



Informe **PYME Canarias** 2024

Gestión del Talento



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

978-84-09-68014-6

Edición noviembre, 2024

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 y UPCT
Domingo García Pérez de Lema. FAEDPYME y UPCT
Salvador Marín Hernández. Servicio de Estudios CGE y UM
Ángel Meroño Cerdán. FAEDPYME y UM
Francisco Somohano Rodríguez. FAEDPYME y UC

Equipos de investigación FAEDPYME España

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

Con la colaboración de:

Consejo General de Economistas de España
Santander Financial Institute (SANFI)

Acceda al informe FAEDPYME España

<http://faedpyme.upct.es/article/informe-pyme-2024-gestion-del-talento/194>

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. (2024). Informe PYME Canarias 2023-2024. Gestión del Talento.



Informe **PYME Canarias** 2024

Gestión del Talento



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
Esperanza Gil-Soto
Ana González-Pérez
Desiderio Gutiérrez-Taño
Inés Ruíz-Rosa

El informe PYME Canarias 2024, el cuarto elaborado desde las islas, ofrece una radiografía de la situación de las pequeñas y medianas empresas en el archipiélago, mostrando los desafíos a los que se enfrentan los empresarios de estas organizaciones, el sentir de sus gestores y convirtiéndose en una herramienta muy útil para definir políticas eficientes y tomar decisiones.

Canarias se encuentra en la senda del crecimiento, no solo por el aumento de pymes y autónomos, sino también en lo que respecta a la creación de empleo, señal importante de que el desarrollo económico redunda de forma positiva en la vida de los canarios y las canarias.

Con los datos consolidados en noviembre de 2024, Canarias cuenta con 158.885 desempleados, números que no veíamos desde 2008, -anteriores a la crisis-. En el último año, el paro en las islas ha descendido en 11.649 personas, un 6,48%, mejorando en un punto la media nacional. Esta tendencia ha tenido su reflejo en las pymes: según los resultados aportados por el informe, el 71% de las empresas medianas en las islas ha aumentado su plantilla, contribuyendo al buen comportamiento que está mostrando el mercado laboral.

Desde el Servicio Canario de Empleo (SCE) buscamos incentivar la contratación de ciertos colectivos a través de programas como 'Incentírate', 'Certifícate' y 'Retorno al Empleo', que ofrecen ayudas a las empresas participantes. Además, estamos trabajando con sectores estratégicos, como la industria o el metal, para formar a personas desempleadas y cubrir la falta de profesionales que demandan estas empresas.

El año 2024 deja también una cifra récord de autónomos. Por primera vez en la historia, hay más de 144.000 autónomos en el archipiélago, una muestra clara de que las medidas de apoyo al tejido empresarial están dando buenos resultados. Políticas como la cuota cero para aquellos autónomos que iniciaron su actividad en 2023 permiten que nuevos emprendedores se unan al tejido productivo de las islas y mejoran, al mismo tiempo, la confianza de pequeñas y medianas empresas. De hecho, el estudio destaca que el optimismo es mayor en el archipiélago que a nivel nacional, tal y como revela el Índice Pyme de Confianza Empresarial.

El documento recoge, además, otros datos positivos sobre la situación actual de las pymes. Entre ellos, señala que el 53,5% incrementaron sus inversiones en 2023 y que el 48% planea aumentarlas en el presente año, frente al 2% que piensa disminuirlas. Por otro lado, subraya el importante trabajo que realizan las pequeñas

y medianas empresas en pro de la igualdad entre hombres y mujeres. Apunta, por ejemplo, que el porcentaje de presencia femenina en los equipos directivos llega al 35,3%, por encima del dato que encontramos en el conjunto nacional, que se sitúa en un 32%.

Si bien las cifras son alentadoras, somos conscientes de que tenemos retos por delante. Desde el Gobierno de Canarias seguiremos respaldando a emprendedores, así como a pequeños y medianos empresarios, que cada día trabajan para sacar adelante sus negocios y para convertir a estas islas en una tierra de mayores oportunidades. Ellos son fuente de generación de empleo y riqueza, fundamental para abordar el principal reto de Canarias, de dimensión social. Y en este camino, debemos ir de la mano de todas las administraciones públicas; organizaciones empresariales y sindicales; sectores económicos y de las universidades canarias, que realizan una importante labor de análisis para ofrecer una mirada fiel de la situación del mercado de trabajo en las islas.

Me gustaría finalizar agradeciendo al equipo del Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias, y también a la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), porque su trabajo es vital para el desarrollo y mantenimiento de las pymes en las islas.



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

ÍNDICE

	Página
1. INTRODUCCIÓN	13
2. GOBIERNO CORPORATIVO	19
2.1. Carácter familiar de las empresas	20
2.2. Longevidad empresarial	22
2.3. Características de la dirección empresarial	24
2.4. Planteamiento de gobierno corporativo	30
3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO, LAS VENTAS Y LA INVERSIÓN	35
3.1. Empleo	36
3.2. Ventas	39
3.3. Inversiones	42
3.4. Internacionalización	45
3.5. Índice pyme de Confianza Empresarial	47
4. COMPETITIVIDAD	51
4.1. Entorno competitivo	53
4.2. Indicadores de rendimiento	57
4.3. Índice pyme de Competitividad Empresarial	61
5. ACTIVIDAD INNOVADORA	65
6. GESTIÓN DEL TALENTO	75
6.1. Dificultades para la captación y retención del talento	77
6.2. Acciones de mejora del capital humano	89
7. RESUMEN EJECUTIVO	97
8. REFERENCIAS	103
ANEXO 1. Metodología de la investigación y características de la muestra	108
ANEXO 2. Ficha técnica del estudio	112

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadros del capítulo 2 (GOBIERNO CORPORATIVO)	
2.1 Sexo del gerente según tamaño de la empresa	25
2.2 Sexo del gerente según sector de actividad	25
2.3 Sexo del gerente según titularidad de la empresa	25
2.4 Estudios universitarios del gerente según tamaño de la empresa	27
2.5 Estudios universitarios del gerente según sector de actividad	27
2.6 Estudios universitarios del gerente según titularidad de la empresa	27
2.7 Composición del equipo directivo	28
2.8 Mujeres en equipo directivo según tamaño de la empresa	28
2.9 Mujeres en equipo directivo según sector de actividad	29
2.10 Mujeres en equipo directivo según titularidad de la empresa	29
2.11 Planteamiento de gobierno corporativo	30
2.12 Planteamiento de gobierno corporativo según tamaño de la empresa	31
2.13 Planteamiento de gobierno corporativo (importancia) según tamaño de la empresa	31
2.14 Planteamiento de gobierno corporativo según sector de actividad	32
2.15 Planteamiento de gobierno corporativo (importancia) según sector de actividad	32
2.16 Planteamiento de gobierno corporativo según titularidad de la empresa	33
2.17 Planteamiento de gobierno corporativo (importancia) según titularidad de la empresa	33
Cuadros del capítulo 3 (EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO, LAS VENTAS Y LA INVERSIÓN)	
3.1 Evolución y expectativas sobre el empleo según tamaño de la empresa	37
3.2 Evolución y expectativas sobre el empleo según sector de actividad	38
3.3 Evolución y expectativas sobre las ventas según tamaño de la empresa	40
3.4 Evolución y expectativas sobre las ventas según sector de actividad	41
3.5 Evolución y expectativas sobre las inversiones según tamaño de la empresa	43
3.6 Evolución y expectativas sobre las inversiones según sector de actividad	44
3.7 Grado de internacionalización según titularidad de la empresa y tamaño	46
3.8 Índice pyme de confianza empresarial	47
Cuadros del capítulo 4 (COMPETITIVIDAD)	
4.1 ¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable? según el tamaño de la empresa	54
4.2 ¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable? según el sector de actividad	55
4.3 ¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable? según la titularidad de la empresa	56
4.4 Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según tamaño de la empresa	58
4.5 Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según sector de actividad	59
4.6 Rendimiento de las pymes frente a sus competidores según titularidad de la empresa	60
4.7 Índice pyme de competitividad empresarial	61

	Página
Cuadros del capítulo 5 (ACTIVIDAD INNOVADORA)	
5.1 Realización de innovaciones según tamaño de la empresa	69
5.2 Importancia de las innovaciones según tamaño de la empresa	70
5.3 Realización de innovaciones según sector de actividad	71
5.4 Importancia de las innovaciones según sector de actividad	72
Cuadros del capítulo 6 (GESTIÓN DEL TALENTO)	
6.1 Dificultad para cubrir los puestos de trabajo según tamaño de la empresa	78
6.2 Dificultad para cubrir los puestos de trabajo según sector de actividad	79
6.3 Dificultad para cubrir los puestos de trabajo según titularidad de la empresa	80
6.4 Dificultad para disponer de conocimientos y habilidades según tamaño de la empresa	82
6.5 Dificultad para disponer de conocimientos y habilidades según sector de actividad	83
6.6 Dificultad para disponer de conocimientos y habilidades según titularidad de la empresa	84
6.7 Factores que dificultan la contratación de personal según tamaño de la empresa	86
6.8 Factores que dificultan la contratación de personal según sector de actividad	87
6.9 Factores que dificultan la contratación de personal según titularidad de la empresa	88
6.10 Acciones para cubrir las necesidades de capital humano según tamaño de la empresa	91
6.11 Acciones para cubrir las necesidades de capital humano según sector de actividad	92
6.12 Acciones para cubrir las necesidades de capital humano según titularidad de la empresa	93
6.13 Medidas más útiles de política pública para mejorar el capital humano según tamaño de la empresa	94
6.14 Medidas más útiles de política pública para mejorar el capital humano según sector de actividad	95
6.15 Medidas más útiles de política pública para mejorar el capital humano según titularidad de la empresa	95
Cuadros del anexo 1 (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA)	
A1.1 Muestra por sector de actividad y error muestral del estrato	108

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figuras del capítulo 2 (GOBIERNO CORPORATIVO)	
2.1 Titularidad de la empresa	21
2.2 Titularidad de la empresa según el tamaño de la empresa	21
2.3 Titularidad de la empresa según el sector de actividad de la empresa	22
2.4 Longevidad empresarial (años) según titularidad de la empresa	22
2.5 Distribución de empresas por antigüedad	23
2.6 Longevidad empresarial (años) según tamaño de la empresa	23
2.7 Longevidad empresarial (años) según sector de actividad	24
2.8 Sexo del gerente	24
2.9 Estudios universitarios del gerente	26
2.10 Planteamiento de gobierno corporativo (importancia)	30
Figuras del capítulo 3 (EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO, LAS VENTAS Y LA INVERSIÓN)	
3.1 Evolución de los empleados durante 2023. ¿Cree que la tendencia para 2024 ¿es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?	36
3.2 Comparación de ventas 2023-2022	39
3.3 ¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2024?	39
3.4 Comparando sus inversiones en 2023 con relación a 2022 éstas han...	42
3.5 ¿Cuáles son las expectativas de inversión de su empresa para el año 2024?	42
3.6 Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen en el total de ventas para 2023; ¿A cuántos países?	45
3.7 Índice pyme de confianza por tamaño de la empresa	48
3.8 Índice pyme de confianza por sector de actividad	49
Figuras del capítulo 4 (COMPETITIVIDAD)	
4.1 ¿En qué medida su entorno empresarial le resulta favorable?	53
4.2 En comparación con sus competidores directos, indique cual es la posición de su empresa con los siguientes indicadores de rendimiento	57
4.3 Índice pyme de competitividad empresarial según tamaño de la empresa	62
4.4 Índice pyme de competitividad empresarial según sector de actividad de la empresa	62
Figura del capítulo 5 (ACTIVIDAD INNOVADORA)	
5.1 Realización de innovaciones en estrategia, productos, procesos o gestión y grado de importancia	68
Figuras del capítulo 6 (GESTIÓN DEL TALENTO)	
6.1 Dificultades para cubrir puestos de trabajo	77
6.2 Dificultades para disponer de conocimientos y habilidades	81
6.3 Factores que dificultan la contratación de personal	85
6.4 Acciones para cubrir las necesidades de capital humano	90
6.5 Medidas demandadas a las administraciones para mejorar el capital humano	94
Figura del anexo 1 (METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA)	
A1.1 Muestra por tamaño de la empresa y error muestral por estrato	109



1.

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Sobre las Pequeñas y Medianas Empresas (pymes) recae el indudable honor de sostener buena parte del empleo y la inversión que se genera en nuestra región y en nuestro país. Sin embargo, escaso tiempo se invierte en conocer las claves de su competitividad y, muy especialmente, en comprender los retos crecientes a los que estas empresas se enfrentan día a día. Con estos dos objetivos en mente se fundamentó la serie de informes desarrollados por la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), institución con la que el Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias colabora activamente.

El informe que ahora tiene en sus manos es el cuarto de la serie que venimos produciendo en Canarias, al amparo de los estudios que se desarrollan para el conjunto de la nación, con la colaboración del Consejo General de Economistas. En ellos se ofrece una visión tanto prospectiva como retrospectiva de la actividad empresarial de las pymes canarias con el fin de acercarnos al sentir de los gestores de estas empresas en relación con la creciente incertidumbre del entorno y con aspectos específicos de su actividad.

El lector encontrará en estos informes cómo las pymes en Canarias encajan los abundantes desafíos, tanto económicos, sociales, tecnológico como medioambientales. Esta información es especialmente útil cuando la observamos desde un plano colectivo más que individual. Desde aquel pueden las empresas tomar mejores decisiones y dibujar de forma más precisa su hoja de ruta para transitar en condiciones más ventajosas este aciago periodo, que lo ha sido como consecuencia





de las crecientes inestabilidades que han azotado este primer cuarto de siglo. Crisis, pandemia, guerras, inflación... todo deja patente que el mundo se mantiene aún convulso, buscando soluciones válidas a los múltiples problemas que se solapan. En este escenario las pymes son parte de la solución y no el problema. No obstante, requieren información precisa, no tanto de lo que está pasando en el entorno general, de eso los medios de comunicación dan cuenta a raudales, más bien de cómo otras pymes se enfrentan a estos desafíos y de cómo ponderan estos retos.

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 para el presente año, pero también en sus reflexiones en cuanto a temas de interés para la gestión empresarial en los años venideros. En ediciones anteriores, los efectos de la COVID-19, de la digitalización creciente o los factores clave de la competitividad empresarial en las pymes de la región, han sido algunos de los temas estrella. En esta edición se ha optado por tratar otro tema recurrente que preocupa de manera creciente a las pymes en relación a sus recursos humanos. Así, la captación y la retención del talento en las empresas no es un asunto menor. El primero se ha visto comprometido por la escasez de personas preparadas en algunos sectores para asumir muchas de las actividades profesionales necesarias para sacar el trabajo adelante en estas empresas, pero, además, la dificultad para retener el talento se hace cada vez más notoria. Es un desafío para las empresas

la mayor inquietud de los jóvenes por equilibrar la vida personal y laboral, pero también lo es el mantener proactivos y plenamente operativos a los seniors, muchas veces abrumados por la velocidad de los cambios. Además, gestionar la coexistencia en las empresas de generaciones próximas culturalmente, pero alejadas en valores y necesidades, no es tarea sencilla.

Lo que no cabe duda es que la supervivencia de muchas pymes sigue en la cuerda floja, no solo como consecuencia de una inflación que no perdona, sino también por la dificultad para realizar en mejores condiciones nuevas inversiones, y para acceder a los intangibles clave para cualquier empresa: el conocimiento, la iniciativa y la creatividad de los efectivos empleables.

Sin duda alguna la sucesión de las diversas crisis que se han venido padeciendo ha dejado una huella profunda en la ciudadanía, pero también en las empresas como forma de organización humana. Bajo este marco, el lector encontrará en este informe que muchas de las percepciones de los gestores de las pymes de la región siguen reflejando un cierto desasosiego sobre las condiciones en las cuales se desarrolla la actividad empresarial. Mantener regularmente monitorizadas estas percepciones, especialmente en nuestra región, es clave para la toma de decisiones tanto empresariales como políticas en materia de apoyo y respaldo a uno de los instrumentos clave para el desarrollo y el empleo regional, el crecimiento de las pymes.

En esta edición el informe sigue persiguiendo conocer la estructura productiva de las pymes en Canarias, además de los obstáculos a los que estas empresas se enfrentan en el desarrollo de su actividad, y muy especialmente se detiene en:

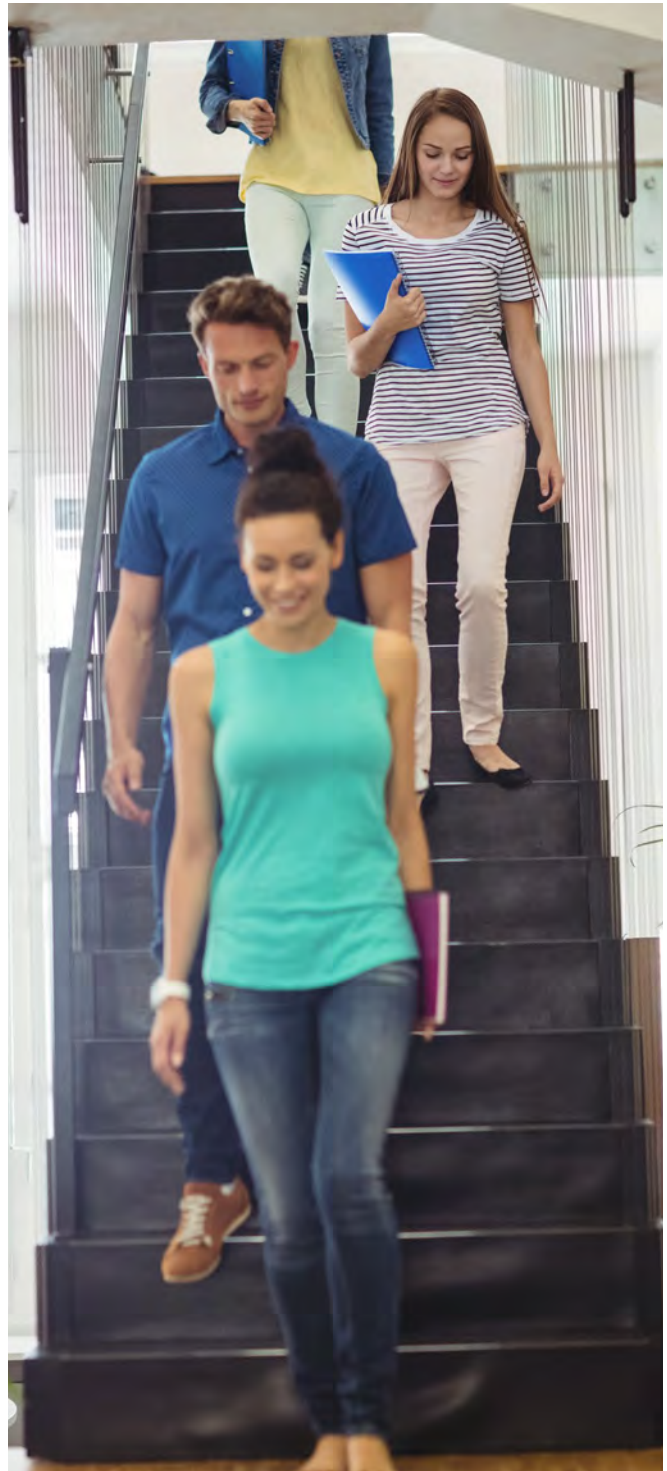
- caracterizar a las pymes de la región
- conocer las claves de su gobierno corporativo
- estimar las expectativas empresariales en términos de empleo, ventas e inversión
- analizar dinámicas clave de la competitividad empresarial como su tendencia a la internacionalización y a la promoción de la actividad innovadora
- analizar el rendimiento que logran
- definir índices sintéticos de este tejido empresarial, en términos de competitividad y de confianza empresarial
- evaluar el entorno competitivo al que se enfrentan actualmente y
- caracterizar la política empresarial en materia de gestión del talento.

Así, observar las percepciones de las pymes es, en cierta medida, dibujar prospectivamente el devenir del empleo y del desarrollo económico en la región. A partir de los resultados de este informe, las propias pymes podrán plantear su plan de acción en clave de supervivencia y mayor competitividad en el mercado, al tiempo que los gestores públicos disponen de valiosa información para el fomento de políticas de apoyo a las pymes.

En esta edición, 200 empresas que operan en Canarias fueron entrevistadas entre los meses de mayo y julio de 2024. A lo largo de todas las fases de la presente investigación se ha respetado el secreto estadístico y la cadena de custodia de los datos facilitados por las empresas encuestadas para su desarrollo. Es importante no perder de vista que 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 respaldar, fomentar y proteger un patrimonio de incalculable valor para nuestra sociedad como el que conforman las pymes de la región.

Como viene siendo habitual, el presente informe es una separata del desarrollado con igual propósito a nivel nacional por FAEDPYME. Invitamos al lector a interesarse por los resultados obtenidos en el conjunto de España, disponibles en el informe publicado recientemente bajo el título Informe PYME España 2024 (FAEDPYME, 2024), al que aludimos frecuentemente en esas páginas.

El Informe PYME Canarias 2024 Gestión del talento, ha sido financiado 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.





2.

GOBIERNO CORPORATIVO

2. GOBIERNO CORPORATIVO

En este estudio, el carácter familiar o no de las empresas, el momento del ciclo de vida en que estas se encuentran, así como las características de los equipos directivos y sus planteamientos de gobierno corporativo son principales para caracterizar el tipo de gobierno bajo el cual se desarrollan las pymes canarias. A continuación observamos cada uno de estos aspectos por separado.

2.1. Carácter familiar de las empresas

El 65,5% de las pymes canarias son empresas familiares (Figura 2.1). Si bien se aprecian algunas diferencias, estadísticamente no significativas, si se considera el tamaño de la empresa: el 69,1% de las microempresas son familiares frente al 61,8% de las pequeñas empresas (Figura 2.2). Por sectores la mayor presencia de empresas familiares está en el sector Comercio (76,7%), siendo este porcentaje considerablemente inferior en el sector Servicios (60,9%) -Figura 2.3-. Tanto en Canarias como en el conjunto nacional, la presencia de las empresas familiares es inferior en el sector Servicios si se compara con los demás sectores de actividad.

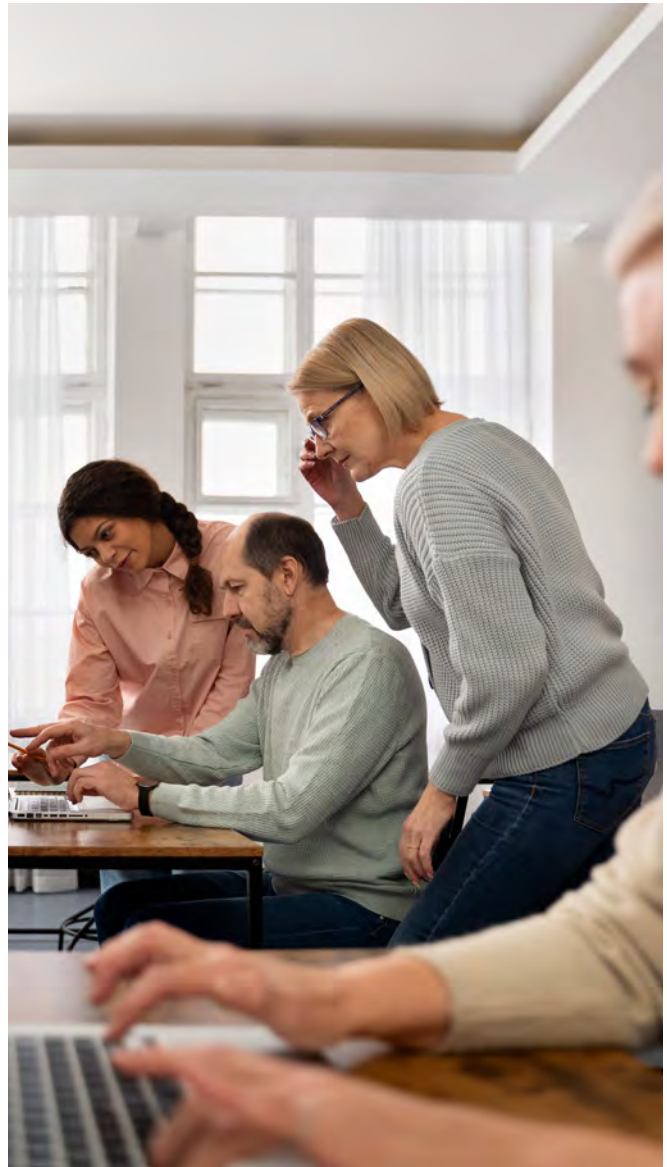


FIGURA 2.1. TITULARIDAD DE LA EMPRESA



FIGURA 2.2. TITULARIDAD DE LA EMPRESA SEGÚN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

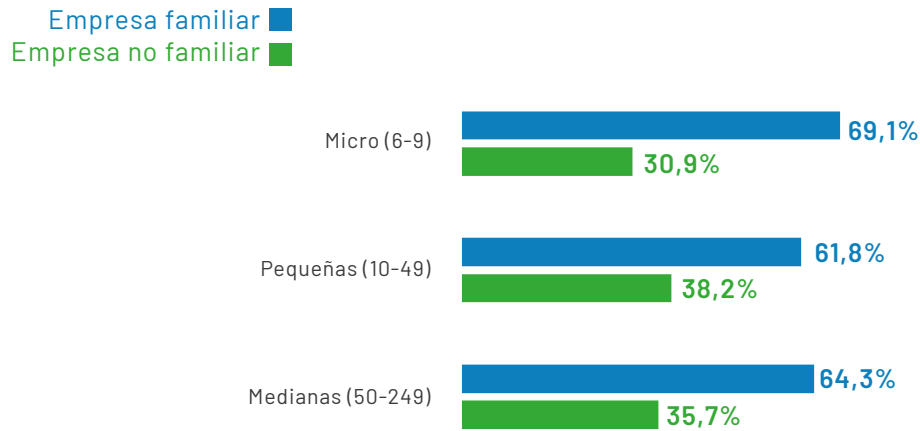
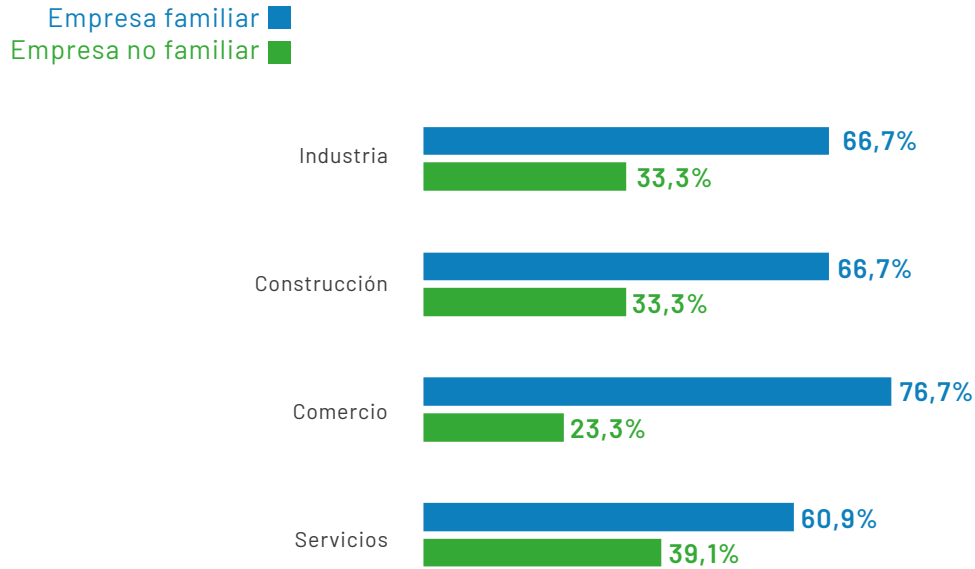


FIGURA 2.3. TITULARIDAD DE LA EMPRESA SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

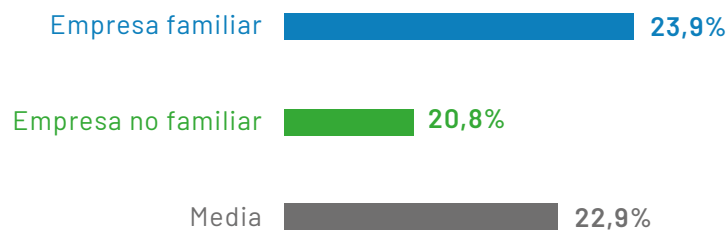


2.2. Longevidad Empresarial

La antigüedad media de las pymes canarias asciende a 22,9 años (Figura 2.4), algo inferior a la media nacional (24,3 años), siendo significativamente

superior en las empresas familiares (EF: 23,9 años) que en las no familiares (ENF: 20,8 años).

FIGURA 2.4. LONGEVIDAD EMPRESARIAL (AÑOS) SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

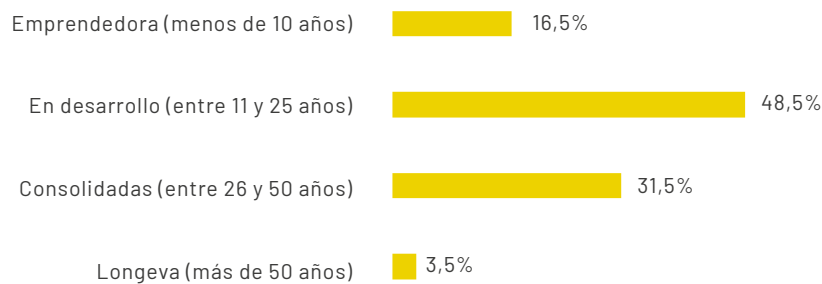


Nivel de significación del contraste entre variables:* p<0,1

La distribución de las empresas por antigüedad (Figura 2.5) revela que las pymes que aún no han cumplido una década representan el 16,5%, mientras que las empresas en desarrollo (entre 11 y 25 años) suponen el 48,5%. Por su parte, aquellas que sobrepasan un cuarto de siglo operando (entre 26 y 50 años) suponen el 31,5%; siendo un

porcentaje minoritario (3,5%) las empresas más longevas (de más de 50 años), porcentaje este último que representa en el conjunto nacional el 5,8%. Esta distribución muestra el alto porcentaje de pymes canarias en desarrollo, que supera en más de siete puntos a esta categoría en el conjunto nacional (41,2%).

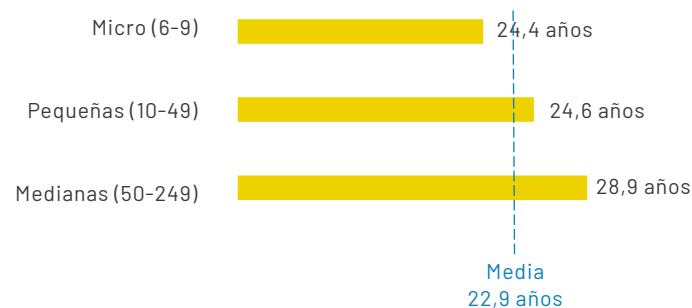
FIGURA 2.5. DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR ANTIGÜEDAD



En relación al tamaño (Figura 2.6), se observa con nitidez que las empresas más longevas son las que han ganado una mayor dimensión. Así, por debajo de la antigüedad media (22,9 años) se encuentran

las microempresas con una edad media de 20,4 años, mientras que las pequeñas contabilizan en su haber 24,6 años, y las medianas llevan operando casi tres décadas (28,9 años).

FIGURA 2.6. LONGEVIDAD EMPRESARIAL (AÑOS) SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

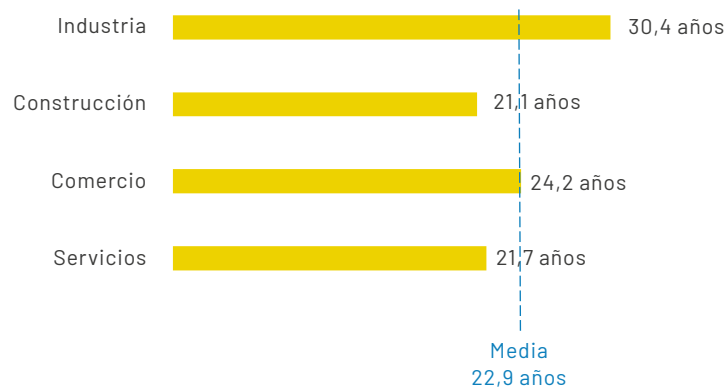


Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05

El análisis por sectores (Figura 2.7) revela diferencias estadísticamente significativas. Las empresas industriales son las más longevas (30,4 años), con más de seis años de antigüedad que

las del sector comercial (24,2 años), siendo las más jóvenes las del sector Servicios (21,7 años) y Construcción (21,1 años)

FIGURA 2.7. LONGEVIDAD EMPRESARIAL (AÑOS) SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD



Nivel de significación del contraste entre variables:* p<0,1

2.3. Características de la dirección empresarial

La gerencia de las pymes canarias es de titularidad masculina en un 78,5% (Figura 2.8), porcentaje ligeramente inferior al dato nacional, que se sitúa en un 81%. La presencia de la mujer se centra principalmente en las microempresas (25,8%, Cuadro 2.1) y en el sector Servicios (27,8%, Cuadro 2.2), aspecto este último que resulta especialmente significativo, como lo es también que la dirección de las empresas industriales no recae en ellas. Debe destacarse la mayor presencia femenina en las empresas familiares (24,4%) frente a las empresas no familiares (15,9%, Cuadro 2.3), en cualquier caso, son ellos los que dominan la dirección de las empresas cualquiera que sea su titularidad.

FIGURA 2.8. SEXO DEL GERENTE



CUADRO 2.1. SEXO DEL GERENTE SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	HOMBRE	MUJER
Micro (6-9)	74,2%	25,8%
Pequeñas (10-49)	82,0%	18,0%
Medianas (50-249)	85,7%	14,3%

CUADRO 2.2. SEXO DEL GERENTE SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	HOMBRE	MUJER
Industria	100,0%	0,0%
Construcción	85,2%	14,8%
Comercio	83,7%	16,3%
Servicios	72,2%	27,8%

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05

CUADRO 2.3. SEXO DEL GERENTE SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	HOMBRE	MUJER
Empresa familiar	75,6%	24,4%
Empresa no familiar	84,1%	15,9%

Formación del gerente

El 58% de las personas que ostentan la gerencia posee estudios universitarios (Figura 2.9). Al igual que sucede en el conjunto del país, cuanto mayor es el tamaño de la empresa, mayor es la proporción de gerentes universitarios, alcanzando un 71,4% en las medianas empresas (Cuadro 2.4). Según sectores de actividad, las empresas del sector Servicios cuentan con la mayor presencia de gerentes con estudios superiores (65,2%, Cuadro 2.5), revelando diferencias estadísticamente significativas. Por su parte, las empresas no familiares presentan un mayor porcentaje de gerentes con formación universitaria (62,3%, Cuadro 2.6).

FIGURA 2.9. ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL GERENTE



CUADRO 2.4. ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL GERENTE SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	Sí	No
Micro (6-9)	57,7%	42,3%
Pequeñas (10-49)	56,2%	43,8%
Medianas (50-249)	71,4%	28,6%

CUADRO 2.5. ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL GERENTE SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	Sí	No
Industria	26,7%	73,3%
Construcción	48,1%	51,9%
Comercio	55,8%	44,2%
Servicios	65,2%	34,8%

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05

CUADRO 2.6. ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL GERENTE SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	Sí	No
Empresa familiar	55,7%	44,3%
Empresa no familiar	62,3%	37,7%

Equipo directivo

Los equipos directivos están compuestos por una media de 2,4 personas, aunque en un 32% de las pymes la dirección tan solo la ostenta una persona (Cuadro 2.7). El porcentaje de mujeres en los equipos directivos alcanza el 35,3%, proporción superior al que encontramos en el conjunto nacional, situado en un 32%; no obstante, un 44,5% de las empresas no cuenta con presencia femenina en el equipo directivo, y en un 15% el equipo está formado solo por mujeres.

CUADRO 2.7. COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DIRECTIVO

Pymes con una persona en equipo directivo	32,0%
Nº medio personas en equipo directivo	2,4
Nº medio mujeres en equipo directivo	0,85
% mujeres en equipo directivo	35,3%
Pymes con mujeres en equipo directivo	55,5%
Pymes con sólo mujeres directivas	15,0%

Si se observa el tamaño de la empresa, la presencia femenina en los equipos directivos es mayor en las empresas de dimensión superior, con un 44,1% de mujeres directivas, frente al 31% en las empresas tamaño pequeño, aspecto que no

resulta estadísticamente significativo. Además, el 71,4% de las pymes canarias de tamaño mediano cuenta con mujeres en el equipo directivo (Cuadro 2.8), dato considerablemente superior a la media (55,5%).

CUADRO 2.8. MUJERES EN EQUIPO DIRECTIVO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	% mujeres directivas	% pymes con mujeres directivas
Micro (6-9)	36,5%	56,7%
Pequeñas (10-49)	31,0%	51,7%
Medianas (50-249)	44,1%	71,4%

Por sectores de actividad, el sector Servicios (39,2%) y el Comercio (38,1%) son los que cuentan con una mayor proporción de mujeres en el equipo directivo (Cuadro 2.9). En la región, resulta especialmente significativo que solo el 26,6% de

las pymes del sector de la Construcción cuente con presencia femenina en sus equipos directivos, aspecto que en el conjunto nacional se constató en igual sentido para el sector Industrial.

CUADRO 2.9. MUJERES EN EQUIPO DIRECTIVO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	% mujeres directivas **	% pymes con mujeres directivas **
Industria	19,6%	40,0%
Construcción	17,3%	26,6%
Comercio	38,1%	58,1%
Servicios	39,2%	62,6%

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05

Por su parte, las empresas familiares poseen una mayor proporción de mujeres en sus equipos directivos (36,7%) que las empresas no familiares (30,5%). Además, un 60,3% de las pymes familiares

canarias tiene mujeres en sus equipos directivos frente al 46,4% de las no familiares (Cuadro 2.10), encontrándose diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 2.10. MUJERES EN EQUIPO DIRECTIVO SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	% mujeres directivas	% pymes con mujeres directivas **
Empresa familiar	36,7%	60,3%
Empresa no familiar	30,5%	46,4%

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05

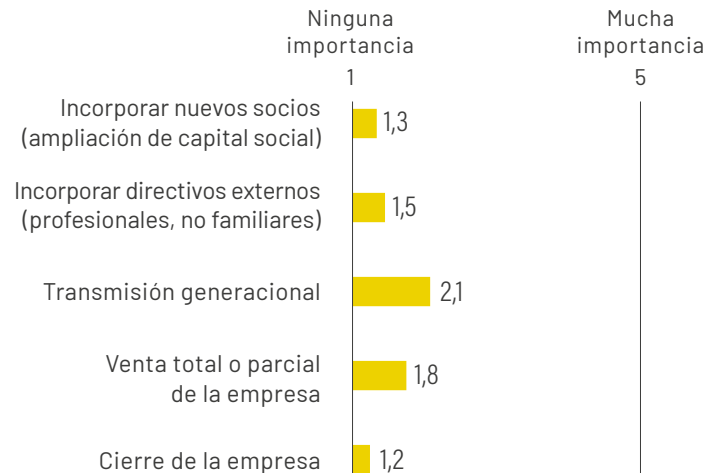
2.4. Planteamiento de gobierno corporativo

Las pymes participantes expresaron sus planes de gobierno corporativo para el próximo trienio. Al igual que ocurre en el ámbito nacional, las pymes canarias sitúan como un plan prioritario para su organización, en una escala de 1 a 5, la transmisión generacional (2,1), seguida de la venta total o parcial de la empresa (1,7) –Figura 2.10-. Si bien la segunda opción recibe aproximadamente la misma puntuación que en el territorio nacional, la transmisión generacional en Canarias tiene mayor importancia que en el conjunto de España. No obstante, las puntuaciones obtenidas en todos los ítems son bajas indicando una cierta estabilidad en la estructura de gobierno de las pymes de la región a medio plazo.

El Cuadro 2.11 muestra el porcentaje de empresas que se plantea las diferentes opciones. Así, conocemos que en Canarias el porcentaje de pymes que requerirá en breve transmisión generacional asciende al 40%, frente al 31,8% de las pymes del ámbito nacional. Asimismo, en el contexto autonómico, el 30,5% de las pymes valora la venta total o parcial de la empresa, un 18,5% se plantea incorporar directivos externos no familiares, el 14% planea una ampliación de capital por medio de la entrada de nuevos socios y, por último, un 11% no descarta la interrupción de la actividad económica, valor este último superior al encontrado a nivel nacional (9,6%).

De entre las opciones planteadas para el gobierno corporativo, en Canarias la que se encuentra significativamente ligada al tamaño de la empresa es la incorporación de directivos externos, es decir, profesionales que no forman parte de la familia, para ostentar posiciones de dirección. Así, el 50,0% de las empresas canarias de tamaño mediano se lo plantean

FIGURA 2.10 PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO (IMPORTANCIA)



CUADRO 2.11 PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO

Opción	Canarias
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	14,0%
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	18,5%
Transmisión generacional	40,0%
Venta total o parcial de la empresa	30,5%
Cierre de la empresa	11,0%

frente al 15,5% de las microempresas y el 16,9% de las pequeñas. Esta alternativa también resulta significativa en el ámbito nacional indicando el bajo

interés de la microempresa por esta opción (9,6% micro, 19,9% pequeña y 20,8% mediana)–Cuadro 2.12.

CUADRO 2.12. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	12,4%	13,5%	28,6%	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	15,5%	16,9%	50,0%	***
Transmisión generacional	40,2%	34,8%	71,4%	-
Venta total o parcial de la empresa	32,0%	28,1%	35,7%	-
Cierre de la empresa	15,5%	5,6%	14,3%	-

Nivel de significación del contraste entre variables:*** p<0,01; - No significativa

Ahora bien, en cuanto a la importancia que les otorgan las empresas a las diferentes alternativas de gobernanza según su tamaño, es el cierre de la empresa la que resulta significativa, cuestión que resulta intrascendente a nivel nacional en las que la incorporación de directivos externos y

la transmisión generacional son las alternativas estadísticamente relevantes. En el archipiélago canario las empresas con plantillas de entre 10 y 49 trabajadores son las que menor grado de importancia otorgan al cierre empresarial entre sus planes corporativos.

CUADRO 2.13. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO (IMPORTANCIA) SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	1,3	1,3	1,6	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	1,4	1,4	1,9	-
Transmisión generacional	2,2	1,9	2,7	-
Venta total o parcial de la empresa	1,9	1,7	1,6	-
Cierre de la empresa	1,4	1,1	1,3	**

Escala: 1= ninguna importancia a 5=mucha importancia
Nivel de significación del contraste entre variables:** p<0,05; - No significativa

Si consideramos el sector de actividad (Cuadro 2.14), mientras que en el ámbito nacional se observan diferencias significativas por sectores en la sucesión (39,2% pymes de Comercio y 38% en Industria) y en la intención de vender (31,4% en los Servicios), el cierre de la empresa es la alternativa que presenta significativas diferencias entre las pymes canarias. Así, el sector industrial

es el que en mayor medida optaría por el cierre de la empresa (33,3%), seguido del sector Servicios (12,2%) y, a mucha distancia, por el Comercio y la Construcción (4,7% y 3,7%, respectivamente). Coherentemente, es el sector industrial el que le otorga mayor importancia al cierre de la empresa (1,7) -Cuadro 2.15.

CUADRO 2.14. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	6,7%	7,4%	7,0%	19,1%	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	6,7%	11,1%	18,6%	21,7%	-
Transmisión generacional	46,7%	37,0%	34,9%	41,7%	-
Venta total o parcial de la empresa	33,3%	18,5%	20,9%	36,5%	-
Cierre de la empresa	33,3%	3,7%	4,7%	12,2%	*

Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

CUADRO 2.15. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO (IMPORTANCIA) SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	1,2	1,2	1,2	1,5	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	1,1	1,3	1,5	1,6	-
Transmisión generacional	1,7	2,1	2,1	2,2	-
Venta total o parcial de la empresa	1,8	1,4	1,6	1,9	-
Cierre de la empresa	1,7	1,1	1,1	1,3	*

Escala: 1= ninguna importancia a 5=mucha importancia
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

Al observar específicamente las decisiones de gobierno corporativo en las empresas familiares, es la transmisión generacional la que significativamente muestra diferencias en el entorno autonómico (Cuadro 2.16). Si bien a nivel nacional también es significativa esta alternativa en el gobierno corporativo, en el ámbito regional el porcentaje de empresas familiares que se lo

plantea es superior (46,6%) tanto respecto al ámbito geográfico (38,8% España), como a las empresas no familiares canarias (27,5%). Complementariamente resalta la significativa importancia que tiene para las empresas familiares tanto la transmisión generacional (2,3) como el cierre de la actividad (1,3), frente a las empresas no familiares que muestran puntuaciones de 1,6 y 1,1 respectivamente (Cuadro 2.17).

CUADRO 2.16. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	15,3%	11,6%	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	18,3%	18,8%	-
Transmisión generacional	46,6%	27,5%	*
Venta total o parcial de la empresa	29,0%	33,3%	-
Cierre de la empresa	13,7%	5,8%	-

Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; - No significativa

CUADRO 2.17. PLANTEAMIENTO DE GOBIERNO CORPORATIVO (IMPORTANCIA) SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Incorporar nuevos socios (ampliación de capital social)	1,3	1,4	-
Incorporar directivos externos (profesionales, no familiares)	1,5	1,4	-
Transmisión generacional	2,3	1,6	***
Venta total o parcial de la empresa	1,7	1,9	-
Cierre de la empresa	1,3	1,1	**

Escala: 1= ninguna importancia a 5=mucha importancia
Nivel de significación del contraste entre variables: ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$; - No significativa



3.

EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO, LAS VENTAS Y LA INVERSIÓN

3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO, LAS VENTAS Y LA INVERSIÓN

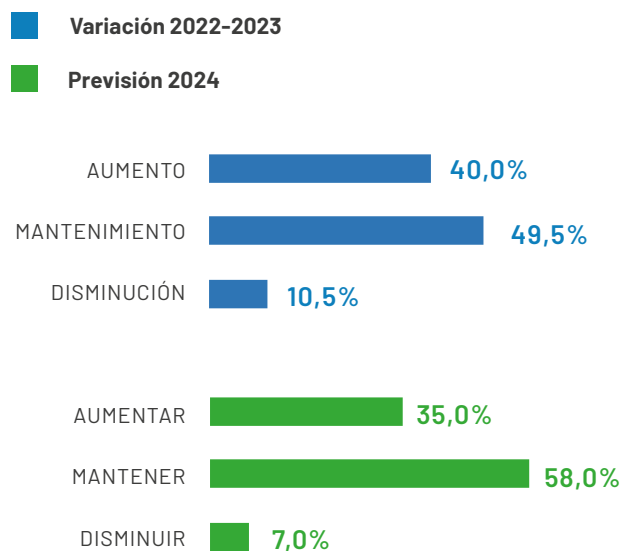
En este apartado se evalúa la evolución que han experimentado las pymes en 2023 en magnitudes como el empleo, las ventas y la inversión, respecto al año inmediatamente precedente. Además se observan sus expectativas para 2024. Como en el resto del informe, para analizar con más detalle la evolución de estos indicadores, se han considerado los estratos de tamaño y sector de la empresa. Además, y con el fin de confluir en la comparación con el informe nacional, se han determinado el “saldo de evolución” y el “saldo de expectativas”, calculados como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan respecto a la variable analizada y el porcentaje que le afecta negativamente. Como así recuerda el informe nacional, los años analizados se corresponden con años de recuperación tras superar la crisis originada por la COVID-19, sin perder de vista que están fuertemente influidos por el impacto de las guerras y tensiones territoriales coetáneas, que vienen teniendo lugar en el entorno internacional, forzando el desarrollo de un periodo de muy alta incertidumbre.

En este epígrafe se ha incluido también el Índice Pyme de Confianza Empresarial (IPconfianza) que trata de medir el pulso de la actividad económica a través de los valores reales y las expectativas de las empresas sobre la evolución de la cifra de negocio, el número de trabajadores y las inversiones. Este indicador varía entre ± 100 puntos, de forma que valores positivos indican avances en la actividad de la empresa, mientras que datos negativos señalan un retroceso en la misma, como veremos al concluir este epígrafe.

3.1. Empleo

La evolución del empleo es una cuestión que recurrentemente se incluye en estos informes con el fin de observar el grado de pesimismo/optimismo que las empresas manifiestan en cuanto a la contratación de efectivos, representando un interesante termómetro de la actividad empresarial, al tiempo que refleja la voluntad de crecimiento de las pymes. En este caso se preguntó a las pymes por el número de trabajadores en plantilla en el año 2023 en relación al año precedente (2022). También se consultó por las expectativas sobre la evolución del empleo en las empresas participantes respecto al año en curso (2024) -Figura 3.1.

FIGURA 3.1. EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS DURANTE 2023. ¿CREE QUE LA TENDENCIA PARA 2024 ES AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR EL NÚMERO DE EMPLEADOS?



Por tamaños (Cuadro 3.1), las empresas canarias de menor dimensión son las que presentan una evolución menos favorable en el empleo. Así, algo más del 14% de las micropymes redujeron sus plantillas en 2023, descendiendo esta cifra al 8% para las empresas pequeñas, mientras que en las de tamaño mediano no se produjo ninguna reducción de plantilla.

El 71% de las empresas medianas de las Islas aumentó su número de empleados, por lo que son el colectivo que muestra un saldo de evolución más favorable y un comportamiento mucho más expansivo que la media nacional. Estadísticamente, se muestran diferencias significativas, por lo que se puede afirmar que conforme crece el tamaño de la empresa también lo hace la probabilidad de nuevas contrataciones.

En relación a las expectativas para el empleo en 2024, observamos cómo la mayoría de las empresas canarias apuesta por mantener el número de

efectivos, 65% de las micro, 51% para las pequeñas y 57% para las firmas medianas; siendo las empresas pequeñas las que prevén una evolución más favorable, con algo más de 40 puntos de saldo de expectativas, mostrando un comportamiento más optimista que la media nacional.

De nuevo, vuelven a ser las microempresas las que señalan en mayor medida que acometerán reducciones de plantilla, aunque sólo el 9,3% manifiesta expectativas de reducción de la plantilla. Estadísticamente las diferencias son significativas al considerar la dimensión de las empresas.

CUADRO 3.1. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE EL EMPLEO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS EN 2023	Disminución	14,4%	7,9%	0,0%	**
	Estabilidad	52,6%	49,4%	28,6%	
	Aumento	33,0%	42,7%	71,4%	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	18,6	34,8	71,4	
TENDENCIA DEL EMPLEO 2024	Disminución	9,3%	4,5%	7,1%	*
	Estabilidad	64,9%	50,6%	57,1%	
	Aumento	25,8%	44,9%	35,7%	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	16,5	40,4	28,6	

Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; ** $p < 0,05$

Con respecto al sector de actividad (Cuadro 3.2), Construcción es el que muestra un comportamiento más desfavorable en 2023, pues algo más del 22% redujo sus plantillas, siendo la Industria, con algo más de un 13%, el siguiente sector con mayor pérdida de empleo. En las actividades de Servicios sólo un 9,6% indicó haber realizado reducciones de plantilla, mientras que el Comercio es el que registra un mejor comportamiento: sólo un 4,7% de las empresas redujo su número de empleados, siendo también el sector con un saldo de evolución más dinámico y donde se ha producido un mayor número de nuevas contrataciones. Curiosamente, la favorable evolución del sector Comercio en Canarias (39,5%) se contrapone a los datos nacionales que registran una tendencia sectorial más desfavorable, donde Construcción (35,4%) y Servicios (38%) son las actividades económicas con mayor número de empresas creando nuevos empleos.

En general, todos los sectores apuestan por dar estabilidad a sus plantillas. El saldo de expectativas

respecto al empleo para 2024 en la región muestra un comportamiento más pesimista respecto al año anterior y a la media nacional, siendo el sector Construcción el que prevé un mayor crecimiento del empleo, justo lo contrario de lo que ocurre en el conjunto de regiones españolas, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas en ninguno de los territorios. Por su parte, los sectores que presentan un saldo de expectativas más favorables para el empleo en 2024 son, como ya se ha apuntado, Construcción (33,3%), Servicios (28,7%) y Comercio (27,9%), mientras que la Industria apuesta más por el mantenimiento del empleo ya generado.

CUADRO 3.2. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE EL EMPLEO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

		INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LOS EMPLEADOS EN 2023	Disminución	13,3%	22,2%	4,7%	9,6%	-
	Estabilidad	53,3%	48,1%	51,2%	48,7%	
	Aumento	33,3%	29,6%	44,2%	41,7%	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	20,0	7,4	39,5	32,1	
TENDENCIA DEL EMPLEO 2024	Disminución	13,3%	11,1%	2,3%	7,0%	-
	Estabilidad	60,0%	44,4%	67,4%	57,4%	
	Aumento	26,7%	44,4%	30,2%	35,7%	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	13,4	33,3	27,9	28,7	

Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

3.2. Ventas

El 63,5% de las pymes canarias ha aumentado sus ventas en 2023 respecto al año anterior, mostrando un comportamiento más dinámico que las empresas en el conjunto nacional, donde el crecimiento se situó en el 54,7% (Figura 3.2). Por otro lado, resulta destacable que otro 29% de las pymes isleñas consiguiera mantener su nivel de ventas, con lo que sólo un 7,5% facturó menos que el año anterior, siendo esta cifra menor a la registrada en el ámbito nacional (13,2%). Esto denota un mejor comportamiento de las ventas en las Islas.

Al preguntar a las pymes canarias encuestadas sobre las expectativas de ventas para el año 2024 (Figura 3.3), se observaron previsiones alcistas para más del 57%, mientras que, alrededor del 36% confía en mantenerlas, con lo que sólo el 6,5% espera una evolución negativa de sus ventas, cifra inferior a la media española (9,7%). Con estos datos se obtiene un saldo de expectativas de 44,2 puntos, cifra ligeramente más favorable que el saldo de 2023.

FIGURA 3.2. COMPARACIÓN DE VENTAS 2023-2022

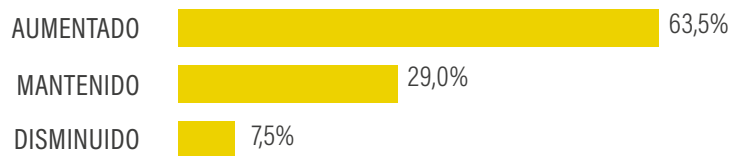
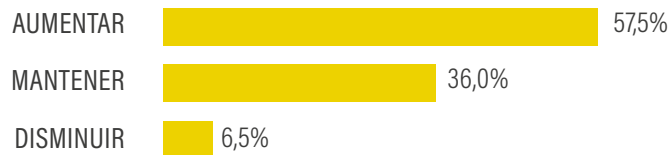


FIGURA 3.3. ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE VENTAS DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2024?



Al analizar la cifra de negocio según el tamaño de las pymes, encontramos diferencias significativas al 90% de confianza (Cuadro 3.3). Así, el 69,7% de las pequeñas vieron como sus ventas aumentaban en 2023, frente al 55,7% de las microempresas y el 78,6% de las medianas empresas; siendo también este colectivo el que muestra una evolución más favorable. El citado cuadro evidencia que, conforme crece el tamaño de la empresa, se reduce la probabilidad de que las ventas disminuyan, mostrando las firmas canarias una actitud más dinámica, con mayor crecimiento en las ventas respecto al sentir de las pymes a nivel nacional.

de expectativas de 85,7 puntos, frente a los 52,4 puntos de las pequeñas y los 44,3 puntos de las microempresas. Por tanto, se confirma nuevamente que a mayor tamaño, mejores expectativas de ventas. En este sentido, el 86% de empresas medianas espera aumentar su facturación en 2024, si bien estas diferencias no son estadísticamente significativas a la luz de la prueba realizada.

En cuanto a las expectativas de ventas para 2024 existe una posición claramente más favorable para las empresas medianas que tienen un saldo

CUADRO 3.3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS VENTAS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2023	Disminución	12,4%	3,4%	0,0%	*
	Mantenimiento	32,0%	27,0%	21,4%	
	Aumento	55,7%	69,7%	78,6%	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	43,3	66,3	78,6	
EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2024	Disminución	7,2%	6,7%	0,0%	-
	Mantenimiento	41,2%	33,7%	14,3%	
	Aumento	51,5%	59,6%	85,7%	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	44,3	52,9	85,7	

Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; - No significativa

Respecto al sector de actividad, se analiza la evolución de las ventas entre 2022 y 2023, así como las expectativas de las ventas para 2024 (Cuadro 3.4). Los sectores que presentaron una evolución más favorable en 2023 fueron Servicios, con un saldo de evolución de casi 61 punto, Comercio, con 53,5 puntos, y Construcción, con 51,9 puntos, mientras que, Industria presenta una evolución menos favorable (33,3 puntos) consecuencia del menor aumento de las ventas respecto a 2022. Estadísticamente estas diferencias no resultaron significativas.

Por su parte, las expectativas para 2024 muestran que los sectores con mejores saldos en relación a las ventas son Construcción (59,3 puntos) y

Comercio (51,2); siendo la Industria la que muestra un comportamiento más conservador, pues más del 53% de los industriales desean mantener sus niveles de ventas. En todo caso, las diferencias no son estadísticamente significativas a razón del sector de actividad.

CUADRO 3.4. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS VENTAS SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

		INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2023	Disminución	6,7%	7,4%	7,0%	7,8%	-
	Mantenimiento	53,3%	33,3%	32,6%	23,5%	
	Aumento	40,0%	59,3%	60,5%	68,7%	
	SALDO DE EVOLUCIÓN	33,3	51,9	53,5	60,9	
EXPECTATIVAS DE VENTAS PARA 2024	Disminución	0,0%	3,7%	9,3%	7,0%	-
	Mantenimiento	53,3%	33,3%	30,2%	36,5%	
	Aumento	46,7%	63,0%	60,5%	56,5%	
	SALDO DE EXPECTATIVAS	46,7	59,3	51,2	49,5	

Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

3.3. Inversiones

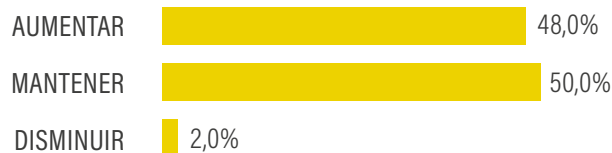
Las inversiones constituyen un factor principal, junto al empleo y la facturación, para evaluar el devenir de las pymes. En este periodo se aprecia que el 53,5% de las pymes canarias ha aumentado sus inversiones en 2023 (Figura 3.4), mientras que el 46,0% consiguió mantenerlas, al tiempo que un 0,5% las redujo. Todo lo cual arroja un saldo de evolución positivo de 53 puntos.

Además, se preguntó a las pymes encuestadas sobre las expectativas de inversión para el año 2024 (Figura 3.5). Así, el 48% de las pymes espera aumentar sus inversiones en el presente año. un 50% espera mantenerlas, mientras que solo prevé que sus inversiones disminuyan un 2% de las empresas. Estos datos ofrecieron un saldo de expectativas positivo de 46 puntos (inferior al año anterior), reflejando en las pymes el impacto del contexto de incertidumbre en la toma de decisiones en cuanto a inversiones.

FIGURA 3.4 · COMPARANDO SUS INVERSIONES EN 2023 CON RELACIÓN A 2022 ÉSTAS HAN...



FIGURA 3.5 · ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE INVERSIÓN DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2024?



Al analizar las inversiones según el tamaño de las pymes no encontramos diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 3.5). Así, el 64,3% de las medianas vieron como sus inversiones aumentaron en 2023, frente al 61,8% de las pequeñas y el 43,3% de las microempresas; siendo el saldo de evolución de las inversiones más favorable también para las medianas con un valor de 64,3 puntos. Por su parte, las microempresas, aunque también con una evolución favorable de sus inversiones, muestran un menor saldo, alcanzando este los 43,3 puntos.

En cuanto a las expectativas para realizar inversiones en 2024, existe una posición claramente menos favorable para las

microempresas, que muestran un saldo de expectativas de 35 puntos, frente a los 57,1 puntos de las medianas y los 56,2 puntos de las pequeñas empresas. Así, el 57,3% de las pequeñas empresas y el 57,1% de las medianas esperan acometer inversiones en 2024.

CUADRO 3.5. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS INVERSIONES SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES EN 2023	Disminución	1,0%	0,0%	0,0%	-
	Mantenimiento	54,6%	38,2%	35,7%	-
	Aumento	44,3%	61,8%	64,3%	-
	SALDO DE EVOLUCIÓN	43,3	61,8	64,3	
EXPECTATIVAS DE INVERSIONES PARA 2024	Disminución	3,1%	1,1%	0,0%	*
	Mantenimiento	58,8%	41,6%	42,9%	*
	Aumento	38,1%	57,3%	57,1%	*
	SALDO DE EXPECTATIVAS	35,0	56,2	57,1	

Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

Respecto al sector de actividad se analiza la evolución de las inversiones entre 2022 y 2023, así como las expectativas para 2024 (Cuadro 3.6). Las empresas que presentaron una evolución más favorable en 2023 fueron las que operan en el sector Comercio (saldo de 58,1 puntos) y Servicios (57,4 puntos), siendo estas diferencias encontradas estadísticamente muy significativas.

Las expectativas para 2024 en términos de inversión, ofrecen diferencias que no son significativas atendiendo al sector de actividad. Los sectores que resultan con un saldo de expectativas de inversión más favorable para 2024 son Comercio (48,9 puntos) y Servicios (48,7 puntos).



CUADRO 3.6. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS SOBRE LAS INVERSIONES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

		INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES EN 2023	Disminución	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	***
	Mantenimiento	60,0%	59,3%	41,9%	42,6%	***
	Aumento	33,3%	40,7%	58,1%	57,4%	***
	SALDO DE EVOLUCIÓN	26,6	40,7	58,1	57,4	
EXPECTATIVAS DE INVERSIONES PARA 2024	Disminución	0,0%	3,7%	2,3%	1,7%	-
	Mantenimiento	66,7%	55,6%	46,5%	47,8%	-
	Aumento	33,3%	40,7%	51,2%	50,4%	-
	SALDO DE EXPECTATIVAS	33,3	37,0	48,9	48,7	

Nivel de significación del contraste entre variables: *** p<0,01; - No significativa

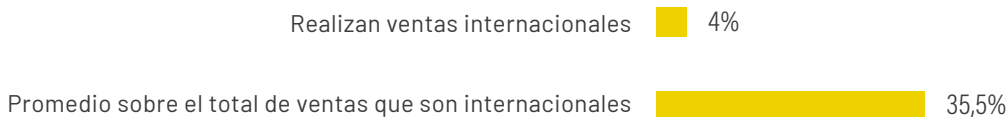
3.4. Internacionalización

En el Figura 3.6 se refleja el porcentaje de pymes que realizan ventas internacionales, el promedio que representan sus ventas internacionales sobre el total de su cifra de negocio anual y, por último, el número medio de países a los que se realizan ventas al exterior. En este sentido, los resultados señalan que el 4% de las pymes canarias realiza ventas al extranjero, porcentaje significativamente inferior al 26,1% que encontramos en el conjunto nacional. En promedio, suponen un 35,5% de las ventas totales

de la empresa, cuestión en que sí existe una diferencia clave respecto a las pymes españolas en su conjunto para las que solo representan el 5,7%. Además, el número de países a los que se vende es de 4,5 en Canarias, frente al 2,8 nacional.

Todo lo cual da a entender que, si bien el tejido de pymes está escasamente internacionalizado en la región, las empresas que sí lo están presentan una mayor intensidad comercial en el extranjero que las pymes en el conjunto de España.

FIGURA 3.6. PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZAN VENTAS INTERNACIONALES Y PROMEDIO QUE SUPONEN EN EL TOTAL DE VENTAS PARA 2023; ¿A CUÁNTOS PAÍSES?



VENTAS A: 4,5 países
(número medio)



Al segmentar el grado de internacionalización según la titularidad de la empresa, los resultados señalan que el 3,8% de sus ventas tienen un destino internacional, frente al 4,3% de ventas exteriores de las pymes no familiares. Adicionalmente, las pymes familiares venden de media en 6 países frente a los 2 países de las pymes no familiares. Es decir, las pymes familiares venden en menor proporción al extranjero, pero a un mayor número de países.

Por tamaño, las microempresas venden en promedio el 5,2% en mercados internacionales y a

2,6 países, las pequeñas venden de media al exterior el 3,4% y a 7,6 países, mientras las medianas no exportan fuera de España. De esta forma, los resultados señalan que a mayor tamaño menor grado de internacionalización, con un coeficiente de correlación negativo de -0,067 (-0,052 en Pearson), relación que se constata contradictoria con la obtenida en el conjunto nacional en que se observa la relación positiva entre el tamaño y las ventas fuera del país (Cuadro 3.7), cuestión que puede explicar la menor internacionalización de las pymes en Canarias.

CUADRO 3.7. GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA Y TAMAÑO

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	Carácter Familiar	Tamaño	Sign.
% de Ventas internacionales (Pearson)	0,047	-0,052	-
% de Ventas internacionales (Spearman)	0,014	-0,067	-

Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

Por último, segmentando el grado de internacionalización según el sector de actividad, los resultados indican que son las pymes del sector Comercio las más internacionalizadas, al vender al exterior en promedio el 9,3% de su cifra de negocio y a 7 países de media, seguidas

de las pymes de la construcción, 3,7% de sus ventas son al exterior y a una media de 2 países, y de las pymes del sector Servicios, con 2,6% de sus ventas en el extranjero y a 2 países; mientras que las ventas de las pymes industriales son en su totalidad nacionales.

3.5. Índice pyme de confianza empresarial

La cifra de negocio de las empresas, su número de trabajadores, y las inversiones realizadas por las mismas, son las tres variables que permiten configurar el Índice de Confianza Empresarial (en adelante, IPconfianza). Este indicador, sintéticamente, permite tomar el pulso de la actividad económica considerando conjuntamente los resultados y las expectativas previstas por las empresas para el período analizado (Cuadro 3.8). El indicador oscila de forma positiva y negativa sobre la base de 100 puntos. Los valores positivos indicarán avance de la actividad empresarial, mientras que los negativos señalan retroceso. Para cada una de las variables que componen este índice se calcula un saldo que resulta de la diferencia entre la mejora y el empeoramiento de cada variable, según los datos presentados en los apartados precedentes, tanto para los resultados ya cosechados por las empresas, como para los esperados.

El Cuadro 3.8 resume los valores obtenidos para 2024. Su valor sintético para Canarias es de

43,9. Este valor es el promedio que se obtiene de considerar los resultados manifestados por las pymes en relación al año precedente (46,2 puntos) y sus expectativas para el año en curso, es decir, para 2024 (41,7 puntos). Una observación comparada entre los resultados y las expectativas permite observar un cierto pesimismo empresarial, pues los valores de resultado son algo superiores a los que se obtienen en las expectativas. El señalado pesimismo es especialmente patente en el valor de las inversiones, magnitud que expresa el acopio de esperanza de rentabilidad que las empresas depositan en el futuro. Esta última tendencia se ha observado también en el conjunto nacional. No obstante, es reseñable la mayor confianza de las empresas canarias frente al conjunto de las pymes españolas. También es destacable cómo las pymes isleñas muestran expectativas frente a resultados contrarias a las señaladas por las pymes en el conjunto de España, en que tanto en ventas como en plantillas las expectativas sobrepasan a los resultados habidos hasta la fecha.

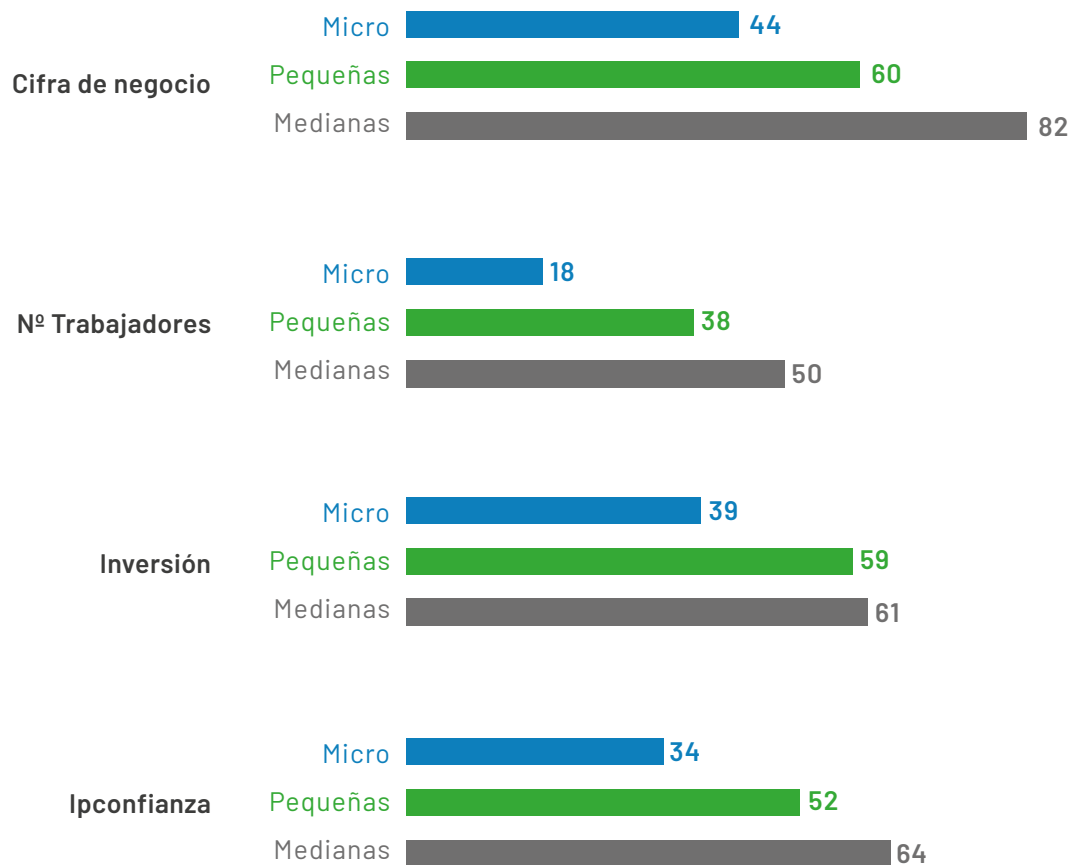
CUADRO 3.8. ÍNDICE PYME DE CONFIANZA EMPRESARIAL

	RESULTADOS	EXPECTATIVAS	IPCONFIANZA
Cifra de negocio	56,0	51,0	53,5
Nº Trabajadores	29,5	28,0	28,8
Inversión	53,0	46,0	49,5
Total	46,2	41,7	43,9

Al considerar el tamaño de las empresas (Figura 3.7), se constata que las de mayor dimensión son las que presentan un saldo manifiestamente positivo en su IPconfianza (64 puntos), destacando especialmente en cifra de negocio respecto a los demás factores (82 puntos). Es claramente manifiesta la menor confianza que

revelan las microempresas en la totalidad de los factores, destacando especialmente en el tamaño de las plantillas (18 puntos frente a los 50 puntos de las empresas medianas). El IPconfianza en Canarias para todos los sectores es sensiblemente superior al encontrado para el conjunto de España.

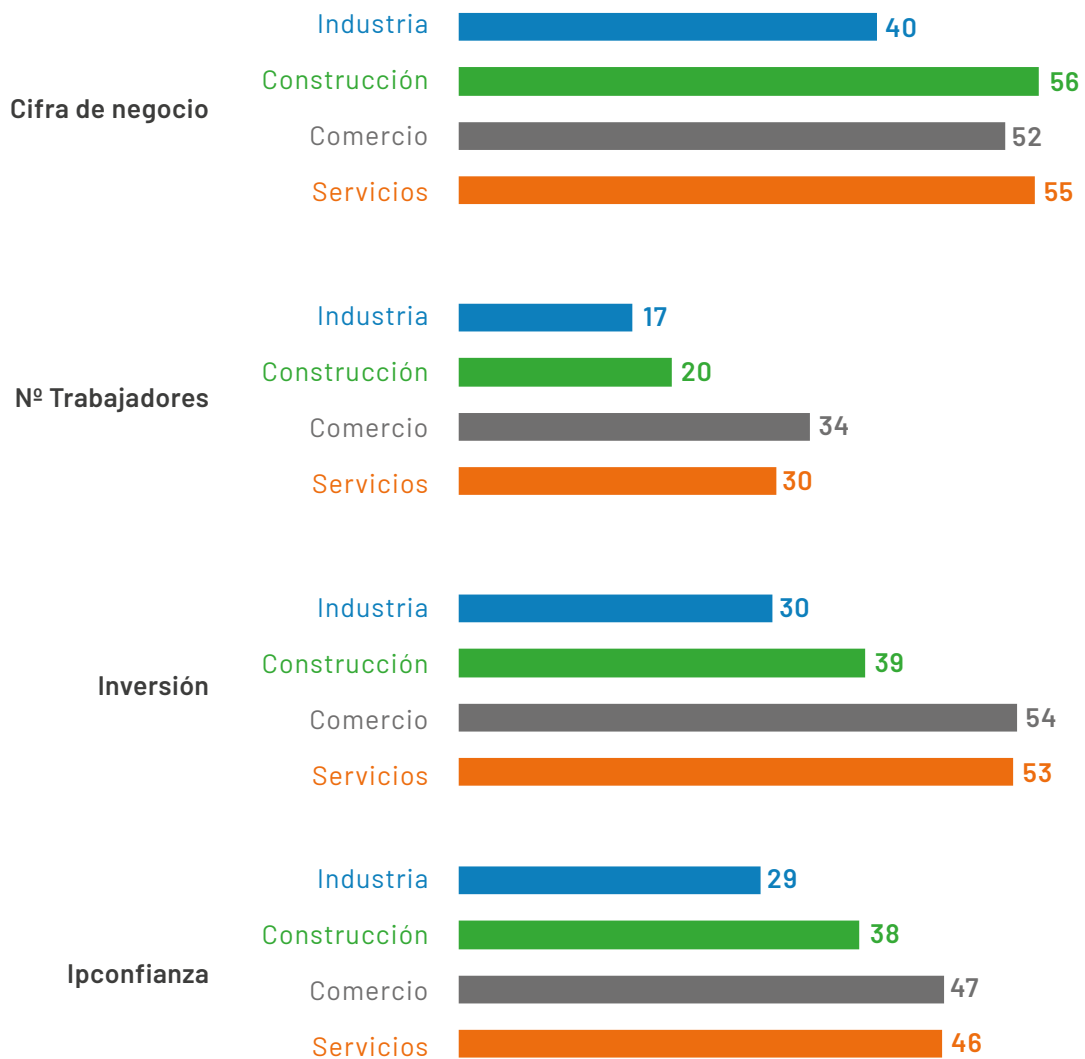
FIGURA 3.7. ÍNDICE PYME DE CONFIANZA POR TAMAÑO DE LA EMPRESA

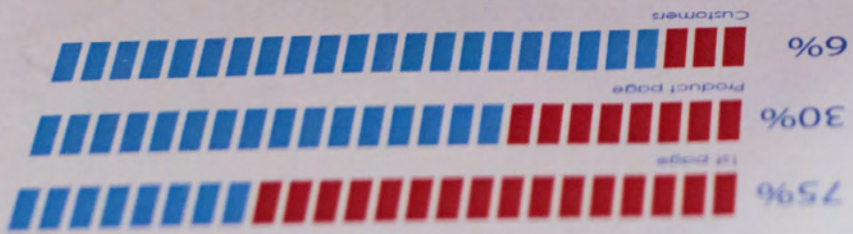


La Figura 3.8 hace el mismo ejercicio por sector de actividad, constatando saldos más favorables en el IPconfianza de todos los sectores en Canarias respecto a los mostrados en el informe nacional, salvo para el sector industrial: con 33

puntos en el conjunto de España y 29 en Canarias. En cualquier caso, es la Cifra de negocio la que presenta los saldos más positivos en Canarias al igual que se constata en el conjunto nacional.

FIGURA 3.8. ÍNDICE PYME DE CONFIANZA POR SECTOR DE ACTIVIDAD





5787

4.

COMPETITIVIDAD

4. COMPETITIVIDAD

Este apartado examina la percepción de los directivos sobre la posición competitiva y el rendimiento de las pymes canarias a través de un análisis integral que abarca múltiples dimensiones, proporcionando una visión completa de su desempeño en un entorno empresarial dinámico. Este enfoque cualitativo, basado en las percepciones directivas y siguiendo la metodología de Quinn y Rohrbaugh (1983), ha sido validado en investigaciones previas (Duréndez et al., 2011; Duréndez et al., 2016) y permite una evaluación más adaptativa en comparación con los indicadores contables tradicionales que, al centrarse en eventos pasados, pueden no capturar plenamente las tendencias futuras.

La posición competitiva se analiza a partir del contexto operativo empresarial, considerando cinco factores clave que influyen en la competitividad: coyuntura económica, estabilidad política, marco regulatorio y burocrático, calidad de las infraestructuras y disponibilidad de recursos. Estos elementos configuran el entorno en el que las pymes desarrollan su actividad, afectando sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

El análisis del rendimiento empresarial se lleva a cabo a través de siete dimensiones fundamentales: calidad de productos, eficiencia de los procesos, satisfacción del cliente, capacidad de adaptación a los cambios del mercado, rapidez en el crecimiento de las ventas, rentabilidad y satisfacción de los empleados.

Para concluir este apartado, se presenta el Índice de Competitividad de la PYME (IPcompetitividad), una métrica que integra tanto las condiciones del entorno empresarial como los indicadores de rendimiento organizativo. Este índice proporciona una valoración comprehensiva de la competitividad, considerando tanto los facilitadores como las barreras del entorno para la actividad empresarial, así como los recursos y capacidades que determinan el rendimiento frente a los competidores.



4.1. Entorno competitivo

En la Figura 4.1 se reflejan las medias de las valoraciones que realizan los directivos de las pymes canarias sobre su contexto competitivo, analizado en función de cinco dimensiones clave: situación económica general, infraestructuras, burocracia y obligaciones legales, estabilidad política y seguridad jurídica, y provisión de recursos. Estas valoraciones se obtuvieron mediante una escala de 1 a 5, donde 1 indica que el entorno es Nada favorable y 5 que es Muy favorable.

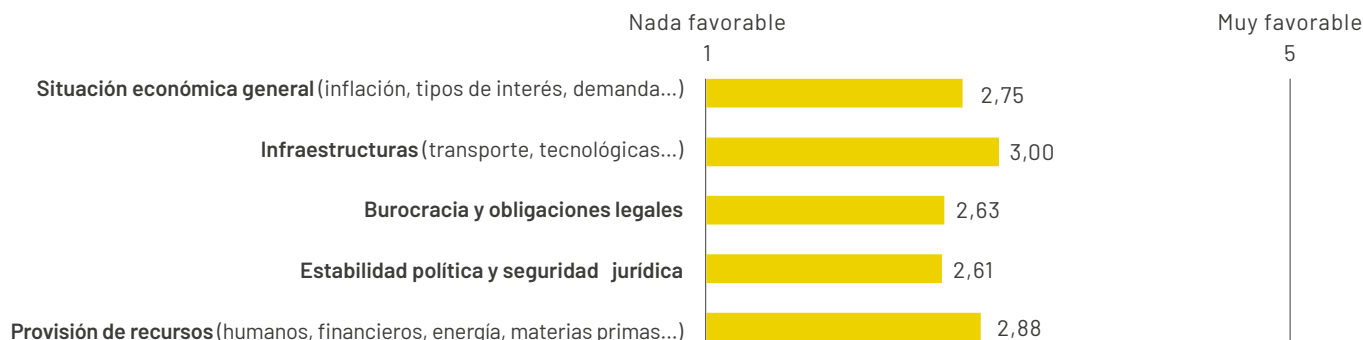
Los resultados muestran que las percepciones de los directivos son en su mayoría desfavorables, con cuatro de las cinco dimensiones obteniendo medias inferiores a 3. En particular, la burocracia y las obligaciones legales (media de 2,63) y la estabilidad política y seguridad jurídica (media de 2,61) se consideran especialmente problemáticas, lo que sugiere que los directivos encuentran en estos aspectos importantes obstáculos para la competitividad de sus empresas. Estas áreas reflejan una percepción de alta carga administrativa y falta de previsibilidad en el entorno normativo, factores que pueden limitar la capacidad de adaptación y crecimiento de las pymes en el mercado.

La situación económica general, que incluye variables como la inflación, los tipos de interés y la demanda, obtiene una media de 2,75, indicando que el contexto macroeconómico no se percibe como favorable para el desarrollo empresarial. De manera similar, la provisión de recursos, que abarca el acceso a recursos humanos, financieros, energéticos y materias primas, presenta una media de 2,88, sugiriendo dificultades en el acceso a los insumos necesarios para operar de manera competitiva.

En este contexto, la única dimensión que alcanza una valoración ligeramente más favorable es la de infraestructuras, con una media de 3,00. Este aspecto incluye tanto el transporte como las tecnologías, y su valoración positiva refleja una relativa satisfacción con el soporte físico y tecnológico disponible para la actividad empresarial, aunque no compensa la percepción negativa de las demás dimensiones.

Estas valoraciones reflejan que el entorno competitivo en Canarias no es considerado claramente favorable para las pymes, subrayando la importancia de abordar mejoras en áreas clave como la regulación, el entorno macroeconómico y la disponibilidad de recursos.

FIGURA 4.1. ¿EN QUÉ MEDIDA SU ENTORNO EMPRESARIAL LE RESULTA FAVORABLE?



Al analizar las percepciones directivas sobre el entorno empresarial de las pymes canarias en función de su tamaño (Cuadro 4.1), se observa que no existen diferencias significativas entre las valoraciones realizadas por las micro, pequeñas y medianas empresas en ninguna de las categorías evaluadas. En general, las empresas de todos los tamaños consideran que su entorno no es especialmente favorable para el desarrollo de su actividad.

Las medianas empresas tienden a tener una percepción algo más favorable en ciertos aspectos, como la situación económica general (media: 3,43) y la provisión de recursos (media: 3,50), en comparación con las micro y pequeñas empresas. Sin embargo, esta diferencia no es estadísticamente significativa. Del mismo modo, la percepción sobre la burocracia, las obligaciones legales, y la estabilidad política y jurídica es

ligeramente más positiva entre las medianas empresas, pero sin alcanzar una diferencia relevante respecto a los otros demás tamaños.

En conjunto, los resultados reflejan una visión moderadamente desfavorable del entorno empresarial, mostrando un consenso generalizado sobre los desafíos que enfrentan las pymes canarias, independientemente de su tamaño.

CUADRO 4.1. ¿EN QUÉ MEDIDA SU ENTORNO EMPRESARIAL LE RESULTA FAVORABLE? SEGÚN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Situación económica general (inflación, tipos de interés, demanda...)	2,68	2,72	3,43	-
Infraestructuras (transporte, tecnológicas...)	3,02	2,94	3,21	-
Burocracia y obligaciones legales	2,51	2,66	3,21	-
Estabilidad política y seguridad jurídica	2,47	2,70	2,93	-
Provisión de recursos (humanos, financieros, energía, materias primas...)	2,76	2,90	3,50	-

En una escala de 1 = Nada favorable a 5 = Muy favorable
Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

En relación con las percepciones directivas sobre el entorno empresarial de las pymes canarias según su sector de actividad (Cuadro 4.2), se observa que no existiendo diferencias significativas entre las valoraciones realizadas por las pymes con independencia de que estas operen en el sector Industrial, Construcción, Comercio o Servicios. En general, los sectores coinciden en una percepción moderadamente desfavorable de su entorno para el desarrollo de la actividad empresarial.

El sector industrial es el que muestra las valoraciones más bajas en la mayoría de las dimensiones, destacando la situación económica general con una media de 2,20, lo cual sugiere que este sector es el que percibe de forma menos favorable el contexto económico. En cuanto a las infraestructuras, aunque el sector Servicios muestra una valoración ligeramente superior (media: 3,05), los sectores Comercio (3,02) y Construcción (3,00) también perciben este aspecto

de manera relativamente favorable, en comparación con la Industria (2,53), aunque sin una diferencia estadísticamente significativa.

La burocracia y las obligaciones legales son percibidas como un obstáculo particularmente importante en el sector industrial (2,33), mientras que el Comercio presenta una valoración algo más favorable en esta categoría (2,93). Sin embargo, esta diferencia tampoco alcanza significancia estadística.

Por último, en la provisión de recursos, el sector Comercio obtiene la media más alta (3,07), lo que sugiere una percepción ligeramente más favorable en comparación con Industria (2,53), Construcción (2,93) y Servicios (2,83). En conjunto, los datos reflejan una percepción uniforme de un entorno empresarial poco favorable para el desarrollo de las pymes canarias, sin diferencias significativas entre sectores.

CUADRO 4.2. ¿EN QUÉ MEDIDA SU ENTORNO EMPRESARIAL LE RESULTA FAVORABLE? SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Situación económica general (inflación, tipos de interés, demanda...)	2,20	2,74	2,77	2,82	-
Infraestructuras (transporte, tecnológicas...)	2,53	3,00	3,02	3,05	-
Burocracia y obligaciones legales	2,33	2,41	2,93	2,60	-
Estabilidad política y seguridad jurídica	2,47	2,48	2,63	2,64	-
Provisión de recursos (humanos, financieros, energía, materias primas...)	2,53	2,93	3,07	2,83	-

En una escala de 1 = Nada favorable a 5 = Muy favorable
Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

Al analizar las percepciones directivas sobre el entorno empresarial de las pymes canarias según la titularidad de la empresa (Cuadro 4.3), se observa que no existen diferencias significativas en ninguna de las dimensiones evaluadas. Tanto las empresas familiares como las no familiares presentan valoraciones similares, reflejando una percepción homogénea del entorno.

En cuanto a la situación económica general, las empresas no familiares perciben este aspecto de forma ligeramente más favorable (media de 2,78) en comparación con las familiares (2,73), aunque esta diferencia no es significativa. Las infraestructuras también obtienen una valoración algo superior en las empresas no familiares (3,03) frente a la valoración de 2,98 en las familiares, pero sin alcanzar significancia estadística.

Las dimensiones de burocracia y obligaciones legales, así como la estabilidad política y seguridad jurídica, muestran valoraciones similares entre ambos tipos de empresa, con medias en torno a 2,57 y 2,70 respectivamente, sin variaciones significativas. Finalmente, en la provisión de recursos, las empresas no familiares muestran una percepción ligeramente más favorable (3,01) que las empresas familiares (2,80), aunque esta diferencia tampoco resulta estadísticamente relevante.

En conjunto, los datos indican que, independientemente de su carácter familiar o no familiar, las pymes canarias comparten una percepción moderadamente desfavorable de su entorno empresarial, sin diferencias significativas en su valoración del contexto.

**CUADRO 4.3. ¿EN QUÉ MEDIDA SU ENTORNO EMPRESARIAL LE RESULTA FAVORABLE?
SEGÚN LA TITULARIDAD DE LA EMPRESA**

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Situación económica general (inflación, tipos de interés, demanda...)	2,73	2,78	-
Infraestructuras (transporte, tecnológicas...)	2,98	3,03	-
Burocracia y obligaciones legales	2,56	2,74	-
Estabilidad política y seguridad jurídica	2,58	2,65	-
Provisión de recursos (humanos, financieros, energía, materias primas...)	2,80	3,01	-

En una escala de 1 = Nada favorable a 5 = Muy favorable
Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

4.2. Indicadores de rendimiento

En la Figura 4.2 se presentan las percepciones de los directivos de las empresas canarias sobre la posición de su empresa en comparación con sus competidores directos, evaluada en una escala de 1 a 5, donde 1 representa un rendimiento "Peor" y 5 un rendimiento "Mejor". Los indicadores de rendimiento analizados incluyen calidad de los productos, eficiencia de los procesos, satisfacción de clientes, rapidez de adaptación a los cambios en el mercado, rapidez de crecimiento de las ventas, rentabilidad y satisfacción de los empleados.

Los resultados muestran que los directivos perciben como sus puntos fuertes la satisfacción de los clientes (4,33), seguridad de la calidad de sus productos (4,05) y la eficiencia de los procesos (3,98). Estos aspectos son los que destacan como áreas en las que las empresas canarias consideran que tienen una ventaja competitiva frente a sus competidores.

La rapidez de adaptación a los cambios en el mercado y la satisfacción de los empleados, ambas con una media de 3,90, también se perciben como puntos favorables, reflejando la capacidad de respuesta y el clima laboral en estas empresas. En menor medida, aunque aún con una valoración positiva, se sitúan la rapidez de crecimiento de las ventas (3,40) y la rentabilidad (3,41), que son áreas donde las empresas canarias perciben un desempeño más moderado en comparación con sus competidores directos.

Los datos indican que las pymes canarias se consideran bien posicionadas en aspectos clave como la satisfacción de los clientes, la calidad de sus productos y la eficiencia de sus procesos, lo cual contribuye a reforzar su competitividad en el mercado.

FIGURA 4.2. EN COMPARACIÓN CON SUS COMPETIDORES DIRECTOS, INDIQUE CUAL ES LA POSICIÓN DE SU EMPRESA CON LOS SIGUIENTES INDICADORES DE RENDIMIENTO



En el Cuadro 4.4 se observan las percepciones de las pymes canarias sobre su rendimiento en comparación con sus competidores directos, desglosado por tamaño de empresa. En general, las valoraciones entre micro, pequeñas y medianas empresas son similares, sin diferencias significativas en la mayoría de los aspectos evaluados.

Las microempresas presentan una valoración ligeramente superior en términos de eficiencia de los procesos (4,03) y satisfacción de los empleados (3,95) que las pequeñas y medianas empresas. La satisfacción de clientes es percibida de forma muy positiva en todos los tamaños, siendo ligeramente superior en pequeñas y medianas empresas (4,36).

La calidad de los productos y la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado muestra una valoración más alta entre las medianas empresas (4,14), en comparación con las micro y pequeñas, aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas, al igual que la rapidez de crecimiento de las ventas (3,64).

En cuanto a la rentabilidad, se observa una diferencia marginalmente significativa, con las medianas empresas alcanzando una media de 3,71, superior a la de las microempresas (3,25) y las pequeñas (3,53), lo cual sugiere que las empresas medianas podrían estar en una posición ligeramente más favorable en este aspecto.

CUADRO 4.4. RENDIMIENTO DE LAS PYMES FRENTE A SUS COMPETIDORES SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Calidad de sus productos	4,05	4,03	4,14	-
Eficiencia de los procesos	4,03	3,94	3,86	-
Satisfacción de clientes	4,30	4,36	4,36	-
Rapidez de adaptación a los cambios en el mercado	3,91	3,85	4,14	-
Rapidez de crecimiento de las ventas	3,37	3,39	3,64	-
Rentabilidad	3,25	3,53	3,71	*
Satisfacción de los empleados	3,95	3,85	3,79	-

En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor
Nivel de significación del contraste entre variables: - No significativa

En el Cuadro 4.5 se presentan las percepciones de las pymes canarias sobre su rendimiento en comparación con sus competidores directos, según su sector de actividad. En general, las valoraciones entre los sectores Industria, Construcción, Comercio y Servicios son similares, aunque existen algunas diferencias significativas en ciertas áreas.

Así, por ejemplo, el sector Comercio destaca en calidad de productos con una valoración de 4,26, mientras que los otros sectores mantienen puntuaciones ligeramente inferiores. En eficiencia de los procesos, el sector de la Construcción obtiene la valoración más alta (4,22), aunque esta diferencia no es estadísticamente significativa en comparación con los otros sectores.

En cuanto a la satisfacción de clientes, todos los sectores mantienen valoraciones elevadas,

siendo el sector Construcción el que presenta la puntuación más alta (4,41). La rapidez de adaptación a los cambios en el mercado y la satisfacción de los empleados también son valoradas positivamente en todos los sectores, aunque sin diferencias significativas, si bien estas dos dimensiones obtienen valoraciones relativamente más bajas en el sector industrial.

La rapidez de crecimiento de las ventas muestra una diferencia significativa para el sector Construcción, que lidera esta dimensión (3,63), mientras que el sector de la Industria tiene la valoración más baja (2,73). Además, la rentabilidad presenta una diferencia marginalmente significativa, donde las empresas de los sectores de Construcción (3,59) y Servicios (3,50) perciben un rendimiento superior en este aspecto en comparación con las que operan en Comercio e Industria.

CUADRO 4.5. RENDIMIENTO DE LAS PYMES FRENTE A SUS COMPETIDORES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Calidad de sus productos	3,93	4,04	4,26	3,99	-
Eficiencia de los procesos	3,60	4,22	4,02	3,96	-
Satisfacción de clientes	4,20	4,41	4,23	4,37	-
Rapidez de adaptación a los cambios en el mercado	3,53	3,78	3,95	3,96	-
Rapidez de crecimiento de las ventas	2,73	3,63	3,37	3,44	**
Rentabilidad	3,13	3,59	3,12	3,50	*
Satisfacción de los empleados	3,53	4,11	3,93	3,88	-

En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; - No significativa

En el Cuadro 4.6 se presentan las percepciones de las pymes canarias sobre su rendimiento en comparación con sus competidores directos, considerando su carácter familiar o no familiar. En general, ambos tipos de empresas muestran valoraciones similares en la mayoría de los aspectos evaluados, aunque se observan algunas diferencias significativas en ciertas áreas.

La calidad de los productos y la satisfacción de clientes son percibidas de manera similar entre las empresas familiares y no familiares, con valores elevados en ambas dimensiones. La eficiencia de los procesos también muestra poca variación, con una valoración ligeramente superior en las empresas familiares (4,02) frente

a las no familiares (3,91), aunque sin significancia estadística. La satisfacción de los empleados y la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado también alcanzan buenas valoraciones, no obstante, estadísticamente no significativas.

En cuanto a la rapidez de crecimiento de las ventas, se observa una diferencia marginalmente significativa, con las empresas no familiares otorgando una valoración ligeramente superior (3,51) frente a las familiares (3,33). Asimismo, en el caso de la rentabilidad, la diferencia es estadísticamente significativa, siendo las empresas no familiares las que perciben un rendimiento superior (3,61) a sus competidores en comparación con las familiares (3,30).

CUADRO 4.6. RENDIMIENTO DE LAS PYMES FRENTE A SUS COMPETIDORES SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Calidad de sus productos	4,04	4,07	-
Eficiencia de los procesos	4,02	3,91	-
Satisfacción de clientes	4,33	4,33	-
Rapidez de adaptación a los cambios en el mercado	3,85	4,00	-
Rapidez de crecimiento de las ventas	3,33	3,51	*
Rentabilidad	3,30	3,61	**
Satisfacción de los empleados	3,88	3,93	-

En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; - No significativa

4.3. Índice pyme de competitividad empresarial

El Índice de Competitividad Empresarial trata de reflejar de manera resumida cuan amigable es el entorno para llevar a cabo actividades empresariales, además del nivel de rendimiento de las empresas que se enfrentan a ese entorno. Este rendimiento resume a su vez los recursos y capacidades que permiten a las empresas afrontar los retos de la competencia y del entorno en general. Este índice se calcula sobre una base de 100 puntos, oscilando entre -100 y +100, resultado de promediar los dos componentes antes indicados -i.e., entorno y rendimiento.

En esta edición el Índice global para Canarias (Cuadro 4.7) toma el valor de 16 puntos, el mismo nivel que alcanza para el conjunto de la nación.

No obstante, su composición es sensiblemente diferente respecto al nacional. Así, el subíndice relativo al entorno se separa en 3 puntos, alcanzando el valor de -9 para la nación y de -12 para Canarias, lo que muestra un mayor deterioro en la percepción del entorno en las Islas que en el conjunto de España. Por su parte, el rendimiento se sitúa en 40 para España y 43 para Canarias, aspecto que viene a compensar en el índice la peor percepción del entorno en el Archipiélago.

CUADRO 4.7. ÍNDICE PYME DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

2024	
ENTORNO	-12
RENDIMIENTO	43
IPCOMPETITIVIDAD	16



Si analizamos estos componentes por tamaño de las empresas (Figura 4.3), observamos que el Índice logra reflotar las valoraciones negativas sobre la percepción del entorno en virtud de la visión que las empresas poseen de su capacidad para sobrellevar los retos del entorno, siendo las empresas de mediano tamaño las que presentan un índice global más halagüeño (30 puntos) frente a los demás tamaños empresariales. Además, el tamaño determina una mayor benevolencia a la hora de tasar la bondad del entorno para la actividad empresarial: 13 puntos en las medianas empresas frente a las microempresas (-16 puntos) y las pequeñas (-11 puntos).

La Figura 4.4 permite observar los valores analizados según el sector empresarial. En ella se constata cómo el índice de competitividad más desfavorable lo contempla el sector industrial (-2 puntos), mientras que en el conjunto de España este mismo sector presenta el peor valor, aunque positivo (11 puntos). No obstante, una mirada por componentes permite observar la peor valoración generalizada de los sectores al entorno, y la mejor valoración del rendimiento. El mejor IPcompetitividad en Canarias lo obtiene el sector Comercio (18 puntos).



FIGURA 4.3. ÍNDICE PYME DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

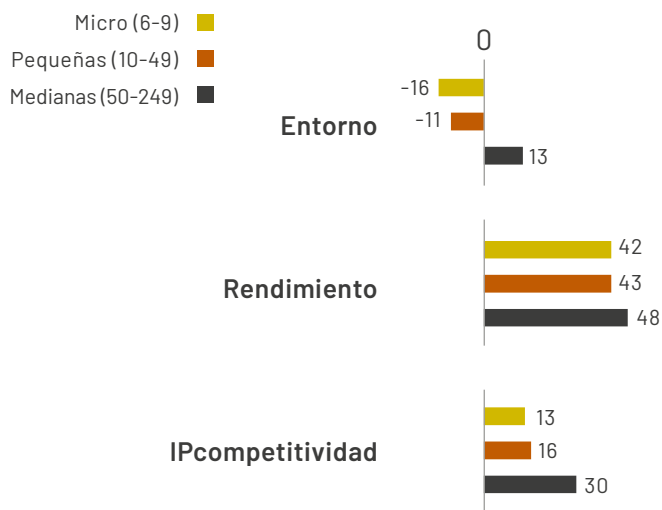
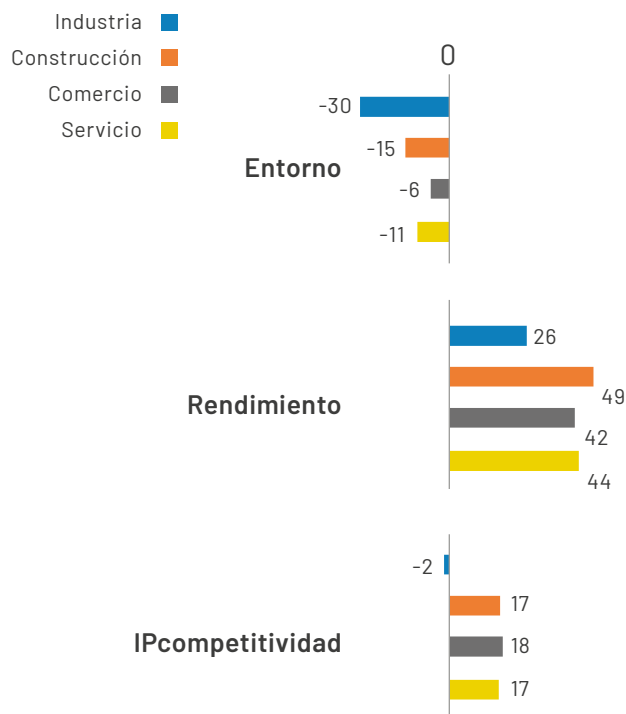


FIGURA 4.4. ÍNDICE PYME DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA





5.

**ACTIVIDAD
INNOVADORA**

5. ACTIVIDAD INNOVADORA

La innovación empresarial se refiere a la posibilidad de generar valor al aplicar conocimientos y recursos para transformar una idea en un producto, proceso o práctica novedosa, o para mejorar un producto, proceso o práctica ya existente (Varadarajan, 2018). Esta capacidad de innovar es una competencia fundamental en el desarrollo y supervivencia de las pymes en un mercado cada vez más competitivo (Barbe et al. 2022). Sin duda, la implementación de actividades innovadoras en la empresa se traduce en una mejora de su eficiencia en la medida en que permite a las pymes aprovechar mejor los recursos, reducir costes y acceder a nuevas oportunidades de negocio. Esto no solo fortalece su posición en el mercado, sino que también contribuye al desarrollo económico de su entorno más inmediato al generar empleo y fomentar una cultura empresarial dinámica y resiliente.

La cuarta edición del Manual de Oslo (OCDE, 2018) actualiza y amplía el concepto de innovación para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial. Entre sus novedades enfatiza la importancia de la innovación en el sector Servicios y reconoce el papel de la innovación no tecnológica (como las innovaciones organizativas y en marketing), además de destacar la relevancia de la colaboración, los datos y las políticas de innovación inclusivas. La cuarta edición también incorpora enfoques más amplios de la innovación, considerando su impacto en la sostenibilidad y su rol en las economías digitales y basadas en conocimiento.

Tradicionalmente el análisis de la actividad innovadora de las empresas se ha centrado en el estudio de la innovación en productos y/o servicios, en procesos y en el ámbito organizativo. Así, la

innovación en productos y/o servicios implica el desarrollo o mejora significativa de estos para satisfacer mejor las necesidades del mercado o diferenciarse de la competencia. De esta forma se pueden incluir mejoras en sus características técnicas, componentes, materiales, software integrado, facilidad de uso u otras funcionalidades. Por su parte, la innovación en procesos se enfoca en mejorar los métodos y procedimientos productivos de la empresa para optimizar la producción, reducir costes y, por lo tanto, aumentar la eficiencia.

En la edición del Manual de Oslo de 2018 las innovaciones organizativas, que implican cambios en la estructura, en la cultura y/o en la gestión de la empresa, se integran en un solo tipo de proceso empresarial, de administración y gestión, que incluye la toma de decisiones estratégicas y las vinculadas con las actividades de gestión empresarial.

En este apartado se analiza la actividad innovadora en las pymes canarias en lo que respecta al diseño de su estrategia, su propuesta de gestión, los procesos que ejecuta y los productos y/o servicios que ofrece. Se incluye un análisis de la realización y la importancia de dicha actividad innovadora, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa y el sector de actividad.

La Figura 5.1 muestra el porcentaje de empresas que ha llevado a cabo innovaciones en los dos últimos años, distinguiendo entre innovaciones en estrategia, en gestión, en procesos y en productos y/o servicios, así como la importancia que las pymes canarias atribuyen a cada tipo de innovación. Los resultados obtenidos revelan qué

tipo de acciones son consideradas por las pymes críticas para la mejora de su competitividad y sostenibilidad.

Del estudio de los datos se puede afirmar que, en general, la actividad innovadora de las pymes canarias ha mejorado considerablemente con respecto al año anterior. Analizando cada tipo de innovación se observa que un 49,0% de las empresas han incorporado nuevas alianzas o colaboraciones como medidas innovadoras en el desarrollo de su estrategia empresarial, porcentaje algo superior a la media nacional (40,6%), y un 35,5% ha experimentado con nuevos mercados. Por otro lado, el porcentaje de pymes que ha puesto en marcha actividades innovadoras en sus sistemas de gestión comercial y/o de ventas fue del 58,5%, siendo el de compras y aprovisionamientos de un 54,5%, y el de dirección y gestión de un 67,5%, cantidades muy superiores a las del año 2023 en Canarias.

Por otro lado, un 69,0% de las pymes reconoce haber introducido cambios o mejoras en sus procesos de producción, lo que aumenta considerablemente las cifras del año anterior que alcanzó el 23,9%. El porcentaje de empresas que adquirieron nuevos bienes de equipo fue del 73,0%, lo que reduce en tres puntos el porcentaje del año precedente en el Archipiélago, coincidiendo con la tónica nacional.

Por último, un 65% de las empresas incorporaron cambios o mejoras en productos y/o servicios, siendo de un 48,3% en el 2023; mientras que el aumento del porcentaje de empresas que comercializaron nuevos productos y/o servicios no fue tan significativo, menos de un punto en relación a ese mismo año.



La Figura 5.1. incluye, además, información sobre el grado de importancia de la incorporación de medidas innovadoras en cada uno de los aspectos analizados, como media en una escala de 1 a 5, siendo 1 muy poco importante y 5 muy importante, y el porcentaje de empresas para las que la innovación fue relevante. En este sentido, se observa un aumento significativo en relación a los datos del año anterior, lo que evidencia una mayor conciencia empresarial en relación a la incorporación de innovaciones en sus actividades.

Destaca especialmente la importancia de las innovaciones en procesos y productos/servicios, con valoraciones medias de 4,22 tanto en incorporación de innovaciones en la adquisición de nuevos equipos, como en comercialización de nuevos productos y/o servicios, seguidas de cambios o mejoras en los procesos de producción (4,19) y comercialización de nuevos productos/servicios (4,18).

FIGURA 5.1. REALIZACIÓN DE INNOVACIONES EN ESTRATEGIA, PRODUCTOS, PROCESOS O GESTIÓN Y GRADO DE IMPORTANCIA

INNOVACIÓN	%	Grado de importancia de la innovación		% muy importante
		Poco importante 1	Muy importante 5	
ESTRATEGIA				
Nuevas alianzas o colaboraciones	49,0		4,18	39,8
Nuevos mercados	35,5		3,94	29,6
GESTIÓN				
Comercial/ventas	58,5		3,97	29,9
Compras y aprovisionamientos	54,5		3,94	29,4
Dirección y gestión	67,5		4,10	38,5
PROCESOS				
Adquisición de nuevos bienes de equipos	73,0		4,22	47,9
Cambios o mejoras en los procesos de producción	69,0		4,19	40,6
PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Comercialización nuevos productos/servicios	49,0		4,18	39,8
Cambios o mejoras en productos/servicios	65,0		4,22	40,0

El Cuadro 5.1. muestra la proporción de empresas que ha implementado innovaciones en áreas específicas como estrategia, productos, procesos y gestión, segmentadas por tamaño empresarial. Esta información nos da pistas sobre hasta qué punto el tamaño de la empresa influye en la adopción de innovaciones. Se espera, generalmente, que las empresas más grandes tengan mayores recursos y capacidades para innovar en comparación con las más pequeñas. Este cuadro permite observar si este patrón se mantiene en las pymes canarias o si las pequeñas empresas también están innovando significativamente en proporción a sus recursos.

Al analizar los datos se observa que las únicas diferencias significativas en cuanto a los factores analizados son las que se refieren a innovaciones en estrategias vinculadas al establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones, siendo más relevante en las empresas medianas (64,3%). Por otro lado, de los resultados obtenidos se deduce que, en general, las empresas más grandes tienden a implementar un mayor porcentaje de actividades innovadoras en comparación con las de menor tamaño, en consonancia con la hipótesis planteada anteriormente. Esto sugiere una correlación entre el tamaño de la empresa y la capacidad o inclinación de la misma hacia la innovación.

CUADRO 5.1. REALIZACIÓN DE INNOVACIONES SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

INNOVACIÓN EN ESTRATEGIA	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones	36,1%	50,6%	64,3%	**
Acceso a nuevos mercados	33,0%	36,0%	50,0%	-
INNOVACIÓN EN GESTIÓN				
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	58,8%	58,4%	57,1%	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	53,6%	53,9%	64,3%	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	62,9%	70,8%	78,6%	-
INNOVACIÓN EN PROCESOS				
Adquisición de nuevos bienes de equipos o instalaciones	67,0%	79,8%	71,4%	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	63,9%	73,0%	78,6%	-
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	48,5%	49,4%	50,0%	-
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	61,9%	67,4%	71,4%	-

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa

En el Cuadro 5.2 se evalúa la importancia que las empresas, según el tamaño, le dan a la incorporación de innovaciones. Así, la percepción de la importancia de las innovaciones puede variar con el tamaño de la empresa debido a los distintos retos y recursos disponibles para cada tipo de empresas. Del análisis del citado cuadro se observa que, en relación a la percepción de la importancia de la innovación, la única diferencia estadísticamente relevante se constata en el lanzamiento al mercado de nuevos productos y/o servicios, siendo las

empresas pequeñas las que han reconocido un mayor impacto de estas innovaciones (4,39), además de ser las que más habían implantado este tipo de innovación en procesos (79,8%) – véase Cuadro 5.1.

CUADRO 5.2. IMPORTANCIA DE LAS INNOVACIONES SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

INNOVACIÓN EN ESTRATEGIA	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones	4,09	4,00	4,00	-
Acceso a nuevos mercados	4,00	3,91	3,86	-
INNOVACIÓN EN GESTIÓN				
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	3,95	4,02	3,75	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	3,92	4,02	3,56	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	3,97	4,21	4,18	-
INNOVACIÓN EN PROCESOS				
Adquisición de nuevos bienes de equipos o instalaciones	4,23	4,20	4,30	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	4,16	4,17	4,45	-
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	4,00	4,39	4,14	*
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	4,13	4,27	4,50	-

Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

El Cuadro 5.3 detalla la distribución de innovaciones realizadas en función del sector económico. En general, se observa que las tendencias de innovación varían considerablemente según el sector, por lo que este cuadro es útil para identificar los sectores más dinámicos y aquellos que tal vez enfrenten obstáculos específicos para innovar en Canarias.

De los datos recogidos se observa que las innovaciones en gestión y en productos y/o servicios son las que reflejan diferencias significativas. Concretamente, las diferencias más notables se centran en acciones vinculadas con los cambios y/o mejoras de productos y/o servicios ya existentes, siendo las empresas del sector

Servicios las que manifiestan mayor esfuerzo en este tipo de innovaciones (73,9%). Por otro lado, las empresas en el sector Comercio reflejan un mayor interés en centrar su esfuerzo innovador en el lanzamiento al mercado de nuevos productos y/o servicios (67,4%) en comparación con las empresas pertenecientes al resto de sectores. Por último, la introducción de cambios y/o mejoras en compras y/o aprovisionamientos y en organización y/o gestión generan diferencias marginales, preocupando especialmente a las empresas del sector Comercial (67,4% y 76,7%, respectivamente), lo que revela características propias de este sector en cuanto a sus necesidades de innovación.

CUADRO 5.3. REALIZACIÓN DE INNOVACIONES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

INNOVACIÓN EN ESTRATEGIA	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones	26,7%	37,0%	55,8%	44,3%	-
Acceso a nuevos mercados	20,0%	37,0%	34,9%	37,4%	-
INNOVACIÓN EN GESTIÓN					
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	46,7%	51,9%	72,1%	56,5%	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	60,0%	37,0%	67,4%	53,0%	*
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	53,3%	51,9%	76,7%	69,6%	*
INNOVACIÓN EN PROCESOS					
Adquisición de nuevos bienes de equipos o instalaciones	60,0%	70,4%	69,8%	76,5%	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	53,3%	59,3%	74,4%	71,3%	-
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS					
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	40,0%	33,3%	67,4%	47,0%	**
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	46,7%	44,4%	60,5%	73,9%	***

Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; *** p<0,01; - No significativa

Si se analiza la importancia atribuida a las innovaciones según el sector en que opera la empresa, se puede observar en el Cuadro 5.4 cómo los distintos sectores perciben esta conducta empresarial como un factor de éxito, otorgando altos niveles de importancia a las distintas variables analizadas. La variabilidad en esta percepción puede estar influida por las condiciones de mercado, la competitividad o la naturaleza de los productos o servicios que comercializa el sector.

Del análisis de los datos se observa que la única diferencia significativa en relación a la percepción

de la importancia de la innovación por sector de actividad se centra en el ámbito de la innovación en productos y/o servicios. Concretamente, las empresas vinculadas a los sectores Servicios y Construcción otorgan un mayor valor a la innovación en el lanzamiento al mercado de nuevos productos y/o servicios (4,35 y 4,33, respectivamente) que las pymes de otros sectores, cuyas medias son inferiores a 4.

CUADRO 5.4. IMPORTANCIA DE LAS INNOVACIONES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

INNOVACIÓN EN ESTRATEGIA	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones	3,50	4,00	3,92	4,14	-
Acceso a nuevos mercados	4,33	3,90	3,60	4,05	-
INNOVACIÓN EN GESTIÓN					
Cambios o mejoras en comercial y/o ventas	4,00	3,86	3,97	3,98	-
Cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	3,67	3,50	3,93	4,05	-
Cambios o mejoras en organización y/o gestión	3,88	3,86	4,12	4,15	-
INNOVACIÓN EN PROCESOS					
Adquisición de nuevos bienes de equipos o instalaciones	4,11	3,84	4,37	4,26	-
Cambios o mejoras en los procesos de producción	4,38	4,00	4,28	4,17	-
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS					
Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	3,67	4,33	3,93	4,35	**
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	4,29	4,00	4,19	4,26	-

Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa



6.

GESTIÓN DEL TALENTO

6. GESTIÓN DEL TALENTO

En esta edición se ha prestado una atención especial a uno de los aspectos que más preocupa actualmente a las empresas en el escenario nacional: la escasez de recursos humanos con competencias para desarrollar muchas de las actividades profesionales que han de afrontarse en las empresas, y la forma en que se gestiona ese talento. Especialmente importante es el tema cuando lo analizamos en el contexto de las pymes, pues sus limitaciones estructurales para crecer en plantilla y para gestionar apropiadamente el talento no es una cuestión menor.

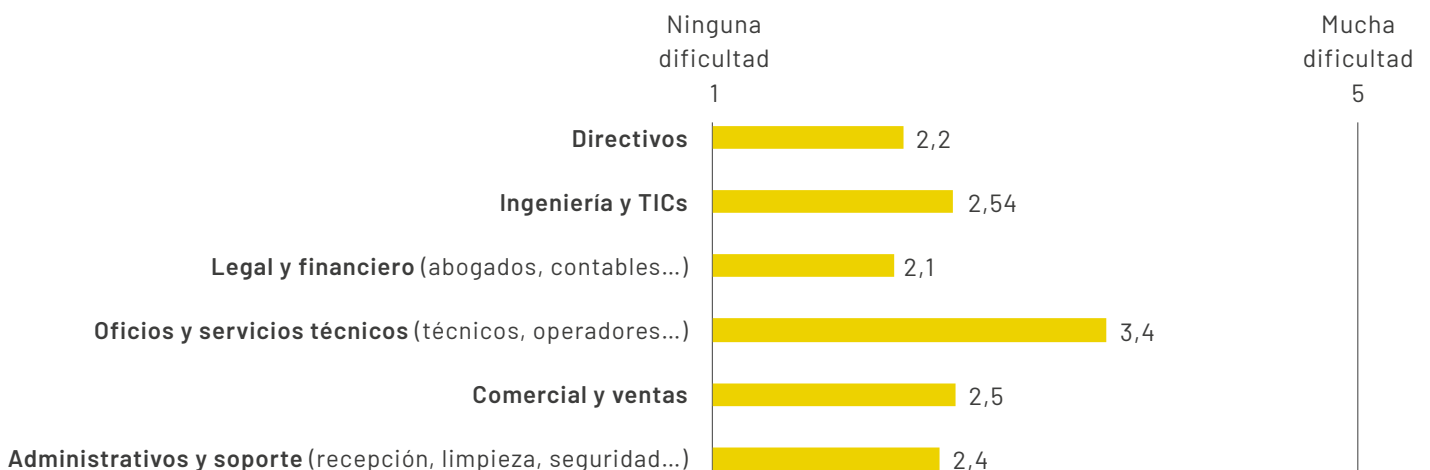
Analizar las políticas de personal en estas empresas, y considerar los aspectos que pueden ser imprescindibles en la gestión de un intangible crítico para el éxito empresarial, es el eje central del presente epígrafe. Se indaga profusamente en diversos aspectos. Así, por ejemplo, desde la visión directiva de las pymes canarias analizamos los puestos que presentan más dificultades para ser cubiertos en las empresas de la región, los conocimientos y habilidades que más se demandan en la actualidad por estas empresas, los factores que más dificultan la contratación de personal a día de hoy, así como las prácticas de recursos humanos más comunes para la captación, retención y mejora del capital humano.



6.1. Dificultades para la captación y retención de talento

En cuanto a las dificultades para cubrir puestos de trabajo por parte de las pymes canarias (Figura 6.1), se aprecia que oficios y servicios técnicos son los puestos con más dificultades (3,4), mientras que los relativos al ámbito legal y financiero los que menos (2,1). No obstante, en líneas generales, parece no existir una alarma generalizada, más bien una preocupación que no debe desatenderse en los próximos años respecto a las dificultades para cubrir puestos de trabajo.

FIGURA 6.1. DIFICULTADES PARA CUBRIR PUESTOS DE TRABAJO



El Cuadro 6.1 muestra cómo las empresas medianas son las que encuentran más problemas en general para cubrir puestos de cierto nivel de preparación. La dificultad es significativamente menor en las empresas micro para la cobertura de puestos de ingeniería y TIC, y en las empresas pequeñas para los puestos legales y financieros, cuestión esta última que ha resultado especialmente significativa.



CUADRO 6.1. DIFICULTAD PARA CUBRIR LOS PUESTOS DE TRABAJO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Administrativos y soporte (recepción, limpieza, seguridad...)	2,35	2,40	2,79	-
Comercial y ventas	2,60	2,35	2,79	-
Oficios y servicios técnicos (técnicos, operadores...)	3,39	3,54	3,14	-
Legal y financiero (abogados, conta-bles...)	2,11	1,99	3,00	**
Ingeniería y TIC	2,31	2,53	3,43	*
Directivos	2,09	2,16	3,00	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; - No significativa



Según la actividad a la que se dedica la empresa (Cuadro 6.2), solo se observan diferencias significativas a la hora de conseguir personal comercial y de ventas, siendo la dificultad superior en el sector Comercio (2,98). A continuación, la Industria y el sector Servicios, ambos con 2,47 en una escala de 5 puntos, encaran un desafío inferior. Por último, quien más facilidad encuentra para cubrir los puestos comerciales son las empresas del sector de la Construcción.

CUADRO 6.2. DIFICULTAD PARA CUBRIR LOS PUESTOS DE TRABAJO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Administrativos y soporte (recepción, limpieza, seguridad...)	2,93	2,15	2,12	2,50	-
Comercial y ventas	2,47	1,89	2,98	2,47	**
Oficios y servicios técnicos (técnicos, operadores...)	3,53	4,04	3,21	3,37	-
Legal y financiero (abogados, conta-bles...)	2,73	2,11	1,95	2,10	-
Ingeniería y TIC	2,33	2,67	2,88	2,31	-
Directivos	2,20	1,96	2,47	2,13	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa

Atendiendo al carácter familiar o no de la empresa (Cuadro 6.3), solo se encuentran diferencias ciertamente significativas cuando se trata de cubrir puestos en el área de ingeniería y TIC. En este caso, las empresas no familiares perciben una dificultad mayor (2,81) que las empresas de carácter familiar (2,31).



CUADRO 6.3. DIFICULTAD PARA CUBRIR LOS PUESTOS DE TRABAJO SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Administrativos y soporte (recepción, limpieza, seguridad...)	2,44	2,35	-
Comercial y ventas	2,53	2,43	-
Oficios y servicios técnicos (técnicos, operadores...)	3,41	3,49	-
Legal y financiero (abogados, conta-bles...)	2,11	2,14	-
Ingeniería y TIC	2,31	2,81	**
Directivos	2,10	2,35	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa

En cuanto a las dificultades que encuentran las pymes para disponer de conocimientos y habilidades para las diversas actividades que llevan a cabo (Figura 6.2), las más importantes se refieren al compromiso con la empresa (3,30), la profesionalidad e integridad (3,27), la iniciativa y proactividad (3,24) y la flexibilidad y adaptabilidad (3,00). Por el contrario, las habilidades que se encuentran con menor dificultad para las pymes son la comunicación y la digitalización y

tecnologías de la información, ambas con una puntuación de 2,53 en una escala de 5 puntos.

FIGURA 6.2. DIFICULTADES PARA DISPONER DE CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES



Como se puede observar en el Cuadro 6.4, solo hay diferencias levemente significativas en las dificultades para encontrar las habilidades apropiadas en el caso de los idiomas. En este sentido, las empresas micro y las medianas,

ambas con puntuación de 3,07, afrontan mayores dificultades que las empresas pequeñas (2,78).

CUADRO 6.4. DIFICULTAD PARA DISPONER DE CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Profesionalidad e integridad	3,34	3,22	3,00	-
Compromiso con la empresa	3,38	3,25	3,07	-
Orientación al cliente	2,97	2,69	2,50	-
Iniciativa y proactividad	3,42	3,06	3,07	-
Flexibilidad y adaptabilidad	3,12	2,89	2,79	-
Comunicación	2,57	2,47	2,57	-
Trabajo en equipos diversos (edad, cultura...)	2,68	2,42	2,57	-
Gestión de proyectos	2,72	2,54	2,86	-
Digitalización y tecnologías de la información	2,47	2,55	2,79	-
Idiomas	3,07	2,78	3,07	*

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; - No significativa

Atendiendo al sector de actividad (Cuadro 6.5), la habilidad de orientación al cliente es la más difícil de encontrar en las empresas industriales (3,07), seguido del Comercio (3,00), el sector Servicios (2,87) y, por último, la Construcción (2,11). En el

resto de las habilidades analizadas, las diferencias no resultaron significativas.

CUADRO 6.5. DIFICULTAD PARA DISPONER DE CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Profesionalidad e integridad	3,67	2,81	3,23	3,33	-
Compromiso con la empresa	3,20	3,11	3,19	3,40	-
Orientación al cliente	3,07	2,11	3,00	2,87	**
Iniciativa y proactividad	3,33	2,78	3,26	3,32	-
Flexibilidad y adaptabilidad	3,20	2,85	2,98	3,01	-
Comunicación	2,40	2,48	2,44	2,58	-
Trabajo en equipos diversos (edad, cultura...)	2,73	2,81	2,53	2,48	-
Gestión de proyectos	2,87	2,59	2,77	2,59	-
Digitalización y tecnologías de la información	2,53	2,26	2,67	2,54	-
Idiomas	2,93	2,48	2,95	3,04	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa

Por lo que se refiere al carácter familiar o no de las empresas analizadas y su dificultad para encontrar las habilidades consideradas más importantes (Cuadro 6.6), se observa que sólo hay diferencias, ligeramente significativas, a la hora de encontrar la habilidad relacionada con la flexibilidad y la adaptabilidad. En este caso, a las empresas

familiares les resulta más difícil disponer de ellas (3,09) que a las no familiares (2,81).

CUADRO 6.6. DIFICULTAD PARA DISPONER DE CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

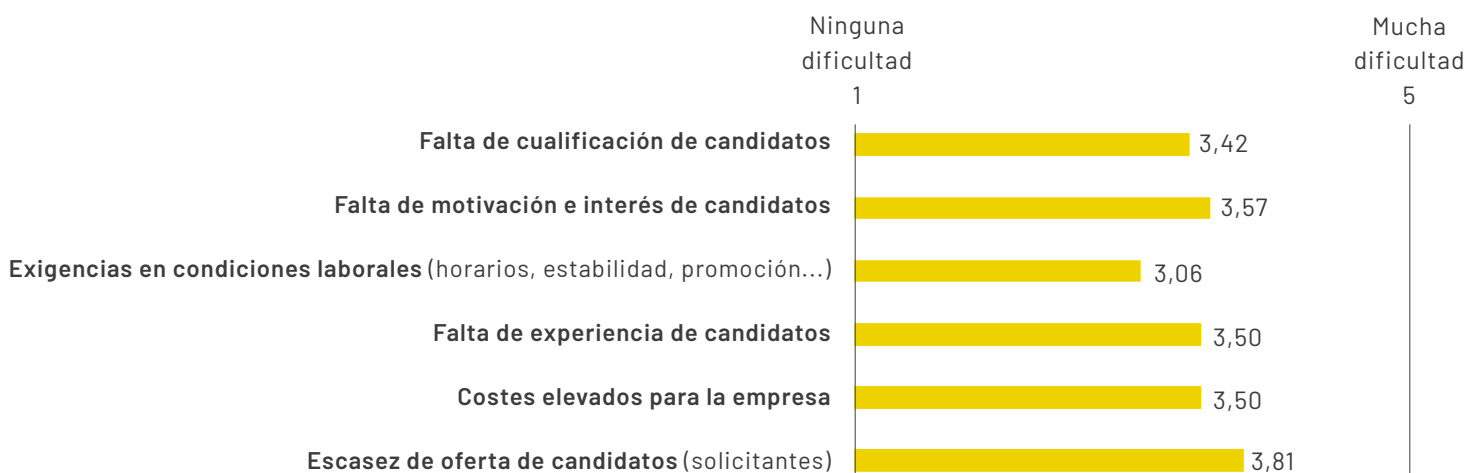
	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Profesionalidad e integridad	3,29	3,22	-
Compromiso con la empresa	3,34	3,22	-
Orientación al cliente	2,86	2,71	-
Iniciativa y proactividad	3,29	3,13	-
Flexibilidad y adaptabilidad	3,09	2,81	*
Comunicación	2,49	2,59	-
Trabajo en equipos diversos (edad, cultura...)	2,51	2,64	-
Gestión de proyectos	2,63	2,68	-
Digitalización y tecnologías de la información	2,53	2,54	-
Idiomas	2,89	3,03	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; - No significativa

Por último, se analizaron los factores que dificultan a las pymes canarias la contratación de personal (Figura 6.3). El factor más relevante es la escasez de oferta de candidatos (3,81), seguido de la falta de motivación de los mismos (3,57). Por el contrario, los factores que menos dificultades plantean, aunque con poca diferencia, son la falta de cualificación de candidatos (3,42) y las exigencias en condiciones laborales (3,06). Es de destacar que todos los factores analizados superan los 3 puntos en las valoraciones realizadas por las pymes canarias.



FIGURA. 6.3. FACTORES QUE DIFICULTAN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL



Al distinguir el tamaño de las empresas (Cuadro 6.7), resultan significativas, aunque a un nivel bajo, las diferencias en cuanto a los costes elevados para la empresa, la falta de experiencia de los candidatos y la falta de motivación e interés de los mismos. En los tres factores, estas dificultades afectan en mayor medida a las empresas micro (3,75; 3,68 y 3,85, respectivamente), seguidas de las empresas pequeñas y, por último, a las medianas. Por tanto, se observa una relación entre el tamaño de las empresas y los factores que dificultan la contratación de personal.



CUADRO 6.7. FACTORES QUE DIFICULTAN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Escasez de oferta de candidatos (solicitantes)	3,74	3,92	3,50	-
Costes elevados para la empresa	3,75	3,31	2,93	*
Falta de experiencia de candidatos	3,68	3,45	2,57	*
Exigencias en condiciones laborales (horarios, estabilidad, promoción...)	3,24	2,92	2,71	-
Falta de motivación e interés de candidatos	3,85	3,33	3,21	*
Falta de cualificación de candidatos	3,54	3,35	3,07	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: * $p < 0,1$; - No significativa

En relación al sector de actividad (Cuadro 6.8), se encuentran diferencias significativas para las dificultades relacionadas con la falta de cualificación de los candidatos, los costes elevados para la empresa y la escasez de oferta de candidatos. En el caso de la falta de cualificación de candidatos, esto afecta en mayor medida a las empresas de la Construcción (4,04) y la Industria (4,00). Por el contrario, afrontan una menor dificultad, las empresas del sector Servicios (3,21) y las del Comercio (3,40).

seguido por la Industria (3,67), el Comercio (3,37) y, a poca distancia, el sector Servicios (3,36). Por último, las dificultades que impone la escasez de oferta de candidatos, por sectores, sigue el mismo orden que la de los costes elevados para la empresa, ya que, en el caso de la escasez de oferta de candidatos afecta especialmente de nuevo al sector de la Construcción (4,41), seguido de la Industria (3,93), el Comercio (3,70) y, por último, al sector Servicios (3,69).

En cuanto a la dificultad relacionada con los costes elevados para la empresa, el sector más afectado es también el de Construcción (4,22),

CUADRO 6.8. FACTORES QUE DIFICULTAN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Escasez de oferta de candidatos (solicitantes)	3,93	4,41	3,70	3,69	*
Costes elevados para la empresa	3,67	4,22	3,37	3,36	**
Falta de experiencia de candidatos	3,47	3,89	3,63	3,37	-
Exigencias en condiciones laborales (horarios, estabilidad, promoción...)	3,07	2,93	3,16	3,05	-
Falta de motivación e interés de candidatos	3,40	3,78	3,49	3,57	-
Falta de cualificación de candidatos	4,00	4,04	3,40	3,21	**

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; - No significativa

Para cerrar este primer apartado, se analizarán las dificultades en la contratación de personal según el carácter familiar o no de las empresas participantes en el estudio (Cuadro 6.9). Como se puede observar, solo se detectan diferencias significativas en el caso de la falta de motivación e interés de los candidatos. Esta dificultad afecta más a las empresas familiares (3,72) que a las no familiares (3,32).



CUADRO 6.9. FACTORES QUE DIFICULTAN LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Escasez de oferta de candidatos (solicitantes)	3,82	3,77	-
Costes elevados para la empresa	3,56	3,38	-
Falta de experiencia de candidatos	3,54	3,42	-
Exigencias en condiciones laborales (horarios, estabilidad, promoción...)	3,15	2,88	-
Falta de motivación e interés de candidatos	3,72	3,29	**
Falta de cualificación de candidatos	3,47	3,32	-

Escala de 1 = Ninguna dificultad a 5 = Mucha dificultad
Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; - No significativa



6.2. Acciones de mejora del capital humano

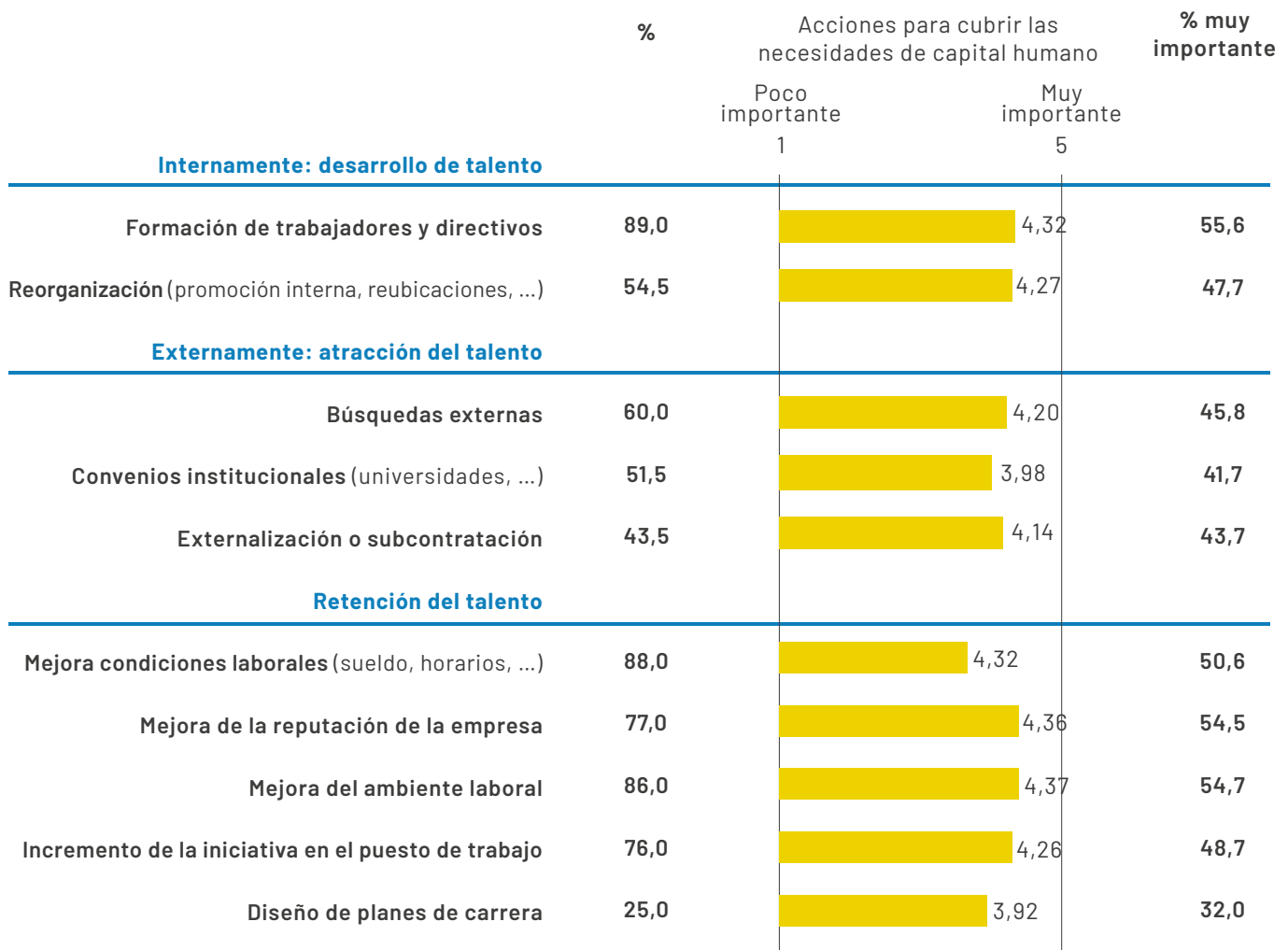
Con el fin de conocer las acciones que utilizan las pymes para cubrir sus necesidades de capital humano, se ha indagado sobre las que desarrollan en el interior de la empresa (formación y promoción interna, reubicaciones...) y externamente (búsqueda en el exterior, convenios con universidades y otras instituciones, subcontratación). Asimismo, también se consultó sobre el uso de estrategias para la retención del talento, como puede ser la mejora de las condiciones laborales, de la reputación de la empresa o del ambiente laboral. Los resultados se muestran en la Figura 6.4.

Al igual que ocurre en el contexto nacional, la formación de trabajadores y directivos es la medida más extendida en el ámbito interno, haciendo uso de ella el 89% de las pymes canarias. En el ámbito externo destaca como medida más utilizada la búsqueda externa de personal (60%) frente a la formalización de convenios institucionales (51,5%) o la externalización (43,5%). Para la retención del talento, las pymes canarias abogan preferentemente por la mejora de las condiciones laborales (88%) o del ambiente laboral (86%), siendo menor el porcentaje de las que se decantan por el diseño de planes de carrera (25%), factor que reduce significativamente el atractivo de las pymes como entorno para el desarrollo profesional.

Asimismo, se ha valorado la importancia de las acciones para cubrir las necesidades de capital humano en una escala tipo Likert, con un rango que varía entre 1 poco importante y 5 muy importante. Se observa que en términos de políticas internas la más relevante es la formación de trabajadores y directivos (4,32), siendo la búsqueda externa para atraer talento la que se posiciona en primer lugar (4,20) en el ámbito externo. En cuanto a las medidas de retención, la mejora del ambiente laboral es la que alcanza mayor puntuación (4,37).

Por último, en la Figura 6.4 se recoge el porcentaje de pymes que han concedido la máxima puntuación (valor 5) a las medidas de captación y retención de talento. Así, destacan la formación de trabajadores y directivos (55,6%), la mejora del ambiente laboral (54,7%) y de la reputación de la empresa (54,5%).

FIGURA 6.4. ACCIONES PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE CAPITAL HUMANO



A continuación, se analizan las diferencias en las acciones que toman las pymes para cubrir sus necesidades de capital humano considerando el tamaño, el sector de actividad de la empresa y el carácter familiar de la pyme.

En relación con el tamaño, en el Cuadro 6.10 se pone de manifiesto la existencia de diferencias estadísticamente significativas en las medidas de retención del talento, pero no en las acciones internas orientadas al desarrollo del talento ni en las externas para atraer talento, lo que también se comprueba en el contexto nacional. Así, son las microempresas las que más importancia conceden al incremento de la iniciativa en el

puesto de trabajo (4,53) y al diseño de planes de carrera (4,14), frente a las pequeñas (3,98 y 3,96) y las de mediano tamaño (4,09 y 2,80).

Cabe destacar que el 100% de las medianas empresas implementan la formación de trabajadores y directivos como medida para el desarrollo del talento, frente al 94,4% de las pequeñas y el 82,5% de las microempresas. Otro hecho relevante es que, al aumentar el tamaño de la empresa se hace uso en mayor medida de la subcontratación como estrategia para atraer talento (64,3% de las medianas, 53,9% de las pequeñas y 30,9% de las microempresas).

CUADRO 6.10. ACCIONES PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE CAPITAL HUMANO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

INTERNAMENTE: DESARROLLO DE TALENTO		MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Formación de trabajadores y directivos		82,5%	94,4%	100,0%	-
	Importancia	4,18	4,40	4,64	
Reorganización (promoción interna, reubicaciones...)		48,5%	56,2%	85,7%	-
	Importancia	4,30	4,28	4,08	
EXTERNAMENTE: ATRACCIÓN DEL TALENTO					
Búsquedas externas		60,8%	57,3%	71,4%	-
	Importancia	4,12	4,27	4,30	
Convenios institucionales (universidades...)		48,5%	52,8%	64,3%	-
	Importancia	3,91	4,11	3,67	
Externalización o subcontratación		30,9%	53,9%	64,3%	-
	Importancia	4,23	4,10	4,00	
RETENCIÓN DEL TALENTO					
Mejora condiciones laborales (sueldo, horarios...)		85,6%	89,9%	92,9%	-
	Importancia	4,40	4,28	4,08	
Mejora de la reputación de la empresa		72,2%	80,9%	85,7%	-
	Importancia	4,43	4,32	4,17	
Mejora del ambiente laboral		87,6%	83,1%	92,9%	-
	Importancia	4,46	4,27	4,38	
Incremento de la iniciativa en el puesto de trabajo		77,3%	74,2%	78,6%	***
	Importancia	4,53	3,98	4,09	

Escala de 1= Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: ** p<0,05; *** p<0,01; - No significativa

Cuando se considera el sector de actividad (Cuadro 6.11), igualmente solo se observan diferencias estadísticamente significativas en las medidas de retención del talento. Así, son las pymes del sector Servicios las que más importancia otorgan a la mejora del ambiente laboral (4,44), frente a las del sector Comercio (4,40), Construcción (4,33) o Industria (3,85). En cambio, con respecto al incremento de la iniciativa en el puesto de trabajo, las pymes comerciales valoran esta acción en mayor medida (4,47) que las de Servicios (4,31), la Industria (4,00) o la Construcción (3,86).

El uso de la subcontratación como política externa para atraer talento también registra diferencias significativas atendiendo al sector en el que opera la pyme cuando se considera el porcentaje de empresas que aplican la medida. Así, el 66,7% de las pymes de la Construcción hacen uso de esta medida, porcentaje muy superior al que se constata en el resto de los sectores (43,5% de las pymes de servicios, 34,9% de las comerciales y 26,7% de las industriales).

CUADRO 6.11. ACCIONES PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE CAPITAL HUMANO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

INTERNAMENTE: DESARROLLO DE TALENTO	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Formación de trabajadores y directivos	86,7%	92,6%	90,7%	87,8%	-
Importancia	4,54	4,40	4,18	4,33	
Reorganización (promoción interna, reubicaciones...)	40,0%	48,1%	46,5%	60,9%	-
Importancia	4,50	4,23	3,90	4,36	
EXTERNAMENTE: ATRACCIÓN DEL TALENTO					
Búsquedas externas	60,0%	51,9%	58,1%	62,6%	-
Importancia	4,22	4,29	4,24	4,17	
Convenios institucionales (universidades...)	53,3%	40,7%	44,2%	56,5%	-
Importancia	3,50	3,73	4,32	3,98	
Externalización o subcontratación	26,7%	66,7%	34,9%	43,5%	-
Importancia	3,50	4,50	3,93	4,12	
RETENCIÓN DEL TALENTO					
Mejora condiciones laborales (sueldo, horarios...)	86,7%	81,5%	86,0%	90,4%	-
Importancia	4,08	4,41	4,22	4,37	
Mejora de la reputación de la empresa	80,0%	77,8%	83,7%	73,9%	-
Importancia	4,25	4,38	4,31	4,39	
Mejora del ambiente laboral	86,7%	88,9%	81,4%	87,0%	*
Importancia	3,85	4,33	4,40	4,44	
Incremento de la iniciativa en el puesto de trabajo	66,7%	77,8%	79,1%	75,7%	*
Importancia	4,00	3,86	4,47	4,31	
Diseño de planes de carrera	6,7%	33,3%	30,2%	23,5%	-
Importancia	4,00	3,89	3,69	4,04	

Escala de 1= Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

En el Cuadro 6.12 se muestran las acciones para cubrir las necesidades de capital que emprenden las pymes atendiendo a su carácter familiar. Se observa que hay diferencias en las estrategias de retención del talento, pero no en las que se consideran para desarrollar o atraer talento. Así, las empresas familiares dan más importancia a la mejora de las condiciones laborales (4,38) y al diseño de planes de carrera(4,12) que las empresas no familiares (4,20 y 3,50, respectivamente).

Cabe destacar, además, que un 52,2% de las empresas no familiares implementan la externalización como mecanismo para atraer talento, frente a un 38,2% de las empresas familiares que adoptan esta medida.

CUADRO 6.12. ACCIONES PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE CAPITAL HUMANO SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

INTERNAMENTE: DESARROLLO DE TALENTO		EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Formación de trabajadores y directivos		89,3%	88,4%	-
	Importancia	4,32	4,33	
Reorganización (promoción interna, reubicaciones...)		55,0%	53,6%	-
	Importancia	4,31	4,19	
EXTERNAMENTE: ATRACCIÓN DEL TALENTO				
Búsquedas externas		57,3%	65,2%	-
	Importancia	4,27	4,09	
Convenios institucionales (universidades...)		48,1%	58,0%	-
	Importancia	3,94	4,05	
Externalización o subcontratación		38,9%	52,2%	-
	Importancia	4,04	4,28	
RETENCIÓN DEL TALENTO				
Mejora condiciones laborales (sueldo, horarios...)		87,8%	88,4%	*
	Importancia	4,38	4,20	
Mejora de la reputación de la empresa		77,9%	75,4%	-
	Importancia	4,35	4,37	
Mejora del ambiente laboral		88,5%	81,2%	-
	Importancia	4,40	4,32	
Incremento de la iniciativa en el puesto de trabajo		76,3%	75,4%	-
	Importancia	4,28	4,23	
Diseño de planes de carrera		26,0%	23,2%	**
	Importancia	4,12	3,50	

Escala de 1= Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; ** p<0,05; - No significativa

En el Figura 6.5 se muestran las medidas que las pymes canarias demandan de las administraciones públicas para la mejora del capital humano. Se aprecia que las tres medidas más solicitadas son: el fomento la cultura del esfuerzo (4,52), el impulso de los oficios (4,47) y la adecuación del sistema educativo a las necesidades de la pyme (4,44).

Por su parte, el Cuadro 6.13 permite conocer, atendiendo al tamaño de la pyme, la utilidad de las medidas orientadas a la mejora del capital

humano que se demandan a las administraciones públicas. En él se pone de manifiesto que las empresas medianas otorgan a la adecuación del sistema educativo a sus necesidades una importancia mayor (4,79) que las pequeñas (4,46) o las microempresas (4,36). Del mismo modo, las empresas medianas consideran más importante que existan ayudas públicas a la contratación (4,64), en comparación con las pequeñas y las microempresas (4,27).

FIGURA 6.5. MEDIDAS DEMANDADAS A LAS ADMINISTRACIONES PARA MEJORAR EL CAPITAL HUMANO



CUADRO 6.13. MEDIDAS MÁS ÚTILES DE POLÍTICA PÚBLICA PARA MEJORAR EL CAPITAL HUMANO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SIG.
Adecuación del sistema educativo	4,36	4,46	4,46	*
Promover un sistema de valores (cultura del esfuerzo...)	4,38	4,63	4,63	-
Flexibilizar la legislación laboral	4,21	4,29	4,29	-
Ofrecer ayudas a la contratación	4,27	4,27	4,27	*
Fomento de ciertos trabajos (oficios)	4,44	4,48	4,48	-

Escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa

Si se realiza el mismo análisis atendiendo al sector de actividad (Cuadro 6.14), se observa que son los sectores de la Construcción (4,93) y el industrial (4,73) los que reclaman el fomento de los oficios en mayor medida que el comercial (4,47) o el de

Servicios (4,33). Asimismo, se aprecia que las empresas familiares (4,55) reclaman el fomento de los oficios en mayor medida que las no familiares (4,32) –Cuadro 6.15.

CUADRO 6.14. MEDIDAS MÁS ÚTILES DE POLÍTICA PÚBLICA PARA MEJORAR EL CAPITAL HUMANO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD

	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	SIG.
Adecuación del sistema educativo	4,73	4,19	4,49	4,43	-
Promover un sistema de valores (cultura del esfuerzo...)	4,60	4,48	4,44	4,54	-
Flexibilizar la legislación laboral	4,53	4,04	4,23	4,29	-
Ofrecer ayudas a la contratación	4,47	4,37	4,35	4,23	-
Fomento de ciertos trabajos (oficios)	4,73	4,93	4,47	4,33	***

Escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: *** p<0,01; - No significativa

CUADRO 6.15. MEDIDAS MÁS ÚTILES DE POLÍTICA PÚBLICA PARA MEJORAR EL CAPITAL HUMANO SEGÚN TITULARIDAD DE LA EMPRESA

	EMPRESA FAMILIAR	EMPRESA NO FAMILIAR	SIG.
Adecuación del sistema educativo	4,43	4,45	-
Promover un sistema de valores (cultura del esfuerzo...)	4,54	4,46	-
Flexibilizar la legislación laboral	4,21	4,35	-
Ofrecer ayudas a la contratación	4,31	4,26	-
Fomento de ciertos trabajos (oficios)	4,55	4,32	*

Escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy Importante
Nivel de significación del contraste entre variables: * p<0,1; - No significativa



7.

RESUMEN EJECUTIVO

7. RESUMEN EJECUTIVO

En el presente epígrafe encontrará resumida de manera sucinta los principales hallazgos de este informe a la luz de los distintos factores analizados en el mismo.

CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES

- El 65,5% son empresas familiares, y de ellas casi un 70% son microempresas de entre 6 y 9 empleados.
- El sector Comercio destaca en empresas familiares (76,7%) y en las no familiares el sector Servicios (39,1%).
- La edad media de la pyme canaria es de 22,9 años, siendo las más longevas la de mayor tamaño empresarial (28,9 años) y las del sector industria con más de 30 años de edad.

GOBIERNO CORPORATIVO

- Las empresas medianas (50 a 249 trabajadores) acaparan la mayor proporción de mujeres directivas al frente de las empresas (44,1%), destacando su presencia especialmente en el sector Comercio (58,1% pymes) y Servicios (62,6% pymes), así como en las empresas familiares (60,3%).
- La incorporación de directivos profesionales no familiares es más frecuente y significativo en las empresas medianas.
- Las microempresas presentan mayores expectativas de cierre del negocio frente a las pequeñas y las medianas. Este cierre potencial de empresas es más agudo en el sector industrial (33,3%).



EMPLEO, VENTAS E INVERSIÓN

- La reducción de plantillas para 2024 se espera especialmente por las microempresas (9,3%), mientras que las pequeñas señalan principalmente el aumento de las plantillas (44,9%).
- El aumento de las ventas en 2023 se observa especialmente en las empresas medianas (78,6%), con buenas expectativas también para 2024 (85,7%).
- La inversión ha crecido en 2023 respecto a 2022 especialmente en el sector Comercio (58,1%) y Servicios (57,4%), y se ha reducido significativamente en la Industria (6,7%).

ÍNDICE DE CONFIANZA

- En 2024, el Índice de Confianza más alto lo encontramos en las empresas medianas (64 de 100). A medida que el tamaño de las empresas se reduce este índice empeora, pasando a 34 en las microempresas. En general estos índices son superiores a los encontrados en el conjunto de España.
- La Industria es el sector que presenta el peor Índice de Confianza en 2024, con 29 de 100 puntos, mientras que el mejor lo encontramos en Comercio con 47 de 100 puntos. En ningún caso se sobrepasa los 50 puntos.

INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN

- El 4% de las pymes señala que realiza ventas internacionales, a una media de 4 países. Del total de sus ventas éstas representan, de media, un 35,5%.
- Si bien el tejido de pymes está escasamente internacionalizado en la región, las empresas que sí lo están presentan una mayor intensidad comercial en el extranjero que las pymes en el conjunto de España.
- La actividad innovadora de las pymes canarias ha mejorado considerablemente con respecto al año anterior.
- Las innovaciones en productos/servicios y procesos son las más realizadas por las pymes, siendo además a las que le otorgan mayor grado de importancia.
- Las empresas medianas acometen mayormente innovaciones estratégicas, principalmente de establecimiento de nuevas alianzas o colaboraciones (64,3%), mientras que el sector comercial se decanta por innovaciones en gestión, tanto en compras y/o aprovisionamientos (67,4%) como en organización y/o gestión (76,7%).

COMPETITIVIDAD E ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD

- De todos los factores del entorno, las infraestructuras, con una puntuación de 3 sobre 5, seguido de la disposición de recursos (2,88) resultan los factores mejor valorados, si bien su nivel de valoración se mantiene en niveles muy bajos en la escala.
- En cuanto a los factores de rendimiento empresarial, la satisfacción del cliente (4,33) y la calidad de los productos resultan (4,05) los mejor valorados frente a la rapidez en el crecimiento de las ventas (3,40) y la rentabilidad (3,41) que reciben peor valoración.
- La mayor satisfacción con la rentabilidad se da en las empresas no familiares (3,61), en las de mediano tamaño (3,71) y en las que operan en el sector de la construcción (3,59), siendo este mismo sector donde mayor satisfacción muestran las empresas con el crecimiento de las ventas (3,63) respecto a sus competidores directos.
- Desde un punto de vista sintético, el sector Comercio presenta el mejor Índice de Competitividad empresarial (18 de 100), seguido por los sectores de la Construcción (17) y Servicios (17). Además, en este Índice el tamaño de la empresa importa, siendo las medianas las que obtienen la mejor puntuación (30). En general, el Índice se mantiene en Canarias por debajo de los valores obtenidos a nivel nacional.
- Teniendo en cuenta el tamaño empresarial, el sector y el carácter familiar, no se encuentran diferencias significativas, por lo que el consenso en estas valoraciones es casi unánime.



TALENTO EN LAS EMPRESAS

- La dificultad para cubrir puestos de trabajo según las pymes se da especialmente en los oficios y servicios técnicos (3,4).
- En las empresas medianas y en las familiares la mayor dificultad está en dar cobertura a los puestos de ingeniería e informática, y de legal y financiero. Por su parte, el sector Comercio acusa especialmente la falta de comerciales y vendedores (2,98).
- Aspectos como el compromiso con la empresa (3,3), la profesionalidad (3,27) o la iniciativa (3,24) son las cualidades que más echan en falta los gestores de las pymes en los trabajadores. La falta de competencia en idiomas fue especialmente destacada por las medianas empresas (3,07).
- El sector industrial (3,07) y el comercial (3,0) encuentran un problema en la escasa orientación al cliente de sus trabajadores.
- Lo que más dificulta la contratación en las empresas familiares es la falta de motivación de los candidatos (3,72).
- La escasez de candidatos para los puestos de trabajo, además de su escasa cualificación, y los elevados costes para las empresas, son los aspectos que más preocupan a las pymes en Canarias, especialmente relevantes en el sector Construcción e Industria. Estos aspectos han relegado la falta de experiencia para el puesto de trabajo a un segundo plano.
- El diseño de planes de carrera para retener el talento tan solo es utilizado por el 25% de las pymes canarias, decantándose más por la formación de trabajadores y directivos (89%) y la mejora de las condiciones laborales (88%).





8.

REFERENCIAS

8. REFERENCIAS

Barber, D., Peake, W. O., Harris, M. L. (2022). Can playing defense yield gains? Examining the relationships among regulatory focus, innovation, and SME performance. *Journal of Small Business Management*, 62(3), 1469-1497.

Duréndez, A.; Madrid Guijarro, A., & García Pérez de Lema, D. (2011). Innovative culture, management control systems and performance in small and medium-sized Spanish family firms. *Innovar* 21(40):137-154.

Duréndez, A.; Ruiz-Palomo, D.; García Pérez de Lema, D. & Diéguez-Soto, J. (2016). Management control systems and performance in small and medium-sized Spanish family firms. *European Journal of Family Business* 6(1):10-20.

FAEDPYME (2024). Informe PYME 2024. Gestión del talento. 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/informe-pyme-2024-gestion-del-talento/194>

INE (2024). Directorio Central de Empresas. Accesible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550

OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

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>

Varadarajan, R. (2018), "Innovation, Innovation Strategy, and Strategic Innovation", *Innovation and Strategy. (Review of Marketing Research, vol. 15)*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 143-166.



ANEXOS

ANEXO 1

Metodología de la investigación y características de la muestra

Configuración de la muestra

El presente estudio ha considerado una muestra representativa de la población objeto de análisis, dados los recursos con lo que se han podido contar para su desarrollo. Así, un total de 200 pymes fueron encuestadas para un universo 12.263 empresas censadas como tal para el tramo entre 6 y 249 asalariados en el Directorio Central de Empresas en el año 2023 (INE, 2024), universo que ha crecido un 4,1% respecto al informe precedente. La muestra nos ha permitido trabajar con un error global del 6,93%.

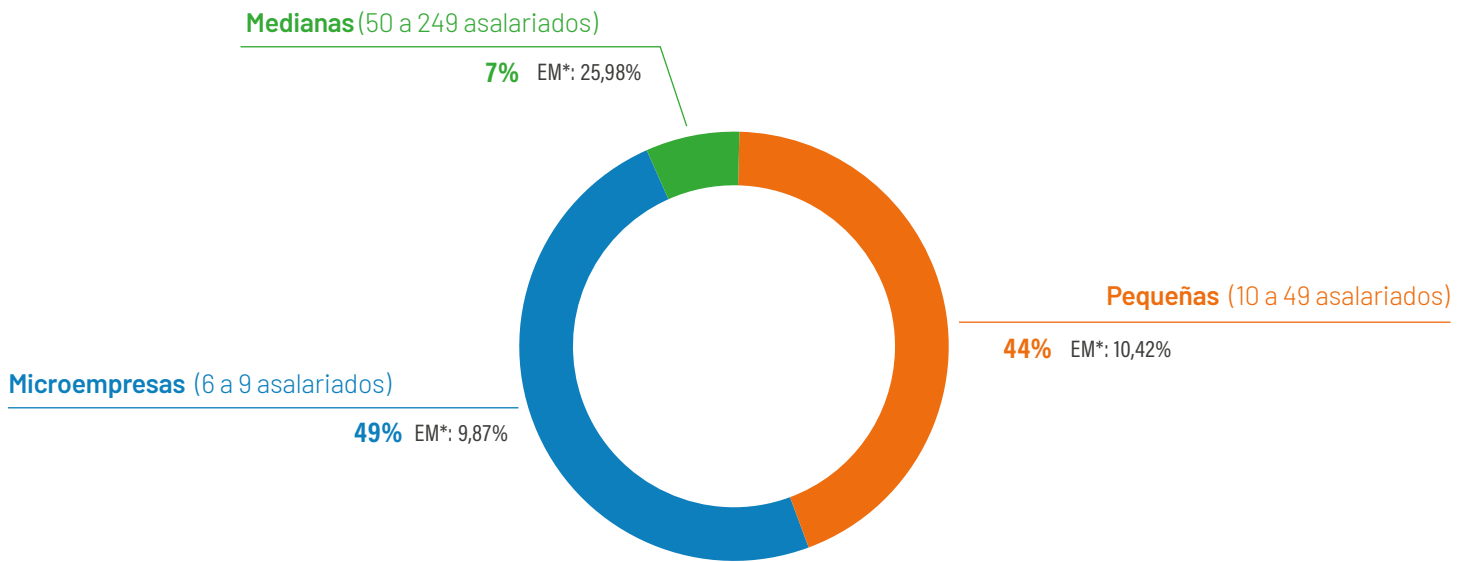
Dicha muestra se definió estratificada a razón de dos criterios, el sector de actividad (Cuadro A 1.1) y el tamaño de la empresa (Figura A 1.1), y repartiendo la misma según la provincia de adscripción de la empresa. Las tablas adjuntas reflejan los datos más relevantes de la muestra por estratos, así como el error muestral obtenido para cada uno de los contemplados.

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 TOTAL	ERROR MUESTRAL*
INDUSTRIA	15	7,5%	25,12%
CONSTRUCCIÓN	27	13,5%	18,71%
COMERCIO	43	21,5%	14,83%
SERVICIOS	115	57,5%	9,06%

*p=q=50%; Nivel de confianza: 95%.

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%

Diseño del cuestionario

El cuestionario utilizado y las variables objeto de estudio son exactamente iguales para toda la muestra recabada, tanto a nivel nacional como regional. Un consenso previo entre los equipos de investigación regionales configuró el instrumento de medida final para recabar indicadores de tipo genérico y específico. Los genéricos se refieren a las variables estándar que se recogen en todos los informes FAEDPYME, mientras que los específicos se circunscriben al monográfico tratado en esta ocasión.

Así, las preguntas se distribuyeron en dos bloques diferenciados:

- **Bloque I:** recoge los rasgos generales de las empresas –e.g., sector de actividad, tamaño, antigüedad de la empresa, características del equipo directivo, carácter familiar o no, factores referidos al gobierno corporativo, expectativas de crecimiento en empleo y en ventas, grado de internacionalización de la empresa y datos sobre el rendimiento de la actividad empresarial.
- **Bloque II:** recoge información sobre el tema monográfico analizado en esta edición referido a la gestión del talento en la pyme.

Trabajo de campo

El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de mayo y julio de 2024, manteniéndose un interés provincial en el estudio. El contacto con las empresas para la recogida de información fue telefónico asistido por el sistema CATI. El muestreo aleatorio se llevó a cabo bajo el marco del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI).

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. Para el caso en el que la reducción de la dimensión de las escalas fue necesaria se aplicaron análisis factoriales.

ANEXO 2

Ficha técnica del estudio

Universo	Pequeñas y medianas empresas censadas en Canarias de entre 6 y 249 asalariados: 12.263
Muestra	200 pymes
Selección de la muestra	Muestreo aleatorio estratificado, con afijación proporcional a sector de actividad y tamaño de la empresa. Representatividad asegurada por medio de cuotas cruzadas sobre ambas variables. El Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) se utilizó como marco para el muestreo
Metodología	Encuesta asistida por ordenador (Sistema CATI) desarrollada por NEXO para FAEDPYME España y FAEDPYME Canarias. El instrumento de recogida de información fue un cuestionario dirigido a gerentes de las pymes
Error muestral (+/-)	± 6,93%
Nivel de confianza	95,0% Máxima indeterminación
Período encuesta	20 de mayo a 8 de julio de 2024
Distribución de la muestra por tamaño de las empresas	Microempresa (6 a 9 asalariados): 97 Mediana (50 a 249 asalariados): 14 Pequeña (10 a 49 asalariados): 87
Distribución de la muestra por sector de actividad	Industria: 15 Comercio: 43 Construcción: 27 Servicios: 115
Distribución de la muestra por provincia	Las Palmas: 100 Santa Cruz de Tenerife: 100
Trabajo de campo y tabulación	FAEDPYME España, ULPGC y ULL



Informe **PYME Canarias** 2024

Gestión del Talento

