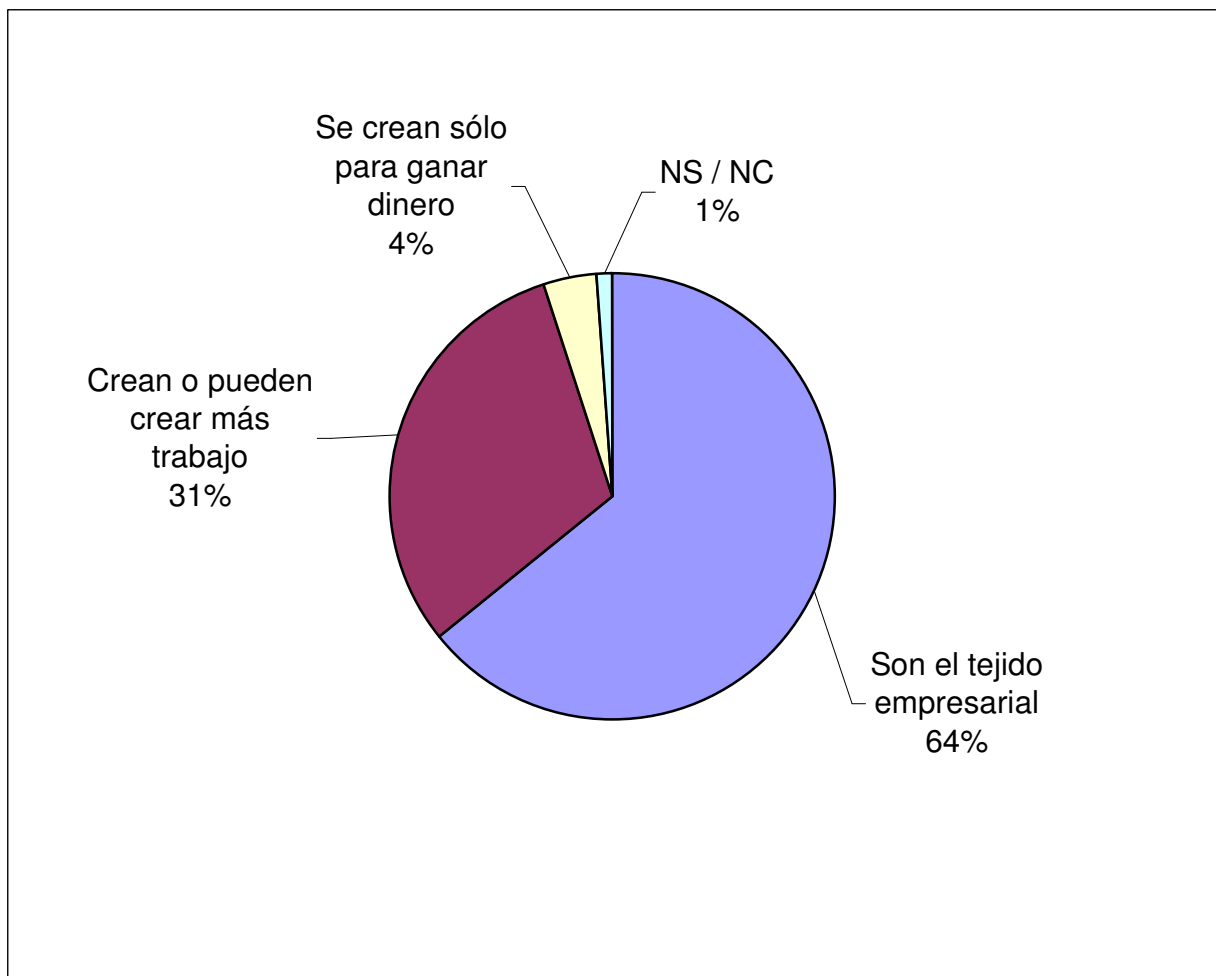


RESULTADOS ENCUESTA
La competitividad de las
PYMES, a debate

Junio de 2011

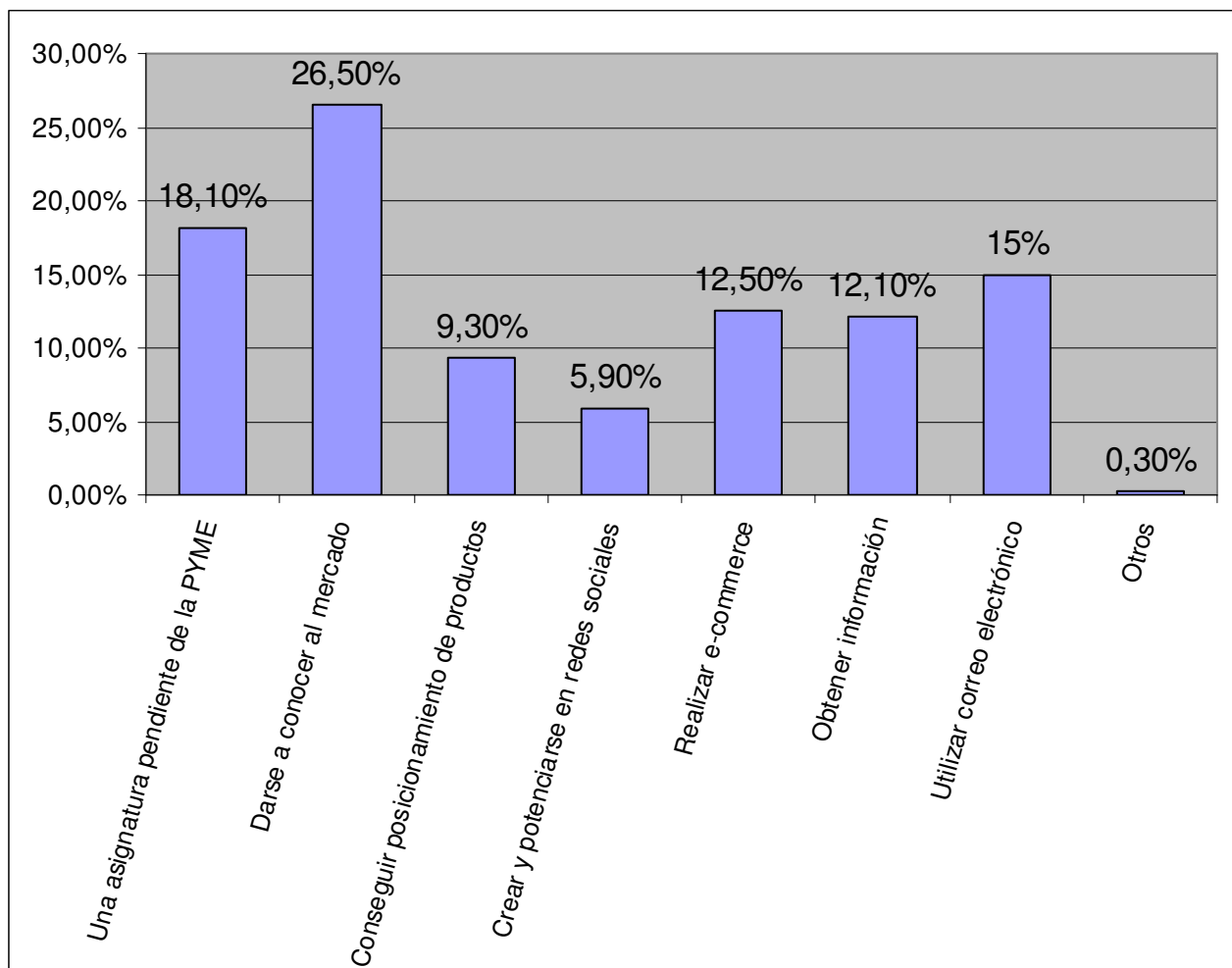
1. EN LOS ÚLTIMOS TIEMPOS LA PYME ESTÁ ADQUIRIENDO UN GRAN PROTAGONISMO YA QUE EN TU OPINIÓN...

1.1. Son el verdadero tejido empresarial de un país	63,9%
1.2. Son los que crean o pueden crear más puestos de trabajo.	30,8%
1.3. Se crean únicamente para ganar dinero.	4,0%
1.6. NS/NC.	1,1%



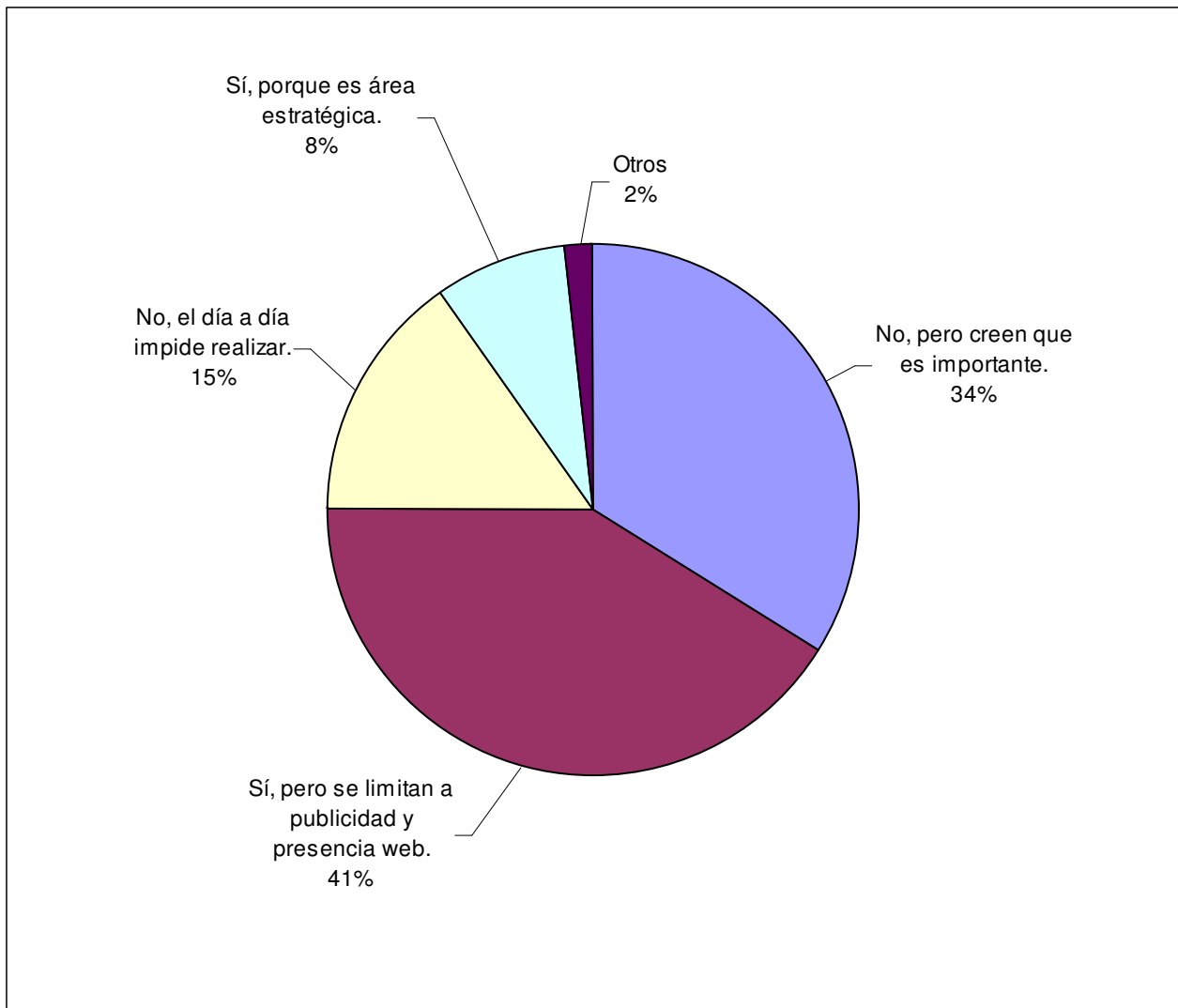
2. ¿PRINCIPALMENTE PARA QUÉ SUELEN UTILIZAR LAS PYMES INTERNET? (ELIGE DOS OPCIONES)

2.1. Es una asignatura pendiente de la PYME aunque conozcan sus posibilidades.	18,1%
2.2. Para darse a conocer al mercado a través de la web.	26,5%
2.3. Para conseguir el mejor posicionamiento de sus productos.	9,3%
2.4. Para crear y potenciarse en las redes sociales.	5,9%
2.5. Para realizar e-commerce o venta electrónica.	12,5%
2.6. Para obtener información.	12,1%
2.7. Para uso del correo electrónico.	15,0%
2.8. Otros .	0,3%



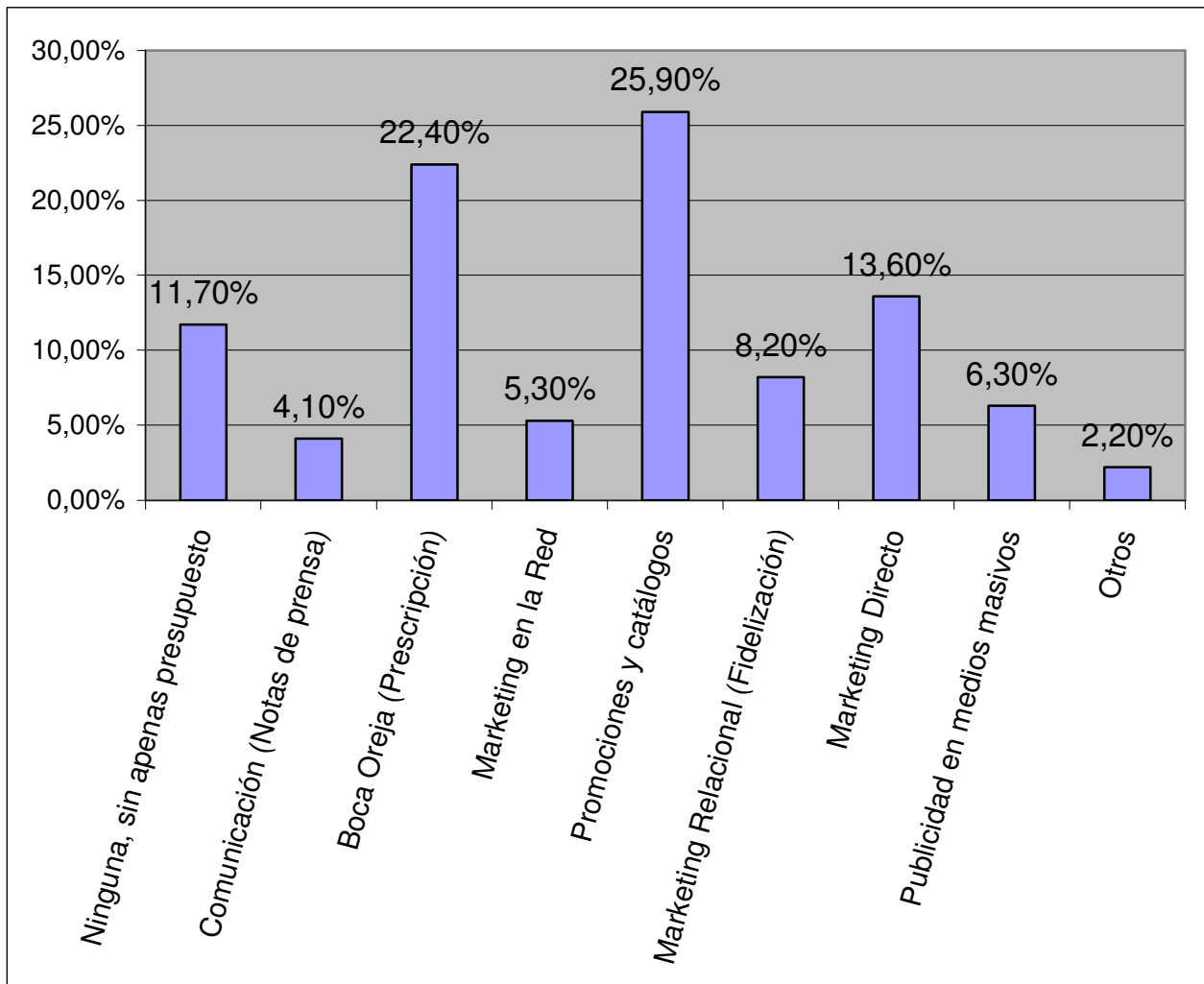
3. ¿PIENSAS QUE EN LA PYME EXISTE CULTURA DE MARKETING?

3.1. No hasta el momento, pero están empezando a darse cuenta de su importancia.	33,7%
3.2. Sí, pero se limitan a hacer catálogos, algo de publicidad y presencia en Internet.	41,2%
3.3. No, el día a día no les permite poder realizarlo.	15,1%
3.4. Sí, puesto que lo consideran un área estratégica.	8,1%
3.5. Otros.	1,7%



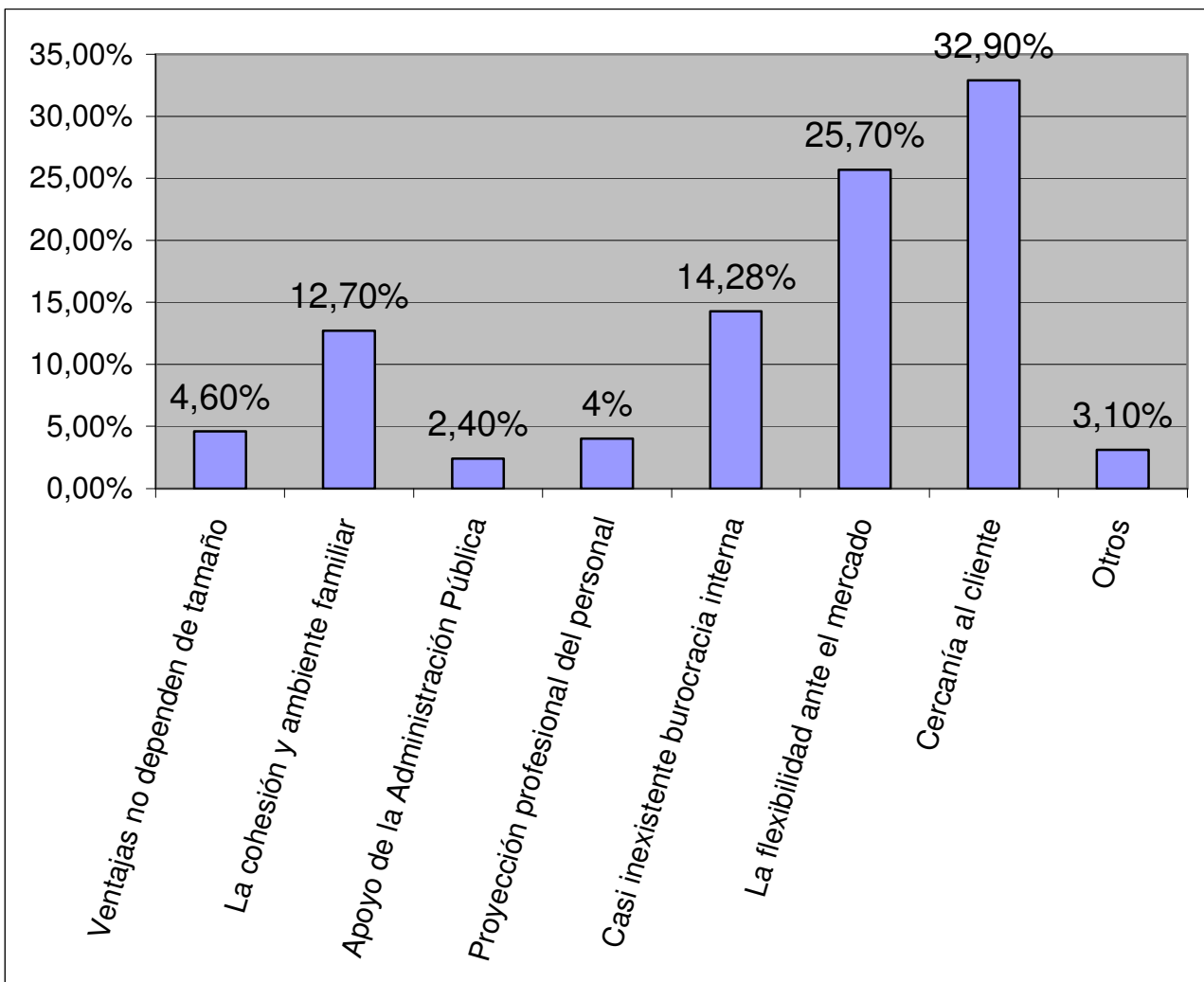
4. ¿QUÉ HERRAMIENTAS CONSIDERAS QUE SON LAS MÁS EMPLEADAS POR LAS PYMES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA? (ELIGE DOS OPCIONES)

4.1. Ninguna, apenas cuentas con presupuesto.	11,7%
4.2. Comunicación (Notas de prensa).	4,1%
4.3. Boca Oreja (Prescripción).	22,4%
4.4. Marketing en la Red.	5,3%
4.5. Promociones y catálogos.	25,9%
4.6. Marketing Relacional (Fidelización).	8,2%
4.7. Marketing Directo.	13,6%
4.8 Publicidad en medios masivos.	6,3%
4.9 Otros.	2,2%



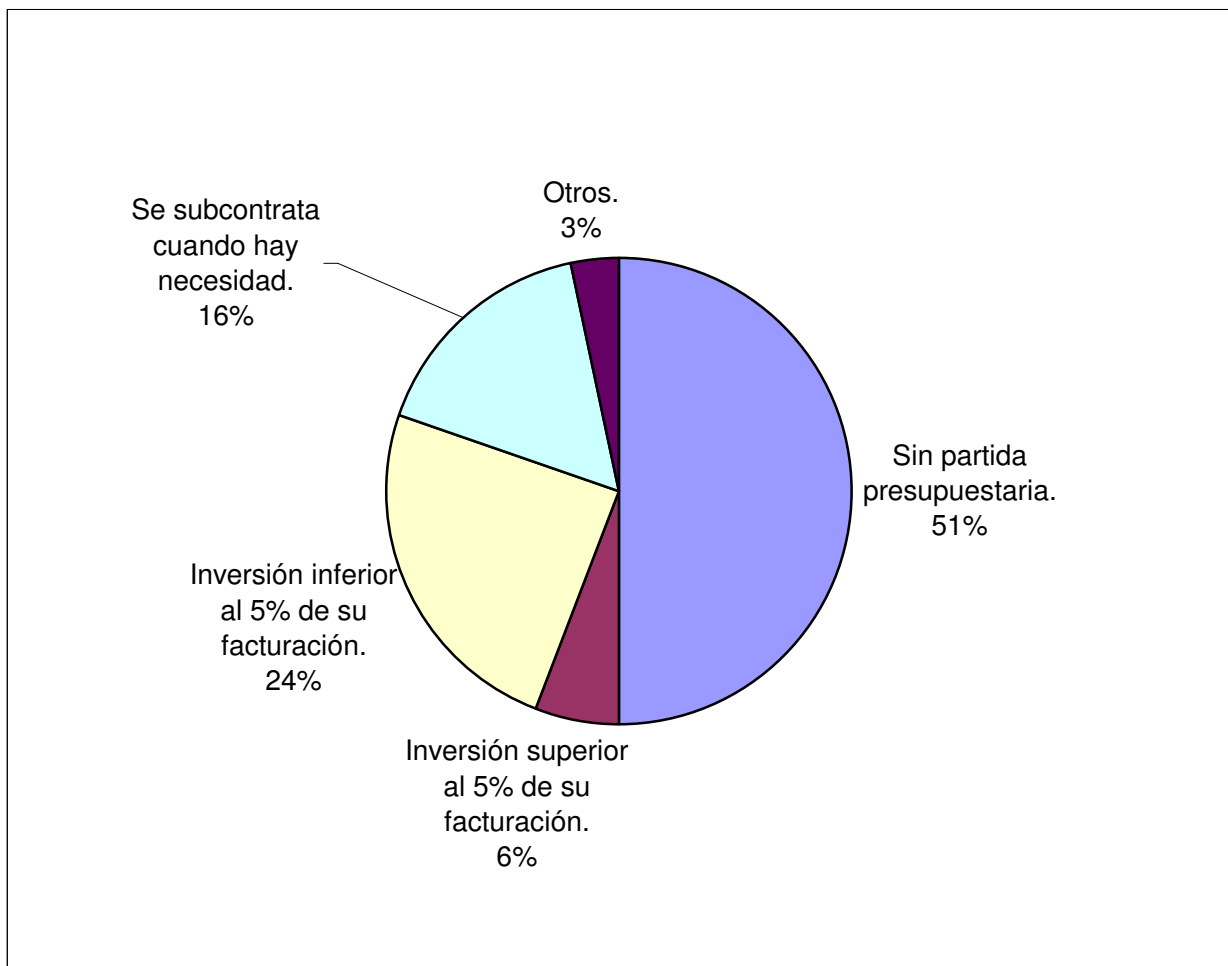
5. ¿CUÁLES CREES QUE SON LAS VENTAJAS DE LA PYME FRENTE A LAS GRANDES EMPRESAS Y MULTINACIONALES? (ELIGE DOS OPCIONES)

5.1. Ninguna, a día de hoy las ventajas entre empresas no dependen de su tamaño.	4,6%
5.2. La mayor cohesión y ambiente de trabajo familiar entre empleados.	12,7%
5.3. El apoyo de la Administración Pública.	2,4%
5.4. La proyección profesional de su personal.	4,0%
5.5. La casi inexistente burocracia interna.	14,2%
5.6. La flexibilidad y agilidad ante la situación del mercado.	25,7%
5.7. La cercanía al cliente.	32,9%
5.8 Otros.	3,1%



6. ¿QUÉ PORCENTAJE DE FACTURACIÓN PIENSAS QUE DESTINAN LAS PYMES A I+D+I?

6.1. No cuentan con una partida presupuestaria destinada a ello.	50,0%
6.2. Un porcentaje superior al 5% de su facturación.	5,8%
6.3. Un porcentaje inferior al 5% de su facturación.	24,4%
6.4. Suelen subcontratarlo cuando tienen necesidad de ello, independientemente de la cantidad.	16,2%
6.5. Otros.	3,4%



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

FICHA TÉCNICA			
<u>UNIVERSO</u>	<u>MUESTRA</u>	<u>MÉTODO</u>	<u>LABOR DE CAMPO</u>
<i>Directores generales, directores de marketing, consultores, profesionales del sector y alumnos de escuelas de negocio, principalmente.</i>	<i><u>172</u> <u>PROFESIONALES</u> <u>NIVEL DE CONFIANZA:</u> <u>95.5%</u></i>	<i>El método utilizado fue de entrevista a través de Internet. Los consultados cumplieron un cuestionario remitido por Foro Internacional de Marketing. www.foromarketing.com</i>	<i>mayo 2011</i>