



Informe PYME Canarias 2022-2023

Estrategias para mejorar la competitividad de la PYME



Edita

Rosa M. Batista-Canino. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Campus de Tafira.

35017, Las Palmas

ISBN

978-84-09-54439-4

Edición septiembre, 2023

Esta edición es propiedad del equipo de investigación del Observatorio del Emprendimiento y PYME de Canarias, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, sólo puede llevarse a cabo con la autorización expresa de sus titulares, salvo excepción prevista por la Ley.

Coordinación nacional

Antonio Duréndez Gómez-Guillamón. FAEDPYME

Domingo García Pérez de Lema. FAEDPYME

Salvador Marín Hernández. Servicio de Estudios CGE

Ángel Meroño Cerdán. FAEDPYME

Francisco Somohano Rodríguez. FAEDPYME

Equipos de investigación FAEDPYME España

Universidad de Alcalá, Universidad de Cantabria, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Granada, Universidad de Extremadura, Universidad de Málaga, Universidad Miguel Hernández de Elche, Universidad de Murcia, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Universidad Politécnica de Cartagena, Universidad de Salamanca, Universidad de Sevilla, Universidad Internacional de la Rioja.

Con la colaboración de:

Consejo General de Economistas de España

Cámara de Comercio de España

Acceda al informe FAEDPYME España

<https://economistas.es/Contenido/Consejo/Estudios%20y%20trabajos/INFORME%20PYME%202023.%20>

Cómo citar esta publicación

Batista-Canino, R.M.; Bolívar-Cruz, A.; Correa-Rodríguez, A.; Gil-Soto, E.; González-Pérez, A.; Gutiérrez-Taño, D.; Lemes-Hernández, A.; Medina-Brito, M. P.; Ruíz-Rosa, I; Santana-Hernández, L.; Sosa-Cabrera, S.; Verano-Tacoronte, D. (2023). *Informe PYME Canarias 2022-2023. Estrategias para mejorar la competitividad de la PYME*



Informe **PYME Canarias** 2022-2023

Estrategias para mejorar la competitividad de la PYME



Dirección FAEDPYME Canarias

Rosa M. Batista-Canino

Equipo investigador

Universidad de Las Palmas

Rosa M. Batista-Canino
Alicia Bolívar-Cruz
Ana I. Lemes-Hernández
Pino Medina-Brito
Lidia Santana-Hernández
Silvia Sosa-Cabrera
Domingo Verano-Tacoronte

Universidad de La Laguna

Alicia Correa-Rodríguez
Francisco J. García-Rodríguez
Esperanza Gil-Soto
Ana González-Pérez
Desiderio Gutiérrez-Taño
Inés Ruíz-Rosa

Después de cuatro años muy difíciles, marcados por la pandemia de COVID-19, el cero turístico y la incontenible inflación, el ecosistema emprendedor de Canarias comienza a mostrar signos de recuperación. El Informe FAEDPYME 2022-2023, que tenemos el honor de presentar un año más, señala que la actividad empresarial en las Islas se recupera satisfactoriamente.

Ante esta realidad, uno de los objetivos prioritarios que se ha marcado el Gobierno de Canarias es situar a los autónomos y emprendedores en el centro de las políticas económicas, con la certeza de que apoyar a este colectivo equivale a generar puestos de trabajo y riqueza en las islas. Así, en menos de 100 días de gestión, creamos la nueva Dirección General de Autónomos y anunciamos también la implementación en 2024 de la cuota cero para nuevos autónomos.

Otro de los compromisos firmes que ha asumido el ejecutivo regional es reducir en un 30% los trámites burocráticos previos a la constitución de un negocio; procesos engorrosos que, tal y como apunta el informe, desalientan la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

A estas nuevas actuaciones, se suman las políticas del Servicio Canario de Empleo (SCE), que brinda asesoramiento gratuito a las más de 5.000 personas que llaman cada año a su puerta para solicitar subvenciones y líneas de financiación que les permitan impulsar su negocio. A ellos les ofrece apoyo en la elaboración del Plan de Negocio e información sobre las convocatorias de ayudas a las que pueden acogerse, facilitándoles el acceso a una línea de microcréditos sin avales de hasta 30.000 euros.

Hay que destacar que el acompañamiento del SCE se extiende más allá del primer año de actividad, con ayudas a la contratación del primer trabajador, entre otras medidas. Ya que el objetivo no puede ser únicamente aumentar la actividad emprendedora, sino que esas pequeñas iniciativas crezcan y se afiancen en el tiempo, fortaleciéndose de forma real el tejido productivo de las islas.

Este conjunto de políticas ya ha comenzado a dar resultados, registrándose en las islas una cifra récord de autónomos que gira en torno a las 140.000 personas. Y aunque estamos convencidos de que en 2024 el número seguirá creciendo -gracias a la aprobación de la tarifa cero-, somos conscientes de que aún queda mucho trabajo por hacer. Por eso, seguiremos impulsando medidas para fomentar el empleo autónomo,

las iniciativas empresariales y la economía social, a través de programas específicos como “241K Refuerzo de la capacidad empresarial”, que en 2024 rozará los 23 millones de euros.

En definitiva, el diagnóstico que realiza este valioso estudio demuestra que Canarias tiene un potencial que debemos canalizar, ya que apostar por el emprendimiento equivale a apostar por el talento y el futuro de los canarios. Los datos que recoge este informe no pueden quedarse en el papel, sino que deben servirnos para formular, en base a ellos, políticas de empleo, formación y fiscalidad que fortalezcan el tejido productivo de Canarias.

Concluyo mostrando mi agradecimiento las personas que han hecho posible este estudio, proporcionando información clave para comprender el ecosistema empresarial de Canarias. También, por supuesto, expresando mi más sincero reconocimiento a la perseverancia y determinación de los autónomos y los emprendedores de las islas. Ellos son fuente de riqueza y empleo, y no vamos a darles la espalda.



Excma. Dña. Jéssica de León Verdugo
Consejera de Turismo y Empleo,
Gobierno de Canarias

ÍNDICE

	Página
1. INTRODUCCIÓN	13
2. PERFIL GENERAL DE LAS EMPRESAS	17
3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS	23
3.1 Evolución del empleo	24
3.2. Evolución de las ventas	27
4. ACCESO A LA FINANCIACIÓN	31
5. ACTIVIDAD INNOVADORA	43
6. INDICADORES DE RENDIMIENTO	54
7. OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES	59
8. PROPUESTAS DE LAS PYMES PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD	67
9. RESUMEN EJECUTIVO	75
10. REFERENCIAS	81
ANEXOS	85
Anexo 1. Metodología de la investigación y características de la muestra	86
Anexo 2. Ficha técnica del estudio	90

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadros del **capítulo 3** (EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS)

3.1	Evolución y expectativas sobre el empleo según el tamaño de la empresa (% de empresas)	25
3.2	Evolución y expectativas sobre el empleo según sector de actividad de la empresa (% de empresas)	26
3.3	Evolución y expectativas sobre las ventas según tamaño de la empresa (% de empresas)	28
3.4	Evolución y expectativas sobre las ventas según sector de actividad de la empresa (% de empresas)	29

Cuadros del **capítulo 4** (ACCESO A LA FINANCIACIÓN)

4.1	Solicitud y acceso a la financiación de la pyme según el tamaño de la empresa (% de empresas)	35
4.2	Solicitud y acceso a la financiación de la pyme según sector de actividad (% de empresas)	37
4.3	Evolución en las condiciones de la financiación según tamaño de la empresa	39
4.4	Evolución en las condiciones de la financiación según sector de actividad	40

Cuadros del **capítulo 5** (ACTIVIDAD INNOVADORA)

5.1	Innovaciones de las pymes en productos, procesos y sistemas de gestión comparación con Canarias 2022 y España 2023	47
5.2	Realización de innovaciones según tamaño de la empresa (% de empresas)	48
5.3	Importancia de las innovaciones según tamaño de la empresa (% de empresas)	49
5.4	Realización de innovaciones según sector de actividad (% de empresas)	50
5.5	Importancia de las innovaciones según sector de actividad (% de empresas)	51

Cuadros del **capítulo 6** (INDICADORES DE RENDIMIENTO)

6.1	Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según tamaño de la empresa (% de empresas)	55
6.2	Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según sector de actividad (% de empresas)	56

Cuadros del **capítulo 7** (OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES)

7.1	Nivel de obstáculos de los factores externos según tamaño de la empresa (% de empresas)	61
7.2	Nivel de obstáculos de los factores externos según sector de actividad (% de empresas)	62
7.3	Nivel de obstáculos de los factores internos según sector de actividad (% de empresas)	64
7.4	Nivel de obstáculos de los factores internos según tamaño de la empresa (% de empresas)	65

Cuadros del **capítulo 8** (PROPUESTAS DE LAS PYMES PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD)

8.1	Cuadro 8.1. Factores de mejora de competitividad	69
8.2	Cuadro 8.2. Importancia de acciones de mejora de competitividad según Sectores de actividad (% de empresas)	71
8.3	Cuadro 8.3. Importancia de acciones de mejora de competitividad según tamaño de la empresa	72

Cuadros del **anexo 1** (Metodología de la investigación y características de la muestra)

A.1.1	Cuadro A 1.1. Muestra por sector de actividad y error muestral del estrato	86
A.1.2	Cuadro A 1.2. Muestra por provincia de adscripción	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figuras del **capítulo 2** (PERFIL GENERAL DE LAS EMPRESAS)

2.1	¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?	19
2.2	¿Considera que la empresa es una empresa familiar (una o varias personas de una misma familia son los propietarios de la empresa)?	19
2.3	¿Cuál es el género del director general/gerente?	20
2.4	Nivel de estudios del director general	20
2.5	Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen estas sobre el total de ventas de la empresa para 2022. Número de países con los que mantienen relación comercial para realizar sus ventas	20

Figuras del **capítulo 3** (EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS)

3.1	Evolución del número de empleados durante los años 2021 y 2022	24
3.2	Comparación de las ventas de 2022 respecto al año 2021	27
3.3	Expectativas de ventas de la empresa para el año 2023	27

Figuras del **capítulo 4** (ACCESO A LA FINANCIACIÓN)

4.1	Utilización de líneas de financiación de entidades de crédito	32
4.2	Condiciones de acceso a financiación de entidades de crédito	33
4.3	Evolución de las condiciones de financiación	38

Figura del **capítulo 5** (ACTIVIDAD INNOVADORA)

5.1	Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia de las mismas	46
------------	---	----

Figuras del **capítulo 6** (INDICADORES DE RENDIMIENTO)

6.1	En comparación con sus competidores directos, indique cuál es la posición de su empresa con los siguientes indicadores de rendimiento	54
------------	---	----

Figura del **capítulo 7** (OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES)

7.1	Nivel de obstáculos de los factores externos en las pymes canarias	60
7.2	Nivel de obstáculos de los factores internos en las pymes canarias	63

Figura del **capítulo 8** (PROPUESTAS DE LAS PYMES PARA MEJORAR SU COMPETITIVIDAD)

8.1	Importancia de acciones de mejora de competitividad	68
8.2	Importancia de los factores de mejora de competitividad	70

Figura del **anexo 1** (Metodología de la investigación y características de la muestra)

A.1.1	Muestra por tamaño de la empresa y error muestral por estrato	87
--------------	---	----



1.

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El informe que ahora tiene en sus manos ofrece una visión tanto prospectiva como retrospectiva de la actividad empresarial de las Pequeñas y Medianas Empresas –en adelante, pymes– de Canarias. Continúa la senda iniciada en ediciones anteriores para actualizar la información previa, pero también para ofrecer nuevos datos sobre las expectativas de estas empresas para los próximos meses. Además, se ocupa especialmente de recabar información sobre lo que piensan sus gestores respecto a la forma en que pueden ganar competitividad para afrontar los retos impuestos por la creciente incertidumbre del entorno.

Así, el efecto sobre el tejido empresarial de los cambios que vienen sucediéndose en el entorno socio-económico y político, tanto a nivel global como nacional y regional, se deja notar en las expectativas de los promotores empresariales. Viva está aún la incertidumbre que generó la COVID-19 en el mundo, pero también la añadida por la inconclusa guerra entre Rusia y Ucrania. Ambos sucesos han generado efectos que ponen en jaque la supervivencia empresarial, abanderados por el devenir de la inflación y la dificultad en el acceso a los recursos para la inversión, todo lo cual se ha dejado notar en la práctica totalidad de los sectores empresariales. Sin duda alguna la crisis que generó la pandemia ha sido profunda y aún nos encontramos en la senda de recuperación, lo que para una economía de servicios como la que se desarrolla en las Islas, va a requerir reorientar estratégicamente los objetivos socio-económicos y luchar, muy especialmente, por el apoyo a las pequeñas y medianas empresas. Son estas las que producen más del 95% del empleo que se genera fuera del ámbito de las administraciones públicas en Canarias, y deberían ser pues objeto de

admiración y sujeto de más apoyos a su actividad. Son estas las que producen más del 95% del empleo que se genera fuera del ámbito de las administraciones públicas en Canarias, y deberían ser pues objeto de admiración y sujeto de más apoyos a su actividad.

Bajo este marco, el lector encontrará que muchas de las percepciones de los directivos de las pequeñas y medianas empresas de la región, volcadas en el presente informe, aún muestran un cierto grado de desasosiego y pesadumbre sobre las condiciones en las cuales están desarrollando su actividad. Mantener regularmente monitorizado el entorno que afecta a nuestras empresas es una forma de anticipar hacia dónde se encamina la economía en la región, ofreciendo información útil tanto para las empresas como para los que toman decisiones que les afectan. Es así que el presente informe persigue dos objetivos esenciales:

- Analizar los obstáculos a los que las pymes se están enfrentando en el desarrollo de su actividad.
- Definir propuestas para mejorar su competitividad ante un escenario de extrema incertidumbre.

Estos objetivos se desgranar en otros específicos entre los que destacan: (i) estimar las expectativas de empleo y ventas de las empresas; (ii) analizar su acceso a la financiación; (iii) conocer la actividad innovadora que llevan a cabo; (iv) estudiar sus indicadores de rendimiento; (v) analizar los obstáculos a los que se enfrentan las pymes; y (vi) relacionar las propuestas que las propias pymes realizan para mejorar su competitividad.

De esta manera, observar las percepciones de las pequeñas y medianas empresas es, en cierta medida, dibujar prospectivamente el devenir del empleo y del desarrollo económico en el contexto bajo estudio. Contar con información útil sobre la forma de ver el mundo de estas empresas canarias permite así tomar decisiones, tanto de políticas públicas para el fomento de la pequeña y mediana empresa, como de tipo estratégico por parte de las propias empresas que deben definir su plan de acción en clave de supervivencia y mayor competitividad en el mercado.



El presente informe es una separata del desarrollado con igual propósito a nivel nacional por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), con quien colabora activamente el equipo de investigación que lo suscribe. Nuestra participación en un proyecto de interés estratégico para el país viene precisamente motivada por el que entendemos es nuestro deber de ofrecer información útil en materia de políticas de fomento del emprendimiento y la pequeña y mediana empresa en la región. Invitamos al lector a interesarse por los resultados obtenidos a nivel

nacional, disponibles en el informe publicado recientemente bajo el título Informe PYME España 2023 Estrategias para mejorar la competitividad de la PYME (FAEDPYME, 2023), al que aludimos frecuentemente en esas páginas.

El Informe PYME Canarias 2022-2023 Estrategias para mejorar la competitividad de la PYME, ha sido patrocinado por el Servicio Canario de Empleo del Gobierno de Canarias, y sus resultados servirán para dotar de información puntual al Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias, ofreciendo un instrumento útil de seguimiento de las políticas públicas en materia de fomento del emprendimiento, la pyme y el empleo autónomo en la región.

En esta edición, 201 empresas fueron entrevistadas entre los meses de junio y julio de 2023, y un panel de 11 expertos fueron también consultados para obtener información relevante sobre las condiciones en que desarrollan su labor las pymes canarias. A lo largo de todas las fases de la presente investigación se ha respetado el secreto estadístico debido y la cadena de custodia de los datos facilitados por las empresas encuestadas para su desarrollo. El informe no pretende en modo alguno juzgar la situación de las pymes en Canarias, sino ofrecer información útil sobre la situación que ellas mismas manifiestan, al tiempo que se ofrece un importante volumen de datos en los que las pymes pueden mirarse, y que la administración puede utilizar para tomar decisiones útiles para el fomento y protección de un patrimonio de incalculable valor para nuestra sociedad como el que conforman las pymes de la región.



2.

PERFIL GENERAL DE LAS EMPRESAS

2. PERFIL GENERAL DE LAS EMPRESAS

Un total de 201 empresas fueron entrevistadas en Canarias para la elaboración del presente informe (Anexo 1). El perfil de las mismas se reproduce a continuación:

- La antigüedad media de las empresas es de 23,6 años (D.T.: 12,3) frente a los 29,5 años de media de las empresas entrevistadas a nivel nacional (Figura 2.1).
- En el 70,9% de las empresas el control de la gestión es de tipo familiar (Figura 2.2), es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa, siendo una diferencia apenas apreciable si se compara con la media nacional (68,4%).
- El 24,1% de las pymes canarias están gestionadas por mujeres (Figura 2.3), porcentaje ligeramente superior a la media nacional, con un 16,4%, aspecto que también se corroboró en los informes previos al actual.
- En cuanto a su formación, el 66,7% de los gerentes en Canarias posee estudios universitarios (Figura 2.4), frente al 70,2% en el contexto nacional.
- En la Figura 2.5 se observa que el 11,9% de las pymes canarias están internacionalizadas y venden a 4,5 países de media, un promedio del 33,5% de su facturación, valores que alcanzan, respectivamente, el 25,3% en el conjunto de la nación, dirigiéndose a 13,7 países de media con unas ventas al exterior del 30,1% de su facturación total.



Figura 2.1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?

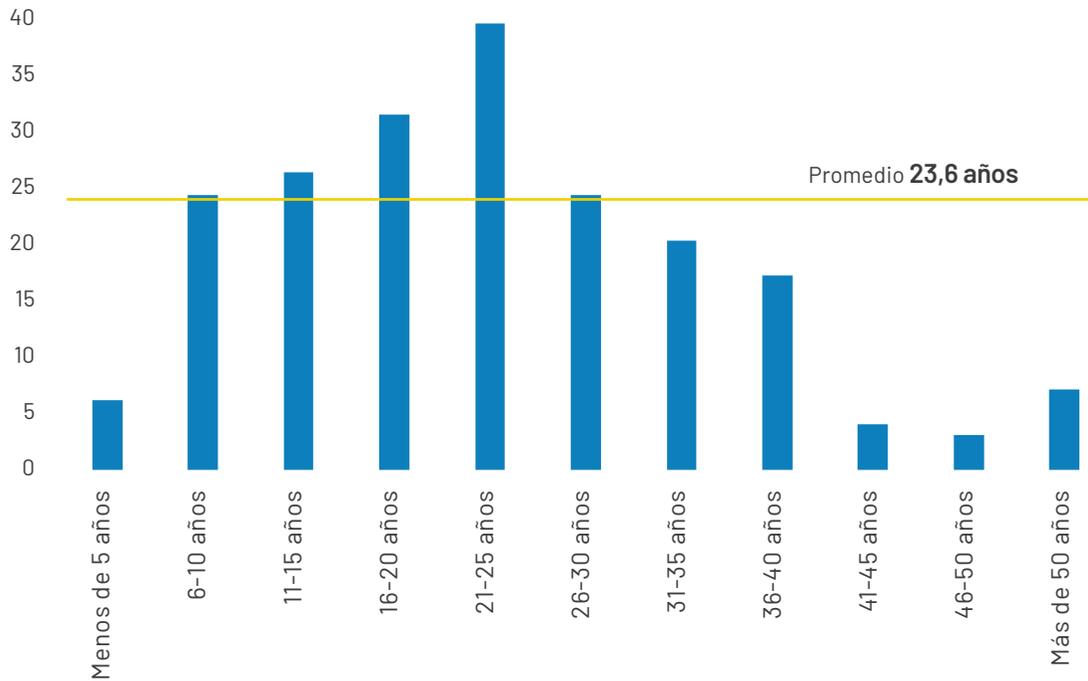


Figura 2.2. ¿Considera que la empresa es una empresa familiar (una o varias personas de una misma familia son los propietarios de la empresa)?

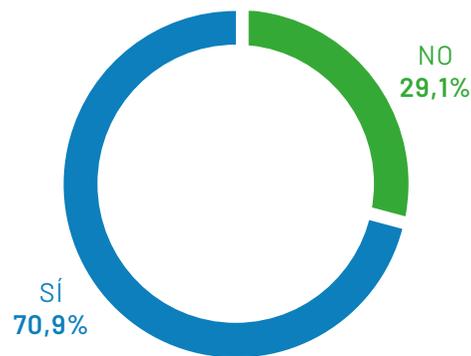


Figura 2.3. ¿Cuál es el género del director general/gerente?

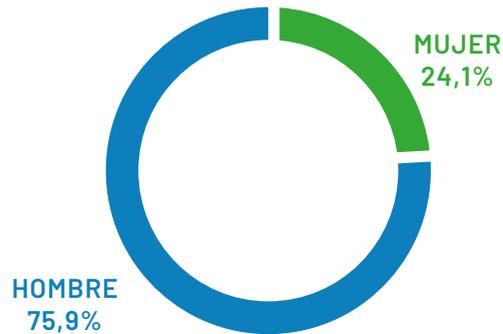


Figura 2.4. Nivel de estudios del director general

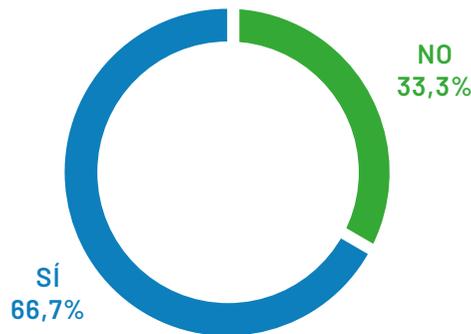
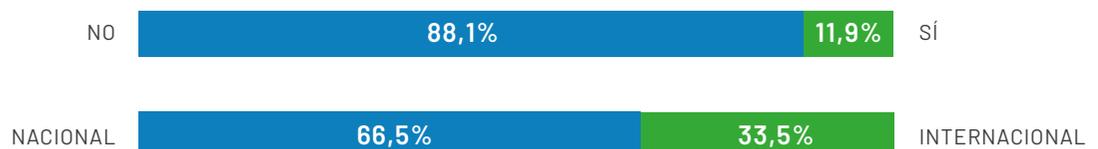


Figura 2.5. Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen estas sobre el total de ventas de la empresa para 2022. Número de países con los que mantienen relación comercial para realizar sus ventas

4,5 PAÍSES



A la luz de los datos anteriores, las diferencias más notorias entre el tejido de pequeñas y medianas empresas de la región frente al conjunto nacional, se encuentran principalmente en dos aspectos:

- Las mujeres parecen adquirir un rol principal en la gestión de este tipo de empresas en la región, cuestión que evidencia una diferencia importante respecto al conjunto de la nación. Esta tendencia viene a confirmar los resultados de los informes previos en los que la mujer ha ido ganando cada vez más peso en la gestión.
- En general existe una severa distancia en materia de internacionalización entre las pymes de la región y las del conjunto del país. Aunque el tejido de servicios, por mor de la actividad turística, está ciertamente abierto al mundo, los demás sectores no muestran esta mayor apertura, existiendo una fuerte vocación local en relación con las ventas de las pymes en Canarias.





3.

EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y LAS VENTAS

3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y LAS VENTAS

En este epígrafe se aborda monográficamente la forma en que las pymes observan que han evolucionado tanto sus ventas como el empleo en el año 2022 en relación al año 2021. También se les pregunta acerca de las expectativas que, sobre ambas magnitudes, tienen para el año 2023.

3.1. Evolución del empleo

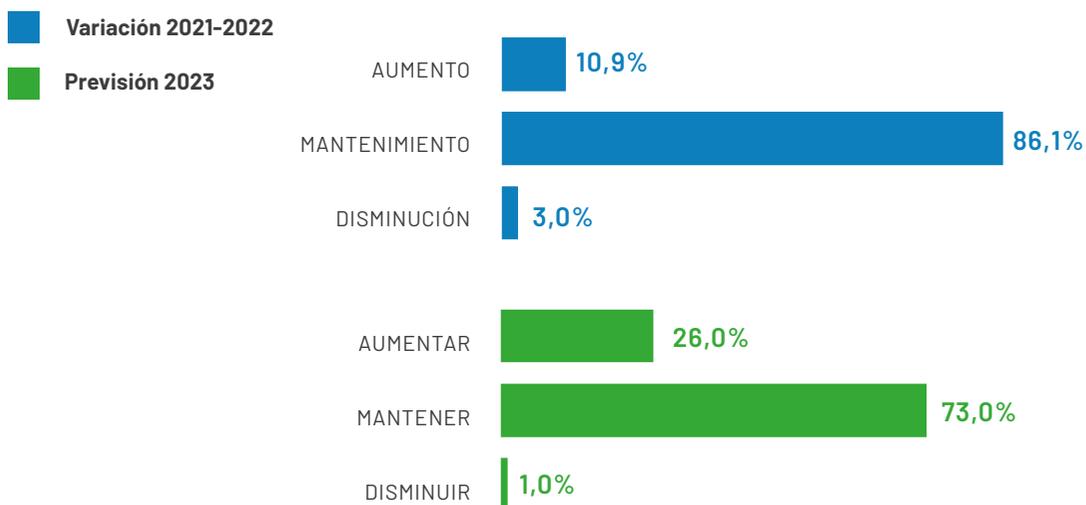
Para conocer la evolución del empleo en las pymes canarias se preguntó a los encuestados por el número de trabajadores en sus empresas en 2022 y por el que tenían en 2021. También se consultó la tendencia del empleo en 2023 (Figura 3.1).

Respecto a la evolución de 2022 con relación a 2021, los datos muestran que el 10,9% de las pymes

aumentó el empleo en este período y que tan solo un 3% lo disminuyó. El número de pymes que incrementó el empleo en Canarias es más moderado que el del conjunto de España, donde el 16,5% de las pymes declaraban un aumento del empleo.

Tanto a nivel canario como nacional, las perspectivas son más optimistas para 2023, ya que un 26% de las pymes canarias prevé aumentar el empleo, por solo un 1% que planea disminuirlo, mientras que a nivel nacional un 35,1% de pymes consideran incrementarlo, por un 3,8% que declara su intención de reducirlo. En cualquier caso, tanto en la variación 2021-2022 como en la previsión 2023, las cifras de aumento y disminución de empleo en las pymes canarias es más moderada que en el panorama nacional.

Figura 3.1. Evolución del número de empleados durante los años 2021 y 2022
¿Cree que la tendencia para 2023 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?



En relación con el tamaño de la empresa, la evolución del empleo ha sido positiva según aseveran las empresas (Cuadro 3.1), comprobándose que el crecimiento es significativamente mayor atendiendo al tamaño de la empresa, como también ocurre en el conjunto nacional. Así, son las empresas medianas las que presentan un mayor saldo de evolución –diferencia entre el porcentaje de empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo ha reducido– (27,3), siendo este superior al que registran las empresas medianas a nivel nacional (22,0).

Las expectativas de empleo son más favorables para las micro y pequeñas empresas canarias que las variaciones registradas en 2021 y 2022, pero no para las medianas: el 27,3% espera aumentar el empleo en 2023 frente al 36,4% que lo aumentó durante 2021 y 2022. A diferencia de lo que ocurre en el contexto nacional, donde las medianas lideran las expectativas de crecimiento con un

55,8%, en Canarias las empresas pequeñas son las que en mayor medida esperan aumentar las contrataciones (29,9%) frente al 27,3% de las medianas y el 23,1% de las micro (Cuadro 3.1). Sin embargo, hay que tomar estos resultados con cautela, pues las diferencias atendiendo al tamaño no son estadísticamente significativas.

Cuadro 3.1. Evolución y expectativas sobre el empleo según el tamaño de la empresa (% de empresas)

		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
EVOLUCIÓN DEL EMPLEO DURANTE LOS AÑOS 2021 Y 2022	Aumento (%)	7,2	12,7	36,4	
	Estabilidad (%)	90,1	84,8	54,5	
	Disminución (%)	2,7	2,5	9,1	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	4,5	10,2	27,3	**
TENDENCIAS EMPLEO 2023	Aumento (%)	23,1	29,9	27,3	
	Estabilidad (%)	75,9	68,8	72,7	
	Disminución (%)	0,9	1,3	0,0	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	22,2	28,6	27,3	-

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

Si se contempla el sector de actividad en el análisis de la evolución del empleo (Cuadro 3.2), se pone de manifiesto que son las pymes comerciales las que menos esperan crecer (6%), al igual que ocurre a nivel nacional (9,6%). De hecho, son estas empresas las que presentan un menor saldo de evolución (4,5), frente a las de servicios (7), las industriales (7,1) y las constructoras (14,3), no obstante, estas diferencias no resultan estadísticamente significativas. Son las pymes constructoras canarias las que presentan un mayor crecimiento del empleo (16,3%), mientras que en el conjunto de España las industriales (19,9%) se manifiestan en este mismo sentido.

crecimiento de la plantilla (33,3%), mientras que en el lado opuesto se posicionan las de servicios (12,3%). En el contexto nacional, las más optimistas respecto al aumento del número de contrataciones son las de servicios (36,8%) y las menos, las industriales (33,9%), si bien tampoco son especialmente significativas estas diferencias.

Al igual que se aprecia en el conjunto de la nación, las expectativas de creación de empleo para 2023 mejoran los datos de los años anteriores (Cuadro 3.2). Aunque las diferencias no son estadísticamente significativas, en Canarias son las pymes comerciales las que esperan un mayor

Cuadro 3.2. Evolución y expectativas sobre el empleo según el sector de actividad de la empresa (% de empresas)

		INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
EVOLUCIÓN DEL EMPLEO DURANTE LOS AÑOS 2021 Y 2022	Aumento (%)	10,7	16,3	6,0	12,3	
	Estabilidad (%)	85,7	81,6	92,5	82,5	
	Disminución (%)	3,6	2,0	1,5	5,3	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	7,1	14,3	4,5	7	-
TENDENCIAS EMPLEO 2023	Aumento (%)	22,2	26,1	33,3	19,3	
	Estabilidad (%)	77,8	71,7	66,7	78,9	
	Disminución (%)	0,0	2,2	0,0	1,8	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	22,2	23,9	33,3	17,5	-

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

3.2. Evolución de las ventas

El 44,2% de las pymes canarias indican que han aumentado sus ventas en 2022 con relación a las registradas en 2021 (Figura 3.2), por un 5,1% que las ha disminuido. Si se compara con el conjunto nacional, los datos canarios son más positivos, tanto en el porcentaje de pymes que aumenta sus ventas (44,2% vs 33%), como en el que declara haberlas disminuido (5,1% vs 6,3%).

Adicionalmente, se preguntó sobre las expectativas de ventas para 2023 (Figura 3.3). Se aprecia que las expectativas son más conservadoras que a nivel nacional. Así, el 18,3% de las pymes canarias espera aumentar sus ventas, por un 2% que cree que las disminuirá, siendo estos datos del 22,6% y 4,0%, respectivamente, en el contexto español.

Figura 3.2. Comparación de las ventas de 2022 respecto al año 2021

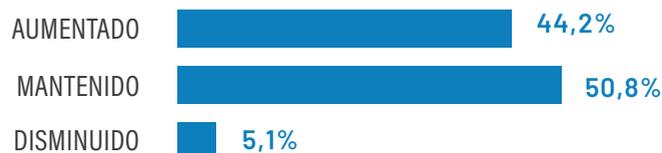
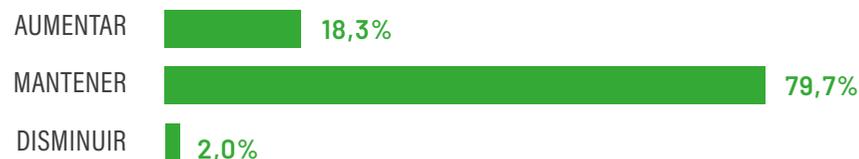


Figura 3.3. Expectativas de ventas de la empresa para el año 2023



La consideración del tamaño de la empresa en relación con la evolución de las ventas entre 2021 y 2022 revela diferencias destacables y significativas. Así, el 52,6% de las pequeñas y el 39,8% de las microempresas declaran que sus ventas aumentaron en los años considerados (Cuadro 3.3). Por el contrario, en el contexto nacional son las medianas las que lideran el aumento de las ventas (36,5%), si bien no existen diferencias estadísticamente significativas por razón de tamaño en la evolución de las ventas en marco nacional.

Igualmente, el estudio de las expectativas de ventas coloca a las pequeñas en primera posición (el 33,3% espera un aumento de la cifra de ventas), con mucha diferencia respecto a las micro y las medianas empresas (8,3% y 9,1%, respectivamente). En el conjunto nacional las empresas medianas son las más optimistas con relación al aumento de las ventas (28,6%), si bien las diferencias con las empresas de menor tamaño no son estadísticamente significativas.

Cuadro 3.3. Evolución y expectativas sobre las ventas según el tamaño de la empresa (% de empresas)

		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ENTRE 2021 Y 2022	Aumento (%)	39,8	52,6	27,3	
	Estabilidad (%)	59,3	35,9	72,7	
	Disminución (%)	0,9	11,5	0,0	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	38,9	41,1	27,3	***
EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2023	Aumento (%)	8,3	33,3	9,1	
	Estabilidad (%)	90,7	62,8	90,9	
	Disminución (%)	0,9	3,8	0,0	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	7,4	29,5	9,1	***

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 3.4). Los sectores que presentaron un mejor saldo de evolución en este período fueron los servicios (47,6) y la construcción (42,6). Sin embargo, las diferencias entre los diferentes sectores no son significativas.

En relación con las expectativas de ventas para 2023 son peores para todos los sectores que la evolución de las ventas entre 2021 y 2022, cuestión que coincide con la situación de las pymes en el conjunto del Estado. Los sectores con expectativas de ventas más positivas para 2023 son, una vez más, el sector servicios (22,8) y el sector industrial (18,8). Por el contrario, las peores expectativas se presentan en el sector comercial (10,6) y la construcción (14,9). No

obstante, las diferencias no son significativas, por lo que estos valores deben ser tomados como meramente descriptivos. A nivel nacional, los sectores con mejores expectativas son el de servicios (24,7) y el comercio (19,4), y los menos optimistas resultaron ser la construcción (12,3) y la industria (16,6). Tampoco en este caso resultaron significativas las diferencias.



Cuadro 3.4. Evolución y expectativas sobre las ventas según el sector de actividad de la empresa (% de empresas)

		INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ENTRE 2021 Y 2022	Aumento (%)	37,0	51,1	37,9	49,1	
	Mantenimiento (%)	55,6	40,4	57,6	49,1	
	Disminución (%)	7,4	8,5	4,5	1,8	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	29,6	42,6	33,4	47,6	-
EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2023	Aumento (%)	18,5	17,0	13,6	24,6	
	Mantenimiento (%)	81,5	80,9	83,3	73,7	
	Disminución (%)	0,0	2,1	3,0	1,8	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	18,8	14,9	10,6	22,8	-

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



4.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN

4. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

La aún inconclusa guerra entre Rusia y Ucrania ha venido a desestabilizar aún más el proceso de recuperación tras la pandemia de la COVID-19, especialmente en Europa. Este contexto de inestabilidad ha generado un clima de incertidumbre y desconfianza que revierte en una fuerte inflación que ha obligado al Banco Central Europeo a desplegar una política monetaria fuertemente restrictiva. En este contexto, las pymes han visto encarecer el crédito bancario y, con ello, se ha retornado a épocas en las que el acceso a la financiación se ha dificultado. Con este telón de fondo, en este apartado se analiza la financiación de las pymes, preguntándose por si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la respuesta de las entidades financieras en caso de haberlas solicitado.

La Figura 4.1 muestra que el 23,9% de las pymes canarias ha solicitado líneas de financiación a entidades de crédito, un porcentaje superior a la media nacional donde solo el 17,6% lo ha hecho. El 76,1% restante no ha realizado solicitud, bien porque no lo necesita (24,4%, frente al 25,3% de la media nacional) o porque se autofinancia (51,7%, frente al 57,0% de la media nacional). Un dato positivo para las Islas es que ninguna empresa parece haberse autolimitado en su acceso al crédito, pues todas las empresas que han necesitado financiación han accedido a la misma, frente al 0,1% de la media nacional que se restringe (borrower discouragement) a sí mismo en su intención de acceder al crédito. El bajo valor de acceso al crédito bancario pone de manifiesto el impacto de la subida de los tipos de interés sobre la demanda de financiación por parte de las pymes.

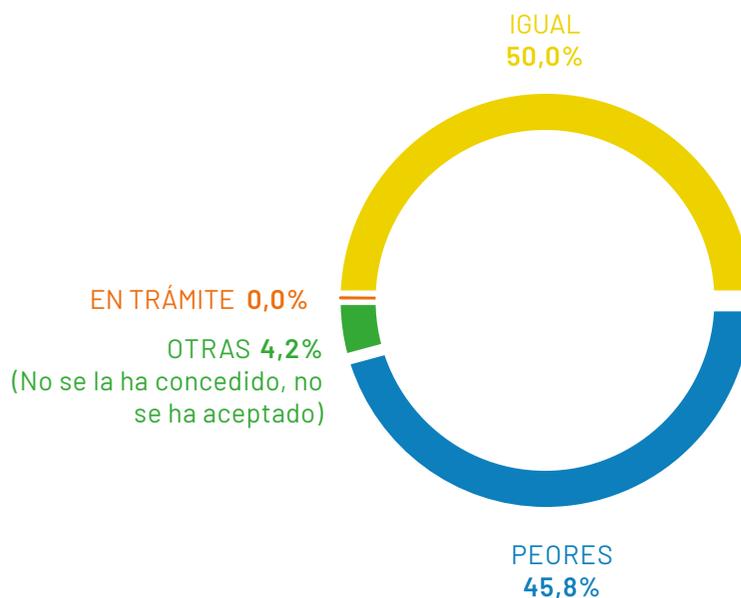
Figura 4.1. Utilización de líneas de financiación de entidades de crédito



Por su parte, la Figura 4.2 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 50,0% de las empresas canarias solicitantes se les concedió financiación en las mismas condiciones que en años anteriores, frente al 60,4% de la media nacional. Además, a un 45,8% de las pymes también se les concedió financiación, pero con endurecimiento de las condiciones de acceso al crédito, frente al 38,8% de la media nacional. Cabe destacar que al 4,2% restante o bien no se le concedió la financiación, o bien las empresas no aceptaron las condiciones impuestas por su entidad financiera, frente al tan solo 0,7% de la media nacional. El contexto de

nuevas restricciones financieras con importantes subidas de tipos de interés es patente al observar los resultados, especialmente en Canarias. Los datos evidencian que las pymes canarias se enfrentan a un mercado crediticio con condiciones más duras que el resto de empresas españolas.

Figura 4.2. Condiciones de acceso a financiación de entidades de crédito



Para un mayor detalle se analizan 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 4.1), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en la solicitud de la financiación, pero no en las condiciones de acceso a la financiación.

En Canarias, las pequeñas empresas son las que en mayor medida han solicitado financiación ajena (36,7%), seguidas de las micro (16,2%), mientras que las firmas de tamaño mediano se muestran menos interesadas en endeudarse (9,1%), al contrario de lo que ocurre en el ámbito nacional; apostando más claramente las firmas isleñas por la autofinanciación de las nuevas inversiones en un escenario de tipos de interés alcista. Posiblemente, el Régimen Económico y Fiscal de Canarias, con figuras como la Reserva para Inversiones en Canarias, pueda explicar el mayor recurso a la autofinanciación de las empresas de mayor dimensión, pues al contar con más infraestructura y medios suelen planificar mejor sus inversiones y hacer un uso más eficiente de dichos incentivos fiscales.

En cualquier caso, los fondos propios son el recurso preferido por todas las empresas para financiar su actividad e inversiones, aumentando su uso conforme crece su tamaño. Así se autofinancia el 48,6% de las micro, el 54,4% de las pequeñas y el 63,6% de las medianas, siguiendo un comportamiento muy similar al nacional.

Resulta significativo que el 35,1% de las microempresas reconoce no estar invirtiendo en el actual contexto de incertidumbre, siendo el colectivo que muestra un comportamiento más

conservador, seguido de las de mediano tamaño (27,3%), mientras que, por el contrario, sólo el 8,9% de las firmas pequeñas ha paralizado sus nuevos proyectos de inversión, mostrando una menor aversión al riesgo.

Respecto a las condiciones del acceso a la financiación en los casos que lo han solicitado (Cuadro 4.1), en general, se puede apreciar que conforme aumenta el tamaño es más probable que se acceda a financiación en las mismas condiciones que en años anteriores, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas.

En Canarias, las empresas de menor dimensión han experimentado más dificultades en el acceso a los fondos que el conjunto de empresas españolas, pues sólo el 44,4% de las micro y el 51,7% de las pymes canarias ha logrado mantener las condiciones de años anteriores, frente al 72,4% y 58,2% en el ámbito nacional. La totalidad de empresas medianas ha renovado las condiciones de años anteriores, lo que denota su mayor capacidad de negociación con entidades financieras.

Cuadro 4.1. Solicitud y acceso a la financiación de la pyme según el tamaño de la empresa (% de empresas)

SOLICITUD DE FINANCIACIÓN	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	16,2	36,7	9,1	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	35,1	8,9	27,3	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	48,6	54,4	63,6	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	0,0	0,0	0,0	***
ACCESO A LA FINANCIACIÓN				
Se la han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	44,4	51,7	100,0	
Se la han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	50,0	44,8	0,0	
No le han concedido la financiación y otros (%)	5,6	3,4	0,0	-

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



En cuanto al sector de actividad (Cuadro 4.2), no se encuentran diferencias significativas en las firmas canarias ni en la solicitud de financiación, ni en el acceso a la financiación. Respecto a la solicitud de financiación podemos destacar que, en el Archipiélago, las empresas de la construcción fueron las que en menor medida solicitaron financiación bancaria (16,3%) y, las de servicios las que más lo hicieron (28,1%), siendo estos resultados totalmente opuestos a lo ocurrido a nivel nacional donde la construcción lidera la captación de fondos ajenos.

La autofinanciación es la alternativa financiera preferida por todos los sectores, siendo la construcción (65,3%) y la industria (60,7%) los sectores que más intensamente la utilizan, mientras que, los porcentajes se reducen al 47,8% en el comercio y al 40,4% en los servicios. Nuevamente, Canarias presenta un comportamiento por sectores diferente al resto del conjunto de España, haciendo un mayor uso de la financiación propia en la industria y la construcción.

Los sectores que más parecen haber frenado la realización de nuevas inversiones en un escenario financiero complejo en Canarias son los servicios (31,6%) y el comercio (26,9%); mientras que, para el conjunto de regiones españolas, es la construcción la que muestra un comportamiento menos dinámico.

En las Islas, las empresas perciben más dificultades para mantener las condiciones de acceso a la financiación ajena (Cuadro 4.2), pues en todos los sectores, a excepción de las actividades de servicios, es menor el número de empresas, en comparación al contexto

nacional, que logró mantener las condiciones de financiación de años anteriores. Así, el 52,9% de las empresas comerciales canarias indica que logró financiación, pero en peores condiciones, siendo este porcentaje del 35,5% en el ámbito nacional. En la construcción estos datos son del 50% en Canarias frente al 40% para el conjunto nacional, mientras que, casi un 43% de la industria canaria manifiesta esta situación desfavorable frente al 27,7% en el conjunto del país. Por el contrario, en el Archipiélago, sólo el 37,5% de las firmas de servicios debió hacer frente a un escenario financiero más duro, frente al 58,1% para el conjunto de España.

En la industria y el comercio ninguna empresa canaria manifiesta que se le haya rechazado una solicitud de concesión, siendo la construcción el sector que presenta peores resultados, pues un 12,5% de entidades en este sector obtuvieron una respuesta negativa a su solicitud de financiación.

Cuadro 4.2. Solicitud y acceso a la financiación de la pyme según el sector de actividad (% de empresas)

SOLICITUD DE FINANCIACIÓN	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	25,0	16,3	25,4	28,1	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	14,3	18,4	26,9	31,6	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	60,7	65,3	47,8	40,4	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	0,0	0,0	0,0	0,0	-
ACCESO A LA FINANCIACIÓN					
Se la han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	57,1	37,5	47,1	56,3	-
Se la han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	42,9	50,0	52,9	37,5	-
No le han concedido la financiación y otros (%)	0,0	12,5	0,0	6,3	-

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, 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 por las entidades financieras. Así mismo, se analiza un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera.

En este apartado se estudia la evolución de las condiciones financieras que han tenido las pymes canarias durante los dos últimos años, cuyos resultados se muestran en el Figura 4.3. Esta es medida en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), pudiendo observar diferencias de interés en las diversas características analizadas. En este sentido, los aspectos que mejor han evolucionado son el volumen de financiación que le

ofrecen (2,95), el tiempo de respuesta a la solicitud (2,93), el plazo exigido de la devolución (2,93) y la exigencia de garantías y avales (2,92), en sintonía con la media nacional donde también los aspectos mejor valorados son el volumen de financiación que se les ofrece (3,24), el tiempo de respuesta a la solicitud (2,85), la exigencia de garantías y avales (2,84) y el plazo exigido de la devolución (2,72).

En sentido contrario, los resultados más desfavorables se obtienen en relación con el coste de la financiación (2,56, frente al 2,08 de la media nacional) tras la constante subida de los tipos de interés, y el aumento de los gastos y comisiones que exigen las entidades de crédito (2,57, frente al 2,22 de la media nacional). En todo caso, las empresas canarias parecen mostrarse algo menos críticas que las del conjunto del Estado ante el aumento de tipos de interés y las comisiones bancarias.

Figura 4.3. Evolución de las condiciones de financiación



Como se puede apreciar en el Cuadro 4.3, el tamaño de la empresa no tiene efectos estadísticamente significativos en la evolución de las condiciones de financiación. Sin embargo, sí se detecta, con independencia del tamaño, que las firmas canarias perciben unas condiciones algo menos favorables que las del conjunto español en el volumen de financiación ofrecida y en los gastos y comisiones bancarias, mostrando una opinión más favorable en lo relativo a garantías y avales, coste de los recursos, y vencimiento de la financiación. Las firmas de pequeño tamaño parecen tener una actitud ligeramente más crítica en lo relativo a gastos y comisiones, así como en el coste de la financiación.



Cuadro 4.3. Evolución en las condiciones de la financiación según el tamaño de la empresa

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Volumen de la financiación ofrecida	2,94	2,97	2,91	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,63	2,43	2,91	-
Garantías y avales necesarios	2,92	2,92	2,91	-
El coste de la financiación	2,62	2,43	2,91	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,93	2,92	2,91	-
El vencimiento de la financiación	2,92	2,95	2,91	-

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

El Cuadro 4.4 muestra que existen diferencias estadísticamente significativas por sector de actividad en relación con las condiciones de financiación en las firmas canarias para todas las actividades, excepto en lo relativo a garantías y avales. Las empresas de servicios parecen mostrar un mayor grado de conformidad con el volumen de financiación obtenida, gastos y comisiones, costes, vencimiento y plazo de tramitación de la solicitud, mientras que, por el contrario, son las firmas industriales las que presentan una percepción menos favorable.

La comparación de los valores del Cuadro 4.4 con los obtenidos para el conjunto de firmas españolas, pone de manifiesto que nuestras empresas son más críticas con el volumen

de financiación obtenida, pero muestran una opinión ligeramente más favorable en relación con el coste de la financiación y, con los gastos y comisiones exigidos, especialmente en las actividades relacionadas con la construcción y el comercio.

Cuadro 4.4. Evolución en las condiciones de la financiación según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Volumen de la financiación ofrecida	2,93	2,90	2,96	3,00	*
Los gastos y comisiones exigidos	2,29	2,69	2,60	2,56	*
Garantías y avales necesarios	2,89	2,88	2,93	2,96	-
El coste de la financiación	2,29	2,67	2,60	2,56	*
El tiempo de resolución de la solicitud	2,86	2,90	2,93	2,98	*
El vencimiento de la financiación	2,89	2,88	2,93	3,00	*

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



5.

**ACTIVIDAD
INNOVADORA**

5. ACTIVIDAD INNOVADORA

La creación de riqueza está estrechamente ligada a la innovación, como destacó Schumpeter (1934), al resaltar el papel fundamental de la innovación en el desarrollo económico. Pero la innovación no juega un papel crucial solo en el desarrollo económico sino también en el desarrollo y el futuro de las pymes. El análisis y estudio de su actividad innovadora es fundamental para comprender cómo estas empresas pueden mejorar y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, tanto a nivel de productos y servicios como en sus procesos internos. Mantener un enfoque en la innovación como proceso y como resultado permitirá a las pymes aprovechar sus capacidades de manera efectiva y alcanzar el éxito en el competitivo entorno empresarial. Por tanto, resulta crucial para comprender la dinámica económica trazar la evolución de la actividad innovadora de las pymes a lo largo del tiempo. En este informe, nos enfocaremos en describir el comportamiento innovador de las pymes canarias, comparando los datos recogidos a nivel regional con los datos nacionales, no obstante, el lector interesado cuenta con información útil, sobre esta misma actividad empresarial, en ediciones anteriores de este informe, haciendo aquí tan solo mención a los resultados encontrados en la edición 2022 a efectos de ver la evolución de esta actividad en las pymes canarias frente a su comportamiento anterior, pero también respecto al conjunto nacional.

El enfoque de la clasificación de las innovaciones proporcionada por el Manual de Oslo en su tercera edición (OCDE, 2005) permite observar tres categorías principales de innovaciones. En primer lugar, encontramos los cambios en productos y servicios, sobre los que las pymes persiguen mejorar o introducir nuevos productos y servicios en el mercado resultado en ello un proceso

innovador de cara al mercado. En segundo lugar, las renovaciones en los procesos, que implican la optimización y modernización de las operaciones internas de la empresa para aumentar la eficiencia. Por último, las novedades en los sistemas de gestión, donde las pymes buscan implementar nuevas estrategias y enfoques organizativos para mejorar su funcionamiento.

No obstante, la capacidad de innovación de las pymes se manifiesta de diversas formas, y no existe una fórmula definitiva para lograr el éxito en este ámbito. Por ello, la gerencia empresarial debe adaptar estas capacidades de innovación según su propio análisis de las necesidades presentes y futuras de la empresa. Es importante destacar que entre las capacidades más determinantes para el futuro de cualquier empresa se encuentra precisamente la capacidad de innovar. Aunque no se tiene un conocimiento del todo claro sobre su efecto, se sabe que es posible mejorarla mediante el desarrollo de diferentes facetas organizativas (Saunila, 2020).

El estudio de la innovación puede abordarse desde dos perspectivas principales en la literatura. En primer lugar, se encuentra la innovación como proceso, que se enfoca en la transformación del conocimiento y la implementación de ideas en nuevos productos, procesos y sistemas (Lawson y Samson, 2001). En segundo lugar, se encuentra la innovación como resultado, que se refiere a la capacidad de generar diferentes tipos de innovación, es decir, abarca tanto productos y servicios innovadores como procesos, sistemas de gestión e innovación organizativa. Si bien la investigación se ha centrado en mayor medida en la innovación de productos o servicios, resulta especialmente interesante cuando se estudian

en conjunto con la innovación en procesos (Maldonado-Guzmán y García-Reyes, 2018). Es decir, comprender cómo las pymes pueden innovar tanto en sus productos y servicios ofrecidos al mercado, como en sus procesos internos para mejorar su competitividad y eficiencia es, sin duda, un tema de interés.

La Figura 5.1 muestra el porcentaje de pymes canarias 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, como media en una escala de 1 a 5, y el porcentaje de pymes que las considera muy importantes. Por su parte, en el Cuadro 5.1, se observa la evolución con respecto al año anterior y la comparación con los resultados a nivel nacional.

Respecto a la innovación en productos y servicios se observa un importante crecimiento con respecto al año 2022. El 48,3% de las pymes realizaron cambios o mejoras en productos o servicios (27,1% en 2022), porcentaje similar al realizado por las pymes a nivel del conjunto del estado español (47,7%). Por otra parte, el 46,3% ha comercializado nuevos productos o servicios (25,4% el año anterior), algo más que a nivel nacional (39,5%). El grado de importancia de la innovación en productos y servicios manifestado por las pymes canarias también ha crecido en 2023 con respecto al año anterior y es algo superior que la media de las pymes del conjunto de España. En una escala de 1 a 5, el grado de importancia de realizar cambios en mejoras en productos y servicios se situó en 3,61 (en 2022 3,23) frente al 3,56 a nivel nacional. Por otra parte, la media de la importancia de comercializar nuevos productos o servicios en 2023 en las pymes canarias fue de 3,73 (en 2022 fue de 3,08) y la media nacional fue de 3,62. Por su parte, el porcentaje de pymes canarias

que considera muy importante las innovaciones realizadas en mejoras de productos o servicios es del 2,1%, mientras que ninguna considera muy importantes las innovaciones en comercialización de nuevos productos.

En cuanto a la innovación en procesos se observan comportamientos muy diferentes cuando se trata de mejoras en los procesos de producción que cuando se trata de adquisición de nuevos bienes de equipo. El 23,9% de las pymes canarias manifiestan que han realizado en 2023 cambios o mejoras en los procesos de producción, algo menos que la media nacional (36,0%), y también menos que en 2022 (26,1%). Por otro lado, una gran parte de las pymes (76,6%) han adquirido nuevos bienes de equipo, mucho más que en 2022 (39,3%) y también en mayor medida que a nivel nacional (74,6%). El grado de importancia de la innovación en procesos, sin embargo, es similar al año anterior. La media de la importancia de cambios en los procesos de producción es de 3,1 (frente al 2,98 de España y 3,16 de 2022) y la importancia de adquisición de nuevos bienes de equipo es de 3,25 (frente al 3,29 de España y 3,42 de 2022). Por otra parte, el porcentaje de pymes canarias que considera muy importante las innovaciones realizadas en los procesos de producción es el 4,2% y de adquisición de nuevos bienes de equipo es del 2,6%.

En relación con la innovación en sistemas de gestión, en el citado Cuadro 5.1 se puede observar que el porcentaje de empresas que han desarrollado innovaciones en sus sistemas de gestión relacionados con la dirección y gestión es del 24,4%, el 13,9% innovó en los sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos y el 8,0% llevó a cabo mejoras en el área comercial y de ventas. Todos estos porcentajes se sitúan claramente por debajo de los obtenidos en 2022, con el 25,8%, 23,3% y 25,0%, respectivamente,

aunque en niveles similares al panorama español (20,4%, 13,8% y 9,8% respectivamente). Sin embargo, la importancia de las innovaciones realizadas en 2023 es mayor que las realizadas en 2022 y también mayor que las de las pymes españolas. En cuanto al grado de importancia de las innovaciones en dirección y gestión es de 3,10 (escala de 1 a 5), ligeramente menor que en 2022 (3,14) y mayor que a nivel estatal (2,58). La importancia de las innovaciones en compras y aprovisionamiento es de 3,21, sustancialmente

mayor que en 2022 (2,98) y que la media del conjunto de las pymes españolas (2,95). No obstante, la importancia de las innovaciones en el área comercial y de ventas (3,25) es similar a 2022 (3,20), siendo superior a la media española (2,79). Por su parte, el 12,2% de pymes canarias considera muy importante las innovaciones realizadas en dirección y gestión, mientras que el 3,6% manifiesta la relevancia de las innovaciones en compras y aprovisionamiento y el 6,3% lo hace sobre el área comercial y de ventas.

Figura 5.1 Realización de innovaciones en productos, procesos y/o gestión y grado de importancia de las mismas

INNOVACIÓN	%	Grado de importancia de la innovación	
		Poco importante 1	Muy importante 5
Productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	48,3%	 3,61	2,1%
Comercialización nuevos productos/servicios	46,3%	 3,73	0,0%
Procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	23,9%	 3,19	4,2%
Adquisición de nuevos bienes de equipos	76,6%	 3,25	2,6%
Sistemas de gestión			
Dirección y gestión	24,4%	 3,10	12,2%
Compras y aprovisionamientos	13,9%	 3,21	3,6%
Comercial/Ventas	8,0	 3,25	6,3%

Cuadro 5.1. Innovaciones de las pymes en productos, procesos y/o sistemas de gestión comparación con Canarias 2022 y España 2023

INNOVACIÓN	%			Grado de importancia de la innovación*			% muy importante		
	ESPAÑA	CANARIAS	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	CANARIAS	ESPAÑA	CANARIAS	CANARIAS
	2023	2023	2022	2023	2023	2022	2023	2023	2022
Productos y servicios									
Cambios o mejoras en productos/servicios	47,7	48,3	27,1	3,56	3,61	3,23	5,8	2,1	14,1
Comercialización nuevos productos/servicios	39,5	46,3	25,4	3,62	3,73	3,08	3,5	0,0	12,0
Procesos									
Cambios o mejoras en los procesos de producción	36,0	23,9	26,1	2,98	3,19	3,16	1,7	4,2	12,4
Adquisición de nuevos bienes de equipos	74,6	76,6	39,3	3,29	3,25	3,42	3,9	2,6	19,9
Sistemas de gestión									
Dirección y gestión	20,4	24,4	25,8	2,58	3,10	3,14	2,5	12,2	15,6
Compras y aprovisionamientos	13,8	13,9	23,3	2,95	3,21	2,98	0,0	3,6	10,7
Comercial/Ventas	9,8	8,0	25,0	2,79	3,25	3,20	2,6	6,3	13,0

*Media en una escala de 1= Poco importante a 5= Muy importante



Al analizar los distintos tipos de innovación en función del tamaño de la empresa, se observan diferencias significativas, tal y como muestra el Cuadro 5.2. En todos los casos en los que se han obtenido evidencias estadísticamente significativas las empresas medianas son las que en mayor medida realizan innovación en los procesos y en los sistemas de gestión, también en productos y servicios, si bien en este caso no resulta estadísticamente significativo.

En el citado Cuadro se puede observar cómo las medianas empresas realizan en mayor proporción innovaciones o mejoras en productos y/o servicios (61,5%) que las pequeñas y las microempresas (40,5% y 52,9% respectivamente). Igual tendencia se observa en las innovaciones en la comercialización de nuevos productos.

Con respecto a las innovaciones en la mejora de los procesos de producción, se observa una gran diferencia, estadísticamente significativa, entre los porcentajes de los cambios realizados por las medianas empresas (61,5%) que por las pequeñas y por las microempresas (28,6% y 15,4% respectivamente). Se observa la misma tendencia en las innovaciones referidas a la adquisición de nuevos bienes de equipo.

La misma tendencia, y además también estadísticamente significativa, resulta la innovación en los sistemas de gestión. Así, se han producido más innovaciones en dirección y gestión en las medianas empresas (61,5%) que en las pequeñas y que en las microempresas (33,3% y 12,5%, respectivamente), mostrando un comportamiento similar en las innovaciones en los sistemas de compras y de aprovisionamiento.

Cuadro 5.2. Realización de innovaciones según el tamaño de la empresa (% de empresas)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	52,9%	40,5%	61,5%	-
Comercialización nuevos productos/servicios	51,0%	40,5%	46,2%	-
Procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	15,4%	28,6%	61,5%	***
Adquisición de nuevos bienes de equipos	68,3%	84,5%	92,3%	**
Sistemas de gestión				
Dirección y gestión	12,5%	33,3%	61,5%	***
Compras y aprovisionamientos	11,5%	11,9%	46,2%	***
Comercial/Ventas	4,8%	8,3%	30,8%	***

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

En el Cuadro 5.3 se muestra la importancia de dichas innovaciones y se observa que no hay diferencias significativas según el tamaño de las empresas, excepto en la importancia de los cambios o mejoras en productos que son considerados más relevantes por las microempresas y las pequeñas empresas (3,65 en ambos casos) que por las

medianas (3,13 en una escala de 1 a 5). También es significativa la diferencia, pero en sentido inverso, en las innovaciones en la adquisición de nuevos bienes de equipo donde las innovaciones son más importantes para las medianas empresas (3,92) que para las pequeñas y las micro empresas (3,39 vs 3,00).

Cuadro 5.3. Importancia de las innovaciones según el tamaño de la empresa

Productos y servicios	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,65	3,65	3,13	*
Comercialización nuevos productos/servicios	3,74	3,76	3,50	-
Procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,25	3,08	3,38	-
Adquisición de nuevos bienes de equipos	3,00	3,39	3,92	***
Sistemas de gestión				
Dirección y gestión	2,69	3,21	3,38	-
Compras y aprovisionamientos	3,17	3,00	3,67	-
Comercial/Ventas	3,40	3,00	3,50	-

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

Tal y como se observa en el Cuadro 5.4, al analizar los distintos tipos de innovación en función del sector de actividad de la empresa, existen diferencias significativas en las innovaciones de producto y de procesos, pero no en las innovaciones de los sistemas de gestión. En todos los casos se evidencian mayores niveles de innovación en

las empresas industriales. Así, estas empresas realizan en mayor proporción innovaciones por cambios o mejoras en productos y/o servicios (78,6%) que las empresas comerciales (59,7%), de servicios (35,1%) o constructoras (30,6%). Por otra parte, las innovaciones en comercialización de nuevos productos se dan en mayor medida en las

empresas del sector industrial (75,0%) y comercial (73,1%), que en las del sector servicios (29,8%) y construcción (12,2%).

Con respecto a las innovaciones en la mejora de los procesos de producción, se observa una gran diferencia, estadísticamente significativa, entre los porcentajes de las empresas industriales que introducen estas mejoras (67,9%) con respecto a las empresas de la construcción (28,6%), de servicios (19,3%) y de comercio (6,0%). Igual tendencia se observa en las innovaciones en adquisición de nuevos bienes de equipo, donde una gran proporción de empresas industriales realizan innovaciones (96,4%), frente a las empresas de la construcción (77,6%), comerciales (73,1%) y de servicios (70,2%).

En las innovaciones de los sistemas de gestión no se observan diferencias significativas entre las empresas de los distintos sectores económicos. En este sentido, las innovaciones en dirección y gestión son similares en el sector industrial (32,1%), servicios (29,8%) y en la construcción (26,5%), siendo algo menor en el comercio (14,9%). En relación a compras y aprovisionamiento, las innovaciones son mayores en el sector industrial (25,0%), similares en servicios (15,8%) y comercio (11,9%), y algo menores en las empresas de la construcción (8,2%). Por último, las innovaciones en el ámbito comercial y de ventas son similares en la industria (10,7%) y los servicios (10,5%) y también, aunque algo inferiores, en la construcción (6,1%) y el comercio (6,0%).

Cuadro 5.4. Realización de innovaciones según sector de actividad (% de empresas)

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	78,6%	30,6%	59,7%	35,1%	***
Comercialización nuevos productos/servicios	75,0%	12,2%	73,1%	29,8%	***
Procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	67,9%	28,6%	6,0%	19,3%	***
Adquisición de nuevos bienes de equipos	96,4%	77,6%	73,1%	70,2%	**
Sistemas de gestión					
Dirección y gestión	32,1%	26,5%	14,9%	29,8%	-
Compras y aprovisionamientos	25,0%	8,2%	11,9%	15,8%	-
Comercial/Ventas	10,7%	6,1%	6,0%	10,5%	-

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

En el Cuadro 5.5, se muestra la importancia de dichas innovaciones y se observa la inexistencia mayoritaria de diferencias significativas según el sector de actividad de las empresas, excepto en cambios o mejoras en productos/servicio, y en innovaciones en dirección y gestión y área de aprovisionamiento. Los cambios o mejoras en productos/servicios son valorados, en una escala de 1 a 5, como más importantes por las empresas de comercio (3,80), que por las de servicios (3,60), las industriales (3,59) o las de construcción (3,13).

También es significativa la diferencia en dirección y gestión, donde las innovaciones son consideradas

más importantes por las empresas del sector de la construcción (3,69) que por las comerciales (3,30), las de servicios (2,82) y las industriales (2,56). Igual comportamiento, estadísticamente significativo y en la misma graduación, se observa en las innovaciones en compras y aprovisionamiento donde las innovaciones son consideradas algo más importantes que las de dirección y gestión, independientemente del sector económico de la actividad. Así, las pymes constructoras otorgan a estas innovaciones una valoración de 4,0, seguidas de las comerciales (3,25), las de servicios (3,22) y las industriales (2,71).

Cuadro 5.5. Importancia de las innovaciones según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,59	3,13	3,80	3,60	***
Comercialización nuevos productos/servicios	3,71	3,67	3,78	3,65	-
Procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,05	3,00	3,75	3,45	-
Adquisición de nuevos bienes de equipos	3,33	3,37	3,12	3,25	-
Sistemas de gestión					
Dirección y gestión	2,56	3,69	3,30	2,82	*
Compras y aprovisionamientos	2,71	4,00	3,25	3,22	*
Comercial/Ventas	2,67	3,33	4,00	3,00	-

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



Circular Economy Infographic

Learn about the circular economy and its benefits. This infographic provides a comprehensive overview of the concept and its impact on the environment and the economy.



Learn about the circular economy and its benefits. This infographic provides a comprehensive overview of the concept and its impact on the environment and the economy.



Learn about the circular economy and its benefits. This infographic provides a comprehensive overview of the concept and its impact on the environment and the economy.

6.

INDICADORES DE RENDIMIENTO

6. INDICADORES DE RENDIMIENTO

Si bien existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa, en el presente informe se opta por hacer uso de indicadores elaborados a partir de la percepción de la dirección de la empresa respecto a su posición competitiva. En este sentido, el proyecto opta por seguir a Quinn y Rohrbaugh (1983). La actual incertidumbre y los acontecimientos recientes hacen que los registros financieros no constituyan una fuente de información adecuada para sustentar este tipo de estudios. Así, los ocho ítems que componen la escala que se emplea para medir el rendimiento son valorados por los gerentes de las pymes, quienes expresan su valoración para cada una de las afirmaciones.

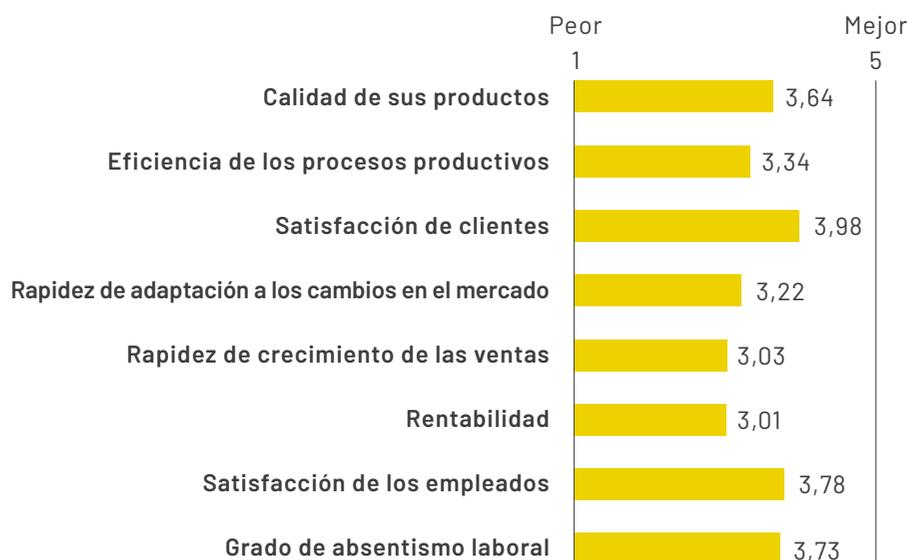
En la Figura 6.1 se observa que los tres aspectos que los gerentes de las pymes canarias consideran más favorables son la satisfacción de los clientes (3,98), la satisfacción de los empleados (3,59) y el grado de absentismo laboral (3,73), si se comparan con sus competidores. Coincidentes con la percepción aportada por sus homólogos nacionales -i.e. satisfacción de los clientes (3,91), satisfacción de los empleados y grado de absentismo laboral (3,65 en ambos casos)-, si bien las puntuaciones son algo mayores en el contexto regional canario.

La rentabilidad (3,01) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,03) destacan

por ser los factores identificados por los directivos de la mediana y pequeña empresa del Archipiélago como menos favorables en relación con sus competidores más directos, a semejanza de lo que se percibe en el contexto nacional -i.e., rentabilidad (3,04) y rapidez de crecimiento de las ventas (3,08).

En una posición intermedia, tanto a nivel nacional como regional, se encuentran atributos tales como la calidad de los productos (Canarias 3,64; España 3,59), la eficiencia de los procesos productivos (Canarias 3,34; España 3,30) y la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado (Canarias 3,22; España 3,31). La Figura 6.1 refleja el conjunto de indicadores señalados, los cuales pueden contrastarse con los mismos indicados del informe nacional.

Figura 6.1. En comparación con sus competidores directos, indique cuál es la posición de su empresa con los siguientes indicadores de rendimiento



El análisis del rendimiento en relación con el tamaño de las pymes (Cuadro 6.1), refleja que las microempresas canarias, según sus directivos, presentan menor absentismo laboral (3,98) y empleados más satisfechos y motivados (4,05) que las pequeñas y las medianas empresas de la región. En el entorno nacional, dichos factores también destacan en las microempresas, si bien reciben una puntuación algo superior -i.e. menor absentismo laboral (4,13) y empleados más satisfechos (4,12).

Además, los directivos de las medianas empresas afirman disponer de procesos internos más

eficientes y que se adaptan antes a los cambios en el mercado (3,55 en ambos casos), en mayor medida que los de las micro y pequeñas empresas del Archipiélago. El único ítem en el que existe diferencia significativa de las pequeñas empresas respecto a las micro (3,56) y medianas (3,64) empresas es en la calidad de los productos (3,76). La percepción de los gerentes respecto a que la empresa cuenta con clientes más satisfechos, que es más rentable, o que está creciendo más, no difiere significativamente atendiendo al tamaño de la organización.

Cuadro 6.1. Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según el tamaño de la empresa

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Ofrece productos de mayor calidad	3,56	3,76	3,64	*
Dispone de procesos internos más eficientes	3,23	3,46	3,55	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,98	3,97	3,90	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,12	3,33	3,55	***
Está creciendo más	3,03	3,04	3,00	-
Es más rentable	3,02	3,00	3,00	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	4,05	3,49	3,09	***
Tiene un menor absentismo laboral	3,98	3,47	3,09	***

En una escala de 1= Peor a 5= Mejor
Diferencias estadísticamente significativas (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-): no significativa

Si centramos el enfoque del análisis en el sector de actividad (Cuadro 6.2), se identifican diferencias significativas de la industria respecto a los otros sectores en cuanto a que ofrece productos de mayor calidad (3,89), circunstancia que se replica en el ámbito nacional (3,74). La construcción destaca porque dispone de procesos internos más eficientes (3,63), y la puntuación que asignan los directivos del sector comercial sobre la adaptación de sus organizaciones a los cambios en el mercado difiere significativamente y es menor (3,04) a la otorgada por los gerentes del sector industrial (3,32), la construcción (3,31) y los servicios (3,32), a semejanza de lo que sucede en todo el territorio nacional.



Cuadro 6.2. Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Ofrece productos de mayor calidad	3,89	3,55	3,72	3,51	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3,54	3,63	3,07	3,30	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,96	3,92	4,03	3,96	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,32	3,31	3,04	3,32	***
Está creciendo más	3,04	3,00	3,00	3,09	-
Es más rentable	3,00	3,00	3,00	3,04	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,75	3,69	3,93	3,70	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,68	3,67	3,85	3,67	-

En una escala de 1= Peor a 5= Mejor
Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-): no significativa



7.

OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES

7. OBSTÁCULOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS PYMES

La sostenibilidad y el éxito a largo plazo de las empresas dependen tanto de las oportunidades de mercado como de los recursos y capacidades internas de las empresas. Así, si la empresa cuenta con los recursos adecuados estará en posición de aprovechar las oportunidades en su sector competitivo. En consecuencia, es importante que los responsables empresariales tengan en cuenta las amenazas del entorno general derivadas de factores económicos, sociales, políticos, legales y tecnológicos que, junto con las debilidades internas, podrían afectar la rentabilidad del negocio.

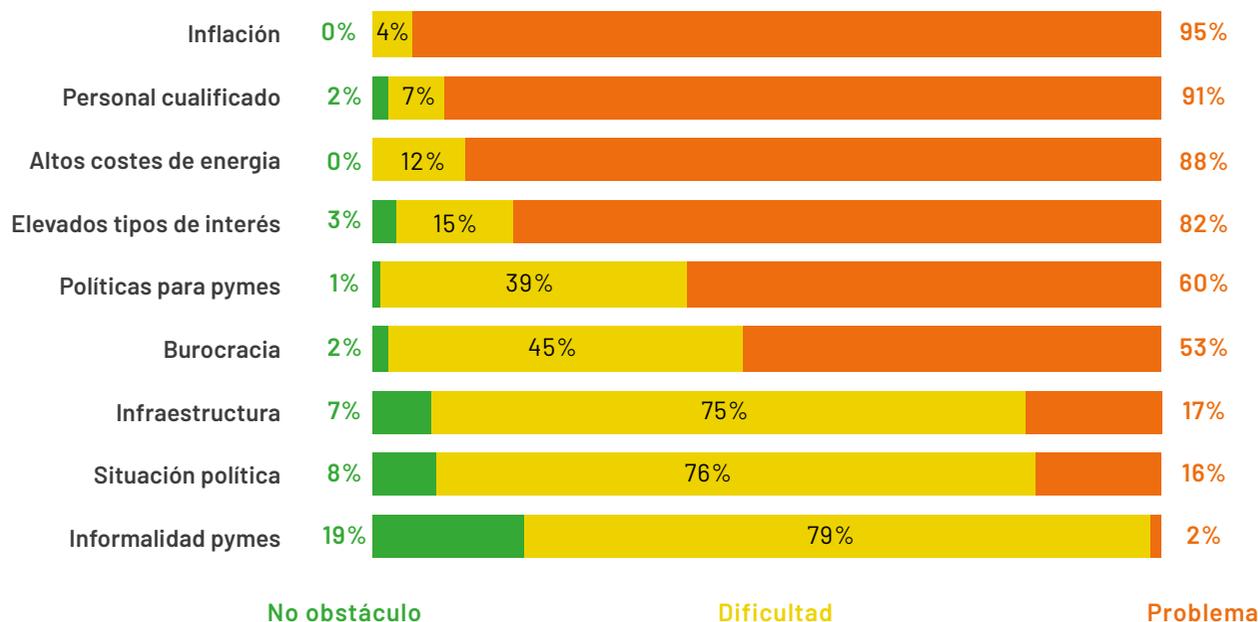
En este apartado se analizan y clasifican los factores externos e internos que pueden afectar al devenir de la empresa en función del nivel de importancia otorgado por los gerentes de las pymes canarias. Se procede de esta forma con el fin de determinar en qué medida se consideran obstáculos y dificultades que representan problemas reales para el futuro de

las pymes en las Islas.

Factores externos

En la Figura 7.1 se muestra que, en línea con las respuestas de los gerentes de pymes del conjunto de España, los factores externos que más preocupan a los gestores canarios son de carácter económico. En concreto, la inflación (95%), la dificultad para encontrar personal cualificado en el mercado laboral (91%), los altos costes de la energía (88%) y los intereses de préstamos (82%), representan los aspectos del entorno genérico más preocupantes para las pymes canarias en mayor medida que a nivel nacional. En cuanto a los factores de carácter político-legal relativos a las políticas específicas para pymes, la burocracia, la infraestructura y los problemas derivados de la corrupción o la inseguridad, se consideran cuestiones más desafiantes, pero menos problemáticas de cara a la gestión empresarial.

Figura 7.1. Nivel de obstáculos de los factores externos en las pymes canarias



Atendiendo a la dimensión de las pymes en Canarias, se encuentra una relación significativa entre el tamaño de la empresa y los factores inherentes a la situación política, las infraestructuras, la burocracia y los altos costes energéticos. Los tres primeros influyen en mayor medida en las pymes pequeñas, mientras que, para las medianas, el alto coste de la energía representa el mayor obstáculo (Cuadro 7.1).

En comparación con las pymes a nivel nacional, los resultados difieren ya que, en el conjunto nacional, los principales obstáculos se vinculan con la inflación y la dificultad para encontrar personal cualificado, especialmente en las microempresas.



Cuadro 7.1. Nivel de obstáculos de los factores externos según el tamaño de la empresa

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Informalidad pymes	1,06	1,23	1,33	-
Situación política	0,55	0,63	0,55	**
Infraestructura	0,08	0,44	0,36	***
Burocracia	0,03	0,19	0,18	***
Políticas para pymes	0,01	0,09	0,00	-
Elevados tipos de interés	0,03	0,14	0,18	-
Altos costes de energía	0,00	0,08	0,18	***
Personal cualificado	0,06	0,08	0,00	-
Inflación	0,00	0,04	0,00	-

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 a los resultados obtenidos teniendo en cuenta el sector de la empresa, en el Cuadro 7.2 se observa que, en general, los factores externos que repercuten en la buena o mala marcha del negocio no se ven influidos por el sector de actividad al que pertenecen las pymes canarias. Únicamente se aprecian diferencias estadísticamente significativas en los obstáculos derivados de la informalidad y la situación política, siendo el sector

servicios el más afectado por la informalidad de las pymes, en opinión de los directivos, mientras que el sector industrial es más sensible a la situación política. Estos resultados contrastan con los de las pymes españolas, donde se identifican diferencias estadísticamente significativas en el impacto de distintos obstáculos –e.g., alto coste de energía, inflación, tipos de interés y política para pymes– y el sector de actividad.

Cuadro 7.2. Nivel de obstáculos de los factores externos según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Informalidad pymes	1,00	1,19	0,98	1,25	*
Situación política	0,75	0,35	0,73	0,53	***
Infraestructura	0,36	0,37	0,19	0,12	-
Burocracia	0,25	0,10	0,07	0,05	-
Políticas para pymes	0,11	0,06	0,01	0,02	-
Elevados tipos de interés	0,14	0,14	0,03	0,05	-
Altos costes de energía	0,00	0,06	0,06	0,02	-
Personal cualificado	0,00	0,06	0,07	0,09	-
Inflación	0,00	0,02	0,00	0,04	-

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

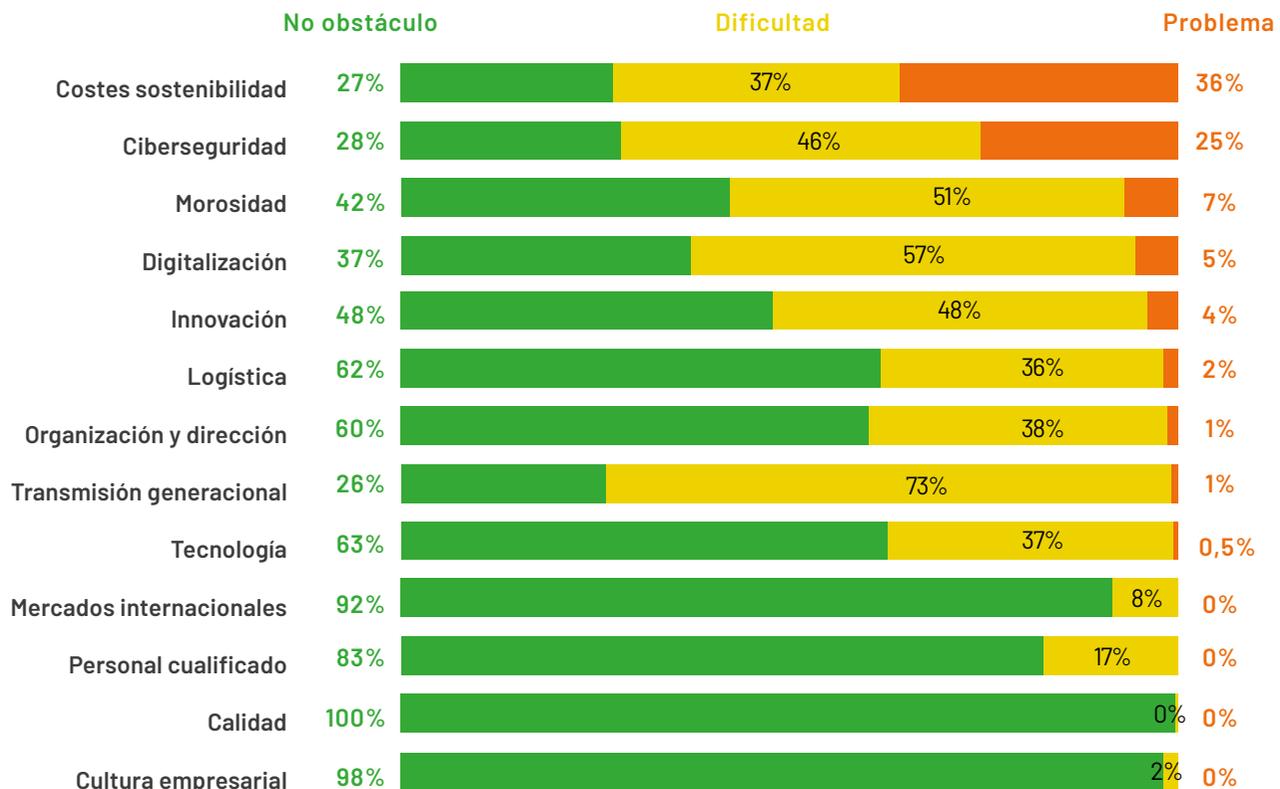
Factores internos

En el Figura 7.2 se muestran los factores internos analizados y ordenados de más a menos problemáticos según los gerentes de las pymes participantes en la encuesta. Al igual que en el conjunto de España, los obstáculos relacionados con los factores internos se consideran menos problemáticos que los factores externos. Esto es comprensible ya que los responsables pueden ejercer un mayor control sobre los factores internos que sobre los externos, que no dependen de ellos. En concreto, un 36% de los gerentes canarios, frente al 17% del conjunto nacional, considera que los altos costes asociados a la sostenibilidad representan el mayor obstáculo para la buena marcha del negocio. La ciberseguridad representa el segundo mayor problema para las pymes canarias, con la salvedad de que en Canarias así lo consideran un 25% de las

pymes frente al 5% del conjunto de España, donde no representa un problema para la mayoría de las pymes (62%).

En términos de dificultad, el mayor desafío para las pymes canarias se encuentra en la transmisión generacional. Resulta llamativo que para 73% de los gerentes canarios la sucesión familiar represente un obstáculo frente al 29% de las pymes españolas. La digitalización (57%), la morosidad (51%), la innovación (48%), la ciberseguridad (46%), la capacidad de organizar y dirigir el negocio (38%), la tecnología (37%) y la logística (36%) se consideran algo menos preocupantes. Por su parte, cuestiones concernientes a la calidad, la cultura empresarial, los mercados internacionales y el personal cualificado, al igual que en el conjunto de España, no representan obstáculos importantes para el negocio.

Figura 7.2. Nivel de obstáculos de los factores internos en las pymes canarias



Con relación al sector de actividad de la empresa, en el Cuadro 7.3 se aprecian diferencias significativas con la mayoría de los factores internos. De los cuatro sectores analizados, el de servicios es el más influido por factores como la tecnología, la logística, la innovación, la digitalización, la morosidad y los costes de sostenibilidad. Sin embargo, las dificultades

para encontrar personal cualificado influyen en mayor medida al sector comercial. En el conjunto de España también se observan relaciones significativas entre sector y factores internos. En general, y al contrario que en Canarias, el sector industrial es el más expuesto a obstáculos internos, mientras que el sector de servicios es el menos influenciado por dichos factores.

Cuadro 7.3. Nivel de obstáculos de los factores internos según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Cultura empresarial	1,93	2,00	1,99	1,96	-
Calidad	2,00	1,98	2,00	2,00	-
Personal cualificado	1,89	1,59	1,93	1,81	***
Mercados internacionales	1,79	1,94	1,88	1,89	-
Tecnología	1,25	1,61	1,55	1,71	*
Transmisión generacional	0,46	0,57	0,60	0,58	-
Organización y dirección	1,43	1,24	1,54	1,47	-
Logística	1,50	1,51	1,43	1,74	*
Innovación	0,57	1,31	1,25	1,40	***
Digitalización	0,54	1,08	0,90	1,19	***
Morosidad	1,14	0,73	1,24	1,44	***
Ciberseguridad	0,61	0,65	0,64	0,89	-
Costes sostenibilidad	0,32	0,39	0,90	0,91	***

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

Con relación al tamaño, las pymes de menor tamaño (micro) son las más influidas por factores como la digitalización, la logística, la morosidad, los costes de sostenibilidad, el personal cualificado, la tecnología, la organización y dirección, y la innovación. Este resultado contrasta con el del

conjunto de España, donde estos mismos factores influyen en mayor medida a las pymes medianas.

Cuadro 7.4. Nivel de obstáculos de los factores internos según el tamaño de la empresa

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Cultura empresarial	1,98	1,96	2,00	-
Calidad	2,00	1,99	2,00	-
Personal cualificado	1,95	1,65	1,55	***
Mercados internacionales	1,93	1,84	1,82	-
Tecnología	1,75	1,37	1,27	***
Transmisión generacional	0,59	0,59	0,18	-
Organización y dirección	1,81	0,97	0,91	***
Logística	1,64	1,47	1,18	**
Innovación	1,39	1,05	0,64	***
Digitalización	1,07	0,91	0,45	*
Morosidad	1,28	1,00	1,09	**
Ciberseguridad	0,81	0,61	0,45	-
Costes sostenibilidad	0,86	0,54	0,09	**

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



8.

PROPUESTAS DE LAS PYMES PARA LA MEJORA DE SU COMPETITIVIDAD

8. PROPUESTAS DE LAS PYMES PARA LA MEJORA DE SU COMPETITIVIDAD

Desde la perspectiva de la política económica, resulta trascendental diseñar acciones que ayuden a mejorar la competitividad de las pymes. Como se aprecia en el Figura 8.1, para las pymes canarias, al igual que a nivel nacional, los dos primeros puestos son ocupados por acciones de carácter económico: reducción de los impuestos (4,65) e incremento de

las ayudas a la inversión (4,36). Además, consideran imprescindible reducir la complejidad del ordenamiento jurídico (4,34), así como facilitar más información y asesoramiento a las empresas (4,30).

Figura 8.1. Importancia de acciones de mejora de competitividad



Para mejorar la comprensión de las acciones, estas se han agrupado en cuatro bloques: económico-jurídico, colaboración e información, recursos

humanos e inversión, y crecimiento. Las acciones incluidas dentro de cada bloque pueden observarse en la Cuadro 8.1.

Cuadro 8.1. Factores de mejora de competitividad

ECONÓMICO-JURÍDICO

Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal

Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico

Reducir las cuotas que la empresa abona a la Seguridad Social

Reducir impuestos

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

Difundir y divulgar más 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

Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes

CRECIMIENTO

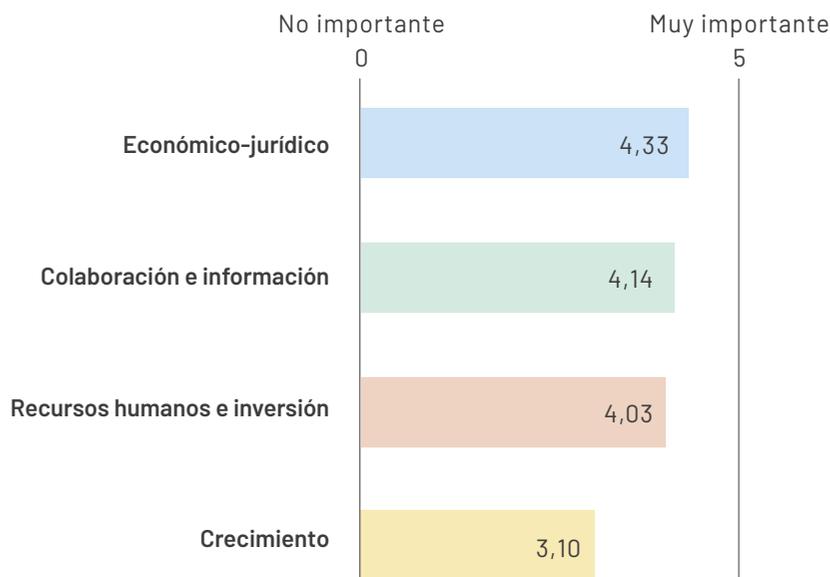
Fomentar en mayor medida la transformación digital de las pymes

Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales

Reducir los trámites para la creación de empresas

Según se aprecia en el Figura 8.2, las acciones económico-jurídicas se sitúan en primer lugar, seguidas de las acciones de colaboración e información, y las de recursos humanos e inversión. En último lugar se situarían las acciones relacionadas con el crecimiento de las empresas. Esta misma distribución es la demanda por las pymes a nivel nacional.

Figura 8.2. Importancia de los factores de mejora de competitividad



Si se analizan las acciones de mejora según el sector de actividad, como se observa en el Cuadro 8.2, el sector servicios demanda acciones más relacionadas con el crecimiento de la empresa, es decir, reducir los trámites para la creación de empresas (3,49), fomentar la transformación digital (3,68) e incrementar los incentivos para acceder a los mercados internacionales (3,14). Así mismo, requieren una mayor vinculación entre

los actores públicos, empresas y universidades (4,23), ayudas a la formación y actualización de los recursos humanos (4,25), y la reducción de la complejidad de la normativa contable y fiscal (4,40). La acción menos valorada por el sector de la construcción es incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales (2,20), coincidiendo con el sector industrial (2,32) y el sector del comercio (2,72).

Cuadro 8.2. Importancia de acciones de mejora de competitividad según el sector de actividad

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	3,96	4,10	4,22	4,40	**
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	4,07	4,27	4,39	4,49	-
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	4,18	4,16	4,13	4,11	-
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,89	4,61	4,58	4,63	-
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	4,04	3,80	4,16	4,23	**
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	3,96	3,84	4,03	4,23	**
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	4,36	4,16	4,25	4,44	-
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes	4,14	4,06	4,19	4,18	-
Aumentar la flexibilidad laboral	3,21	3,57	3,67	3,60	-
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	4,11	4,04	4,12	4,25	**
Incrementar las ayudas a la inversión	4,21	4,41	4,30	4,46	-
Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes	3,75	3,92	4,16	4,26	-
Mayor fomento a la transformación digital de las pymes	3,14	3,16	3,40	3,68	*
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2,32	2,20	2,72	3,14	***
Reducción de los trámites para la creación de empresas	2,93	2,90	3,42	3,49	*

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

Si se hace el mismo ejercicio por tamaño de la empresa, como puede apreciarse en el Cuadro 8.3, las microempresas son las que demandan en mayor medida la reducción de impuestos (4,82),

seguido de más información y asesoramiento a empresas (4,55). Las medianas empresas destacan la reducción de las cuotas a la seguridad social (4,55), así como reducir la complejidad del

ordenamiento jurídico (4,55). También resaltan las acciones relativas al crecimiento de la empresa. Por último, las pequeñas empresas subrayan la

importancia de una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades (4,08).

Cuadro 8.3. Importancia de acciones de mejora de competitividad según el tamaño de la empresa

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Reducir la complejidad de la normativa contable y fiscal	4,37	3,97	4,27	***
Reducir la complejidad del ordenamiento jurídico	4,50	4,09	4,55	**
Reducción de las cuotas que la empresa abona para la Seguridad Social	4,05	4,22	4,55	***
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,82	4,44	4,36	**
Facilitar procesos de integración y cooperación entre empresas	4,33	3,75	3,82	***
Facilitar una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades	4,01	4,08	3,91	***
Facilitar más información y mejor asesoramiento a las empresas	4,55	3,95	4,27	***
Mayor difusión y divulgación de las ayudas o servicios públicos a pymes	4,12	4,19	4,18	-
Aumentar la flexibilidad laboral	3,58	3,49	3,91	***
Incrementar las ayudas a la formación y actualización de los RR.HH.	4,18	4,04	4,36	-
Incrementar las ayudas a la inversión	4,46	4,20	4,45	-
Promover un sistema bancario especializado en la financiación de las pymes	4,46	3,59	3,64	***
Mayor fomento a la transformación digital de las pymes	3,39	3,33	3,82	***
Incrementar los incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,05	2,15	2,27	***
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,19	3,30	3,36	***

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



9.

RESUMEN EJECUTIVO

9. RESUMEN EJECUTIVO

En este epígrafe el lector encontrará resumidos los principales hallazgos de este informe a la luz de los factores analizados en el mismo.

Sobre las características de las empresas los aspectos más reveladores del informe fueron dos:

- El 24,1% de la gestión está en manos de mujeres, valor muy superior al encontrado a nivel nacional (16,4%).
- El 11,9% de las pymes se definen internacionales obteniendo un 33,5% de su facturación por ventas en el comercio con 4,2 países de media, aspecto que también nos separa del conjunto nacional con un 25,3% de las empresas que comercian de media con 13,7 países para obtener el 30,1% de su facturación total en el exterior.

En relación con la evolución y las expectativas en el empleo y las ventas, estos son los aspectos más destacables:

- La evolución del empleo en 2022 comparado con los datos de 2021, muestra que el 10,9% en las pymes canarias experimentarán aumento de sus plantillas, experimentando una disminución de las mismas en el 3% de las empresas encuestadas. No obstante, el citado aumento es ligeramente inferior al manifestado por el conjunto de las pymes españolas (16,5%).
- Con perspectivas optimistas para 2023 en cuanto a la creación de empleo, las pymes canarias tienen previsto un aumento del 26% en el número de efectivos, valor algo inferior al encontrado a nivel nacional (35,1%).
- Las empresas pequeñas son las que esperan contratar más personal con un 29,9%.
- Por sectores, el comercio presenta mayores expectativas de creación de empleo con un 33,3% de las empresas en esta circunstancia, seguido del sector de la construcción (26,1%).
- Con respecto a las ventas, el 50,8% ha podido mantener su volumen de ventas respecto al año precedente, frente al 44,2% que prevé aumentarlas.
- Las pequeñas empresas, nuevamente, son las que esperan vender más con un nivel de ventas del 33,3%.



En relación con la financiación:

- La guerra entre Rusia y Ucrania ha desestabilizado el proceso de recuperación de escala ascendente que se vivía en Europa tras la pandemia. El clima de inestabilidad y desconfianza, agudizado por una alta inflación y la aplicación de medidas de política monetaria fuertemente restrictivas, han encarecido el crédito bancario afectando directamente a las pymes y sus planes de expansión.
- En Canarias, no obstante, ninguna empresa se ha autolimitado en su acceso al crédito, pues aquellas empresas que lo han necesitado han accedido a financiación. Así, un 23,9% de las pymes canarias ha optado por líneas de financiación, valor sensiblemente superior al encontrado a nivel nacional (17,6%). Los motivos más frecuentes para evitar el acceso al crédito en las Islas han sido “no lo necesita” (24,4%) o “he optado por la autofinanciación” (51,7%).
- Las condiciones de acceso al crédito fueron las mismas que en años anteriores para el 50% de las empresas canarias, aunque el endurecimiento estas condiciones se dejó notar para el 45,8% de las empresas.
- En Canarias, mientras que las pequeñas empresas son las que más financiación ajena solicitaron, el 36,7% para ser más exactos, fueron las medianas (63,6%) las que optaron por la autofinanciación.
- Las empresas de la construcción solicitaron menor financiación bancaria (16,3%) frente al sector servicios, que lo hizo en mayor grado (28,1%). No obstante, la alternativa más utilizada es la autofinanciación, destacando en esta vía de acopio de recursos el sector de la construcción (65,3%) seguido de la industria (60,7%).

En relación con la innovación las pymes canarias:

- Principalmente han realizados cambios y mejoras en productos y servicios (48,3%); un 23,9% manifiestan haber hecho cambios en sus procesos de producción, adquiriendo, además, un 76,6%, nuevos bienes de equipo para producción, cuestión que varía sustancialmente respecto a ediciones anteriores de este informe. Por su parte, un 24,4% de las empresas ha innovado en sus sistemas de dirección y gestión. Estos niveles son muy similares a los encontrados en el resto del país, no así a los que revelaron informes anteriores, lo que demuestra menores niveles de innovación global en año 2022 respecto al precedente.
- Un 2,1% de estas empresas considera extremadamente importante invertir en realizar cambios y mejoras en sus productos y servicios; un 4,2% cree que lo es en los procesos de producción y un 2,6% en la adquisición de bienes de equipo. Por tu parte, la innovación en gestión es crítica para un 12,2% de las empresas.
- En general son las empresas medianas –con entre 50 y 259 trabajadores- y las empresas del sector industrial, las que más invierten en innovación en cualquiera de sus formas.

Si nos fijamos en el rendimiento empresarial, es de destacar lo siguiente:

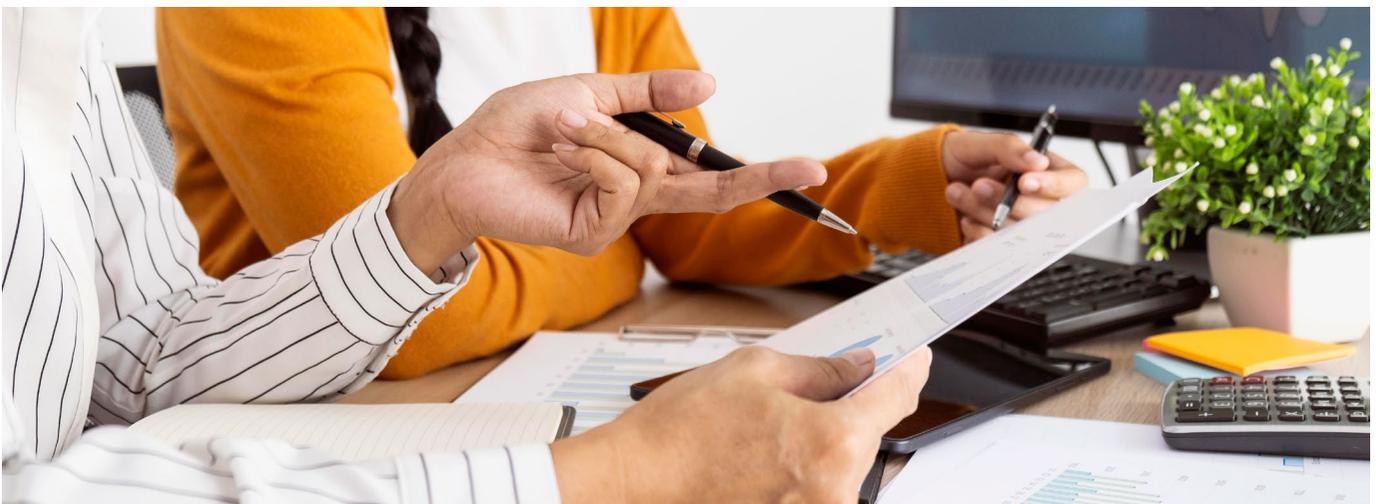
- La satisfacción de los clientes (3,98), la satisfacción de los empleados (3,59) y el grado de absentismo laboral (3,73) son los tres aspectos que la gerencia de las pymes canarias consideran más favorables si se comparan con sus competidores, declarando estos aspectos muy en sintonía con sus homólogos nacionales.
- Al compararse con sus competidores directos, declaran que la rentabilidad (3,01) y la rapidez en el crecimiento de las ventas (3,03) son los aspectos menos satisfactorios.
- A nivel regional, las microempresas, según sus directivos, declaran tener menos absentismo laboral (3,98) y empleados más satisfechos y motivados (4,05), frente a las pequeñas y las medianas empresas. Las empresas medianas destacan por su mejor adaptabilidad al mercado (3,55), mientras que las pequeñas en la calidad de sus productos (3,76).

Los principales obstáculos a los que las pymes se refieren son:

- Los factores de tipo económico, como la inflación –señalada por el 95% de las empresas–, la dificultad para encontrar personal cualificado en el mercado laboral (91%), los altos costes de la energía (88%) y los intereses de préstamos (82%).
- Los aspectos político-legales relacionados con cuestiones específicas para pymes, la burocracia, la infraestructura y los problemas derivados de la corrupción o la inseguridad, son desafíos, aunque menos problemáticos de cara a la gestión de sus empresas.
- En las empresas pequeñas, son la situación política, las infraestructuras y la burocracia los que reciben una peor puntuación. Sin embargo, las medianas se ven afectadas por el alza en el coste energético. Estos factores externos que influyen positiva o negativamente en la marcha de la empresa no muestran diferencias relevantes por sectores de actividad.
- En los factores internos son declarados como claves para los gerentes canarios, la sostenibilidad, que se presenta como el mayor obstáculo para las empresas por los costes asociados a ella, cuestión referida por el 36% de las mismas. En segundo lugar, es la ciberseguridad que es subrayada por un 25% de las pymes.
- El desafío mayor está en el traspaso de la empresa a las generaciones siguientes. El 73% consideran la sucesión familiar un inconveniente. No obstante, otros desafíos importantes son la digitalización (57%), la morosidad (51%), la innovación (48%), la ciberseguridad (46%), la capacidad de organizar y dirigir el negocio (38%), la tecnología (37%) y la logística (36%), aunque en menor medida.
- Para el sector servicios la tecnología, la logística, la innovación, la digitalización, la morosidad y los costes de sostenibilidad son los obstáculos clave. No obstante, para el comercial la dificultad de encontrar personal cualificado es el desafío más importante. Los factores relacionados con la digitalización, la logística, la morosidad y los costes de sostenibilidad influyen más negativamente en las microempresas.

Mientras que las acciones que encaminarían a las pymes canarias hacia una mejora de su competitividad serían los siguientes:

- En primer lugar, las acciones económico-jurídicas, seguidas de las de colaboración e información y las relativas a los recursos humanos y la inversión, situándose en último lugar las acciones relacionadas con el crecimiento de las empresas.
- El sector que más acciones demanda es el sector servicios. Estas acciones se relacionan con el crecimiento de la empresa reduciendo los trámites para la creación de empresas (3,49), fomentando la transformación digital (3,68) e incrementando los incentivos para acceder a los mercados internacionales (3,14).
- Las pymes mejorarían su competitividad si existe una mayor vinculación entre los actores públicos, empresas y universidades (4,23), ayudas a la formación y actualización de los recursos humanos (4,25). Así mismo, es importante la reducción de la complejidad de la normativa contable y fiscal (4,40). En cuanto a las acciones menos valoradas por sectores, tenemos que el sector de la construcción valora menos el incremento de los incentivos para el acceso a los mercados internacionales cuestión que es algo más importante para la industria y el comercio (2,32 y 2,72, respectivamente).
- Por tamaño de la empresa, las microempresas demandan en más medidas la reducción de impuestos (4,82), seguido de más información y asesoramiento a empresas (4,55). La reducción de las cuotas a la seguridad social y de la complejidad del ordenamiento jurídico (4,55) se le atribuye a las medianas empresas (4,55). En cuanto a las pequeñas empresas remarcar la importancia del vínculo entre los actores públicos, empresas y universidades (4,08)





🔍 Search |

10.

REFERENCIAS

10. REFERENCIAS

INE (2022). Directorio Central de Empresas. Accesible en:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550

FAEDPYME (2021). Informe PYME 2021. Impacto Económico de la Covid-10 sobre la PYME en España, Informe PYME 2021. Cámara de Comercio de España. Consejo General de Economistas y Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa. Disponible en:

<http://faedpyme.upct.es/article/impacto-economico-de-la-covid-19-sobre-la-pyme-en-espana-junio-2021/146>

OCDE (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation data, 3rd Edition. OECD Publications, Paris. Disponible en:

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264013100-en.pdf?expires=1650583002&id=id&accname=guest&checksum=4EABB96D945F52518B8F090E113FE003>

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.

<https://doi.org/10.1287/mnsc.29.3.363>

Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: a dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377-400.

<https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>

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.

<https://doi.org/10.1108/IJIS-12-2017-0139>

Saunila, M. (2020). Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 260-265.

<https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.11.002>

Schumpeter, J. A. (1982). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934)*. Transaction Publishers. January, 1, 244.



ANEXOS

ANEXO 1

Anexo metodológico y características de la muestra

Configuración de la muestra

Dados los recursos con lo que se han podido contar para desarrollar el presente estudio, este se aborda considerando una muestra representativa de la población. Así, un total de 201 pymes fueron encuestadas para un universo 11.784 empresas censadas como tal en el Directorio Central de Empresas en el año 2022 (INE, 2022), lo que ha permitido trabajar con un error global del 6,8%.

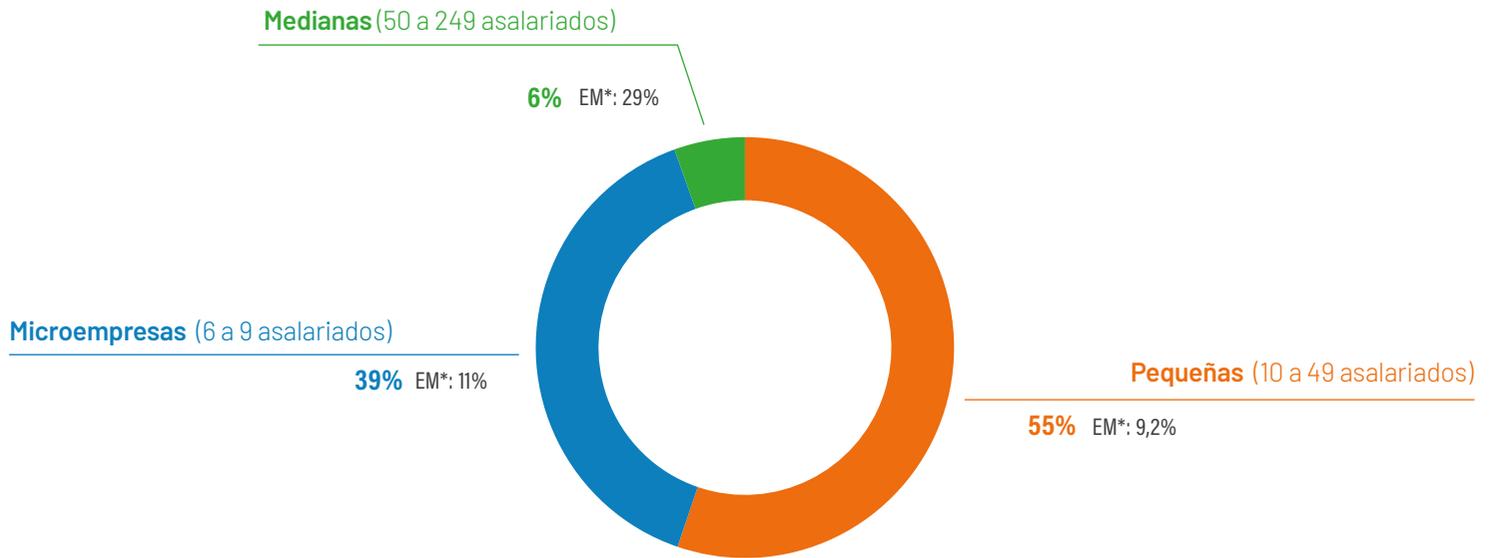
Dicha muestra se definió estratificada a razón de tres criterios: sector de actividad –Cuadro A 1.1–, tamaño de la empresa –Figura A 1.1– y provincia de adscripción de la empresa –Cuadro A 1.2–. Las tablas adjuntas reflejan los datos más relevantes de la muestra por estratos, así como el error muestral obtenido para cada estrato.

Cuadro A 1.1. Muestra por sector de actividad y error muestral del estrato

SECTOR DE ACTIVIDAD	NÚMERO DE EMPRESAS EN LA MUESTRA	% DE LA MUESTRA	ERROR MUESTRAL*
INDUSTRIA	28	13,9%	18,25%
CONSTRUCCIÓN	49	24,4%	13,79%
COMERCIO	67	33,3%	11,82%
SERVICIO	57	28,4%	12,93%

*p=q=50%; Nivel de confianza: 95%. NC: No clasificada

Figura A 1.1. Muestra por tamaño de la empresa y error muestral por estrato



*EM: Error muestral para p=q=50%; Nivel de confianza: 95%

Cuadro A 1.2. Muestra por provincia de adscripción

TAMAÑO DE LA EMPRESA	NÚMERO DE EMPRESAS EN LA MUESTRA	% DE LA MUESTRA	ERROR MUESTRAL*
Las Palmas	101	50,1%	11,2%
Santa Cruz de Tenerife	100	49,9%	12,6%

*p=q=50%; Nivel de confianza: 95%. NC: No clasificada

Diseño del cuestionario

El cuestionario utilizado y las variables objeto de estudio son exactamente iguales para toda la muestra recabada a nivel nacional y regional. Un consenso previo entre los equipos de investigación regionales configuró el instrumento de medida final para recabar tanto indicadores de tipo genérico como específicos, referidos en esta ocasión a los factores que influyen en la competitividad de la pyme. En relación a las variables genéricas, estas se referían a sus características y la de sus gerentes, así como a sus expectativas de crecimiento para los próximos meses.

Las preguntas se distribuyeron en tres bloques diferenciados:

- Bloque I: recoge los rasgos generales de las empresas –e.g., sector de actividad, número de empleados, sexo del gerente, carácter familiar o no, expectativas de crecimiento en empleo y en ventas, grado de internacionalización de la empresa.
- Bloque II: recoge información sobre el acceso a la financiación, indicadores de actividad

innovadora y rendimiento de la pyme.

- Bloque III: obstáculos a los que se enfrentan las pymes y propuestas para la mejora de su competitividad.

Trabajo de campo

El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de junio y julio de 2023, en esta ocasión, a diferencia del informe anterior, el interés fue provincial y no insular. El contacto con las empresas para la recogida de información fue telefónico.

Análisis estadístico

En el estudio domina la estadística descriptiva, así como el uso de pruebas estadísticas para contraste de hipótesis con χ^2 de Pearson y análisis ANOVA para diferencia de medias en variables de tipo cuantitativo. En el tratamiento de las variables cualitativas se utilizaron análisis factoriales para reducir la dimensión de las escalas.

ANEXO 2

Ficha técnica del estudio

Universo	Pequeñas y medianas empresas censadas en Canarias de entre 6 y 249 asalariados: 11.784
Muestra	201 pymes
Selección de la muestra	Muestreo aleatorio simple
Metodología	Encuesta telefónica desarrollada por la empresa Educonsumo para FAEDPYME España y FAEDPYME Canarias. El instrumento de recogida de información fue un cuestionario dirigido a gerentes de las pymes
Error muestral (+/-)	± 6,8%
Nivel de confianza	95,0%
Período encuesta	Segunda quincena de junio y primera quincena de julio de 2023
Distribución de la muestra por tamaño de las empresas	Microempresa (6 a 9 asalariados): 111 Mediana (50 a 249 asalariados): 11 Pequeña (10 a 49 asalariados): 79
Distribución de la muestra por sector de actividad	Industria: 28 Comercio: 67 Construcción: 49 Servicios: 57
Distribución de la muestra por provincia	Las Palmas: 101 Santa Cruz de Tenerife: 100
Trabajo de campo y tabulación	FAEDPYME España, ULPGC y ULL



Informe **PYME Canarias** 2022-2023

**Estrategias para mejorar
la competitividad de la PYME**

