

**EI BARÓMETRO
DE LOS
NEGOCIOS NORTEAMERICANOS EN ESPAÑA**

**Cámara de Comercio Americana en
España**

ESADE

Barcelona, 29 de marzo de 2004

ÍNDICE

Prólogo del Presidente de la Cámara

Presentación preliminar

I

Executive Summary

1. Presentación sumaria de resultados y conclusiones

II

Panorama general

2. Selección de los gráficos básicos del barómetro económico

III

Aspectos específicos

3. Consideración del tamaño de las empresas.
4. Consideración de los sectores de actividad

IV

Valoración de aspectos del entorno

5. Entorno general y laboral de la economía española
6. Calidad de la oferta de fuerza de trabajo en España
7. Nivel de interés por realizar actividades económicas en las diversas comunidades autónomas

Anexo I

Executive Summary in English

Anexo II

Metodología

PRÓLOGO DEL PRESIDENTE DE LA CAMARA

Es para mí una gran satisfacción poder prologar esta primera edición del Barómetro de los Negocios Norteamericanos en España. Es la satisfacción que se siente al recoger los primeros frutos, después de meses de trabajo, posibles gracias a la desinteresada e inestimable colaboración de Pere Puig i Bastard, catedrático del Departamento de Economía de ESADE-URL, y de su equipo, en torno al estado de opinión, la situación y las perspectivas de las empresas americanas establecidas en España.

Desde su fundación en 1917, la Cámara de Comercio Americana en España ha tenido como misión la promoción del comercio y las inversiones de Estados Unidos en España y viceversa, apoyando las iniciativas gubernamentales de interés mutuo a fin de mejorar el clima empresarial y de comercio entre ambos países.

Para comprender la relevancia de este primer Barómetro de los Negocios Norteamericanos en España deben señalarse algunas de las conclusiones más relevantes que de él se desprenden: el 90% de los directivos de filiales de Estados Unidos establecidas en la Península cree que las perspectivas de la economía española son buenas o muy buenas, mientras que un 91% valora positivamente la marcha de sus negocios en nuestro país. Además, un 87% es optimista acerca de la evolución de su actividad en 2004.

Las excelentes relaciones políticas consolidadas durante años entre Washington y Madrid podían hacernos prever un paulatino acercamiento de los lazos económicos entre ambas economías. Esta percepción se ha convertido en una realidad constatada por cifras que muestran la verdadera importancia que representa para la economía española la presencia de empresas estadounidenses. Las inversiones norteamericanas en España representan más del 7,1% del PIB nacional, con más de 303.000 empleos directos e indirectos, lo que representa un 2,21% del total de empleos en el sector privado. Estados Unidos es, por tanto, un importante creador de empleos en España así como el principal inversor extranjero. Es también el inversor extranjero que más I+D y horas de formación aporta al tejido productivo español.

A través de las siguientes páginas, podremos comprobar el interés de las empresas norteamericanas por España, nunca manifestado con tanta claridad anteriormente. Esta percepción, de gran importancia en un mundo globalizado donde los países compiten por atraer inversión extranjera, viene determinada en gran medida por la imagen de España como un país estable y trabajador, integrado en un mundo global que apoya la innovación y dispone de grandes posibilidades en el área de I+D.

Como Presidente de la Cámara de Comercio Americana en España quiero transmitir mi satisfacción la labor desarrollada en esta dirección y seguir trabajando para que otras empresas norteamericanas se interesen por el mercado español y aprovechen, con mutuo beneficio, el buen momento en el que se encuentra la economía española.

Jaime Malet
Presidente
Cámara de Comercio Americana en España

PRESENTACIÓN PRELIMINAR*

Presentamos a continuación el BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS NORTEAMERICANAS EN ESPAÑA, una nueva publicación que promueve y elabora la Cámara de Comercio Americana. Dicha publicación aspira a ser un instrumento útil y sintético de información económica, de carácter periódico, que presente de forma rigurosa el estado de opinión, la situación y las perspectivas de las empresas americanas sobre el entorno en que operan en nuestro país.

El BARÓMETRO, cuya publicación hoy iniciamos, va dirigido tanto al mundo económico y empresarial en general como al público técnico y académico más especializado.

La información sobre la que se ha basado la presente edición del BARÓMETRO se ha obtenido a partir de los datos obtenidos de una encuesta dirigida a las más importantes empresas norteamericanas que operan hoy en España. Dichas empresas han colaborado activamente para su realización.

Ha sido la propia Cámara de Comercio Americana, promotora inicial del proyecto, la que ha realizado, mediante sus propios servicios técnicos internos, las tareas correspondientes al diseño y envío de los cuestionarios de base, así como todos los trabajos de supervisión y control del proceso de realización de la mencionada encuesta. Los datos y la información obtenidos mediante dicha encuesta han sido la base para la elaboración del presente informe.

ESADE ha decidido adherirse a este interesante proyecto, en una fase avanzada, y a petición de la propia Cámara de Comercio Americana, y se ha encargado de efectuar los correspondientes trabajos de análisis de resultados y de la redacción del texto del informe y de las conclusiones. Asimismo, ha colaborado en la edición final del BARÓMETRO que hoy presentamos.

Es sabido que gran parte de los numerosos barómetros económicos que hoy se publican a escala internacional han tenido su origen en el establecimiento de iniciativas afortunadas de colaboración entre algunas corporaciones representativas del mundo empresarial y determinados equipos académicos o universitarios de carácter altamente especializado. El presente BARÓMETRO, representativo de un ámbito empresarial concreto y centrado en el análisis y seguimiento de las opiniones y los datos que reflejan la dinámica real de las empresas norteamericanas en España, pretende ser en cierta forma partícipe de esta acertada orientación internacional. Desearíamos, por tanto, que su aparición tuviera una buena acogida general y que llegase a ser valorado, por parte de aquellos a quienes va dirigido, por su utilidad, rigor y calidad.

Barcelona, 29 de marzo del 2004

Pere Puig i Bastard, catedrático de ESADE-URL
Departamento de Economía

* Mireya Calatayud Mañosa, estudiante de 5.º curso de la Licenciatura y Master en Dirección de Empresas de ESADE, ha realizado los trabajos de explotación de datos así como los gráficos y tablas que se incluyen en el presente informe, bajo la dirección del Dr. Pere Puig i Bastard, catedrático del Departamento de Economía, que ha actuado de responsable del proyecto.

I. EXECUTIVE SUMMARY

1. Presentación sumaria de resultados y conclusiones

El BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS NORTEAMERICANOS EN ESPAÑA nos ofrece la valoración que las empresas norteamericanas efectúan hoy en día de su propia situación económica, de su predisposición a ampliar o a reducir el volumen de su actividad en nuestro país, así como de la dimensión de sus plantillas de trabajadores y las perspectivas de sus planes de inversión en España

El BARÓMETRO pretende ofrecernos, asimismo, alguna información con la que facilitar la adecuada identificación y valoración de algunos factores estratégicos, los factores que muy posiblemente se tienen en cuenta a la hora de tomar decisiones particularmente importantes (tales como la ampliación o nueva localización de actividades) desde las sedes centrales de las grandes compañías norteamericanas.

Algunos de estos factores están relacionados con la motivación y la calidad de la oferta laboral existente en nuestro país, así como con la movilidad laboral, la capacidad de aprendizaje y el nivel de formación de los trabajadores, entre los otros aspectos particularmente abordados en la presente edición del BARÓMETRO.

Síntesis de los resultados obtenidos

En general, los datos publicados permiten evaluar cuál es la opinión de las más importantes empresas norteamericanas sobre la situación actual y sobre las perspectivas de evolución a corto plazo para 2004, tanto del sector de la actividad productiva en que operan como del conjunto de la economía española.

El tono general de las actitudes manifestadas por los directivos consultados es bastante positivo. Sus respuestas parecen situarse, en la mayoría de casos, notablemente por encima de la visión general menos optimista que suelen tener las empresas españolas de similares sectores de actividad.

Principales conclusiones generales del análisis efectuado (parte I)

1. Son ciertamente una gran mayoría (91 %) las empresas de capital norteamericano que tienen una opinión favorable o muy favorable sobre *la marcha de sus negocios en España*. La gran mayoría valoran su situación económica actual como buena o muy buena, situándola incluso por encima de cómo valoran la trayectoria en los negocios de su casa matriz, que también juzgan en general favorable (un 84 % la considera favorable o muy favorable).
2. Por lo que se refiere a *las perspectivas o expectativas para el conjunto del año 2004*, las empresas norteamericanas consultadas mantienen, asimismo, una tónica general de muy elevado optimismo, según reflejan los datos de la encuesta. En un 87 % de los casos valoran como buenas o muy buenas las perspectivas económicas de su empresa para el conjunto del año 2004. Ninguna de las empresas que ha sido consultada ha emitido, por último, opinión pesimista alguna sobre el futuro de la compañía a corto plazo.
3. En cuanto a *las perspectivas del propio sector de actividad*, las opiniones de las empresas que se integran en el BARÓMETRO no parecen reflejar unos resultados globales tan optimistas. De todos modos, son un 59 % las empresas consultadas que manifiestan que las perspectivas para el conjunto del año 2004 en su sector van a ser buenas o muy buenas, mientras que un 41% asegura que las tendencias que les aguardan son más bien regulares (un 37 %) o simplemente malas (4 %).
4. Por lo que se refiere a la opinión emitida sobre *las perspectivas generales del conjunto de la economía española*, una vez más debemos indicar que los resultados se decantan del lado de un franco optimismo. Un 90 % de las empresas consultadas afirma que las perspectivas generales con que se enfrenta nuestra economía son muy buenas (79 %) o simplemente buenas (11 %).
5. Por lo que se refiere a *las inversiones ya realizadas en el año 2003*, así como a los planes de inversión que las empresas declaran estar dispuestas a realizar en España durante el año 2004, los resultados que nos aporta la encuesta parecen reflejar una actitud de prudente contención de expectativas, unas perspectivas que en principio no se verán agravadas en el futuro. Son mayoría (un 52 %) las empresas que afirman no haber aumentado su ritmo inversor durante el año 2003, frente a una minoría (48 %) que sí lo ha hecho.
6. Con respecto al futuro, y *a corto plazo*, sólo una minoría (un 29 %) manifiesta sentirse preocupada ante unas malas perspectivas de expansión, mientras que son franca mayoría los que indican que creen que se van a producir unas buenas *condiciones para seguir invirtiendo en España*. Ahora bien, una mayoría (un 86 %) indica que los volúmenes de su inversión en el futuro inmediato no van a ser muy importantes.

Información para facilitar la adecuada identificación y **la valoración de factores estratégicos (parte IV)** que ayudan a tomar decisiones sobre eventuales nuevas inversiones en cuanto a ampliación o nueva localización de actividades desde las sedes centrales de las grandes compañías norteamericanas.

1. *La motivación y calidad de la oferta laboral existente en nuestro país*, así como la movilidad laboral, la capacidad de aprendizaje y el nivel de formación de los trabajadores son algunos de los factores estratégicos identificados, y parece que son valorados bastante positivamente por una parte de las empresas norteamericanas.
2. En materia de preparación de nuestros trabajadores, las cuestiones que más preocupan se refieren a cuestiones clásicas, tales como la movilidad laboral, el conocimiento de idiomas y el nivel de conocimientos interdisciplinarios. Las empresas se manifiestan, en cambio, bastante más satisfechas por la capacidad de aprendizaje de los trabajadores, por la atención que prestan a la calidad de los productos y al buen servicio ofrecido a los clientes, y por la capacidad de resolver problemas.
3. Al valorar, desde su experiencia empresarial práctica, otros *aspectos más generales del entorno global de la economía española* —relaciones con las diversas administraciones, los hábitos sociales y comerciales o el funcionamiento de las instituciones—, las respuestas también resultan interesantes.
4. Las empresas consultadas valoran generalmente de un modo más bien favorable cuestiones como el nivel de los servicios de la banca y las relaciones gubernamentales, y sobre todo el nivel de vida que se ofrece a los extranjeros residentes en España (éste es el tema que alcanza una mejor puntuación).
5. Entre los factores que merecen en general un juicio o una valoración más bien negativa y que, según parece, preocupan a bastantes empresas, se sitúan, ante todo, y por este orden, cuestiones como la falta de un marco regulador adecuado del funcionamiento del mercado de trabajo, los impuestos, los elevados costes de la mano de obra y el nivel educativo general de los trabajadores.

En cuanto a **las posibles diferencias sectoriales** en lo referente a la valoración de la situación actual y de las perspectivas a medio plazo con que se enfrentan las diversas empresas situadas en los grandes sectores considerados, el BARÓMETRO nos indica lo siguiente (**parte III**):

1. A medio plazo (*a dos años*), es el sector de la banca, financiero y de los seguros donde se concentra una mayor proporción de empresas que *evalúan su futuro económico* de forma altamente optimista, seguidos a poca distancia el sector de la consultoría, el marketing y los otros servicios avanzados. Los sectores de la automoción, de la producción de bienes industriales y de los otros servicios (los ‘no avanzados’), no evalúan el futuro de forma altamente optimista. En estos tres sectores una proporción muy significativa de sus empresas se manifiesta en el sentido de plantearse su futuro desde unas perspectivas de estabilidad (33%, 30% y 27% respectivamente)
2. Es en el sector de las industrias de la alimentación, las bebidas y el tabaco, y de la producción de otros bienes de consumo donde se localizan las empresas que se manifiestan en mayor proporción pesimistas respecto de *las perspectivas generales de crecimiento general de su sector*. Les siguen, en esta misma actitud cautelosa, una gran parte de las empresas del sector de la banca, las finanzas y los seguros. Del lado positivo, reflejando por tanto un mayor optimismo, encontramos buena parte de las empresas norteamericanas de servicios.
3. En cuanto a *los problemas evolución de la demanda* parece claro, que son los sectores de la alimentación y las bebidas, el de la automoción y el de la producción de bienes industriales aquellos en los que se encuentran situadas la mayor proporción de empresas con perspectivas más desfavorables, anunciando algunas de ellas incluso futuras caídas. En los servicios más tradicionales también se detecta, al parecer, un cierto pesimismo. Del lado optimista respecto a las perspectivas de demanda figuran, en cambio, las empresas de sectores como los de la banca, finanzas y seguros y de la consultoría, el marketing y los servicios avanzados a las empresas.
4. Son las empresas de los sectores bancario, finanzas y seguros y de la industria químico-farmacéutico, las que se sitúan del lado más optimista por lo que se refiere a *las expectativas de beneficios en los dos próximos años* dentro de la muestra de empresas norteamericanas consultadas. Se decantan, en cambio, del lado pesimista, anunciando por tanto posibles caídas de beneficios, una parte significativa de las empresas norteamericanas que trabajan en el sector de la producción de bienes industriales y del sector de la automoción.
5. Una vez más son las empresas norteamericanas encuestadas que se encuentran situadas en el sector de las industrias de la alimentación y del sector de la automoción las que anuncian, en una proporción muy alta de casos, que *las perspectivas de creación de empleo* en su sector de actividad son negativas o muy malas. Del lado más optimista se sitúan, en cambio, unas cuantas empresas que creen entrever posibilidades bastante buenas en su sector. Eso sucede particularmente, en los sectores de la

producción de bienes industriales, la banca y los seguros, las consultorías, marketing y servicios avanzados y los otros servicios.

6. En el sector de la automoción son una absoluta mayoría, por lo que parece, (el 100 % de las empresas en nuestra muestra) *las empresas que manifiestan que durante el año 2003 no aumentaron las plantillas de trabajadores contratados*. A estas les siguen a alguna distancia aquellas empresas que se manifiestan en una línea parecida de contención laboral de plantillas, gran parte de las cuales se encuentran situadas en los sectores de la banca, finanzas y seguros y en los otros servicios. Se manifiestan en cambio en un sentido distinto, asegurando haber creado nuevos puestos de trabajo en el 2003, una proporción muy mayoritaria situadas en el sector de la industria químico-farmacéutica. Se manifiestan moderadamente expansivas algunas de las empresas de la alimentación, la producción de los bienes industriales, el sector de la banca y los seguros, y de la consultoría y los servicios avanzados a las empresas.
7. Son mayoría las empresas que *no se plantean hacia el futuro ningún tipo de cambios en sus plantillas de trabajadores*. En el sector de la producción de bienes de consumo y en el de la automoción, una gran proporción de empresas que se manifiestan en este sentido. En la producción de bienes industriales, en las industrias de la alimentación, las empresas anuncian que van a tener que plantearse algunas reducciones de plantillas de trabajadores. En el sector de la industria química y farmacéutica y en el de la consultoría y los servicios avanzados, seguidos a distancia por el de la producción de bienes industriales es donde se encuentran, en cambio, la mayoría de empresas que se plantean en cambio la posibilidad de realizar aumentos de contratación.
8. En el sector químico-farmacéutico, en primer lugar, y a alguna mayor distancia, en los sectores de la producción de bienes industriales, la alimentación y de la producción de otros bienes de consumo, es donde se concentran una mayor proporción de empresas que manifiestan tener previstos planes crecientes de inversión. En los sectores de la banca, las finanzas y los seguros, en cambio, es allí donde encontramos situadas una mayor proporción de empresas cuyos programas de inversión aparecen sometidos a revisión. Las empresas del sector de la automoción también tienden a compartir así mismo una actitud más bien prudente, a veces pesimista, de los planes de inversión.

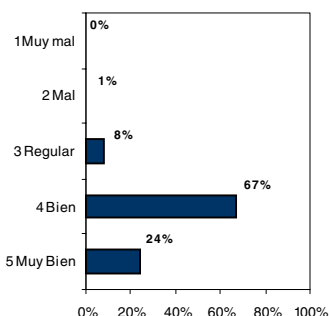
II. PANORAMA GENERAL

4. Selección de los gráficos básicos del barómetro económico

¿Cómo valoran las empresas su situación en 2003 y las perspectivas de 2004?

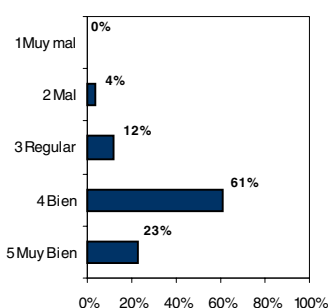
Preg. 1.1 ¿Cómo considera la situación actual de su empresa en España? (n=76)

Gráfico 1:
Situación actual empresa en España



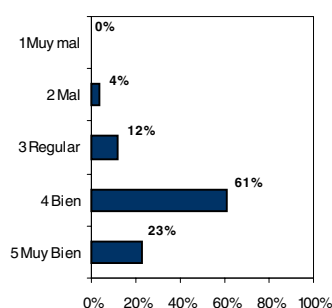
Preg. 1.2 ¿Cómo considera la situación actual de su casa matriz? (n=75)

Gráfico 2:
Situación actual casa matriz



Preg. 1.3 ¿Cómo considera las perspectivas generales de su empresa? (n=76)

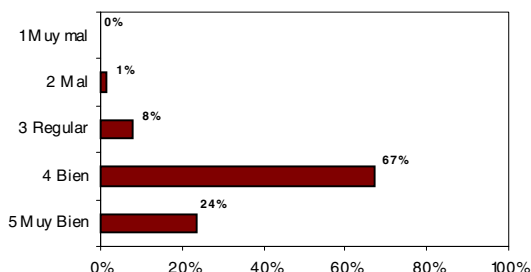
Gráfico 2:
Situación actual casa matriz



- 1.1. El 24 % de las empresas consultadas aseguran que su situación económica en España en la actualidad es muy buena, y un 67 % afirman que es buena. Parece claro, por lo tanto, que la marcha de los negocios de las empresas norteamericanas que operan en España en un 91 % de los casos es o buena o muy buena. Sólo un 9 %, es decir una estricta minoría, aduce que su situación no es buena o francamente mala, si bien la situación es muy mala sólo en muy pocos casos (1 %).
- 1.2. Las respuestas que mayoritariamente nos ofrecen las empresas consultadas en relación con la marcha de los negocios en su casa matriz son también optimistas. Ahora bien, presentan algunas diferencias de matiz en un sentido algo menos positivo. Un 84 % dice que los negocios en la empresa matriz van muy bien o bien. Son un 16 % los que afirman, en cambio, que la marcha de los mismos está siendo regular (12 %) o incluso inadecuada (4 %).
- 1.3. Por lo que se refiere a las perspectivas de las empresas norteamericanas que están localizadas en España todo parece indicar que éstas se plantean un futuro francamente alentador en la mayoría de los casos. Un 93 % espera que el futuro inmediato de sus negocios en el año 2004 va a ser bueno o muy bueno. Tan sólo un 7 % afirma, en cambio, que sus perspectivas empresariales más inmediatas se presentan simplemente inciertas o regulares. Y ninguna empresa se manifiesta, por último, realmente pesimista por lo que se refiere a sus expectativas de futuro inmediato.

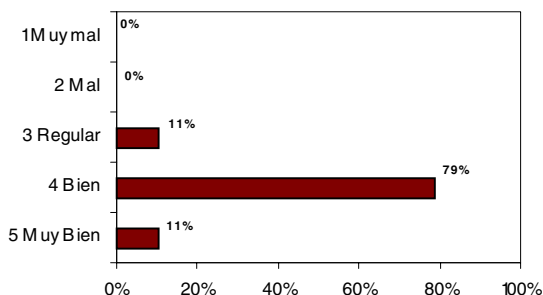
Preg. 1.4 ¿Cómo considera las perspectivas generales de su sector? (n=75)

Gráfico 4:
Perspectivas generales de su sector económico



Preg. 1.5 ¿Cómo considera las perspectivas generales de la economía española? (n=76)

Gráfico 5:
Perspectivas generales economía española

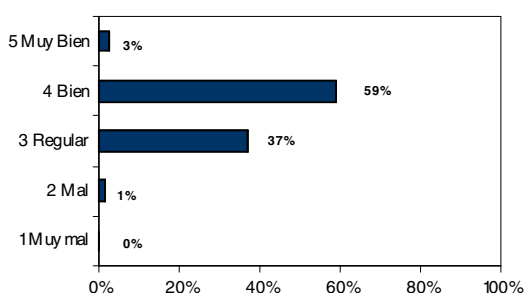


1.4. Las perspectivas generales del propio sector productivo con que se enfrentan en España las empresas de capital norteamericano son, hoy por hoy, claramente favorables. Un 93 % de las empresas que responden a la encuesta declaran que en su sector de actividad las perspectivas de futuro son buenas o muy buenas. Los que en cambio piensan que lo que les espera en su sector es un futuro malo o simplemente regular tan sólo representan un 9 % del total.

1.5. En general, la evaluación que hacen las empresas norteamericanas que operan en España de las perspectivas de futuro del conjunto de la economía española resulta optimista. Son un 90 % las empresas que aseguran tener unas expectativas generales muy buenas o buenas para el conjunto de la economía. Sólo un 10 % son bastante menos optimistas y manifiestan que tales perspectivas podrían ser simplemente regulares o no muy buenas.

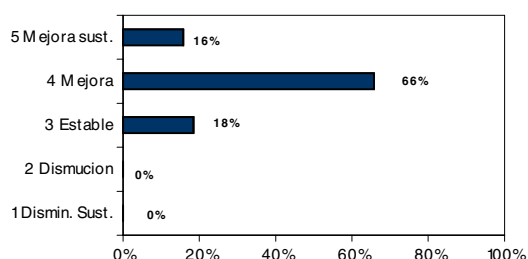
Preg. 2.2 ¿Cómo considera las perspectivas generales de su sector a corto plazo? (n=76)

Gráfico 6:
Expectativas a corto plazo (sector)



Preg. 2.1 ¿Espera que mejorará su empresa en los próximos dos años? (n=76)

Gráfico 7:
Nivel de actividad previsto

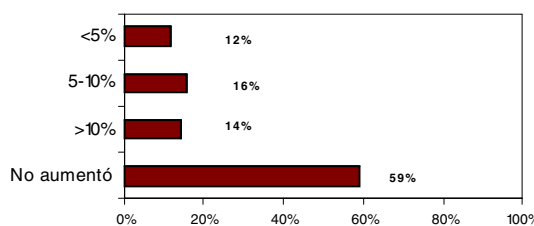


2.1 Un 62 % de las empresas afirman que las perspectivas generales de su sector son buenas (59 %) o muy buenas (3 %). Un 38 %, en cambio, afirma que el sector en que se encuentra su empresa no tiene unas perspectivas demasiado alentadoras, sino más bien regulares (37 %) o simplemente malas (1 %).

2.2 Por lo que se refiere a las expectativas de la propia empresa, la opinión general dominante es optimista en una gran mayoría de empresas norteamericanas. Son un 84 % las empresas encuestadas que afirman que sus negocios en España van a mejorar. Dentro de este grupo, un 16 % anuncia incluso que la mejoría que esperan va a ser muy elevada. Finalmente, un 18 % señala que va a tener que enfrentarse con expectativas más bien estables o de cierto estancamiento. Ninguna empresa prevé un decrecimiento de su actividad en un futuro inmediato.

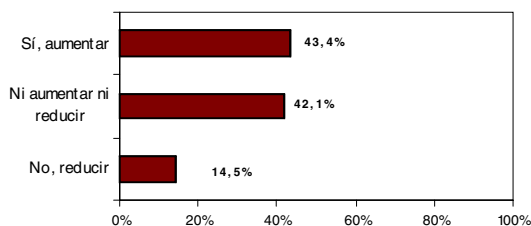
Preg. 3.1. ¿Aumentó el número de empleados el año pasado? (n=76)

**Gráfico 8:
Nivel de empleo**



Preg. 3.5. ¿Tiene previsto aumentar el número de empleados? (n=76)

**Gráfico 9:
Nivel de empleo previsto 2004**

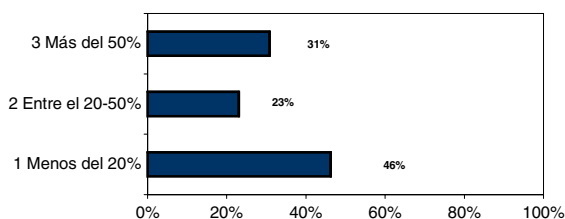


3.1 Las empresas norteamericanas encuestadas manifiestan en una gran mayoría de casos (un 59 %) que durante el pasado ejercicio de 2003 no estuvieron en condiciones de aumentar en absoluto sus plantillas de trabajadores empleados. Los que afirman que sí realizaron algún aumento de plantilla son sólo una minoría, concretamente un 14 % (los que efectuaron aumentos en más del 10 % de los efectivos humanos de trabajadores contratados). Otro grupo (el 16 %) aumentó las plantillas entre el 5 % y el 10 %, y otro, algo inferior (el 12 %), lo hizo en menos del 5 %.

3.5 Ante las preguntas de la encuesta dirigidas a saber cuáles podrían ser las empresas norteamericanas que se estuvieran planteando realizar en el año 2004 algún tipo de aumento o, por el contrario, de reducción del número de los trabajadores empleados o en plantilla, la respuesta ha sido la siguiente: un 43 % de las empresas consultadas se manifiestan del lado positivo, asegurando que podrían llevar a cabo algún aumento. Una proporción prácticamente equivalente a la anterior (42 %) señala que no van a realizar ni aumentos ni reducciones. Por último, un grupo bastante más reducido (un 14 %) afirma que va a tener que reducir sus plantillas de trabajadores.

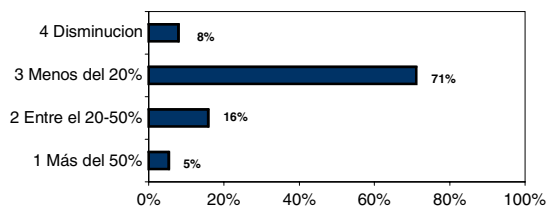
5.2 Si contestó "sí" a la pregunta 5.1 ¿qué parte de sus ventas anuales se componen de exportaciones? (n=39)

**Gráfico 10:
Exportaciones sobre ventas anuales
(empresas export.)**



5.3 ¿Qué crecimiento en exportaciones espera para el año 2004? (n=38)

**Gráfico 11:
Crecimiento esperado
exportaciones 2004**

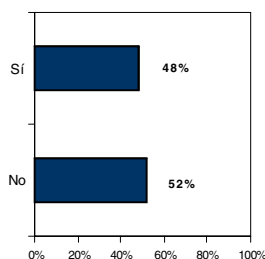


5.2 Ítem 10: En una mayoría de casos (el 54 %), tal como nos indica el gráfico, las cifras de ventas de las empresas norteamericanas que venden en los mercados exteriores superan el 20 % de sus ventas totales. Sin embargo, dentro de este grupo, un 31 % supera con sus ventas al exterior el 50 % de su facturación. El resto de las empresas que hemos encuestado tan sólo parecen exportar hasta un máximo del 20 % del total de su cifra de ventas.

5.3 Ítem 11: En relación con el crecimiento de las exportaciones en el año 2004, las empresas consultadas nos indican que en muy pocos casos (sólo en el 8 %) sus expectativas les llevan a anticipar una caída de las exportaciones. El resto de las empresas nos indican claramente que lo que prevén es un aumento de sus ventas al exterior. En un 71 % de los casos (la gran mayoría) sus previsiones para el año actual se sitúan en un aumento no superior al 20 %. Son un 21 % las empresas que prevén tasas de crecimiento superiores (algunas por encima del 50 %).

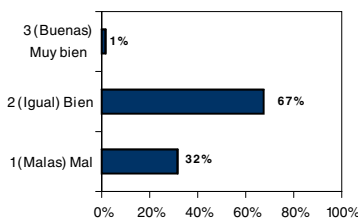
Preg. 4.1 ¿Va a aumentar sus inversiones con relación a la cifra del año 2003? (n=73)

**Item 12:
Aumento de la
inversión**



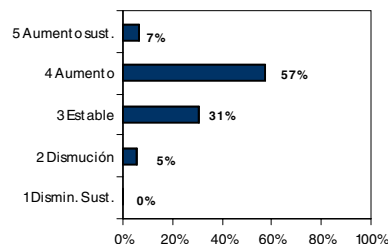
Preg. 4.3. ¿Cómo ve las perspectivas de inversión en su sector? (n=73)

**Gráfico 13:
Perspectivas de inversión
sector**



Preg.2.5. ¿Espera un aumento en sus beneficios en los próximos dos años? (n=75)

**Gráfico 14:
Beneficios esperados a
medio plazo**



4.1 Las empresas norteamericanas que se proponen realizar inversiones en España en el 2004, por encima del nivel del año anterior, representan una proporción más reducida (48 %) frente a las que simplemente planean no efectuar nuevas inversiones (52 %). Las empresas norteamericanas, en su mayoría, se manifiestan prudentes, al parecer, en cuanto a sus planes de inversión más inmediatos o a corto plazo.

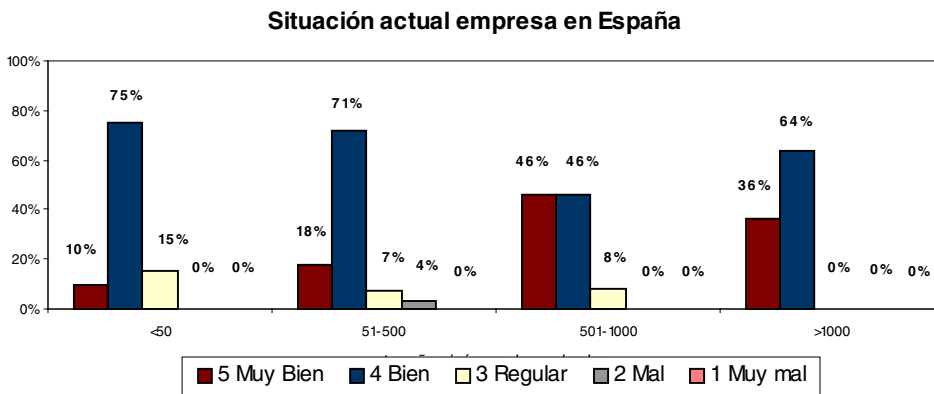
2.5 Son mayoría las empresas norteamericanas que aseguran en la encuesta que esperan obtener unos mayores beneficios a medio plazo (64 %). En una minoría de casos estas perspectivas son incluso muy elevadas (7 %). Existe, no obstante, un grupo algo más reducido que se muestra bastante menos optimista (31 %) y un pequeño grupo del todo pesimista (5 %) con respecto a la evolución de los beneficios futuros.

4.3 De acuerdo con sus respuestas a la encuesta (pregunta 4.3 de la página anterior), las perspectivas globales de inversión en la mayoría de los sectores productivos parecen ofrecer, no obstante, unas buenas perspectivas. Así lo manifiestan cerca del 68 % de las empresas encuestadas.

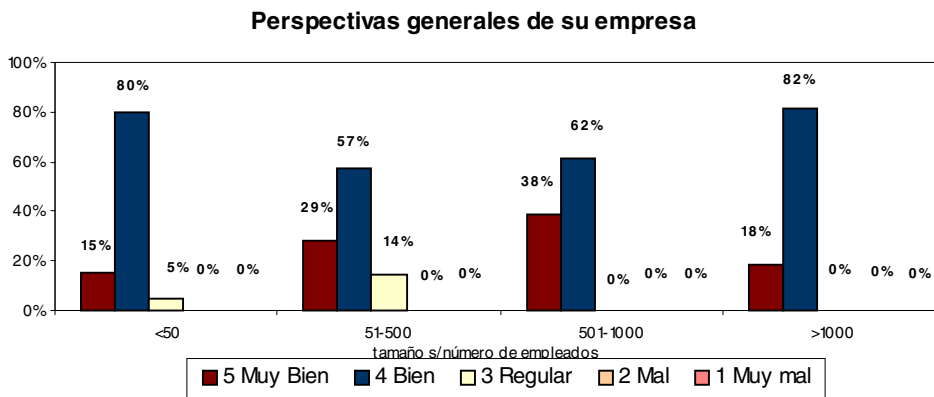
III. ASPECTOS ESPECÍFICOS

4. Consideración del tamaño de las empresas

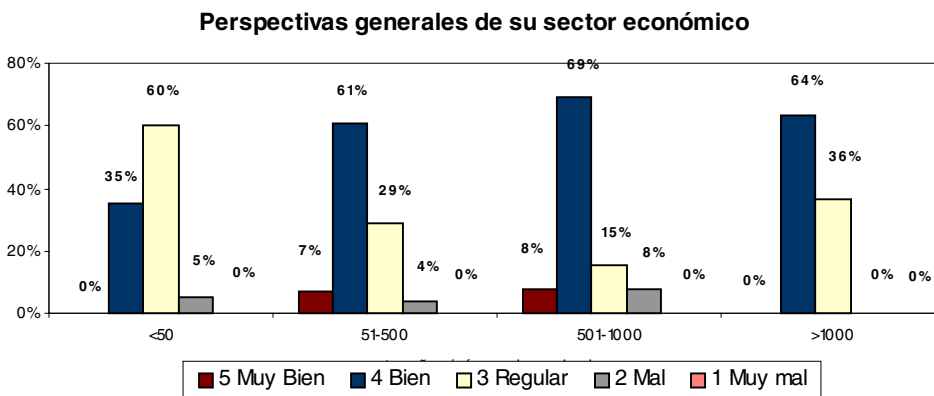
1.1. ¿Cómo considera la situación actual de su empresa en España?



1.3. ¿Cómo considera las perspectivas generales de su empresa?

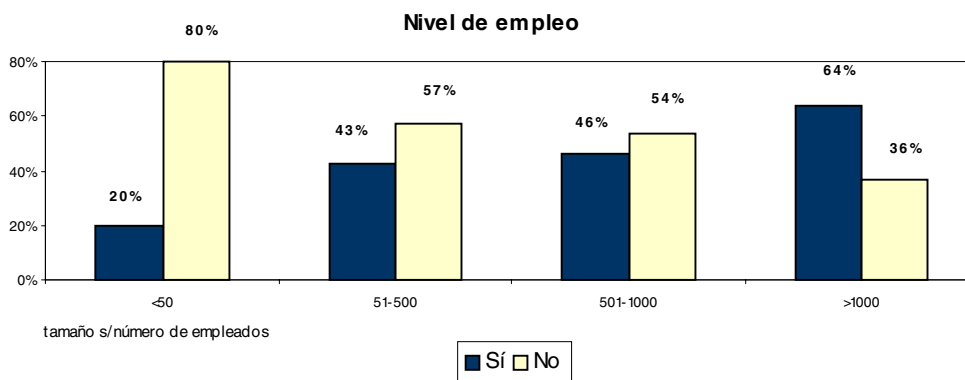


1.5. ¿Cómo considera las perspectivas generales de su sector?

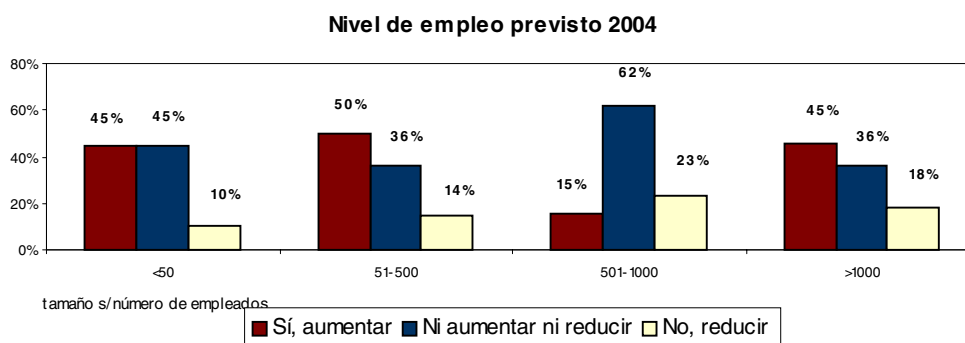


Gráficos 1.1-1.5: No parece existir una regularidad marcada por lo que se refiere a la relación entre la dimensión económica y el grado de satisfacción de las empresas sobre su situación actual. Son de destacar, sin embargo, los excelentes resultados que para el año 2004 nos indican un importante número de medianas empresas (500-1.000) y buena parte de las muy grandes (>1.000). Las perspectivas generales de las empresas situadas en los dos extremos de los intervalos de dimensión parecen ser significativamente más favorables, así como las de las empresas de tamaño medio-grande (501-1.000). En este último tramo se concentra el porcentaje más alto de empresas que manifiestan esperar una óptima evolución de sus negocios. Las perspectivas generales de la marcha del sector se ven, al parecer, poco afectadas por la dimensión. No parece que este factor influya sobre el optimismo con que cada empresa ve la marcha de la actividad del propio sector.

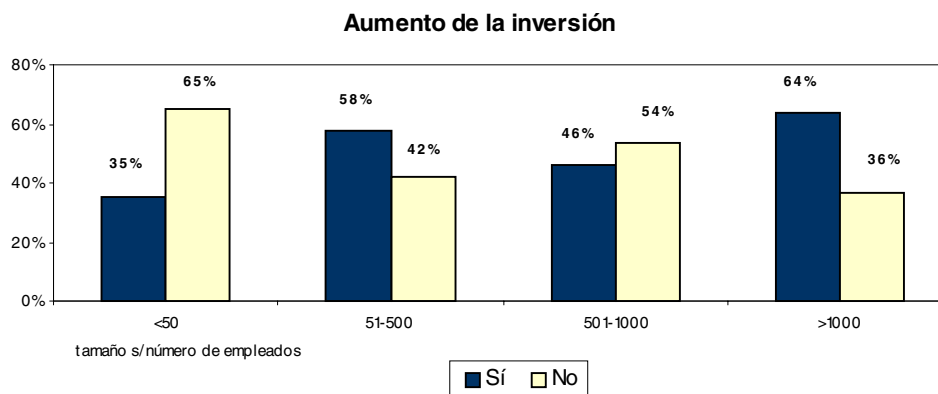
3.1. ¿Aumentó el número de empleados el año pasado?



3.5. ¿Tiene previsto aumentar el número de empleados?



4.1. ¿Tiene planeado aumentar sus inversiones con relación a la cifra del año 2003?



Gráficos 3.1-3.5 (*Aumento del empleo*): Entre las empresas encuestadas son una gran mayoría aquellas de mayor tamaño (> 1.000 trabajadores) que aseguran haber creado nuevos empleos en el año 2003 (un 65 %). A éstas les siguen en importancia una buena proporción de empresas medianas-grandes (501-1.000) que han aumentado sus plantillas (representan un 45 % del tramo). Son una gran mayoría, en cambio (el 80 %) las pequeñas empresas (de < 50) que no han podido ampliar sus efectivos humanos a lo largo del año pasado. En cuanto a los planes futuros de ampliación de plantillas, una vez más, son las empresas de mayor tamaño y las de dimensión media-grande las que ofrecen una previsión más optimista. Las pequeñas, en cambio, siguen mostrando, en un elevado porcentaje (el 50 %), que no se puede comprometer a ningún aumento.

Gráfico 4.1 (*Planes de inversión*): Son las empresa de mayor tamaño (>1.000) y las de tamaño medio-bajo (51-500) las que se plantean aumentos en sus planes de inversión en una gran mayoría de casos dentro de los respectivos tramos (entre el 64 y el 58 % de casos). En el segmento de las empresas muy pequeñas, una vez más, la situación netamente mayoritaria viene representada por los que no podrán hacer nuevas inversiones (65 %).

4.3. ¿Cómo ve las perspectivas de inversión en su sector?

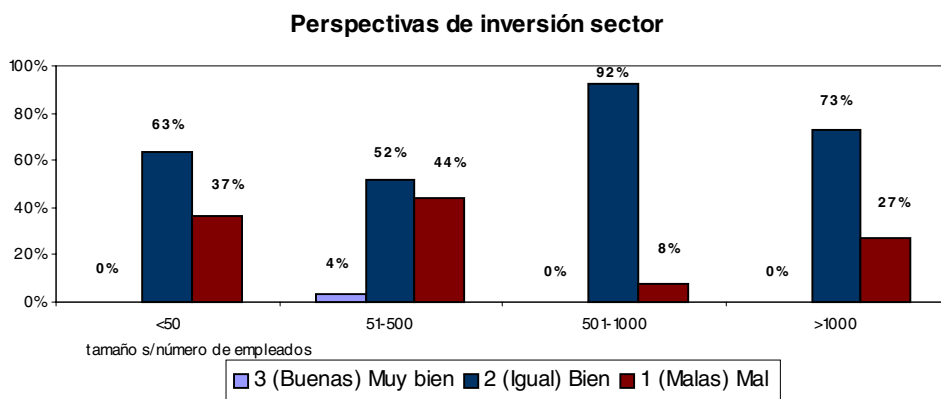


Gráfico 4.1 (*Planes de inversión del sector*): Se pregunta a los empresarios cuál es su valoración de las perspectivas de inversión en el sector de actividad en que está situada su empresa. Ante esta pregunta, una importante mayoría de las empresas medianas-grandes (500-1.000) y grandes (>1.000) manifiestan muy mayoritariamente que tales perspectivas son relativamente buenas. Del lado pesimista nos encontramos, en cambio, un porcentaje significativo de empresas que aseguran que las perspectivas de inversión son malas. Este grupo está mucho más representando (44 %) en el segmento de las empresas medianas (51-500) que en los otros tramos de dimensión. En el tramo de empresas pequeñas (< 50), la proporción de los que aseguran que las perspectivas son negativas o muy negativas es también elevada (37 %)

4.3. ¿Espera un aumento de los beneficios a medio plazo en su empresa?

Gráfico 4.3: Beneficios esperados a medio plazo

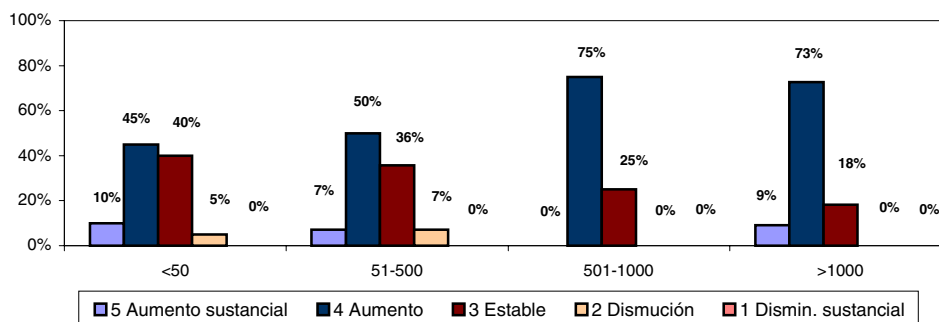


Gráfico 4.3 (*Los beneficios esperados*). Ante la pregunta de cuáles eran sus expectativas de beneficios para los dos próximos años, una proporción elevada de los empresarios consultados se ha pronunciado en un sentido optimista. Una fuerte mayoría manifiesta que espera realizar aumentos de beneficios. En relación con este tema, parece visible una cierta correlación entre la rentabilidad esperada a medio plazo y la dimensión económica de las empresas, medida ésta en términos del número de los trabajadores empleados. En el gráfico 4.3 podemos observar que en los tramos de dimensión más altos (>1.000 y de 500 a 1.000) se sitúan una gran mayoría de quienes han contestado que esperan un aumento de beneficios (entre un 73 %, en el primero, y un 75 % en el segundo). Un grupo relativamente minoritario está formado por los que esperan un aumento elevado (o sustancial) de beneficios. Este grupo está particularmente bien representado en el tramo de dimensión más alto, pero también se encuentra presente en los tramos más bajos (<50) y medios (51-500). Por último, están las empresas que en un número reducido no anticipan aumentos sino una reducción más o menos substancial de los beneficios. Éstas están presentes, sobre todo, en estos dos mismos tramos de dimensión relativamente más bajos.

5. Consideración de los sectores de actividad

En los apartados siguientes se considera una determinada desagregación por sectores de las respuestas ofrecidas por las empresas que han participado en la elaboración del presente BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS. Las limitaciones obvias que se derivan del pequeño tamaño de la muestra obtenida aconsejan tener en cuenta que los valores y datos que se ofrecen a continuación no tienen más valor que el de ser representativos de algunas tendencias indicativas. En bastantes casos, reflejan la situación y las opiniones de unas determinadas empresas, ciertamente importantes, y no es posible afirmar que sean fielmente representativas de su sector.

Los sectores que se han tenido en cuenta han sido los ocho siguientes: 1. Alimentos, bebidas y tabaco. 2 Automoción. 3. Químico-farmacéutico. 4. Producción de otros bienes de consumo. 5. Producción de bienes industriales. 6. Consultoría, marketing y otros servicios (avanzados) a las empresas. 7. Sector de la banca, otros servicios financieros y seguros. 8. Otros servicios.

Tabla 2.1
PERSPECTIVAS GENERALES DE LA EMPRESA A DOS AÑOS VISTA

Sectores de actividad	Perspectivas de mejora (substancial o no)		Perspectivas estables		Perspectivas de disminución (substancial o no)		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	3	75,0 %	1	25,0 %	0	0,0 %	0	4
Automoción	4	66,7 %	2	33,3 %	0	0,0 %	0	6
Químico-farmacéutico	8	80,0 %	2	20,0 %	0	0,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	11	91,7 %	1	8,3 %	0	0,0 %	0	12
Bienes industriales	7	70,0 %	3	30,0 %	0	0,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	14	93,3 %	1	6,7 %	0	0,0 %	0	15
Sector financiero-seguros	7	100,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	7
Otros servicios	8	72,7 %	3	27,3 %	0	0,0 %	0	11
Otros	0	0,0 %	1	100,0 %	0	0,0 %	0	1
TOTAL	62	81,6 %	14	18,4 %	0	0,0 %	0	76

Preg. 2.2. ¿Cómo considera las perspectivas generales de su sector de actividad?

Tabla 2.1. Perspectivas económicas de la empresa a dos años vista

Por lo que se refiere a las perspectivas empresariales a medio plazo (a dos años), en el sector de la banca, financiero y de los seguros (100 %) es donde se concentra, al parecer, una mayor proporción de empresas que ven su futuro económico de una forma altamente optimista, seguido a poca distancia por las empresas del sector de la consultoría, el marketing y otros servicios avanzados (93,3 %). El sector de la producción de otros bienes de consumo (91,7 %) queda ligeramente por detrás, pero aún en una posición muy favorable. En cambio, en los sectores de la automoción (66,7 %), de la producción de bienes industriales (70 %) y de los otros servicios (los “no avanzados”) (72,7 %), la concentración relativa de respuestas entre quienes evalúan el futuro de forma altamente optimista es muy inferior. En estos tres sectores, una proporción muy significativa de empresas se manifiesta en el sentido de plantearse su futuro desde unas perspectivas de estabilidad (el 33 %, el 30 % y el 27 %, respectivamente).

Tabla 2.2 PERSPECTIVAS GENERALES DEL PROPIO SECTOR DE ACTIVIDAD								
Sectores de actividad	Muy buenas perspectivas		Perspectivas bastante favorables		Perspectivas inciertas o regulares		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	0	0,0 %	2	50,0 %	2	50,0 %	0	4
Automoción	0	0,0 %	4	66,7 %	2	33,3 %	0	6
Químico-farmacéutico	0	0,0 %	6	60,0 %	3	30,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	0	0,0 %	6	50,0 %	6	50,0 %	1	12
Bienes industriales	1	10,0 %	6	60,0 %	3	30,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	1	6,7 %	9	60,0 %	5	33,3 %	0	15
Sector financiero-seguros	0	0,0 %	4	57,1 %	3	42,9 %	0	7
Otros servicios	0	0,0 %	8	72,7 %	3	27,3 %	0	11
Otros	0	0,0 %	0	0,0 %	1	100,0 %	0	1
TOTAL	2	2,6 %	45	59,2 %	28	36,8 %	1	76

Preg. 2.2. ¿Cómo considera las perspectivas generales de su sector de actividad?

Tabla 2.2. Perspectivas generales del propio sector de la actividad productiva

Son las empresas que realizan su actividad productiva en las industrias de la alimentación, las bebidas y el tabaco (50 %), y las de manufacturas de producción de otros bienes de consumo (50 %) las que se manifiestan en una mayor proporción algo más pesimistas respecto de las perspectivas generales de crecimiento de su sector. Les siguen, en esta misma actitud cautelosa o incierta, una buena parte de las empresas del sector de la banca, las finanzas y los seguros (43 %). En cambio, en el lado positivo, reflejando por tanto un mayor optimismo, encontramos las empresas norteamericanas de servicios más

tradicionales. Éstas, en una gran mayoría (8 sobre las 11 consultadas) se muestran optimistas sobre el futuro de la actividad en su sector. Algo por detrás se sitúan, por último, las empresas pertenecientes al sector de las manufacturas de bienes industriales (7 sobre 10) y al sector de la automoción (4 sobre 6), coincidiendo en una evaluación pesimista del futuro del sector.

Tabla 2.3 PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA POR SECTORES								
Sectores de actividad	Perspectivas de disminución de la demanda		Perspectivas de estabilidad de la demanda		Perspectivas de aumento de la demanda		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	1	25,0 %	2	50,0%	1	25,0 %	0	4
Automoción	1	16,7 %	3	50,0%	2	33,3 %	0	6
Químico-farmacéutico	0	0,0 %	3	30,0%	7	70,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	1	8,3 %	8	66,7%	3	25,0 %	0	12
Bienes industriales	1	10,0 %	6	60,0%	3	30,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	0	0,0 %	8	53,3%	7	46,7 %	0	15
Sector financiero-seguros	0	0,0 %	2	28,6%	5	71,4 %	0	7
Otros servicios	2	18,2 %	8	72,7%	1	9,1 %	0	11
Otros	0	0,0 %	1	100,0%	0	0,0 %	0	1
TOTAL	6	7,9 %	41	53,9%	29	38,2 %	0	76

Preg. 2.3. ¿Cómo considera el nivel actual de la demanda con que se enfrenta su empresa?

Tabla 2.3. Perspectivas de crecimiento de la demanda por sectores

En cuanto a los problemas que pudiera plantear la evolución de la demanda, parece claro, de acuerdo con las respuestas a la encuesta de las empresas consultadas, que los sectores de la alimentación y las bebidas (25 %), de la automoción (16,7 %) y de la producción de bienes industriales (10 %) son aquellos en los que se halla una mayor proporción de empresas que anticipan unas perspectivas desfavorables de la demanda, y algunas de ellas anticipan incluso posibles caídas. En los servicios más tradicionales (los “otros servicios”) también se detecta un cierto pesimismo en relación con las tendencias de la demanda hacia el futuro (18 %). Del lado optimista respecto a las perspectivas de la demanda figuran, en cambio, las empresas de sectores como los de la banca, las finanzas y los seguros (43 %) y de la consultoría, el marketing y los servicios avanzados a las empresas (33 %).

Tabla 2.5
LOS BENEFICIOS ESPERADOS EN SU EMPRESA EN LOS AÑOS 2004-2005

Sector de actividad	Aumento esperado de los beneficios de un modo...		Estabilidad de los beneficios esperados (%)	Decrecimiento esperado de los beneficios...		Total de las empresas consultadas	
	muy substancial (%)	no substancial (%)		no substancial (%)	muy substancial (%)	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	0,0	75,0 %	25,0 %	0,0 %	0,0 %	0	4
Automoción	0,0	50,0 %	33,3 %	16,7 %	0,0 %	0	6
Químico-farmacéutico	10,0	70,0 %	20,0 %	0,0 %	0,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	8,3	50,0 %	33,3 %	0,0 %	0,0 %	1	12
Bienes industriales	10,0	30,0 %	40,0 %	20,0 %	0,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	6,7	73,3 %	20,0 %	0,0 %	0,0 %	0	15
Sector financiero-seguros	14,3	57,1 %	28,6 %	0,0 %	0,0 %	0	7
Otros servicios	0,0	54,5 %	36,4 %	9,1 %	0,0 %	0	11
Otros	0,0	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0	1
TOTAL	6,6	56,6 %	30,3 %	5,3 %	0,0 %	1	76

Preg. 2.5. ¿Espera un aumento de beneficios en su empresa en los próximos dos años?

Tabla 2.5. Los beneficios empresariales esperados en los dos próximos años

Las empresas de los sectores de la banca, las finanzas y los seguros (71 %) y de la industria químico-farmacéutica (80 %) son las que se sitúan del lado más optimista por lo que se refiere a las expectativas de beneficios en los dos próximos años, dentro de la muestra de empresas norteamericanas consultadas. Se decantan, en cambio, del lado pesimista, anunciando por tanto posibles caídas de beneficios, una parte significativa de las empresas norteamericanas que trabajan en el sector de la producción de bienes industriales (20 %) y en el sector de la automoción (17 %).

Tabla 3.1/3.2
EVENTUALES AUMENTOS DE PLANTILLA EFECTUADOS EN EL AÑO 2003

Sector de actividad	NO aumentaron el número de los empleados el año pasado		SÍ aumentaron el número de empleados en plantilla pero < del 10%		SÍ aumentaron el número de empleados en plantilla pero > del 10%		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	2	50,0 %	1	25,0 %	1	25,0 %	0	4
Automoción	6	100,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	6
Químico-farmacéutico	3	30,0 %	5	50,0 %	3	20,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	6	50,0 %	6	50,0 %	0	0,0 %	0	12
Bienes industriales	6	60,0 %	1	10,0 %	3	30,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	9	60,0 %	6	40,0 %	0	0,0 %	0	15
Sector financiero-seguros	6	85,7 %	0	0,0 %	1	14,3 %	0	7
Otros servicios	6	54,5 %	2	18,2 %	3	27,3 %	0	11
Otros	1	100,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	1
TOTAL	45	59,2 %	21	27,6 %	11	14,5 %	0	76

Preg. 3.1/3.2 ¿Aumentó el número de trabajadores empleados en su empresa? ¿En qué porcentaje?

Tabla 3.1/3.2. Eventuales cambios en la dimensión de las plantillas ya realizados

En el sector de la automoción son una absoluta mayoría, al parecer (el 100 % de las empresas en nuestra muestra) las empresas que manifiestan que durante el año 2003 no aumentaron en ninguna proporción la dimensión de las plantillas de trabajadores contratados. A éstas les siguen a alguna distancia aquellas empresas que se manifiestan en una línea similar de contención laboral de plantillas, gran parte de las cuales se encuentran situadas en los sectores de la banca, las finanzas y los seguros (85,7 %), y de la consultorías, el marketing y los servicios avanzados a las empresas (60,0 %).

En cambio, se manifiestan en un sentido distinto, asegurando que han creado nuevos puestos de trabajo ya durante el año 2003 (incluso por encima del 10 % de los efectivos disponibles), una proporción muy mayoritaria de empresas norteamericanas situadas en el sector de la industria químico-farmacéutica (70 %). En menor proporción, pero en todo caso aun del lado positivo, se manifiestan algunas de las empresas de la alimentación, la producción de los bienes industriales, el sector de la banca y los seguros, y de la consultoría y los servicios avanzados a las empresas.

Tabla 3.3
PERSPECTIVAS DE CREACIÓN DE EMPLEO GENERALES

Sectores de actividad	Perspectivas muy buenas ("muy bien")		Perspectivas intermedias ("bien")		Perspectivas negativas de creación de empleo ("mal")		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	0	0,0 %	1	25,0 %	3	75,0 %	0	4
Automoción	0	0,0 %	3	50,0 %	3	50,0 %	0	6
Químico-farmacéutico	1	10,0 %	6	60,0 %	3	30,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	0	0,0 %	7	58,3 %	5	41,7 %	0	12
Bienes industriales	1	10,0 %	7	70,0 %	2	20,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	1	6,7 %	11	75,3 %	3	20,0 %	0	15
Sector financiero-seguros	0	0,0 %	6	85,7 %	1	14,3 %	0	7
Otros servicios	0	0,0 %	9	81,8 %	2	18,2 %	0	11
Otros	0	0,0 %	1	100,0 %	0	0,0 %	0	1
TOTAL	3	3,9 %	51	67,1 %	22	28,9 %	0	76

Preg. 3.3. ¿Cómo ve las perspectivas generales de creación de empleo en su sector de actividad?

Tabla 3.3. Perspectivas generales de creación o destrucción de empleo

Una vez más, son las empresas norteamericanas encuestadas que se encuentran situadas en el sector de las industrias de la alimentación (75 %) y en el sector de la automoción (50 %) las que anuncian, en una proporción muy alta de casos, que las perspectivas de creación de empleo en su sector de actividad son negativas o muy malas. Del lado más optimista se sitúan, en cambio, unas cuantas empresas que creen entrever posibilidades bastante buenas o muy buenas de creación de empleo en su sector. Ello sucede particularmente en los sectores de la producción de bienes industriales (80 % de los casos), de la banca y los seguros (82 %), de la consultoría, el marketing y los servicios avanzados (82 %) y los demás servicios (82 %).

Tabla 3.5/3.6
AUMENTOS PREVISTOS DE LAS PLANTILLAS DE EMPLEADOS

Sector de actividad	Se plantean un AUMENTO		NO se plantean ni AUMENTO ni REDUCCIÓN		Se plantean una REDUCCIÓN		Total de las empresas consultadas	
	Núm. de empresas	% respuestas sobre el total	Núm. de empresas	% respuestas sobre el total	Núm. de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	1	25,0 %	3	50,0 %	2	25,0 %	0	4
Automoción	1	16,7 %	5	66,7 %	4	16,7 %	0	6
Químico-farmacéutico	7	70,0 %	3	20,0 %	2	10,0 %	0	10
Otros bienes de consumo	2	16,7 %	10	75,0 %	9	8,3 %	0	12
Bienes industriales	4	40,0 %	6	30,0 %	3	30,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	10	66,7 %	5	13,3 %	2	20,0 %	0	15
Sector financiero-seguros	3	42,9 %	4	57,1 %	4	0,0 %	0	7
Otros servicios	5	45,5 %	6	54,5 %	6	0,0 %	0	11
Otros	0	0,0 %	1	0,0 %	0	100,0 %	0	1
TOTAL	33	43,4 %	43	42,1 %	32	14,5 %	0	76

Preg. 3.5/3.6. ¿Tiene previsto aumentar el número de sus empleados? ¿Tiene previsto efectuar una reducción?

Tabla 3.5/3.6. Aumentos o reducciones previstos en la dimensión del empleo

Son mayoría las empresas norteamericanas que, al parecer, no se plantean en el futuro ningún tipo de cambios en sus plantillas de trabajadores. En el sector de la producción de bienes de consumo (75 %) y en el de la automoción (67 %) es donde se concentran una mayor proporción de empresas que se manifiestan en este sentido. En la producción de bienes industriales (30 %), en las industrias de la alimentación (25 %) y también, aunque a mayor distancia, en el sector de las consultoras y los servicios avanzados (20 %), una proporción significativa de las empresas nos anuncia que seguramente van a tener que plantear reducciones en sus plantillas de trabajadores. En el sector de la industria química y farmacéutica (70 %) y en el de la consultoría y los servicios avanzados (67 %), seguidos a distancia por el de la producción de bienes industriales (40 %), en cambio, es donde se encuentran la mayoría de las empresas que más bien se plantean todo lo contrario: la posibilidad de realizar aumentos del número de los trabajadores contratados.

Tabla 4.1
PLANES DE INVERSIÓN DE LA EMPRESA EN EL AÑO 2004

Sector de actividad	Sí tienen previsto aumentar la inversión en relación con el 2003		NO tienen previsto aumentar la inversión respecto del 2003		Total de las empresas consultadas	
	Número de empresas	% respuestas sobre el total	Número de empresas	% respuestas sobre el total	N/C (núm. empresas)	Total (núm. empresas)
Alimentos, bebidas y tabaco	2	50,0 %	2	50,0 %	0	4
Automoción	2	33,3 %	4	66,7 %	0	6
Químico-farmacéutico	6	60,0 %	3	30,0 %	1	10
Otros bienes de consumo	6	50,0 %	5	41,7 %	1	12
Bienes industriales	5	50,0 %	5	50,0 %	0	10
Consult-Mkt-Serv.avanzados	7	46,7 %	7	46,7 %	1	15
Sector financiero-seguros	2	28,6 %	5	71,4 %	0	7
Otros servicios	4	36,4 %	7	63,6 %	0	11
Otros	1	100,0 %	0	0,0 %	0	1
TOTAL	35	46,1 %	38	50,0 %	3	76

Preg. 4.1. ¿Tiene planeado aumentar las inversiones vis-à-vis del año pasado?

Tabla 4.1. Planes de inversión de las empresas consultadas para el año 2004

En el sector químico-farmacéutico (60 %), en primer lugar, y a una mayor distancia en los sectores de la producción de bienes industriales (50 %), de la alimentación (50 %) y de la producción de otros bienes de consumo (50 %), es donde se concentran un mayor porcentaje de empresas que, al parecer, tienen previstos planes crecientes de inversión que darían lugar a un aumento de su capacidad productiva dentro del sector de actividad respectivo. En los sectores de la banca, las finanzas y los seguros (28,6 %), en cambio, es donde se sitúa una proporción más alta de empresas cuyos programas de inversión en el desarrollo de una mayor capacidad productiva son objeto de revisión y tenderán a reducirse. El sector de la automoción figura en segundo lugar, por detrás del anterior, entre las áreas productivas en las que las empresas tienden a compartir una actitud más bien prudente y a veces pesimista de los planes de inversión. El número de empresas que en este sector nos hablan de una revisión a la baja de sus planes de inversión tiende a superar, hoy por hoy, al de las empresas que se manifiestan algo más optimistas.

IV. VALORACIÓN DE ASPECTOS DEL ENTORNO

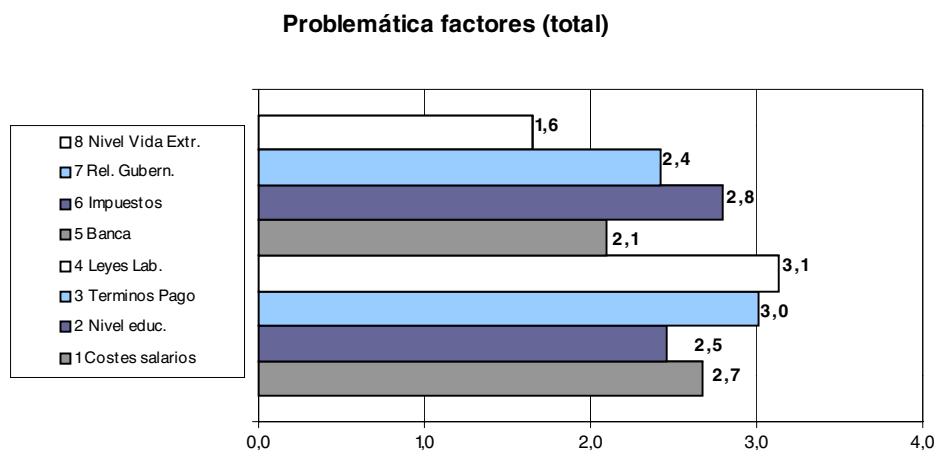
7. Entorno general y laboral de la economía española

En la última parte (parte 6) del cuestionario enviado a las empresas norteamericanas colaboradoras en la encuesta, se plantean algunas cuestiones de carácter marcadamente coyuntural. Se les invita a emitir su valoración sobre determinados aspectos cualitativos, eventualmente problemáticos, del entorno económico, social y cultural con el que tienen que enfrentarse diariamente las empresas extranjeras que operan en España. Algunos de los aspectos que se tratan con cierta profundidad son cuestiones que afectan a temas relacionados con los costes laborales, las facilidades de financiación, el nivel educativo de los trabajadores, el marco legislativo laboral y sindical, las condiciones de pago habituales en el mundo de los negocios, los impuestos, las relaciones con el gobierno y con la banca, y las condiciones de vida existentes en España.

En el gráfico 6.1 se resumen las puntuaciones o valoraciones asignadas por las empresas a los diversos aspectos planteados. Éstos se sitúan en una escala que va de un valor mínimo de 1 (la situación absolutamente *no* problemática) a un máximo de 5 (que reflejaría la situación de problemática *máxima*)

6.1. ¿Cómo clasificaría a España en las siguientes áreas? (1 = sin problema; 5 = problema serio)

- 1 Costes de salarios / empleo
- 2 Nivel de educación
- 3 Términos de pago
- 4 Leyes laborales / sindicales
- 5 Sistema de banca
- 6 Impuestos
- 7 Relaciones gubernamentales
- 8 Nivel de vida para los extranjeros



En el gráfico 6.1 se pone de relieve claramente que, desde el punto de las empresas norteamericanas que operan en España, las leyes laborales (3,1) y los

impuestos (3,0) son los dos grandes problemas que realmente destacan en el entorno en que se mueven en nuestro país. A alguna distancia, si bien todavía en el ámbito de lo problemático, se sitúan las condiciones o términos de pago (3,0) y los impuestos (2,8)

En el mismo se observa, en cambio, que aquellos factores o aspectos que se valoran más favorablemente son la calidad o el nivel de vida ofrecido a los extranjeros en España, así como las relaciones existentes entre las empresas y la banca. Tampoco las relaciones con el gobierno o el conjunto de las administraciones parecen considerarse, en general, como problemáticas, a la vista de los datos anteriores.

Tabla 6.1
EVENTUALES ASPECTOS PROBLEMÁTICOS DEL DESARROLLO
ACTUAL DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA
EVALUADA SEGÚN DIVERSOS ASPECTOS
Presentación de las valoraciones
en una escala del 1 (= *sin* problemas) al 5 (= con problemas *serios*)

Aspectos y capacidades valorados	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Sector 7	Sector 8	TOTAL
Costes laborales	4,0	3,2	2,1	2,8	2,5	2,3	2,6	3,0	2,7
Nivel educativo	3,8	2,8	2,3	2,4	2,1	2,1	2,6	2,5	2,5
Condiciones de pago	2,5	2,3	2,9	3,2	2,6	3,5	2,3	3,8	3,0
Leyes laborales	3,3	3,5	2,6	3,3	2,5	3,5	2,6	3,6	3,1
Relaciones con la banca	3,0	2,2	2,1	2,3	2,0	1,8	1,6	2,5	2,1
Facilidades financiación	2,8	2,3	2,3	2,1	2,3	2,1	2,2	3,1	2,4
Tends. Est. autonomías	3,5	2,2	2,9	2,8	2,8	2,7	3,6	3,2	2,9
Nivel de los impuestos	4,0	2,2	2,6	2,8	2,7	2,8	2,7	3,0	2,8
Relaciones gubernament.	3,0	2,0	2,4	2,3	2,6	2,5	2,0	2,6	2,4
Nivel de vida extranjeros	1,5	2,0	1,5	1,6	1,4	1,6	2,0	1,8	1,6
<i>Número de empresas</i>	4	6	10	12	10	15	7	11	76
Sector 1: Alimentación, bebidas y tabaco Sector 2: Automoción Sector 3: Químico y farmacéutico	Sector 4: Otros bienes de consumo Sector 5: Bienes industriales (Se ha excluido: "Otros sectores" (1 empresa))			Sector 6: Consultoría-Marketing-Servicios avanzados Sector 7: Banca, finanzas y seguros Sector 8. Otros servicios					

Preg. 6.1. ¿Cómo clasificaría a España en relación con los siguientes factores o posibles áreas problemáticas?

A un nivel agregado (para el conjunto de las 76 empresas encuestadas), el marco de las leyes laborales y las condiciones efectivas de pago, seguidas a alguna distancia por las preocupaciones que parecen plantear los impuestos, los costes laborales y algunos aspectos de las tendencias del Estado de las autonomías son los únicos aspectos de la economía española que parecen figurar a un nivel más o menos alto y, por tanto, son valorados negativamente. Aspectos como el nivel de vida para los extranjeros, las relaciones de las empresas con la banca y las relaciones gubernamentales aparecen, de un modo bastante general, francamente bien valorados.

Cuando se establece un cierto desglose por sectores, aparecen algunas diferencias sensibles, sobre todo por el lado de las valoraciones o afirmaciones de un signo más claramente negativo. En la tabla 6.1 puede verse como el sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco, seguido a corta distancia por la automoción y los servicios, es donde el factor de los costes laborales parece adquirir unos valores más altos como una preocupación a tener en cuenta, mucho más que en los demás sectores. El nivel educativo de los trabajadores y la incidencia del marco regulador de las leyes laborales son dos aspectos que también adquieren una importancia elevada muy particular en los dos sectores indicados. El marco legal regulador de las relaciones laborales, uno de los aspectos de una visión crítica más generalizada, presenta también valores muy importantes en tres sectores más, claramente situados por encima de la media: los servicios (sector 8), la consultoría, el marketing y los servicios avanzados a las empresas (sector 6) y las otras manufacturas de bienes de consumo (sector 4).

Las tendencias existentes en el desarrollo del Estado de las autonomías, un tema bastante genérico, donde más preocupan como problema es, al parecer, en el sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco (sector 1), en donde las cuatro empresas encuestadas manifiestan actitudes de una mayor preocupación.

8. Calidad de la oferta de fuerza de trabajo en España

3.7. ¿Cómo clasificaría a los empleados españoles en lo siguiente?
(1 = alto nivel de preparación; 5 = bajo nivel de preparación)

- 1 Atención al cliente
- 2 Atención a la calidad
- 3 Disposición para trabajar en grupo
- 4 Leyes laborales / sindicales
- 5 Control de costes
- 6 Capacidad para resolver problemas
- 7 Flexibilidad
- 8 Idiomas extranjeros

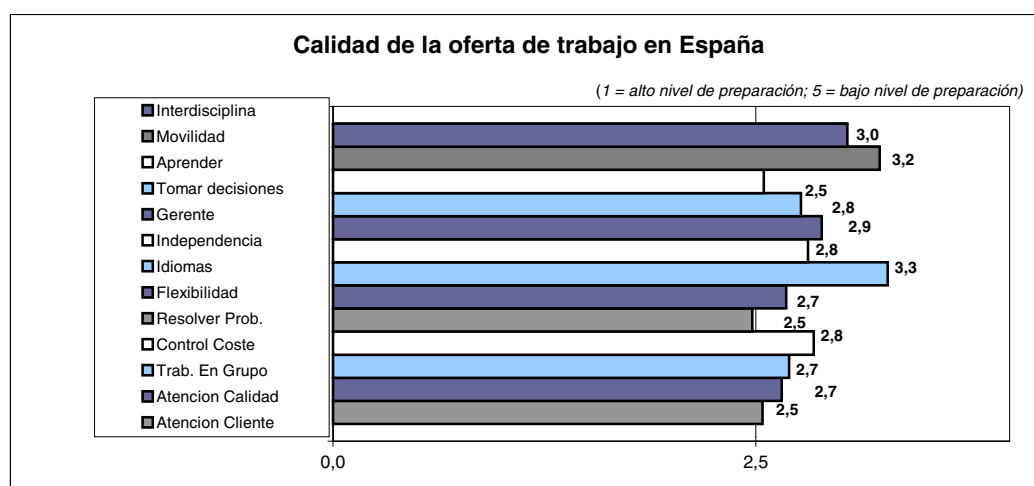


Tabla 3.7
LA CALIDAD DE LOS TRABAJADORES ESPAÑOLES
EVALUADA SEGÚN DIVERSOS ASPECTOS
 Presentación de las valoraciones en una escala del 1 (= más alta) al 5 (= más baja)

Aspectos y capacidades valorados	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Sector 7	Sector 8	TOTAL
1. Atención al cliente	2,5	2,8	2,6	2,6	2,0	2,5	2,9	2,7	2,5
2. Atención a la calidad	3,0	2,5	2,6	2,6	2,4	2,8	2,4	2,9	2,7
3. Trabajo en equipo	3,5	2,8	2,4	2,7	2,2	2,7	2,6	3,0	2,7
4. Control de costes	3,3	3,0	2,9	2,5	2,6	3,2	2,6	2,9	2,8
5. Resolución problemas	2,0	2,7	2,5	2,6	1,9	2,3	2,4	3,2	2,5
6. Flexibilidad laboral	2,0	3,0	2,3	3,3	1,8	2,6	2,4	3,3	2,7
7. Idiomas extranjeros	3,8	3,2	2,9	3,0	3,5	3,3	3,6	3,4	3,3
8. Autonomía trabajo	2,5	3,0	2,9	3,2	2,0	2,8	3,1	3,0	2,8
9. Dotes organizativas	2,8	2,7	2,8	3,0	2,6	2,9	3,0	3,3	2,9
10. Toma de decisiones	2,3	2,5	2,8	2,7	2,4	2,9	2,7	3,4	2,8
11. Interés por aprendizaje	3,0	2,5	2,3	2,7	2,2	2,5	2,4	3,0	2,5
12. Movilidad	4,8	2,8	2,8	2,7	3,0	3,5	3,1	3,6	3,2
13. Interdisciplinariedad	3,3	3,0	2,9	2,9	2,8	3,3	2,6	3,3	3,0
<i>Número de empresas</i>									
Sector 1: Alimentación, bebidas y tabaco		Sector 4: Otros bienes de consumo			Sector 6: Consultoría-Marketing-Servicios avanzados				
Sector 2: Automoción		Sector 5: Bienes industriales			Sector 7: Banca, finanzas y seguros				
Sector 3: Químico y farmacéutico					Sector 8: Otros servicios				
Preg. 3.7. ¿Cómo clasificaría a los trabajadores españoles que tienen empleados?									

En la tabla 3.7 se recopila toda la información que la encuesta nos facilita en relación con la valoración que las empresas norteamericanas hacen de distintos aspectos relacionados con la calidad, la motivación, el nivel educativo, las competencias y las habilidades de los trabajadores de nuestro país, así como algunos otros aspectos relacionados con el marco regulador del mercado laboral y la calidad de vida existente en España para el visitante o residente extranjero. Esta información facilitada por las empresas se presenta ahora desagregada por sectores de actividad.

Dentro de los aspectos que merecen una valoración general más alta, como son la atención al cliente (2,5), la capacidad de resolución problemas (2,5) y la capacidad de aprendizaje (2,5), aparecen algunas diferencias entre sectores.

Las diferencias sectoriales también son importantes por lo que se refiere a otros tres aspectos, que figuran entre los peor valorados (interdisciplinariedad: 3,0; idiomas: 3,3, y las dotes organizativas: 2,9). Dichas diferencias también son notables en lo referente a la atención al cliente. Los menos satisfechos en este aspecto parecen ser las empresas del sector de la automoción.

Los sectores de la alimentación, de bienes industriales y de la banca, las finanzas y los seguros parecen estar entre los que más acusan el aspecto cualitativo de la falta de conocimiento de idiomas de los trabajadores. Por su parte, el problema de la falta de interdisciplinariedad (el segundo de los factores negativos detectados) parece ser bastante más acusado en los sectores de la consultoría, el marketing y

los servicios avanzados, así como en el de la alimentación y bebidas, y en el de los servicios en general. Por último, el tercer factor negativo resaltado por las empresas norteamericanas (la falta de actuación de forma bien organizada) es destacado especialmente en los sectores 4 y 7.

Los problemas relativos a la falta de conciencia del control de costes aparecen en un grado más acusado en los sectores 1 (alimentación), 2 (automoción) y 6 (consultoría, marketing y servicios avanzados). La falta de autonomía en el trabajo se indica más en los sectores 1 (alimentación), 7 (banca, finanzas y seguros) y 2 (la automoción).

9. Nivel de interés por realizar actividades económicas en diversas comunidades

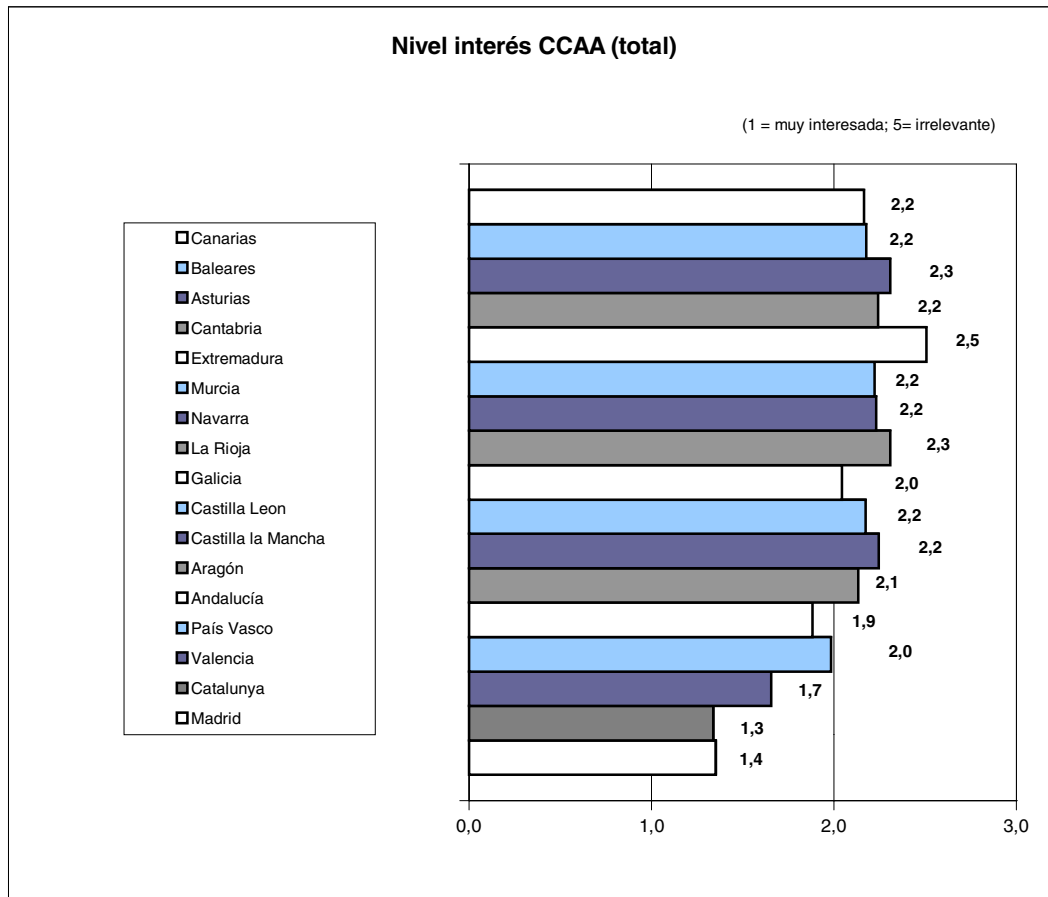
La segunda cuestión de carácter general planteada a las empresas ha sido la de hasta qué punto podrían estar interesadas en realizar operaciones de negocios o en invertir en el conjunto de las regiones o las comunidades autónomas que integran el territorio de España. Se les pedía, en este caso, que establecieran su valoración en una escala de 1 a 5 puntos, en la que el valor más bajo reflejaría el *máximo* interés y el valor más alto el *mínimo* interés, teniendo en cuenta el conjunto de factores que considerasen pertinentes.

Los resultados globales de esta valoración por comunidades se presentan a continuación, en el gráfico que transcribimos, en unos términos totalmente agregados para el conjunto de las empresas.

Las comunidades autónomas que adoptan una posición más favorable de acuerdo con las respuestas recibidas son, en primer lugar, Cataluña (1,3) y Madrid (1,4), seguidas a no mucha distancia por la comunidad de Valencia (1,7) y la de Andalucía (1,9). El País Vasco aparece situado, en cambio, en una posición más retrasada (2,0), próxima a la de otras comunidades autónomas menos industrializadas y ricas, como Aragón (2,1) y Galicia (2,0).

En las posiciones menos favorables desde el punto de vista de las opiniones emitidas por los inversores y las empresas que han participado en este ejercicio, se situarían algunas de las comunidades autónomas más pobres y menos industrializadas, o en proceso de reconversión, de nuestro país, como son Extremadura (2,3) y Asturias (2,3).

6.2. Indique el nivel de interés de su empresa de hacer negocios en la comunidad autónoma
(1 = muy interesada; 5 = irrelevante)



ANEXO I

EXECUTIVE SUMMARY IN ENGLISH

The Barometer of North American Businesses in Spain offers an evaluation of the US companies with regard to their own financial situation, and their willingness to expand or reduce their volume of activity in our country, as well as the size of their labor force and their prospects of investing in Spain.

The Barometer is also aimed at offering some information with which to adequately identify and evaluate some strategic factors, the factors that most probably are taken into account when the US headquarters of the principal US companies have to take especially important decisions (such as expansion or locating new activities).

Some of these factors are related to motivation and the quality of the labor force available in this country, as well as labor mobility, learning capacity and the level of qualification of workers, among other aspects especially taken into account in this edition of the Barometer.

Synthesis of the results

In general, the data published allows us to evaluate the opinion of the leading US companies with regard to the current situation and short-term evolution prospects for 2004, both in their individual sectors as in the Spanish economy as a whole.

The general tone of the opinions expressed by the company managers surveyed is quite positive. In the majority of cases, their answers seem to be well above the less optimistic general view that the majority of Spanish businesses have in similar sectors.

Main general conclusions of the analysis (part I)

1. Certainly a **great majority (91%)** of the companies with US capital have a favorable opinion or very favorable opinion on *how their business in Spain is going*. The great majority evaluate their present economic situation as good or very good, in some cases better than their evaluation of the trend of the business of their mother companies, which is also generally judged as being favorable (**84% consider it favorable or very favorable.**)

2. As to the *prospects or expectations for 2004 as a whole*, the US companies surveyed maintain a general tone of very high optimism, according to the results. **87% evaluate as good or very good** their company's economic prospects for 2004. **None whatsoever** of the companies surveyed have given a pessimistic opinion as to the short-term future of their company.

3. As to the *prospects of their own sector of activity*, the opinions of the companies surveyed do not seem to be so optimistic. However, 59% of the companies answered that the prospects for 2004 for their sector were good or very good, while 41% assure that future trends are rather regular (37%) or simply bad (4%).

4. As to the opinion on the *general prospects of the Spanish economy as a whole*, once again we underline that the results are frankly optimistic. 90% of the companies consulted affirm that the general prospects for our economy are **very good (79%)** or just **good (11%)**.

5. With what refers to *investments made in 2003*, as well as the investment plans in Spain for 2004, the results seem to reflect a cautious expectant attitude, prospects, which in principal will not worsen in the future. A majority (52%) of the companies assure they have not increased their investment pace during 2003 vis-à-vis a minority (48%) that say they have done so.

6. As to the short-term future, only a minority (29%) seemed to be worried about the bad expansion prospects, while a frank majority indicates that the conditions will remain favorable to continue investing in Spain. However, a majority (86%) indicates that their volume of investment in an immediate future are not going to be important.

Information to facilitate the adequate identification and **evaluation of strategic factors (part IV)** which help the companies' headquarters take decisions on eventual new investments concerning expansion or new location of activities.

1. Motivation and quality of Spain's existing labor force, as well as labor mobility, learning capacity, workers level of formation are some of the strategic factors identified and which seem to be quite positively evaluated by US companies.

2. In what concerns the preparation of our workers, the most worrying aspects are classical: mobility, knowledge of languages and the level of interdisciplinary knowledge. The companies, however, are pleased about their workers learning capacity, for their quality control and customers service and their capacity to resolve problems.

3. On evaluating, from a practical business experience, *other more general aspects of the Spanish economy*: relations with the different administration, social and trade habits or institutional functioning, the results are also interesting.

4. The companies consulted generally evaluate in a favorable way matters such as banking services and governmental relations, and above all the high standard of living for foreign residents in Spain (this aspect received the highest evaluation).

5. The factors that generally received a rather negative evaluation and which seemingly are the concern of quite a few companies include in this order of importance: The lack of adequate labor regulations, taxes, high labor costs and the general level of employee formation.

As for **possible sectoral differences** in what concerns the evaluation of the present situation and medium term prospects facing the selection of companies in the major sectors covered, the Barometer indicates the following **(part III)**:

1. In the medium term (*two years*) banking, finance and insurance are the sectors where the great majority of companies *evaluate their economic future* as highly

optimistic, followed closely by consulting, marketing and other advanced services. The automobile, industrial goods and other services ("not advanced") do not evaluate their future so optimistically. In these three sectors a significant part of these companies consider their future from a stability point of view (33%, 30% and 27% respectively).

2. A great part of the companies in the food, beverages, tobacco and other consumer goods sectors are more pessimistic as to the *general growth prospects of their sectors*. This cautious attitude is followed by a great part of the companies in the banking, finance and insurance sectors. On the positive side, showing more optimism, are a greater part of the US services companies.

3. In what concerns the *problems of the development of demand* it seems clear that the companies in the food, beverages, automobile and industrial goods sectors indicate unfavorable prospects, some even announcing future falls in demand. In the more traditional services sector some pessimism it seems is also detected. On the optimistic side with respect to the prospects of demand we can find, however, companies from the banking, finance and insurance, consulting, marketing and advanced services sectors.

4. It is the companies from the banking, finance and insurance, and chemicals-pharmaceutical sectors that are on the more optimistic side as to what concerns the *profit expectations for the next two years*. Those, however, more pessimistic in this respect, announcing possible profit falls, are a great part of the US companies in the industrial goods and automobile sectors.

5. Once again, it is a high proportion of the US companies surveyed in the food and automobile industries that indicate that the prospects for *the creation of new jobs* are very negative or very bad. On the more optimistic side are a few companies that foresee quite good possibilities in their sector. This is particularly seen in industrial goods production, banking, insurance, consulting, marketing and advanced and not advanced services.

6. From what is seen, in the automobile sector it is a great majority, (100% of the companies surveyed) *that indicate that during 2003 no new jobs were created within their companies*. These are followed at some distance by a group of companies indicating a similar line of employment contention, the great part coming from the banking, finance and insurance and other services sectors. However, a group of companies, in great part from the chemicals-pharmaceuticals sectors have indicated the creation of new jobs in 2003. Some companies in the food, industrial goods, banking and insurance, consulting and advanced services sectors indicate moderate expansion.

7. The great majority of companies *do not foresee any changes in their labor force in the future*, many of them coming from the consumer goods production and automobile sectors. Companies from the industrial goods and food sectors announce the possibility of employee reduction. A great majority of the companies from the chemicals-pharmaceuticals, consulting and advanced services sectors, followed at a distance by the industrial goods sector, indicate the possibility of taking on new employees.

8. A concentration of a great part of the companies in the chemicals-pharmaceuticals sector, in first place, followed at a great distance by the industrial goods production, food and consumer goods sectors indicate the plans for growing investments. On the other hand, a great portion of companies from the banking, finance and insurance sectors indicate that their investment programs are under revision. Companies from the automobile sectors tend to share the same rather cautious, sometimes even pessimistic, attitude in their investment plans.

ANEXO II

METODOLOGÍA

1¹. Características generales del proceso de realización de la encuesta

El BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS NORTEAMERICANOS EN ESPAÑA parte de una encuesta que ha sido realizada por la Cámara de Comercio Americana en España, entre el día 4 de diciembre del año 2003 y el día 20 de febrero del 2004.

La encuesta se ha realizado por correo y se ha dirigido a una población total de 588 empresas de capital norteamericano establecidas en España. El directorio de empresas utilizado en la fase de preparación de la encuesta se ha basado en el registro, periódicamente actualizado, que mantiene el Commercial Service de los Estados Unidos.

La encuesta se ha dirigido no sólo a las empresas americanas que son hoy en día miembros de la Cámara, sino a todas las empresas norteamericanas que operan en España.

Durante la fase de ejecución del trabajo de campo, se hizo un cierto esfuerzo de seguimiento telefónico de los cuestionarios de la encuesta, que ha sido coordinada y supervisada por los servicios técnicos de la Cámara de Comercio Americana.

Se recibieron hasta un total de 60 devoluciones, por errores relacionados con la localización de direcciones, de las cuales 40 fueron reenviadas a las nuevas direcciones localizadas. Así pues, hasta 20 empresas fueron dadas por desaparecidas en el proceso de realización de la encuesta. Finalmente, contestaron a la encuesta, enviando una respuesta válida, un total de 76 empresas.

Dichas empresas representan un total de 61.581 trabajadores empleados, cubren en su conjunto hasta ocho grandes sectores de actividad manufacturera —tanto de bienes de consumo como de bienes industriales y de servicios— y ostentan una dimensión media global de 810 trabajadores. La media de antigüedad en número de años, desde su establecimiento en España, es de 25 años.

2. Rasgos básicos de la muestra obtenida a partir de la encuesta realizada

Presentamos algunos de los trazos básicos de las empresas que han colaborado en el estudio contestando correctamente a los cuestionarios de la encuesta. En su conjunto, han sido un total de 76 empresas. En esta muestra, de limitada representatividad por su escaso tamaño, figuran algunas de las empresas norteamericanas más importantes de los sectores de la alimentación y las bebidas,

¹ La muestra sobre la que se ha realizado el presente Barómetro, equivale a un 43% de la cifra total de empleados (142.924) y un 44% de la totalidad de las empresas (170) que fueron analizadas en un estudio de la propia Cámara de Comercio Americana el mes de marzo del 2003. Si partimos, en cambio, del dato básico más general de 800 empresas con participación de capital americano que figuran en el registro mercantil, y de una estimación realizada del empleo que éstas representan (unos 214.858 empleados), los anteriores porcentajes pasan a ser del 29 % y del 9,6%, respectivamente.

la automoción, la manufactura de bienes de consumo y la producción de bienes industriales.

Dentro del ámbito de los servicios, se encuentran presentes, asimismo, algunas de las empresas más significativas de los sectores de la consultoría, la informática y los sistemas de información, los servicios financieros y otros servicios avanzados a las empresas.

En los gráficos 1 y 2 se presenta la distribución según el tamaño y según la antigüedad de la muestra de empresas representadas en la encuesta. Tanto en términos de los años transcurridos desde su instalación en España como en relación con la dimensión empresarial en número de trabajadores, la muestra que finalmente se obtuvo presenta un perfil general bastante amplio con respecto a la antigüedad y a la dimensión.

Gráfico 1

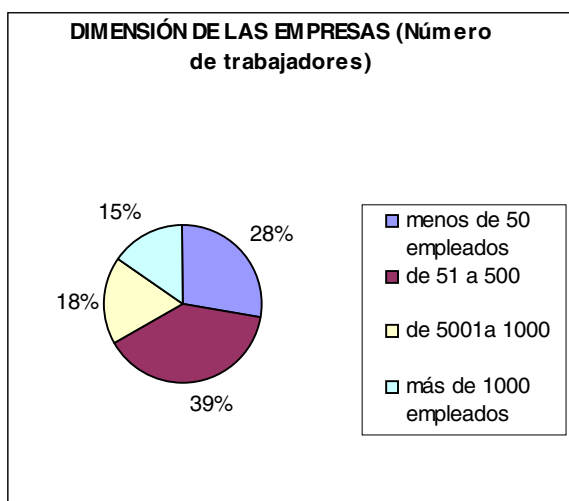
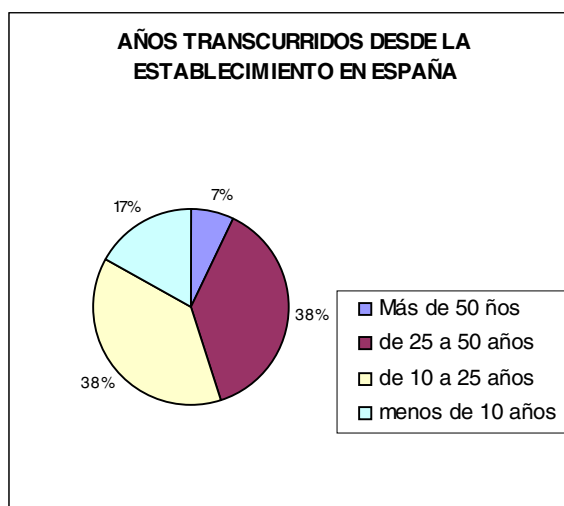


Gráfico 2



En los gráficos 3 y 4 se presenta la distribución sectorial de las empresas encuestadas, según el número de empresas y según el número de los trabajadores que agrupan. Aparecen relativamente representados ocho sectores: cuatro del ámbito manufacturero y cuatro del segmento de los servicios (entre ellos algunos de los más tradicionales y los más avanzados o dirigidos a las empresas).

Gráfico 3

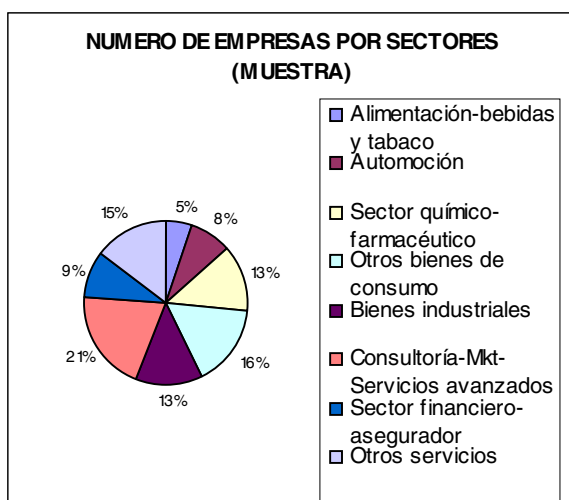


Gráfico 4

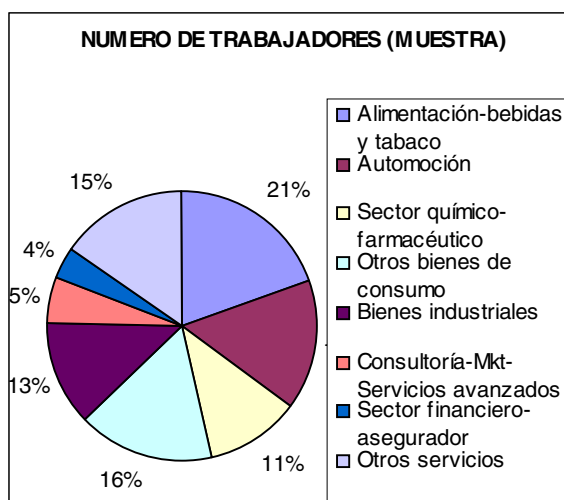
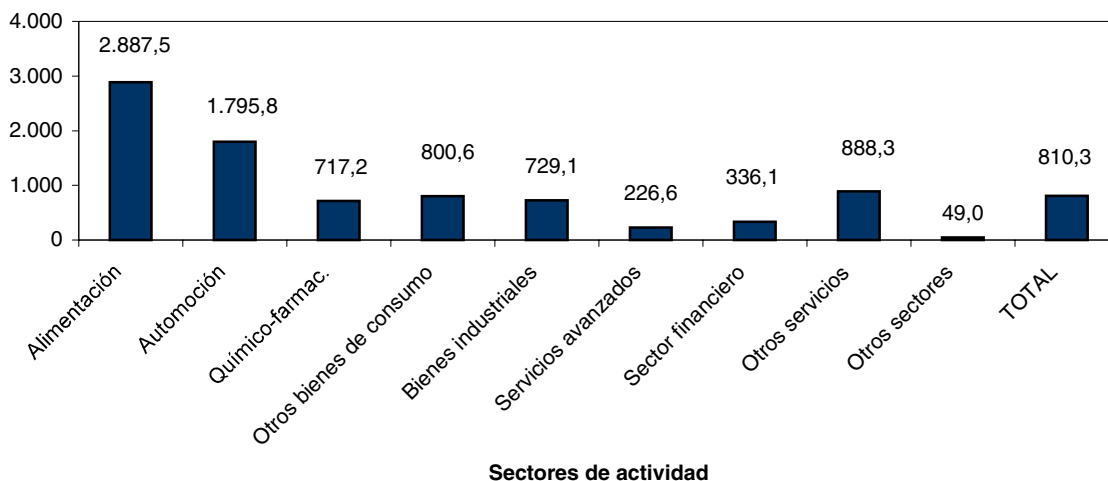


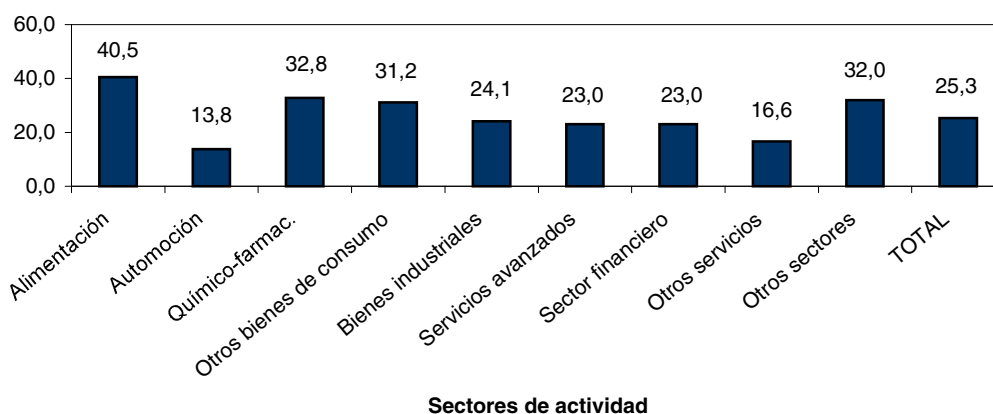
Gráfico 5

**Gráfico 6 Dimensión media empresas de la muestra
(Media trabajadores)**



En los gráficos 5 y 6 se presentan, también, algunos datos que permiten observar

**Antigüedad de las empresas de la muestra
(Media en años)**



la distribución de las empresas encuestadas en los ocho sectores considerados: por el lado de la industria, la alimentación, la automoción, el químico-farmacéutico y la producción de bienes industriales y la de otros bienes de consumo; y por el lado de los servicios, los servicios de consultoría, marketing y otros servicios avanzados a las empresas, el sector bancario, financiero y de los seguros, y los otros servicios.

En términos de antigüedad media, son los sectores industriales de alimentación, por arriba, y el sector de la automoción, por abajo, los que representan las empresas que se sitúan en los dos extremos dentro de la muestra.

En cuanto a la dimensión media de las empresas consultadas, son los dos sectores de la alimentación, en primer lugar, y el de la automoción, en segundo lugar, los que concentran unas cifras de dimensión media más elevadas. En donde se localizan, en cambio, una mayor proporción de empresas de menor dimensión, a juzgar por las cifras medias obtenidas, es en los sectores de consultoría y otros servicios avanzados a las empresas, así como en el sector bancario, financiero y de los seguros.