



# Informe PYME 2022.

## Digitalización y desarrollo sostenible de la Pyme de la Comunidad Valenciana

José María Gómez Gras  
Ignacio Mira Solves  
Marina Estrada de la Cruz  
Jesús Martínez Mateo





# Informe PYME 2022. Digitalización y desarrollo sostenible de la PYME de la Comunidad Valenciana

## **Autores/as:**

José María Gómez Gras  
Ignacio Mira Solves  
Marina Estrada de la Cruz  
Jesús Martínez Mateo

## **Investigadores/as colaboradores/as:**

M<sup>a</sup> José Alarcón García  
Lirios Alós Simó  
M<sup>a</sup> Cinta Gisbert López  
Antonio J. Verdú Jover  
Domingo Galiana Lopera  
M<sup>a</sup> Isabel Borreguero Guerra

## **ISSN:**

2660-8545

## **Fecha de edición:**

17/11/2022

## **Editorial:**

Universidad Miguel Hernández de Elche

## **Maquetación:**

Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica  
(SIPT) UMH

## **Nota de la editorial:**

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica son responsabilidad de los/as autores/as

# *Relación de equipos y entidades colaboradoras de la Red FAEDPYME*

## **EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN FAEDPYME**

**Universidad de Cantabria:** Somohano Rodríguez, Francisco Manuel (dir.); Martínez García, Francisco Javier.

**Universidad de Castilla-La Mancha:** Jiménez Moreno, Juan J. (dir.); Sáez Martínez, Francisco José; González Moreno, Ángela; Díaz García, María Cristina; Ruiz Amaya, María Carmen; Avellaneda Rivera, Laura Mercedes.

**Universidad Complutense de Madrid:** Danvila del Valle, Ignacio (dir.); Sastre Castillo, Miguel Ángel (dir.); Ramos González, M<sup>a</sup> del Mar; Rubio Andrés, Mercedes; Sánchez González, José Javier y **Universidad de Alcalá:** Sánchez Marín, Gregorio.

**Universidad de Granada:** Gómez Miranda, María Elena (dir.); Rodríguez Ariza, Lázaro.

**Universidad de Extremadura:** Hernández Mogollón, Ricardo (dir. general); Almodóvar González, Manuel (dir. Técnico); Fernández Portillo, Antonio; Díaz Casero, Juan Carlos; Sánchez Escobedo, Mari Cruz; Rodríguez Preciados, Raúl; Díaz Aunió, Ángel.

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

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

**Universidad de Murcia:** Meroño Cerdán, Ángel (dir.); Antón Renart, Marcos; Calvo-Flores Segura, Antonio; Marín Hernández, Salvador; Ortiz Martínez, María Esther; Palacios Manzano, Mercedes; Santos García, José Manuel.

**Universidad de Las Palmas de Gran Canaria:** Batista Canino, Rosa M. (dir.); Bolívar Cruz, Alicia; Medina Brito, Pino; Sosa Cabrera, Silvia; Verano Tacoronte, Domingo.

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

**Universidad de Salamanca:** Muñoz Gallego, Pablo Antonio (dir.); Suárez González, Isabel; González Benito, Oscar; Galende del Canto, Jesús; Lannenongue, Gustavo.

**Universidad de Sevilla:** Escobar Pérez, Bernabé (dir.); Miras Rodríguez, María del Mar.

**Universidad Internacional de la Rioja:** Clemente Almendros, José Antonio (dir.); González González, Inés; Cerdá Suárez, Luis Manuel; Bahamondes Rosado, María Emilia; Velarde Molina, Jehovanni Fabricio.



ENTIDADES COLABORADORAS DE LA RED FAEDPYME ESPAÑA

UNIVERSIDAD	ENTIDADES
<p><b>Universidad de Cantabria</b> Somohano Rodríguez, Francisco Manuel (Director) Martínez García, Francisco Javier</p>	
<p><b>Univ. de Castilla-La Mancha</b> Jiménez Moreno, Juan J. (Director) Sáez Martínez, Francisco José González Moreno, Ángela Díaz García, María Cristina Ruiz Amaya, María Carmen Avellaneda Rivera, Laura Mercedes.</p>	
<p><b>Univ. Complutense de Madrid</b> Danvila del Valle, Ignacio (Director) Sastre Castillo, Miguel Ángel (Director) Ramos González, Mª del Mar Rubio Andrés, Mercedes Sánchez González, José Javier</p>	
<p><b>Universidad de Granada</b> Gómez Miranda, María Elena (Directora) Rodríguez Ariza, Lázaro</p>	
<p><b>Universidad de Extremadura</b> Hernández Mogollón, Ricardo (Director general) Almodóvar González, Manuel (Director Técnico) Fernández Portillo, Antonio Díaz Casero, Juan Carlos Sánchez Escobedo, Mari Cruz Rodríguez Preciados, Raúl Díaz Aunión, Ángel.</p>	
<p><b>Universidad de Málaga</b> Diéguez Soto, Julio (Director) Becerra Vicario, Rafael Callejón Gil, Ángela Cisneros Ruiz, Ana José Fernández Gámez, Manuel Ángel Galache Laza, Teresa González García, Vicente Ruiz Palomo, Daniel.</p>	

<p><b>Universidad Miguel Hernández</b> Gómez Gras, José María (Director) Mira Solves, Ignacio (Director técnico) Martínez Mateo, Jesús Estrada De la Cruz, Marina</p>	
<p><b>Universidad de Murcia</b> Meroño Cerdán, Ángel (Director); Antón Renart, Marcos Calvo-Flores Segura, Antonio Marín Hernández, Salvador Ortiz Martínez, María Esther Palacios Manzano, Mercedes Santos García, José Manuel</p>	
<p><b>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</b> Batista Canino, Rosa M. (Director) Bolívar Cruz, Alicia Medina Brito, Pino Sosa Cabrera, Silvia Verano Tacoronte, Domingo.</p>	
<p><b>Univ. Politécnica de Cartagena</b> García Pérez de Lema, Domingo (Director) Duréndez Gómez Guillamón, Antonio Hernández Cánovas, Ginés Madrid Guijarro, Antonia Martínez-Abarca Pastor, Carlos</p>	
<p><b>Universidad de Salamanca</b> Muñoz Gallego, Pablo Antonio (Director) Suárez González, Isabel González Benito, Oscar Galende del Canto, Jesús Lannenongue, Gustavo</p>	
<p><b>Universidad de Sevilla</b> Muñoz Gallego, Pablo Antonio (Director) Suárez González, Isabel González Benito, Oscar Galende del Canto, Jesús Lannenongue, Gustavo</p>	
<p><b>Univ. Internacional de la Rioja</b> Clemente Almendros, José Antonio (Director) González González, Inés Cerdá Suárez, Luis Manuel Bahamondes Rosado, María Emilia Velarde Molina, Jehovanni Fabricio.</p>	

## Índice de contenidos

<i>Relación de equipos y entidades colaboradoras de la Red FAEDPYME.....</i>	<i>3</i>
<i>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</i>	<i>9</i>
<i>CAPÍTULO 2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA.....</i>	<i>11</i>
<i>CAPÍTULO 3. EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS.....</i>	<i>15</i>
3.1. Empleo .....	16
3.2. Ventas.....	18
<i>CAPÍTULO 4. DIGITALIZACIÓN.....</i>	<i>21</i>
4.1. Grado de digitalización .....	21
4.2. Impulsores de la digitalización .....	25
4.3. Barreras a la digitalización .....	27
<i>CAPÍTULO 5. DESARROLLO SOSTENIBLE MEDIOAMBIENTAL.....</i>	<i>29</i>
5.1. Desarrollo medioambiental .....	29
5.2. Beneficios derivados de la sostenibilidad.....	32
5.3. Barreras a la sostenibilidad.....	34
<i>CAPÍTULO 6. ACTIVIDAD INNOVADORA.....</i>	<i>37</i>
<i>CAPÍTULO 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO.....</i>	<i>41</i>
<i>CAPÍTULO 8. VALORACIÓN FINAL.....</i>	<i>45</i>
<i>Estructura de la muestra.....</i>	<i>51</i>
<i>Índice de Ilustraciones .....</i>	<i>53</i>



# CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

El *Informe de la Pyme* es un observatorio que ofrece una radiografía del tejido empresarial en España, centrado en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas. Se configura como una herramienta de información en torno a las pymes, de modo que recoge características generales de su perfil, expectativas y necesidades, y pulsa la situación a través de diversos factores competitivos. Todo ello con el objetivo de facilitar conocimiento y la toma de decisiones por parte de empresas, entidades y administraciones públicas, y contribuir al desarrollo de un tejido empresarial que desarrolla un papel clave a nivel tanto económico como social.

La actividad de este observatorio se encuentra liderada por la *Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa* (FAEDPYME), en colaboración con una Red de Universidades que elaboran los informes específicos en cada comunidad autónoma.

Particularmente en la Comunidad Valenciana, el estudio se encuentra liderado por el grupo de investigación en promoción y creación de empresas (ProCrea) de la *Universidad Miguel Hernández de Elche*.

De este modo, la presente edición del *Informe de la Pyme de la Comunidad Valenciana*, que hace la tercera, corresponde a la situación pulsada en el trabajo de campo del segundo trimestre de 2022, y recoge información sobre:

- Características generales de la empresa.
- Expectativas sobre empleo y ventas.
- Grado de implantación de tecnologías digitales, impulsores y barreras.
- Desarrollo de la sostenibilidad en la empresa.
- Actividades de innovación empresarial desarrolladas.
- Valoración de la posición competitiva de la empresa.

La información se muestra a lo largo del informe en un contexto comparativo España – Comunidad Valenciana.

Adicionalmente, cabe señalar que no es objetivo de este informe juzgar la situación de la pyme, sino más bien la de ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto fortalezas o desequilibrios, y sirva de referencia para que puedan adoptarse medidas oportunas para potenciar su desarrollo.

## *CAPÍTULO 2.*

# *CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA*

En este capítulo se recogen las características más relevantes de las empresas participantes en el estudio, relativas a su tamaño y antigüedad; el sector económico al que pertenecen; el control de la propiedad (familiar o no familiar); y el género de los puestos directivos.

El cuadro 2.1 recoge la **distribución** comparada (España – Comunidad Valenciana) **de empresas del estudio**, que se corresponde con sociedades mercantiles, con tamaño medio comprendido entre 6 y 249 trabajadores, y pertenecientes a la industria, construcción, comercio y servicios.

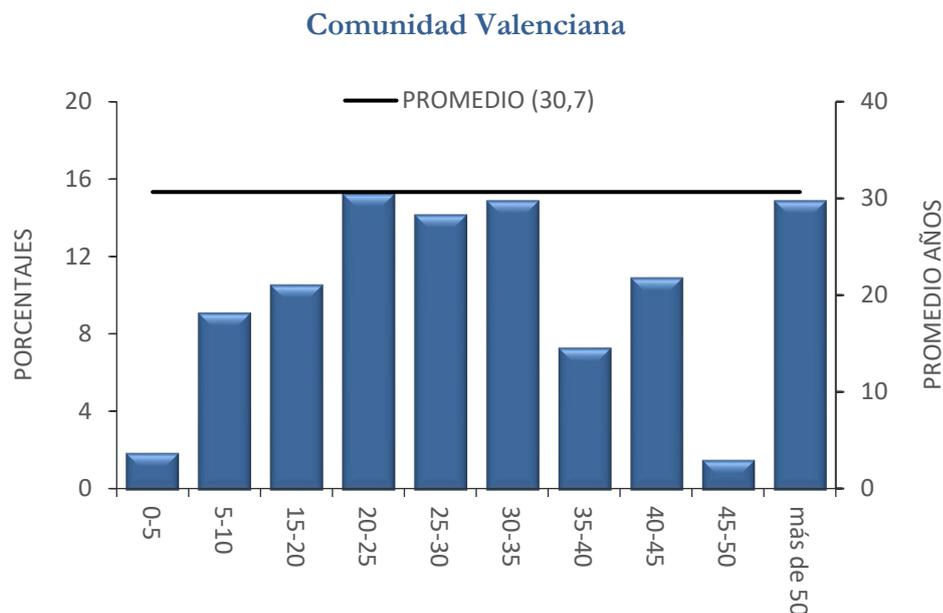
Cuadro 2.1 Distribución de pymes en el estudio

<b>España</b>	<b>España</b> (nº de empresas)	<b>España</b> (%)	<b>C. Valenciana</b> (nº de empresas)	<b>C. Valenciana</b> (%)
Industria	324	31%	117	42,2%
Construcción	188	18%	26	9,4%
Comercio	201	19,3%	66	23,9%
Servicios	331	31,7%	68	24,5%
<b>Total</b>	<b>1044</b>	<b>100%</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

La **antigüedad promedio** de estas empresas (figura 2.1), en la Comunidad Valenciana, es de 30,7 años, coincidente con el promedio nacional.

Gráfico 2.1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?





**El control de la gestión** de las pymes de la muestra de la Comunidad Valenciana (figura 2.2) es, en su mayoría, de tipo familiar. En concreto, el 77,3% de las empresas están regidas por una familia (ésta posee más de la mitad del capital). En relación al dato nacional, se observa una mayor presencia de empresas familiares en la Comunidad Valenciana (7 puntos superior).

Por lo que respecta al **porcentaje de empresas en la muestra, gestionadas por mujeres** (figura 2.3), éste es, en la Comunidad Valenciana, ligeramente inferior al promedio nacional (16,2% frente al 17,5% para el conjunto de España).

Gráfico 2.2. Una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa

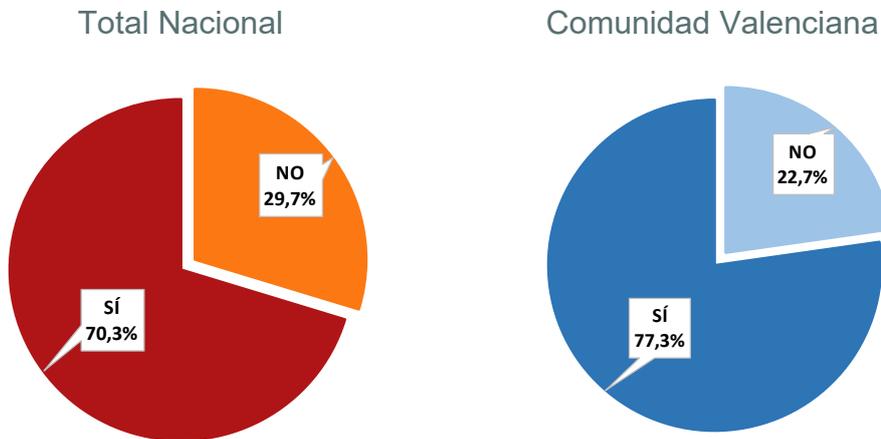


Gráfico 2.3. Género de la persona que ocupa la dirección general



## *CAPÍTULO 3.*

# *EVOLUCIÓN Y EXPECTATIVAS EN EL EMPLEO Y VENTAS*

Las expectativas de las pymes respecto al desarrollo de su negocio, se recogen en este capítulo a través de la percepción que tienen sus directivos sobre la evolución de las variables empleo y ventas en 2021 respecto a 2020, así como sus expectativas para 2022<sup>1</sup>.

La información se ofrece en conjunto para el total de empresas encuestadas en la Comunidad Valenciana, y en un contexto comparativo con el conjunto de España.

Respecto a los datos de empleo, se ofrece información sobre la evolución del número de empleados que las pymes encuestadas declaran haber tenido entre 2020 y 2021; y se recoge la opinión o expectativa sobre su tendencia para

---

<sup>1</sup> El trabajo de campo se realizó durante el segundo trimestre de 2022

2022, en particular si prevén una disminución, un mantenimiento o un incremento. Por su parte, en relación a las ventas, se solicita también la opinión sobre las expectativas de evolución, estableciéndose como en el caso anterior, tres escenarios según la evolución esperada: aumento, mantenimiento y disminución.

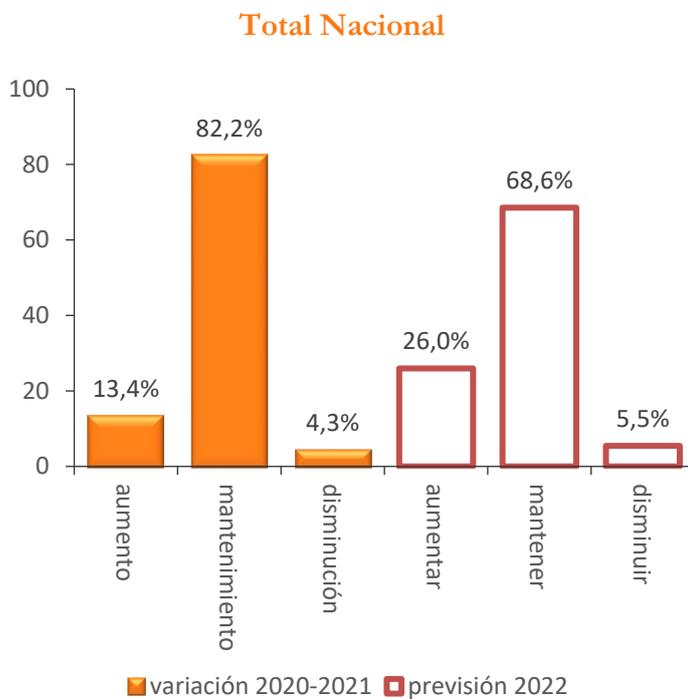
Para evaluar estas variables, el Informe utiliza los denominados saldos de expectativas o diferencia observada entre el porcentaje de respuestas positivas y negativas. El signo y magnitud del saldo, junto al nivel alcanzado por el mantenimiento sin cambios de los niveles previos, da una idea de conjunto de la situación.

### ***3.1. Empleo***

Para conocer la evolución en el empleo, la encuesta indaga sobre el que tenían las empresas de la muestra en los años 2020 y 2021, así como la tendencia para 2022 (gráfico 3.1).

Al considerar la evolución del año 2021, los datos muestran para las empresas de la Comunidad Valenciana un comportamiento más favorable que para España. Así, tan sólo el 1,4% de las pymes de la Comunidad disminuyeron su empleo, un 81,2% lo mantuvo y un 17,3% lo incrementó, lo cual supuso un “saldo de evolución” positivo de 15,9 puntos, calculado como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye. Para el conjunto de España, este saldo de evolución fue de 9,1 puntos.

Gráfico 3.1. Evolución de empleo durante los años 2020 y 2021



El gráfico 3.1 permite también observar las expectativas de los encuestados acerca de la evolución para el empleo en 2022. Así, la mayor parte, un 73,3%, prevé que el mercado laboral se mantendrá estable en la Comunidad Valenciana, el 20,6% esperan incrementar su empleo y el 6,1% cree que tendrá que reducir. Estos datos implican que el saldo de expectativas entre los que consideran que las contrataciones aumentarán (20,6% del total) y los que piensan que disminuirán (6,1%), es de 14,5 puntos.

Para España se recogen, en media, unas expectativas más favorables. Así, el 26% de las pymes esperan aumentar su empleo en 2022, el 68,6% mantenerlo y el 5,5% disminuirlo, lo que supone un saldo de expectativas positivo de 20,5 puntos.

### **3.2. Ventas**

Las figuras 3.2 y 3.3 recogen la expectativa de las pymes respecto a la evolución de sus ventas en 2021 y la tendencia prevista para 2022 y 2023.

El año 2021 supuso un punto de inflexión ante la crisis originada por la COVID-19 y ha conllevado un importante aumento de los ingresos en muchas pymes.

En el caso de la Comunidad Valenciana, el 50,2% de las empresas encuestadas que han aumentado sus ventas en 2021 con relación a las registradas en 2020 (gráfico 3.2), mientras que el 41,2% consiguió mantenerlas y un 8,7% las redujo, lo cual implica un “saldo de evolución”

positivo de 41,5 puntos. Los datos medios obtenidos para el conjunto de España suponen que el 53,2% aumentó sus ventas en 2021, el 34% consiguió mantenerlas y un 12,8% las redujo, lo que arroja un “saldo de evolución” de 40,4 puntos, ligeramente inferior al de la Comunidad Valenciana.

Asimismo, se preguntó a los encuestados sobre las expectativas de ventas para los años 2022 y 2023 (gráfico 3.3). Se aprecia que las expectativas siguen siendo muy favorables para los dos años. Así el 46,4% de las pymes de la Comunidad Valenciana esperan aumentar sus ventas en 2022 (46,4% en 2023), mientras que solo prevé que sus ventas disminuyan un 6,9% de las empresas en 2022 (7,2% en 2023).

Las tendencias son muy similares para las empresas de la Comunidad y del conjunto de España, si bien la percepción de futuro de las empresas encuestadas en el territorio nacional es algo más positiva. En España el 48% de las pymes prevé aumentar sus ventas en 2022 (49,4% en 2023), mientras que el 5,8% piensa que disminuirán en 2022 (5,3% en 2023). Con todo, si analizamos el saldo de expectativas de las ventas para 2022, obtenemos un saldo positivo de 39,7 puntos para la Comunidad Valenciana, frente un saldo de 42,2 puntos como media para España.

En conjunto, los datos muestran unas expectativas de empleo y ventas que habrá que ver cómo son afectadas por el entorno internacional y la guerra de Ucrania, los costes energéticos y la inflación, que en el momento actual suponen una difícil coyuntura que marcará la evolución de estos datos a futuro.

Gráfico 3.2. Comparando sus ventas en 2021 con relación a 2020 éstas han...

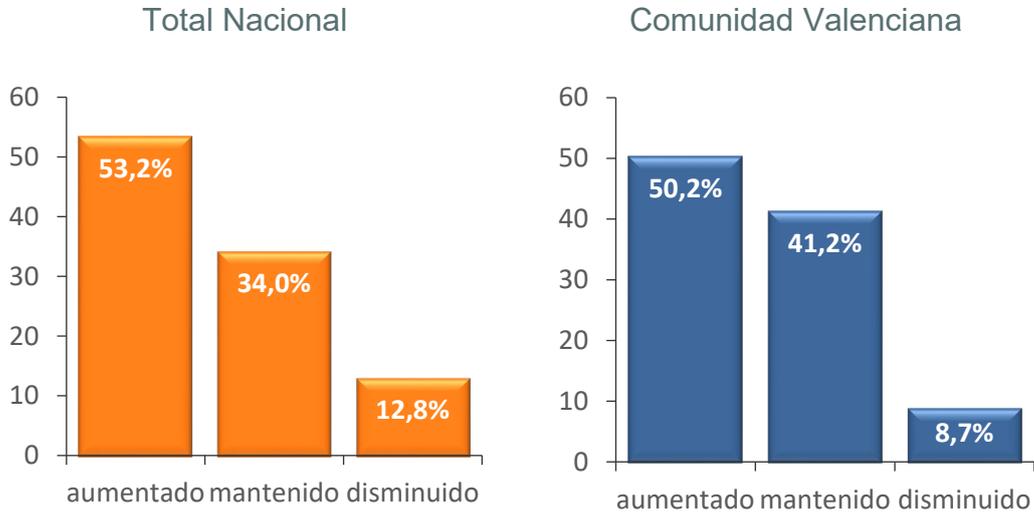
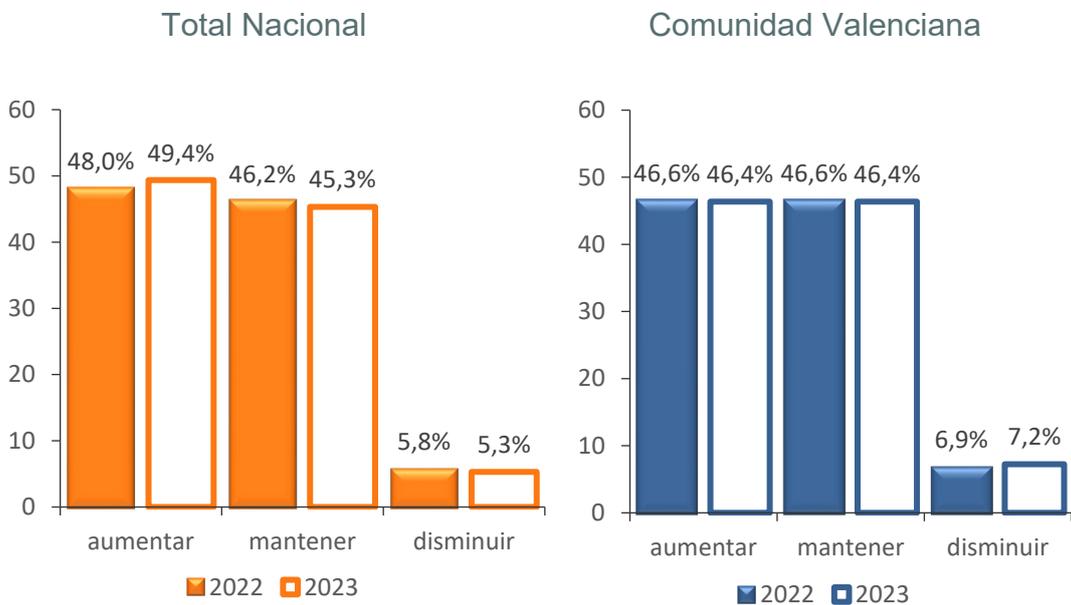


Gráfico 3.3. ¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para 2022 y 2023?



## *CAPÍTULO 4.* **DIGITALIZACIÓN**

El desarrollo y uso de tecnologías de digitalización en la pyme se recoge en este capítulo a través de la identificación del uso de tecnologías digitales, tanto básicas como avanzadas, así como de la valoración que hacen los directivos sobre una serie de factores impulsores y barreras al proceso de digitalización.

Al igual que en el capítulo anterior, la información de las empresas de la Comunidad Valenciana se compara con la equivalente para el conjunto de España.

### ***4.1. Grado de digitalización***

En este apartado se analiza el grado de digitalización de las empresas de la muestra, determinado por el equipamiento tecnológico del que disponen. La información recogida se ha estructurado sobre la base de doce

tecnologías, su nivel de adopción y su nivel de importancia (escala de Likert de 1 a 5). A su vez, estas tecnologías se han dividido en básicas y avanzadas. Así los gráficos recogen tanto los porcentajes de empresas que han implantado cada tecnología, como el grado de importancia que le dan y el porcentaje de las que la consideran “muy importante”.

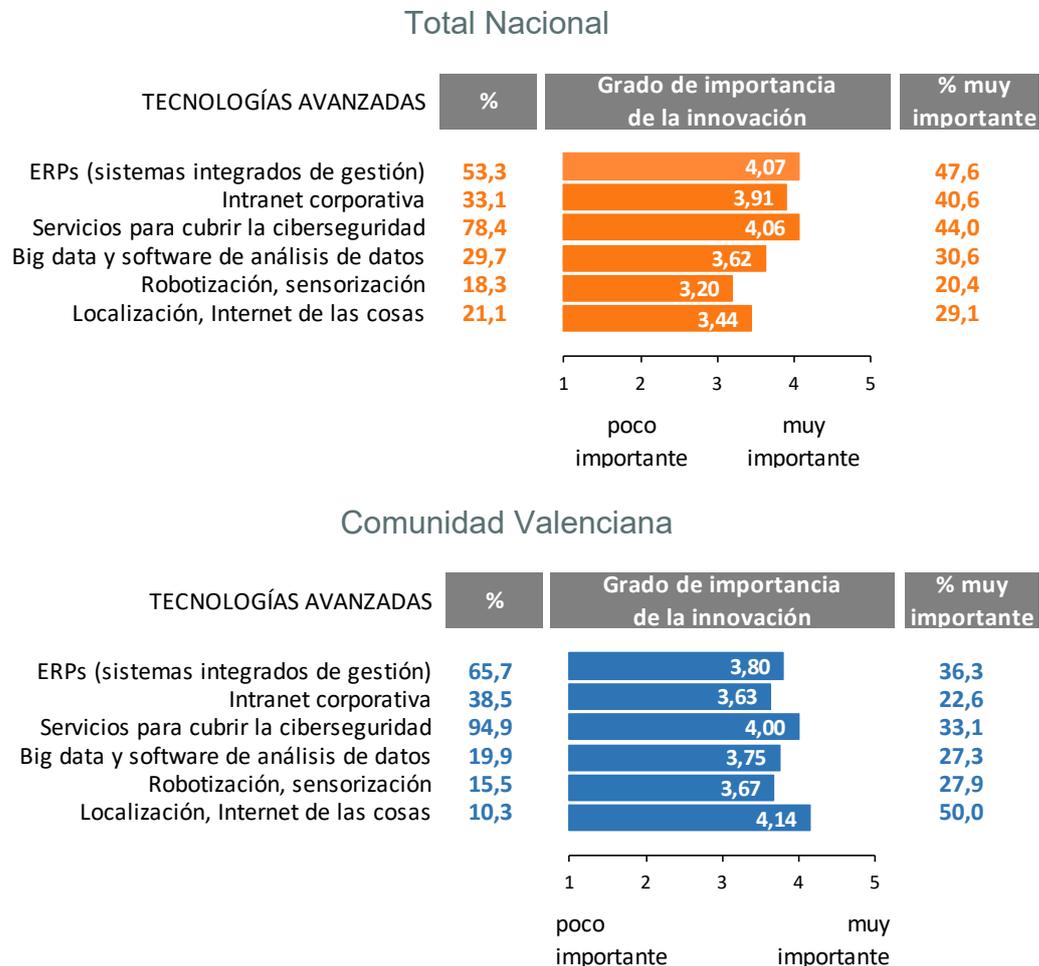
Respecto a las tecnologías básicas (gráfico 4.1), en global se aprecia un ligero mayor grado de digitalización en las pymes españolas al compararlas con las de la Comunidad Valenciana. Aun así, la práctica totalidad de las pymes de la región utiliza la banca digital (98,9% frente al 97,2% en España) y algo más del 90% disponen de web (87% en España).

En una situación intermedia se sitúa el uso de redes sociales con fines comerciales (30,8% en C. Valenciana frente a 48,7% en España) y el teletrabajo, que es incorporado por el 25% de las pymes de la Comunidad Valenciana, prácticamente la mitad de lo que lo hacen las pymes del conjunto de España (49%).

Con un grado de implantación menor se sitúan las ventas en portal propio de comercio electrónico (18,1% en C. Valenciana y 19% en España) y el comercio electrónico tipo *Marketplace* (Amazon o equivalente) (5,8% en C. Valenciana y 8,4% en España).



Gráfico 4.2. Tecnologías avanzadas que utiliza su empresa y grado de importancia



Las tecnologías más implantadas en las pymes de la región son la disposición de sistemas integrados de gestión tipo ERPs, con respecto a los que el 65,7% afirma trabajar, y el uso de servicios para cubrir la ciberseguridad de la empresa (94,9% en C. Valenciana frente a 78,4% en España).

Le sigue, en una situación intermedia la disposición de intranet corporativa (38,5% en C. Valenciana y 33,1% en España), y con un grado más bajo de implantación, tecnologías relacionadas con la industria 4.0, como el uso de *big data* y *software* de análisis de datos (19,5% en C. Valenciana y 29,7% en España), robotización o sensorización (15,5% en C. Valenciana y 18,3% en España) y elementos de localización o internet de las cosas (10,3% en C. Valenciana y 21,1% en España).

## ***4.2. Impulsores de la digitalización***

En este apartado se analizan los elementos que impulsan la digitalización de la empresa, en base a la valoración que hacen los directivos encuestados en una escala de Likert de 1 a 5 sobre una batería de cuestiones relacionadas.

El gráfico 4.3 identifica como principal impulsor de la digitalización de las pymes de la Comunidad Valenciana, el propio uso de la tecnología en la gestión organizativa (3,85) mostrando así como la experiencia de uso puede ser un impulsor al experimentar su utilidad en la gestión del día a día. Le siguen en importancia el conocimiento de sus posibilidades y ventajas (3,64) y la preparación de sus empleados (3,47) y directivos (3,43).

En España la importancia de los impulsores varía su orden, siendo el impulsor valorado en primer lugar, el conocimiento de las posibilidades y ventajas que ofrecen las tecnologías digitales (3,69).

Gráfico 4.3. Impulsores de la digitalización

**Total Nacional**



**Comunidad Valenciana**



Entre los impulsores valorados con menor importancia relativa se encontrarían la formación realizada en la empresa para transformarla

digitalmente, quizás por tratarse más de una necesidad consecuencia del proceso de digitalización, y la conexión con el modelo de negocio y su adaptación al entorno digital.

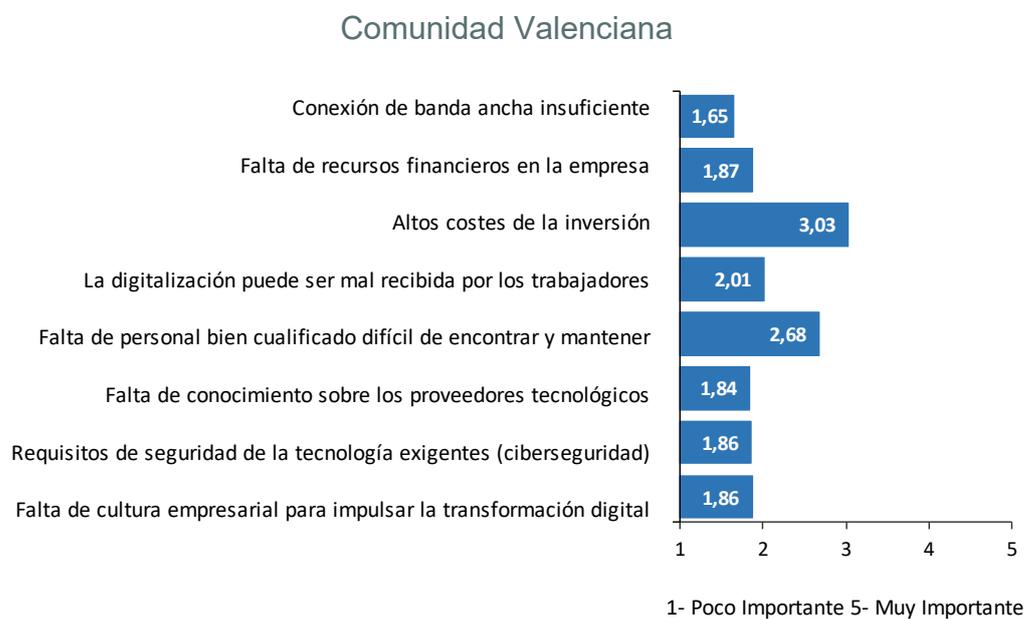
### ***4.3. Barreras a la digitalización***

Siguiendo el mismo esquema que en el apartado anterior, en esta ocasión se valoran las barreras en una escala de Likert de 1 a 5.

De la serie de barreras presentadas en el gráfico 4.4, las pymes de la Comunidad Valenciana consideran que los factores que más obstaculizan la digitalización son los altos costes de inversión (3,03) y la falta de personal cualificado (2,68). En España se ordenan en el mismo sentido.

Cabe destacar que, en la Comunidad Valenciana, las valoraciones que hacen los directivos entrevistados sobre las barreras no superan en ningún caso la puntuación media de 3, lo que pone de manifiesto que los empresarios de la región le dan una importancia relativa a estos impedimentos para el desarrollo de las tecnologías digitales en la empresa.

Gráfico 4.4. Barreras a la digitalización



## *CAPÍTULO 5.*

# *DESARROLLO SOSTENIBLE MEDIOAMBIENTAL*

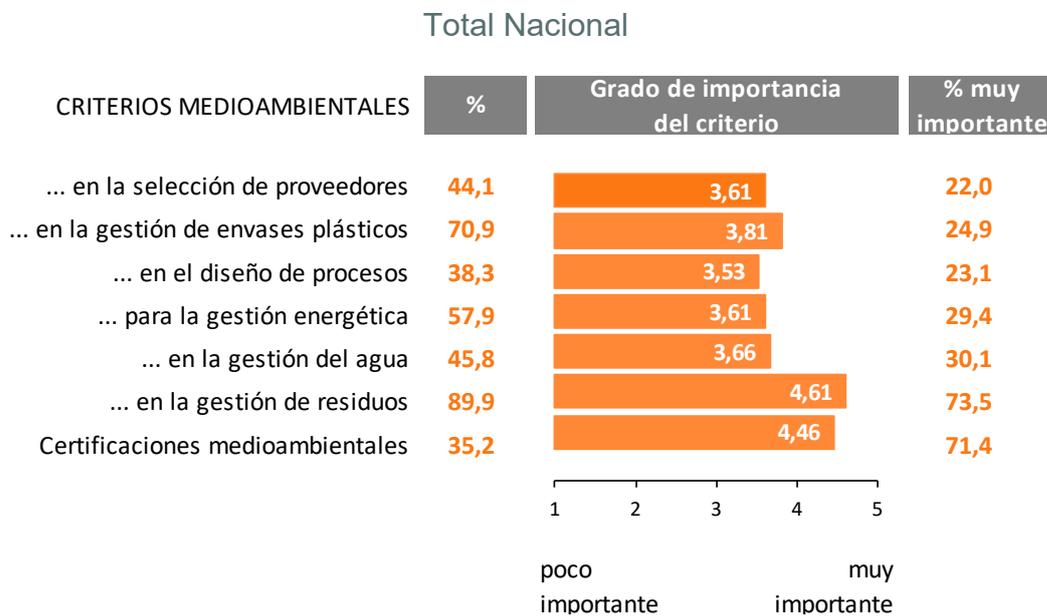
El desarrollo sostenible, en su aspecto medioambiental, se ha convertido en un factor clave para la competitividad, debido a las expectativas de la sociedad y las regulaciones gubernamentales. Para la pyme es incuestionable la necesidad de tener un comportamiento medioambiental socialmente responsable a la hora de obtener sus beneficios. Por esta razón gestionar la sostenibilidad en general, y la medioambiental en particular, se ha convertido en un verdadero reto para la pyme.

Sobre esta base, la orientación hacia la sostenibilidad se trata en este capítulo desde el punto de vista de las acciones medioambientales que la empresa desarrolla, así como de la valoración de hacen los directivos sobre los beneficios y barreras que su desarrollo presenta. Al igual que en capítulos previos, la información también se compara con la equivalente para el conjunto de España.

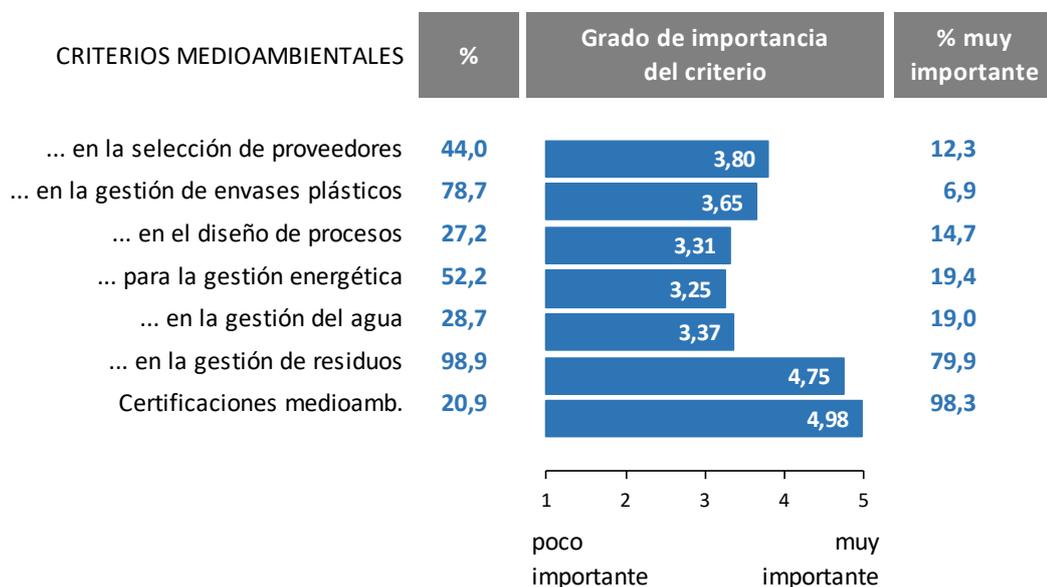
### 5.1. Desarrollo medioambiental

Para evaluar el desarrollo de las pymes se ha procedido a analizar el grado de importancia que tienen los criterios medioambientales en distintos ámbitos de la gestión de la empresa, en base a una escala Likert valorada de 1 a 5. De igual modo, se ha recogido el porcentaje de empresas que implementan estos criterios medioambientales, a fin de evaluar su grado de penetración en la empresa y, por último, se han valorado en base al porcentaje de empresas que los considera especialmente importantes. El gráfico 5.1 muestra los valores obtenidos de todo ello.

Gráfico 5.1. Criterios medioambientales



Comunidad Valenciana



Las medidas medioambientales con mayor grado de penetración en las pymes de la Comunidad Valenciana son la gestión de residuos (98,9%), la gestión de envases plásticos y derivados (78,7%) y la gestión energética (52,2%). Por el contrario, las que se identifican con un menor grado de penetración se relacionan con seguir criterios medioambientales para el diseño de procesos (27,2%) y disponer de certificaciones medioambientales (20,9%).

Paradójicamente, aun siendo las certificaciones medioambientales la herramienta menos empleada por las pymes de la Comunidad Valenciana, es a la que otorgan un mayor grado de importancia en su implantación (4,98) junto con la gestión de residuos (4,76). Llama también la atención que la gestión del agua (3,37) y la gestión energética (3,25) se valoren como

de importancia intermedia, y que el diseño de procesos siguiendo criterios medioambientales se valore como el menos importante (3,31).

Estos criterios medioambientales obtienen unas valoraciones ligeramente inferiores como media en el conjunto de España, salvo en aspectos como gestión del agua y certificaciones medioambientales.

## ***5.2. Beneficios derivados de la sostenibilidad***

En este apartado se analiza, en base a una escala de Likert de 1 a 5, la importancia que conceden las pymes a los beneficios derivados de la adopción de medidas que promuevan la sostenibilidad del negocio. El gráfico 5.2 refleja los resultados obtenidos por orden de importancia.

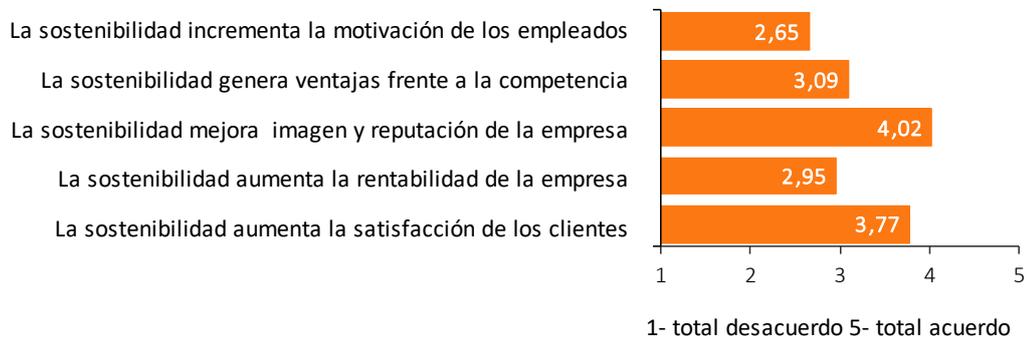
Así, el principal beneficio identificado sería la mejora de la imagen y reputación de la empresa, con una valoración de 4 sobre 5 y similar a la del conjunto de España. También con la misma valoración se encontraría en segundo lugar, el aumento de la satisfacción de los clientes (4 en C. Valenciana por 3,77 en España) y en tercer lugar se sitúa la generación de ventajas frente a la competencia (3,24 en C. Valenciana frente a 3,09 en España).

Sin embargo, los resultados también muestran que para las pymes no está tan claro que la adopción de políticas de sostenibilidad del negocio aumente la rentabilidad de la empresa (3,09 en C. Valenciana y 2,95 en

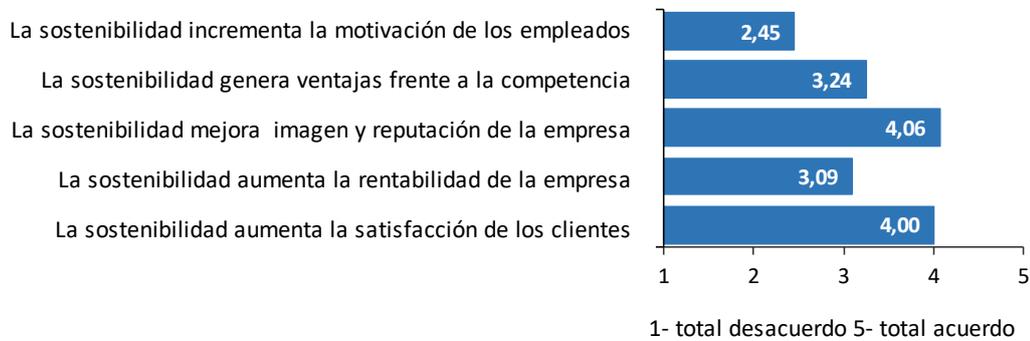
España), ni que la sostenibilidad pueda motivar a los empleados (2,45 en C. Valenciana por 2,65 en España).

Gráfico 5.2. Beneficios de la sostenibilidad

**Total Nacional**



**Comunidad Valenciana**



### ***5.3. Barreras a la sostenibilidad***

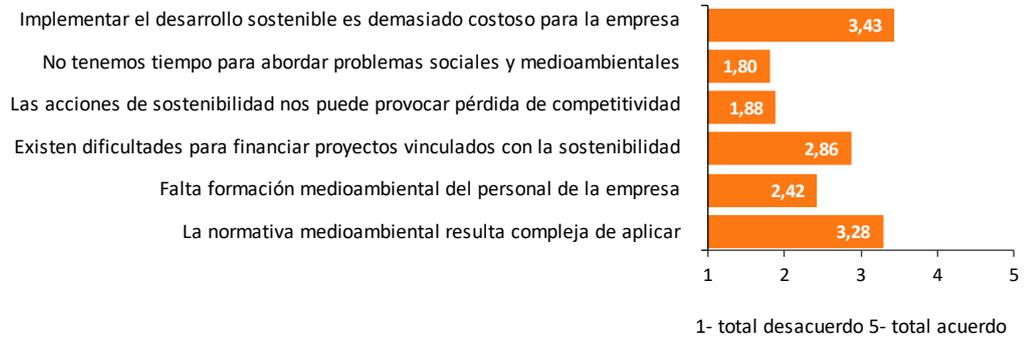
Complementariamente al apartado anterior, a continuación se analizan las posibles barreras con las que se encuentran las pymes para implementar medidas de sostenibilidad en sus modelos de negocio (gráfico 5.3.).

Los resultados señalan que las principales barreras que encuentran las pymes de la Comunidad Valenciana son los costes asociados con la sostenibilidad (valoración de 3,65 por 3,43 en España) y el hecho de que la normativa medioambiental sea compleja en su aplicación (3,55 en C. Valenciana por 3,28 en España).

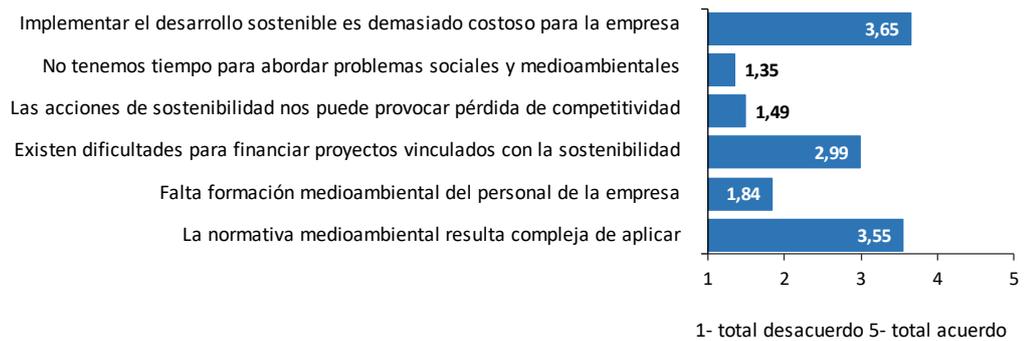
Por el contrario, no se considera especialmente problemático conseguir la financiación para el desarrollo de políticas sostenibles (2,99), ni la falta de formación del personal (1,84). Además, tampoco se considera que la adopción de políticas sostenibles pueda afectar negativamente a la competitividad (1,49 en C. Valenciana y 1,88 en España) ni que la falta de tiempo necesario para su desarrollo sea un obstáculo que impida su desarrollo (1,35 en C. Valenciana y 1,80 en España).

Gráfico 5.3. Barreras a la sostenibilidad

### Total Nacional



### Comunidad Valenciana





## *CAPÍTULO 6.*

# *ACTIVIDAD INNOVADORA*

En este capítulo se analiza la actividad innovadora de la pyme como factor clave para su competitividad. Para ello, se distingue entre innovación de productos, de procesos y de gestión.

En la innovación de productos y de 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.

En lo relativo a la innovación en gestión se incluyen: (1) cambios en sistemas de dirección y gestión; (2) compras y aprovisionamientos y (3) comercial/ventas.

Sobre esta base, el gráfico 6.1 recoge la información sobre porcentaje de empresas que han realizado dichas innovaciones, cuál ha sido su importancia para la empresa (medido con una escala Likert de 1 a 5), y el porcentaje de empresas que la consideran como “muy importante”. Adicionalmente, se recoge el grado de importancia de las innovaciones.

En cuanto a la **innovación en productos** podemos apreciar que el 52% de las pymes en la Comunidad Valenciana realizaron cambios o mejoras en productos/servicios con un grado de relevancia de 3,76, frente al 61,2% a nivel nacional y una relevancia similar. Por otro lado, el 48% de las pymes de la Comunidad afirman haber comercializado nuevos productos o servicios, un dato similar al equivalente para España, y con un grado de importancia de 3,57 frente a un 3,76 de media en España.

La actividad desarrollada en **innovación en procesos** se centra principalmente en la adquisición de bienes y equipos (71,1%) mientras que la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción alcanza a un 22,5% de las pymes de la Comunidad Valenciana. Si analizamos la relevancia de estas innovaciones entre las empresas que han realizado la actividad, los datos muestran que las innovaciones instrumentadas a través de adquirir nuevos bienes de equipo (3,50) han sido más importantes que las relativas a cambios o mejoras (2,77). La situación en España es similar en cuanto a la adquisición de equipos, pero en cambio el porcentaje de innovación relacionado con cambios y mejoras de procesos es significativamente más alto (41,1%).

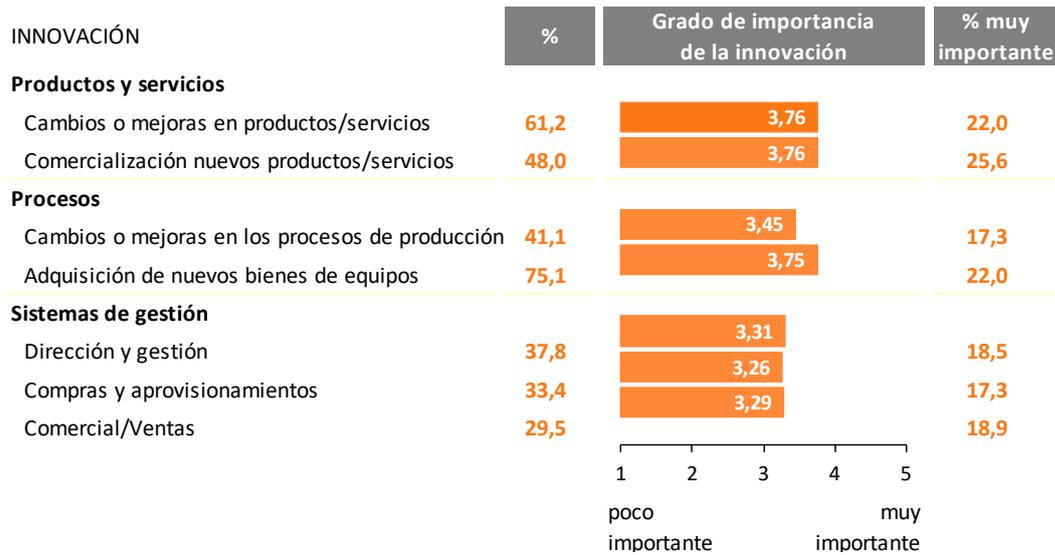
La **innovación en gestión** tiene un desarrollo menor. El 19,9% (37,8% en España) de las empresas han realizado cambios en la organización relativos a mejoras en la dirección y gestión, el 14,5% (33,4% en España) en la sección de compras y el 11,2% (28,5% en España) en el departamento comercial o de ventas. El grado de importancia de estas innovaciones de gestión es similar en los tres aspectos.

Por otra parte, y también en el gráfico 6.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que valoran sus innovaciones como “muy importantes” (han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Analizando estos porcentajes se observa que, en la Comunidad Valenciana, el 6,9% de las pymes han realizado cambios o mejoras muy relevantes en sus productos o servicios y el 8,7% han comercializado de forma destacable nuevos productos o servicios. Estos últimos porcentajes son inferiores al resultado nacional (22% y el 25,6%, respectivamente).

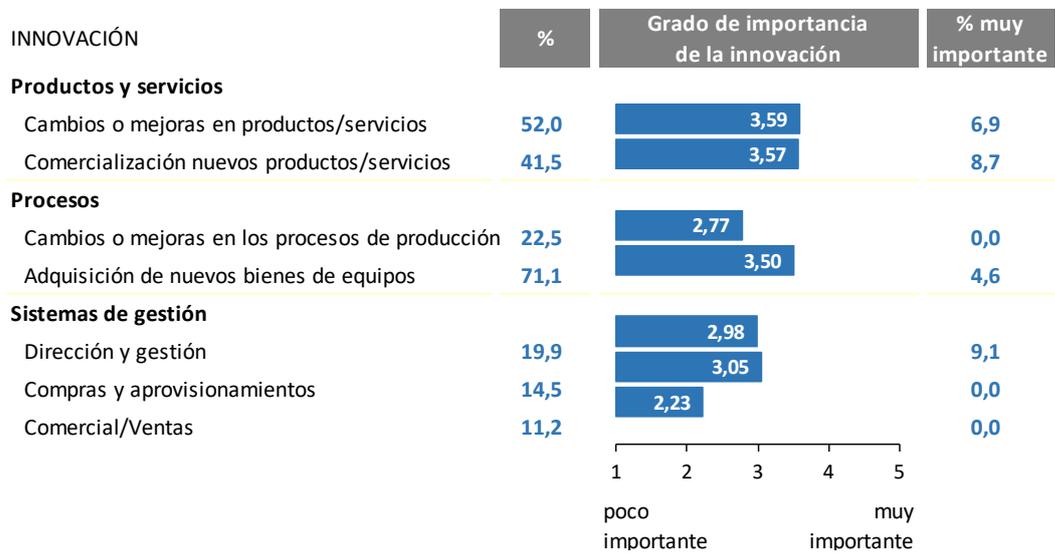
Las diferencias con la media del conjunto de España también se aprecian en la innovación en procesos. Así, el 4,6% ha realizado importantes adquisiciones de nuevos bienes de equipo, frente al 22% a nivel nacional.

Gráfico 6.1. Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia

Total Nacional



Comunidad Valenciana



## *CAPÍTULO 7.* *INDICADORES DE* *RENDIMIENTO*

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa: las que utilizan como información los datos extraídos de la contabilidad de la compañía, o las que lo hacen a partir de la percepción de la dirección de la empresa respecto de su posición competitiva. La utilización de un tipo de información u otro tiene ventajas e inconvenientes y ambas pueden ser complementarias.

Este capítulo se basa en el segundo tipo, porque en un entorno como el que nos encontramos, caracterizado por la incertidumbre y la rapidez de los acontecimientos, consideramos relevante complementar la información ya existente, que puede recogerse de los sistemas contables y que recoge eventos pasados, con este otro tipo de información basada en

percepciones de la dirección y que puede contribuir a proyectar una visión más adaptada a las circunstancias.

De forma específica, se han utilizado ocho variables para medir el rendimiento empresarial<sup>2</sup>. A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (1- “total desacuerdo”, 5- “total acuerdo”) con una batería de afirmaciones en la que se les pide que se comparen con sus competidores principales: si ofrece productos de mayor calidad, dispone de procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, se adapta antes a los cambios en el mercado, está creciendo más, es más rentable, tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente, si tiene menor absentismo laboral.

En el gráfico 7.1 se observa que los tres aspectos que las pymes de la Comunidad Valenciana consideran que les han sido más favorables son: el aumento de la satisfacción de sus clientes (4,30); el grado de absentismo laboral (3,99); y la calidad de sus productos (3,87). Todos ellos con una valoración muy similar a nivel nacional.

Por el contrario, los aspectos que perciben como menos favorables en relación a sus competidores más directos han sido: la rentabilidad de la empresa (3,14) y el crecimiento de la facturación de la empresa (3,18). En

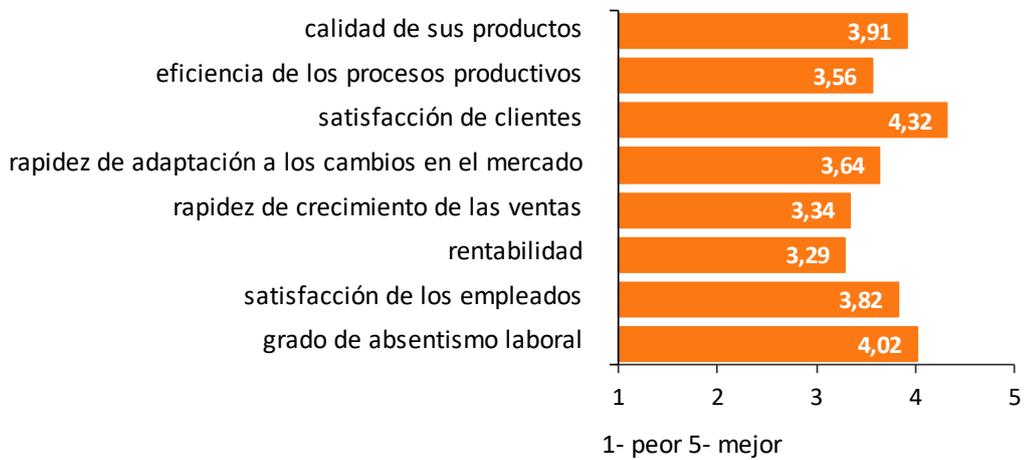
---

<sup>2</sup> Basadas en el trabajo de Quinn y Rohrbaugh, titulado “A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis” publicado en 1983 en la revista *Management Science*, 29(3), pag. 363-377

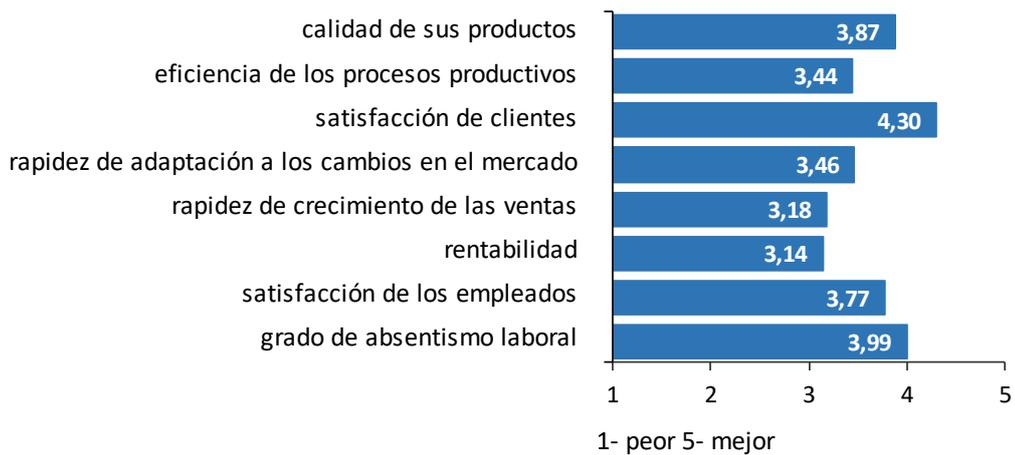
estos casos, la valoración media nacional es similar pero ligeramente más positiva.

Gráfico 7.1. En comparación con sus competidores directos, indique cual es la posición de su empresa con los siguientes indicadores de rendimiento

Total Nacional



Comunidad Valenciana





## CAPÍTULO 8. VALORACIÓN FINAL

Este nuevo Informe de la Pyme de la Comunidad Valenciana nos ha permitido conocer y analizar la situación de las pequeñas y medianas empresas en la Comunidad en diversos ámbitos de interés, relativos a expectativas de crecimiento en base a ventas y empleo, digitalización, sostenibilidad, innovación y percepción de posición competitiva. Se trata de una foto de situación relativa al segundo trimestre de 2022.

A modo de síntesis, en primer lugar, en lo relativo a las **características generales de las pymes que han participado en el estudio**, cabe citar que su antigüedad promedio es de unos 31 años; la mayoría son empresas familiares (77,3%), y su dirección general está en manos de mujeres en uno de cada seis casos (16,2%).

Respecto a las **expectativas sobre el empleo**, un 73,3%, prevén que el mercado laboral se mantendrá sin cambios en el año 2022 respecto a 2021.

No obstante, el saldo entre los que consideran que las contrataciones aumentarán (20,6% del total) y los que piensan que disminuirán (6,1%), denominado saldo de expectativas, es de 14,5 puntos. Un saldo de expectativas de contrataciones positivo que, junto a una mayoría de empresas que opta por una situación de mantenimiento del empleo en 2022, apunta a una previsión de ligero crecimiento, según las expectativas que los entrevistados tenían en el momento de la encuesta (segundo trimestre de 2022).

Las **expectativas respecto a la evolución de las ventas** para los ejercicios 2022 y 2023 también ofrece un panorama positivo. De cara a fin de 2022, para un 46,6% la expectativa es de crecimiento, mientras que otro 46% se pronuncia por una previsión de estabilidad. Para 2023 la previsión se mantiene similar.

En cualquier caso, habrá que ver cómo se ven afectados estos datos de expectativas y ventas en función de la evolución del entorno internacional y la guerra de Ucrania, los costes energéticos y la inflación, que en el momento actual suponen una difícil coyuntura que marcará la evolución de estos datos a futuro.

En cuanto al uso que se hace de las **tecnologías digitales**, no sorprende el hecho de que prácticamente la totalidad de las pymes dispongan de web propia (90%) y usen la banca digital (98,9%). Sin embargo, únicamente el 30,8% aprovechan las redes sociales con fines comerciales, un dato que es inferior a la media nacional y que unido a que al comercio electrónico le

cuesta introducirse (5,8% frente al 8,4% de media en España) implica un ámbito de desarrollo a futuro muy necesario.

También el uso de tecnologías más relacionadas con **industria 4.0**, como big data (19,5%), robotización y sensorización (15,5%) e internet de las cosas (10,3%) es inferior a la media nacional.

Estos datos hacen que cobre relevancia el análisis de los **impulsores y barreras al desarrollo de las tecnologías digitales**. Entre los impulsores destaca el conocer las posibilidades y ventajas de la tecnología (con una valoración de 3,65 sobre 5), y sobre todo, la propia experiencia de uso (3,84), mostrando así como la práctica puede ser un impulsor al experimentar su utilidad en la gestión del día a día. Las barreras se relacionan básicamente con la falta de recursos: costes de inversión (3,03) y falta de personal cualificado (2,68).

Las **medidas medioambientales** que más habitualmente ponen en práctica las pymes de la Comunidad Valenciana son la gestión de residuos (98,9%), la gestión de envases plásticos y derivados (78,7%) y la gestión energética (52,2%), y las que menos, se relacionan con seguir criterios medioambientales en el diseño de procesos internos (27,2%) y con la obtención de certificaciones medioambientales tipo ISO 14001 o EMAS (20,9%). Sin embargo, es a las certificaciones medioambientales a la que las pymes otorgan un mayor grado de importancia en su implantación (4,98 sobre 5) junto con la gestión de residuos (4,76) y el diseño de

procesos internos con criterios medioambientales (3,31), tres pilares fundamentales para la gestión de la sostenibilidad en la empresa.

Las **barreras** para implementar estas medidas se encuentran en los costes asociados y la complejidad de la aplicación de la normativa medioambiental, con una valoración de 3,65 y 3,55 sobre 5 respectivamente.

En cuanto a los **beneficios de la orientación hacia la sostenibilidad**, las pymes de la Comunidad los relacionan principalmente con la mejora de la imagen y reputación de la empresa, y con el aumento de la satisfacción de los clientes, ambas con una valoración de 4 sobre 5, mientras que ya en tercer lugar se situaría la generación de ventajas frente a la competencia (3,24).

La **innovación** de las pymes en la Comunidad Valenciana se centra en la adquisición de nuevas tecnologías y equipos (71,1%), la realización de cambios o mejoras en productos/servicios (52%) y en comercialización nuevos productos o servicios (48%), unos datos que son similares a la media nacional. En menor medida se encuentra la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción, que alcanza al 22,5%.

Adicionalmente se les pidió a las pymes entrevistadas que valoraran su **posición competitiva** en comparación con sus competidores directos, en una escala de 1 a 5. Los tres aspectos en los que las pymes de la Comunidad consideran que tiene una posición competitiva más fuerte son: la

satisfacción de sus clientes (4,30); el grado de absentismo laboral (3,99); y la calidad de sus productos (3,87). Por el contrario, los aspectos en los que creen que tiene una posición competitiva más débil serían: la rentabilidad de su empresa (3,14) y la evolución de la facturación (3,18).

Con todo, el presente informe refleja una situación de la Pyme de la Comunidad Valenciana que, en general, no difiere en mucho de las características, expectativas y necesidades de las pymes del resto de España, con las lógicas diferencias territoriales y de tipología empresarial.

Los datos aportados y su análisis de detalle, contribuyen a conocer mejor la situación de la pyme en relación a los aspectos abordados en el Informe, e invitan a la reflexión para facilitar políticas y estrategias que contribuyan a potenciar el ecosistema en el que las pymes de la Comunidad Valenciana se desenvuelven.



## *Estructura de la muestra*

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, ha sido necesario definir los criterios de estratificación en función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo.

Los criterios para la estratificación del estudio se correlacionan con las variables objeto de análisis y se fijaron en los siguientes estratos: sector (Industria, Construcción, Comercio y Servicios) y tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas).

Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta telefónica y una plataforma online.

La muestra finalmente obtenida fue de 1.044 pymes españolas y 277 pymes de la Comunidad Valenciana. Su tamaño oscila entre 6 y 249 trabajadores

pertenecientes a industria, construcción, comercio y servicios (excluye los financieros, educativos, sanitarios y administración pública). Adicionalmente, se determina un error muestral global de 3,0 puntos con un nivel de confianza del 95% para la muestra nacional, y un error muestral de 5,5 puntos para la regional. Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtienen del Directorio Central de Empresas editado por el Instituto Nacional de Estadística (DIRCE 2021).

Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a la dirección de las pymes, para recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas.

El cuestionario se ha estructurado en dos bloques. En el primero, se pregunta a las personas encuestadas sobre los rasgos generales de sus empresas, como el sector de actividad, la ubicación geográfica, el número de empleados, el sexo del gerente, el control familiar de la empresa, y las expectativas de crecimiento de empleo y ventas. En el segundo bloque se recoge información sobre el grado de desarrollo de la digitalización (estrategias y barreras a la hora de desarrollar la digitalización); la percepción del empresario sobre el desarrollo sostenible (beneficios derivados de la sostenibilidad y barreras u obstáculos para conseguir la sostenibilidad del negocio) y, finalmente, indicadores de la actividad innovadora y del rendimiento de la pyme.

## *Índice de Ilustraciones*

Cuadro 2.1 Distribución de pymes en el estudio .....	12
Gráfico 2.1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? .....	12
Gráfico 2.2. Una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa.....	14
Gráfico 2.3. Género de la persona que ocupa la dirección general.....	14
Gráfico 3.1. Evolución de empleo durante los años 2020 y 2021.....	17
Gráfico 3.2. Comparación ventas 2021 con relación a 2020 .....	20
Gráfico 3.3. Expectativas de ventas de su empresa para 2022 y 2023.....	20
Gráfico 4.1. Tecnologías básicas que utiliza la empresa y grado de importancia..	23
Gráfico 4.2. Tecnologías avanzadas de su empresa y grado de importancia.....	24
Gráfico 4.3. Impulsores de la digitalización .....	26
Gráfico 4.4. Barreras a la digitalización.....	28
Gráfico 5.1. Criterios medioambientales .....	30
Gráfico 5.2. Beneficios de la sostenibilidad.....	33
Gráfico 5.3. Barreras a la sostenibilidad .....	35
Gráfico 6.1. Innovación en productos, procesos o gestión .....	40
Gráfico 7.1. Indicadores de rendimiento en relación con competidores directos .	43



# DIGITALIZACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PYME DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

FAEDPYME ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pyme que facilita compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa aplicados a las pymes. En España la red está compuesta por las universidades de Cantabria, Castilla-La Mancha, Complutense de Madrid, Alcalá, Granada, Extremadura, Málaga, Miguel Hernández, Murcia, Las Palmas de Gran Canaria, Politécnica de Cartagena, Salamanca, Sevilla e Internacional de La Rioja.

La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la Universidad, la empresa y la Administración, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento. El Informe de la Pyme Comunidad Valenciana 2022, ha sido realizado por el grupo de investigación ProCrea de la Universidad Miguel Hernández de Elche, integrante de la Red FAEDPYME.

El presente informe ofrece información sobre las expectativas de las pymes en relación a la evolución del empleo y las ventas, y valora la situación la digitalización y el desarrollo sostenible en la pyme. También ofrece información sobre el grado de desarrollo de actividades innovadoras y sobre indicadores de percepción relacionados con el rendimiento empresarial.

