

La pyme en Canarias: claves estratégicas

Coordinación:

Vanessa Yanes Estévez

Ricardo J. Díaz Armas

Equipo de investigadores:

Ana María García Pérez

Juan Ramón Oreja Rodríguez

Francisco J. García Rodríguez

M^a Katiuska Cabrera Suárez

Josefa D. Martín Santana

Rosa María Batista Canino

Esther Hormiga Pérez

Margarita Calvo Aizpuru

Zenona González Aponcio

José Luis Ballesteros Rodríguez

Nieves Lidia Díaz Díaz

Petra de Saá Pérez

Manuel Rodríguez Díaz

Isabel Montero Muradas

Inmaculada Aguiar Díaz

María Victoria Ruiz Mallorquí

Domingo Javier Santana Martín

Alicia Correa Rodríguez

Miguel Acosta Molina

F Y D E



**FUNDACION FORMACION
Y DESARROLLO EMPRESARIAL**



Gobierno de Canarias

Consejería de Economía
y Hacienda

Dirección General
de Promoción Económica

© 2010 Fundación FYDE-CajaCanarias (Edición)

© 2010 Los autores

Prohibida la reproducción total o parcial de este libro ni su incorporación a sistema informático alguno, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio sin el permiso escrito de los autores.

Edita:

Fundación FYDE-CajaCanarias

Avda. Reyes Católicos, 31. 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Tfno.: 922 22 78 35

Fax: 922 22 77 18

e-mail: administracion@fyde-cajacanarias.es

<http://www.FYDE-CajaCanarias.es>

ISBN: 978-84-692-6537-6

Depósito Legal: TF-187/2010

Fotomecánica e impresión:

Litografía Gráficas Sabater, S.L.

PRESENTACIÓN

Las pymes juegan un papel fundamental en la economía canaria, puesto que son la principal fuente de riqueza, tienen un importante potencial de creación de empleo y cumplen una función de integración de las categorías menos favorecidas en el mercado de trabajo. Además, cuantitativamente, el 89% de las empresas en el Archipiélago son microempresas, con menos de diez trabajadores, de las que un alto porcentaje son de carácter familiar.

En este sentido, es de vital importancia apoyar a las pymes para lograr su consolidación, a través de actuaciones que impulsen su adaptación a la economía globalizada, a su internacionalización, a la implementación de procesos innovadores, a la incorporación de nuevas tecnologías, así como el acceso a la formación continua de los gestores y empleados de las mismas.

Lograr estos objetivos podría atenuar el problema de la alta mortalidad de estas pequeñas y medianas empresas en nuestra región, y reforzaría un aumento de la eficacia y eficiencia en todos los ámbitos en los que éstas se desarrollan.

Para poder afrontar esta problemática, a la que además se une la difícil situación económica actual, debemos conocer primero qué tipo de empresas se crean en Canarias, en qué sectores operan, cuáles son las necesidades y las fortalezas a potenciar en las mismas.

Es en este contexto que la Fundación FYDE-CajaCanarias, en colaboración con la Consejería de Economía y Hacienda, publica este libro: *“La pyme en Canarias: claves estratégicas”*, con el fin de ofrecer una radiografía de la situación actual de las pymes, definiendo sus fortalezas y debilidades y dando a conocer cuáles son las claves que propiciarían su mejora de competitividad en el mercado.

Las nuevas tecnologías de la información, la responsabilidad social corporativa, la formación continua, las estrategias de comunicación, o el nivel de endeudamiento de las pymes canarias, son algunas de las cuestiones que diecinueve investigadores incluyen en este exhaustivo y metódico trabajo de investigación.

El mensaje inherente de esta publicación es que una de las claves estratégicas para la creación y el mantenimiento de las pequeñas y medianas empresas es la capacidad que éstas tengan de afrontar un mercado global, donde la internacionalización es cada vez más necesaria y en la que las tecnologías de la información juegan un papel facilitador de este proceso.

Trabajos de investigación como el que ahora se presenta tienen el valor indiscutible de ofrecernos información precisa que permitirá a los gestores de las pymes, por un lado, y a las instituciones públicas y privadas comprometidas con su crecimiento, por otro, aplicar medidas adecuadas a la realidad de las mismas.

Álvaro Arvelo Hernández
Presidente Fundación FYDE-CajaCanarias

PRESENTACIÓN

Las pymes aportan un importante valor en la economía canaria, teniendo una especial relevancia las microempresas, que representan el noventa y cinco por ciento del tejido empresarial de las Islas. Es por ello que desde las instituciones, públicas y privadas, no podemos permanecer ajenos a la necesidad de un profundo conocimiento de la realidad de estas empresas, que nos permita desarrollar medidas de apoyo eficaces para su desarrollo.

Resultado de este compromiso es el libro *La pyme en Canarias: claves estratégicas*, que recoge el trabajo de diecinueve investigadores, desglosado en diez estudios, en el que se realiza un importante análisis de los factores que son claves para el éxito y de los obstáculos a los que se enfrentan los empresarios.

Se trata de una investigación promovida conjuntamente por la Fundación FYDE-CajaCanarias y la Consejería de Economía y Hacienda, en el marco de colaboración que venimos desarrollando desde hace muchos años, en nuestro afán de estudiar el tejido empresarial y el mercado laboral de Canarias, con el fin de conocer mejor, si es posible, la realidad económico-social canaria.

Estos diez trabajos analizan, desde el posicionamiento estratégico de las pymes hasta el grado de responsabilidad social corporativa de las mismas, pasando por las claves del éxito de algunas empresas, así como la necesidad de implementar nuevas tecnologías para una mejor adaptación al mercado, o la formación continua.

Este detallado estudio sobre las pymes canarias trata también de la crisis del mercado, que afecta más, si cabe, al pequeño empresario, que corre el riesgo de afrontar un endeudamiento que puede “estrangular” su negocio, una situación examinada por varios de los investigadores de este trabajo que estudian las oportunidades y amenazas de las pequeñas y medianas empresas en el momento actual.

Para las Administraciones Públicas el reto ahora es estar a la altura de las demandas reales del pequeño y mediano empresario porque la idiosincrasia de sus negocios obliga a una consideración diferenciada pero, sobre todo,

porque el sistema empresarial, productivo y laboral de las Islas está en manos de las pymes, y de ellas depende gran parte de la economía y del empleo canario.

Quisiera transmitir mi más sincera felicitación a los autores de estos estudios y mi agradecimiento al trabajo que la Fundación FYDE-CajaCanarias está llevando a cabo en la promoción de estas investigaciones, labor que venimos apoyando desde la Consejería de Economía y Hacienda, y que gracias a ella podemos conocer mejor cómo funcionan nuestras empresas y actuar más eficazmente ante sus requerimientos.

Jose Manuel Soria López
Vicepresidente y Consejero de Economía y Hacienda
del Gobierno de Canarias

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	11
<i>Vanessa Yanes Estévez</i>	
<i>Ricardo J. Díaz Armas</i>	
CAPÍTULO I: EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS PYMES EN CANARIAS	19
<i>Ana María García Pérez</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
<i>Vanessa Yanes Estévez</i>	
I.1. Introducción	21
I.2. Marco teórico	23
I.3. Diseño de la investigación.....	26
I.3.1. Obtención de la información.....	26
I.3.2. Planteamiento metodológico: El modelo de Rasch (1960/1980)	28
I.3.3. Escalas de medición: diseño y calibración.....	28
I.4. Resultados.....	35
I.4.1. Análisis de la tipología de Lavie y Fiegenbaum (2000, 2003)	35
I.4.2. Análisis de las elecciones estratégicas según la tipología de Miles y Snow (1978).....	38
I.5. Conclusiones y futuras líneas de investigación	40
Bibliografía	42
CAPÍTULO II: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA COMO PRIORITY ESTRATÉGICA EN LA PYME CANARIA.....	47
<i>Francisco J. García Rodríguez</i>	
II.1. Introducción	49
II.2. Antecedentes teóricos	50
II.2.1. El concepto de Responsabilidad Social Corporativa	50
II.2.2. Dimensiones de la RSC	53
II.3. Objetivos de la investigación	55
II.4. Metodología	55
II.5. Resultados.....	57
II.5.1. Segmentación de las empresas según la prioridad estratégica de la RSC.....	57
II.5.2. Principales motivaciones empresariales hacia la RSC	59
II.5.3. Visión y perfil estratégico de la pyme canaria desde la perspectiva de la RSC	60
II.5.4. Percepción del protagonismo empresarial ante las problemáticas sociales	64
II.6. Conclusiones e implicaciones	65
Bibliografía	66

**CAPÍTULO III: ASPECTOS ESTRATÉGICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA
PEQUEÑA EMPRESA FAMILIAR69**

M^a Katuska Cabrera Suárez

Josefa D. Martín Santana

III.1. Introducción.....	71
III.2. La planificación y la profesionalización como claves para el éxito sucesorio	72
III.3. Metodología de la investigación	74
III.4. Análisis de resultados y discusión.....	77
III.4.1. Grado de desarrollo y planificación del proceso sucesorio	77
III.4.2. Contexto empresarial.....	80
III.5. Conclusiones y recomendaciones.....	85
Bibliografía	87

**CAPÍTULO IV: EL ÉXITO DE LAS NUEVAS INICIATIVAS EMPRESARIALES
DESDE LA PERSPECTIVA DEL EMPRESARIO CANARIO91**

Rosa María Batista Canino

Esther Hormiga Pérez

IV.1. Introducción	93
IV.2. Revisión de la literatura	94
IV.3. Objetivo de la investigación y metodología.....	101
IV.4. Presentación y discusión de los principales resultados.....	104
IV.5. Conclusiones	106
Bibliografía	109

**CAPÍTULO V: INFLUENCIA DE LOS SISTEMAS Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIO DE LAS
PYMES EN CANARIAS117**

Margarita Calvo Aizpuru

Zenona González Aponcio

V.1. Introducción.....	119
V.2. Sistemas y tecnologías de la información en las PYMES.....	120
V.3. Objetivo y metodología.....	122
V.4. Resultados	123
V.4.1. Tipos de SI que poseen las pymes	123
V.4.2. Gestión y outsourcing de la función del SI en las pymes.....	124
V.4.3. Uso de los sistemas y el TI en las estrategias empresariales	126
V.4.4. Efectos de los sistemas y TI sobre los resultados de las pymes	128
V.5. Conclusiones y recomendaciones.....	128
Bibliografía	129

CAPÍTULO VI: EL PAPEL DE LA FORMACIÓN EN LA CAPACIDAD INNOVADORA DE LAS PYMES CANARIAS.....135

José Luís Ballesteros Rodríguez

Petra de Saá Pérez

Nieves Lidia Díaz Díaz

VI.1. Introducción.....	137
VI.2. La formación y la innovación	138
VI.3. Metodología.....	142
VI.3.1. Determinación de la muestra	142
VI.3.2. Definición de variables.....	143
VI.4. Análisis de resultados.....	144
VI.4.1. Análisis descriptivo	144
VI.4.2. Análisis del papel de la formación en la innovación de la pyme canaria	149
VI.5. Discusión de resultados y conclusiones.....	151
Bibliografía	152

CAPÍTULO VII: LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN LA PYME CANARIA.....157

Ricardo J. Díaz Armas

VII.1. Introducción.....	159
VII.2. Revisión de la literatura.....	160
VII.2.1. Necesidades de investigación de la estrategia de comunicación de la pyme.....	160
VII.2.2. La comunicación integrada en la empresa (CIM)	161
VII.2.3. La comunicación en la pyme	165
VII.3. Objetivos e hipótesis.....	166
VII.4. Metodología.....	167
VII.4.1. Población y delimitación muestral	167
VII.4.2. Justificación y estructura de la entrevista en profundidad.....	168
VII.5. Resultados	171
VII.5.1. La gestión de audiencias.....	171
VII.5.2. Contenido de la comunicación	173
VII.5.3. Gestión de Canales	174
VII.5.4. Resultados.....	175
VII.5.5. Factores que condicionan la adopción del paradigma del CIM	176
VII.6. Conclusiones e implicaciones.....	177
Bibliografía	178

CAPÍTULO VIII: LOS NUEVOS RETOS COMPETITIVOS DE LAS PYMES MINORISTAS ANTE LA LIBERALIZACIÓN DEL MERCADO Y LA RECESIÓN ECONÓMICA181

Manuel Rodríguez Díaz

Isabel Montero Muradas

VIII.1. Introducción	183
VIII.2. Liberalización del mercado	184
VIII.3. Urbanismo comercial.....	187
VIII.4. Cambios en el comportamiento del consumidor	193

VIII.5. Conclusiones: alternativas competitivas	198
Bibliografía	201

CAPÍTULO IX: DETERMINANTES DEL ENDEUDAMIENTO DE LAS PYMES CANARIAS	203
---	-----

Inmaculada Aguiar Díaz

Nieves Lidia Díaz Díaz

María Victoria Ruiz Mallorquí

Domingo Javier Santana Martín

IX.1. Introducción.....	205
IX.2. Fundamentos teóricos e hipótesis	207
IX.2.1. Teorías sobre la estructura de capital y su aplicación a las pymes	207
IX.2.2. Determinantes del endeudamiento en las pymes. Planteamiento de hipótesis	209
IX.3. Aspectos metodológicos.....	214
IX.3.1. Muestra	214
IX.3.2. Variables	215
IX.4. Resultados	217
IX.4.1. Análisis descriptivo.....	217
IX.4.2. Resultados de los modelos	220
IX.5. Discusión de resultados y conclusiones.....	223
Bibliografía	226

CAPÍTULO X: INCIDENCIA DE LAS NOVEDADES CONTABLES Y FISCALES EN LA GESTIÓN DE LAS PYMES	231
--	-----

Alicia Correa Rodríguez

Miguel Acosta Molina

X.1. Introducción.....	233
X.2. Revisión literatura.....	234
X.2.1. Cambios en la normativa contable	234
X.2.1.1. La Reforma Contable en España	234
X.2.1.2. El Plan General de Contabilidad	236
X.2.2. Cambios en la normativa fiscal.....	240
X.2.2.1. Cambios en IRPF	241
X.2.2.2. Cambios en Impuesto de Sociedades	242
X.2.2.3. Cambios introducidos por la Ley de prevención del fraude fiscal.....	244
X.2.2.4. Cambios introducidos en el Régimen Económico y fiscal de Canarias.....	244
X.3. Objetivos	248
X.4. Metodología	248
X.5. Resultados.....	250
X.5.1. Opinión sobre los cambios contables.....	250
X.5.2. Opinión sobre los cambios en la normativa fiscal.....	253
X.6. Conclusiones	258
Bibliografía	259