



DIGITALIZACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PYME

INFORME DE LA PYME ANDALUZA 2018



rsus





rsUS



Equipo de investigación:

Diéguez Soto, Julio (Universidad de Málaga)

Escobar Pérez, Bernabé (Universidad de Sevilla)

Gómez Miranda, María Elena (Universidad de Granada)

Miras Rodríguez, María del Mar (Universidad de Sevilla)

Rodríguez Ariza, Lázaro (Universidad de Granada)

Ruiz Palomo, Daniel (Universidad de Málaga)

Relación de equipos de la Red FAEDPYME Andalucía

| Universidad | Patrocinadores |
|---|--|
| <p align="center">Universidad de Granada</p> <p>Rodríguez Ariza, Lázaro (dir.) Gómez Miranda, María Elena</p> |  |
| <p align="center">Universidad de Málaga</p> <p>Diéguez Soto, Julio (dir.) Callejón Gil, Ángela Cisneros Ruiz, Ana José Fernández Gámez, Manuel Ángel Galache Laza, Teresa González García, Vicente Becerra Vicario, Rafael Ruiz Palomo, Daniel</p> |  |
| <p align="center">Universidad de Sevilla</p> <p>Escobar Pérez, Bernabé (dir.) Miras Rodríguez, María del Mar</p> |  |

RESUMEN EJECUTIVO

El objeto principal del *Informe de la Pyme Andaluza 2018* es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas andaluzas para facilitar y apoyar la toma de decisiones. En concreto, *el Informe de la Pyme Andaluza 2018* analiza numerosos factores de competitividad (*internacionalización, innovación,...*), prestando especial atención al estudio de los *procesos de digitalización* y la *implantación de la responsabilidad social* en las Pyme.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico, a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a 1136 Pyme españolas, y a 297 Pyme andaluzas, dirigidas al gerente de la empresa. En la muestra utilizada no se incluyen empresas de 5 o menos trabajadores. La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica y el trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018.

Según se deriva de los resultados, las *expectativas tanto de creación de empleo como de incremento de las ventas* son positivas, tanto en Andalucía como en España. En cualquier caso, se observa que las expectativas de crecimiento de las ventas son más intensas que las de crecimiento del empleo, lo que podría señalar que sigue existiendo una estrategia de aumento de la productividad. Por lo que se refiere a la *valoración del entorno empresarial o clima empresarial*, no existen diferencias significativas entre España y Andalucía. Así, los gerentes de las Pyme valoran el clima con una nota media cercana al 6,5 -sobre 10-, tanto para el conjunto de la nación como para Andalucía.

Las Pyme andaluzas sostienen con respecto al *uso de las TICs*, en una línea similar a las Pyme españolas, que utilizan de forma generalizada el software de oficina (procesador de textos y hojas de cálculo), mientras todavía tienen un uso limitado de la nube para gestionar archivos. Con respecto a la *utilización de procesos digitales* específicos, ocho de cada diez Pyme de Andalucía disponen de página web propia, la mitad tienen una presencia activa en redes sociales, cuatro de cada diez usan programas CRM para la gestión de clientes y aplicaciones ERP, y una de cinco utiliza plataformas de *e-commerce*, mostrando, en términos generales, valores ligeramente superiores a la media nacional. *La estrategia de digitalización* de las Pyme de Andalucía persigue principalmente un aumento de la innovación, tanto en procesos de dirección y gestión, como en productos y procesos productivos o comerciales, en términos ligeramente superiores a los nacionales.

Con respecto a los efectos de *las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*, las Pyme en Andalucía destacan la mejora significativa de su imagen y de su transparencia. Asimismo, y con valores por encima de la media nacional, priorizan sobre todo trabajar con proveedores locales y el impulso de medidas que supongan un reciclaje efectivo, lo que podría suponer un elemento diferenciador con respecto a otras empresas de mayor tamaño. En lo referente a *las relaciones con los trabajadores*, las Pyme andaluzas aprecian que una parte importante de los trabajadores tengan contratos estables –el ítem más importante–, disfruten de horarios flexibles y mejoren su satisfacción/motivación, pero siempre con valores inferiores a los mostrados para España. *Otras políticas de RSC* son menos comunes, tanto en España como en Andalucía. Así, poco menos de la mitad de las Pyme andaluzas tienen un código de conducta, apenas un tercio lleva a cabo una evaluación del clima laboral y tan sólo una de cada cinco publica memorias de sostenibilidad, mostrando niveles ligeramente inferiores a los nacionales.

En relación a la *internacionalización*, poco más de un tercio de las empresas españolas encuestadas declaran estar internacionalizadas, con un porcentaje ligeramente inferior para la muestra andaluza. Asimismo, y en relación a la *intensidad exportadora*, prácticamente una de cada cinco empresas españolas declaran que su intensidad exportadora supera el 60% de sus ventas, mientras en Andalucía, sólo una de seis alcanza ese nivel de exportaciones. No obstante, las expectativas de crecimiento de ventas en 2018 en los mercados internacionales son mayores en Andalucía que para España.

Los datos sobre *innovación* revelan, tanto en el ámbito nacional como regional, la primacía de la innovación en productos con respecto al resto de innovaciones (proceso y gestión). En Andalucía se identifica un nivel similar de *innovación en productos* que en España, pero la importancia percibida de este tipo de inversiones es superior en las Pyme andaluzas. El nivel de *innovación en procesos y de gestión* es inferior en las empresas andaluzas

con respecto a la media nacional, pero la importancia percibida es superior en el caso de la comunidad autónoma. No obstante, el nivel de adquisiciones de nuevos bienes de equipo es superior en Andalucía en relación a la media española.

En cuanto a los *indicadores de rendimiento*, en términos generales, la empresa andaluza se siente mejor posicionada competitivamente que la media de la empresa española. Específicamente, los tres aspectos que consideran más favorables las empresas andaluzas han sido: ofrecer productos de mayor calidad, contar con clientes más satisfechos y adaptarse antes a los cambios en el mercado.

Las Pyme andaluzas evidencian un ligero mayor acceso a la *financiación* externa, mayor autofinanciación y menor auto-racionalización del crédito, que la media nacional. En términos generales, las Pyme andaluzas identifican una posición ligeramente mejor de acceso a la financiación que las empresas nacionales. Sin embargo, cuando se evalúan uno a uno los aspectos contractuales de la financiación, tales como el volumen de financiación ofrecido, los gastos y comisiones que exigen las entidades financieras, las garantías y avales exigidos, el coste de la financiación, el tiempo entre la solicitud y la concesión y el plazo exigido de la devolución, se constata una evolución más favorable en España que en Andalucía.

Por último, las Pyme andaluzas han desarrollado en mayor medida que las españolas *políticas de gestión de recursos humanos*, mostrando además un alto interés en su desarrollo. En concreto, los procesos que más se valoran de gestión de recursos humanos están relacionados con los conocimientos, habilidades y competencias de los empleados. Así, las Pyme andaluzas señalan haber seleccionado rigurosamente según los requerimientos del puesto, haber invertido suficiente tiempo y dinero en formación y haber proporcionado programas de formación continua.

INTRODUCCIÓN

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

El *Informe de la Pyme Andaluza 2018* ofrece información sobre la estructura productiva de la comunidad autónoma de Andalucía y pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales. Su objeto principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas andaluzas para facilitar y apoyar la toma de decisiones. Conocer la problemática de la empresa en sus múltiples aspectos permite, sin duda, facilitar su competitividad.

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

- Características generales de la empresa.
- Expectativas y entorno empresarial.
- Procesos de digitalización.
- Responsabilidad social.
- Nivel de innovación.
- Acceso a la financiación bancaria.
- Indicadores de rendimiento.
- Recursos humanos.

Este *Informe de la Pyme Andaluza 2018* hace énfasis en el estudio de los *procesos de digitalización* y la *implantación de la responsabilidad social* en las Pyme. Sobre los procesos de digitalización se analiza el grado de digitalización en las Pyme, considerando: la producción y utilización de datos y tecnologías digitales (TICs); el contexto de la digitalización según la situación de la empresa en comparación con el sector y la disponibilidad de empleados con capacidades adecuadas para soportar la digitalización; y la existencia de una estrategia de digitalización y cuál es su enfoque. En relación a la Responsabilidad Social se estudian algunas cuestiones relacionadas con su implantación en las Pyme, en concreto, sobre la relación con sus empleados y otras acciones de RSC que llevan a cabo de forma habitual en las Pyme.

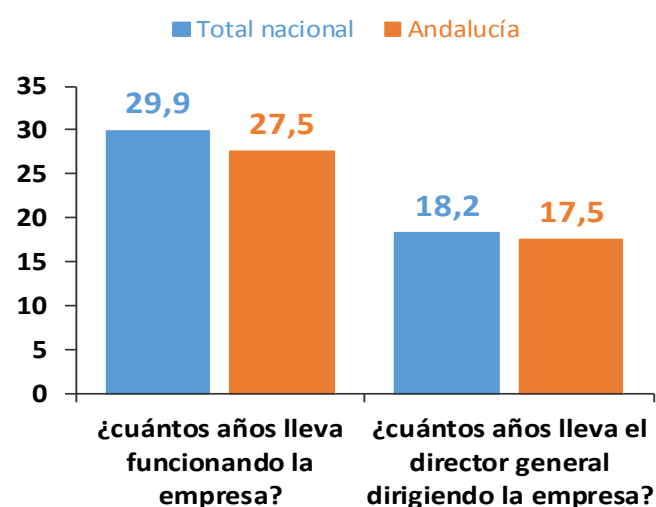
Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 1136 Pyme españolas, y a 297 Pyme andaluzas, dirigidas al gerente de la empresa. En la muestra utilizada no se incluyen empresas de 5 o menos trabajadores. La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica y el trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018. Es importante señalar que no es función del barómetro económico juzgar la situación de un sector en particular, sino ofrecer una visión integral de la empresa, que ponga de manifiesto virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

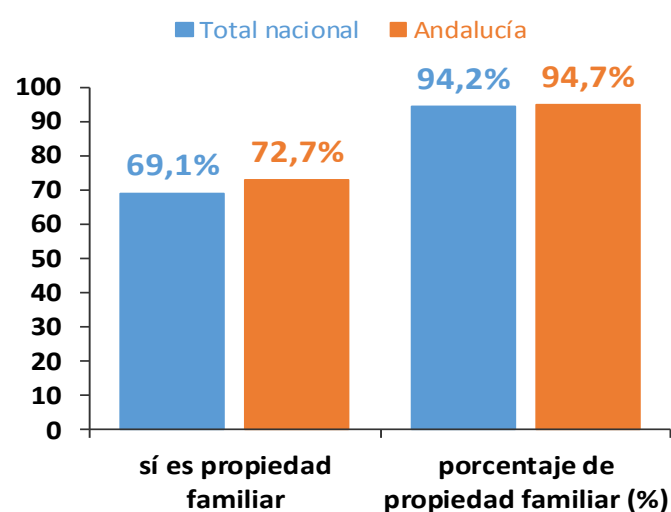
Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- La edad media de las Pyme en Andalucía es de 27,5 años (29,9 en España) y disponen de un director general con una experiencia al frente de la empresa de 17,5 años, similar a la media española (18,2).
- El control de la gestión de las Pyme en Andalucía es en su mayoría de tipo familiar. El 72,7% están regidas por el entorno familiar. Al comparar con la media nacional, se aprecia una mayor presencia de empresas familiares en la comunidad autónoma andaluza (69,1% en España). En ambos casos, Andalucía y España, el porcentaje de propiedad que está en manos de la familia es muy elevado, cercano al 95%. Al igual que sucede con el director general de la empresa que recae en la mayoría de las ocasiones en algún miembro de la familia propietaria (91,7% en Andalucía y 93,6% en España).
- El 9,1% de las Pyme andaluzas están gestionadas por mujeres, porcentaje inferior al de España (14,2%).
- El número medio de puestos directivos en las empresas de la región es de 3,5, de los que 2,6 son miembros de la familia. Por su parte, la media española se sitúa en 2,9 y 2,6, respectivamente.
- El nivel de formación de la Pyme en Andalucía es ligeramente inferior al de España. Por una parte, el 54,5% de las empresas andaluzas están dirigidas por gerentes con estudios universitarios o con estudios de posgrado, frente al 56,3% de las empresas españolas. Por otra, resultados similares surgen cuando analizamos el nivel de estudios de los empleados, siendo superior en España. En Andalucía el 21,7% de los trabajadores posee titulación universitaria frente al 23,8% en España.

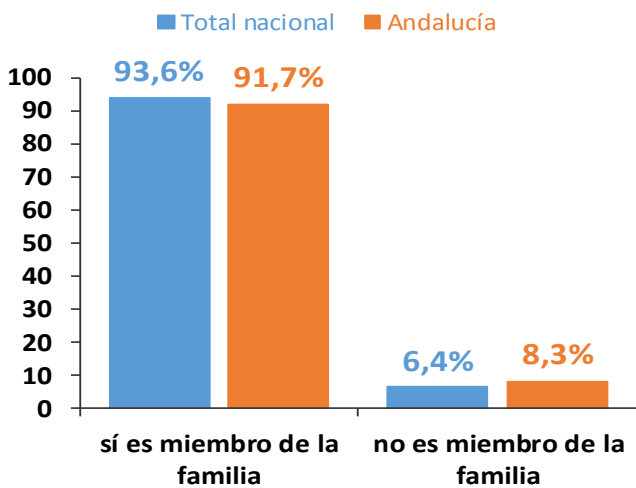
Cuántos años lleva funcionando su empresa y años del director general al frente



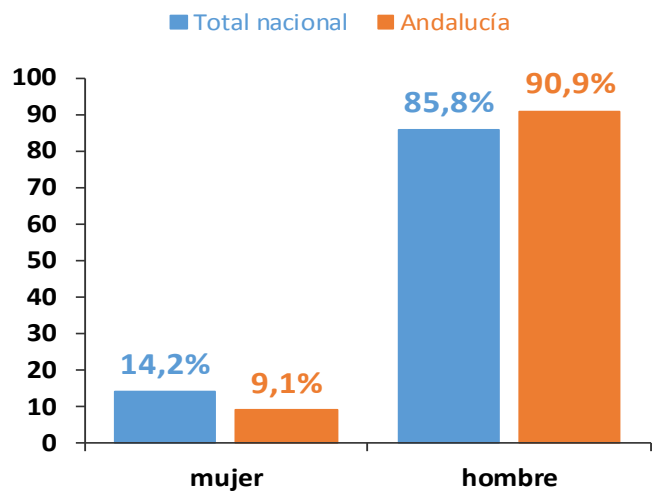
¿El control mayoritario de su empresa es familiar? (Un grupo familiar tiene más del 50% del capital)



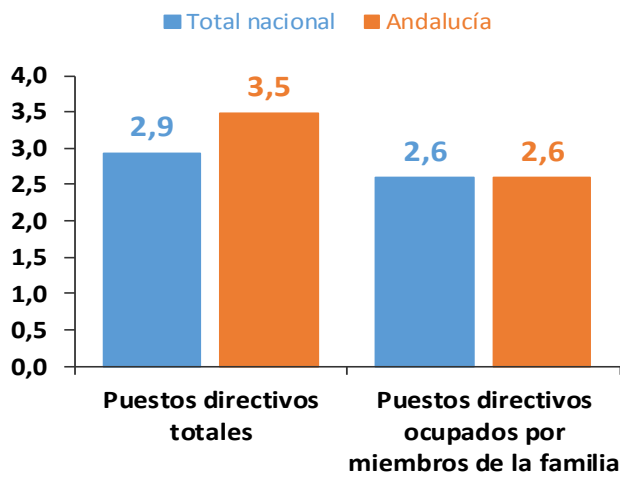
¿El director general / gerente es miembro de la familia propietaria?



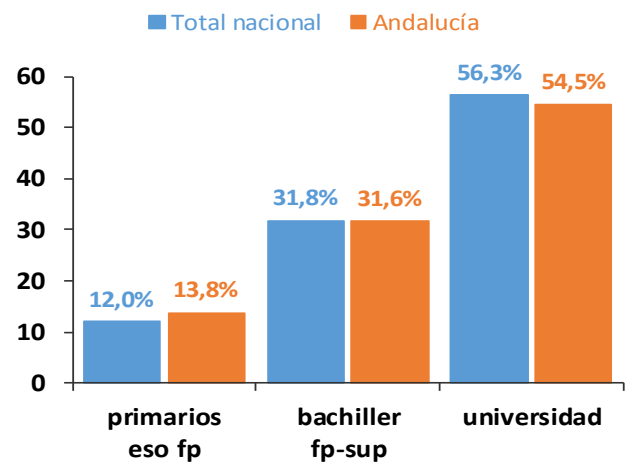
Género del director/a general / gerente



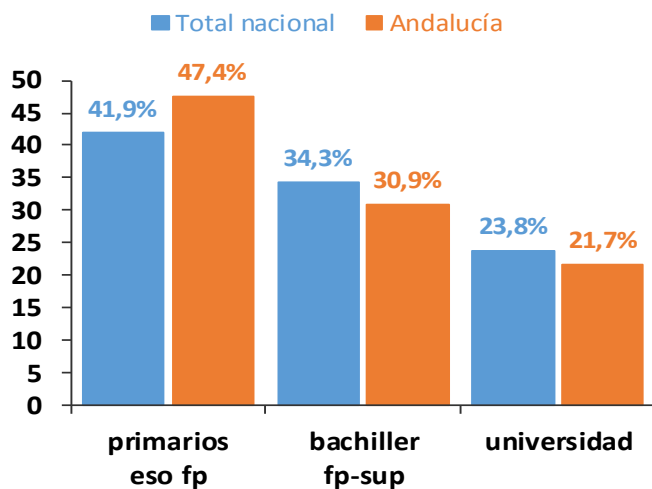
Indíquenos por favor el número de puestos directivos...



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



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



EXPECTATIVAS Y ENTORNO EMPRESARIAL

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

Respecto al número empleados, las Pyme encuestadas en Andalucía presentan en 2017 un tamaño medio de 28,6 trabajadores, tras reducirse en un 2,39% respecto a 2016. Para el conjunto nacional, las Pyme analizadas tuvieron un tamaño medio en 2017 de 26,2 empleados, con un incremento anual del 1,16% respecto a 2016. La diferencia en los tamaños medios podría venir justificada por el marco poblacional seleccionado, en el que solo encuestamos a Pyme de seis o más trabajadores, desestimando las microempresas, además del correspondiente error muestral al que las cifras concretas pudieran hallarse sometidas. Sin embargo, estos datos sugieren que la evolución del empleo para las Pyme andaluzas durante el ejercicio de 2017 ha sido recesiva, frente al crecimiento experimentado por la media española.

Si consideramos las expectativas sobre las contrataciones para el conjunto del año 2018 observamos que el saldo de expectativas en Andalucía es de 19,2 puntos positivos (con una mayoría del 72,1% de las Pyme que se decanta por la estabilidad del empleo). Para España en su conjunto, las Pyme presentan un saldo de expectativas de 17,2 puntos, con un porcentaje de estabilidad del 74,4%. Así, podemos deducir que las expectativas para el empleo de las Pyme en 2018, tanto en la comunidad autónoma como en el conjunto del país, presentan un gran consenso de “mantenimiento con tendencia al crecimiento”. No obstante, las expectativas son algo más optimistas a escala regional que a escala nacional.

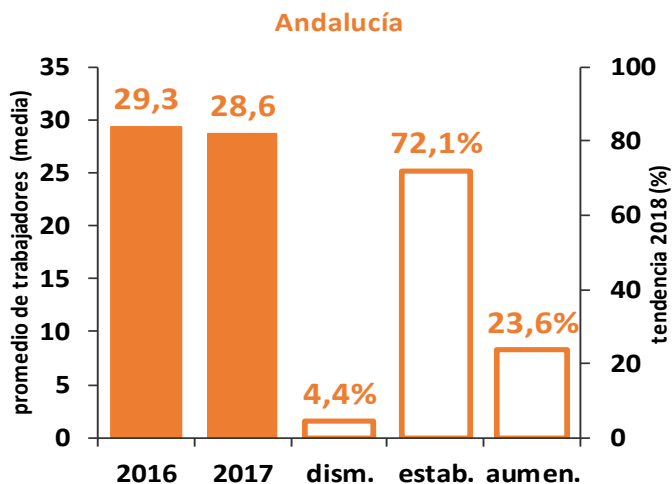
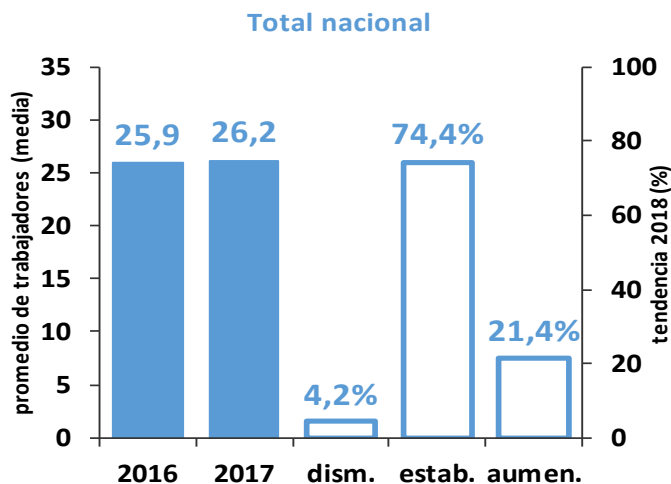
En lo concerniente a la opinión de las Pyme respecto al crecimiento de sus ventas, observamos que la distribución de las expectativas para los ejercicios de 2018 y 2019 no presenta temporalmente cambios significativos ni en Andalucía ni en España. Además, las expectativas regionales y nacionales son muy similares entre si. Para España, en 2018 el saldo de expectativas alcanza los 38,6 puntos, superado ligeramente por el saldo regional que se sitúa en 41,5 puntos positivos. En ambos casos, la opción mayoritaria es la estabilidad de las ventas con un 55% de las Pyme en España y el 50,5% en Andalucía. Para 2019, tanto en España como en Andalucía se reducen ligeramente los saldos positivos, aunque la diferencia entre el total nacional y el saldo andaluz se mantiene estable. Así, el saldo de expectativas de ventas para 2019 se sitúa en 38,1 puntos a escala nacional y en 40,7 puntos a escala regional. El porcentaje de encuestados que apuestan por la estabilidad aumenta de forma más acusada en Andalucía que en España, pues mientras que en ésta el dato aumenta en 1,3 puntos porcentuales, hasta el 56,3%, en aquélla lo hace en 3,4 puntos porcentuales, hasta situarse en el 53,9% del total de encuestados.

Así pues, las expectativas tanto de creación de empleo como de incremento de las ventas son positivas tanto en Andalucía como en España. Si comparamos la distribución de opiniones de la Pyme regional y nacional observaremos que son muy semejantes, aunque los encuestados andaluces se muestran ligeramente más optimistas en ambos casos. En cualquier caso, tanto a nivel nacional como regional se observa que las expectativas de crecimiento de las ventas son más intensas que las de crecimiento del empleo, lo que podría señalar que sigue existiendo una estrategia de aumento de la productividad.

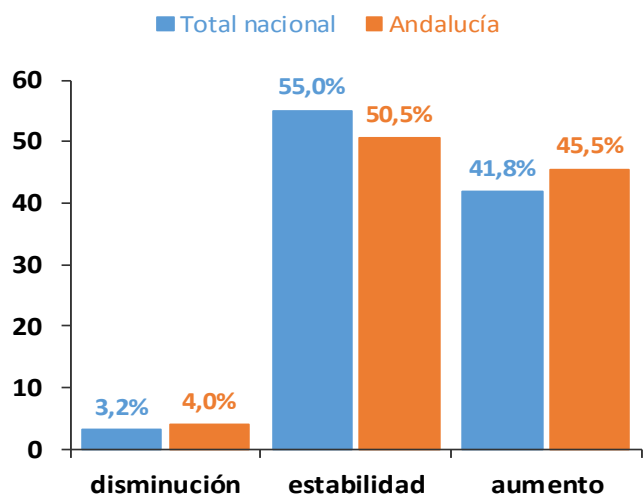
Por lo que se refiere a la valoración del entorno empresarial o clima empresarial, esto es, la percepción sobre la confianza y expectativas globales en el entorno económico en el que se desarrolla la actividad de la empresa, no encontramos diferencias significativas entre España y Andalucía. Así, sobre una puntuación máxima de 10, los gerentes de las Pyme a escala nacional valoran el clima con una nota media cercana al 6,5, tanto para el conjunto de la nación como para la comunidad autónoma andaluza. Este resultado puede ser interpretado como

positivo pues la experiencia dicta que es difícil otorgar altas puntuaciones en esta pregunta. El 79,5% de los gerentes en Andalucía tiene una opinión positiva del entorno (6 o más puntos) frente al 76,6% en el conjunto español. La opinión es negativa (4 o menos puntos) en el 5% de las Pymes andaluzas y en el 6,5% de las españolas.

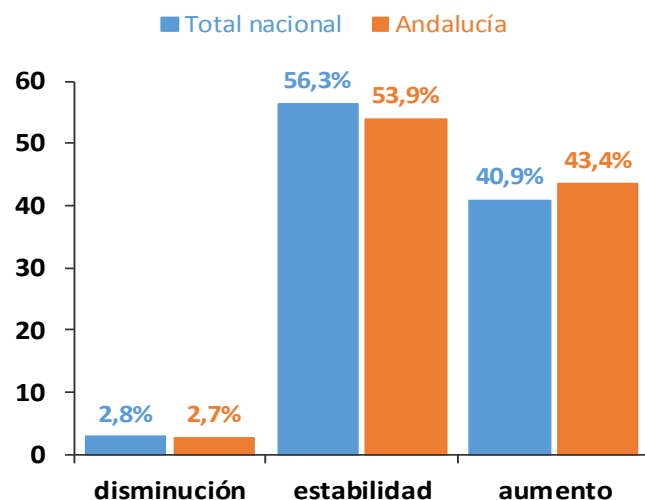
Promedio de trabajadores de su empresa en los años 2016 y 2017, así como tendencia para 2018



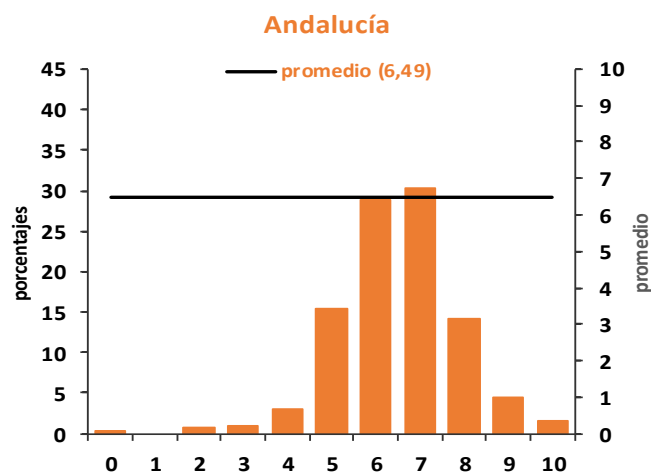
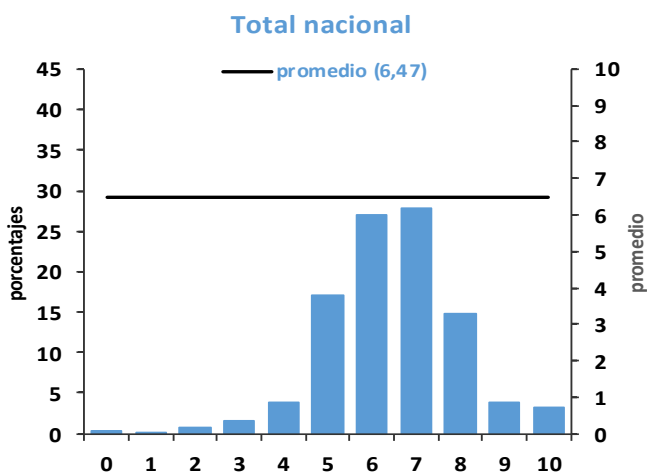
Tendencia de las ventas de su empresa para 2018



Tendencia de las ventas de su empresa para 2019



Valoración del clima empresarial

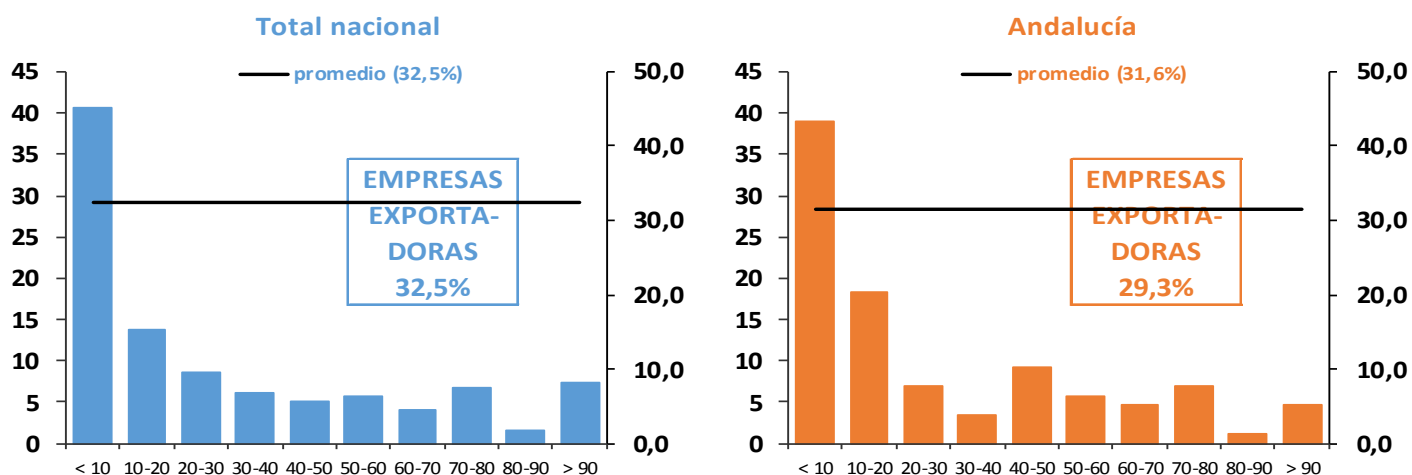


INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME

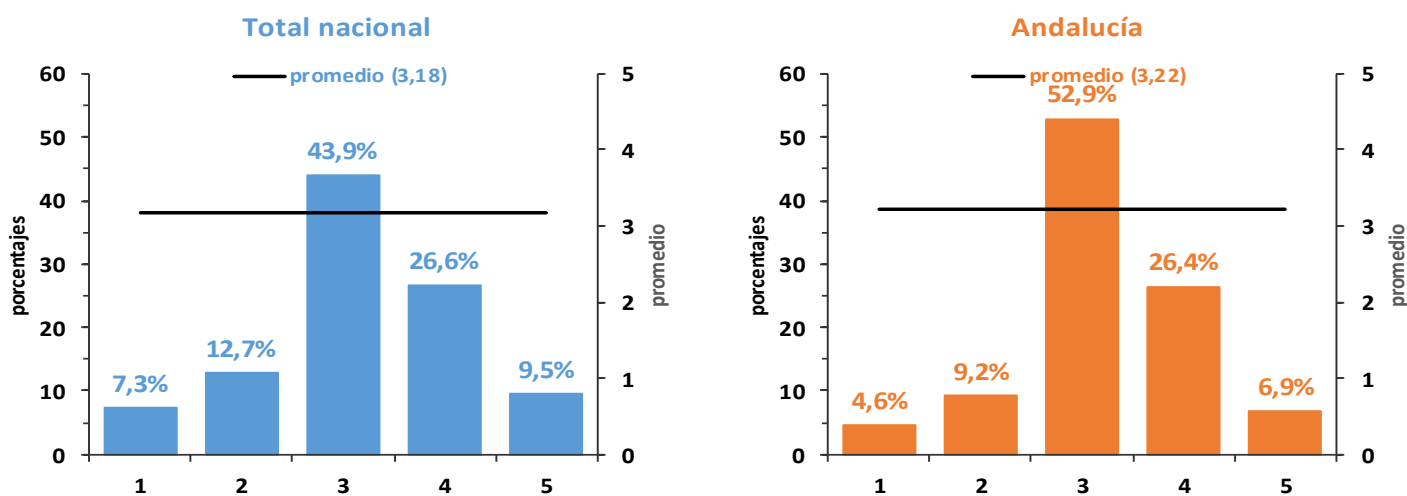
El 32,5% de las empresas españolas encuestadas declaran estar internacionalizadas, con un porcentaje ligeramente inferior para la muestra andaluza (29,3%). Sin embargo, el porcentaje de ventas que representan las exportaciones se asemeja más: 32,5% para España, frente al 31,6% para Andalucía. La distribución de frecuencias en ambos casos presenta un comportamiento similar: frente al 54,5% de empresas españolas que declaran exportar menos del 30% de sus ventas, el porcentaje de empresas andaluzas con baja intensidad exportadora aumenta hasta el 57,5% de los encuestados. Por el contrario, frente al 19,8% de las empresas españolas cuya intensidad exportadora supera el 60% de sus ventas, en Andalucía solamente el 17,2% de las empresas alcanza ese nivel de exportaciones.

Asimismo, a las empresas exportadoras se les preguntó por cuáles eran sus expectativas de ventas en los mercados internacionales. En una escala de 1 a 5 (donde 1: gran disminución y 5: gran aumento) podemos apreciar cómo las empresas andaluzas tienen unas expectativas más favorables (3,22) que las de la media nacional (3,18).

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



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



DIGITALIZACIÓN DE LA PYME

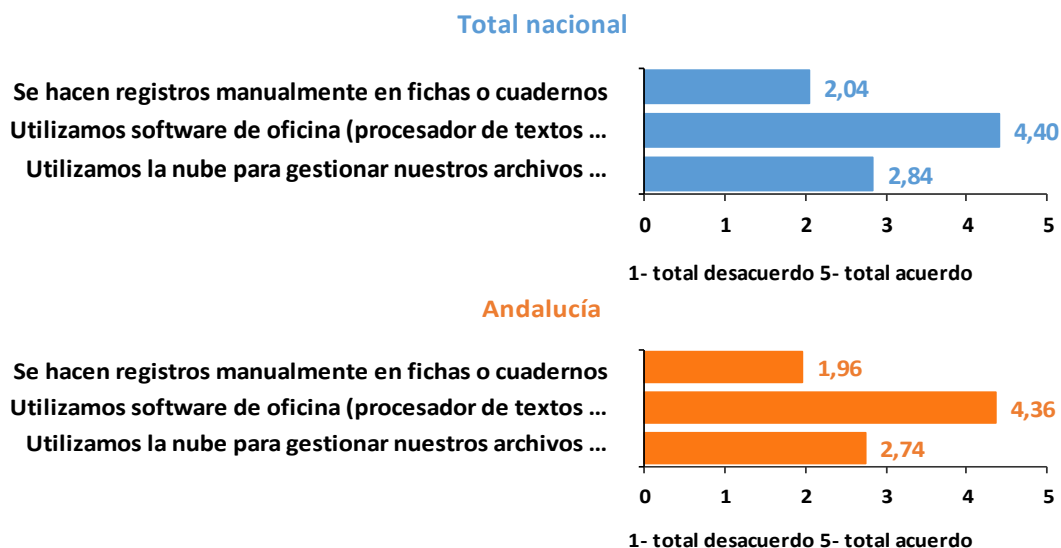
La estrategia de digitalización empresarial tiene cada vez más importancia para la competitividad de las Pyme, considerando el contexto actual caracterizado por la intensa automatización e incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación (TICs) a la empresa. La digitalización supone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

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

Utilización de TICs y de procesos digitales

Las Pyme de Andalucía se caracterizan por utilizar de forma generalizada el software de oficina (procesador de textos y hojas de cálculo) (4,36, en una escala 1-5), aunque ligeramente por debajo de la utilización media a nivel nacional (4,40). Sin embargo, el uso de la nube para gestionar archivos es todavía limitado en Andalucía (2,74), en la línea de las cifras medias que muestran las empresas españolas (2,84). Por último, es sorprendente la utilización todavía de registros manuales mediante fichas o cuadernos por parte de las Pyme andaluzas (1,96), si bien dicho uso se da en menor grado que en el conjunto de las Pyme españolas (2,04).

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

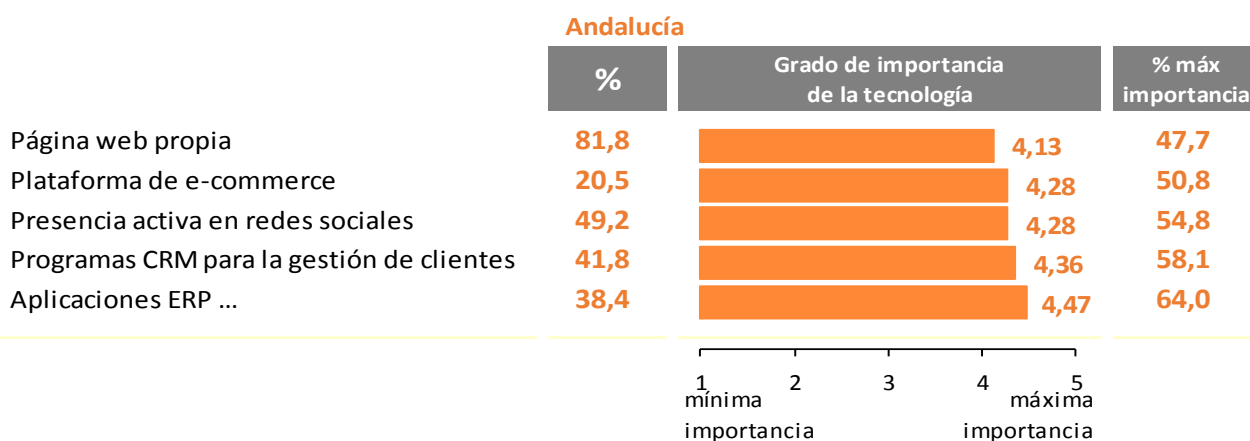
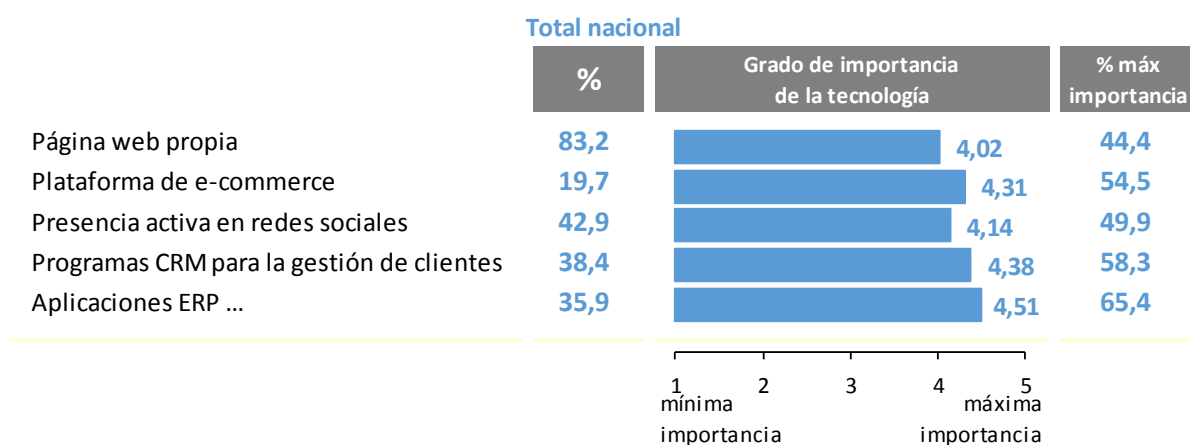


Con respecto a la utilización de procesos digitales específicos, las Pyme de Andalucía muestran un elevado porcentaje de empresas que disponen de página web propia (81,8%), una moderada presencia activa en redes sociales (49,2%), un uso medio de programas CRM para la gestión de clientes (41,8%) y aplicaciones ERP (38,4%) y una baja utilización de plataformas de *e-commerce* (20,5%). En todo caso, el grado de utilización de estos procesos digitales es ligeramente superior a los de la media nacional, a excepción de disponer de web propia.

Además del nivel de uso, las empresas andaluzas se muestran muy concienciadas con la importancia del proceso de digitalización, en una línea similar a lo mostrado por el conjunto de las Pyme españolas. En general, los valores medios que otorgan a los procesos y tecnologías digitales anteriormente mencionadas (página web, plataforma de *e-commerce*, presencia en redes sociales, programas CRM y ERP) son muy elevados, todos ellos con valoraciones superiores a 4 puntos. En este sentido, llama la atención que son los programas CRP y

aplicaciones ERP las tecnologías digitales a las que más importancia otorgan las Pyme de Andalucía, con valores cercanos a los 4,5 puntos, en consonancia con la media nacional.

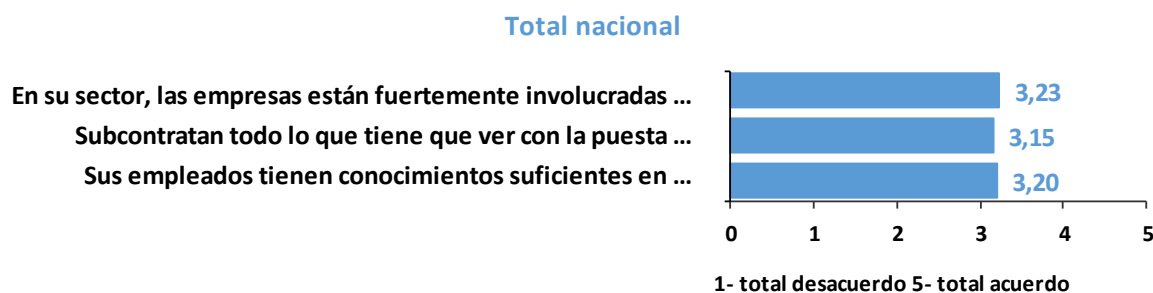
Indique si su empresa utiliza las siguientes tecnologías o procesos y, en caso afirmativo, indique su grado de importancia



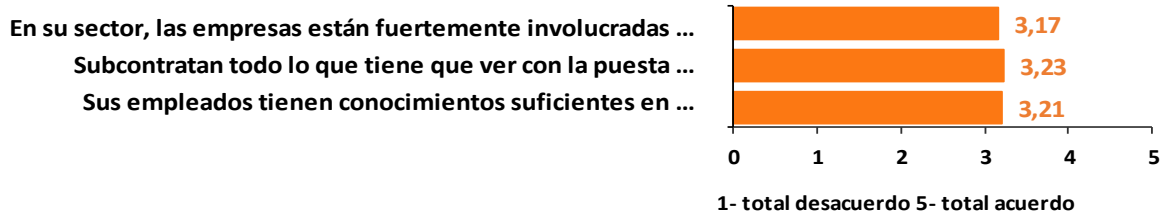
Contexto de la digitalización

En referencia al contexto en el que desarrollan la digitalización, las Pyme andaluzas valoran en términos medios (ligeramente superiores a los 3 puntos en una escala 1-5), en consonancia con la valoración dada por el conjunto de las Pyme en España, los tres siguientes aspectos: la existencia de un elevado compromiso por parte de las empresas del sector con las innovaciones digitales (3,17); la disponibilidad de empleados con conocimientos suficientes en materia de digitalización (3,21); y la utilización de la subcontratación para la puesta en marcha de la digitalización (3,23). Estos valores tan intermedios pueden estar indicando cierta incertidumbre empresarial en relación con dicho contexto debido a la novedad del proceso de digitalización.

Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



Andalucía

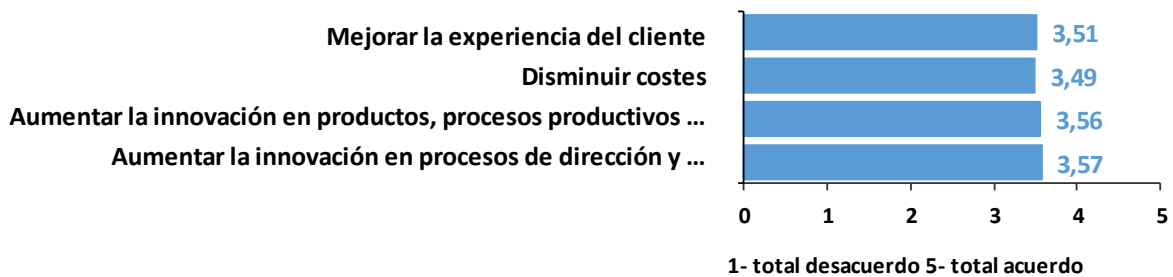


Estrategia de digitalización

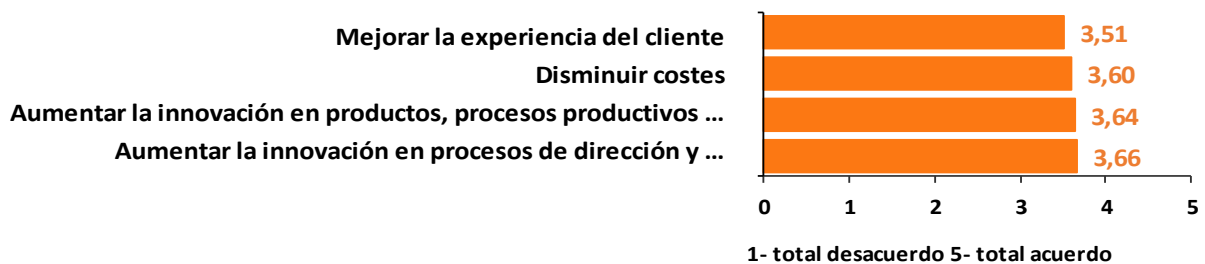
En relación con la estrategia de digitalización, las Pyme de Andalucía persiguen principalmente un aumento de la innovación, tanto en procesos de dirección y gestión (3,66 en una escala 1-5) como en productos y procesos productivos o comerciales (3,64), así como en la disminución de costes (3,60). En los mencionados aspectos, además, las empresas de la comunidad autónoma muestran valoraciones ligeramente superiores a la media nacional (3,57, 3,56 y 3,49 respectivamente). Igualmente, los objetivos estratégicos relacionados con la mejora de la experiencia del cliente alcanza valores superiores a 3 (3,51), aunque coincide en este caso con la media nacional.

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

Total nacional



Andalucía



RESPONSABILIDAD SOCIAL

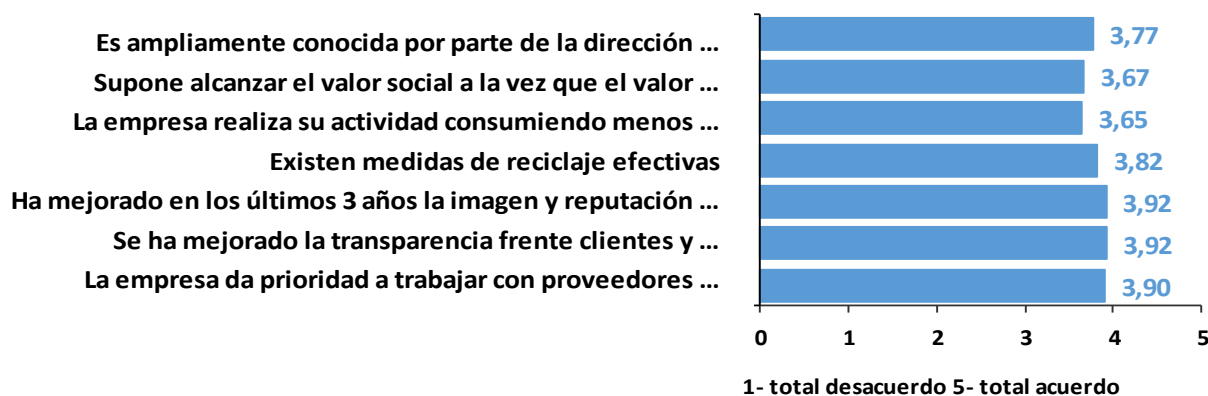
La responsabilidad social (en adelante RS) ha irrumpido con fuerza en las empresas, pasando de ser un mero objetivo más o menos idealista, para convertirse en una fuente de diferenciación que permite aumentar su reputación en el mercado. Por ello, se ha ido consolidando como fuente generadora de valor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

Aspectos clave de responsabilidad social

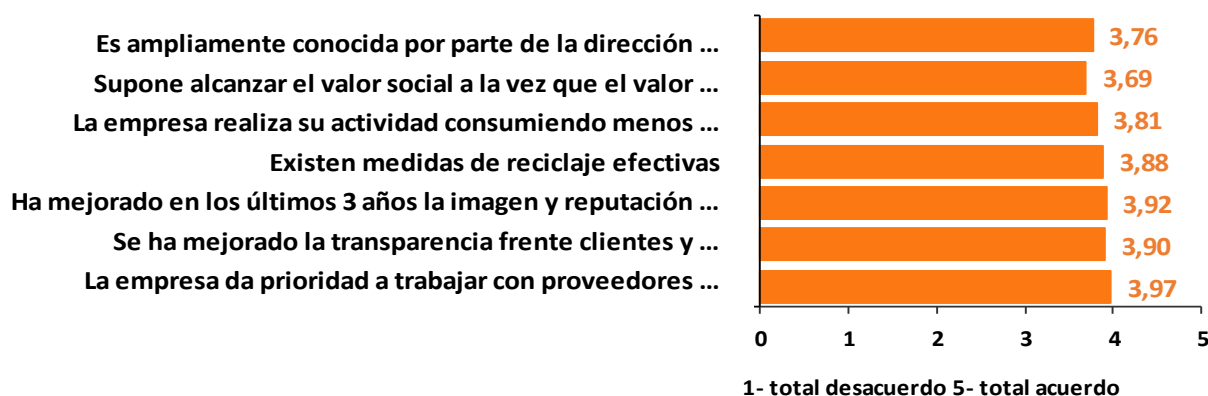
Entre los aspectos clave para implantación de la RS en las Pyme, abordamos el conocimiento y la aplicación de las medidas tomadas por parte de la alta dirección, ya que son los directivos los impulsores de su puesta en marcha y de la posterior difusión a los miembros de la organización. Esto tiene un impacto sobre la imagen y la reputación de las empresas, al permitir alcanzar valor social junto al necesario valor económico. A este respecto, destacan como medidas concretas de RS aquellas relacionadas con el consumo de energía y reciclaje (medioambientales), y trabajar con proveedores y materias primas locales (sociales). A continuación se muestra la opinión de los encuestados sobre las cuestiones planteadas sobre RS. En una escala de 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo), podemos observar que las Pyme en Andalucía destacan la mejora significativa de su imagen y de su transparencia (ambas cuestiones alcanzan 3,92 y 3,90, respectivamente). Asimismo, y con valores superiores a la media nacional, priorizan trabajar con proveedores locales (puntuación media 3,97), lo que podría suponer un elemento diferenciador con respecto a otras empresas de mayor tamaño e impulsar medidas para realizar un reciclaje efectivo (3,88).

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

Total nacional



Andalucía



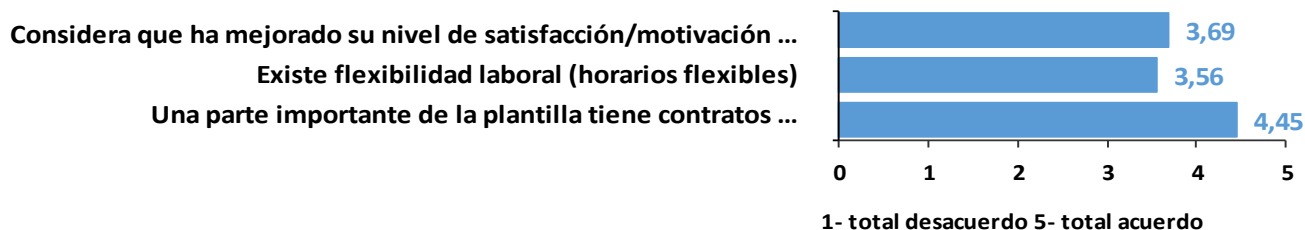
Empleados y responsabilidad social

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

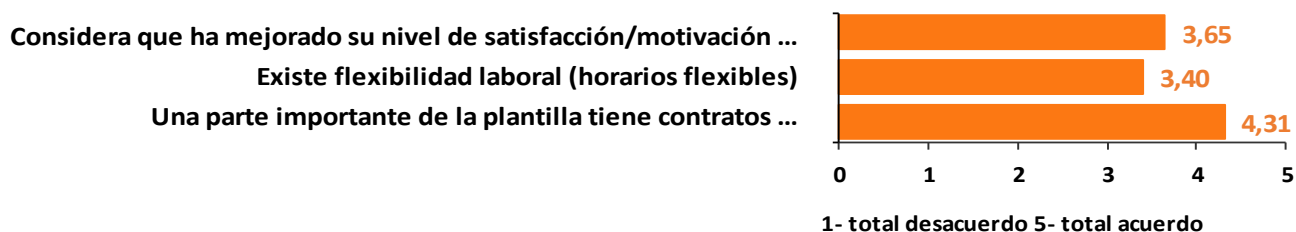
Para analizar la relación de las Pyme con sus trabajadores, se ha preguntado por tres cuestiones específicas: (1) si una parte importante de los trabajadores tienen contratos estables; (2) si disfrutan de horarios flexibles; y (3) si ha mejorado su satisfacción/motivación en los últimos años. En las empresas andaluzas puede apreciarse como la mayor puntuación (4,31) la recibe el ítem referido a los contratos, lo que pone de manifiesto su importancia, mientras que en España la puntuación es ligeramente superior (4,45). Asimismo, los datos muestran en Andalucía que existe la opinión generalizada de que mejora el nivel de satisfacción/motivación de los empleados en estas empresas durante los últimos años (3,65) frente a 3,69 de la media nacional. Por último, aunque ocupa el tercer lugar, también la flexibilidad laboral es importante en estas empresas, habiendo obtenido en Andalucía una puntuación de 3,40 por 3,56 en España.

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

Total nacional



Andalucía

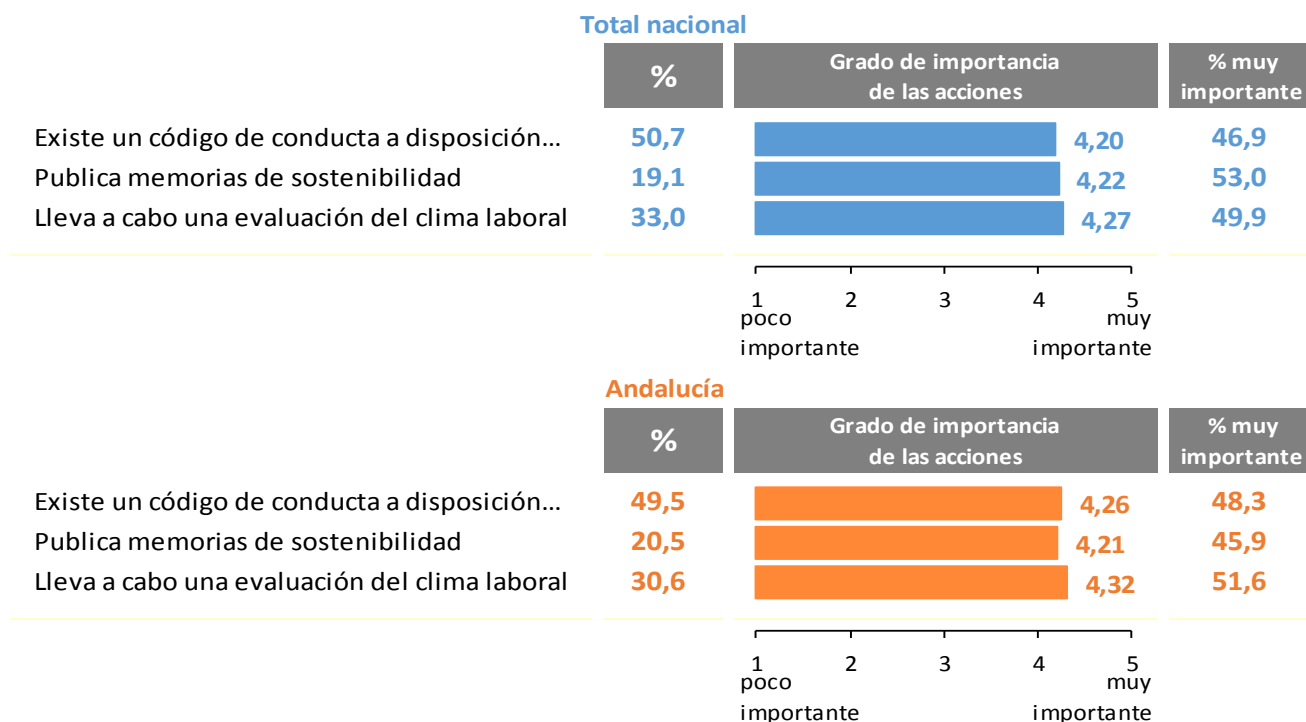


Otras acciones de responsabilidad social

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

Las Pyme evidencian, en general, una escasa implantación de las acciones de RS. Aunque existe un menor porcentaje de empresas en Andalucía que implantan algunas de las acciones preguntadas, las que lo realizan las consideran más importantes. En Andalucía el 49,5% de las empresas tiene un código de conducta, frente al 50,7% en España. El 30,6% lleva a cabo una evaluación del clima laboral (33,0 en España) y tan sólo el 20,5% de las empresas andaluzas publica memorias de sostenibilidad (19,1 en España).

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



NIVEL DE INNOVACIÓN EN LA PYME

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

En 2018 las Pyme andaluzas tienen una actividad innovadora similar a la media nacional, aunque las que han realizado innovaciones lo han hecho con una mayor intensidad. En cuanto a la innovación en productos podemos apreciar que el 75,4% de las Pyme en Andalucía realizaron cambios o mejoras en productos/servicios con una intensidad de 4,24, frente al 75,4% a nivel nacional pero con intensidad de 4,18. Y el 65,7% comercializaron nuevos productos o servicios (frente al 60,7% en España), y con un grado de importancia de 4,27. Si analizamos el porcentaje de empresas que consideran que han realizado innovaciones muy importantes en su empresa comprobamos que en Andalucía el 48,2% de las Pyme han realizado cambios o mejoras muy importantes en sus productos o servicios y el 48,7% han comercializado de forma relevante nuevos productos o servicios. Estos últimos porcentajes son más bajos a nivel nacional situándose en el 43,9% y el 42,3% respectivamente. A pesar de que en Andalucía se identifica un nivel similar de innovación en productos, la importancia percibida de este tipo de inversiones es superior que la obtenida a nivel nacional. Destaca tanto en el ámbito nacional como regional la primacía de la innovación en productos con respecto al resto de innovaciones (proceso y gestión).

Algo similar ocurre con la innovación en procesos. El 66% de las Pyme en Andalucía han realizado cambios o mejoras en los procesos de producción (68,0% en España), con una intensidad de 4,29 (4,17 en España). El 72,4% ha adquirido nuevos bienes de equipos (71,8% en España), con una intensidad de 4,31 (4,19 en España). El 53,5% de las empresas andaluzas han realizado importantes inversiones en adquisición de nuevos bienes de equipos, frente al 45,8% en España. Por consiguiente, aunque el nivel de innovación en procesos es inferior en las empresas andaluzas con respecto a la media nacional, la importancia percibida de esa innovación es superior

en el caso de la comunidad autónoma. Además, el nivel de adquisiciones de nuevos bienes de equipo es superior en Andalucía en relación a la media española.

En la innovación en gestión, las empresas andaluzas presentan niveles ligeramente inferiores a los reportados a nivel nacional. Así, el 64,6% de las Pyme en Andalucía han realizado innovaciones en sus sistemas de dirección y gestión (68,0% en España) con un grado de importancia de 4,30 (4,19 en España); el 62,6% ha realizado cambios en sus sistemas de compras y aprovisionamientos (64,2% en España); y el 57,2% realizó cambios en su sistema comercial o de ventas, frente al 61,0% en la Pyme española.

Indique si su empresa ha realizado, en los últimos dos años, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas

Total nacional

| INNOVACIÓN | % | Grado de importancia de la innovación | % muy importante |
|---|------|---------------------------------------|------------------|
| Productos y servicios | | | |
| Cambios o mejoras en productos/servicios | 75,4 | 4,18 | 43,9 |
| Comercialización nuevos productos/servicios | 60,7 | 4,16 | 42,3 |
| Procesos | | | |
| Cambios o mejoras en los procesos de producción | 68,0 | 4,17 | 43,1 |
| Adquisición de nuevos bienes de equipos | 71,8 | 4,19 | 45,8 |
| Sistemas de gestión | | | |
| Dirección y gestión | 68,0 | 4,19 | 45,7 |
| Compras y aprovisionamientos | 64,2 | 4,19 | 46,9 |
| Comercial/Ventas | 61,0 | 4,20 | 46,3 |

1 poco importante 2 3 4 5 muy importante

Andalucía

| INNOVACIÓN | % | Grado de importancia de la innovación | % muy importante |
|---|------|---------------------------------------|------------------|
| Productos y servicios | | | |
| Cambios o mejoras en productos/servicios | 75,4 | 4,24 | 48,2 |
| Comercialización nuevos productos/servicios | 65,7 | 4,27 | 48,7 |
| Procesos | | | |
| Cambios o mejoras en los procesos de producción | 66,0 | 4,29 | 50,5 |
| Adquisición de nuevos bienes de equipos | 72,4 | 4,31 | 53,5 |
| Sistemas de gestión | | | |
| Dirección y gestión | 64,6 | 4,30 | 51,6 |
| Compras y aprovisionamientos | 62,6 | 4,34 | 55,4 |
| Comercial/Ventas | 57,2 | 4,36 | 55,3 |

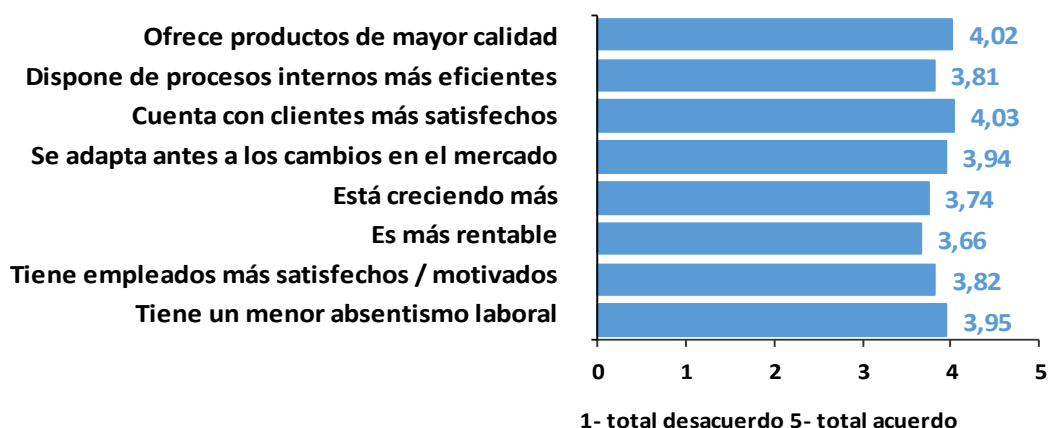
1 poco importante 2 3 4 5 muy importante

INDICADORES DE RENDIMIENTO

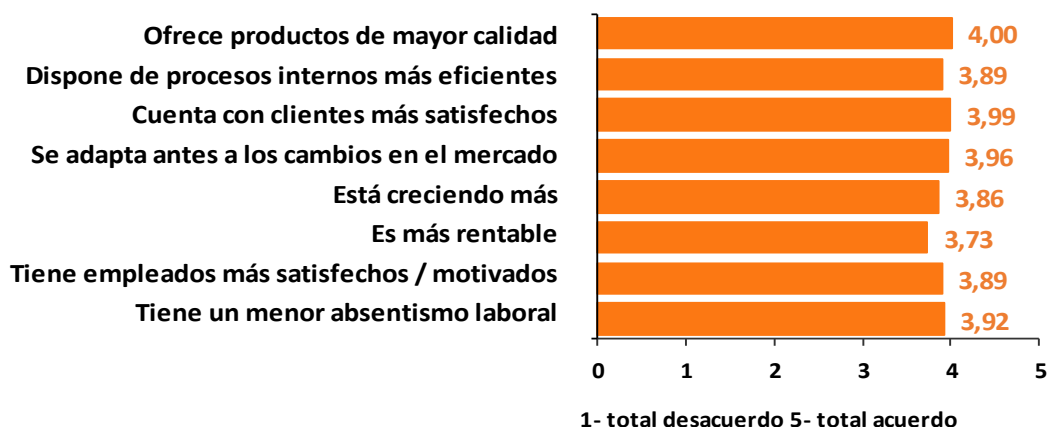
Para medir el rendimiento de la empresa hemos utilizado indicadores contruidos a partir de la percepción del gerente de la empresa sobre su posición competitiva. ¿Cuáles son los factores en los que las empresas consideran que han evolucionado de una forma más favorable? Los tres aspectos que consideran más favorables las empresas andaluzas han sido (medidos en una escala de 1: muy desfavorable a 5: muy favorable): ofrecer productos de mayor calidad (4,00 en Andalucía vs 4,02 en España); contar con clientes más satisfechos (3,99 en Andalucía vs 4,03 en España); adaptarse antes a los cambios en el mercado (3,96 en Andalucía vs 3,94 en España). Por el contrario, los indicadores en los que su evolución ha sido menos favorable son el incremento de la rentabilidad (3,73 en Andalucía vs 3,66 en España), estar creciendo más (3,86 en Andalucía vs 3,74 en España), disponer de procesos internos más eficientes (3,89 en Andalucía vs 3,81 en España) y tener empleados más satisfechos/motivados (3,89 en Andalucía y 3,82 en España). Por tanto, podemos comprobar que, en términos generales, la empresa andaluza se siente mejor posicionada competitivamente que la media de la empresa española.

En comparación con sus competidores, indique su grado de acuerdo con los siguientes indicadores de rendimiento de su empresa

Total nacional



Andalucía



ACCESO A LA FINANCIACIÓN BANCARIA

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

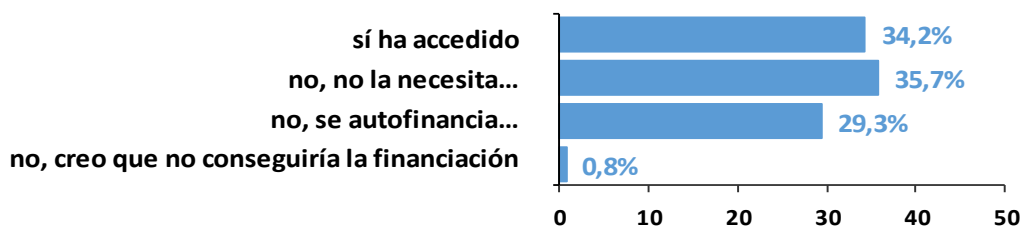
El 34,3% de las Pyme en Andalucía han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito, el 30,3% no ha accedido porque se financian con autofinanciación (beneficios más amortizaciones), el 34,7% no lo necesitan al no estar haciendo inversiones y el 0,7% no lo han solicitado porque piensan que no lo conseguirían. Estos datos contrastan con los obtenidos a nivel nacional en los siguientes puntos. Por una parte se evidencia un mayor acceso a la financiación externa puesto que a nivel nacional el 34,2% de las Pymes accedieron a este tipo de financiación debido a que este tipo de empresas se encuentra en un proceso inversor similar que el vivido por la Pyme andaluza. Por otra parte, destaca la diferencia en cuanto a la preferencia respecto del tipo de financiación puesto que la Pyme andaluza tiende a financiarse con recursos propios (autofinanciación) con una ligera mayor intensidad que a nivel nacional (30,3% vs 29,3%). Finalmente sobresale que en la pyme andaluza existe auto-racionalización del crédito en menor medida que a nivel nacional. Así, el 0,8% de la Pyme nacional decide no solicitar el préstamo puesto que prevé que no lo conseguirá.

De las Pymes andaluzas que solicitaron un crédito, en el 51,0% de los casos los obtuvieron en mejores condiciones (frente al 51,2 en España), el 43,1% lo obtuvieron en las mismas condiciones (frente al 37,5% a nivel nacional), el 3,9% lo consiguieron pero con condiciones más duras (8,2% en España) y al 2% le rechazaron la operación, por el 1% en España. Estos datos identifican una posición ligeramente mejor de las empresas andaluzas, en términos generales, ante una época que de nuevo se puede clasificar como el inicio de la expansión del crédito tras la crisis financiera.

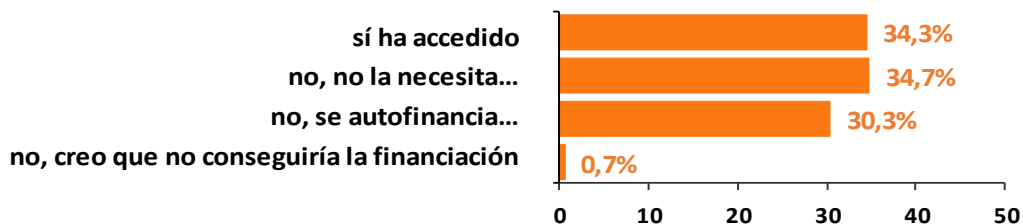
Sin embargo, cuando se analizan los aspectos concretos contractuales de la financiación, los datos muestran una peor evolución de diferentes aspectos relacionados con la financiación de la Pyme andaluza. Así, el volumen de financiación ofrecido (2,62 en Andalucía y 2,78 en España), los gastos y comisiones que exigen las entidades financieras (2,48 en Andalucía y 2,64 en España), las garantías y avales exigidos (2,52 en Andalucía y 2,68 en España), el coste de la financiación (2,56 en Andalucía y 2,66 en España), el tiempo entre la solicitud y la concesión (2,62 en Andalucía y 2,78 en España) y el plazo exigido de la devolución (2,63 en Andalucía y 2,77 en España). Por lo tanto todos los elementos contractuales de los instrumentos de deuda evolucionan de una forma más favorable en España que en Andalucía.

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

Total nacional

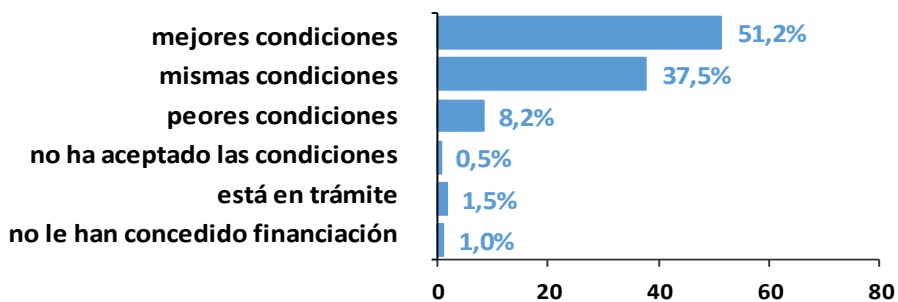


Andalucía

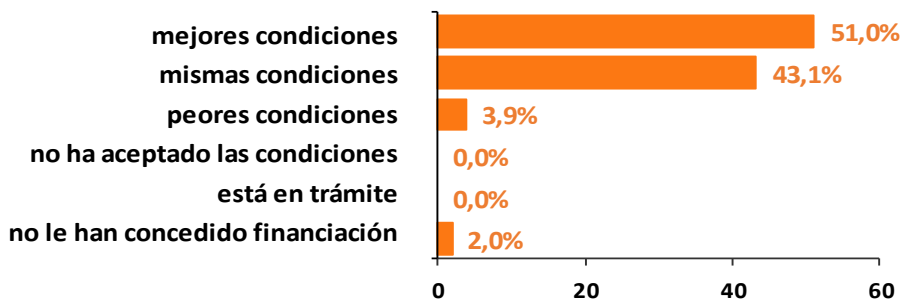


En caso de haberlo solicitado...

Total nacional

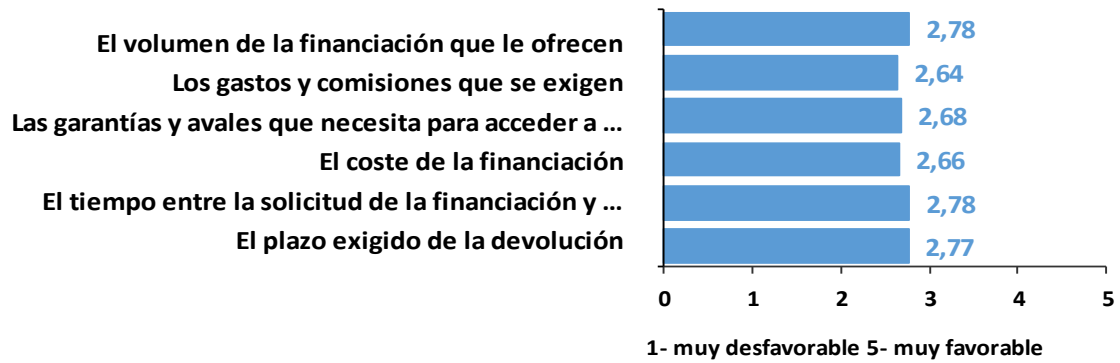


Andalucía

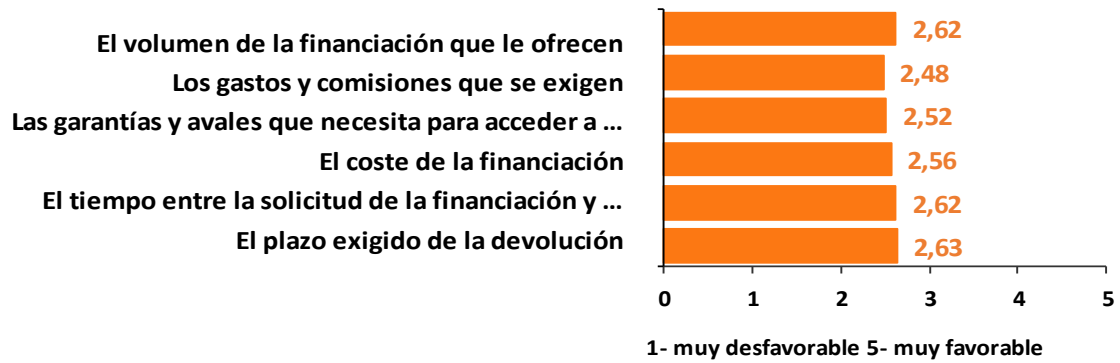


En los dos últimos años, ¿cómo cree que han evolucionado (más o menos favorablemente) los siguientes aspectos relacionadas con la financiación de su empresa?

Total nacional



Andalucía



RECURSOS HUMANOS

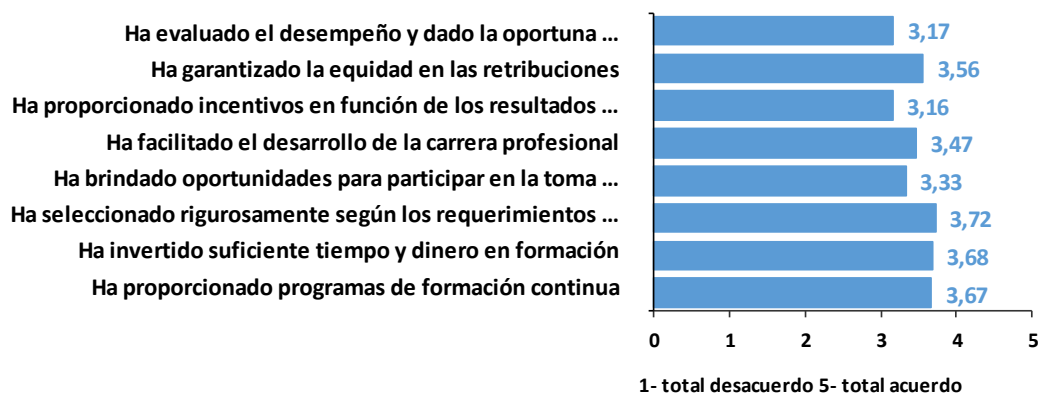
El capital humano de la empresa y la forma de gestionarlo constituye uno de los factores más importantes en la explicación de la competitividad de las Pyme, tanto a nivel individual como en el contexto del sector en el que desarrollan su actividad. Para conocer en mayor medida como afrontan la gestión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

Tal y como se observa en el gráfico, las Pyme andaluzas han desarrollado en mayor medida que la media de España todas las políticas de gestión de recursos humanos, mostrando además un alto interés en su desarrollo, con valores cercanos a 4 (en una escala 1-5) en gran parte de dichas políticas. En concreto, los procesos que más se valoran de gestión de recursos humanos están relacionados con los conocimientos, habilidades y competencias de los empleados, pues las Pyme andaluzas señalan haber seleccionado rigurosamente según los requerimientos del puesto (3,71 frente a 3,72 de España), haber invertido suficiente tiempo y dinero en formación (3,68 frente a 3,68 en España), y haber proporcionado programas de formación continua (3,69, frente a 3,67 de España).

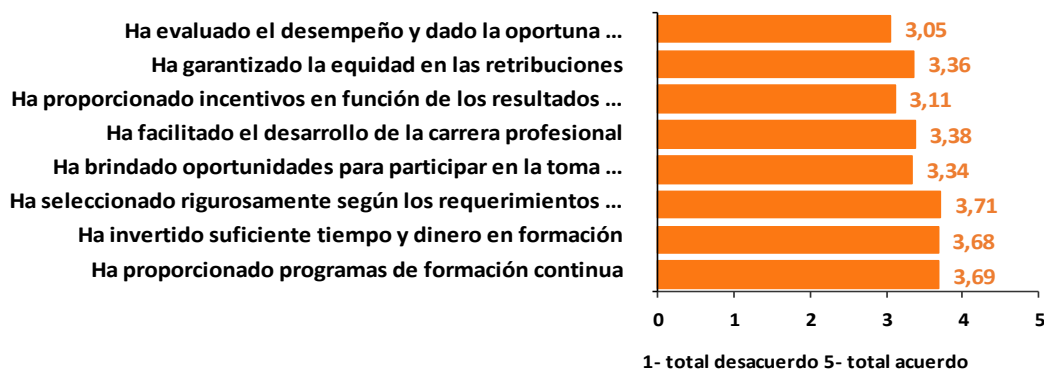
Las políticas de recursos humanos menos valoradas han sido las relacionadas con la evaluación del desempeño y la implantación de incentivos (3,05 y 3,11, respectivamente) y la relativa al fomento de la participación del empleado en la toma de decisiones empresariales (3,34). En los dos primeros aspectos, las Pyme andaluzas muestran niveles de valoración inferior al de la media nacional, mientras que en el relativo a la participación en la toma de decisiones la valoración de la empresa andaluza es ligeramente superior a la empresa española.

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

Total nacional



Andalucía



ANEXO. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

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

El tamaño muestral fue determinado para lograr que el margen de error máximo para la estimación de una proporción (frecuencia relativa de respuesta en un ítem específico de una cuestión) fuese inferior a 0,03 puntos con un nivel de confianza del 95%. La técnica de recogida de información fue mediante encuesta telefónica. La encuesta fue realizada por la empresa Q-Índice. Se realizaron test de control en el proceso de elaboración de la encuesta. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2018. **Y la muestra finalmente obtenida fue de 1136 Pyme españolas, y de 297 Pyme andaluzas.** Debemos señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado escrupulosamente el secreto estadístico de la información utilizada.

Agrupación sectorial de la muestra total para Andalucía

| SECTOR | % Empresas de la Muestra |
|---|---------------------------------|
| Productos alimenticios y bebidas | 7,7 |
| Industria textil de la confección, peletería y cuero | 1 |
| Industria de madera y corcho | 0,7 |
| Industria del papel, edición, artes gráficas | 2 |
| Industria química | 0,3 |
| Fabricación de productos de caucho y materias plásticas | 1,7 |
| Fabricación de otros productos minerales no metálicos | 1,3 |
| Metalurgia, fabricación de productos metálicos | 1 |
| Industria de la construcción de maquinaria | 2,7 |
| Fabricación de vehículos de motor | 0,7 |
| Fabricación de muebles y otras industrias manufactureras | 2 |
| Construcción | 20,5 |
| Comercio al por mayor | 19,2 |
| Servicios de alojamiento | 6,4 |
| Transporte terrestre, marítimo y aéreo | 10,1 |
| Actividades informáticas | 2 |
| Servicios a empresas, profesionales, científicos y técnicos | 20,5 |
| Total | 100,0 |