

**INCIDENCIA DE LA INNOVACIÓN Y LAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN
LA EMPLEABILIDAD DE LAS PYMES
DEL SECTOR SERVICIOS.
APLICACIÓN EN LA
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID**



2004

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Metodología	3
2. ESTRUCTURA SOCIO-ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID	5
2.1. Entorno geográfico y demográfico	5
2.2. Magnitudes económicas de la Comunidad Autónoma de Madrid	14
2.3. El tejido empresarial de la Comunidad de Madrid	17
2.4. Situación económica de la Comunidad de Madrid	21
2.5. La formación en la Comunidad de Madrid	26
2.6. El empleo en la Comunidad de Madrid	28
2.6.1. Tasa de actividad	30
2.6.2. Tasa de ocupación	30
3. LAS PYMES EN LA COMUNIDAD DE MADRID	38
3.1. Sectores de actividad económica	40
3.2. Incidencia en la creación de empleo	42
3.3. Tipología de las Pymes	44
3.4. Las Pymes en relación con la gran empresa	50
4. PYMES EN LOS SECTORES DE RESTAURANTES Y CAFETERÍAS, COMERCIO DE ALIMENTACIÓN Y COMERCIO TEXTIL EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID	54
4.1. Pymes en el sector de restaurantes y cafeterías	56
4.2. Pymes en el sector del comercio de alimentación	60
4.2.1. Comercio tradicional	65
4.2.2. Sector mayoristas	67
4.2.3. Sector autoservicio y supermercados hasta 120 m²	68
4.2.4. Sector autoservicio y supermercado de más de 120 m²	69
4.3. Pymes en el sector del comercio textil	71

5. INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID.....	77
6. PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS SECTORES ANALIZADOS EN EL TRABAJO DE CAMPO.....	90
6.1. Percepciones en el sector de restaurantes y cafeterías.....	91
6.1.1. Situación global del sector	91
6.1.2. Rentabilidad del negocio	92
6.1.3. Inversiones y Tecnología	92
6.1.4. Márketing.....	93
6.1.5. Recursos humanos	94
6.2. Percepciones en el sector comercio de alimentación.....	96
6.2.1. Situación global del sector	96
6.2.2. Rentabilidad del negocio	97
6.2.3. Inversiones y Tecnología	97
6.2.4. Márketing.....	98
6.2.5. Recursos humanos	98
6.3. Percepciones en el sector comercio textil.....	99
6.3.1. Situación global del sector	99
6.3.2. Rentabilidad del negocio	100
6.3.3. Inversiones y Tecnología	100
6.3.4. Márketing.....	101
6.3.5. Recursos humanos	101
7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	103
7.1. Conclusiones generales	103
7.2. Conclusiones sobre el sector restaurantes y cafeterías.....	104
7.3. Conclusiones sobre el sector comercio de alimentación	105
7.4. Conclusiones sobre el sector del comercio textil	107
7.5. Conclusión final.....	108
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXO: CUESTIONARIOS BASE PARA LA ENTREVISTAS EN EL TRABAJO DE CAMPO	113

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos

Los objetivos de este estudio se centran en analizar la situación actual de las pequeñas empresas en los sectores de restaurantes y cafeterías, comercio de alimentación y comercio textil, en la Comunidad Autónoma de Madrid, en relación con los siguientes aspectos específicos:

- La inversión, la innovación y las nuevas tecnologías introducidas
- Los efectos de la innovación y de las nuevas tecnologías y su incidencia en el empleo.
- Posibles líneas de actuación para potenciar los efectos positivos de las innovaciones en la generación de empleo y en la empleabilidad.

Como objetivo adicional, a partir de los resultados del estudio se podrán plantear acciones concretas de información e información que, dirigidas a los sectores analizados, los tres de una enorme importancia socio económica, para contribuir al desarrollo sostenido de la Comunidad Autónoma de Madrid

1.2. Metodología

Para realizar este estudio se han usado datos primarios y secundarios.

Los datos primarios se han basado en una investigación cualitativa que ha implicado entrevistas en profundidad a miembros destacados de instituciones relacionadas con los sectores objeto del Estudio, asociaciones empresariales de los sectores específicos, empresarios significativos y sindicalistas.

Por otro lado, se ha realizado un análisis documental a partir de la recopilación de datos procedentes de fuentes secundarias:

- Anuarios estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Boletines Estadísticos e Informes Anuales del Banco de España
- Datos de la Cámara de Comercio de Madrid
- Estadísticas del INEM
- Información de la Comunidad Autónoma de Madrid
- Documentos y trabajos de la EOI
- Otras fuentes, que se incluyen en el epígrafe de Bibliografía de este documento

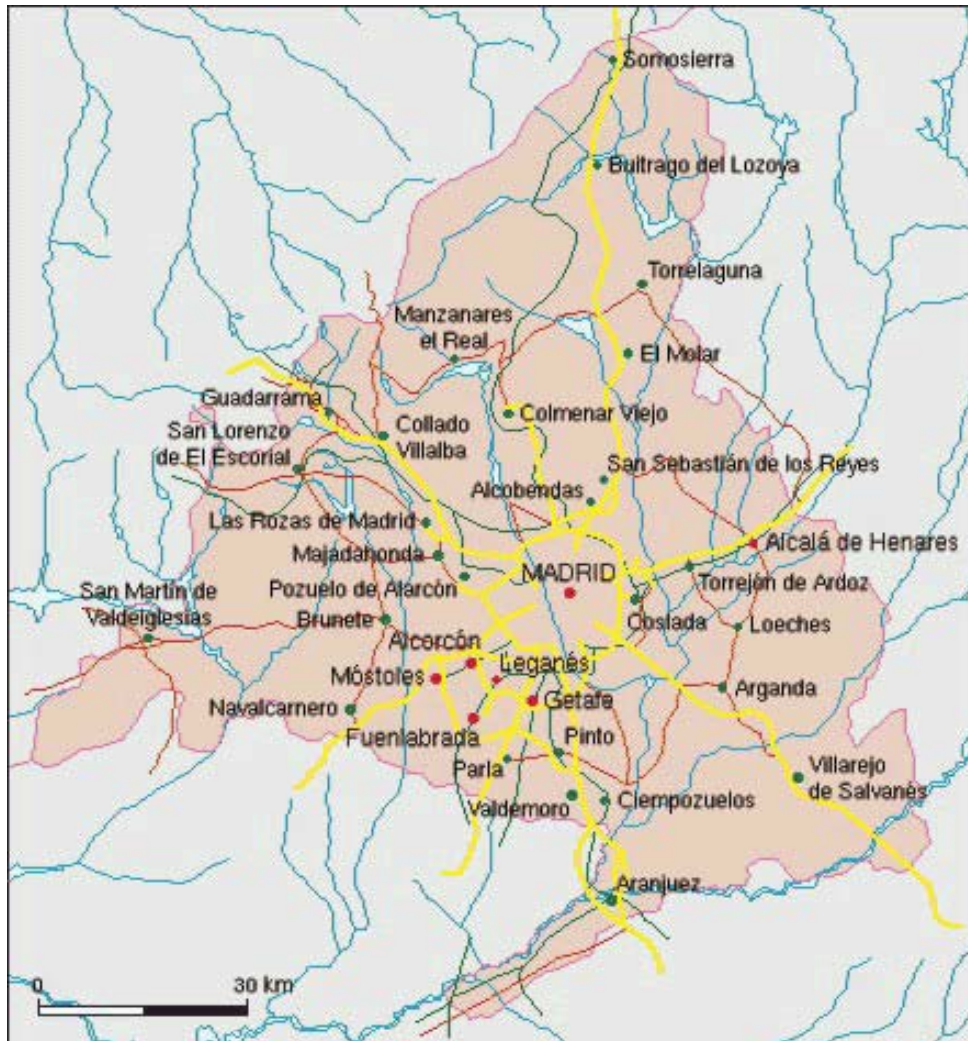
En cuanto a la realización del estudio, su metodología ha implicado los siguientes pasos:

- Trabajo de gabinete para la delimitación del Estudio, programación detallada de su desarrollo y tratamiento de la información disponible.
- Trabajo de campo
- Análisis de la información obtenida y elaboración de conclusiones preliminares.
- Testado, en campo, de las conclusiones preliminares.
- Elaboración y redacción del Estudio.

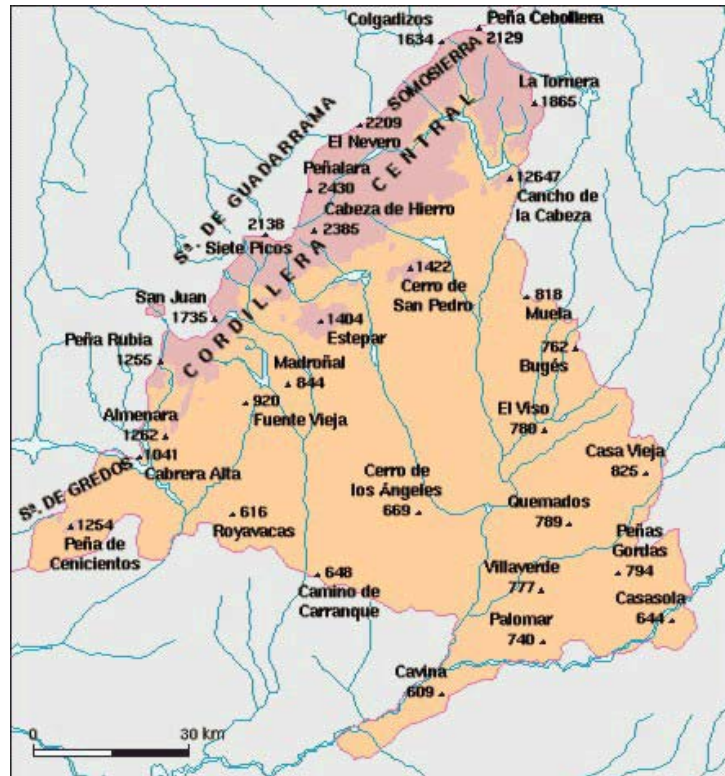
2. ESTRUCTURA SOCIO-ECONÓMICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

2.1. Entorno geográfico y demográfico

Esta Comunidad Autónoma situada en el centro geográfico de la península Ibérica, se compone únicamente una sola provincia, cuya capital, Madrid es a la vez capital de España. Limita al norte y al oeste con Castilla y León y al este y sur con Castilla-La Mancha, siendo la duodécima comunidad española en cuanto a extensión superficial, con 8.028 km², y la tercera comunidad en cuanto a habitantes con 5.423.384 habitantes. Madrid, la capital de la comunidad y de España es además el municipio español más poblado (2.957.058 habitantes en 2001).



El territorio de Madrid se encuentra en el margen derecho de la cuenca del río Tajo. Los ríos principales, afluentes del Tajo son el Jarama, el Guadarrama y el Alberche. El Jarama es el que tiene una cuenca hidrográfica más rica con afluentes como el Lozoya, el Guadalix, el Henares y el Manzanares que pasa por la ciudad de Madrid.



En cuanto a la morfología de esta comunidad, Madrid se extiende desde el sistema Central hasta el valle del Tajo, en una extensa y constante pendiente. Su parte norte está formada por sierras alineadas en dirección noreste-suroeste. En el extremo septentrional se sitúa la sierra de Somosierra, cuya máxima altitud están en el pico de La Cebollera (2.129 m). A continuación se halla la sierra de Guadarrama que contiene los picos más altos de la región: Peñalara (2.430 m), Hierro (2.383 m) y Maliciosa (2.227 m). La sierra de La Cabrera forma con la de Guadarrama un ángulo abierto hacia el este, creando el valle del río Lozoya. Los puertos de Guadarrama, Navacerrada y Somosierra, entre otros, comunican la región con la submeseta Norte.

Del clima de Madrid deben distinguirse dos zonas claramente diferenciadas. La parte montañosa tiene inviernos fríos (temperaturas con promedios de 0 ° C en enero en Navacerrada) y veranos suaves (17 ° C en julio). El resto de la región posee un clima mediterráneo continental con una temperatura cuyo promedio anual es de 14 ° C, con inviernos relativamente fríos y veranos con máximas elevadas y una temperatura en el mes más cálido entre 24 ° C y 25 ° C de promedio. Las precipitaciones son escasas, oscilando de 350 a 600 mm, siendo mayores en las montañas que en las zonas llanas.

La vegetación madrileña, profundamente alterada por la acción humana, es de tipo mediterráneo (encina, coscoja, madroño, romero y tomillo, entre otras especies). En la zona del llano la degradación de los encinares originarios ha dado paso a una formación de matorral. En la sierra se conservan importantes formaciones boscosas donde abundan especies como el roble, los castaños, las encinas y alcornoques, en alturas superiores a 1.200 m crece el pino silvestre y el acebo, en las cumbres hay prados naturales y enebros.

La fauna en la zona montañosa está protegida, encontrándose algunos corzos, ciervos, gamos, buitres negros y águilas imperiales. En las zonas llanas no urbanizadas tenemos las variedades habituales del resto de la península: conejos, tordos, perdices y codornices entre otras.

En cuanto a la economía madrileña, en esta región predomina el sector de los servicios, el cual representa tres cuartas partes de su PIB, mientras que la industria y construcción prácticamente ocupan el resto del PIB, la agricultura y ganadería apenas tienen importancia.

El sector primario como se ha dicho, tiene poca importancia en la economía de la comunidad. La superficie dedicada al cultivo es muy pequeña, con tendencia a retroceder por la presión del sector industrial, y ocupa a menos de un 2 % de la población activa. Conservan una cierta importancia los cultivos de regadío de las vegas del Tajo, Jarama, y Henares, dedicadas a la producción de hortalizas, frutales y remolacha. En el secano se cultivan cereales, vid y girasol. La explotación forestal se desarrolla sobre todo en la sierra de Guadarrama, en la que se obtiene madera de pino en cantidades poco importantes.

La ganadería no satisface las necesidades regionales pese a tener una cabaña de 166.000 cabezas de ovino y 48.000 de bovino. El ganado vacuno, ovino y la avicultura han ido adquiriendo importancia en los últimos años para el abastecimiento del mercado de la capital.

En cuanto a la industria madrileña, la misma no se desarrolló plenamente hasta mediados del presente siglo, cuando Madrid pasa de ser un núcleo administrativo con una gran cantidad de población ocupada como funcionariado a convertirse en un verdadero núcleo industrial. Actualmente, representa la segunda área industrial de la península, después de Barcelona, con una industria muy diversificada donde destacan los transformados metálicos, la industria química, fabricación de material de transporte, alimentación, artes gráficas, construcción y la industria tecnológica.

El sector terciario ha tenido siempre una gran importancia en la comunidad de Madrid y, especialmente, en la ciudad por su condición de capital del Estado. En la ciudad de Madrid se localiza toda la Administración central del Estado, además de la autonómica, y un gran número de sedes bancarias, empresariales y de compañías de seguros. El comercio y los servicios constituyen las principales actividades económicas ya que ocupan a más de dos tercios de la población activa. El comercio se ha desarrollado mucho con la creación de cadenas de grandes superficies que están situadas en toda la aglomeración urbana, además debe reseñarse la existencia de un pequeño comercio muy variado con ramas especializadas o de productos de alta calidad.

La actividad turística madrileña es muy destacada por la fuerte atracción que ejerce la capital. La Comunidad de Madrid dispone de más de 3.700 negocios turísticos, por los que pasan dos millones y medio de viajeros al año. Los servicios públicos (transportes, enseñanza y sanidad) son muy importantes para atender la demanda de una población tan numerosa.

En cuanto al estado general de las comunicaciones, Madrid es el centro de un sistema radial de redes de comunicación, tanto por ferrocarril como por carretera.

De la capital parten seis carreteras nacionales que enlazan con Irún, Barcelona, Valencia, Cádiz, Badajoz y La Coruña; además, existe otra (muy transitada) que la une con Toledo. Todas ellas se han convertido en autovías o autopistas, lo que proporciona a la región una excelente infraestructura viaria. El problema de la disposición radial, que obliga a pasar por la capital en cualquier trayecto interregional, se está

solucionando con la construcción de cinturones periféricos como las autopistas M-40 y M-50 y las nuevas autopistas radiales.

Madrid es punto de llegada de trenes procedentes de toda España. La estación de Atocha recibe al tren AVE (Alta Velocidad Española) que enlaza Sevilla con la capital en algo más de dos horas y Barcelona (actualmente en fase de terminación). Las comunicaciones regionales se han modernizado mucho a través de una importante red de líneas férreas de cercanías que transporta cientos de miles de viajeros a diario.

En cuanto a las comunicaciones aéreas, el aeropuerto de Madrid-Barajas es el de mayor tráfico regular de toda España, habiendo sido objeto de reformas en los últimos años y planteándose más ampliaciones del mismo.

La comunidad de Madrid cuenta con un alto índice de población y con una densidad muy superior a la media nacional. Sin embargo, la población se halla muy desigualmente repartida, puesto que la capital, la ciudad de Madrid, concentra la mayor parte. Esta ciudad ha sido tradicionalmente un foco de atracción para la inmigración de otras comunidades españolas, principalmente de las dos Castillas, Andalucía y Extremadura..

La población de la actual Comunidad de Madrid era, en 1930, de 1.383.951 habitantes; en 1950 pasó a 1.926.311 habitantes, en 1970 a 3.792.561 habitantes, en 1995, alcanzó la cifra de 5.181.659 habitantes y en 2001 a 5.423.384.

Debido a la emigración desde otras comunidades, se fue creando alrededor de la capital un cinturón empresarial que ofrecía una nueva vida a los emigrantes de todas las provincias españolas. Así sugirieron grandes núcleos de población como Móstoles, Alcorcón, Fuenlabrada, Leganés, Getafe, etc., que pasaron a llamarse ciudades dormitorio. El crecimiento se mantuvo hasta los años 70, siendo a partir de entonces cuando comenzó un retroceso en esa emigración estabilizándose el crecimiento demográfico de la comunidad madrileña.

Paralelo a este crecimiento en números absolutos de habitantes, esta comunidad fue cobrando mayor importancia respecto al porcentaje de la población española que representaba. Esta pasó de ser del 6.47% en 1950 al 13,27% en 2001.

Los datos poblacionales actuales nos sitúan con un número de 5,4 millones de habitantes en Madrid, lo que representa en torno al 13,27% del total de habitantes de España.

Población de la Comunidad de Madrid según edad, 2001, (miles de personas)

Edad	0 a 14	15 a 19	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 54	55 a 59	60 a 64	65 y más
Nº	775	315	434	515	488	1.565	301	238	790
%	14,30	5,80	8,02	9,50	9,00	28,90	5,60	4,30	14,60

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, Estadística de Población de la Comunidad de Madrid, 2003

Al ser una de las comunidades con menor territorio y la tercera en cuanto a población, la Comunidad de Madrid presenta la densidad de población más alta de toda España, con una media que supera los 600 habitantes/km², si bien dentro de la comunidad existen zonas de grandes contrastes.

La población se distribuye en el territorio de manera muy desigual: hay una gran concentración en la capital y su área metropolitana, en la que viven más del 90% de los habitantes de la Comunidad. La tendencia demográfica de los últimos años revela una disminución de habitantes en la ciudad, debido principalmente al descenso del flujo migratorio y la disminución de la natalidad. Por el contrario, la población del área metropolitana de Madrid ha ido aumentando al acoger nuevos habitantes que huyen de las duras condiciones económicas de la ciudad.

Dado al carácter uniprovincial de la Comunidad de Madrid no existe una división administrativa interior, aunque si existen unas comarcas naturales con rasgos peculiares: Por un lado cabe distinguir la zona de la Sierra, dedicada fundamentalmente a servir de segunda residencia, cuenta con poblaciones pequeñas pero que contienen numerosas urbanizaciones habitadas en periodos vacacionales o

de fin de semana. En los llanos de Madrid y en la vega del Henares se encuentra la mayor parte de la población; además de la capital, Madrid, que tiene (según datos de 2001) 2.957.058 habitantes, se encuentran las poblaciones de: Móstoles (197.062 habitantes), Fuenlabrada (178.221 habitantes), Leganés (173.426 habitantes), Alcalá de Henares (172.418 habitantes), Getafe (150.532 habitantes), Alcorcón (147.787 habitantes), Alcobendas (92.537 habitantes) y Coslada (78.774 habitantes). Finalmente cabe distinguir las vegas del Jarama, del Tajo y del Tajuña tienen poblaciones mucho más pequeñas.

En cuanto al comportamiento del movimiento natural de población en la última década, una vez frenado el crecimiento vertiginoso de décadas atrás, hasta el año 1995 la Comunidad de Madrid siguió creciendo, a partir de entonces comenzó a descender la población, circunstancia motivada entre otras razones por la coyuntura laboral y económica.

Así, la evolución de la población en la última década según los grupos de edad, revela una disminución progresiva del número de habitantes más jóvenes, circunstancia motivada por el descenso de la natalidad fomentada por la incorporación de la mujer al trabajo y el retraso en la edad de celebración de matrimonios. Así como un aumento en cuanto al número de personas en edad laboral y mayores, buena parte de los mismos son los habitantes incorporados a Madrid en la década de los 60 y 70.

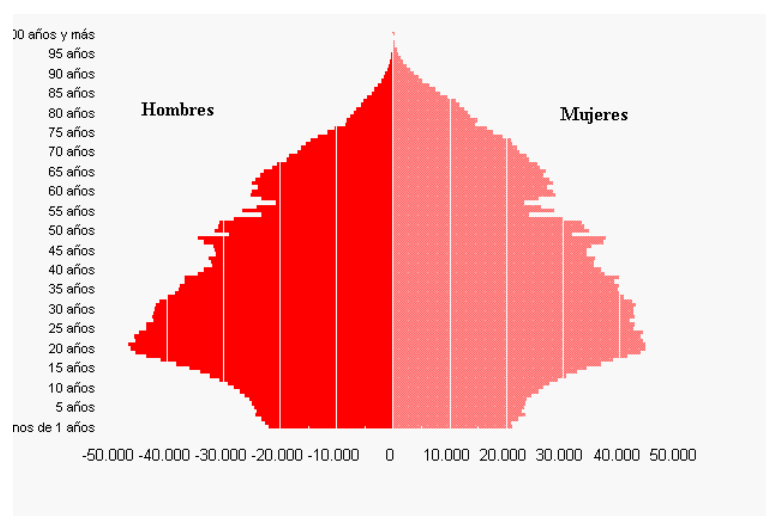
Evolución de la población según grupos de edad

Año	Total	Menor de 16 años	De 16 a 24	De 25 a 29	De 30 a 54	De 55 a 64	De 65 y más
1990	4857,3	1057,1	734,6	384,6	1407,7	576,2	697,2
1991	4856,7	1023,3	735,3	372,5	1430,6	583,8	711,3
1992	4871,6	991,8	757,6	358,9	1481,8	575,6	705,9
1993	4887,0	962,5	753,7	387,8	1493,3	561,9	727,9
1994	4928,7	923,5	767,6	382,7	1520,8	547,9	786,3
1995	5001,8	893,5	809,5	394,9	1603,6	524,2	776,2
1996	4983,2	851,6	846,0	393,2	1699,2	525,1	668,1
1997	4989,5	831,1	854,3	393,6	1675,4	548,8	686,5
1998	4995,1	814,3	829,5	386,0	1693,8	564,9	706,6
1999	5000,5	801,3	782,9	405,9	1698,1	558,0	754,3
2000	5003,8	794,9	726,8	421,5	1707,1	593,6	759,9

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, *Estadística de Población de la Comunidad de Madrid, 2001*

La pirámide poblacional de la Comunidad de Madrid desvela que se trata de una población sumamente joven, que presenta el peligro de un rápido envejecimiento ya que la esperanza de vida se está alargando mientras que el ritmo de nacimientos en los años a decaído. El número de personas con una edad de 70 años es el mismo que de recién nacidos. A su vez se puede apreciar claramente el cambio acontecido en la población a partir de 1995.

Pirámide poblacional de la Comunidad de Madrid



Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, *Estadística de Población de la Comunidad de Madrid, 2001*

2.2. Magnitudes económicas de la Comunidad Autónoma de Madrid

Examinando la comparativa del PIB madrileño respecto del resto de regiones españolas, Madrid es la segunda comunidad española tras Cataluña en este apartado, representando el peso del PIB madrileño en torno al 16,7% del español, como se puede ver en el siguiente cuadro:

Valor añadido bruto a precios básicos por comunidades autónomas.

Precios constantes. (Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998 (2P)	1999 (1P)	2000 (A)	2001 (1ªE)
TOTAL	403.516.000	412.974.000	428.583.000	445.865.000	462.970.000	481.495.000	495.353.000
Andalucía	54.108.277	55.576.193	58.318.240	60.258.861	62.751.234	65.495.361	67.776.530
Aragón	13.182.580	13.554.729	14.015.641	14.206.207	14.544.165	15.140.951	15.553.702
Asturias (Principado de)	9.754.627	9.900.243	10.115.429	10.486.395	10.602.437	11.051.774	11.303.485
Baleares (Illes)	9.274.403	9.554.161	10.096.225	10.257.065	10.548.124	10.816.682	11.112.612
Canarias	15.324.732	15.711.452	16.304.641	17.296.625	18.109.857	18.800.717	19.317.828
Cantabria	5.037.530	5.113.389	5.283.246	5.519.511	5.812.756	6.178.402	6.358.682
Castilla y León	24.622.835	25.042.284	25.414.632	25.893.314	26.728.992	27.675.229	28.476.800
Castilla-La Mancha	14.227.487	14.789.609	15.265.758	15.874.391	16.043.164	16.886.251	17.382.376
Cataluña	76.274.505	78.189.501	80.274.713	82.603.690	85.944.021	89.160.297	91.284.322
Comunidad Valenciana	38.135.577	38.864.602	40.869.734	43.034.706	44.753.160	46.807.122	48.434.767
Extremadura	6.941.275	7.177.953	7.463.738	7.753.084	8.198.381	8.552.225	8.809.871
Galicia	22.642.821	23.111.427	23.807.950	24.444.878	25.204.656	25.867.131	26.482.955
Madrid (Comunidad de)	67.766.631	69.265.568	72.100.342	76.634.575	80.161.059	83.184.055	85.999.814
Murcia (Región de)	9.244.400	9.535.173	10.090.336	10.637.558	10.963.068	11.320.700	11.700.018
Navarra (Comunidad Foral)	6.871.160	7.061.731	7.353.006	7.672.539	7.898.132	8.392.753	8.561.580
País Vasco	25.482.503	25.783.823	26.892.595	28.195.267	29.486.442	30.792.248	31.337.169
Rioja (La)	3.081.694	3.173.631	3.285.352	3.383.598	3.445.929	3.568.811	3.657.530
Ceuta y Melilla	1.130.001	1.155.539	1.218.182	1.295.637	1.336.643	1.347.295	1.369.400
Extra-Regio	412.962	412.992	413.240	417.099	437.780	456.996	433.559

(2P) Segunda estimación provisional.

(1P) Primera estimación provisional.

(A) Estimación avance.

(1ªE) Primera estimación.

Fuente de información: Contabilidad Regional de España. Base 1995. INE.

El Valor Añadido Bruto a precios básicos de la economía madrileña evolucionó desde los 69.262 millones de 1996 hasta los 85.999 millones de 2001 en euros constantes de 1996, lo que supone un crecimiento real del 24%, cuatro puntos superior al del total nacional. En términos corrientes, el VAB de 2001 se estimó en 102.077 millones, representando el 17,3% del total nacional, como se desprende del siguiente cuadro:

Valor añadido bruto a precios básicos por comunidades autónomas.

Precios constantes. (Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998 (2P)	1999 (1P)	2000 (A)	2001 (1ªE)
TOTAL	403.516.000	412.974.000	428.583.000	445.865.000	462.970.000	481.495.000	495.353.000
Andalucía	54.108.277	55.576.193	58.318.240	60.258.861	62.751.234	65.495.361	67.776.530
Aragón	13.182.580	13.554.729	14.015.641	14.206.207	14.544.165	15.140.951	15.553.702
Asturias (Principado de)	9.754.627	9.900.243	10.115.429	10.486.395	10.602.437	11.051.774	11.303.485
Balears (Illes)	9.274.403	9.554.161	10.096.225	10.257.065	10.548.124	10.816.682	11.112.612
Canarias	15.324.732	15.711.452	16.304.641	17.296.625	18.109.857	18.800.717	19.317.828
Cantabria	5.037.530	5.113.389	5.283.246	5.519.511	5.812.756	6.178.402	6.358.682
Castilla y León	24.622.835	25.042.284	25.414.632	25.893.314	26.728.992	27.675.229	28.476.800
Castilla-La Mancha	14.227.487	14.789.609	15.265.758	15.874.391	16.043.164	16.886.251	17.382.376
Cataluña	76.274.505	78.189.501	80.274.713	82.603.690	85.944.021	89.160.297	91.284.322
Comunidad Valenciana	38.135.577	38.864.602	40.869.734	43.034.706	44.753.160	46.807.122	48.434.767
Extremadura	6.941.275	7.177.953	7.463.738	7.753.084	8.198.381	8.552.225	8.809.871
Galicia	22.642.821	23.111.427	23.807.950	24.444.878	25.204.656	25.867.131	26.482.955
Madrid (Comunidad de)	67.766.631	69.265.568	72.100.342	76.634.575	80.161.059	83.184.055	85.999.814
Murcia (Región de)	9.244.400	9.535.173	10.090.336	10.637.558	10.963.068	11.320.700	11.700.018
Navarra (Comunidad Foral)	6.871.160	7.061.731	7.353.006	7.672.539	7.898.132	8.392.753	8.561.580
País Vasco	25.482.503	25.783.823	26.892.595	28.195.267	29.486.442	30.792.248	31.337.169
Rioja (La)	3.081.694	3.173.631	3.285.352	3.383.598	3.445.929	3.568.811	3.657.530
Ceuta y Melilla	1.130.001	1.155.539	1.218.182	1.295.637	1.336.643	1.347.295	1.369.400
Extra-Regio	412.962	412.992	413.240	417.099	437.780	456.996	433.559

(2P) Segunda estimación provisional.

(1P) Primera estimación provisional.

(A) Estimación avance.

(1ªE) Primera estimación.

Fuente de información: Contabilidad Regional de España. Base 1995. INE.

En cuanto al empleo total, ha pasado de 1.986,3 en 1996 a 2.333,4 miles en la Comunidad de Madrid, lo que ha supuesto un incremento del 17,47, frente a un incremento total en España de 116,73%, que además supone un 14,3% del total nacional, según se desprende del siguiente cuadro.

**Empleo total por comunidades autónomas y provincias.
 (Miles de empleos)**

	1995	1996	1997	1998 (2P)	1999 (1P)	2000 (A)	2001 (1ªE)
TOTAL	13.733,7	13.930,9	14.337,3	14.865,5	15.402,6	15.910,0	16.261,2
Andalucía	1.952,8	1.988,6	2.098,2	2.159,4	2.271,5	2.397,3	2.471,7
Aragón	452,8	462,3	473,7	476,7	479,5	491,7	504,2
Asturias (Principado de)	346,9	345,6	356,2	359,8	362,0	369,4	377,5
Baleares (Illes)	278,9	290,4	303,2	316,5	324,5	343,6	349,6
Canarias	525,4	545,2	571,9	607,2	648,8	666,7	689,5
Cantabria	168,5	172,7	176,3	183,9	190,7	199,2	207,0
Castilla y León	885,0	875,1	871,8	890,7	910,2	919,9	953,0
Castilla-La Mancha	539,7	558,5	563,7	590,9	593,1	609,1	634,3
Cataluña	2.401,7	2.462,7	2.520,3	2.618,6	2.719,1	2.779,3	2.780,6
Comunidad Valenciana	1.418,3	1.441,7	1.494,8	1.574,7	1.632,8	1.702,2	1.749,7
Extremadura	307,5	309,6	303,0	317,9	336,6	350,0	362,8
Galicia	1.000,4	1.003,9	1.000,3	1.013,8	1.026,1	1.056,7	1.087,9
Madrid (Comunidad de)	1.983,2	1.986,3	2.066,9	2.147,4	2.234,8	2.294,5	2.333,4
Murcia (Región de)	354,8	361,0	384,4	409,0	424,8	439,0	453,7
Navarra (Comunidad Foral de)	212,3	214,4	217,8	230,0	235,1	245,3	248,7
País Vasco	751,3	759,8	781,8	815,8	855,2	882,9	889,5
Rioja (La)	105,6	105,2	104,5	104,6	109,5	113,1	117,3
Ceuta y Melilla	39,7	38,9	39,5	39,9	39,7	41,3	42,5
Extra-Regio	8,9	9,0	9,0	8,7	8,6	8,8	8,3

(2P) Segunda estimación provisional.

(1P) Primera estimación provisional.

(A) Estimación avance.

(1ªE) Primera Estimación.

Fuente de información: Contabilidad Regional de España. Base 1995. INE.

En todo caso, el empleo asalariado en Madrid ha pasado de 1.772,2 en 1995 a 2.069,5 en 2000, que supone un incremento de 16,77% frente a un 19% total de España en el mismo periodo. Lo cual significa, si tenemos en cuenta el incremento total del empleo español, que en Madrid es muy significativa la creación de autoempleo.

En cuanto a la remuneración de asalariados, que ha crecido en un 38,7% en términos monetarios entre 1995 y 2000, en la Comunidad de Madrid, frente al 39,4% del conjunto de España.

El excedente bruto de explotación, que ha sido de 38.517 millones de € en 2000 frente a 27.076 millones en 1995, lo que significa un 42% frente al 33% del conjunto de España, según se aprecia en el siguiente cuadro.

Excedente de explotación bruto/renta mixta por comunidades autónomas. (Miles de euros)

	1995	1996	1997	1998 (2P)	1999 (1P)	2000 (A)
TOTAL	181.266.000	192.230.000	202.588.000	213.386.000	225.070.000	241.631.000
Andalucía	25.294.601	26.495.292	28.258.570	29.997.539	31.638.986	33.791.657
Aragón	6.079.280	6.465.996	6.784.357	6.849.411	7.022.437	7.574.753
Asturias (Principado de)	4.441.650	4.755.012	4.575.507	4.978.203	5.065.205	5.571.354
Balears (Illes)	4.386.505	4.704.548	5.262.659	5.403.416	5.712.816	6.068.042
Canarias	6.884.746	7.340.753	7.941.154	8.719.056	9.045.916	9.727.617
Cantabria	2.366.004	2.493.110	2.580.310	2.658.354	2.855.941	3.222.120
Castilla y León	12.386.314	12.808.404	12.751.685	13.134.496	13.997.891	14.935.875
Castilla-La Mancha	7.001.623	7.538.185	7.797.768	8.312.640	8.759.667	9.523.230
Cataluña	33.563.433	35.657.033	37.952.914	38.935.204	41.324.175	44.004.994
Comunidad Valenciana	17.061.820	17.795.779	18.948.850	20.126.752	21.496.375	23.395.985
Extremadura	3.288.238	3.590.740	3.722.546	3.911.225	4.259.994	4.529.020
Galicia	11.164.281	11.694.823	12.022.860	12.440.980	13.159.378	13.836.270
Madrid (Comunidad de)	27.076.410	29.530.805	31.397.297	34.142.416	35.711.021	38.517.274
Murcia (Región de)	4.529.559	4.809.357	5.046.682	5.310.505	5.566.403	6.007.172
Navarra (Comunidad Foral de)	3.114.356	3.347.108	3.544.112	3.681.507	3.879.797	4.295.326
País Vasco	10.656.760	11.062.996	11.740.070	12.353.637	12.975.116	13.974.443
Rioja (La)	1.512.280	1.631.168	1.694.095	1.779.640	1.832.489	1.943.438
Ceuta y Melilla	398.559	454.674	502.108	560.912	632.267	582.930
Extra-Regio	59.581	54.217	64.456	90.107	134.126	129.500

(2P) Segunda estimación provisional.

(1P) Primera estimación provisional.

(A) Estimación avance.

Fuente de información: Contabilidad Regional de España. Base 1995. INE.

Finalmente, la renta disponible en la Comunidad de Madrid ha llegado a 60.072,5 millones de € en el año 2000, lo que ha supuesto un incremento del 31,5% frente al 29,7% del total nacional, según datos del INE.

2.3. El tejido empresarial de la Comunidad de Madrid

La Comunidad de Madrid tiene 5,42 millones de habitantes, de los cuales 2,43 millones son personas activas. La tasa de actividad es del 55,6% y su índice de paro es del 7,23%, de acuerdo con los datos del INE, en su anuario estadístico 2002-2003.

Ello supone:

- El 13,27% de la población española, con un crecimiento del 5,56% en la década 1981-1991 y un 9,62% en la década 1991-2001.

- El porcentaje de personal activo es del 13,55%, muy por encima de la media nacional.
- El índice de paro, 7,2%, también está por debajo de la media nacional.

A pesar de los incrementos de población activa, la Comunidad de Madrid viene absorbiendo con agilidad los incrementos de población y empleo.

La estructura empresarial de la Comunidad de Madrid está integrada por 384.638 empresas con el siguiente tamaño según número de empleados y en el marco del conjunto de España, como se refleja en el siguiente cuadro:

Empresas según estrato de asalariados por comunidades autónomas y provincias.

Año 2002

	Total	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19
TOTAL	2.710.400	1.425.332	716.914	271.764	131.666	89.840
Andalucía	398.302	213.878	105.623	39.252	18.336	12.174
Aragón	81.533	42.815	21.880	8.231	3.863	2.665
Asturias (Principado de)	63.209	33.510	17.648	6.136	2.757	1.803
Balears (Illes)	73.358	36.162	20.731	8.084	3.904	2.628
Canarias	113.165	55.446	31.775	12.454	6.362	3.848
Cantabria	33.017	17.216	9.079	3.357	1.566	974
Castilla y León	147.496	80.279	39.615	14.193	6.379	4.045
Castilla-La Mancha	100.492	52.610	27.286	10.203	4.839	3.249
Cataluña	515.173	270.293	131.028	52.468	26.587	18.511
Comunidad Valenciana	288.408	143.603	79.475	30.938	14.937	10.811
Extremadura	57.419	32.284	14.928	5.401	2.388	1.456
Galicia	165.726	83.996	48.206	17.277	7.595	4.889
Madrid (Comunidad de)	384.638	212.149	92.028	35.813	18.495	13.035
Murcia (Región de)	72.547	35.301	20.235	8.211	3.924	2.747
Navarra (Comunidad Foral de)	37.333	19.891	8.938	3.915	1.912	1.303
País Vasco	152.211	81.958	41.357	13.236	6.617	4.877
Rioja (La)	19.499	10.151	5.199	1.955	924	671
Ceuta y Melilla	6.874	3.790	1.883	640	281	154

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

Es significativo que Madrid es, después de Cataluña y Andalucía, la Comunidad Autónoma con mayor número de empresas sin asalariados, suponiendo el 14,19% del total nacional.

Empresas según estrato de asalariados por comunidades autónomas y provincias. Año 2002

	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	De 200 a 499	De 500 a 999	De 1.000 a 4.999	De 5.000 o más
TOTAL	50.595	13.468	6.190	3.276	815	466	74
Andalucía	6.387	1.603	656	320	46	26	1
Aragón	1.447	350	159	89	21	12	1
Asturias (Principado de)	919	255	100	55	16	7	3
Balears (Illes)	1.252	306	193	75	12	9	2
Canarias	2.152	601	333	159	26	9	0
Cantabria	559	173	59	25	7	1	1
Castilla y León	2.163	518	183	88	20	10	3
Castilla-La Mancha	1.773	341	128	57	3	3	0
Cataluña	10.985	2.947	1.332	717	180	115	10
Comunidad Valenciana	6.119	1.560	611	275	56	17	6
Extremadura	700	179	55	25	2	1	0
Galicia	2.711	607	269	126	29	18	3
Madrid (Comunidad de)	7.803	2.552	1.395	829	309	190	40
Murcia (Región de)	1.523	360	146	83	11	5	1
Navarra (Comunidad Foral de)	838	244	142	111	23	16	0
País Vasco	2.710	760	388	226	52	27	3
Rioja (La)	462	90	33	12	2	0	0
Ceuta y Melilla	92	22	8	4	0	0	0

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

Es también significativo que en el caso de las grandes empresas, Madrid tiene 230 empresas con más de 1000 asalariados, sobre un total de 540 del total nacional, lo que supone casi el 43% del conjunto español.

En relación con la condición jurídica de las empresas es importante señalar que sobre un total de 2.710.400 empresas en el conjunto de España tienen la condición jurídica de personas físicas 1.662.183, y que de estas 202.996 están en Madrid, suponiendo el 12,21% del total nacional, como se refleja en el siguiente cuadro:

Empresas según condición jurídica por comunidades autónomas y provincias.

Año 2002

	Total	Sociedades anónimas	Sociedades de responsabilidad limitada	Sociedades colectivas	Sociedades comanditarias
TOTAL	2.710.400	126.529	716.542	471	117
Andalucía	398.302	10.894	98.151	40	10
Aragón	81.533	3.530	20.370	27	5
Asturias (Principado de)	63.209	2.147	12.861	10	1
Balears (Illes)	73.358	3.742	20.178	4	6
Canarias	113.165	3.371	32.405	4	3
Cantabria	33.017	1.092	6.373	5	0
Castilla y León	147.496	4.739	31.572	27	0
Castilla-La Mancha	100.492	2.928	26.738	6	0
Cataluña	515.173	31.761	138.072	147	30
Comunidad Valenciana	288.408	8.051	89.322	38	4
Extremadura	57.419	1.431	9.983	2	0
Galicia	165.726	4.049	42.277	11	1
Madrid (Comunidad de)	384.638	35.019	124.691	68	32
Murcia (Región de)	72.547	1.979	20.243	35	2
Navarra (Comunidad Foral de)	37.333	1.848	8.630	13	6
País Vasco	152.211	8.773	29.449	28	17
Rioja (La)	19.499	944	3.925	3	0
Ceuta y Melilla	6.874	231	1.302	3	0

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

Empresas según condición jurídica por comunidades autónomas y provincias.

Año 2002

	Comunidades de bienes	Sociedades cooperativas	Asociaciones y otros tipos	Organismos autónomos y otros	Personas físicas
TOTAL	76.631	24.867	97.501	5.559	1.662.183
Andalucía	9.013	5.344	12.937	680	261.233
Aragón	598	993	7.184	199	48.627
Asturias (Principado de)	3.157	362	1.168	141	43.362
Balears (Illes)	4.635	207	1.633	140	42.813
Canarias	2.148	632	3.283	130	71.189
Cantabria	245	113	2.483	74	22.632
Castilla y León	6.618	1.339	3.719	571	98.911
Castilla-La Mancha	5.028	1.483	1.317	184	62.808
Cataluña	4.632	5.669	29.460	788	304.614
Comunidad Valenciana	9.862	2.619	5.835	524	172.153
Extremadura	2.764	916	1.192	135	40.996
Galicia	4.224	1.006	5.903	224	108.031
Madrid (Comunidad de)	8.343	1.481	11.180	828	202.996
Murcia (Región de)	2.653	1.116	1.316	106	45.097
Navarra (Comunidad Foral de)	3.575	330	817	129	21.985
País Vasco	8.395	998	6.425	636	97.490
Rioja (La)	463	196	1.551	53	12.364
Ceuta y Melilla	278	63	98	17	4.882

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

Nos encontramos con un tejido empresarial en el que las personas físicas sin asalariados superan con creces el 90% de las unidades productivas y en el que el 48,8% corresponde al sector servicios, el 30,1% al comercio y el 11,9% y el 9,2% a la construcción y la industria respectivamente.

Estos datos nos permiten afirmar que:

- La mayoría del empleo es sin asalariados.
- El comercio y el sector servicios suponen el 71% de las unidades productivas.
- Las unidades productivas responden en su estructura jurídica, en su mayoría, a personas físicas.

El tejido empresarial de Madrid es un tejido en el que los ejes centrales de la economía se centran en el comercio y los servicios, cosa lógica dado su nivel de población y renta, así como a la especialización alcanzada en la prestación de servicios a grandes unidades productivas.

En resumen:

- El tejido empresarial está extraordinariamente atomizado.
- Esta atomización dificulta la inversión y capacitación necesarias para ser competitivo.
- Los costes que supone la innovación tecnológica son poco accesibles.
- La capacitación para hacer auténticamente productiva la inversión no se produce por falta de especialización y la inversión se convierte en gasto en gran medida.
- El sector comercio está especialmente atomizado, sin encontrar fórmulas asociativas que le permitan ampliar su público objetivo y sin saber como incorporar innovación tecnológica a la empresa.

2.4. Situación económica de la Comunidad de Madrid

La situación económica actual de la Comunidad de Madrid se puede resumir en los siguientes puntos:

- Población: fuerte incremento demográfico.
- Crecimiento real: muy por encima de la media nacional.
- Estructura productiva: alto grado de terciarización.
- Mercado de trabajo: tasa de paro inferior a la media nacional y tasa de actividad femenina superior a la media.
- Precios y salarios: comportamiento similar a la media, con un cierto descenso de la productividad a partir de 1995.
- Sector exterior: alto y creciente grado de apertura.
- Tejido empresarial: mayor desarrollo de este tejido y gran diversidad de las grandes empresas.
- Convergencia: estancamiento de los índices de convergencia, a pesar del fuerte crecimiento económico debido al incremento de población.
- Innovación y nuevas tecnologías.

Además, y según los datos, correspondientes a las Notas de Economía Regional de ICO, de enero 2004, podemos añadir que:

- La participación de la Comunidad de Madrid en la producción total nacional, es notablemente superior a su peso demográfico.
- La población de la Comunidad de Madrid se ha incrementado en más de 350.000 personas en el periodo 1995-2002. Este incremento se debe al crecimiento vegetativo, ya que el saldo migratorio entre 1995 y 2001 ha sido negativo.
- El crecimiento económico acumulado en el periodo 1995-2002 ha sido del 30,3%.
- La estructura productiva de la Comunidad de Madrid tiene un elevado y creciente peso del sector servicios. Además,
- El alto grado de terciarización ha mantenido una tendencia creciente desde 1988 a 2002. El peso del sector servicios está al final de 23002 en un 74,9% del VAB.
- Se ha producido una caída en la importancia relativa de los servicios de no mercado desde 1995, siendo inferior a la media nacional.
- El sector industrial ha perdido peso sobre el resto de los sectores, 13,8% del VAB frente al 17,8% en el total nacional en 2002. Ha ganado peso el sector servicios, el sector energético y la construcción. El sector agrícola sigue siendo irrelevante, ya que supone el 0,2% del VAB, frente al 3,9% del total español.
- La economía de la Comunidad de Madrid ha crecido especialmente por el hecho de estar especializada en subsectores muy dinámicos y con alto contenido tecnológico, como son la electrónica, la edición, los servicios a empresas, las comunicaciones y la intermediación financiera. La especialización se ha logrado en gran parte por la localización geográfica, la red de infraestructuras, el personal cualificado, empresas innovadoras y en gran esfuerzo en I+D.
- La Comunidad de Madrid ha tenido un crecimiento real acumulado del VAB, en el periodo 1995-2002, del 28,9%. Este crecimiento se ha manifestado de forma muy intensa en el sector servicios.
- El mercado de trabajo ha tenido una evolución muy positiva y en 2002 la tasa de actividad es del 56,4%. La tasa de paro es actualmente del 7,3%. Es importante señalar que el trabajo temporal y a tiempo parcial es menor a la media española y el

paro de larga duración es superior al del conjunto de España. En relación con su formación, la fuerza de trabajo la tiene muy superior a la media nacional.

- En relación con los precios y salarios se puede señalar un crecimiento de los costes laborales unitarios y se ha producido un descenso aparente de la productividad del trabajo.
- En relación con el comercio internacional se ha mantenido el saldo comercial negativo. La tasa de cobertura de la Comunidad de Madrid es del 34,3% y la Comunidad de Madrid es actualmente exportadora neta de capital, frente a lo que ha sucedido en periodos anteriores.
- Sobre el tejido empresarial de la Comunidad de Madrid hay que señalar que su densidad es de 76,2 empresas por cada 1000 habitantes. El sector servicios concentra el 57,5% de empresas y el subsector de comercio al por menor es donde se sitúa la mayor especialización de la economía madrileña ya que representan el 15% del total de empresas españolas del sector.
- Sobre la convergencia con Europa ha disminuido 1,6 puntos entre 1995 y 2001.
- En innovación y nuevas tecnologías la Comunidad de Madrid es líder. El tejido empresarial de la Comunidad de Madrid participa en más de la mitad del gasto en I+D de la región, si bien el Estado tiene una importante participación.
- El uso de internet en 2002 ha sido del 27% y está creciendo de forma muy significativa.

Como resumen significativo de la situación económica de la Comunidad de Madrid debemos señalar lo siguiente:

- La Comunidad de Madrid es la sede de la mayoría de las grandes empresas.
- La diferencia económica entre la Comunidad de Madrid y otras comunidades, arroja un saldo muy favorable a su favor.
- Existe en esta comunidad un alto grado de tercerización, especializado en sectores muy dinámicos, tales como electrónica, editorial, servicios a empresas etc. Lo cual explicará el rápido crecimiento económico de los últimos años. Esta especialización

y crecimiento tiene múltiples causas, entre las que cabe citar la capitalidad, las buenas infraestructuras y la red de comunicaciones, la buena cualificación profesional y el importante esfuerzo en I+D, provocado por la fuerte competencia.

- El incremento del número de empresas, 2,8% anual, es superior al nacional, 2,4%, y la densidad empresarial también es mayor.
- Reiterando anteriores afirmaciones, hay que incidir en que el sector servicios está mucho más desarrollado, 57,5% en la Comunidad de Madrid frente al 49% nacional, y dentro de ello, el sector comercio minorista ocupa una posición destacada, 15,2% sobre la totalidad de empresas de la región.
- Más del 30%, un 32%, del esfuerzo de I+D se centra en la Comunidad de Madrid.
- La penetración de la sociedad de la información en el tejido industrial es muy fuerte. Con fecha 2002, un 27% de los mayores de 14 años usaban INTERNET, frente al 22,6% nacional y el 44% de las empresas disponen de web.
- Un núcleo de 75.000 personas trabaja en informática, I+D o telecomunicaciones en la Comunidad de Madrid, lo cual supone el 38% del total nacional, el 28% de las empresas de TIC y más de la mitad de la facturación nacional.
- Además de todo ello y aún con los avatares propios de una economía incierta, la de un entorno en la UE, la Comunidad de Madrid, presenta unas perspectivas halagüeñas para un futuro próximo.

Todos estos antecedentes permiten concluir con los siguientes cuadros sobre el entorno:

Entorno económico	
Nacional	Comunidad de Madrid
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dificultades de innovación en parte debida a la atomización ▪ Conveniencia de mantener los canales de distribución tradicional como fórmula de apoyo a INTERNET ▪ Necesidad de apoyo oficial para provocar una inversión selectiva ▪ Rentabilidad media baja ▪ Atomización 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concentración del número de empresas en todas sus dimensiones. ▪ Sede de grandes empresas ▪ Rápido crecimiento económico en los últimos años

Entorno sociológico	
Nacional	Comunidad de Madrid
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación inadecuada para el uso de nuevas tecnologías ▪ Recelo ante fórmulas de compensación que permitan acceso a inversión en TIC ▪ Exceso de personalización ▪ Escasez de procedimientos en el trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amplio desarrollo del sector terciario predominando la Pyme y la micro empresa ▪ Capacitación y especialización superior a otras comunidades ▪ Más amplio mercado laboral, requiriendo mayor capacitación ▪ Nivel de empleo superior a la media nacional

Entorno jurídico	
Nacional	Comunidad de Madrid
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predominio de la forma unipersonal frente a la societaria. 	

Entorno tecnológico	
Nacional	Comunidad de Madrid
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoy es imprescindible en el empresa al acceso a INTERNET ▪ Existencia de fórmulas de compensación para acceder a TIC ▪ Escaso nivel de utilización de la inversión en TIC ▪ Superabundancia del sector servicios ampliamente competitivo con escasa inversión ▪ Amplias posibilidades de desarrollo de la inversión informática incorporables a la producción y gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Infraestructura mejor y mayor que en otras comunidades ▪ Desarrollo de I+D importante ▪ Amplio desarrollo del sector comercio minorista ▪ Amplia penetración de la “sociedad de la información”

2.5. La formación en la Comunidad de Madrid

Dado que la formación es un elemento condicionante de la adaptación de las nuevas tecnologías y consecuentemente del empleo, se incluyen algunos datos sobre este tema. Con datos base de 2000 hay que citar por lo que se refiere a la formación universitaria, hay que partir de la existencia de 13 Universidades, públicas y privadas.

Atendiendo a los datos de la Encuesta de Población Activa en el primer trimestre del año 2000, la tasa de paro en los alumnos que habrían cursado estudios superiores en esta comunidad era la más baja del grupo de personas atendiendo a su formación, situándose en el 8,7, cifra que suponía un descenso de 1,5 puntos sobre el trimestre anterior y de 3.8 puntos sobre el primer trimestre del año 1999, por lo que debe catalogarse como bueno el comportamiento del empleo en este sector formativo.

Respecto del colectivo con estudios de Formación Profesional, cabe decir que a pesar de haber descendido 4,7 puntos sobre el primer trimestre del año 1999, hasta situarse la tasa de desempleo en el 11,4, supone un incremento de 0,8 sobre el trimestre anterior. El colectivo con estudios presuperiores se situaba en este periodo con una tasa de 11,6, esto supone descender un punto sobre el trimestre anterior y medio punto sobre el primer trimestre del año 1999.

En cuanto al colectivo de personas con formación de estudios de grado medio, estos representan el colectivo con mayor tasa de paro, un 14,3, a pesar de ser una tasa alta que ha incrementado casi un punto sobre el trimestre anterior, los datos referidos al primer trimestre del año 1999 representaban 2,4 puntos por encima de la media actual, con lo que cabe observar un buen comportamiento. En la población con estudios primarios, la tasa de desempleo se situaba en un 12,3, esto supone un descenso de un punto y medio respecto de los resultados del año anterior.

En cuanto al comportamiento del desempleo de las personas sin estudios, en la actualidad la tasa se situaba en un 12,7, a pesar de haber descendido 3,6 puntos respecto del trimestre anterior, lo cierto es que la cifra actual debe ser considerada como alta, dado que en el primer trimestre del año 1999, la tasa se situaba en el 9,9.

Finalmente, respecto de la población analfabeta, la misma tenía en el primer trimestre del año una tasa de 16,7, cifra que suponía un incremento de 5,5 puntos sobre el trimestre anterior y de 5,6 puntos sobre el primer trimestre del año 1999.

En relación con la oferta y demanda académica señalamos que comparativamente con la situación española, la población de Madrid puede definirse como una población más preparada, el número de universitarios, más del 14% dobla a la media española, además en Madrid es mayoría el segmento de población con estudios secundarios, mientras que la realidad española muestra como es mayoría la población con estudios primarios. Atendiendo a los datos, la población analfabeta o carente de estudios representaba en Madrid en torno al 13%, mientras que en España se situaba próxima al 28%.

Es significativo el número de estudiantes matriculados en las universidades de Madrid:

Año 2000	2001	2002	2003	2004
221.710	216.629	210.593	206.163	205.800

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2004

Y el de los que terminaron sus estudios universitarios en años anteriores:

Año 1997	1998	1999	2000
34.917	34.683	37.365	40.744

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2004

Por otra parte, examinando los datos relativos a la infraestructura educativa madrileña y el número de estudiantes según categorías, sin tener en cuenta los estudiantes universitarios, la realidad muestra que en 1998, Madrid contaba con 4.132 centros educativos, de los cuales 2.296 eran centros públicos, son los niveles Preescolar, Educación Primaria, EGB y ESO donde existe mayoría de centros públicos.

En cuanto al número de alumnos madrileños, descontando la población universitaria, la comunidad madrileña contaba un total de 972.361 alumnos, de los cuales la mayoría (582.999) acudía a centros públicos. La educación primaria y EGB absorbían el mayor número de alumnos.

En cuanto al alumnado universitario madrileño suponía en torno a 257.000 personas en el año 1998, de los cuales, la gran mayoría, en torno a 230.000 alumnos, acudía a centros públicos, donde la Universidad Complutense absorbía un total de 1116.892 alumnos. Algo más de 26.000 alumnos, cursaban estudios en centros privados, más de la mitad de los cuales lo hacían en la Universidad Pontificia y la Universidad San Pablo-CEU. Las carreras más demandadas eran Derecho y Empresariales.

2.6. El empleo en la Comunidad de Madrid

El análisis de series históricas permite reconocer que la evolución del empleo en los últimos 25 años ha sido revolucionaria.

La Comunidad de Madrid ha pasado de tener 3,1 millones de personas con más de 16 años y una población activa del 51,6% en el año 1997, a tener 4.4 millones de personas con más de 16 años y el 56,2% de población activa en el año 2002.

La población en edad de trabajar y la población activa ha crecido de forma importante.

El crecimiento es superior a la media nacional si bien la Comunidad de Madrid ha seguido los mismos avatares que la situación nacional. Así durante los años 1970-1980, se produjo la gran pérdida del empleo, más del 15%, con especial incidencia en los años 1977 –1979. Continuidad en la pérdida hasta el año 85 y ligera recuperación a partir de ese año.

La recuperación a partir del 1985 fue más rápida en la Comunidad de Madrid.

De nuevo caída general en los años 92 – 94 y crecimiento continuado a partir de ese año.

Incidiendo de nuevo en la Comunidad de Madrid, son relevantes los siguientes cuadros:

Evolución de la estructura de ocupaciones laborales, 1994 y 2002 (Porcentaje)

Ocupaciones	Diferencia C M	Diferencia España	Diferencia
Directores-jefes	0,81	-0,61	1,42
Profesionales	4,03	2,39	1,64
Técnicos y profesionales de apoyo	5,62	3,79	1,83
Cuello blanco-alta cualificación	3,93	1,31	2,62
Cuellos blanco-baja cualificación	-1,90	0,82	-2,72
Cuello azul-alta cualificación	-0,30	-1,41	1,11
Cuello azul- baja cualificación	-1,73	-0,72	-1,01

Fuente: INE, EPA, 2º trimestre de cada año

El cambio cualitativo ha sido muy importante ya que el crecimiento de los profesionales, técnicos y personal con alta cualificación se ha incrementado, mientras que las ocupaciones de menor cualificación han descendido también significativamente.

En relación con el nivel de estudios terminados, también es de destacar el crecimiento de los estudios universitarios medios, universitarios superiores y la formación profesional, como se puede ver en el siguiente cuadro:

***Nivel de estudios terminados, Comunidad de Madrid y conjunto nacional 1987, 1994
y 2002 (Porcentaje)***

Nivel de estudios	CM 1987	España 1987	CM 1994	España 1994	CM 2002	España 2002
Analfabetos sin estudios	11,5	21,5	9,2	19,3	7,8	14,3
Estudios obligatorios	60,2	59,9	55,3	54,7	44,8	49,6
Formación profesional	4,5	3,8	6,9	8,0	9,2	10,9
Estudios secundarios	12,9	7,9	14,8	9,6	16,9	11,7
Universitarios medios	4,9	3,9	5,8	4,4	7,4	6,4
Universitarios superiores	5,8	2,7	8,1	4,0	13,6	6,9
<i>Ind. de divergencia</i>	3,35		3,74		4,34	

Fuente: INE, EPA, 2º trimestre de cada año

2.6.1. Tasa de actividad

Para mayores de 25 años la tasa de actividad es superior a la media nacional.

En varones esa tasa se incrementa para mayores de 50 años, 83% y España un 76%.

En mujeres de entre 25 y 44 años, la tasa de actividad también superior a la media nacional, especialmente entre 25 y 29 años.

Estos altos índices de la tasa de actividad pueden llevarnos a pensar que los jóvenes en la Comunidad de Madrid dedican mas años al estudio. Por otro lado, a un plazo medio la tasa de trabajo en Madrid se incrementará mas que en España.

2.6.2. Tasa de ocupación

La mejor tasa de ocupación se produce en la Comunidad de Madrid entre varones mayores de 35 años y en todos los casos por encima de la media nacional.

Con respecto a mujeres, la tasa de ocupación nos indica que cada vez hay mas ocupadas y que se ocupan más las mas jóvenes.

Las tasas de paro nos permiten las siguientes reflexiones:

- La tasa de paro ha aumentado en todas las edades y más en mujeres.
- Este aumento es menor en Madrid y sobre todo en los mas jóvenes.
- En la Comunidad de Madrid a fecha de 2002 la tasa de paro es del 5% y entre 35 y 49 años se aproxima al 2%.

Estos cambios que nos marcan un entorno del mercado de trabajo de 1977 – 2002 nos permiten un análisis mas detenido del trabajo en la Comunidad de Madrid.

Para mejor entender estas mutaciones convendrá analizar algunos aspectos:

1. Sectores de actividad

En la Comunidad de Madrid el 74% de la población trabaja en el sector servicios frente al 63% nacional.

Indicador de divergencia sectorial, 1987, 1994 y2002 (Porcentaje)

Sectores	1987	1994	2002
Primario	13,77	8,79	5,11
Energía, aguas y extractivas	0,73	0,06	0,10
Industria manufacturera	1,74	2,72	2,76
Industria química	0,59	0,12	0,31
Transformación de metales	2,35	0,70	1,09
Construcción	1,74	0,75	2,41
Servicios de distribución	0,55	1,61	3,87
Servicios de producción	7,15	7,93	11,60
Servicios sociales	5,13	4,33	1,58
Servicios personales	3,42	0,97	2,48
<i>Total</i>	3,72	2,80	3,13

Fuente: INE, EPA, 2º trimestre de cada año

Dentro del sector servicios es preferente el campo de servicios avanzados y servicios a empresas, mientras que el campo de servicios tradicionales mantiene un crecimiento moderado.

El trasvase de otros sectores al sector servicios pone de manifiesto una inadaptación en la cualificación profesional requerida, máxime en la Comunidad de Madrid donde los servicios avanzados a empresas que requieren alta cualificación son dominantes.

Posiblemente también esta alta cualificación explique el retraso de la entrada de jóvenes en el mercado laboral, tiempo de estudio y preparación y la mayor tasa de empleo entre ellos.

2. Cualificación laboral

La Comunidad de Madrid aparece con muchos más trabajadores no manuales y más cualificados que la media nacional.

En Madrid y España han aumentado las actividades no manuales de forma notoria, mientras que el empleo cualificado ha crecido

A este efecto y sobre el nivel de estudios terminados es de destacar como, en la Comunidad de Madrid, los grupos de formación profesional, estudios secundarios y universitarios medios suponen un 23,5%, lo que ratifica la tesis ya expuesta sobre la mayor cantidad de mandos medios. En este mismo orden de cosas, los universitarios superiores suponen en 6,9% frente al 13,6% de España.

3. Distribución del trabajo por género.

Para analizar este apartado se entiende que actividad femenina es aquélla en la que estimativamente puedan considerarse que trabajan indistintamente hombres y mujeres (50 y 50%).

Actividad con incremento es aquella en que se ha doblado la actividad femenina.

Hay 6 sectores de actividad femenina, de los cuales los cuatro primeros ya lo eran en 1987:

- Educación e investigación
- Sanidad y servicios sociales
- Industria textil
- Auxiliares financieros, seguros y banca
- Inmobiliaria
- Comercio

La incorporación masiva de la mujer al mercado laboral ha ampliado las tasas de actividad. Hay sectores en lo que es de esperar el incremento del trabajo femenino.

La incorporación al mercado de trabajo es similar en España y la Comunidad de Madrid, si bien en esta última la incorporación es mas acelerada y con menor segregación.

4. Organización del trabajo

La Comunidad de Madrid mantiene una tasa mucho más elevada a la media española en empleo indefinido a tiempo completo y para situaciones típicas.

Organización de los procesos de trabajo, Comunidad de Madrid y conjunto nacional, 1987, 1994 y 2002 (Porcentaje)

	CM 1987	España 1987	CM 1994	España 1994	CM 2002	España 2002
Empleo indefinido	94,9	84,4	79,0	66,4	80,6	68,8
Empleo temporal	5,1	15,6	21,0	33,7	19,4	31,2
Tiempo completo	97,6	94,0	96,3	93,1	93,6	92,0
Tiempo parcial	2,4	6,0	3,7	6,9	6,4	8,0
Sit. Profesionales típicas	87,1	73,0	89,5	78,2	91,8	85,9
Sit. Profesionales atípicas	12,9	26,9	10,5	21,8	8,2	14,1

Fuente: INE, EPA, 2º trimestre de cada año

De nuevo queda de manifiesto, como es previsible en la situación de empleo por ser consecuencia de la inversión y el entorno entre otras causas, la buena situación de la Comunidad de Madrid respecto al resto de España en cuanto a empleo. Pero debemos recordar también que más del 50% de las empresas nacionales son sin asalariados y sin forma societaria, es decir micro empresas, profesionales y autónomos, y que esta tendencia también se produce en Madrid, mas aún por ser el comercio y los servicios el eje vertebrador y mayoritario de la Comunidad de Madrid pasamos a analizar algunos datos sobre el autoempleo.

Evolución de autoempleo en términos absolutos. Ambos géneros (miles)

	1997	1998	1999	2000	2001
Empleador	628,1	639,6	709,6	700,5	757,9
Empresarios sin asalariados	1.403,9	1.413,0	1.356,3	1.366,7	1.381,1
Miembro de cooperativa	88,7	77,8	84,0	82,7	84,6

Fuente: EPA, 2º trimestres de cada año

Este sistema de empleo, auto empleo, tanto a nivel UE como nacional aumenta mas rápidamente que el empleo asalariado, 35,4% y 28,9% respectivamente en el UE, si bien en España el auto empleo no ha crecido tanto, quizá por la amplia creación de empleo general, 51% (“Empleo autónomo y empleo asalariado. Análisis y características del auto empleo en España”. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. 2004. Datos referidos a 2001)

Quiere decir esto que el auto empleo ha absorbido la mejor afluencia de trabajadores y la mayor cantidad de empleo. Siendo esta hipótesis cierta, cabe deducir que el fomento del auto empleo permitirá disminuir el paro.

Los mismos textos, evolución del auto empleo en términos absolutos, evolución del numero de auto empleados por ramas de actividad, evolución del número de auto empleados por tipo de ocupación, ponen de manifiesto las anteriores afirmaciones al tiempo que indican la evolución nacional de hostelería y comercio minorista.

Evolución del nº de autoempleados por rama de actividad, 1997 a 2001.

Ambos géneros (miles)

Año	Const.	Ener, Agu extr	Ind Quim	Otr ind manu	Ind Tran metal	S. venta mayor	S. venta menor	Host	Trans	Corre y telec	II. FF	Semp	Act sanita	Edu e invest	Otros serv	Total
1997	290	4,7	22,2	188	79,6	107	608	231	179	5,2	50,8	161	39,4	38,3	137	2121
1998	274	5,6	20,1	189	85,0	110	609	218	189	4,2	31,1	174	40,1	38,1	144	2131
1999	295	6,5	19,6	182	92,8	107	594	234	191	5,9	41,8	167	44,9	35,1	134	2150
2000	309	5,1	25,0	187	87,5	92,6	585	234	178	5,9	42	178	51,1	32,1	137	2149
2001	326	5,3	24,4	195	95,8	97,9	608	224	172	7,8	42	200	42,2	36,4	147	2224

Fuente: EPA, 2º trimestres de cada año

Evolución del número de autoempleados por tipo de ocupación.

Ambos géneros, 1997 a 2001 (miles)

Año	Direc. y jefes	Prof.	Tecn. y prof. apoyo	Adminis.	Trab. Serv	Trab Agric	Trab Man. cualif	Obreros	Ocup. Elemen	Total
1997	856,2	194,7	148,5	34,6	126,6	0,2	504,3	189,3	63,3	2121
1998	863,8	211,3	149,4	25,8	134,1	0	490,7	202,5	52,7	2130
1999	879,7	205	145,4	32	139,5	0,1	492,9	207,2	48,4	2150
2000	872	212,6	143,6	33,4	152,7	0,1	490	193,9	51,4	2150
2001	907,5	211,2	156,6	29,9	150,1	0	513,3	186,3	58,9	2224

Fuente: EPA, 2º trimestres de cada año

A fin de incrementar el auto empleo se han tomado medidas en los diferentes planes de empleo. Tales medidas se basan fundamentalmente en:

- Empleabilidad: Diseño de políticas activas de empleo orientadas a mejorar el nivel de cualificación.
- Políticas dirigidas a facilitar la creación de empresas y su potencial de creación de empleo.
- Políticas orientadas a la adaptabilidad de auto empleados fomentando la modernización y la inversión en recursos humanos
- Fomento de la igualdad de oportunidades (hombre – mujer) mediante la reconciliación de la vida laboral y familiar.

La Comunidad de Madrid en su Plan de Empleo también toma amplias medidas para el fomento del empleo.

Otra circunstancia a resaltar en el tema de empleo es la alta cualificación requerida en la sociedad de la información y como esta alta cualificación evoluciona rápidamente a medida que lo hacen los procesos de trabajo y la incorporación del TIC, lo cual lleva a la necesidad de potenciar la formación permanente. Estos procesos suelen estar bien

estructurados en las grandes organizaciones pero no tanto en las micro y pequeñas empresas a pesar de la posibilidades existentes.

En este último sentido y dentro de la Comunidad de Madrid, tanto el IMAF como el IMAFE realizan una labor de acercamiento de los trabajadores a las necesidades permanentemente cambiantes del mercado laboral.

Todas estas circunstancias son las que condicionan el empleo en general y en la Comunidad de Madrid en particular.

En síntesis:

- La evolución del empleo analizado en los 25 últimos años, desde 1977, ha sufrido una evolución revolucionara tanto cualitativa, mayor población y mayor acceso al empleo, como cualitativamente, nuevos sectores y nuevos contenidos en los puestos de trabajo.
- Esta revolución ha provocado serios desajustes en los niveles de empleo, 1977 al 1985.
- Como no podía ser de otra manera la Comunidad de Madrid también sufrió esta revolución si bien por sus especiales características, sector servicios, altamente cualificada y comercio en general, permitió superar los desajustes con mayor facilidad.
- Esa característica ha provocado una disminución de operarios, incremento de cualificación y mayor nivel de estudios respecto a la media nacional.
- De nuevo la Comunidad de Madrid aparece en nivel de empleo mejor situada que la media nacional. No obstante el propio tejido industrial de la Comunidad de Madrid ha condicionado la aparición de micro empresas y auto empleados, profesionales, autónomos, cooperativas y sociedades laborales. Este grupo de trabajo, extraordinariamente adaptable al mercado supone futuros yacimientos de empleo, pero requieren facilidades tanto en el entorno que le permita su aparición como en el mantenimiento de cualificación, que requiere facilidad de formación permanente.

3. LAS PYMES EN LA COMUNIDAD DE MADRID

En el contexto económico español las pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel fundamental, el 99,9% del tejido empresarial nacional esta compuesto por Pymes, según datos del Instituto Nacional de Estadística, existían en España 2.710.400 empresas de las que apenas el 0,83 %, cerca de 25.000, tienen una plantilla superior a los 50 trabajadores y alrededor del 53 % son unidades productivas sin asalariados.

Distribución de empresas en España según su tamaño

Nº de empleados	Nº de empresas	Porcentaje
Más de 500	1.355	0,05
De 200 a 499	3.276	0,12
De 50 a 199	19.658	0,73
De 10 a 49	140.435	5,18
De 1 a 9	1.120.344	41,34
Sin trabadores	1.425.332	52,59

Fuente: INE, Anuario Estadístico de España, 2002-2003

La solidez de las Pymes es imprescindible para el fortalecimiento del sistema económico, para la generación de riqueza nacional y para la creación de empleo, no en vano este colectivo genera el 70 % del empleo y el 65% de las ventas nacionales.

De acuerdo a los datos del INE 2002, existían en Madrid un total de 384.638 empresas, esto representa un 14,19% del total de 2.710.400 empresas existentes en España, siendo la comunidad madrileña la tercera en cuanto a número de empresa, sólo superada por Cataluña y Andalucía.

En nuestra comunidad tienen más peso las empresas que carecen de asalariados, las cuales representan un total de 212.149 empresas de las 1.425.322 empresas sin asalariados a nivel nacional, cifras que sitúan a Madrid como la segunda comunidad en este apartado, sólo superada por Cataluña, medido el peso de estas empresas en Madrid

respecto del peso en el conjunto nacional, la realidad revela que en Madrid este tipo de empresas representa el 55,2% del total de empresas, frente al 52,6% en España.

Examinado el 44,8 % de las empresas madrileñas, estos es, aquellas que cuentan con asalariados, las cifras muestran como a pesar de ser una de las comunidades con mayor número de Pymes, lo cierto es que comparativamente con España, el peso relativo de la Pyme respecto del tejido empresarial madrileño, es menor que el peso de las Pyme en España.

En Madrid el peso de las Pymes respecto del conjunto de la estructura empresarial, y en particular de las pequeñas empresas, es inferior a la media española, así mientras las pequeñas empresas (de uno a 9 trabajadores) representan un 38% del total de empresas madrileñas, frente al 41% en el conjunto español.

En el grupo de empresas comprendidas entre los 1-9 empleados, núcleo de las Pymes, Madrid cuenta con un total de 146.336 empresas de las 1.120.344 existentes en el territorio español. Por grupo de empleados estas empresas se dividen en 92.028 empresas con 1-2 asalariados, 35.813 empresas con 3-5 asalariados y 18.495 empresas con 6-9 asalariados.

En cuanto al grupo de Pymes comprendidas entre los 10 y 50 empleados, no muestra resultados muy distintos, el peso de las mismas respecto al total empresarial supone un 5,2% en España, mientras que en Madrid supone un 5,4%.

Existen un total de 140.435 empresas en España comprendidas entre los 10 y 49 empleados, de las cuales 20.828 están ubicadas en Madrid. Esto supone que nuestra comunidad alberga el 15% de las empresas de este tipo, lo que la sitúa como la segunda comunidad española, tras Cataluña (21,7%) y a bastante distancia de la tercera comunidad que es la Comunidad valenciana (12,1%). Estas cifras ponen de manifiesto que Madrid es una comunidad donde el peso de la gran empresa es mucho más significativo que en el conjunto medio del estado español, circunstancia que se repite con las Pymes de mayor tamaño.

De acuerdo a estos datos, lógicamente, en las grandes empresas el peso en Madrid es mayor, Madrid cuenta con un total de 4.776 empresas comprendidas entre los 50 y 249 empleados de las 22.934 existentes en España, esto supone que Madrid es la segunda comunidad española en este tipo de empresas tras Cataluña). El peso de este tipo de empresas es mayor en Madrid que en España, en nuestra comunidad representan el 0,9% del total de empresas, mientras que ese intervalo de empresas, en la media nacional sólo supone el 0,7%.

Respecto de las mayores empresas, aquellas por encima de los 250 empleados, las diferencias son también notables, en Madrid, ya que tiene 539 sobre un total de 1.317 del total español y que suponen el 0,3% del total de empresas, mientras que en España apenas supone el 0,1%.

La distribución de las empresas madrileñas por encima de los 50 empleados es la siguiente: 2.552 empresas de 50 a 99 empleados, 1.395 empresas de 100 a 199 empleados, 829 empresas de 200 a 499 empleados, 309 empresas de 500 a 999 empleados, 190 empresas de 1000 a 4999 empleados y 74 empresas de 5000 o más asalariados.

3.1. Sectores de actividad económica.

A nivel nacional, sectorialmente son los servicios los que cuentan con un mayor número de empresas, 48,6 % del total, mientras que en el extremo opuesto en cuanto a número de empresas figura el sector industria con el 9,4 %.

La distribución de las empresas en Madrid, muestra un menor peso del número de empresas en la Industria (7%), Construcción (10%) y Comercio (26%), mientras que el peso de las industrias de los servicios es mucho más acusado en Madrid (57%) que en el resto de España (48,6%).

Analizando los sectores económicos en Madrid, respecto de la industria madrileña, la misma presenta una composición de actividades en la que destaca el peso del sector

Papel e Impresión, con Artes Gráficas y edición, además de la Industria de Maquinas de Oficina, Material eléctrico y electrónico. Estas actividades representan casi un tercio del valor añadido de la industria madrileña.

Otros sectores que destacan son los Productos Químicos, especialmente la industria Farmacéutica, el Transporte con una fuerte presencia de vehículos y piezas de aeronaves, así como la Madera y Fabricación de Muebles de madera.

La industria de Madrid está mayoritariamente orientada a la producción de bienes finales, con una proporción muy significativa de bienes de inversión intensivos en tecnología.

Madrid cuenta con una mayor proporción de empresas de mayor tamaño (más de 200 trabajadores), que poseen mayor dimensión media que en el conjunto nacional.

Respecto de los servicios, cabe decir que la economía de la comunidad de Madrid está claramente especializada en la provisión de servicios, en esta especialización ocupan una posición especialmente relevante sectores como las instituciones financieras o los servicios a empresas. El sector servicios se constituye como un elemento de primer orden en el crecimiento de la economía madrileña.

Específicamente, tanto la restauración y hostelería como el comercio de alimentación y el comercio textil son también muy relevantes en Madrid.

La relevancia de este sector además queda de manifiesto en el hecho que más del 80% de las unidades productivas de la Comunidad de Madrid tienen como dedicación principal la provisión de servicios. Sólo tres sectores (Comercio al por menor, Hostelería y Servicios a empresas) suponen la mayoría de las unidades productivas de la comunidad de Madrid.

Madrid, sólo por detrás de Baleares y Canarias y sin contar con una actividad turística significativa, es la comunidad con mayor peso de las actividades de servicios. Casi el

80% del PIB de las regiones genera en este sector, más de 10 puntos de la participación media nacional.

La composición productiva de los servicios comparada al resto de España, tiene una especialización relativa mayor en cuatro tipos de actividades: Servicios a empresas, destacando la consultoría de actividades informáticas, ingeniería, consultoría jurídica y económica y actividades publicitarias; Servicios financieros; Servicios de Transporte y especialmente servicios de transporte aéreo; por último los servicios relacionados con las comunicaciones y dentro de este conjunto, las operadoras de comunicaciones y los servicios audiovisuales.

3.2. Incidencia en la creación de empleo

Atendiendo a los datos nacionales, desde una perspectiva sectorial cabe resaltar que el sector servicios es el que mayor número de asalariados absorbe, 40,8 %, siendo su número medio de asalariados por empresa de 7,85. Por su parte el sector es el más intensivo en mano de obra, pues ocupa al 27 % del total de asalariados.

Cada Pyme española da empleo a una media de ocho trabajadores, aunque es la industria la que crea más puestos de trabajo, a pesar de que este sector es el que tiene menos representación dentro de este grupo de sociedades.

Frente a las Pymes de la industria, que son las que más empleo crean, se encuentran las del comercio, con una media de 5,2 empleados, seguidas de las de la construcción, con 7,5.

Los servicios son la actividad que ocupa al 48,6% de las Pymes españolas y cuenta con mas del 40% de los asalariados de las Pymes.

Comparativamente, con las Pymes europeas, las Pymes españolas tienen una menor dimensión y su participación en las ventas y en el comercio internacional resulta inferior, no así en la generación de empleo. La efectividad de las medidas emprendidas

en los últimos años a favor de las Pyme para la creación de empleo quedan reflejadas en la variación experimentada en la tasa nacional de paro, que ha descendido más de 10 puntos entre diciembre de 1996 y el año 2002.

Evolución de la Tasa de paro

AÑO (4º trimestre)	%
1995	22,77
1996	21,78
1998	18,17
1999	15,45
2001	10,50
2002	11,45

Fuente: INE, Encuesta de Población Activa

En síntesis, tal y como hemos comentado, las Pymes son clave a la hora de generar empleo, llegando incluso a tener mayor participación en el caso español en este sentido, que comparativamente con los países de la Unión Europea.

España cuenta con un porcentaje mayor de Pymes que Europa, siendo significativa la diferencia en el grupo de microempresas (hasta 10 trabajadores), donde España son mas del 95% y en la Unión Europea el 93%. Las Pymes son grandes generadoras de empleo, pero no es menos cierto que son este tipo de empresas las que gozan de mayor movilidad, siendo las grandes protagonistas de la economía local.

En este sentido la creación de empresas pasa ineludiblemente por las Pyme, dado que hacia ella se dirigen los programas de emprendedores y es este tipo de empresas las resultantes de la movilidad en el empleo.

En este sentido, a la hora de hablar de la creación de empresas resulta importante analizar la edad de las empresas en Madrid.

Las empresas industriales de 200 y menos trabajadores tiene una edad media de 19 años, mientras que las mayores tienen una media de edad cercana a los 39 años. Estos datos no varían demasiado de la situación española. La edad de las empresas es una variable cuya influencia se aprecia en el comportamiento de múltiples características de las empresas. La variabilidad de los resultados y el crecimiento es inferior en las empresas grandes.

La generación neta de empleo presenta una relación de naturaleza compleja con la edad: las empresas más jóvenes crean más empleo en términos netos, pero tienen tasas de mortalidad mayores que anulan el efecto positivo anterior.

La edad media aparece en las empresas asociada a su tamaño, las empresas de tamaño mediano y pequeño en la comunidad de Madrid son empresas al contrario que las grandes empresas, de un sólo establecimiento y con localización productiva única.

Sin embargo, la fácil adaptabilidad a la coyuntura cambiante hace de este tipo de empresas ser motor de la economía, aunque no es menos cierto que el peso de las Pymes resulta menos acusado en nuestra comunidad, este hecho debe suponer un factor de crecimiento en la Pyme hacia la situación existente en Madrid con las empresas mayores: su diversificación y por tanto generación de empresas.

3.3. Tipología de las Pymes

A partir del mes de enero de 2005 el modelo definido por la UE para la clasificación de empresas responde al siguiente cuadro:

Empresa	Empleados		Negocio		Balance	
	Hasta 12 2004	Desde 1 2005	Hasta 12 2004	Desde 1 2005	Hasta 12 2004	Desde 1 2005
Mediana	< 250	< 250	< 40 m. de €	< 50 m. de €	< 27 m. de €	< 45 m. de €
Pequeña	< 50	< 50	< 7 m. de €	< 10 m. de €	< 5 m. de €	< 10 m. de €
Micro	< 10	< 10	< 2 m. de €	< 2 m. de €	sin definir	< 2 m. de €

Lo más significativo es la elevación de la cifra de negocio y el balance, que en las empresas medianas tienen una subida de 10 y 18 m. de € y que la pequeña experimenta un incremento de 3 y 5 m. de €, mientras la micro empresa mantiene las mismas cifras que hasta el 31 de diciembre de 2004 en su definición.

Es muy probable que la nueva clasificación implique ajustes en las políticas relacionadas con las pequeñas y micro empresas a partir de 2005.

Por otro lado, debe tenerse presente que las Pymes, como cualquier otra empresa, puede adoptar naturaleza jurídica diversa, en todo caso sociedades.

Una sociedad es el resultado de un contrato por el cual dos o más personas se obligan, de forma voluntaria, a poner en fondo común bienes, industrias y/o trabajo, con fines lucrativos, siempre y cuando se hayan constituido con arreglo a las disposiciones mercantiles que les sean de aplicación (excepcionalmente, el Ordenamiento Jurídico vigente posibilita la existencia de Sociedades Limitadas y Sociedades Anónimas de carácter unipersonal).

A continuación se establecen los tipos existentes de sociedades y sus características principales, teniendo presente que por su propia naturaleza, en determinados tipos societarios no cabe la estructura de Pyme de acuerdo a las exigencias descritas para este tipo de empresas.

Sociedades Mercantiles

- *Sociedad Anónima (S.A.):* Su capital está dividido en acciones que pueden transmitirse libremente, que pueden ser nominativas o al portador. El capital mínimo son 6.010€, debiendo ser suscrito totalmente y desembolsado, al menos, en un 25% del valor nominal de cada acción (el resto, según se establezca en los Estatutos, con un plazo máximo de 5 años para aportaciones no dinerarias). Debe poseer al menos un socio y su responsabilidad está limitada al capital.

- *Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L. o S.R.L.):* El capital está dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, que no tendrán el carácter de valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o de anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones. Este capital mínimo es de 3.005€, el cual debe ser totalmente suscrito y desembolsado. La transmisión de las participaciones sociales no puede realizarse libremente a personas extrañas a la sociedad, precisándose para ello un consentimiento expreso de la Junta General de la Sociedad. Debe poseer al menos un socio y su responsabilidad está limitada al capital.

- *Sociedad Laboral (S.A.L. o S.L.L.):* El capital en las Sociedades Anónimas Laborales. está dividido en acciones nominativas, mínimo de 6.010€. Este, debe ser suscrito totalmente y desembolsado, al menos, en un 25% del valor nominal de cada acción. En las Sociedades Limitadas Laborales, el capital está dividido en participaciones sociales, siendo el mínimo de 3.005€, el cual debe ser totalmente suscrito y desembolsado. En ambas Sociedades laborales, las acciones o participaciones pueden ser de clase laboral o de clase general. El límite por socio es de 1/3 del capital social. La suma de las acciones o participaciones pertenecientes a los socios trabajadores deberá suponer, al menos, el 50,01% del capital social. Asimismo debe constituirse un Fondo Especial de Reserva (10% del beneficio líquido de cada ejercicio). Deben existir al menos tres socios y la responsabilidad es limitada.

- *Sociedad Colectiva (S.C. o S.R.C.)* El capital se compone de las aportaciones de los socios (Dinero, bienes y derechos). Esta condición de socio no puede transmitirse libremente, contemplándose la figura del socio industrial, cuya aportación se reduce exclusivamente a su trabajo. Debe poseer al menos 2 socios y la responsabilidad es ilimitada (personal, solidaria y subsidiaria para los socios).
- *Sociedad Comanditaria Simple y por Acciones (S. en C. o S. Com. y S. Com. p.A.).* Su capital está compuesto por las aportaciones de los socios colectivos o compuesto por capital, exclusivamente, para los socios comanditarios. Para las Sociedades Comanditarias por Acciones, se exige un capital mínimo de 6.010€, totalmente suscrito y desembolsado en un 25%. Debe contar con al menos 2 socios y la responsabilidad es ilimitada para la comanditaria simple y limitada a la cuota de participación para los socios comanditarios en la Comanditaria por acciones.
- *Sociedades Mercantiles Especiales.*
- *Sociedad de Garantía Recíproca (S.G.R.)* El capital es variable y dividido en participaciones sociales de igual valor nominal, acumulables e indivisibles, que no tendrán la consideración de valores negociables ni podrán denominarse acciones, al menos 1.803.000€, debiendo ser totalmente suscrito y desembolsado. Se distingue entre los socios partícipes, en número no inferior a 150 y los socios protectores. La responsabilidad es limitada.
- *Cooperativas de Crédito, Mutuas y Cooperativas de Seguros, y Mutualidades de Previsión Social.*
- *Sociedad de Capital-Riesgo (S.C.R.)* El capital se halla compuesto por acciones, con igual valor nominal y con los mismos derechos, representadas mediante títulos, en cuyo caso serán nominativas, o mediante anotaciones en cuenta. El capital mínimo es de 1.202.000€, debiendo ser suscrito totalmente y desembolsado, al menos, en un 50% en el momento de la constitución. El resto deberá desembolsarse

en un plazo máximo de 3 años. Debe contar con al menos un socio y la responsabilidad es limitada.

- *Sociedades de Inversión Mobiliaria (S.I.M.)* El capital puede ser fijo o variable, dividido en acciones de igual valor nominal y al menos 1.202.000€. Debe contar con un número de socios no inferior al que sea necesario para la admisión de las acciones en cotización oficial, con responsabilidad limitada.
- *Agrupaciones de Interés Económico y Agrupaciones Europeas de Interés Económico (A.I.E. y A.E.I.E.)*. En estas no se puede perseguir la realización de beneficios para ella misma y puede constituirse sin fijar una cifra de capital. Los derechos de los socios no podrán incorporarse a títulos negociables. Debe contar con dos o más personas físicas o jurídicas, nacionales o con otras de nacionalidad europea, cuyo objeto exclusivo sea desarrollar una actividad económica auxiliar de la que desarrollan los socios. La responsabilidad será ilimitada (Personal y solidaria).
- Entidades no Societarias:
 - Cajas de Ahorro.
 - Fondos de Inversión (F.I.M.)
 - Fondos de Pensiones (F.P.)

Sociedades Cooperativas (S. Coop.)

Analizadas en el punto correspondiente aunque puede avanzarse que las hay de primer y segundo grado

Sociedades Civiles

- *Sociedad Civil*. Su capital compuesto por las aportaciones de los socios, los cuales deben ser al menos 2, con responsabilidad ilimitada (mancomunada y directa). Este

tipo societario carece de personalidad jurídica, debiendo constituirse mediante contrato verbal o escrito.

- *Comunidad de Bienes.* Su capital está compuesto por las aportaciones de los socios. Debe contar con al menos 2 socios y la responsabilidad es ilimitada (mancomunada y solidaria). Carece de personalidad jurídica, constituyéndose mediante contrato verbal o escrito.

Una vez examinados los tipos de sociedades posibles, atendiendo a la personalidad jurídica que adoptan las empresas españolas 1.647.699, del total de las instaladas en nuestro país, adoptaron una estructura de persona física. Por otra parte 843.659 se declararon sociedades, ya sean anónimas, de responsabilidad limitada, colectivas o comanditarias, mientras que el resto se configuró como cooperativa u otro tipo de condición jurídica.

Un cuadro resume con claridad esta situación

Empresas según condición jurídica por comunidades autónomas y provincias.

Año 2002

	Total	Sociedades anónimas	Sociedades de responsabilidad limitada	Sociedades colectivas	Sociedades comanditarias
TOTAL	2.710.400	126.529	716.542	471	117
Andalucía	398.302	10.894	98.151	40	10
Aragón	81.533	3.530	20.370	27	5
Asturias (Principado de)	63.209	2.147	12.861	10	1
Balears (Illes)	73.358	3.742	20.178	4	6
Canarias	113.165	3.371	32.405	4	3
Cantabria	33.017	1.092	6.373	5	0
Castilla y León	147.496	4.739	31.572	27	0
Castilla-La Mancha	100.492	2.928	26.738	6	0
Cataluña	515.173	31.761	138.072	147	30
Comunidad Valenciana	288.408	8.051	89.322	38	4
Extremadura	57.419	1.431	9.983	2	0
Galicia	165.726	4.049	42.277	11	1
Madrid (Comunidad de)	384.638	35.019	124.691	68	32
Murcia (Región de)	72.547	1.979	20.243	35	2
Navarra (Comunidad Foral de)	37.333	1.848	8.630	13	6
País Vasco	152.211	8.773	29.449	28	17
Rioja (La)	19.499	944	3.925	3	0
Ceuta y Melilla	6.874	231	1.302	3	0

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

Empresas según condición jurídica por comunidades autónomas y provincias.

Año 2002

	Comunidades de bienes	Sociedades cooperativas	Asociaciones y otros tipos	Organismos autónomos y otros	Personas físicas
TOTAL	76.631	24.867	97.501	5.559	1.662.183
Andalucía	9.013	5.344	12.937	680	261.233
Aragón	598	993	7.184	199	48.627
Asturias (Principado de)	3.157	362	1.168	141	43.362
Balears (Illes)	4.635	207	1.633	140	42.813
Canarias	2.148	632	3.283	130	71.189
Cantabria	245	113	2.483	74	22.632
Castilla y León	6.618	1.339	3.719	571	98.911
Castilla-La Mancha	5.028	1.483	1.317	184	62.808
Cataluña	4.632	5.669	29.460	788	304.614
Comunidad Valenciana	9.862	2.619	5.835	524	172.153
Extremadura	2.764	916	1.192	135	40.996
Galicia	4.224	1.006	5.903	224	108.031
Madrid (Comunidad de)	8.343	1.481	11.180	828	202.996
Murcia (Región de)	2.653	1.116	1.316	106	45.097
Navarra (Comunidad Foral de)	3.575	330	817	129	21.985
País Vasco	8.395	998	6.425	636	97.490
Rioja (La)	463	196	1.551	53	12.364
Ceuta y Melilla	278	63	98	17	4.882

Fuente de información: Directorio Central de Empresas. INE.

3.4. Las Pymes en relación con la gran empresa

En los puntos anteriores ya se ha establecido la importancia cuantitativa de las Pymes madrileñas en el conjunto nacional, sin embargo ha quedado claro que en nuestra comunidad tienen un peso importante tanto sobre el empleo como sobre el resto de factores económicos las grandes empresas, por ello dentro del grupo de empresa Pyme cobran especial trascendencia aquellas más próximas a las grandes empresas.

Las estadísticas sobre las empresas españolas en los últimos años, muestran la evolución favorable de nuestra economía en dos vertientes.

Por una parte, las estadísticas reflejan el crecimiento a través del incremento del número de empresas, que ha pasado de 2.438.786 en el año 1996 a 2.710.400 en 2002, lo que supone un aumento, en términos relativos, del 11%.

Por otra, los datos estadísticos evidencian el incremento de los índices de empleo y el protagonismo de las Pymes en la creación de puestos de trabajo. Vemos así que, a pesar

de haber aumentado el número de empresas, el porcentaje de las de cero trabajadores con respecto al total ha disminuido, pasando del 56,75% en 1996 al 52,59 en 2002. Esta diferencia de porcentaje indica que el autónomo se ha transformado en empleador. De igual modo, el desplazamiento de un tamaño de empresa al superior se reproduce también en los diferentes estratos de nuestras Pyme.

Evolución del tamaño de las empresas en España 1996-2002

Número de trabajadores	Año 1996	Año 2002
0	1.383.945	1.425.332
De 1 a 9	928.032	1.120.344
De 10 a 49	109.517	140.435
De 50 a 249	14.756	19.658

Fuente: INE, 2003

Las Pymes constituyen un factor clave de estabilidad económica por su fácil adaptación a las circunstancias cambiantes del mercado y a los ciclos económicos, dada su especial sensibilización a los procesos de relanzamiento de la inversión. De igual modo tienen, con respecto a las grandes empresas, unas mayores posibilidades de generación de empleo por unidad de capital empleada. Manifiestan un gran dinamismo y parecen adaptar sus estrategias y comportamiento a los movimientos del mercado más fácilmente que las grandes estructuras.

Comparativamente con las Pymes Europeas, las Pymes en España representan un porcentaje mayor de la estructura empresarial y en particular el grupo de microempresas por debajo de los 10 trabajadores, las cuales suponen el 95% de las empresas españolas frente al 93% en la Unión Europea. En este sentido Madrid se ajusta algo más al modelo europeo caracterizado por una mayor presencia de empresas mayores.

Otros datos a considerar en las Pymes españolas es que las mismas tienen mayor repercusión sobre el empleo que las Pymes en la Unión Europea aunque su peso sobre las ventas resulta menor, e igualmente sucede con las exportaciones. El papel de las

Pymes españolas en conjunto puede definirse como grandes impulsoras del empleo aunque con grandes limitaciones en su desarrollo.

En este sentido, este tipo de empresas tiene problemas de competitividad, derivados en gran medida de su tamaño, que impiden o limitan el desarrollo de sus capacidades.

Un aspecto importante a tener en cuenta es la diferente carga financiera entre las grandes y pequeñas empresas. Las entidades de crédito cargan tipos mayores sobre las empresas más pequeñas y también más jóvenes, aspecto que repercute en la capacidad de estas Pymes de poder atender a gastos de innovación y cuando atienden a inversiones innovadoras la realidad muestra que este tipo de empresas perciben menores ayudas.

Existe una rigidez del mercado español para incorporar recursos de largo plazo a la Pyme. Mientras que la gran empresa cuenta con mayores posibilidades de acceder a la Bolsa de Valores o de captar capitales, la pequeña empresa cuenta exclusivamente con sus recursos propios y con la financiación ajena a corto o medio plazo para financiar su expansión.

Existe un difícil acceso de las Pyme a instrumentos de financiación alternativos a la financiación bancaria, como la emisión de empréstitos o pagarés, de coste inferior a los créditos bancarios. Así todo, los costes financieros son mayores para estas empresas y menores los períodos de amortización para las operaciones financieras tradicionales de las Pyme. La dificultad de evaluar la viabilidad de los planes de inversión de la Pyme se sustituye por la exigencia de garantía real o personal y primas de riesgo adicionales. Estas dificultades se agravan para las empresas unipersonales que existen en España.

En general, la Pyme no está bien informada para tomar sus decisiones de gestión. Con dificultad consigue identificar fuentes y contenidos relevantes de información comercial, financiera, tecnológica o de otra índole.

Existe por otra parte una limitación en la capacidad de incorporar valor al producto. En determinados sectores aún son poco utilizados recursos dirigidos a la diferenciación del producto para conferirle mayor valor añadido. En este sentido hay que apoyar una utilización más amplia e intensa de las nuevas tecnologías y de las posibilidades que ofrecen el diseño y la calidad en todas las etapas de la cadena de valor.

Finalmente, respecto de su capacidad tecnológica, son notorias las dificultades de la Pyme para generar tecnología a través de la I+D y para acceder a la misma por medio de la transferencia y difusión tecnológicas. La búsqueda de socios tecnológicos, la consideración de la innovación tecnológica en la estrategia empresarial y la práctica sistemática de una gestión tecnológica que garantice la presencia de la Pyme en el mercado, tampoco son hábitos muy difundidos entre nuestros empresarios.

Por otra parte cabe citar un exceso de regulaciones administrativas y de trabas burocráticas, que dificultan en gran medida la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las ya existentes.

4. PYMES EN LOS SECTORES DE RESTAURANTES Y CAFETERÍAS, COMERCIO DE ALIMENTACIÓN Y COMERCIO TEXTIL EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Conocidos ya los criterios clasificatorios y dadas las diferencias entre los distintos tipos de empresa, será bueno recordar la estructura del tejido empresarial tanto a escala nacional como de la Comunidad de Madrid.

Del informe sobre la estructura empresarial española de CEPYME, mayo 2004, (datos diciembre 2003), lo primero que salta a la vista es que hay 2.813.159 empresas censadas en España, 102.759 más que en 2002, de las cuales 1.459.938, el 51,90 % son empresas sin asalariados, autónomos, negocios familiares o actividades personales. Además de ello, incluyendo las anteriores, el 93,95% del total, 2.643.083 empresas son de menos de diez trabajadores. Casi es más fácil decir que en todo el territorio nacional hay 170.376 empresas de más de diez trabajadores, el 6,05 %

De estas empresas y conforme a la definición, 145.442 son Pymes y 2.643.803 micro empresas.

La evolución en el número de empresas y en sus porcentajes no presenta grandes variaciones en los años analizados, si bien hay que destacar una tendencia sostenida de crecimiento en el número neto de empresas, próximo al 2,25% anual.

Este tejido empresarial hace razonable la estructura jurídica es donde la forma productiva de persona física es mayoritaria.

Decimos razonable porque al carecer de asalariados, la empresa se convierte en una unidad productiva personal, sin otra estructura organizativa y, posiblemente también, con muy escasas inversiones, en la que el empresario es hombre orquesta.

A continuación se incluyen cuadros de evolución del número y distribución de empresas, la evolución de la demografía empresarial y el total nacional de empresas

según estrato de asalariados por actividad principal, muy significativos a efectos de este estudio.

Evolución del número y distribución de empresas

AÑO	2000		2001		2002		2003	
TOTAL EMPRESAS	2.595.329		2.645.317		2.710.400		2.813.159	
CONDICIÓN JURÍDICA	Nº ABSOLUTO	%	Nº ABSOLUTO	%	Nº ABSOLUTO	%	Nº ABSOLUTO	%
Personas Físicas	1.662.679	64,0	1.651.265	62,4	1.662.183	61,3	1.694.543	60,2
Soc. Anónimas	131.079	5,1	129.349	4,9	126.529	4,7	124.468	4,4
SRL	612.374	23,6	667.441	25,2	716.542	26,4	773.151	27,5
Otras	97.642	3,8	100.343	3,8	101.615	3,7	105.465	3,8
Asoc. y OAAA	91.618	3,5	96.919	3,7	103.060	3,8	115.532	4,1
SECTORES ECONÓMICOS	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Industria	241.131	9,3	243.369	9,2	246.647	9,1	247.558	8,8
Construcción	292.987	11,3	314.793	11,9	336.089	12,4	630.084	12,8
Comercio	790.804	30,5	806.822	30,1	796.858	29,4	807.377	28,7
Otros servicios	1.270.470	49,0	1.266.551	48,8	1.330.806	49,1	1.398.140	49,6
Nº DE ASALARIADOS	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sin asalariados	1.417.221	54,6	1.408.792	53,3	1.425.332	52,6	1.459.938	51,9
1 a 2	666.054	25,7	692.964	26,2	716.914	26,4	760.515	27,0
3 a 9	355.194	13,7	385.814	14,6	403.430	14,9	422.630	15,0
10 a 49	135.114	5,21	134.513	5,08	140.435	5,2	145.442	5,2
50 a 199	17.735	0,68	18.820	0,7	19.658	0,7	19.888	0,7
Más de 200	4.074	0,16	4.414	0,2	4.631	0,2	5.046	0,2
TOTAL	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
EMPRESAS	2.595.392	100	2.645.317	100	2.710.400	100	2.813.159	100

Fuente: INE (DIRCE 00/01/02/03)

Evolución de la demografía empresarial (excluido el sector agrario).

Saldo de altas y bajas a 1 de enero

POR CONDICIÓN JURÍDICA	PERSONAS FÍSICAS	SOCIEDADES ANÓNIMAS	S.R.L.	OTRAS FORMAS	TOTAL
2000	15.726	- 2.074	49.912	11.789	75.362
2001	5.417	- 1.417	51.349	8.557	63.906
2002	1.916	- 2.294	4.029	7.004	52.703
2003	26.173	- 1.503	53.110	10.053	87.828
POR SECTORES ECONÓMICOS	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	OTROS SERVICIOS	TOTAL
2000	1.976	19.961	4.98	48.445	75.362
2001	1.490	19.710	2.346	40.360	63.906
2002	751	18.650	-1.481	34.783	52.703
2003	1.036	22.155	8.501	56.136	87.828
POR Nº ASALARIADOS	SIN ASALARIADOS	1 A 9	10 A 19	MAS DE 20	TOTAL
2000	65.096	7.160	1.886	1.220	75.362
2001	61.017	1.131	1.302	456	63.906
2002	53.588	-2.348	1.046	417	52.703
2003	75.827	10.375	1.302	324	87.828

Fuente: INE (DIRCE 00/01/02/03)

4.1. Pymes en el sector de restaurantes y cafeterías

Como cifra absoluta hay que partir de una facturación de 28.392 m. €, restauración, en 2001, con un incremento del 4,27% sobre 2000 (27.229 m. €).

Tanto la tendencia como los últimos datos conocidos hace previsible que el incremento continúe creciendo.

El retrato de la Pyme media, de acuerdo con los datos recogidos en el documento “Análisis de la Pequeña y Mediana Empresa en el sector de Restauración y Hostelería

de la Comunidad de Madrid, año 2002”, de la Fundación Carlos III, publicado por la Cámara de Comercio de Madrid, se ajusta a las siguientes características.

▪ **Rentabilidad:**

Se trata de una empresa con buena rentabilidad, próxima al 16%, con importantes desviaciones sobre la media en su margen bruto. Su margen comercial y rentabilidad por trabajador está por encima de la media nacional.

▪ **Liquidez:**

Se trata de una empresa, la media, con rasgos atípicos en cuanto a su liquidez, existiendo extremos importantes y sin que las tensiones de liquidez afecten a la solvencia. Tiene escaso grado de maniobra.

▪ **Solvencia:**

En una empresa solvente en la que la mitad de sus recursos son fondos propios con una deuda a corto grande, fundamentalmente proveedores. En general la solvencia es buena.

▪ **Estructura de gastos**

Su periodo medio de cobro se aproxima a los 70 días, lo cual es alto tratándose de restauración, normalmente de pago contado, si bien comparado con un periodo medio de pago dilatado.

Funciona con un nivel de existencias alto respecto a la facturación, quizás necesario en el sector, es superior a un tercio de las ventas.

Los gastos de personal superan el 33% de la facturación y la obsolescencia es muy rápida en los activos, de tres a cinco años.

El análisis corresponde a la evaluación de 27 ratios, de rentabilidad, liquidez, solvencia y estructura de gastos, según la tabla siguiente:

Medianas de los ratios del sector

Ratio	Año 2001 Total Pymes	Año 2001 Comercio	Año 2001 Restauración	Año 2002 Restauración
1. Rentabilidad de los activos totales (ROA)	0,044	0,031	0,067	0,072
2. Rentabilidad financiera (ROE)	0,099	0,067	0,151	0,150
3. Margen bruto (MB)	0,037	0,024	0,040	0,042
4. Margen comercial (MC)	0,024	0,016	0,029	0,033
5. Rentabilidad por trabajador (RT)	0,019	0,013	0,020	0,024
6. Beneficio neto sobre ventas (RBV)	7547,156	39447,102	1938,950	2152,605
7. Ratio de circulante (RC)	1,377	1,432	1,080	1,203
8. Prueba del ácido (PA)	1,126	1,006	0,818	0,884
9. Liquidez inmediata (LI)	0,117	0,076	0,314	0,378
10. Capital circulante sobre ventas (CCV)	0,111	0,089	0,016	0,024
11. Ratio de circulante sobre activo (RCA)	0,825	0,717	1,331	1,698
12. Cobertura de las cargas financieras (CCF)	2,856	2,212	3,594	4,085
13. Cobertura de las cargas financieras 2 (CCF2)	0,678	0,815	0,489	0,454
14. Apalancamiento financiero (AP)	1,690	1,632	1,635	1,701
15. Neto sobre pasivo (NP)	1,294	1,528	1,107	1,123
16. Endeudamiento sobre pasivo (REP)	0,410	0,387	0,408	0,426
17. Endeudamiento a corto plazo (RECP)	0,590	0,613	0,592	0,574
18. Ratio de garantía (RG)	0,910	0,936	0,895	0,934
19. Periodo medio maduración deudores (PMD)	100,451	69,415	11,528	11,682
20. Periodo medio maduración acreedores (PMMA)	226,820	158,180	145,869	131,525
21. Periodo medio maduración proveedores (PMMP)	192,545	143,147	143,331	131,397
22. Rotación de inventarios (RI)	12,490	7,481	28,424	29,523
23. Rotación de activos (RA)	1,316	1,533	2,072	2,142
24. Gastos financieros sobre ventas (GFV)	0,012	0,006	0,009	0,008
25. Gastos de personal sobre ventas (GPV)	0,262	0,140	0,313	0,313
26. Depreciación sobre ventas (DV)	0,026	0,009	0,026	0,023

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Análisis de la Pequeña y Mediana Empresa en el sector de Restauración y Hostelería de la Comunidad de Madrid, de la Fundación Carlos III, año 2002

En el análisis seguido en el estudio, en el que se puntualizan determinados factores críticos a efecto de financiación y explotación de las empresas del sector, se establecen, las siguientes conclusiones:

Hay grupos característicos de empresas en el sector que son:

- Grupo 1. (5,71%)
Empresas con alta rentabilidad económica, con un margen sobre ventas próximo al 8,1%.
- Grupo 2. (3,8%)
Empresas muy rentables y grandes. Alcanzan altas cifras de ventas.
- Grupo 3. (2,38%)
Empresas poco rentables y de poco tamaño, con buena liquidez y mejorables en su gestión.
- Grupo 4. (7,62%)
Empresas con pérdidas, con poca rentabilidad y caracterizadas por pocos gastos financieros y depreciación. Los gastos de personal, si los hay, tienen una fuerte repercusión. Se corresponden al negocio familiar tradicional.
- Grupo 5. (4,76%)
Empresas con pérdidas. En situación distinta a la anterior, con alta liquidez a corto y fondo de maniobra negativo. Con un activo elevado y ventas mejorables en función de su capacidad. Se corresponde con los negocios de reciente creación.
- Grupo 6 (12,83%)
Empresas medias del sector. Con márgenes medios. Alcanzando parte de su financiación con rotación. Se corresponde con el negocio medio ya establecido en fase de mantenimiento.
- Grupo 7. (9,57%)
Empresas con problemas de liquidez. Con escaso margen y gastos financieros elevados, sin que haya cargas importantes, y dificultades de liquidez. Su cobertura

financiera es escasa. Se corresponden con empresas gestionadas en forma poco adecuada.

- Grupo 8.(11,42%)

Empresas muy endeudadas. Con poco margen y fondo de maniobra escaso. Endeudamiento elevado e inmovilizados altos. Gastos financieros y de personal elevados. Se corresponden con empresas que no han superado la fase inicial o la reforma.

4.2. Pymes en el sector del comercio de alimentación

Se trata de un sector que mueve una impresionante cifra de negocio que debido a la pujanza económica de la Comunidad de Madrid y, en consecuencia, a su incremento de población y nivel de vida que previsiblemente continuará creciendo en términos absolutos y relativos.

En este sector se encuadran empresas de características bien diferenciadas por lo que es conveniente, a efectos de estudio, establecer cuatro subsectores:

- Comercio tradicional.
- Mayoristas.
- Autoservicios y supermercados hasta 120 m.
- Autoservicios y supermercados de mas de 120 m.

El grueso del sector lo compone el comercio tradicional, 43% de las empresas.

A pesar de la heterogeneidad del sector, la empresa media, se ajusta a las siguientes características:

- **Rentabilidad**

Rentabilidad positiva, pero escasa, que ha entrado en un proceso de reducción aun mayor en 2001. La mitad de las empresas, 51%, tienen una rentabilidad económica inferior al 6%. (se observa una gran dispersión)

- **Liquidez y solvencia**

Siempre advertida de la dispersión existente, hay que considerar que son empresas con escasos fondos propios y con deudas a corto plazo elevadas, por lo que algunas entidades aparecen con peligro, al menos potencial, de insolvencia.

Es de destacar el peso de las existencias dentro del activo circulante.

La liquidez inmediata es superior a la media intersectorial de la Comunidad de Madrid, quizá por las aportaciones de fondos propios, pero siempre muy ajustada al volumen de negocio, por ello la devolución de la deuda puede ser complicada.

El periodo medio de cobro está calculado en 10 días y el de pago en 75, lo que permite o posibilita una financiación barata.

La rotación de inventarios se estima alta con respecto a la intersectorial, facilitando con ella el margen de beneficio.

- **Estructura de gastos**

Los gastos de personal se aproximan al 11% y no se ven como empresas intensivas en personal. Los gastos financieros son ligeramente inferiores a la media.

Se ve por tanto esta empresa media como una empresa con rentabilidad positiva baja, con escasa inversión y alto endeudamiento a corto, con personal e inversión escasas, y basada esta última en la aportación de fondos propios.

A efectos del estudio, es significativo el siguiente cuadro:

Una distribución por subsectores de empresas de alimentación en el año 2001

Subsector	%
Sin asignación	0,92
Comercio tradicional	42,20
Mayoristas	15,14
Autoservicios y Supermercados hasta 120m ²	20,18
Autoservicios y Supermercados a partir de 120m ²	21,56

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Análisis de la Pequeña y Mediana Empresa en el sector de Restauración y Hostelería de la Comunidad de Madrid, de la Fundación Carlos III, 2002

Por otro lado es significativo el cuadro de medianas del estudio de la Fundación de la Universidad Carlos III sobre los ratios relevantes para el análisis del sector.

**Medianas de los ratios de Pymes en el sector de Restauración y Hostelería de la
Comunidad de Madrid**

Ratio	Mediana
1. Rentabilidad de los activos totales (ROA)	0,031
2. Rentabilidad financiera (ROE)	0,109
3. Margen bruto (MB)	0,012
4. Margen comercial (MC)	0,007
5. Rentabilidad por trabajador (RT)	0,006
6. Beneficio neto sobre ventas (RBV)	5.260,942
7. Ratio de circulante (RC)	1,018
8. Prueba del ácido (PA)	0,534
9. Liquidez inmediata (LI)	0,137
10. Capital circulante sobre ventas (CCV)	0,006
11. Ratio de circulante sobre activo (RCA)	1,185
12. Cobertura de las cargas financieras (CCF)	3,300
13. Cobertura de las cargas financieras 2 (CCF2)	0,642
14. Apalancamiento financiero (AP)	1,256
15. Neto sobre pasivo (NP)	2,129
16. Endeudamiento sobre pasivo (REP)	0,218
17. Endeudamiento a corto plazo (RECP)	0,782
18. Ratio de garantía (RG)	0,919
19. Periodo medio maduración deudores (PMD)	10,081
20. Periodo medio maduración acreedores (PMMA)	83,977
21. Periodo medio maduración proveedores (PMMP)	75,517
22. Rotación de inventarios (RI)	15,161
23. Rotación de activos (RA)	2,680
24. Gastos financieros sobre ventas (GFV)	0,002
25. Gastos de personal sobre ventas (GPV)	0,110
26. Depreciación sobre ventas (DV)	0,012

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Análisis de la Pequeña y Mediana Empresa en el sector de Restauración y Hostelería de la Comunidad de Madrid, de la Fundación Carlos III, 2002

Como puede verse, la rentabilidad es relativamente elevada, un porcentaje lato de empresas tiene valores positivos. Algo más del 51% tienen una rentabilidad positiva inferior al 0,6, el 11% la tienen entre el 0,6 y el 0,8 y el 11,46% presenta entre el 0,8 y el 0,12 de rentabilidad.

En relación con el circulante el ratio presenta valores que indican un peligro potencial de insolvencia.

El endeudamiento ha disminuido levemente y la cobertura de las cargas financieras es superior en las empresas del sector si se compara con la Pyme media de Madrid.

El periodo medio de cobro a deudores es del orden del 10%, que se mantiene constante en los últimos años.

En síntesis, del análisis estadístico factorial y descriptivo del estudio pone de manifiesto que:

- La rentabilidad esta muy ligada a la gestión de la actividad, de forma que una mayor cifra de ventas sobre activos lleva a una mayor rentabilidad.
- La empresa con mayor periodo medio de pago genera mayor margen.
- Los gastos financieros y de personal repercuten de forma directa sobre la rentabilidad.
- La gestión de existencias condiciona la rentabilidad.
- Las nuevas inversiones repercuten de forma notoria en la productividad.

El estudio de la muestra permite la agrupación de empresas de la siguiente forma.

- Empresa de elevada rentabilidad financiera y problemas de solvencia (21,6%)

Con escaso margen y rentabilidades, consecuencia de una lenta rotación de existencias y escaso plazo de financiación.

Consiguen buena rentabilidad económica por escasa aportación de fondos propios.

- Empresas con elevados recursos propios (5,6%)

Los márgenes y las estructuras financieras están condicionadas por las aportaciones de recursos propios y la financiación de proveedores.

La fuerte aportación de fondos propios hace disminuir la rentabilidad

Se observa una gestión de existencias mejorable

- Empresas con elevada rentabilidad y solvencia (29,2%)

Empresas con márgenes ajustados y reducida rentabilidad económica.

También con problemas de gestión de existencias.

- Empresas con problemas de liquidez (4,8%)

Con márgenes muy escasos y con rentabilidad económica alta. Sus problemas de liquidez tienden a desplazarse al medio y largo plazo.

En conclusión, el sector de comercio de alimentación de la Comunidad de Madrid es un buen sector, tanto de su afán de negocio como de sus gastos de explotación, con un rendimiento positivo, que tiende a disminuir.

La liquidez es escasa y en la media del sector, se observan posibles peligros de insolvencia.

La rotación de existencias es fundamental para la rentabilidad y los periodos de maduración de plazo largos posibilitan un incremento de beneficios.

Como la divergencia en el sector es amplia, analizarán ahora los subsectores correspondientes:

4.2.1. Comercio tradicional

El análisis llevado a cabo sobre una muestra de 108 empresas permite obtener las siguientes conclusiones:

- Como en el resto del sector de alimentación, la rentabilidad media, está por debajo de la media intersectorial. El 50% de las empresas del subsector se

aproxima a una rentabilidad del 2,6% sobre activos y una rentabilidad por trabajador y año de 2.257 €.

- Los gastos de personal son del 12,9% y la depreciación de activos de un 33% (renovación trienal)
- La rotación de existencias es lenta, pudiendo mejorarse su gestión y con ella su rentabilidad.
- No presenta este subsector importantes problemas de solvencia a corto plazo dado su fondo de maniobra y su rápida tesorería, no obstante la escasez de margen puede comprometer el largo plazo.
- El periodo medio de pago es de 80 días y el de cobro de 8 días lo que asegura una fuente de financiación barata.
- Se observa una tendencia a la reducción del margen, que no está afectando a la liquidez por la aportación de fondos propios conseguida.
- Tampoco el endeudamiento es alto y con ello los gastos financieros aparecen reducidos.
- En los últimos años, 2002 a 2004, la rotación de stocks está mejorando notablemente.

En el conjunto del Comercio Tradicional aparecen tres grupos de empresas característicos:

- Empresas muy rentables (4,6%)
Muy rentables, si bien con liquidez ajustada. Con un buen fondo de maniobra, (existencias altas) Con altas garantías por su buena cobertura de las cargas

financieras, en su mayoría de corto plazo. Los plazos tanto de cobro como de pago son muy altos.

La rotación de stocks es un factor determinante en su beneficio. De la misma forma y en sentido contrario lo son los gastos de personal

- **Empresas medias (33%)**

Con márgenes y rentabilidad pequeñas. Su liquidez es ajustada y su fondo de maniobra escaso.

Su endeudamiento es a corto plazo fundamentalmente. Su período de cobro es muy corto, casi al contado, y el de pago de 80 días.

La rotación de activos es muy alta.

- **Empresas con pérdidas (13%)**

Con márgenes nulos o negativos. Con alto porcentaje de recursos ajenos a largo plazo y con un inmovilizado importante.

Tienen poco poder de negociación frente a proveedores y con escasa rotación de existencias.

En general componen un subsector con rentabilidad baja y en descenso, con problemas de gestión, rotación y fondo de maniobra, en el que las empresas del sector aparecen con una fuerte aportación de fondos propios.

4.2.2. Sector mayoristas

Del estudio realizado se deduce una amplia heterogeneidad de estrategias y estructuras.

Sus márgenes sobre ventas son escasos, si bien su rentabilidad es media en comparación con otros sectores, por lo que no aparece como un sector atractivo.

Su solvencia es relativa, dentro de la dispersión del sector, por su endeudamiento, fundamentalmente a corto plazo.

Sus periodos medios de cobro y pago son muy largos, de 80 a 126 días.

Sus costes financieros y de personal son inferiores a la media.

En general son empresas con una rentabilidad aceptable, con problemas de endeudamiento y una liquidez ajustada. A efectos de rentabilidad requieren una especial vigilancia en los gastos de personal, la rotación y el activo circulante.

El análisis estadístico factorial y descriptivo, pone de manifiesto las clases de empresa tipo.

- Empresas con baja rotación de activos (14,3%)
Con rentabilidad y margen superior a la media, con buena liquidez y solvencia si bien un alto endeudamiento a corto plazo.

Sus periodos de maduración de cobros y pagos son altos, así como sus gastos de personal.

- Empresas medias (31%)
Con rentabilidad y margen bajos. Su solvencia es relativa y su liquidez a corto comprometida, cosa que se olvidan con el paso de su travesía dado su diferencial en los periodos de cobro y pago.

La característica mas significativa de este subsector es su alto endeudamiento a corto plazo, que pone de manifiesto su alta actividad comercial.

4.2.3. Sector autoservicio y supermercados hasta 120 m²

Se observa una rentabilidad ligeramente superior a la media del sector alimentario. Su fondo de maniobra es muy reducido.

Su solvencia esta por debajo de la media y su endeudamiento es mayoritariamente a corto plazo (existencias)

Sus periodos medios de cobro y pago son cortos y su rotación viene descendiendo.

Sus gastos financieros son bajos y los de personal se ajustan a la media del sector.

El análisis estadístico pone de manifiesto los siguientes grupos de empresas tipo.

- **Empresas más rentables(14,8%)**

Alta rentabilidad y liquidez. Su endeudamiento es escaso y centrado en el corto plazo (existencias). Su rotación es alta.

Los periodos de cobro y pago son reducidos, si bien este último mejorable.

Sus gastos financieros son reducidos y los de personal están ligeramente por encima de la media.

- **Empresas medias (27,6%)**

Con rentabilidad por debajo de la media y márgenes muy reducidos. Su liquidez es a veces difícil también su solvencia.

Su periodo de cobro es muy bajo y el de pago muy alto lo que permite un diferencial importante para la financiación.

En sus costes, los gastos de personal son elevados.

- **Empresas con baja rotación (12,7%)**

Con baja rentabilidad. Su inmovilizado es importante y su rotación baja, consecuencia de ello es la alta solvencia y baja liquidez.

Tanto el periodo de cobro, alto, como el de pago, bajo, son mejorables.

Sus gastos financieros y de personal se ajustan a la media.

4.2.4. Sector autoservicio y supermercado de más de 120 m²

Con rentabilidad ajustada a la media del sector alimentación. Liquidez muy ajustada y solvencia alta en el corto plazo (existencias) Sus periodos de cobro y pago se ajustan a

la media y su rotación es muy alta. Y los gastos de financiación y personal son inferiores.

El análisis estadístico determina tres grupos tipo:

- Empresas de alto inmovilizado (34%)

Con rentabilidad alta y problema de liquidez.

Su endeudamiento es elevado y sus deudas a corto por debajo de la media. Su solvencia es alta.

Sus periodos de cobro a corto, es corto y el de pago larguísimo, siempre superior a 90 días, y su rotación alta.

En su estructura de costes pesan notoriamente los financieros y los de personal.

- Empresas medias (16%)

Con rentabilidad por debajo de la media y liquidez y solvencia altas.

Sus periodos de cobro y pago son reducidos.

Su estructura de costes es ajustada.

- Empresas con baja rotación (14%)

Con rentabilidad muy reducida, con endeudamiento alto y a corto plazo fundamentalmente. La solvencia y la liquidez son muy ajustadas.

En su estructura de costes mucho son mano de obra.

Su tendencia es a la disminución de márgenes y un aumento de su liquidez y solvencia basadas en la mejora de la rotación.

Como conclusión final del sector alimentación, es de destacar que se trata de un sector de alta dispersión, con una rentabilidad ajustada a la media intersectorial de la Comunidad de Madrid y basada en la rotación.

La liquidez es corta, a veces comprometida, y la solvencia, media.

Plantea mayoritariamente problema de gestión (rotación e inmovilizado) y su estructura de costes es similar a todo el sector

4.3. Pymes en el sector del comercio textil

Resulta el menos curioso que un sector tan importante y numeroso al menos aparentemente, no tenga, un análisis pormenorizado como los anteriores.

Por ello, que hay que acudir a otras fuentes, que en este caso son las siguientes: “Estructura Económica de Madrid. Fondos Documentales”. Autor – Coordinador José Luis García Delgado. “Informe de coyuntura del comercio minorista, hostelería y turismo y otros servicios de Madrid”. Segundo trimestre 2004-11-29. “Economía Española. Informe de coyuntura”. ICO enero 2004.

En el entorno de la Comunidad de Madrid, la actividad comercial se ajusta a la siguiente descripción:

- Respecto al comercio minorista en la Comunidad de Madrid, existen 67.000 establecimientos, 11% del total de España, especializados en:
 - Alimentación.
 - Bebidas y tabaco.
 - Textil confección y calzado, con 12.800 establecimientos en la Comunidad de Madrid.
 - Equipamiento hogar.
- Estos establecimientos facturan 15.025 millones de €, que suponen el 12,2% del total de este canal a escala nacional, tienen las siguientes características:
 - Superficie media por establecimiento de 91m².
 - Escasa forma societaria.
 - El 33% factura menos de 60.000€ año.
 - El 50% es de un solo operario y solo el 1% tiene mas de 50 operarios.
 - Con una necesaria tendencia a la concentración.

- Este comercio minorista utiliza para su comercialización:
 - Tienda tradicional.
 - Supermercados y tiendas de descuento hasta 120m².
 - Grandes superficies emergentes (establecimientos especializados y parques de fabricantes).
- Los supermercados de hasta 120m² se caracterizan por su amplio surtido frente a la tienda tradicional, su proximidad y adaptación a la clientela.
- Los supermercados de mas de 120m² han sido, hoy menos, la verdadera locomotora de la comercialización. Normalmente de ubicación periférica con precios bajos. Se rodean, y esto es significativo, de tiendas tradicionales. Hoy se observa una tendencia a reducir el espacio y dejan de ser periféricas.
- Hoy se observa una tendencia a reducir el espacio y dejan de ser periféricas.
- Las grandes superficies emergentes tienden a ser periféricas y con amplísimo sentido.
- Cada vez aparecen más parques de fabricantes como conjunto de tiendas de fabricantes asociados.
- No puede dejar de citarse la venta sin establecimiento, ferias y mercadillos, que sobre la base de originalidad y precio, alcanzan una buena cifra de negocio con muy poco surtido.
- En el sector textil – hogar se observa una evolución moderadamente estable.
 - Los precios de compras crecen ligeramente.
 - Las ventas tienden a disminuir.
 - Se reduce la tendencia a invertir en mejoras.
- Las grandes superficies no han alcanzado un comportamiento favorable en este trimestre (segundo de 2004), con notables descensos en ventas, si bien aparecen indicios de mejora.

A continuación se recogen de forma jerárquica los problemas del comercio en la Comunidad de Madrid, siendo de destacar que a la utilización de nuevas tecnologías se le concede un peso del 1,3%, ocupando en lugar 15 en el ranking.

¿Cuáles han sido los principales problemas que han tenido en el sector del comercio en el segundo trimestre de 2004?	%
Debilidad de la demanda	19,6
Presión de la competencia en general	12,3
Competencia de las grandes superficies	12,1
Costes de personal y/o Seguridad Social	7,2
Competencia desleal y venta callejera o ambulante	6,4
Fiscalidad (impuestos, tasas, etc)	5,9
Falta de aparcamientos	5,9
Inseguridad	5,9
Falta de personal cualificado o adecuado	5,1
Horarios de apertura	4,8
Impagados y/o retraso en el cobro a clientes	2,9
Problemas de carga y descarga	2,7
Obras en la vía pública	1,6
Tarjetas de crédito	1,6
Utilización de las nuevas tecnologías	1,3
Dificultades de financiación o tesorería	0,8
Precios y/o condiciones de pago de proveedores	0,8
Ninguno	0,8
Insuficiencia de capacidad instalada	0,5
Reposición de mercancías	0,5
Conflictividad laboral	0,5
No contesta	0,5
TOTAL	100

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Informe de coyuntura del Comercio Minorista, Hostelería, Turismo y otros servicios, 2004

Los cuadros de coyuntura comercial e inversión ponen de manifiesto:

- La falta de una tendencia creciente o estable en el volumen de negocio.
- El descenso de la intención de invertir.

Ambas premisas confirman la ambigüedad del futuro para el comercio minorista (y con él también el textil) de la Comunidad de Madrid.

Son relevantes los cuadros de coyuntura económica que se incluyen a continuación.

COYUNTURA COMERCIAL DE MADRID								
Evolución del volumen de negocio igual o superior al normal para cada época del año								
(Porcentaje de comerciantes)								
	Alimentac.	Vestido	Uso	Hogar	Otros	Gr. Sup.	Total sin G. S.	Total
Media 1998	51,6	52,8	51,1	46,7	61,9	-	51,1	-
Media 1999	59,1	63,6	49,9	61,1	69,9	-	59,2	-
Media 2000	70,5	63,2	58,3	63,7	51,5	-	62,3	-
Media 2001	63,4	52,1	54,0	56,4	52,7	60,7	55,6	57,9
Media 2002	67,3	33,5	42,3	29,8	19,0	65,4	40,2	51,5
Media 2003	66,6	46,2	54,2	43,4	52,1	88,4	50,5	67,5
Año 2000								
I Trimestre	72,4	75,7	65,4	72,5	59,2	-	78,1	-
II Trimestre	69,1	59,1	58,5	62,0	56,3	-	60,7	-
III Trimestre	76,3	57,6	55,2	59,1	40,4	-	58,4	-
IV Trimestre	64,4	60,3	54,3	61,1	50,0	33,4	58,2	47,1
Año 2001								
I Trimestre	57,0	50,7	45,9	63,2	58,3	40,0	53,3	47,3
II Trimestre	63,9	45,6	64,8	50,9	66,7	33,4	57,7	46,7
III Trimestre	70,5	47,8	55,4	64,7	60,0	95,0	57,7	74,5
IV Trimestre	62,2	64,3	50,0	46,6	25,7	74,4	53,6	63,0
Año 2002								
I Trimestre	74,6	34,2	50,0	11,6	6,7	77,8	41,5	57,9
II Trimestre	55,6	32,9	35,1	20,7	21,5	66,7	33,7	48,6
III Trimestre	72,2	34,6	40,1	35,2	20,0	92,0	40,8	63,9
IV Trimestre	66,9	32,5	43,9	51,8	27,8	25,0	44,7	35,8
Año 2003								
I Trimestre	85,7	39,1	50,0	27,3	50,1	87,5	46,4	64,9
II Trimestre	40,0	54,6	58,0	36,4	75,0	91,7	50,9	69,3
III Trimestre	57,2	47,3	46,7	60,0	33,3	83,3	48,9	64,4
IV Trimestre	83,3	43,8	61,2	50,0	50,0	91,0	55,7	71,6
Año 2004								
I Trimestre	85,7	37,5	39,0	16,7	50,0	93,0	44,1	66,1
II Trimestre	76,5	26,3	47,6	53,9	35,7	81,9	47,6	63,0
III Trimestre	-	-	-	-	-	-	-	-
IV Trimestre	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Informe de coyuntura del Comercio Minorista, Hostelería, Turismo y otros servicios, 2004

COYUNTURA COMERCIAL DE MADRID Inversiones previstas en los próximos 12 meses (Porcentaje de contestaciones afirmativas)								
	Alimentac.	Vestido	Uso	Hogar	Otros	Gr. Sup.	Total sin G. S.	Total
Año 2002								
I Trimestre	34,0	17,1	22,3	14,4	15,8	66,7	21,6	41,9
II Trimestre	23,0	10,8	17,2	19,3	11,8	63,9	16,6	39,9
III Trimestre	18,1	11,5	14,1	25,5	17,0	25,0	16,1	20,1
IV Trimestre	19,6	12,2	12,2	21,7	26,7	27,8	16,1	21,4
Año 2003								
I Trimestre	30,9	12,3	11,7	18,4	25,0	59,0	16,2	35,5
II Trimestre	36,5	20,2	9,8	18,2	8,4	60,4	17,2	36,6
III Trimestre	36,5	21,6	16,3	29,1	0,0	66,7	20,8	41,5
IV Trimestre	54,8	17,3	18,9	35,0	25,0	87,5	25,2	53,2
Año 2004								
I Trimestre	47,7	18,8	13,9	23,4	50,0	77,8	25,7	49,1
II Trimestre	29,0	14,7	10,8	31,5	42,9	64,2	24,0	42,1
III Trimestre	-	-	-	-	-	-	-	-
IV Trimestre	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Cámara de Comercio de Madrid, Informe de coyuntura del Comercio Minorista, Hostelería, Turismo y otros servicios, 2004

También el informe de Economía Española del ICO a enero de 2004 confirma estos datos de peor comportamiento del comercio minorista, considerando para productos no alimentarios un descenso de 2,6% en ventas.

Las anteriores reflexiones y documentaciones nos llevan a resaltar que:

- Por las especiales circunstancias de Madrid y de toda la Comunidad, el comercio actúa como eje vertebrador de la economía de la Comunidad de Madrid.
- Dentro del comercio general, el minorista es de gran trascendencia y extensión.
- El comercio minorista textil es fuerte en la Comunidad de Madrid, si bien aparece muy atomizado y con puestos de trabajo poco especializados.

- A pesar de ello, la formación de capital humano alcanza una tasa muy alta respecto a la media nacional.
- Se observa una ligera tendencia a la concentración de minoristas.
- En el momento actual se está produciendo una disminución en la inversión y el empleo, acompañado de disminución de ventas.
- La inversión en TIC es escasa, si bien en la Comunidad de Madrid la sociedad de la información ha penetrado con intensidad. Posiblemente la causa es la dimensión de los establecimientos y la falta de cualificación.

5. INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Entendiendo por “sistema de innovación” al conjunto de organizaciones que en un ámbito determinado interactúan entre sí con la finalidad de asignar recursos a la realización de actividades orientadas a la generación y difusión de los conocimientos sobre las que se soportan las innovaciones, fundamentalmente tecnológicas, que están en la base del desarrollo económico.

El ámbito normalmente es territorial, si bien en los últimos años las técnicas de información y comunicación están permitiendo superar las barreras, tendiendo a definirse ámbitos por materias, como puede ser la innovación biomedicina, la empresarial, la social, etc.)

En este capítulo se exponen diversas reflexiones sobre la inversión y su referencia a la Comunidad de Madrid para continuar el tema en los sectores estudiados.

En la Comunidad de Madrid se invierte en innovación el 1,67% del PIB, de su población activa el 14,65% trabaja en innovación y el 8,98% son investigadores.

Indicadores de recursos utilizados en I + D y en la innovación del sector empresarial de la Comunidad de Madrid, España y la Unión Europea(Euros a precios de 1999)

Indicadores	Comunidad de Madrid			España			UE-15
	1998	1999	2000	1998	1999	2000	2000
Gastos en I+D (mill. €)	803,8	850,9	922,2	2.544,5	2.597,1	2.965,2	102.887,1
Gastos en I+D (€ por habitante)	157,6	167,4	181,6	63,8	64,9	73,9	273,0
Gastos en I+D (% de PIB)	0.86	0,89	0,92	0,47	0.47	0.51	1,24
Stock de capital tecnológico (mill.€)	4.599,0	4.643,4	4.720,2	11.199,7	11.635,6	12.200,2	535.279,2
Stock de capital tecnológico (€ por habitante)	913,1	914,1	929,4	282,7	291,1	304,1	1.420,5
Gastos de las empresas en innovación (mill . €)	1.302,1	n.d	2.547,2	6.221,2	n.d	9.830,2	n.d
Gastos de las empresas en innovación (% de PIB)	1,39	n.d	2,54	1,15	n.d	1,68	n.d
Gastos de las empresas en innovación (€ por habitante)	255,3	n.d	501,7	155,9	n.d	245,1	n.d
Personal ocupado en I+D (en e.d.p.)	10.952	11.595	13.279	34.668	38.323	47.055	931.429
Personal ocupado en I+D (0/00) población activa)	5,03	5,05	5,76	2,14	2,25	2,81	5,41
Investigadores en I+D (en e.d.p.)	4.392	5.347	6.739	13.902	15.178	20.869	447.758
Investigadores en I+D (0/00 de la población activa)	2,0	2,33	2,93	0.85	0.89	1,25	2,60

Fuente: Mikel Buesa Blanco, en "Estructura Económica de Madrid. Fondos Documentales". Autor – Coordinador José Luis García Delgado

Los anteriores datos colocan a la Comunidad de Madrid por encima de la media nacional y ligeramente por debajo de la media de la UE. Es de destacar que el 30,62% de la I+D nacional se aplica en Madrid. Desde 1998 estas cifras vienen creciendo, si bien en el año 2000 el crecimiento en la Comunidad de Madrid fue inferior al registrado en el resto de España. Por último, resaltar que en ese año la empresa financió el 54,5% de la I+D. También ese mismo año la Comunidad de Madrid dedicó mas inversión a I+D que el resto de España, un 0,76% del PIB en exceso sobre la media nacional.

En resumen, en la Comunidad de Madrid se concentran las mayores inversiones en investigación, tanto en dotación económica como en capital humano e investigación, sobre el resto de las Comunidades y se acerca a las medias de la UE sin que llegue a esta superarla y encontrándose aún lejos de las zonas de inversión privilegiadas en investigación de la Unión Europea.

Especialización sectorial en innovación de la Comunidad de Madrid, 2000

(miles de €, porcentajes e índices base: España = 100)

Sectores	Comunidad de Madrid	%	España	%	Índice de especialización de Madrid
Industrias de alta tecnología	668.394	25,35	1.265.660	12,44	203,8
Industrias de media-alta tecnología	156.402	5,93	2.259.570	22,21	26,7
Otras industrias	345.823	13,11	3.325.290	32,68	40,1
Servicios de alta tecnología	603.457	22,88	1.345.300	13,22	173,1
Otros sectores	862.903	32,72	1.978.439	19,45	168,3
Total empresas	2.636.979	100	10.174.259	100	

Fuente: Mikel Buesa, en "Estructura Económica de Madrid. Fondos Documentales". Autor – Coordinador José Luis García Delgado

Esta dedicación a la inversión se canaliza a través de distintas instituciones que agruparemos en Organismos Públicos de Investigación, (OPI), que aplican el 67% del gasto, y absorben el 66% de los recursos humanos. Universidades que en sus departamentos de investigación absorben buena cantidad de gasto y recursos humanos y, por último, hay empresas que realizan su propia I+D.

De todos, los grupos OPI son los mejor dotados.

Las cifras dedicadas a I+D son todavía inferiores a los aplicados en Europa, destacando además que en la UE la I+D está mejor y más desarrollada en la Universidades, mientras que en España ocurre a la inversa, lo cual crea modelos distintos en la evolución y comercialización de I+D.

La difusión de I+D puede considerarse alta en las Universidades, 6.500 publicaciones internacionales y 5.950 nacionales por año.

En la Comunidad de Madrid y para 2003, se aplica el 30% del gasto de I+D, el 28% del personal y el 25% de investigadores.

Considerando que empresas innovadoras son aquellas que durante un periodo de tiempo, han introducido en su actividad productos o procesos de producción que incorporan una mejora tecnológica significativa (OCDE), podemos considerar que estas empresas pueden:

- Desarrollas su propia I+D
- Adquirir en el exterior tecnología

Estos conceptos permitan fijar los siguientes datos para la Comunidad de Madrid

- Hay 1.500 empresas innovadoras, el 10% de España, de ellas 450 con laboratorios propio de I+D, el 16% del total español.
- El 30% de I+D se contra en tecnología y comercio.
- El gasto en innovación en industrias y servicios en empresas con mas de 10 trabajadores fue de 2.548 millones de € el 2,5% del total.

Todos estos datos vuelven a poner de manifiesto la supremacía de la Comunidad de Madrid respecto a otras comunidades y su déficit respecto a Europa.

Respecto a los resultados de esta I+D, se pone de manifiesto que aún pueden obtenerse mejores resultados de la inversión realizada.

Esta I+D esta soportada por una serie de instituciones que tratan de acercarse a la empresa y que podemos referenciar como: Centros y Parques tecnológicos, incubadoras de Empresas, asociaciones de investigación, Fundación Universidad

Empresa, oficinas de transferencia de resultados, etc. de las cuales la Comunidad de Madrid se encuentra ampliamente dotada.

Para el fomento de la tecnología, la Comunidad de Madrid tiene un plan de I+D. También existe el Plan Nacional de I+D y el Programa Marco de la UE.

A los efectos oportunos y para medir la utilidad del esfuerzo realizado en I+D. hay que ser consciente que para su aplicación las nuevas tecnologías exigen a las personas un aprendizaje y que el esfuerzo de este último a veces no es paralelo al de I+D.

La interacción que produce la externalización de la información y que facilita el aprendizaje, a veces no es tan fluida como sería deseable.

En este contexto, en el que la Comunidad de Madrid es una autonomía privilegiada a escala nacional sin llegar todavía a alcanzar niveles europeos y donde el comercio, también el minorista, es el eje vertebrador de la economía autonómica organizándose en una estructura empresarial muy atomizada, en el que la mayoría de las empresas son microempresas, siendo esta atomización mas acusada en los sectores analizados, comercio minorista de alimentación, textil y restauración, conviene puntualizar algunos extremos sobre la penetración de la sociedad de la información.

Nadie pone hoy en duda que las tecnologías de la información y la comunicación son una inversión empresarial vital por lo que es conveniente medir con que intensidad se están realizando esas inversiones y que resultados están produciendo. En este análisis de inversión se observa que esa sociedad de la información (TIC) avanza lentamente en las empresas españolas en relación con las de su contexto. (UE y OCDE)

Se puede opinar, con base es las fuentes citadas, que en el año 2003 el uso de PC's ha relentizando el ritmo de crecimiento, siendo esta ralentización mucho más acusada en las Pymes y mucho mas en las micro empresas.

Utilización de PC's, 2001, 2002 y 2003

	2000	2001	2002	2003
No uso de PC's	11,4 %	8,8%	10,9	10,3
Evolución 2-2 años	5%	6,1	3,5	3,2
Uso de PC's	83,6%	85,1	83,6	86,5

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

También por sectores esta disminución de ritmo es mas acusada en el comercio minorista de alimentación, textil y hostelería.

Por lo que se refiere a la conexión a Internet, se mantiene el ritmo de crecimiento si bien disminuye el número de empleados con acceso al mismo, pese a que la tasa de acceso es en España algo superior a la existente en su entorno.

Porcentaje de empresas que usan Internet en 2000, 2001, 2002 y 2003.

Porcentaje sobre el total de empresas

	2000	2001	2002	2003
No uso de Internet	30	20	19	19
Evolución 2-2 años	18	10	8	5
Uso de Internet	52	70	73	76

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

En cuanto a la utilización de comercio electrónico (B to B), mantiene su crecimiento si bien es mas acentuado en el País Vasco y Madrid.

***Porcentaje de empresas que utilizan el comercio electrónico, por tamaño de empresa.
Porcentaje sobre el total de empresas***

	Hasta 2 empleados	De 3 a 5	De 4 a 9	De 10 a 49	De 50 a 249	250 o más
No uso de Comercio electrónico	64	63	51	56	56	44
Evolución 2-3 años	13	18	15	14	15	18
Uso de Comercio electrónico	23	19	24	30	29	38

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

Por tamaño y sectores vuelve a producirse una incorporación mas lenta en las micro empresas comerciales de alimentación, textil y restauración.

Por lo que se refiere a productividad, sigue manteniéndose una proporcionalidad entre inversión en TIC e incremento de productividad.

Por lo que respecta a utilización de PC's:

- En empresas de hasta 2 empleados llega al 80%
- En empresas de 3 a 5 empleados llega al 87% y de 6 a 9 empleados al 91%
- En Madrid esa utilización es del 85% (utilización que se equipara a PC's instalados)
- En el sector comercio la utilización es del 81%
- En las empresas que no disponen de PC's los motivos alegados son: (porcentaje sobre empresa sin PC's)
 - No se aprecian beneficios 74%
 - Coste de la tecnología 18%
 - Externalización informática 16%
 - Coyuntura actual 8%
 - Formación y adaptación de empleados 8%

- Por área de empresa
 - Contabilidad 80%
 - Comercial y Márketing 76%
 - Planificación y gestión 67%
 - Compras 66%
 - Producción 53%
 - RRHH 44%

En comercio y restauración solo el 38% de los empleados utilizan PC's siendo la utilización en el conjunto de la Comunidad de Madrid del 48%, no recibiendo información sobre su uso nunca un 2,9%.

Por lo que respecta a Internet, lo tienen: Empresas hasta

2 trabajadores	69%
De 3 a 5	75%
De 6 a 9	80%

Las principales aplicaciones son:

- Operaciones bancarias 35%
- Búsqueda de información 33%
- Comunicación proveedor /cliente 20%
- Gestión y trámites 16%
- Formación y trabajo 2%
- Selección personal 2%

Es de destacar que el 43% de los empleados de empresas con acceso a Internet tienen acceso a comercio electrónico.

Respecto al comercio electrónico el porcentaje de su utilización por tamaños es:

- De hasta 2 trabajadores 23%
- De 3 a 5 trabajadores 19%
- De 6 a 9 trabajadores 25%
- En empresas de más de 250 trabajadores se llega al 38%.

Por sector de actividad comercio y turismo alcanza una media del 25% y la Comunidad de Madrid un 29%.

Resulta interesante resaltar las ventajas que encuentran las empresas que utilizan este medio en la compra:

Menores plazos de entrega	49%
Comodidad	20%
Menores precios	9%
Mejor conocimiento de la entrega	6%
Evitará desplazamientos	6%
Otros	4%

Y en la venta:

Captación de nuevos clientes	30%
Mejores plazos de entrega	12%
Nuevos mercados	11%
Agilidad de gestión	9%
Calidad de servicio	7%
Comodidad	5%
Ahorro de coste	5%
Más publicidad	3%
Otro canal de venta	2%
Posibilidades de innovación	1%
Otros	

De cuanto antecede sobre inversión e innovación tecnológica se puede concluir:

- Conforme a los criterios establecidos (sistema de innovación e inversión) la Comunidad de Madrid es una de las comunidades mejor posicionada a nivel nacional, si bien todavía distanciada de las de su entorno (UE, OCDE). Su crecimiento en I+D ha sido constante en los últimos años, si bien, el ritmo del crecimiento está decreciendo.
- En la Comunidad de Madrid se encuentra la mayor cantidad de organismos y empresas que hacen I+D a nivel nacional, y goza de la mejor estructura para desarrollar y difundir estas actividades.
- El modelo de desarrollo de I+D que se está creando en las Universidades es un modelo de investigación diferenciado del de la UE.
- Los resultados en I+D pueden mejorarse.
- La Comunidad de Madrid ha desarrollado su investigación al amparo de la Ley de Fomento de la investigación científica y técnica (LEFICIT 5/98) y tiene vigente su Plan de Investigación Científica y Técnica 2002-03 centrado en:
 - Fomento de la investigación de calidad.
 - Apoyo a los procesos de innovación.
 - Promoción de una cultura científica.
 - Plena incorporación de la Comunidad de Madrid a los ejes de la política de investigación de la UE.
- El sector comercio es el eje vertebrador de la economía de la Comunidad de Madrid, con una estructura muy atomizada de (mayoría de micro empresas), situación más acentuada aún en los sectores analizados (comercio alimentación, textil y hostelería). Y en él no existe un gran desarrollo de las nuevas tecnologías.

- La sociedad de la información como elemento de incorporación de innovación y nuevas tecnologías (TIC) ha realizado su penetración en la Comunidad de Madrid y en los sectores analizados.
- Por lo que se refiere a incorporación de PC's, se ha ralentizado, manteniéndose el ritmo de conexiones a INTERNET y Comercio Electrónico.
- En los sectores analizados estas situaciones se acentúan, poca incorporación de PC's, conexiones a internet y comercio electrónico, pudiendo ser la principal razón de este retraso la falta de apreciación de beneficios en la informatización seguida de la escasa formación y adaptación al cambio tecnológico del capital humano del sector.
- Determinadas áreas, contabilidad y actividad comercial, están informatizadas con medios propios o por externalización (gestorías), pero no se aplica TIC a otros campos de la empresa.
- En los sectores analizados y muy relacionados con el tamaño de la empresa parece prevalecer la idea de que los TIC no son de su incumbencia, ignorando la relación existente entre innovación – productividad – beneficio.

Se incluyen a continuación algunos cuadros muy significativos sobre la situación de las empresas en cuanto a tecnologías de la sociedad de la información.

En los últimos años se aprecia una tendencia creciente, pero el ritmo de crecimiento del uso de PC's en las empresas se reduce y es previsible un estancamiento, lo cuál es preocupante ya que se esperaba en 2001 que en el año actual se llegase al 91%, cosa que es poco probable que pueda cumplirse.

Utilización de PC's por tamaños de empresas

	Hasta 2 empleados	De 3 a 5	De 4 a 9	De 10 a 49	De 50 a 249	250 o más
No uso de PC's	15	10	6	2	1	-
Evolución 2-3 años	5	3	3	1	1	-
Uso de PC's	80	87	91	97	98	100

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

De este cuadro debemos resaltar que un 20% de las empresas con menos de 3 empleados no usan PC's, y ello es preocupante por cuanto es en estas empresas donde se concentra el mayor número de unidades productivas.

Informatización de las distintas áreas de las empresas que poseen ordenadores (%)

RR HH	Producción	Compras	Planificación	Comercial y M	Contabilidad
44	53	66	67	76	89

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

Es significativo que el área más informatizada, Contabilidad, en las micro empresas y muchas pequeñas empresas está externalizada.

Personas que trabajan en informática y reciben formación, según tamaño de empresas

	Hasta 2 empleados	De 3 a 5	De 4 a 9	De 10 a 49	De 50 a 249	250 o más
Reciben formación	20	20	20	22	38	45

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

En la mayor parte de las pequeñas empresas las personas dedicadas a la informática son casi autodidactas.

***Empresas que poseen Web corporativa, por tamaño de empresas.
Porcentaje sobre el total de empresas***

	Hasta 2 empleados	De 3 a 5	De 4 a 9	De 0 a 49	De 50 a 249	250 o más
Empresas sin Web	55	51	45	35	19	5
Evolución 2-3 años	18	21	20	19	19	12
Empresas con Web	27	28	35	46	62	83

Fuente: DMR Consulting, Las tecnologías de la Sociedad de la Información en la Empresa Española 2003, 2004

A efectos de la penetración en las pequeñas empresas de las páginas Web corporativas, es preocupante el número de páginas hasta ahora existentes y sobre todo las empresas que no se plantean incorporar este instrumento.

6. PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS SECTORES ANALIZADOS EN EL TRABAJO DE CAMPO

Se incluyen a continuación, de forma resumida, las percepciones de las personas significativas de cada uno de los sectores objeto del estudio, consultadas en las entrevistas realizadas en el trabajo de campo.

Se reflejan en este epígrafe las percepciones, casi unánimes entre los profesionales, técnicos y empresarios, sobre los temas que se consideran de mayor importancia en la situación actual y son relevantes, tanto para conocer de primera mano la realidad, como para comprender la forma de pensar, las inquietudes, las ilusiones o, dicho de otro modo, las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que existen en estos sectores a la hora de afrontar el futuro.

Evidentemente estas percepciones son importantes para el diseño de estrategias y planes de acción para el desarrollo futuro de los tres sectores analizados.

El contenido de las percepciones, fruto de entrevistas en profundidad, se presenta en este documento a partir de un esquema básico, integrado por los siguientes puntos:

- Situación global del sector.
- Rentabilidad del negocio.
- Inversiones y tecnología.
- Marketing.
- Recursos humanos.
- Oportunidades en el futuro del sector.

Puntos que se analizan seguidamente en cada uno de los sectores.

6.1. Percepciones en el sector de restaurantes y cafeterías

6.1.1. Situación global del sector

Se considera, en general, un sector estable, maduro, fuertemente integrado en la sociedad y en el que lo más importante es una adaptación permanente, sin cambios bruscos, los gustos y demandas de los clientes.

La evolución del sector esta muy vinculada a la situación económica general. En épocas de expansión todo va muy bien y en épocas de recesión los efectos de esta se hacen notar muy rápido en los resultados de la actividad.

Es muy significativa la estabilidad de los negocios y de los establecimientos, que una vez consolidada la cafetería o el restaurante suele tener una larga vida.

Hay aperturas y cierres frecuentes de establecimientos que no logran consolidarse, normalmente por errores en la elección del local o, y esto es más frecuente, por la falta de capacidad económica del empresario para cubrir la inversión inicial y esperar el tiempo requerido para entrar en rentabilidad, no mucho, ya que la cifra normal para abrir un establecimiento nuevo es superior a 300.000 Euros. Los nuevos empresarios entran en estos locales, también con poca inversión, no siempre consiguen el éxito y dejan paso a otro emprendedor. En cualquier caso estas aperturas y cierres son poco relevantes en el conjunto, muy estable del sector.

El sector esta integrado fundamentalmente por empresarios personas físicas, que hacen de su actividad profesional una forma de vida personal. La implicación en la actividad del restaurante o cafetería por parte del empresario es muy intensa y, en su expresión, ” muy esclava”. Además es normal que en este negocio existan vinculaciones personales con las personas que trabajan en ellos, muchas veces familia directa del propietario, que evidentemente viven el negocio como algo personal.

Como fenómeno nuevo, en los últimos años, se han comenzado a desarrollar franquicias, unas de origen nacional y, especialmente, de empresas multinacionales,

son un fenómeno nuevo, todavía sin incidencia importante en el conjunto de la actividad del sector, pero que implican una nueva concepción de la gestión, más moderna, con necesidad de planificación y presupuestos, inversiones en marketing, políticas de recursos humanos y calidad, una sólida gestión financiera y, en general, una gestión mucho más profesionalizada.

6.1.2. Rentabilidad del negocio

El negocio medio es rentable una vez superados los primeros años. Dependen los resultados de la capacidad de gestión del propietario, con énfasis en el equilibrio de las compras y el ajuste de los costes de mano de obra, todo ello con el aseguramiento de una relación calidad - precio muy precisa en el segmento en que opera el establecimiento.

Los resultados del negocio tienden a reinvertirse en la propia actividad, para asegurar la continuidad, mejorando las instalaciones primero y luego, “si las cosas salen muy bien” en la apertura de nuevos establecimiento.

En todo caso, aunque la rentabilidad es razonable, en la mayor parte de los establecimientos con empresarios autónomos, el restaurante “da para vivir” bien y, según se piensa en el sector, no para mucho más.

6.1.3. Inversiones y Tecnología

Las inversiones, que han sido importantes en los últimos años y lo seguirán siendo en los próximos dos o tres, se destinan a la mejora de las instalaciones para adaptarse a las nuevas exigencias legales en temas de seguridad y salubridad. Las cocinas y las salidas de humos son los puntos clave de estas las inversiones. Evidentemente, las nuevas normas legales y la exigencia real de su cumplimiento ha sido el factor que más ha incidido en la realización de las inversiones citadas.

También han mejorado de forma importante las cámaras frigoríficas y armarios para la conservación de alimentos, muy necesarias por los cambios y oportunidades de las

nuevas formas de envase y conservación de las materias primas, ya que en este aspecto la innovación de los fabricantes, grandes empresas, ha sido enorme en los últimos años y lo seguirá siendo porque no podemos olvidarlo, la industria alimentaria es extremadamente competitiva.

En cuanto a tecnología, se han introducido terminales para el pago con tarjetas y en muchos casos máquinas registradoras para la facturación y el cobro, pero todavía la mayor parte de los establecimientos está lejos de optimizar las oportunidades de los equipos.

Comienzan a aparecer sistemas para la toma de comandas con terminales que enlazan el pedido con la cocina, pero aún no se usan para control de stocks y compras o se enlazan en sistemas de gestión integrada.

Las nuevas tecnologías aún parecen despacio, todavía no se ven en el día a día las oportunidades que pueden suponer para el negocio. Sin embargo, empiezan a aparecer páginas web, algunas de ellas planteadas para incidir en la fidelidad de los clientes. Esto no está generalizado.

El impulso en la penetración de las nuevas tecnologías aparece sobre todo desde el sector público y desde las asociaciones empresariales del sector, que con su prestigio y un trabajo constante pueden lograr progresivamente mayores implantaciones.

6.1.4. *Márketing*

Salvo en las franquicias y determinados establecimientos de lujo no existen acciones de Marketing.

Sin embargo, y esto es importante, existe la clara convicción en el sector de que la fidelidad del cliente hay que ganarla y mantenerla día a día y esto puede ser un factor que a medio plazo puede hacer penetrar en este tipo de establecimientos, restaurantes y cafeterías, una filosofía de Márketing y, consecuentemente, acciones específicas en este campo.

La publicidad se reduce a la existencia de tarjetas con los números de teléfono y la presencia del establecimiento en guías de ocio, prensa y, en algunos casos, no frecuentes, a campañas de radio. Evidentemente existe un segmento alto en el que las relaciones públicas son un instrumento clave en el devenir de la actividad.

Casi todos los establecimientos participan, de una manera u otra, en acciones promocionales del barrio o del pueblo si son establecimientos fuera de las grandes ciudades, campañas de navidad, fiestas locales o equivalentes.

En lo que todos los responsables del sector están de acuerdo es en que la atención, lo más personal posible, al cliente y el precio ajustado aseguran la fidelidad, que es clave en el negocio.

6.1.5. Recursos humanos

Los recursos humanos están sufriendo una evolución importante. El personal de confianza y más antiguo es español y el nuevo, que tiene mucha rotación es con gran frecuencia inmigrante.

El personal inmigrante es muy importante en el estado actual y en el futuro del sector. La incorporación de emigrantes ha sido y está siendo un proceso de adaptación natural, obligado la necesidad de mano de obra y por la reducción del desempleo de nacionales y por la necesidad de cubrir puestos que no pueden ser muy bien retribuidos, tienen además el inconveniente de estar sometidos a horarios difíciles de estar bajos.

La formación general del personal tradicional es relativamente baja y las personas han aprendido el oficio trabajando en el sector. El personal inmigrante tiene formaciones muy dispersas, hay desde personas con formación básica hasta universitarios con buena formación académica, sin embargo la rotación es muy alta ya que la retribución es menor en este sector que en otros y las personas cambian de sector para aumentar sus ingresos.

El personal especializado, sobre todo los cocineros, tiene altas retribuciones y no es fácil retenerlos en los establecimientos. Se contrata para estos puestos a personas con formación específica o con los conocimientos suficientes obtenidos trabajando en el propio sector.

La dirección de personas es tema del propietario o de su encargado de confianza.

La capacidad de aprendizaje dentro de las empresas del sector se considera muy importante, al igual que las actitudes positivas para el trato con el cliente y la disponibilidad para hacer muchas horas de trabajo.

Las nuevas inversiones en cocinas o mejoras en los locales han sido bien acogidas por el personal y no ha habido dificultades para el uso de los terminales y cajas registradoras.

Hacia el futuro, dado que el sector es muy estable, lo normal es que no se precisen mayores niveles de formación relativos a los que actualmente existen, con la excepción de establecimientos de lujo o muy especializados y, en todo caso de deberá cuidar las habilidades de relación con la atención al cliente y su formación en este campo.

Parece que en el personal que atiende al público es posible que se cuiden, cada día más las actitudes naturales y se incremente la formación, sobre todo a cargo e impulsada por las asociaciones de empresarios.

Personas significativas del sector consideran de una gran importancia para el futuro del sector trabajar fuertemente en el rediseño de las políticas de formación, incorporación, desarrollo y compensación de los empleados en el sector, y esto tanto para los propietarios y encargados, como para el personal especializado y de directa atención al público cliente de los establecimientos.

6.2. Percepciones en el sector comercio de alimentación

6.2.1. Situación global del sector

El sector está en clara situación de cambio. La tienda tradicional, aún manteniéndose con una participación alta en el sector, está reduciendo su presencia real en el volumen de negocio día a día. La presencia de las grandes superficies, evidentemente con estructuras societarias y gran capacidad de inversión, ha alterado de forma muy importante la estructura tradicional del sector.

El tejido empresarial vigente hasta hace pocos años está evolucionando a favor de las grandes empresas y afecta al comercio tradicional, claramente en baja.

Las tiendas de barrio pierden clientes de forma acelerada al no poder competir en precio ni en diversidad de los productos, sin embargo aún tienen un campo para suministrar “las faltas” y atender a clientes de mayor edad a los que les agrada ser atendidos de forma personalizada.

Además, muchos de los antiguos propietarios de las tiendas tradicionales que no se han planteado procesos importantes de cambio en sus establecimientos, están dejando paso a inmigrantes, en muchos casos chinos, que trabajan en condiciones no normales en el sector, horarios muy extensos, presencia de niños, y “cierto desorden” en la forma de colocar las mercancías.

Los establecimientos tradicionales tienden a ser sustituidos en el favor de los clientes por otros de mayor tamaño, grandes superficies sobre todo, aunque parecen abrirse paso en tiendas con cierta especialización en las zonas en que la afluencia de público puede permitir la presencia de clientes dispuestos a pagar un diferencial en el precio por la especialidad del producto (panaderías, fruterías, pescaderías, carnicerías, tiendas especializadas en pastas y similares).

6.2.2. Rentabilidad del negocio

La tienda tradicional, ha perdido rentabilidad toda rentabilidad y salvo los casos de especialización y en aquellos otros en los que se han producidos cambios importantes, normalmente con especialización y, además, con gestión muy profesional en los que la rentabilidad es buena.

Los establecimientos de mayor dimensión en el negocio de la alimentación no están en manos de Pymes.

6.2.3. Inversiones y Tecnología

Las inversiones los últimos años se han centrado en los arcones de refrigeración y congeladores, muchas veces por impulso de los proveedores, para poder disponer de productos cuya conservación requiere frío.

En los pequeños establecimientos incluso no han entrado las terminales para el pago con tarjetas de crédito. Sin embargo, en los establecimientos de mayor dimensión, ya raramente en manos de Pymes, las nuevas tecnologías y la gestión moderna del gran consumo han impulsado nuevos sistemas de gestión comercial, de compras, logística, como es el caso de muchos supermercados con tres más cajas en los que se han implantado con gran velocidad lectores ópticos, sistemas de seguridad, etc. evidentemente el mundo de las grandes superficies en el que la tecnología es parte fundamental de la gestión.

En los nuevos negocios de pequeña dimensión, con empresarios personas físicas, empiezan a aparecer páginas web, pero son todavía una minoría poco significativa.

El impulso en la penetración de las nuevas tecnologías aparece desde el sector público y de las asociaciones empresariales del sector, desde donde es posible de consigán, progresivamente mayores implantaciones, salvo, y esto es anecdótico, los casos peculiares de establecimientos regidos por chinos que “no quieren saber nada” y las tiendas para inmigrantes que viven en sus propios mundos.

6.2.4. *Márketing*

Salvo determinados establecimientos de lujo no existen acciones de Márketing, aunque sí aparecen promociones impulsadas por los proveedores aún en las tiendas tradicionales, aunque en mucha menor medida que en los establecimientos de mayor dimensión.

Casi todos los establecimientos participan, de una manera u otra, en acciones promocionales del barrio, campañas de navidad, fiestas locales o equivalentes.

6.2.5. *Recursos humanos*

Los recursos humanos están sufriendo una evolución importante. Centrándonos en los establecimientos con empresarios personas físicas, en las tiendas especializadas, el nivel de educación tiende a ser muy superior a lo tradicional en el sector, tradicionalmente medio bajo.

Los negocios son con gran frecuencia familiares y las relaciones internas están más en el marco de ese tipo de relación que en la normal laboral.

La rotación del personal en los establecimientos tradicionales es baja por los vínculos familiares entre el empresario y las personas que trabajan con él. En los negocios de mayor dimensión, la rotación es alta, muchos emplean inmigrantes y jóvenes y los contratos son, en general de corta duración.

Hacia el futuro, dado que el sector está en cambio se pueden dar dos fenómenos simultáneos aparentemente contradictorios, pero que en realidad no lo son. Por una parte, mayor educación y profesionalidad en los establecimientos especializados y niveles mucho más bajos en tiendas que permanezcan como “tradicionales” y que operen para segmentos de clientes casi marginales.

Personas significativas del sector están absolutamente convencidas de que solamente pueden supervivir las actuales micro empresas del sector si se consigue incidir con

éxito en los propietarios y encargados de los establecimientos para que, a través de información y formación intensas, sean capaces de innovar para adaptarse a las exigencias de un mercado extremadamente competitivo.

6.3. Percepciones en el sector comercio textil

6.3.1. Situación global del sector

Es un sector muy importante en la Comunidad de Madrid, en el que conviven desde hace muchos años grandes almacenes, tiendas especializadas con gran tradición y nuevos establecimientos de pequeña dimensión.

Para las pequeñas empresas y micro empresas con empresarios personas físicas los efectos de una situación general de cambio son percibidos como de alto riesgo.

El sector está muy vinculado a la situación económica general y cualquier cambio afecta de forma significativa a sus ventas y márgenes.

Hay aperturas y cierres frecuentes de establecimientos, algunos de grandes empresas y la mayor parte de empresarios personas físicas, que se consolidan o no, en función de la capacidad económica del empresario, su acierto en la elección de los productos, capacidad de adaptación a la clientela y el lugar de localización.

Para los empresarios personas físicas, micro empresas y pequeñas empresas, en los próximos años puede haber grandes problemas por la liberalización del comercio con oriente que va a generar la presencia de productos de los que los comerciantes españoles desconocen su localización y formas de relacionarse, en especial los chinos (que están entrando en el sector) y, sobre todo por el impacto en los precios de los posibles ahorros en las compras.

Los nuevos establecimientos de grandes empresas operan de acuerdo con criterios profesionales de gestión y no se contemplan en las entrevistas del trabajo de campo.

Las franquicias son un fenómeno nuevo, todavía sin incidencia importante. Sin embargo implican una nueva concepción de gestión, más moderna, con inversiones en marketing y en general en toda la gestión y que tienen, contra lo que es normal en este mercado, una clientela más fiel y con frecuencia, mayor poder adquisitivo. Es muy probable que en pocos años la filosofía de gestión que representan las franquicias sea la común en los establecimientos del sector gestionados por empresarios personas físicas.

6.3.2. Rentabilidad del negocio

El negocio medio del empresario persona física es poco rentable, aun después de superados los primeros años y logrado su consolidación.

6.3.3. Inversiones y Tecnología

Las inversiones de los empresarios personas físicas normalmente se quedan en mejoras en el local, no muchas, y en la compra de productos para la temporada, que si no se venden pueden hacer perder gran parte del margen. En empresas de mayor dimensión la informática y las nuevas tecnologías son factor fundamental en la gestión, por ello se han realizado importantes inversiones en este campo, inversiones que seguirán produciéndose en los próximos años.

Se han introducido terminales para el pago con tarjetas, incluso en las micro empresas, ya que son imprescindibles en el sector.

El impulso en la penetración de las nuevas tecnologías aparece para las pequeñas empresas desde el sector público y de las asociaciones empresariales del sector, desde donde es posible de consigan, progresivamente mayores implantaciones, y, evidentemente, desde los franquiciadores que estimulan la gestión profesional en el sector.

6.3.4. *Márketing*

El Márketing en el sector, sobre todo en las grandes empresas es muy importante, en las pequeñas y micro empresas, salvo en las franquicias y determinados establecimientos de lujo no existen acciones de Márketing.

En las franquicias se está desarrollando un importante proceso de incorporación de técnicas de Márketing relacional con el propósito de incrementar la fidelidad de los clientes, muy baja en el sector y muy afectada por la compra por precio y en muchos casos por impulso.

La publicidad se reduce en las micro empresas a la existencia de tarjetas con los números de teléfono y la presencia del establecimiento en guías de negocios locales, prensa y, en algunos raros casos las llamadas a “clientes especiales” para anunciarles la llegada de nuevos productos. Por el contrario, en las grandes empresas la inversión en publicidad es muy grande.

Casi todos los establecimientos pequeños participan, de una manera u otra, en acciones promocionales del barrio, campañas de navidad, fiestas locales o equivalentes, si alguien las impulsa.

Todas las personas entrevistadas del sector están de acuerdo en que la atención, lo más personal posible, al cliente y el precio ajustado a la clientela apoyan la fidelidad, que no es alta en el negocio y que el único camino para asegurar el futuro está en incrementar la fidelidad de la clientela.

6.3.5. *Recursos humanos*

La formación en las pequeñas empresas es muy dispersa. El negocio suele estar en manos de una o varias dueñas que lo llevan personalmente y a veces tienen alguna ayuda en personal más joven que tiende a rotar hacia otro tipo de trabajo en otros sectores. En las grandes empresas el esfuerzo en formación es importante.

En los negocios de mayor dimensión, el personal, salvo las encargadas, también es joven y tiende a rotar ya que las retribuciones son bajas en relación con otros sectores y el horario poco deseado, tanto por las horas de apertura en la semana como por el trabajo en fin de semana. En los grandes almacenes la situación es diferente y cada uno de ellos tiene su propia y definida política de personal y formación.

En las micro empresas que operan como franquicias el personal responsable tiende a una gestión más profesionalizada en todos los ámbitos del negocio, si bien el personal colaborador adolece de situaciones similares a las antes apuntadas

7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

7.1. Conclusiones generales

La Comunidad Autónoma de Madrid se encuentra entre las mejor posicionadas del conjunto de España. La Inversión, la innovación y las nuevas tecnologías son aspectos importantes en el desarrollo alcanzado por esta Comunidad y son la base fundamental para la continuidad de su progreso.

La tasa de actividad en la Comunidad de Madrid está en un nivel alto, en relación con el resto de España, tanto en general como en el empleo femenino. Las profesiones que ganan posiciones son aquellas relacionadas con el trabajo técnico cualificado y con la prestación de servicios, ello está soportado en parte por la capacidad de la fuerza de trabajo para asimilar y usar las nuevas tecnologías

La tasa de desempleo, actualmente del 7,2% es significativa de la capacidad y el dinamismo de la Comunidad, que ha integrado y sigue integrando importantes contingentes de personas inmigrantes.

Madrid es sede de la mayor parte de las grandes empresas que operan en España. Este hecho supone un factor significativo para el nacimiento y desarrollo de empresas de menor nivel, medianas y micro empresas, a las que estimulan mediante exigencias crecientes en calidad, servicio y precio.

El tejido empresarial de Madrid está integrado, en una enorme proporción, por micro empresas y pequeñas empresas, que inciden en la sociedad y en el desarrollo económico de la región, y que actúan en su mayor parte en el ámbito de los servicios.

La capacidad de las personas, basada en su iniciativa y su saber hacer están en la base de la creación de micro empresas. El incremento del nivel de formación de los últimos años en la población de Madrid y el dinamismo del entorno ha propiciado de forma intensa la actividad de estas pequeñas unidades económicas.

La capacidad para generar cambios y adaptarse al entorno han sido fundamentales para impulsar el dinamismo de las pequeñas empresas de la Comunidad de Madrid, y este hecho es especialmente relevante en los servicios y es fundamental en los sectores de restauración y cafeterías, del comercio de alimentación y del comercio textil.

7.2. Conclusiones sobre el sector restaurantes y cafeterías

Es un sector importante, con un alto nivel de facturación, maduro y con una alta capacidad de adaptación al entorno.

Muy vinculado en sus resultados a la evolución de la economía, está integrado en su mayor parte por pequeñas empresas y micro empresas, con empresario individual, que conviven con empresas de mayor dimensión e incluso con grandes empresas y actualmente con franquicias.

Las pequeñas empresas del sector han hecho en los últimos años fuertes inversiones y las siguen haciendo actualmente para adaptar los establecimientos a las nuevas normas legales, ello ha significado mejoras importantes en las cocinas, salidas de humos, cámaras para la conservación de alimentos y en todos los aspectos relacionados con la seguridad y salubridad.

También se han incorporado en estas empresas los terminales para el pago con tarjetas de crédito y máquinas registradoras para la facturación, ambas cosas con carácter general.

Sin embargo, el uso efectivo de PC's, o las oportunidades de las máquinas registradoras para avanzar hacia sistemas de gestión mas integrados es todavía limitado. En parte quizá por el hecho de que la contabilidad y los aspectos documentales de las finanzas de las pequeñas empresas está a cargo de gestores externos.

Comienzan a aparecer, sobre todo en franquicias, terminales para la toma de comandas, pero esta nueva herramienta está todavía lejos de generalizarse.

Es significativo el que comienzan a existir páginas Web de pequeñas empresas de restauración y, sobre todo, que es frecuente escuchar a los empresarios la idea de poner en marcha en el futuro este instrumento de comunicación.

En el sector existe la convicción de que una parte muy importante del éxito es la atención al cliente y el propietario y las personas de su confianza tratan de asegurar en los establecimientos lo que denominan “trato personalizado”, sin embargo no existen, salvo en raras ocasiones ni política ni acciones de Márketing en las pequeñas empresas. En las empresas de mayor dimensión y en las franquicias, el Márketing es factor fundamental del negocio.

En relación con los recursos humanos todo el sector ha realizado un enorme esfuerzo de adaptación. Existen dos tipos de personal, por una parte empleados con antigüedad, formados en los propios establecimientos o, al menos en el sector, y por otra parte personal con alta rotación, sin formación de base en hostelería, compuesto por jóvenes e inmigrantes que raramente se mantienen largo tiempo en el sector. Este hecho se relaciona con el nivel relativamente bajo de las retribuciones en comparación con otros sectores, ya que solamente los puestos de cocinero tienen retribuciones competitivas, a más de los horarios amplios que hacen difícil atraer personal al sector.

La formación del personal es una preocupación muy sentida en el seno de las asociaciones empresariales y por empresarios del sector, que consideran fundamental para asegurar la adaptación al cambio y la calidad del servicio al cliente la capacitación de sus empleados.

7.3. Conclusiones sobre el sector comercio de alimentación

Es un sector importante, con una alta cifra de facturación, en el que se encuadran empresas de todos los tamaños, el grupo más numeroso es el del comercio tradicional,

en el que se encuadran microempresas y algunas pequeñas empresa, pero en el que son dominantes las empresas de mayor dimensión con estructuras societarias.

Al mismo tiempo, es un sector en clara situación de cambio, el establecimiento tradicional está dejando paso a supermercados y grandes superficies. El tejido empresarial del pasado, micro empresas, está perdiendo clientes de forma acelerada al igual que sus volúmenes de venta y, evidentemente resultados.

Los antiguos propietarios de establecimientos tradicionales con capacidad de innovación han realizado cambios para adaptar sus negocios buscando algún tipo de especialización, sin embargo, en la mayor parte de los casos los establecimientos tradicionales están en situación difícil, se cierran o se dejan en manos de nuevos grupos sociales, inmigrantes en muchos casos, que los mantienen a pesar de su muy baja rentabilidad.

En relación con las inversiones en los últimos años, estas se han reducido a equipos de frío para la conservación de alimentos, y han sido exigencia, en muchos casos de los proveedores, y en las máquinas registradoras.

No existen acciones de Márketing en estos establecimientos tradicionales con la excepción de promociones auspiciadas por los proveedores, o las que realizan asociaciones de establecimientos del barrio o de la zona (galerías, mercados y similares), que están haciendo importantes esfuerzos, con éxito para la supervivencia de estos negocios mediante el esfuerzo conjunto de todos los implicados.

En los establecimientos de mayor dimensión, supermercados e hipermercados y en las nuevas franquicias la gestión es profesional y el Márketing importante.

En relación con los recursos humanos, en los establecimientos tradicionales, el trabajo es familiar y aunque normalmente carecen de personal asalariado externo cuando este existe la vinculación al propietario es fuerte.

Las personas conocedoras del sector, los miembros activos de las asociaciones empresariales y los empresarios con éxito en este negocio consideran que es muy importante realizar una labor muy intensa de sensibilización y formación de los empresarios tradicionales y de sus hijos para facilitar la posible sucesión, para poder mantener a medio y largo plazo viva una parte importante del tejido empresarial madrileño.

En las empresas de mayor dimensión, los procesos de gestión son los propios de empresas profesionalizadas.

7.4. Conclusiones sobre el sector del comercio textil

El sector del comercio minorista textil está en situación de cambio. En él conviven grandes empresas, medianas y sobre todo, micro empresas. Las micro empresas perciben la actual situación de cambio como de alto riesgo.

Los resultados de negocio están muy vinculados a la situación general de la economía.

La competencia es muy intensa, la clientela es poco fiel y muy afectada por los precios. Este punto puede tener una gran relevancia cuando en los próximos años se liberalicen las importaciones textiles de extremo oriente.

En las grandes y medianas empresas las inversiones en tecnología han sido y siguen siendo muy importantes, en las pequeñas apenas han entrado ordenadores personales y las terminales para el pago con tarjeta, muy importante en el sector.

El Márketing de las grandes empresas es uno de los aspectos fundamentales de la gestión, en las micro empresas apenas existen acciones de Márketing, aunque las propietarias consideran que el servicio al cliente es fundamental. Las microempresas que operan en situación de franquicias están comenzando a gestionar los negocios de forma más profesional y se benefician de las acciones de la publicidad que realizan los franquiciadores.

En recursos humanos las grandes empresas tienen políticas de personal y de formación muy definidas. En las pequeñas empresas, microempresas en su mayoría, la propietaria o propietarias, empresarias personas físicas, son quienes trabajan personalmente en el negocio y si tienen alguna persona adicional son jóvenes sin experiencia que tienden a salir del sector tanto por las retribuciones, bajas en el sector, como por los horarios.

Las personas conocedoras del sector, las asociaciones empresariales y empresarias significativas, tienen la convicción de que es importante realizar un gran esfuerzo de formación en el empresariado del sector.

7.5. Conclusión final

Los tres sectores analizados suponen un volumen muy importante dentro del comercio minorista de la Comunidad de Madrid, que se encuentran relativamente influenciados por la moderna sociedad de la gestión y la información y en el que existe relativa cualificación.

Es de destacar la labor que viene realizando a efectos de mejorar la cualificación y modernización de estos sectores tanto la Comunidad de Madrid como otras instituciones, destacándose entre ellas la Cámara de Comercio y las Asociaciones de Empresarios de estos sectores, muy activas pese a sus escasos recursos.

Por último, añadir a estas conclusiones una opinión personal.

En la Comunidad de Madrid y en los sectores analizados, el nivel de penetración del espíritu innovador y de la incorporación de las nuevas tecnologías, mediante inversiones, es creciente y dada la situación del entorno es absolutamente imprescindible profundizar en su introducción.

Ahora bien, el primer paso para que esa inversión se produzca pasa obligatoriamente en nuestra opinión, por un proceso de cualificación profesional, de intensa formación e información, que permita a los profesionales conocer y utilizar las nuevas tecnologías y

con esta aplicación avanzar progresivamente en la gestión profesional y altamente competitiva de sus negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Informes varios
Banco de España.
www.BDE.es

- Estudios varios, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.
Cámara de Comercio de Madrid:
www.camaramadrid.es
www.camaradatos.es

- Trabajos e informes varios.
CEPYME.
www.cepyme.es

- Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid
www.madrid.org

- Artículos varios
Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.
www.impi.es

- DIRCE
www.madrid.org

- Dirección general para el desarrollo de la información.
www.dg.pymes.es

- DRM – Consulting
www.drm-consulting.com

- “Estructura económica de la Comunidad de Madrid”
José Luis García Delgado
Cámara de Comercio de Madrid
www.camaramadrid.es

- Artículos varios.
Expansión.
www.expansion.com

- Federación de Hostelería FEHR
www.fehr.es

- Artículos varios.
Infotel.
www.oxesor.es
- Instituto de Crédito Oficial
www.ICO.es
- Artículos varios,
Instituto para la Formación de la Comunidad de Madrid.
www.madrid.org
- Anuarios Estadísticos de la Comunidad de Madrid. Boletines de Coyuntura (trimestral) y de población activa (trimestral). Indicadores Económicos regionales: tendencias y predicciones.
Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid (IECM)
www.madrid.org
- Contabilidad Regional de España. Directorio Central de Empresas
Instituto Nacional de Estadística:
www.ine.es
- Documentos varios
Instituto de Comercio Exterior.
<http://portal.icex.es>
- “Demografía, empleo, salario y pensiones”.
Juan Francisco Jiménez Serrano.
Fundación Estudios de Economía Aplicada.
www.fedea.es
- Balanza comercial española.
Ministerio de Economía y Hacienda.
www.mineco.es
- Estadísticas y documentos varios.
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:
www.mtas.es
- “Exportaciones madrileñas a la Unión Europea”.
Ministerio de Administraciones Públicas.
www.map.es

- “Las Tecnologías de la Información en España”.
Ministerio de Industria.
www.ipyme.org, www.min.es
- Secretaría de Estado para las Telecomunicaciones.
www.seti.mcyt.es

ANEXO: CUESTIONARIOS BASE PARA LA ENTREVISTAS EN EL TRABAJO DE CAMPO

Se incluyen a continuación las preguntas correspondientes a los tres cuestionarios usados como base en las entrevistas en profundidad realizadas a miembros de instituciones, asociaciones empresariales y empresarios de los sectores restauración y cafeterías, comercio de alimentación y comercio textil.

1. CUESTIONARIO PARA LA RECOGIDA DE INFORMACIÓN PARA INSTITUCIONES

1. El concepto de Innovación.
2. La inversión tecnológica en el sector ha sido de:
3. La distribución de la inversión ha tenido algún tipo de distribución en función de los tamaños de las empresas.
4. La inversión puede haberse enfocado a alguna de las siguientes áreas: Comercial, innovación, productividad, administración, recursos físicos y financieros, recursos humanos, beneficio o responsabilidad pública.
5. En el sector hay empresas que están especialmente necesitadas de inversión en nuevas tecnologías.
6. Tecnológicamente la evolución del sector puede tender a la automatización, a la informatización, a otros temas o no evolucionar.
7. Existe información sobre nuevas tecnologías y su aplicación en el sector, pero los empresarios no siempre saben donde encontrarla.
8. Entendemos que el sector objeto del estudio está algo tecnificado.
9. La estructura humana del sector, edad media, formación, especialización, antigüedad y preparación tecnológica, son datos relevantes.
10. El perfil técnico de los actuales empleados del sector es limitado, actualmente y posiblemente también lo será en el futuro.
11. El sector está en desarrollo, estable o en recesión.
12. Hay razones por las que los clientes orientan sus compras hacia este tipo de establecimientos.
13. Estas empresas pueden cumplir alguna función diferenciada de otras de mayor tamaño en su negocio.
14. Hay grupos de clientes mas característicos de estas empresas.

15. Los móviles de compras de los clientes suelen ser: moda, interés, comodidad, afecto, seguridad y orgullo.
16. En las pequeñas empresas el equipo humano se puede estructurar en cuatro grandes áreas, administración, producción, comercial y gestión.
17. La estructura organizativa de estas pequeñas empresas suele ser sencilla.
18. Las personas que trabajan en estas empresas se pueden sentir vinculadas a ellas.
19. Hay empresarios que tienen conciencia de cumplir un fin social.
20. En estas empresas a efecto de negocio, puede haber alguna segmentación de clientes.
21. La clientela puede haber evolucionado en renta, edad, formación y hábitos de compra.
22. Puede existir preferencia y rechazo social hacia estas empresas por diversas razones.
23. Existen diversos canales de financiación que pueden ser especialmente usados en el sector.
24. La estructura financiera tipo puede ser:
25. Estas empresas pueden ser sensibles a las variables económicas, PIB, Renta, Consumo, IPC, Ahorro, Empleo, Beneficio.
26. La medida de la productividad es poco frecuente en estas empresas.
27. Es difícil determinar el porcentaje de beneficio que suelen invertir.
28. Puede haber algún criterio de inversión que no sea el beneficio.
29. Los niveles salariales de los empleados pueden ser significativos.
30. El número de personas que trabajan en el sector y los tipos de contratos pueden ser significativos.
31. Los factores de crecimiento o recesión en el sector pueden ser múltiples.
32. Esta actividad puede estar subvencionada de forma especial.
33. Estas empresas pueden acogerse al sistema impositivo correspondiente a Renta de personas físicas, Estimación objetiva u otras.
34. Otras opiniones del entrevistado.

2. CUESTIONARIO PARA LA RECOGIDA DE INFORMACIÓN PARA MIEMBROS DE ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS Y SIMILARES

1. En el sector dificultades existen para abrir una Pyme:
2. Para el caso de no comprar en estas Pymes ¿Donde compraría el cliente?
3. Que barreras de entrada impone el sector: Licencias, permisos, colegiaron, sindicación, otras.
4. Que equipo humano (numero de personas y preparación) requiere una Pyme para su funcionamiento.
5. Cómo se financian los stocks necesarios para comenzar a funcionar.
6. En el momento inicial ¿Cómo se consiguen los contactos con clientes y prospectos?
7. La fidelidad de la clientela es:
8. Que preparación técnica requiere la puesta en funcionamiento.
9. Cuantas Pymes abrieron y cerraron en los últimos años.
10. Cuantas empresas hay en el sector.
11. Cual es su antigüedad media.
12. Cual es su diversificación.
13. Cual es su sensibilidad a Precio, Producto, Comunicación y Personas.
14. El sector se ha visto afectado distorsionado por franquicias u otra forma de actuación competitiva.
15. Existen acuerdos de cualquier tipo entre los componentes del sector.
16. Hay guerra de precios en el sector.
17. La competencia puede considerarse como complementaria o alternativa.
18. ¿Conoce el declive de alguna Pyme por competencia directa de otra?
19. Se utiliza la libertad y la flexibilidad de horario como arma competitiva.

20. Se organizan eventos (ferias, congresos etc) por y para el sector en los que está presente la Pyme.
21. Se vende a precio fijo.
22. Las variables en el precio son múltiples.
23. Las reclamaciones de los clientes son atendidas.
24. Se concede crédito a los clientes.
25. La compra se paga mayoritariamente con efectivo o tarjeta.
26. Existen en el sector asociaciones de consumidores (clientes).
27. La venta media es difícil de cuantificar.
28. Estas Pymes usan algún tipo de base de datos o historial de clientes y mercado.
29. Estas Pymes hacen comunicación-publicidad con clientes.
30. Los clientes tienen fórmulas de imponer su criterio colectivamente.
31. Otras opiniones.

3. CUESTIONARIO PARA LA RECOGIDA DE INFORMACIÓN PARA EMPRESARIOS

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el sector?
2. ¿Cómo ve la evolución futura del sector?
3. ¿Que función social cumple estas Pymes?
4. ¿Puede desaparecer el sector?
5. ¿Cómo atraen clientes?
6. ¿Que red de distribución y venta tienen?
7. ¿Que problemas más importantes afectan al sector en los últimos diez años? ¿Y en los últimos cinco?
8. ¿Qué innovaciones ha introducido en los últimos 5 años?
9. ¿Qué porcentaje de sus beneficios ha invertido en innovación en los últimos años?
10. ¿Ha invertido en nuevas tecnologías?
11. ¿Que ventajas a supuesto la innovación (comodidad, adaptación, productividad, reducción de personal, etc.)?
12. ¿En que medida se invierte en el sector (porcentaje sobre beneficios u otro criterio)?
13. ¿Si pudiera en que invertiría mas urgentemente?
14. ¿Cree que las personas que trabajan en este sector podrían adaptarse a los métodos de trabajo derivados de la aplicación de nuevas tecnologías?
15. ¿En que porcentajes se distribuyen sus costes?
16. Su administración la lleva directamente o la tiene encomendada a un tercero (gestoría, persona particular, etc).
17. Además de los datos contables ¿recibe otra información de su gestión (stock, endeudamiento, historial de clientes, ventas por productos etc.)?
18. Sus instalaciones son adecuadas o requieren modernización.
19. Cual ha sido su ultima inversión. ¿Cuál ha sido la razón de hacerla?

20. Las personas que trabajan con usted en el negocio están muy vinculadas ¿Cuál es su antigüedad? ¿Qué edad tienen? ¿Cuál es su cualificación?
21. ¿Sus sueldos pueden considerarse medios en el sector?
22. ¿Cuales son sus reivindicaciones más constantes?
23. ¿Que cualificación profesional cree que deberían tener?
24. ¿Cómo podrían calificarse sus relaciones con los sindicatos? ¿Cuándo fue su última entrevista con ellos?
25. ¿Puede comentarnos algo sobre la estructura financiera de su negocio?
26. ¿Se producen en su negocio tensiones de tesorería? ¿A que se deben? ¿Cómo las cubre?
27. ¿Con que entidades financieras trabaja? (Caja, Banco, otras).
28. ¿Cómo ha evolucionado su plantilla en los últimos cinco años? ¿Cómo cree que evolucionara (numero y cualificación)?
29. ¿Que ayuda oficial (financiera, de asesoramiento etc.) recibe en su Pyme?
30. ¿Las nuevas formas de comercialización e-commerce le están afectando positiva o negativamente? ¿Las utiliza en su negocio?
31. ¿Que evolución prevé para su negocio en los siguientes conceptos: Comercial, Tecnológico, Humano y Beneficios?
32. ¿Que publicidad desarrolla?
33. ¿Cómo contacta con sus clientes?
34. ¿Cómo organiza sus promociones?
35. ¿Pertenece a alguna asociación para promocionar su establecimiento? ¿Qué beneficios le reporta?
36. ¿Que compromisos tiene adquiridos para colaborar con su comunidad local?
37. ¿Cómo mejoraría su negocio?
38. ¿Cuantas personas (y con que cualificación) piensa contratar próximamente?
39. ¿Puede añadir algún comentario adicional?