



FACTORES DETERMINANTES DE LA EFICIENCIA EN LA PYME:
INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

BARÓMETRO ECONÓMICO DE LA PYME 2009



Observatorio
Económico
de la Pyme
Región de Murcia



Introducción	04
Características generales de la muestra	05
Grado de internacionalización	06
Tecnología e innovación	08
Actividad innovadora futura	11
Barreras a la innovación	12
Rendimiento, posición financiera y control de la gestión	13
Desarrollo de la innovación en productos	15
Factores determinantes de la eficiencia	17
Anexo. Características de la muestra	18

Equipo de trabajo:

Domingo García Pérez de Lema
(Dirección)

Marcos Antón Renart
Antonio Aragón Sánchez
Andrés Artal Tur
Juan Jesús Bernal García
Antonio Calvo-Flores Segura
Juan Patricio Castro Valdivia
Antonio Duréndez Gómez-Guillamón
Antonio García Sánchez
Esther Gras Gil

Ginés Hernández Cánovas
Antonia Madrid Guijarro
Pedro Martínez Solano
Carlos Martínez-Abarca Pastor
María Luz Mate Sánchez
María Moreno Moya
José Luís Munuera Alemán
Mercedes Palacios Manzano
Camino Ramón Llorens
Mario Rosique Blasco
Alicia Rubio Bañón
Gregorio Sánchez Marín
Javier Sánchez Vidal

Edita:

Universidad Politécnica de Cartagena
C/ Real nº3. 30201 Cartagena (Murcia)
www.observatoriopyme.upct.es

Diseño: www.kraser.es

Imprime: Selegráfica

D.L.: MU-2493-2009

ISBN: 978-84-96997-35-6



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. La supervivencia y éxito de la empresa 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 el objetivo permanente del crecimiento y de la 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 estrategia, la innovación tecnológica, la planificación financiera y la internacionalización son elementos clave para la competitividad de la empresa y representan un elemento determinante del crecimiento económico. La innovación y la internacionalización posibilitan que la organización pueda responder a los cambios del mercado, y de esta forma, lograr ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

El barómetro económico (con periodicidad anual) ofrece información de la estructura productiva de la Región de Murcia 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 murcianas 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 barómetro corresponde al año 2009 (el trabajo de campo se realizó durante los meses de abril a julio) y recoge información sobre:

- Características generales de la empresa.
- El grado de internacionalización de la empresa y las barreras u obstáculos a los que se enfrentan las empresas a la hora de exportar.
- El grado de innovación de la empresa (productos/servicios, procesos y sistemas de gestión), las barreras a la innovación y actividades futuras de innovación.
- Evolución del rendimiento de la empresa respecto de la competencia, situación financiera y grado de utilización de sistemas de control de gestión.
- Desarrollo de la innovación de nuevos productos/servicios.

Adicionalmente, en este barómetro se lleva a cabo un estudio sobre cuáles son los factores determinantes de la eficiencia de la Pyme.

La técnica de recogida de información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente de la empresa. **La muestra utilizada se compone de 900 empresas, no incluyendo empresas con menos de 5 trabajadores.** En el anexo se exponen las características generales de la muestra.

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. Para obtener información sectorial puede visitar la web: (www.observatoriopyme.upct.es).

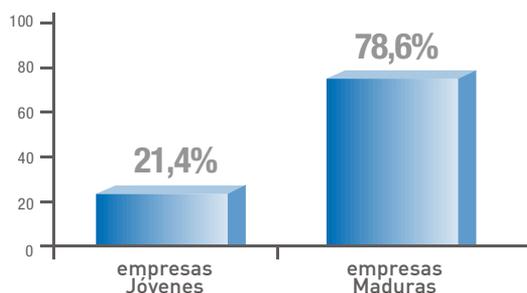


CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

Las características generales que configuran la muestra son:

- 01** Un 78,6% de las empresas tienen una antigüedad superior a 10 años.
- 02** El control de la gestión de las empresas es mayoritariamente de tipo familiar. El 70,5% de las empresas están regidas en el entorno familiar. En el caso de un grupo familiar, en el 90,1% de las empresas los puestos directivos están ocupados por miembros de la familia.
- 03** El 35,9% de las empresas de la Región están dirigidas por gerentes con estudios universitarios. La titulación más usual de estos gerentes es de Economía y Empresa (45%) y de Ingeniería (25%).
- 04** Existe una escasa presencia de departamentos propios de I+D+i en el seno de las organizaciones. El 13% de las empresas dispone de forma estructurada de este departamento.

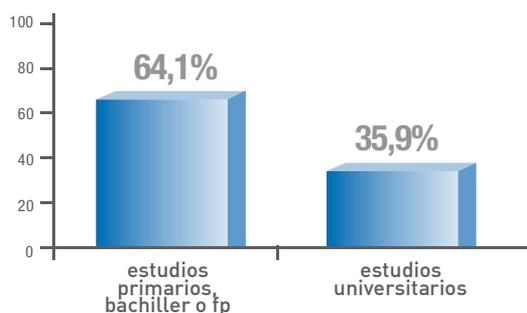
01 Antigüedad de la empresa



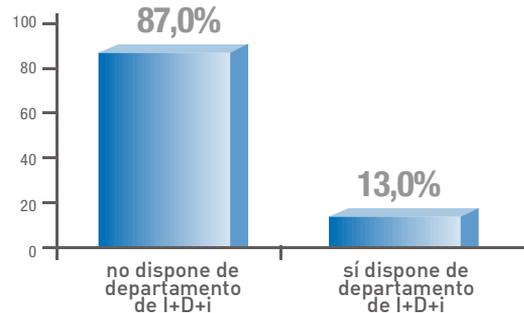
02 El control mayoritario de su empresa es familiar. En caso afirmativo los puestos de dirección, ¿están ocupados mayoritariamente por miembros de la familia?



03 Cuál es el nivel de formación del director general / gerente de su empresa



04 Dispone de Departamento de I+D+i



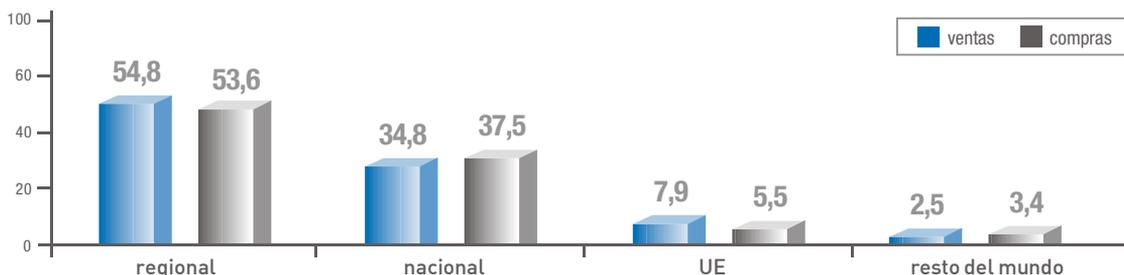
GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN

El principal destino de las ventas de las empresas murcianas es regional, el 55,2% de las ventas efectuadas en el 2008 se llevaron a cabo dentro de la región. El 34,4% fueron en el ámbito nacional, mientras que las ventas realizadas al exterior fueron del 7,8% a la Unión Europea y el 2,7% al resto del mundo. El porcentaje destinado a los mercados internacionales, por tanto, ascendió al 10,5% del total de la facturación.

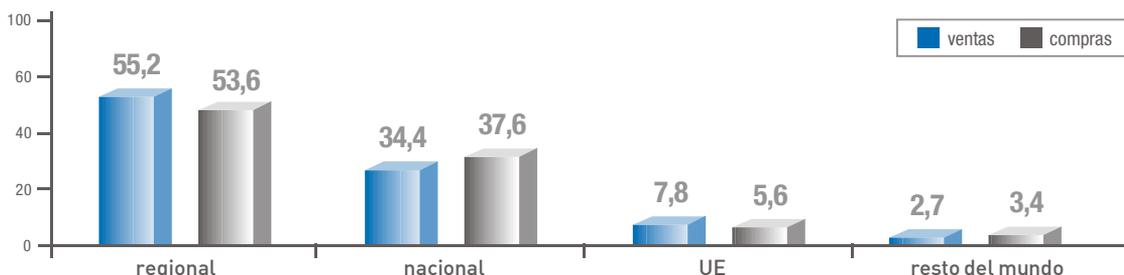
Es importante destacar que el 33,8% de las empresas encuestadas son exportadoras y tienen una experiencia media en los mercados internacionales de 12 años. De estas empresas, podemos señalar, por una parte, que la tendencia para el 2009 en cuanto al volumen de exportaciones es que el 8,4% estima que aumentará su facturación en el exterior, el 13% la mantendrá y el 12,3% la disminuirá, y por otra parte, que el 41,1% de las empresas exportadoras, tiene previsto abrir nuevos mercados internacionales a lo largo del 2009.

Los principales obstáculos que consideran las empresas a la hora de exportar son por orden de importancia: la fuerte competencia existente en los mercados internacionales, los elevados costes del transporte, la necesidad de proveer servicios y apoyo post-venta y la adaptación de sus productos al mercado exterior. De forma contraria, aspectos como, problemas para manejar los tipos de cambio, tratamiento de la documentación necesaria para la exportación, las comunicaciones y barreras en el lenguaje y culturales, se perciben como menos importantes por la empresa para emprender la actividad de internacionalización.

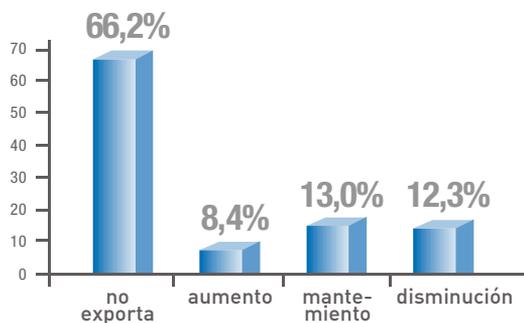
Como media para el año 2007. ¿qué % de sus ventas y compras ha efectuado en cada uno de los siguientes mercados?



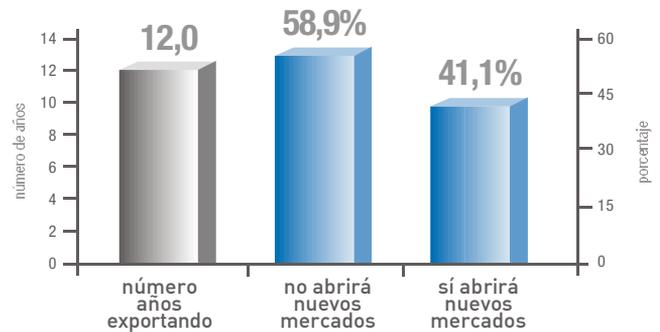
Como media para el año 2008. ¿qué % de sus ventas y compras ha efectuado en cada uno de los siguientes mercados?



Indique la tendencia prevista de su volumen de exportaciones para el 2009



Número medio de años exportando y si tiene pensado abrir nuevos mercados internacionales en este año



Señale la importancia de los siguientes aspectos para el desarrollo de la exportación en su empresa



TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



La tecnología y la innovación son elementos clave para la competitividad de la empresa. La innovación posibilita que la organización pueda responder a los cambios del mercado, y de esta forma, mantener su posición competitiva.

La innovación y la tecnología se están convirtiendo en un factor crucial para la supervivencia y rentabilidad de la empresa como consecuencia de la evolución del entorno competitivo por lo que es importante establecer mecanismos para que las empresas potencien la innovación en el producto, en los procesos productivos y la gestión. Estos factores pueden contribuir de modo importante a la competitividad de la empresa.

El concepto de innovación es amplio. Según su naturaleza la innovación incluye, además de innovación tecnológica, la innovación en métodos de gestión. La innovación tecnológica se refiere a los cambios introducidos por la empresa en la tipología de los productos o servicios y en los procesos de producción. La innovación en productos se materializa en la comercialización de un nuevo artículo o en la mejora de otro ya existente, y la innovación en procesos dota a las empresas de nuevos bienes de equipo o de nuevos procesos de producción. Esta clase de innovación tenderá a incrementar la productividad de la empresa y a reducir sus costes. La innovación en métodos de gestión recoge el conjunto de novedades y cambios introducidos en la estructura organizativa de la empresa: comercialización, financiación, organización, etc.

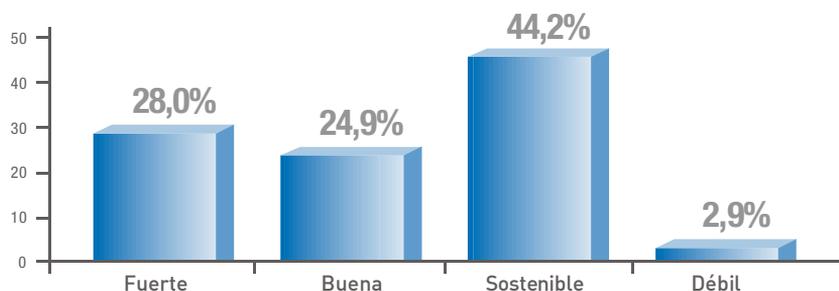
El 28% de las empresas de la región califican su posición tecnológica de fuerte (realizan un desarrollo interno de la tecnología que utiliza); el 24,9% tienen una tecnología buena (la tecnología es adquirida y su uso les posiciona por delante de la competencia); el 44,2% de las empresas dispone de una tecnología sostenible (utilizan tecnologías idénticas a las de la mayoría de las empresas del sector y sólo se realizan nuevas inversiones cuando se observa que la competencia obtiene buenos resultados); y el 2,9% tiene una tecnología débil (los principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna).

La empresa murciana, aunque reduce el grado de importancia de sus innovaciones como consecuencia de la crisis económica y financiera, sigue manteniendo una actitud claramente innovadora. El 70,7% de las empresas encuestadas ha realizado al menos una acción innovadora en el seno de su organización.

Si analizamos con más detalle el tipo de innovación que han llevado a cabo podemos observar que el 46,8% de las empresas han introducido cambios o mejoras en sus productos o servicios, y el 37,3% han comercializado nuevos productos o servicios. El 45,4% ha realizado cambios o mejoras en los procesos de producción, y el 46,8% han adquirido nuevos bienes de equipo. Respecto a la innovación en gestión se aprecia como el 26,9% han innovado en sistemas de dirección y gestión, el 25% han innovado en sus sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos, y el 28,1% ha innovado en el área comercial y de ventas.

Las acciones más habituales que las empresas han realizado a lo largo del 2009 respecto a su actividad tecnológica o de innovación han sido: introducción de nueva maquinaria o equipos productivos (52,7% de las empresas), colaboración tecnológica con clientes y/o proveedores (37,9% de las empresas), evaluación de tecnologías alternativas para la empresa (33,2%). Mientras que actividades como el desarrollo de un plan de actividades de innovación lo realiza el 29,1% de las empresas, la incorporación de ingenieros y/o licenciados de graduación reciente (24,6%), colaboración con Centros Tecnológicos (22,1%), y la colaboración con las universidades para la innovación (14,8%).

La POSICIÓN
TECNOLÓGICA de su
empresa se puede
considerar

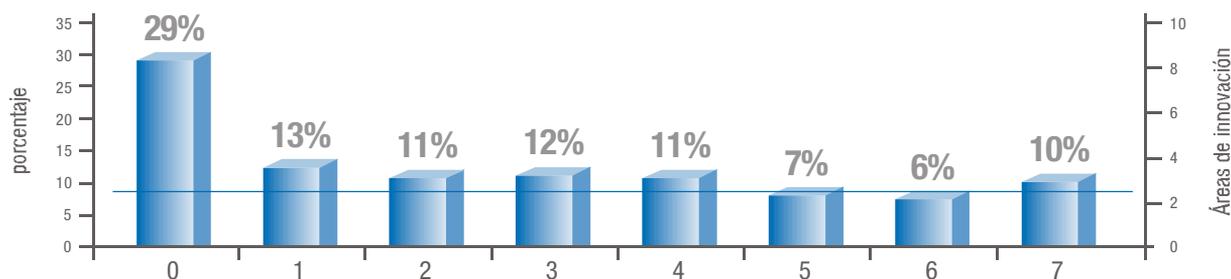


¿Ha realizado algún cambio o mejora en sus productos, procesos o sistemas de gestión en este último año?
En caso afirmativo indique el grado de importancia de estos cambios para su empresa

INNOVACIÓN	%	%	Grado de importancia de la innovación	% de empresas con innovación muy importante
Productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos / servicios existentes	No 53,2	Si 46,8	3,64	17,1
Comercialización nuevos productos / servicios	No 62,7	Si 37,3	3,59	16,7
Procesos				
Cambios o mejoras en procesos de producción / servicios existentes	No 54,6	Si 45,4	3,73	21,3
Adquisición de nuevos bienes de equipos	No 53,2	Si 46,8	3,72	22,8
Sistemas de gestión				
Dirección y gestión	No 73,1	Si 26,9	3,70	19,0
Compras y aprovisionamiento	No 75,0	Si 25,0	3,47	14,7
Comercia /ventas	No 71,9	Si 28,1	3,55	15,8

1 2 3 4 5
poco importante muy importante

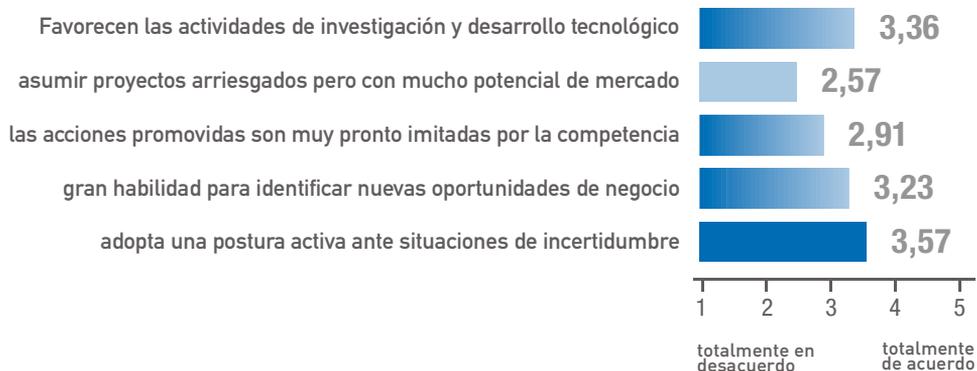
Número de áreas de innovación efectuadas por las empresas en los dos últimos años



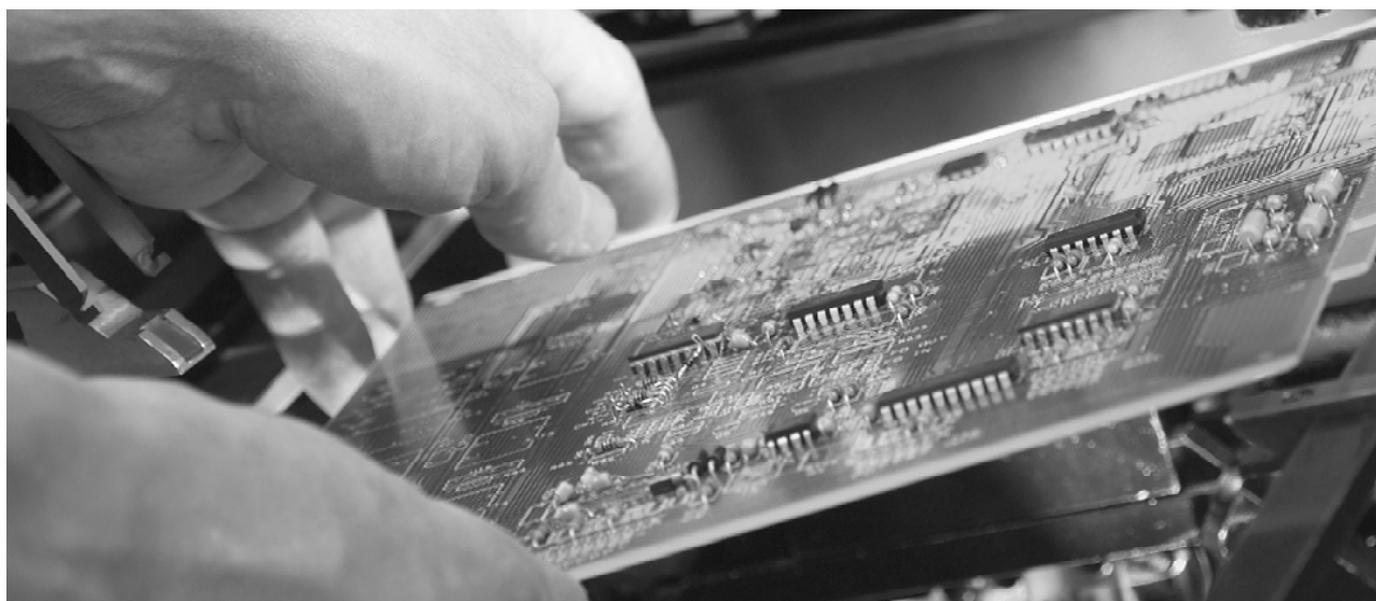
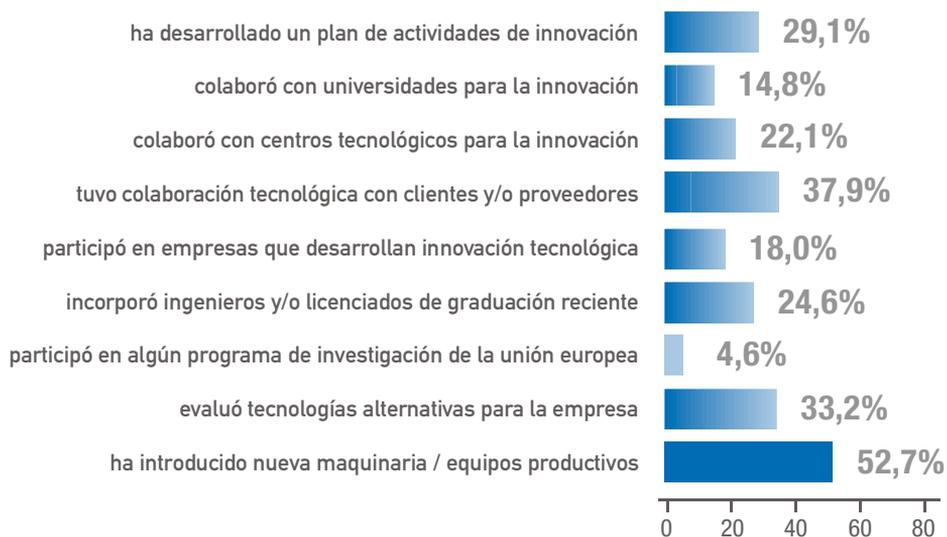
2,6 Media áreas de innovación

70,7% Empresas innovadoras en sentido amplio
Empresas que han innovado, al menos algún área

Orientación emprendedora de la empresa



Indique si en los dos últimos años su empresa realizó las siguientes acciones relativas a su actividad tecnológica o de innovación



ACTIVIDAD INNOVADORA FUTURA

De cara a los próximos años, la empresa murciana tiene una buena disposición para innovar. Así, el 56,9% de las empresas se pueden calificar como probablemente innovadoras en el corto plazo (aquellas empresas que tienen previsto realizar de cara al futuro diversas acciones innovadoras).

Según acciones concretas, el 63,8% de las empresas tienen previsto realizar mejoras de sus procesos productivos, el 63,6% introducir mejoras de gestión de la empresa, el 48,1% adquirir nuevos bienes de equipos, el 47,1% mejorar o ampliar las TIC y el 41,4% fabricar o comercializar nuevos productos. Y en menor medida, tienen previsto llevar a cabo acciones para la consolidación de mercados internacionales (26,3%), realizar acuerdos de cooperación con otras empresas (37%), confeccionar un plan de comercialización para la apertura de nuevos mercados internacionales (24,5%), contratar consultoría para diagnósticos de la empresa (24,1%) y comercializar en el exterior las tecnologías desarrolladas por su empresa (15,3%).

En relación con el grado de innovación futuro, se confirma que la empresa murciana apuesta decididamente por la innovación a pesar de la situación de crisis económica y financiera nacional e internacional. El 56,9% de las empresas realizará algún tipo de innovación (productos, procesos o sistemas de gestión) en el corto plazo

Si consideramos el índice de persistencia de la innovación (relación entre empresas probablemente innovadoras a corto plazo y empresas innovadoras en sentido amplio en los dos últimos años), podemos apreciar cómo el 80,5% de las empresas de la Región tienen implantada la cultura de la innovación en el seno de sus organizaciones. Son empresas que han innovado en el pasado y que innovarán en el futuro.

De cara a los próximos años, tiene previsto...:



56,9% Empresas probablemente innovadoras en el corto plazo
Empresas que tienen previsto cuatro acciones o más

80,5% Índice de persistencia en la innovación IPI
IPI= $\frac{\% \text{ Empresas probablemente innovadoras en el corto plazo}}{\% \text{ Empresas innovadoras en sentido amplio}}$

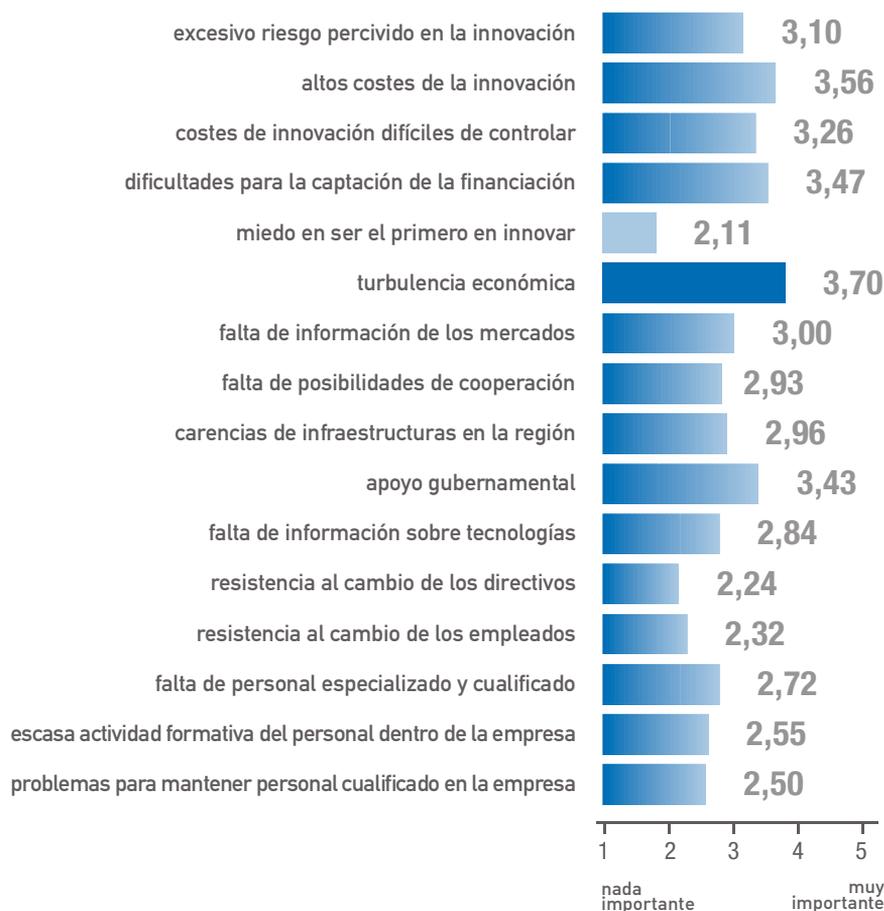
BARRERAS A LA INNOVACIÓN

Una tarea importante para el desarrollo de políticas públicas eficientes en el campo tecnológico es la eliminación de aquellas barreras que dificultan y perjudican la implantación de un carácter innovador en la empresa. En este sentido, la identificación de tales barreras es un paso previo necesario, más aún cuando estas barreras no son las mismas para todas las empresas. Las barreras a la innovación pueden variar, por ejemplo, según el tamaño de la empresa, el sector de actividad, y el grado de innovación actual de la misma. Estas barreras incluyen tanto factores macroeconómicos como microeconómicos.

Las barreras a la innovación pueden ser clasificadas como externas a la empresa (factores relacionados con la oferta, accesibilidad a recursos financieros, materias primas e información tecnológica; factores relacionados con la demanda como la percepción del riesgo de la innovación por parte del consumidor; y factores relacionados con el entorno como las regulaciones gubernamentales y acciones políticas) e internas a la empresa (escasez de fondos internos, de experiencia técnica y de gestión, rigideces culturales, sistemas contables desfasados y temas relacionados con los recursos humanos de la empresa). Dependiendo de la fase en la que se encuentre la innovación, estas barreras serán más o menos importantes.

Se preguntó a los gerentes sobre las limitaciones u obstáculos de las empresas a la hora de innovar. La principal barrera es la turbulencia económica que predomina en el escenario actual de incertidumbre. En segundo lugar, se encuentran los altos costes que lleva implícitos la innovación. En tercer lugar, las dificultades para la captación de financiación para llevar a cabo las innovaciones. De forma contraria, el empresario murciano no tiene miedo a ser el primero en innovar, y la resistencia al cambio tanto de los directivos como los empleados no suponen una limitación a la hora de innovar, lo que conlleva una buena disposición del equipo humano de la empresa a la innovación.

Señale la importancia de las siguientes limitaciones u obstáculos a la hora de innovar (BARRERAS A LA INNOVACIÓN)



RENDIMIENTO, POSICIÓN FINANCIERA Y CONTROL DE LA GESTIÓN

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 murcianas consideran que han evolucionado de una forma más favorable? Los tres aspectos más favorables han sido: aumento de la satisfacción de sus clientes, mejora de la imagen de su empresa y la calidad de sus productos o servicios. Por el contrario, los indicadores en los que su evolución ha sido menos favorable son la posición de rentabilidad y la cuota de mercado.

En cuanto a la evolución de su posición financiera, las empresas señalan problemas de liquidez y tesorería, de endeudamiento y coste de la deuda. Contrariamente señalan una buena posición en la capacidad de devolución de la deuda y en su capacidad de autofinanciación. Esto se debe fundamentalmente al destino dado a los beneficios empresariales en los últimos años. El 87,5% se destinó a reservas por el 12,5% a reparto de dividendos.

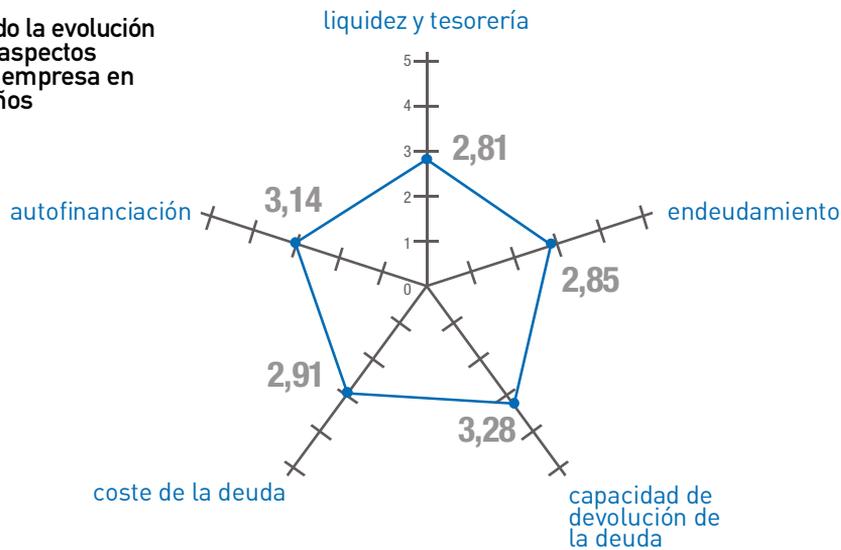
El periodo medio de pago de las empresas en la Región es de 72,5 días mientras que el periodo de cobro asciende a 90 días. Este desajuste provoca problemas de liquidez y necesidad de financiación para el circulante.

Las herramientas de gestión del control interno más utilizados por las empresas son el diagnóstico económico y financiero, la implantación de controles de calidad y el control presupuestario. Sin embargo, sistemas de información gerenciales (ERP o cuadro de mando), auditoría interna e implantación de sistemas de contabilidad de costes están menos extendidos entre las empresas de la Región.

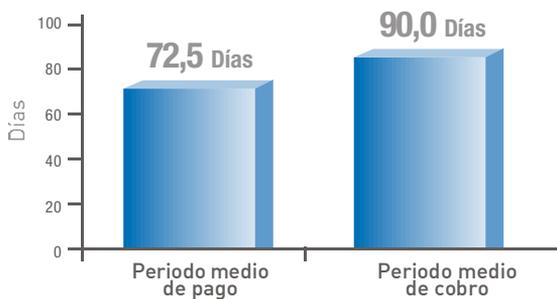
Indique cuál ha sido la evolución de los siguientes aspectos en su empresa en los dos últimos años



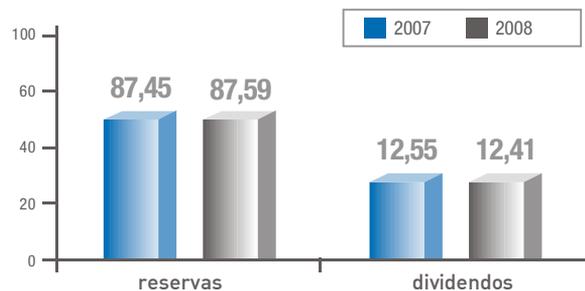
Indique cuál ha sido la evolución de los siguientes aspectos financieros en su empresa en los dos últimos años



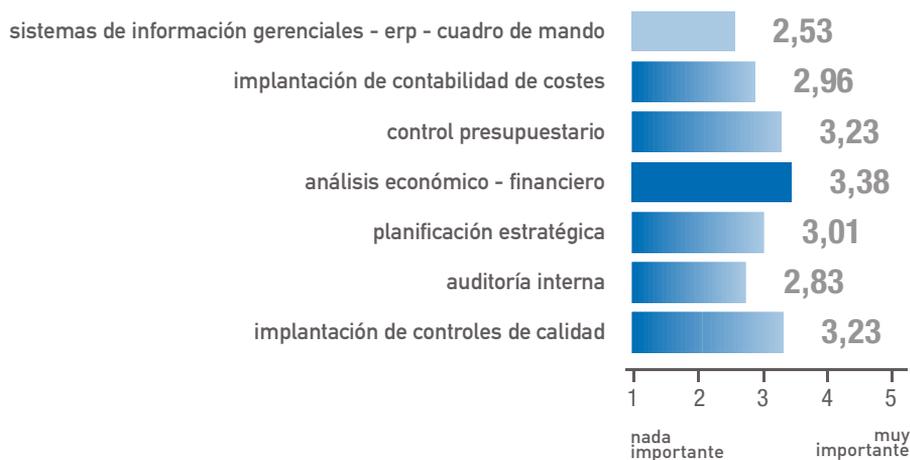
Cuál es su periodo medio de pago y de cobro



El destino que se ha dado a los beneficios empresariales ha sido



Indique el uso de los siguientes sistemas de control interno formales



DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN EN PRODUCTOS

El desarrollo de nuevos productos se ha convertido en una actividad estratégica para muchas empresas, ya que los nuevos productos contribuyen al crecimiento de la empresa. Por otro lado, el actual y feroz entorno competitivo exige que las empresas lancen continuamente innovaciones al mercado para lograr su supervivencia a largo plazo. Adicionalmente, y debido a las actuales circunstancias económicas las empresas se ven impulsadas a considerar la decisión del desarrollo de nuevos productos. En este apartado se analiza el proceso de desarrollo de nuevos productos o servicios seguido por las empresas de la Región de Murcia.

Analizamos a las empresas murcianas que han comercializado nuevos productos en los últimos años. En estas empresas se puede apreciar que la mayoría sigue un proceso correcto en el lanzamiento de nuevos productos. De las diferentes actividades en el proceso de innovación en productos o servicios, el lanzamiento y comercialización, la preparación del proceso de fabricación y la estrategia seguida para el nuevo producto, son las etapas del proceso donde las empresas prestan un mayor grado de atención y esmero. Contrariamente, prestan menos atención en las actividades relacionadas con llevar a cabo un test del mercado y un test del prototipo.

Asimismo, podemos comprobar cómo a la hora de desarrollar nuevos productos en las empresas existe una elevada cooperación y confianza entre los miembros del equipo, existen contactos con potenciales usuarios del producto y el equipo de trabajo de la empresa tiene una aceptable experiencia en la tecnología utilizada. Sin embargo, existe una escasa colaboración con universidades y centros de investigación y poca colaboración con otras empresas e instituciones públicas y centros tecnológicos para el desarrollo de innovaciones en productos o servicios.

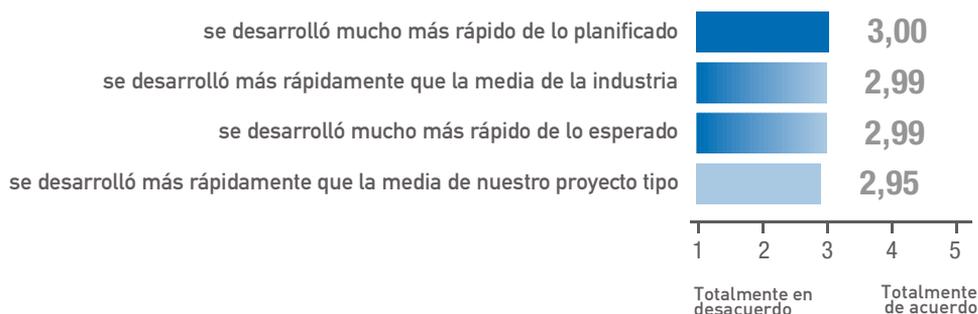
Evalúe las siguientes características del desarrollo del nuevo producto o servicio (para aquellas empresas que han comercializado nuevos productos)





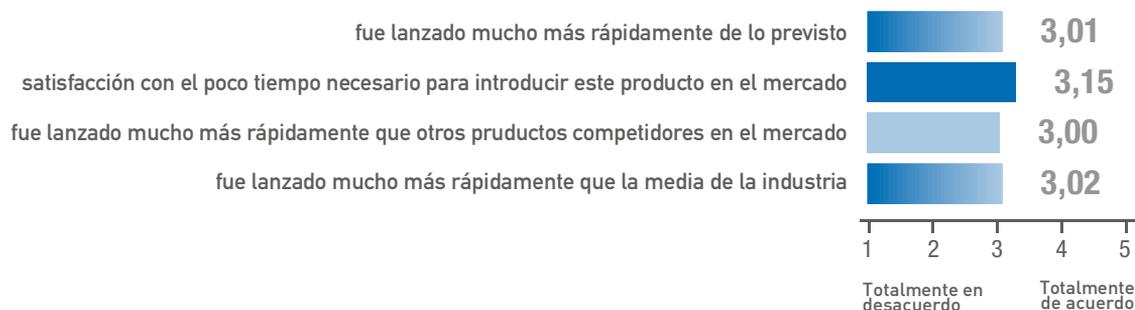
VELOCIDAD DE DESARROLLO DEL PRODUCTO:

Indique en que medida las siguientes afirmaciones se ajustan a un nuevo producto o servicio significativo para su empresa en los últimos 3 años. El nuevo producto o servicio se desarrolló....(para aquellas empresas que han comercializado nuevos productos)



VELOCIDAD DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO:

Indique en que medida las siguientes afirmaciones se ajustan a un nuevo producto significativo para su empresa en los últimos 3 años (para aquellas empresas que han comercializado nuevos productos)



FACTORES DETERMINANTES DE LA EFICIENCIA

La incertidumbre actual hace necesario un profundo conocimiento de las organizaciones y de cuáles son las variables o factores que pueden considerarse claves para su supervivencia. El ciclo económico tiene un impacto directo en la economía real, afectando al rendimiento de la Pyme y a su supervivencia. La actividad innovadora durante épocas de recesión se perjudica por la imposibilidad de que los mercados absorban la introducción de productos nuevos dada la escasa demanda, lo que limita la rentabilidad asociada a la inversión en innovación. Esto, adicionalmente, implica que las empresas decidan llevar a cabo menos actividades de innovación. No obstante, las crisis también pueden ser un punto de inflexión, donde la empresa, dada la caída de la demanda, se deba plantear la inversión de recursos y esfuerzos en obtener productos y servicios innovadores y abrir nuevos mercados.

En este apartado abordamos el estudio de los factores determinantes de la eficiencia en la Pyme. Para ello se ha dividido la muestra de empresas en dos grupos. Un primer grupo formado por empresas eficientes (rentabilidad y crecimiento de ventas) y un segundo grupo formado por empresas menos eficientes. Los resultados pueden resultar útiles particularmente a las Pyme para considerarlos a la hora de formular sus estrategias competitivas.

SE CARACTERIZAN POR:

Disponer de Departamento de I+D+I

Contar con un gerente con formación universitaria

Estar internacionalizada

Abrir nuevos mercados internacionales

Realizar cambios o mejoras en productos/servicios

Realizar cambios o mejoras en los sistemas productivos

Adquirir nuevos bienes de equipos

Innovar en el área comercial/ventas

Introducir mejoras de gestión de la empresa

Colaborar con Universidades y Centros Tecnológicos para desarrollar innovación

Colaborar tecnológicamente con clientes y proveedores

Incorporar en plantilla ingenieros/licenciados de reciente titulación

Evaluar alternativas tecnológicas para la empresa

Confeccionar un plan de comercialización de apertura a nuevos mercados internacionales

Mejorar o ampliar sus Tecnologías de la Información y Comunicación

Tener habilidad para identificar nuevas oportunidades de negocio

Adoptar una postura activa ante situaciones de incertidumbre

Tener implantado un sistema de contabilidad de costes

Planificar estratégicamente

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 comarca. 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 13 subsectores. En cuanto a las comarcas se han considerado seis grandes áreas, obtenidas a partir de la comarcalización generalmente aceptada para la Región de Murcia. 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 entrevista personal, utilizándose como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente de la empresa. La encuesta fue realizada por la empresa CONSULTORES CSA. Se realizaron test de control en el proceso de elaboración de la encuesta. El trabajo de campo se realizó durante los meses de abril a julio del 2009. Y la muestra finalmente obtenida fue de 900 empresas. 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

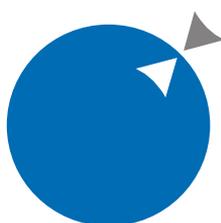
SECTOR	% Empresas de la Muestra
Productos alimenticios y bebidas	9,6
Industria textil de la confección y peletería y cuero	4,4
Industria de madera y corcho	2,6
Industria del papel, edición, artes gráficas	2,3
Industria química	1,6
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas	1,4
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	5,2
Metalurgia, fabricación de productos metálicos	9,4
Industria de la construcción de maquinaria	2,7
Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	0,9
Fabricación de vehículos de motor	1,1
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras	8,4
Construcción	11,1
Comercio al por mayor	3,7
Hostelería	3,7
Transporte terrestre, marítimo y aéreo. Correos y Telecomunicaciones	13,4
Actividades informáticas	1,0
Otras actividades empresariales.	17,4
TOTAL	100,0

AGRUPACIÓN COMARCAL DE LA MUESTRA

COMARCA	% Empresas de la Muestra
Comarca del Altiplano	10,0
Valle del Guadalentín	17,1
Campo Cartagena y Mar Menor	22,2
Comarca de Murcia	28,8
Noroeste y Río Mula	9,8
Vega del Segura	12,1
TOTAL	100,0



Universidad
Politécnica
de Cartagena



Observatorio
Económico
de la Pyme
Región de Murcia

PATROCINADO POR:



Región de Murcia
Consejería de Universidades,
Empresa e investigación



COLABORA:



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA



economistas
Colegio Región de Murcia

aeca

Asociación Española de Contabilidad
y Administración de Empresas