los incentivos para el acceso a mercados internacionales (3,12).

En términos de factores (*Cuadro 9.3*), las empresas industriales muestran un comportamiento diferencial por sus demandas relacionadas con el crecimiento (3,49) y los recursos humanos e inversión (4,02). En el caso de las empresas de construcción reivindican comparativamente en mayor medida acciones de tipo económico-jurídico (4,12) y recursos humanos e inversión (4,05).

Finalmente, por tamaño (*Cuadro 9.4*), las microempresas se diferencian por una mayor apuesta por las medidas económico-jurídicas (4,19) y de colaboración e información (4,08); mientras que las medianas se centran en las de crecimiento (3,45).

**CUADRO 9.2 · IMPORTANCIA DE ACCIONES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD (TAMAÑO DE LA EMPRESA)**

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,61	4,41	4,33	***
Incrementar las ayudas a la inversión	4,15	4,14	4,11	-
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	4,26	4,08	4,14	-
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes	4,11	4,07	3,99	-
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	4,04	4,02	4,00	-
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	4,20	3,92	3,96	***
Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes	4,27	3,91	3,85	***
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	4,09	3,93	3,89	-
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	4,09	3,80	3,76	***
Aumentar la flexibilidad laboral	3,78	3,78	3,93	-
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	3,97	3,78	3,63	**
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	3,91	3,73	3,63	**
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,55	3,52	3,62	-
Mayor fomento a la transformación digital de las pymes	3,47	3,51	3,59	-
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2,81	2,96	3,12	*

En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante

Diferencias estadísticamente significativas (\*): p<0,1; (\*\*): p<0,05; (\*\*\*): p<0,01; (-) no significativa

**CUADRO 9.3 · IMPORTANCIA DE FACTORES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD (SECTOR DE ACTIVIDAD)**

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Económico-jurídicos	4,05	4,12	4,05	3,92	*
Colaboración e Información	3,96	4,04	4,03	3,91	-
Recursos Humanos e Inversión	4,02	4,05	3,97	3,86	**
Crecimiento	3,49	3,18	3,31	3,23	***

En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante

Diferencias estadísticamente significativas (\*): p<0,1; (\*\*): p<0,05; (\*\*\*): p<0,01; (-) no significativa

**CUADRO 9.4 · IMPORTANCIA DE FACTORES DE MEJORA DE COMPETITIVIDAD (TAMAÑO DE LA EMPRESA)**

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Económico-jurídicos	4,19	4,00	3,93	***
Colaboración e Información	4,08	3,96	3,91	**
Recursos Humanos e Inversión	4,04	3,95	4,00	-
Crecimiento	3,28	3,33	3,45	*

En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante

Diferencias estadísticamente significativas (\*): p<0,1; (\*\*): p<0,05; (\*\*\*): p<0,01; (-) no significativa

## 10. RESUMEN EJECUTIVO

En este apartado se presentan, a modo de resumen general, las principales conclusiones de este estudio realizado a 799 empresas españolas.

### Características generales de las empresas encuestadas

- El 28,4% son microempresas, el 63,6% son pequeñas y el 8% son medianas. El 35,5% pertenece al sector industrial, el 16,8% a la construcción, el 22,8% al comercio y el 24,9% a servicios.
- La antigüedad media de las empresas es de 29 años.
- El control de la gestión de las empresas es, en su mayoría, de tipo familiar. El 68,4% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 16,4% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 70,2% de los gerentes dispone de estudios universitarios.
- El 25,3% de las pymes de la muestra están internacionalizadas y sus ventas al exterior representan por término medio el 30,1% del total de sus ventas. El número medio de países donde las pymes realizan sus ventas internacionales es de 13,7 países.



### Evolución y expectativas en el empleo y ventas

- Al considerar la evolución de 2022 con relación a 2021, los datos muestran que el 3,9% de las pymes redujo el empleo, un 79,6% lo mantuvo y un 16,5% lo aumentó.
- Respecto a las expectativas de empleo, para 2023 resultan favorables. El 35,1% de las pymes señaló que aumentará su empleo, el 61,2% que lo mantendrá y tan solo el 3,8% lo disminuirá.
- La mayor expectativa de aumento del empleo para 2023 la tienen las medianas empresas, ya que el 55,8% espera poder contratar más trabajadores.
- En términos de empleo y por sectores, las pymes que presentan unas expectativas más favorables para el empleo en 2023 son las de servicios y construcción (saldo de expectativas de 33,9 y 32,1 puntos, respectivamente).
- En relación con las ventas, el 22,6% de las pymes espera aumentarlas en 2023, un 73,4% espera mantenerlas, mientras que solo prevé que sus ventas disminuyan un 4,0% de las empresas.



### Financiación

- Tras la crisis originada por la pandemia de la COVID-19, y cuando se estaba en pleno proceso de recuperación, la guerra Rusia-Ucrania ha generado un clima de inestabilidad y fuerte inflación en toda Europa que ha derivado en una política monetaria restrictiva por parte del Banco Central Europeo. En este contexto de incertidumbre, las pymes han visto encarecerse el acceso al crédito bancario y la vuelta a un menor acceso a la financiación.

- Sólo un pequeño porcentaje de las pymes ha solicitado líneas de financiación a entidades de crédito. En este sentido, los resultados indican una fuerte apuesta por la financiación con recursos propios que aumenta con el tamaño de la empresa.
- A una amplia mayoría de las pymes se les concedió financiación en las mismas condiciones que en años anteriores, mientras al 38,8% de las pymes se les concedió financiación, pero les endurecieron las condiciones.
- Atendiendo al tamaño, se observa como las empresas medianas son las que en mayor proporción solicitan financiación a las entidades financieras, mientras que las microempresas son las que menos acuden al crédito bancario.
- Por sectores, destaca que el sector industrial ha recibido financiación crediticia en las mismas condiciones que en otros años. Por el contrario, es el sector servicios el que manifiesta un endurecimiento de las condiciones financieras por parte de las entidades de crédito para el 58,1% de las pymes.
- En cuanto a las condiciones de la financiación, cabe señalar que el aspecto que mejor ha evolucionado es el volumen de financiación que ofrecen a las pymes. En sentido contrario, los resultados más desfavorables se obtienen en relación con el coste de la financiación, tras la constante subida de los tipos de interés, y el aumento de los gastos y comisiones que exigen las entidades de crédito. Aunque para todos los sectores de actividad los plazos de vencimiento de la financiación han empeorado respecto a años previos, la situación ha empeorado más en los sectores servicios y construcción.



## Actividad innovadora

- En 2022, en general, disminuyó la actividad innovadora, tanto en el porcentaje de pymes como en la importancia. Así ocurre con el número de empresas que realizó innovaciones en cambios o mejoras en productos o servicios. El porcentaje de empresas que adquieren nuevos bienes de equipo se consideran innovaciones de una importancia media, siendo ligeramente más importantes las inversiones en nuevos equipos y las innovaciones en productos y servicios que las innovaciones por cambios o mejoras en los procesos de producción. Más retrasadas, tanto en porcentaje de implantación como en importancia se encuentran las innovaciones en los sistemas de gestión.
- Como viene siendo observado en ediciones anteriores del estudio, la innovación está positivamente correlacionada con el tamaño de la empresa, siendo las medianas las que tienen mayores porcentajes de innovación al igual que son las que les conceden una mayor importancia.
- La actividad ofrece diferencias estadísticamente significativas y se observa que es más intensa en unos sectores u otros, dependiendo de diferentes aspectos organizativos. En la innovación en productos y servicios, el sector industrial y comercio tienen un mayor porcentaje de empresas innovadoras, mientras que en la adquisición de nuevos bienes de equipo destacan las empresas de construcción. Por su parte, las pymes industriales son las que muestran mayores porcentajes en los cambios o mejoras en los procesos de producción y las innovaciones en gestión.



## Rendimiento

- Los aspectos en los que las pymes españolas consideran que tienen una mejor posición con respecto a la competencia son: la satisfacción de los clientes, el menor grado de absentismo laboral y la satisfacción de los empleados, la calidad de sus productos y la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado.

- Por el contrario, las pymes manifiestan aspectos de mejora en la rentabilidad obtenida, el crecimiento de las ventas y la eficiencia de los procesos productivos. Si se realiza el análisis en función del tamaño, las empresas medianas obtienen mejores resultados en todos los factores de rendimiento considerados a excepción de los empleados más satisfechos y un menor absentismo laboral, en las que prevalecen las microempresas. En cuanto al sector de actividad, las empresas industriales cuentan con clientes más satisfechos y ofrecen productos de mayor calidad, mientras que la construcción destaca por tener procesos internos más eficientes, seguida muy de cerca por la industria.



### Obstáculos

- Las dos mayores preocupaciones externas son de tipo económico: costes de la energía e inflación. A continuación, se sitúa en tercer lugar la disponibilidad de personal cualificado en el mercado laboral.
- El sector servicios percibe un menor nivel de obstáculos derivados de los factores externos. Sin embargo, es el sector de la construcción el que refleja los mayores problemas para encontrar personal cualificado. Las microempresas enfrentan mayores problemas derivados de la inflación y de la escasez de personal cualificado.
- Los obstáculos relacionados con los factores internos tienen menos importancia que los externos. Más que problemas, las empresas los califican de dificultades. Los más relevantes son los costes de la sostenibilidad, la ciberseguridad, la digitalización y la innovación.
- El sector industrial percibe mayores niveles de obstáculos, específicamente en ciberseguridad, innovación, digitalización, nivel tecnológico y acceso a los mercados internacionales. Las empresas de mayor tamaño encuentran mayores obstáculos en los costes de sostenibilidad, ciberseguridad, organización y dirección, logística y calidad de sus productos.



### Acciones de mejora de la competitividad

- Las tres acciones más valoradas tienen un carácter económico: reducción de impuestos, incrementar las ayudas a la inversión y reducir las cuotas a la seguridad social.
- Las diferentes acciones de mejora de la competitividad han sido agrupadas en cuatro factores: económico-jurídico (reducción de impuestos, cuotas Seguridad Social y complejidad jurídica), colaboración e información (difusión de ayudas e información y fomento de la cooperación), recursos humanos e inversión (ayudas a la inversión y formación junto con aumento de la flexibilidad laboral) y crecimiento (digitalización, internacionalización y creación de empresas). Siendo más relevantes los factores económico-jurídicos, seguidos a corta distancia por colaboración e información y recursos humanos e inversión, situándose en último lugar el factor de crecimiento.
- Por sectores, las empresas de construcción demandan en mayor medida acciones económico-jurídicas, fundamentalmente la reducción de impuestos. Junto a las empresas industriales también se caracterizan por considerar importantes el desarrollo de recursos humanos básicamente por las ayudas a la inversión. En el caso de la industria también se distingue por necesitar ayudas al crecimiento, en concreto para la digitalización e internacionalización.
- Por tamaño, las microempresas capitalizan las demandas de medidas económico-jurídicas, reducción de impuestos y reducción de la complejidad normativa; y de colaboración e información, información y asesoramiento. Mientras que las empresas de mayor tamaño se centran en medidas de crecimiento, fundamentalmente incentivos para la internacionalización.

## REFERENCIAS

- Benhayoun, L., Ayala, N. F., & Le Dain, M. A. (2021). SMEs innovating in collaborative networks: how does absorptive capacity matter for innovation performance in times of good partnership quality? *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(8), 1578-1598.
- Cantele, S., & Zardini, A. (2020). What drives small and medium enterprises towards sustainability? Role of interactions between pressures, barriers, and benefits. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 126-136.
- CES. (2017). *La digitalización de la Economía*. Consejo Económico y Social.
- De Sousa Jabbour, A. B. L., Ndubisi, N. O., & Seles, B. M. R. P. (2020). Sustainable development in Asian manufacturing SMEs: Progress and directions. *International Journal of Production Economics*, 225, 107567.
- Heavin, C., & Power, D. J. (2018). Challenges for digital transformation—towards a conceptual decision support guide for managers. *Journal of Decision Systems*, 27(sup1), 38-45.
- Jansson, J., Nilsson, J., Modig, F., & Hed Vall, G. (2017). Commitment to sustainability in small and medium-sized enterprises: The influence of strategic orientations and management values. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 69-83.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: a dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(03), 377-400.
- Loucks, M.L. Martens, C.H. Cho (2010). Engaging small-and medium-sized businesses in sustainability. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 1 (2), 178-200.
- Maldonado-Guzmán, G., Garza-Reyes, J. A., Pinzón-Castro, S. Y., & Kumar, V. (2018). Innovation capabilities and performance: are they truly linked in SMEs?. *International Journal of Innovation Science*, 11(1), 48-62.
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339-343.
- Morgan, B. (2021). *Companies That Failed At Digital Transformation And What We Can Learn From Them*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/09/30/companies-that-failed-at-digital-transformation-and-what-we-can-learn-from-them/>
- Ndubisi, N. O., Zhai, X. A., & Lai, K. H. (2021). Small and medium manufacturing enterprises and Asia's sustainable economic development. *International Journal of Production Economics*, 233, 107971.
- Okumura, R. (2021). *Cooperatives and the Digital Transformation of Agribusiness*. Venturus. <https://www.venturus.org.br/en/cooperatives-and-the-digital-transformation-of-agribusiness/>

- Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., & Teppola, S. (2017). Tackling the Digitalisation Challenge: How to Benefit from Digitalisation in Practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63-77.
- 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.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2018). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143-1160.
- Romijn, H., & Albaladejo, M. (2002). Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in southeast England. *Research Policy*, 31(7), 1053-1067.
- Saunila, M. (2020). Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 260-265.
- WEF (2018). *The Digital Enterprise: Moving from experimentation to transformation*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/reports/the-digital-enterprise-moving-from-experimentation-to-transformation/>
- Yacob, P., Wong, L. S., & Khor, S. C. (2019). An empirical investigation of green initiatives and environmental sustainability for manufacturing SMEs. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(1), 2-25.

FAEDPYME ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pymes 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, Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad Internacional de la Rioja. 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.

## PATROCINADORES DE LA RED FAEDPYME ESPAÑA

Universidad de Cantabria



Universidad Miguel Hernández



Universidad de Castilla-La Mancha



Universidad de Murcia



Universidad Complutense de Madrid



Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Universidad de Extremadura



Universidad Politécnica de Cartagena



Universidad de Granada



Universidad de Sevilla



Universidad de Málaga



Universidad Internacional de la Rioja





INFORME  
PYME  
2023

JULIO 2023

5

# ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA PYME



**FAEDPYME**  
Fundación para el Análisis Estratégico y  
Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa

**economistas**  
Consejo General

SERVICIO DE ESTUDIOS

COLABORADORES

**economistas**  
Consejo General

empresa

Fundación  
**UCEIF**

**economistas**  
Consejo General

Nicasio Gallego, 8  
28010 Madrid  
Tel.: 91 432 26 70  
[www.economistas.es](http://www.economistas.es)