

# **EL BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA**

Perspectivas para 2006

Son autores del estudio Barómetro de las empresas de EE.UU. en España:

**Dr. Joan Manuel Batista i Foguet**

Catedrático de ESADE/URL y del departamento de Métodos Cuantitativos

y  
**Dr. Pere Puig i Bastard**

Catedrático de ESADE/URL y del Departamento de Economía

Ha colaborado en el proyecto como asistente de investigación **Eva Garrido** colaboradora Académica del Departamento de Métodos Cuantitativos de ESADE y como ayudante becaria de investigación, **Marta Serrano**, alumna de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas de ESADE

Cámara de Comercio Americana en España  
ESADE

Barcelona, 20 de marzo de 2006

# ÍNDICE

*Presentación del Barómetro 2006*

**I. Executive Summary** .....pág. 3

**II. Panorama general. Indicadores básicos de los Barómetros 2005 y 2006**

1. Selección de indicadores básicos. Comparación de resultados 2005 - 2006 .....pág. 13
2. Situación y perspectivas de evolución de las empresas en el año 2006 .....pág. 17

**III. Aspectos específicos (1): Planes de inversión, crecimiento y localización de la capacidad productiva y perspectivas empresariales de empleo**

3. Inversiones realizadas y variación de la capacidad productiva instalada.....pág. 22
4. Perspectivas de inversión en el sector y en la propia empresa.....pág. 25
5. Proporción de los productos propios fabricados de España. Previsión de cambios .....pág. 27
6. Cambios actuales y previsibles en los niveles de empleo de trabajadores .....pág. 30
7. Perspectivas de variación de la ocupación en los años 2005 y 2006 .....pág. 33

**IV. Aspectos específicos (2): Percepción y factores de rivalidad competitiva. Evolución de las ventas y la demanda. Propensión hacia mercados de exportación**

8. Valoración del grado de la rivalidad competitiva en los mercados.....pág. 36
9. Análisis de los factores de rivalidad competitiva.....pág. 37
10. Tendencias de la demanda y de evolución de las ventas.....pág. 41
11. Orientación de las empresas hacia los mercados de exportación. Incidencia de los factores de rivalidad competitiva .....pág. 45

**V. Valoración del entorno empresarial y de la adecuación de la oferta laboral**

12. Valoración del entorno general de la economía española .....pág. 50
13. Grado de adecuación de la oferta laboral a las necesidades de la propia empresa.....pág. 64
14. Grado de preocupación expresada en relación con las políticas públicas .....pág. 79

**VI. Perfil tipológico de las empresas del Barómetro 2006**

15. Metodología de clasificación .....pág. 83
16. Interpretación de los resultados del *Cluster Análisis* .....pág. 86

**ANEXO I - Executive Summary in English** .....pág. 96

**ANEXO II - Características del análisis y de la muestra obtenida** .....pág. 105

**ANEXO III - Cuestionario de la encuesta** .....pág. 110

En el tercer año de la edición del BARÓMETRO LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA no queremos dejar pasar la oportunidad de manifestar nuestro más sincero agradecimiento al nutrido grupo de empresas que este año nos han prestado su eficaz colaboración, aportando sus respuestas al cuestionario que les hemos facilitado durante el proceso que ha tenido lugar entre los meses de diciembre del 2005 y febrero del 2006

Pere Puig i Bastard, catedrático de ESADE-URL (a cargo de los capítulos I a V)  
Departamento de Economía. Profesor de Economía Aplicada.

Joan Manuel Batista i Foguet, catedrático de ESADE-URL (a cargo del planteamiento multivariante - capítulo VI)  
Departamento de Métodos Cuantitativos de Gestión. Director de Investigación.

Barcelona, 20 de marzo de 2006

## PRESENTACIÓN DEL BARÓMETRO 2006

Esta es ya la tercera edición del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA, que promueve la Cámara de Comercio Americana y que elabora un equipo académico de ESADE.

Como en los dos años anteriores, la información en la que se basa la presente edición del BARÓMETRO se ha obtenido a partir de datos de una encuesta dirigida al conjunto de empresas norteamericanas que operan en España. Ha sido la propia Cámara de Comercio Americana, promotora desde sus inicios del proyecto, la que ha realizado las tareas correspondientes al envío de cuestionarios y al seguimiento y control de realización de la encuesta. Un grupo de profesores de ESADE, además de asesorar también el proceso de encuesta, nos hemos responsabilizado del diseño del cuestionario, del análisis de datos y de la redacción final del informe y las conclusiones.

Como ya indicábamos en anteriores ediciones, el BARÓMETRO que realizamos es representativo sin duda de un importante ámbito empresarial en nuestro país. Pretende ser partícipe, al mismo tiempo, de una acreditada experiencia existente a nivel internacional en este tipo de estudios. Desearíamos que en ésta tercera edición del Barómetro, cuando éste ha alcanzado ya una buena acogida, contribuyese a reforzar el conocimiento existente sobre la importante realidad que en diversos sectores de la economía española representan el conjunto de empresas a las que va dirigido.

Quienes hemos realizado la parte analítica del actual trabajo desearíamos, como en años anteriores, efectuar algunas observaciones de tipo técnico:

*Primera observación:* El número de las empresas que han participado en la presente encuesta ha sido limitado, aun siendo un 50% superior al de la anterior edición. Pese a que la distribución por sectores y tamaños no es demasiado desequilibrada, es necesario advertir al lector que, el presente BARÓMETRO tampoco ha logrado alcanzar una muestra estadísticamente representativa de la población de empresas norteamericanas que hoy operan en España. La tasa de respuesta ha sido aproximadamente del 21%, de las empresas consultadas, que representan un 28 % si referimos el número total de los empleados directos. Esperamos que en próximas ediciones, el aumento de la tasa de respuesta alcanzada y la visibilidad del estudio, ayuden a persuadir a las empresas sobre la utilidad de cumplimentar el cuestionario y poder ofrecer una información más representativa de un ámbito empresarial importante.

*Segunda observación:* En el contenido del texto que acompaña a la presentación de los resultados y las conclusiones del presente BARÓMETRO nos referimos algunas veces a la distribución de resultados por sectores. De nuestra primera observación se desprende que en ningún caso se pretende dar a entender con ello que estos datos representen los comportamientos o las actitudes del conjunto de empresas del sector. Hemos introducido una cierta alusión a los sectores tan sólo como un elemento indicativo o de referencia, para que se tenga en cuenta el tipo de entorno económico y de mercados en el que se sitúan las empresas norteamericanas que trabajan en España.

*Tercera observación:* La experiencia muestra que los estudios que se realizan asociados a los barómetros de la economía o de las empresas de determinados ámbitos sectoriales tienen un interés creciente en la medida en que permiten obtener no sólo una foto fija de la situación, sino una cierta visión secuencial o dinámica de los acontecimientos y de las decisiones de las empresas consultadas. Quienes hemos llevado a cabo el presente Barómetro estamos ya planteando para el próximo una visión sintética que va más allá del análisis de un momento puntual. Una visión comparativa en el tiempo 2003-2006 que puede aportar conclusiones más sólidas y matizadas.

incluso haber aumentado (del 1% al 6%), a la vez que ha decrecido ligeramente la de quienes se mantuvieron más críticos en el ejercicio pasado (del 14% al 10%; v. Gráfico II. 5).

6. Tiende a reducirse sensiblemente el pesimismo que las empresas manifestaron el año pasado en cuanto a su *capacidad de generar nuevos puestos de trabajo o de mantener*, en todo caso, los niveles existentes de *empleo de trabajadores en sus plantillas*. En el año 2006 son bastantes más que en el año anterior (un 88% este año, frente al 76% en el anterior) las empresas que nos indican una clara mejora de las expectativas de mantenimiento y hasta de aumento de sus niveles de empleo, cuyos efectos parecen esperables para el año en curso (v. Gráfico II.6).

7. Por lo que se refiere a las *perspectivas de los planes de inversión a cargo de las empresas* para el ejercicio de 2006, al parecer, éstas se decantan de forma mayoritaria (en un 65%) por el anuncio de un cierto mantenimiento o incluso por un aumento de los niveles de inversión ya establecidos en los años anteriores. Un 5% llega a declarar que sus inversiones van a crecer este año muy por encima del año anterior. Existe, no obstante, una proporción significativa de empresas (un 16%) que afirman que no van a realizar en absoluto ninguna inversión este año en nuestro país (v. Gráfico II.7).

Conviene indicar que en el año 2005 el grupo de *los que se declaran no inversores*, es decir, quienes parecen no estar preparados o interesados en nuevas inversiones, tenía una presencia relativa mayor (25%), respecto a la actual (16%), lo que podría indicar una cierta mejoría de las perspectivas de inversión a corto plazo. Por último, un grupo numeroso de empresas (19% del total) anuncian, a su vez, que sus inversiones van a situarse algo o bastante por debajo del año anterior (en el 2005, éstas representaban un 21%).

### **Conclusiones del capítulo III: Planes de inversión, proporción de la producción importada y perspectivas de evolución del empleo**

1. En el año 2005 fueron claramente una mayoría (un 54%) las empresas que ejecutaron algún proyecto de inversión (frente al 49% del año anterior). El 2005 parece haber sido, por lo tanto, algo más expansivo por lo que a *la realización de proyectos de inversión* se refiere (v. Gráficos III.1 y III.2).

2. Por lo que se refiere a la *importancia cuantitativa de los efectos de las inversiones del año 2005 sobre la capacidad productiva*, representan aproximadamente 1/3 las empresas (de hecho son un 37%) que afirman estar enfrentándose con una expansión importante, del orden del 80% o más de su potencial de producción anterior (v. Tabla III.1 y Gráfico III.3).

3. Las empresas que declaran haber realizado *aumentos de capacidad productiva más importantes* se concentran sobre todo en dos grandes sectores: la metalúrgica básica y la hostelería. En otros sectores tales como el material eléctrico y electrónico, la alimentación bebidas y tabaco, la automoción, y la distribución comercial, los aumentos de la capacidad productiva producidos no superan el 10% del potencial de producción. A un nivel intermedio se sitúan por último, los aumentos realizados en sectores tales como los de la sociedad de la información, la consultoría y servicios avanzados, el

## **I. Executive Summary**

A continuación presentamos, debidamente ordenado por capítulos, un resumen de las principales conclusiones y de los resultados más básicos obtenidos en el BARÓMETRO del año 2006.

### **Conclusiones del capítulo II: Panorama general. Indicadores básicos**

1. En cuanto a la *valoración de la situación en el 2006* las respuestas de las empresas muestran en general un elevado nivel de satisfacción. Pese a que la situación no refleja cambios bruscos, las empresas afirman haber experimentado alguna mejora respecto al año pasado. Aumentan en su conjunto la proporción de las que se declaran este año en una situación favorable, y es de destacar el hecho de que aumenta la participación de las que se declaran muy satisfechas (21% este año frente a un 15% el año 2005). Decrece, sin embargo, la proporción de quienes en el 2004 declaraban estar totalmente satisfechas (v. Gráfico II.1).

2. Las *perspectivas a medio plazo de las empresas*, sin ser del todo coincidentes, parecen ser bastante favorables en una gran parte de las empresas, de acuerdo con los resultados obtenidos para el año 2006. Un 78% del total de las empresas emiten una opinión más o menos positiva respecto a sus expectativas de crecimiento de actividad en el presente año. Dentro de este grupo optimista, tan sólo un 3% mantienen posturas totalmente optimistas (expectativas muy favorables). Sin embargo, merece tenerse en cuenta por último, que un grupo significativo de empresas (11%) declaran tener unas perspectivas a medio plazo claramente desfavorables (v. Gráfico II.2).

3. Por lo que se refiere a *expectativas de mejora de los resultados empresariales en el año 2006*, una franca mayoría se manifiestan algo o bastante optimistas (esperan que sus resultados aumentarán respecto a 2005). Mientras que en el año 2005 eran un 67% las empresas que manifestaban unas expectativas francamente positivas de mejora resultados respecto al 2004, en el año 2006 son bastantes más, un 76%, los que se manifiestan del mismo modo (v. Gráfico II.3).

4. En cuanto a las *previsiones de crecimiento sectorial, las expectativas existentes en las empresas* tienden a mantener en el año 2006 una cierta tónica de continuidad con respecto al clima ya existente en el año 2005. Un 61% de las empresas son las que nos indican este año que a su entender el comportamiento de su sector será favorable o muy favorable, frente al 64% del año pasado. En todo caso, constituyen una amplia mayoría quienes consideran en los dos años, globalmente, que sus sectores de actividad presentan unas perspectivas favorables de crecimiento. Con respecto a las expectativas de crecimiento sectorial (v. Gráfico II.4), éstas parecen haberse moderado algo más en el 2006 por comparación con el año anterior.

5. Por lo que se refiere a cual es la valoración que las empresas norteamericanas hacen de *la marcha general de la economía española*, ésta sigue siendo en general elevada de acuerdo con los resultados obtenidos este año. Una gran mayoría de las empresas, concretamente un 76%, siguen considerando que las perspectivas de crecimiento de la economía española son en general favorables o bastante favorables. La proporción de quienes hoy mantienen una opinión muy optimista de la situación de la economía parece



inmediato. Otro grupo minoritario es el que afirma que su decisión va a ser la contraria, la de reducir las importaciones del exterior y por tanto incrementar el suministro del mercado interno a partir de la producción que realizan en España. Un grupo de 15 empresas (el 13%), por último, no se pronuncia en relación con la pregunta. A la vista del conjunto de estos datos, parece razonable concluir que son hoy una clara mayoría las empresas que hoy por hoy o no se plantean o en todo caso no tienen decidido, cambiar (y tampoco reducir) la proporción de la producción realizada en nuestro país que va dirigida al mercado interno, respecto de los niveles de partida (v. Tabla III.8).

9. Las *perspectivas manifestadas por las empresas sobre la evolución del empleo en su sector de actividad* son, en general, más optimistas que en el año 2005. Un 40% de las empresas afirman hoy que las previsiones existentes respecto a la posibilidad de creación de empleo son favorables o relativamente favorables (el año pasado este grupo sólo representaba un 30%). Un 28%, no obstante, se pronuncian todavía en un sentido netamente desfavorable. El 32% restante se mantiene neutral en cuanto a establecer previsiones en torno a la creación o la destrucción de empleo en su sector de actividad (v. Tabla III.10).

10. En cuanto a las *perspectivas sobre el posible aumento o reducción de las plantillas de trabajadores ocupados en las empresas*, las previsiones que éstas hacen parecen ser relativamente favorables. Un grupo mayoritario de empresas (el 50%) manifiesta que van a poder seguir manteniendo un nivel de ocupación en las plantillas muy próximo al que actualmente poseen. Además, el número de las empresas que declaran que aumentarán los trabajadores contratados (38%) supera este año a las que anuncian que van a tener que aplicar políticas de reducción de empleo (un 13%). Esa misma relación fue algo menos favorable el año anterior: un 31% era entonces el porcentaje de las empresas que esperaban poder ampliar sus plantillas, mientras que eran un 24% las que apostaban por una reducción (v. Gráfico III.5 y Tabla III.9).

#### **Conclusiones del capítulo IV: Valoración del grado de rivalidad competitiva en los mercados. Evolución de las ventas y de la demanda. Propensión a exportar**

1. Un 92 %, es decir una gran mayoría de las empresas consultadas, manifiestan que al igual que en el año 2005, se están enfrentando a *una rivalidad competitiva creciente en los mercados* en los que operan regularmente (v. Tabla IV.1).

2. Algunos *aspectos o factores de una mayor rivalidad competitiva*, son los que reciben una mayor atención por parte de las empresas. En primer lugar se sitúan dos factores: las *políticas de fijación de precios agresivas por parte de la competencia* en los mercados, y, en segundo lugar, la *apertura creciente de los mercados a las ofertas competitivas provenientes de las economías emergentes*. A continuación, y en un orden claramente decreciente se sitúan cuatro factores más: a) una *mayor exigencia y nivel de información de los consumidores*; b) las *nuevas iniciativas competitivas de los productores locales*; c) la *entrada de nuevos inversores internacionales* y d) una *progresiva eliminación de barreras de entrada en los mercados*. Entre los factores a los que se atribuyen *menores niveles de importancia* figuran: e) la *desregulación de los mercados* y f) la *eficacia de los mecanismos y políticas de defensa de la competencia* (v. gráfico IV.1).

químico-farmacéutico, las otras industria manufactureras, el sector financiero asegurador y los otros servicios (v. Tabla III.2).

4. Ante la pregunta de hasta que punto algunas *empresas tienen previsto anular, reducir o aplazar algunos proyectos de inversión*, son un 54% las empresas que afirman claramente que no se plantean realizar ningún cambio de planes de inversión. Hay que tener en cuenta, por otro lado, que existe un número reducido de empresas (concretamente el 5%) que afirma que sí van a tomar la decisión de aplazar o anular algunos de sus proyectos. Por último, es ciertamente numeroso el grupo de empresas (41%) que se abstiene al responder a esta pregunta, quizás dando a entender alguna de ellas que no tienen en estos momentos una decisión firme establecida (v. Tabla III.5).

5. Las *actuales perspectivas de inversión en el año 2006, a nivel de los sectores*, son moderadamente optimistas en términos globales. Un grupo mayoritario de empresas se muestra sin duda optimista (el 50%) ante esta cuestión. Conviene resaltar, no obstante, que existe un grupo significativo de empresas (el 26%) situados en posturas abiertamente más pesimistas con respecto a la marcha general de la inversión en sus respectivos sectores de actividad (v. Tabla III.3 y 4).

6. Los *sectores que destacan por el hecho de albergar una mayor proporción de empresas con planteamientos optimistas* en materia de perspectivas de inversión, son sobre todo: el sector de otros servicios, hostelería, consultoría y otros servicios avanzados y sociedad de la información. Las empresas del sector de otros bienes de consumo, seguida de material eléctrico y electrónico y del sector químico-farmacéutico nos ofrecen, en cambio, *una visión bastante más pesimista*.

7. Una cuestión que éste año se ha planteado a las empresas ha sido la de cual es *la proporción en que comercializan en el mercado interior español productos fabricados en el exterior* (es decir en centros de producción de la propia empresa situados en otros países). Los datos recibidos nos permiten afirmar que mientras, por un lado, existe un grupo importante de unas 30 empresas (30% de la muestra de respuesta recibidas a esta pregunta) que tiende a importar del exterior tan sólo menos del 10% de la producción, en otro extremo nos encontramos con un grupo casi equivalente de 32 empresas (31%) que declaran estar importando más del 90% de la oferta de productos que realizan en los mercados (v. Tabla III.6). Las diferencias por sectores al parecer son significativas. Las empresas situadas en sectores industriales tales como la alimentación, los servicios de consultoría y otros servicios avanzados, junto con la hostelería, material eléctrico y electrónico, tienden a suministrar el mercado interior en una proporción muy alta a partir de la producción realizada en los centros localizados en el propio país. Las empresas de ciertos sectores como otros bienes de consumo, la distribución comercial y la sociedad de la información, son las que suelen aparecer, en cambio, mucho más abiertas a la importación de productos y servicios del exterior (v. Tabla III.7).

8. Se ha planteado también a las empresas la pregunta de hasta qué punto se proponen realizar cambios que afectarían a la proporción de productos importados provenientes de centros localizados en el exterior. Un total de 16 empresa (14%) son las que declaran que ciertamente van a recurrir a algún cambio en este sentido y tenderán a aumentar dicha proporción. Su política va a ser, por lo tanto, la de suministrar el mercado español de modo creciente desde el exterior. Un grupo francamente mayoritario de empresas, en cambio (66%), afirma que ellos no van a introducir ningún tipo de cambios en un futuro

tendrá un comportamiento algo o bastante decreciente (frente al 16% en el año 2005; v. Gráfico IV.2 y IV.3).

8. Por lo que se refiere al *crecimiento de las ventas en 2005*, los resultados obtenidos por las empresas parecen ser bastante optimistas cuando se consideran para el conjunto de los sectores contemplados en la encuesta. Una gran parte de las empresas (el 71%) manifiestan que en el año inmediatamente anterior han alcanzado aumentos en las cifras de facturación global respecto del año 2004. Estas cifras no se encuentran demasiado alejadas globalmente de las que se obtuvieron en aquel año, si bien cierto que en el 2004 hubo una evolución ligeramente más optimista. Fueron un 73 % las empresas que declaraban en aquel año un crecimiento efectivo de sus ventas respecto a las cifras del ejercicio de 2003. De hecho en el 2006 se ha reducido la proporción de las empresas que declaran haber conseguido en el 2005 cifras muy superiores con respecto al 2004 (6%, cuando en el 2005 habían sido 11%) (v.Tabla IV.5).

9. Un último tema tratado en el marco del capítulo IV ha sido el de la *participación de las empresas en los mercados de exportación*. De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, tan sólo un 57 % de las empresas en el año 2005 exportaban regularmente sus productos o servicios a los mercados externos, mientras que el resto (es decir un 43%) se declaraban no exportadoras. En el año 2006, se observa la existencia, en cambio, de una mayor proporción de empresas que exportan sus productos de una forma regular. Concretamente, ahora son un 63% las empresas que se declaran exportadoras, mientras que el 37% son empresas que únicamente venden en el mercado interior español (v.Gráfico IV.5).

10. Un 27 % de las empresas consultadas eran en el año 2005 las que dirigían de un modo prioritario (más de 50 % de sus ventas totales) sus productos a los mercados de exportación. En el año 2006 son en cambio, un 38% las que presentan una cuota de participación parecida de sus exportaciones sobre la totalidad de las ventas. Éste grupo podría ser considerado como el de las empresas *de mayor vocación exportadora*. Un porcentaje mayoritario de las empresas consultadas, sin embargo, (concretamente, un 53% del total) manifestaban en el año 2006 ser exportadoras en unos porcentajes de ventas mucho más modestos, que no llegan a superar el 30% de sus ventas (v. Tabla IV.6).

#### **Conclusiones del capítulo V, apartado 12: Valoración de aspectos institucionales y económicos del entorno empresarial**

1. En el BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS 2006 se presentan *las valoraciones que las empresas norteamericanas hacen de un total de 16 aspectos o características básicas del entorno económico e institucional en el que operan* en el conjunto de la economía española. Los resultados alcanzados en dichas valoraciones presentan en general pequeñas variaciones respecto a las evaluaciones que figuraban en el BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS del 2005 (v. Tabla V.1).

2. Las valoraciones que presentamos muestran no obstante, *una cierta caída del grado medio de satisfacción respecto de las características del entorno en el que vienen operando las empresas en estos dos últimos años*. Esto es particularmente evidente en lo que se refiere a los aspectos institucionales y de regulación de los mercados. El grado de satisfacción parece haberse reducido, sobre todo en temas tales como: a) las

3. Son las empresas situadas en *los sectores* químico-farmacéutico, los otros bienes de consumo y los otros servicios, seguidas de las del sector financiero-asegurador, la hostelería y el comercio, las que manifiestan una mayor sensibilidad frente a la competencia creciente en precios de la competencia que al parecer afecta a un gran número de empresas en los mercados. Las empresas de sectores tales como la metalúrgica básica., la industria del material eléctrico y la electrónica, y de la automoción, son las que suelen otorgar una valoración más importante a la oferta competitiva de los productos que provienen de los países con economías emergentes (v. Gráfico IV.1).

4. Las empresas que se declaran *regularmente exportadoras* muestran, *una más elevada sensibilidad ante el crecimiento de la rivalidad competitiva en los mercados* por comparación a las que son *no exportadoras*. Según los resultados de la encuesta realizada, la mayor sensibilidad competitiva en los mercados de exportación parece estar particularmente relacionada con *un factor básico como es la entrada creciente en los mercados de la oferta de productos provenientes de economías emergentes*. En gran medida, las empresas exportadoras también *se muestran sensibles a las políticas agresivas de precios de los competidores en los mercados en que ellas operan*, si bien es cierto que este factor es resaltado todavía con mayor fuerza por las empresas no exportadoras. Las *empresas no exportadoras* tienden, en cambio, a percibir como más importantes, más allá de este primer factor de competitividad algunos otros factores. Entre éstos se sitúan las crecientes iniciativas empresariales entre los competidores locales y la mayor exigencia del consumidor (v. Gráfico IV.7).

5. Gran parte de las empresas situadas en el sector de los servicios más básicos, y en particular las productoras de *bienes y servicios no comercializables*, suelen verse, como es sabido, poco afectadas por la competencia en los mercados. Ello sucede, sobre todo, en aquellos casos en que los mercados locales se caracterizan por la existencia de grandes empresas capaces de imponer barreras al ingreso de nuevos competidores o por la existencia de políticas intensas de regulación de mercados o de protección de la económica. En estos sectores es donde esperaríamos encontrar, por lo tanto, una gran parte de las diferencias o peculiaridades en cuanto a los factores de rivalidad competitiva a los que se muestran sensibles las empresas encuestadas.

6. Las respuestas de las empresas nos indican, en cambio, que en algunos servicios, tales como el sector químico-farmacéutico, otros bienes de consumo, otros servicios, sector financiero y asegurador, la hostelería y el comercio, es francamente elevada la competencia percibida en precios por parte de las empresas norteamericanas que operan en tales sectores. Aunque en menor medida, una parte de las empresas de los sectores de material eléctrico y electrónica, otros bienes de consumo y sector químico-farmacéutico, declaran también que se ven afectadas por la mayor exigencia e información del consumidor (v. Tabla IV.3).

7. Las respuestas obtenidas en relación con las *expectativas de evolución de la demanda* nos revelan, por último, que *las empresas son aún hoy bastante optimistas* por lo que se refiere a la evolución general de los mercados. El año 2005 eran un 67% de las empresas las que indicaban que, a su entender, la demanda con que se enfrentaban en los mercados iba a seguir creciendo de forma sostenida. En el año 2006, constituyen un 68%, prácticamente la misma proporción, las empresas que establecen una previsión de crecimiento parecida. Sólo un 14% son los que mantienen este año que la demanda

4. Las tres competencias mencionadas anteriormente, sin duda las peor valoradas el año 2006, a su vez muestran un cierto empeoramiento respecto del año 2005, de acuerdo con el nivel de las valoraciones que les atribuyen las empresas.

5. Las *empresas que más satisfechas parecen* estar y que mejor valoran *las competencias de sus propios trabajadores* son las situadas en los sectores de la distribución comercial, la consultoría y los servicios avanzados, el sector financiero y asegurador y la industria químico-farmacéutica (v. Gráfico V.4 y Tabla V.21).

6. Las *peores valoraciones medias del grado de satisfacción* sobre la adecuación de las competencias de los trabajadores las encontramos, en cambio, en los sectores de la hostelería, las otras industrias manufactureras, la automoción y la industria de la alimentación, bebidas y tabacos, con la valoración más baja de todas. Todavía por debajo de la media global de todos los sectores, pero no tan acentuado se sitúan las empresas del sector de la metalúrgica básica (v. Gráfico V.4 y Tabla V.21).

7. En los años 2004 y 2005, los empresarios han mejorado su valoración *de las competencias de los trabajadores* tan sólo en dos cuestiones concretas: a) la atención a la calidad y b) la aceptación de responsabilidades y objetivos de las organizaciones por parte de los trabajadores (v. Gráfico V.3 y Tabla V.20).

8. En ninguna otra de *las restantes doce competencias de los trabajadores*, sometidas a evaluación por parte de las empresas, parece haberse producido mejora alguna entre 2005 y 2006, de acuerdo con la información recibida. La situación más bien parece que habría empeorado en aspectos, ciertamente sensibles, como son el grado de aceptación de la flexibilidad y movilidad laborales, el compromiso con la mejora continua y la capacidad para resolver problemas. En menor medida este empeoramiento se habría producido también en cuanto a la capacidad de aprendizaje de los trabajadores (v. Gráfico V.3 y Tabla V.20).

9. La *aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral* de los trabajadores que era un aspecto que ya figuraba entre los peor valorados por los empresarios en el año 2004, empeoraba sensiblemente en el 2005, y de nuevo lo ha vuelto suceder en el 2006. Por último, *el conocimiento de idiomas extranjeros*, que, en el año 2004, ya aparecía como la competencia peor valorada por las empresas, sigue situada en el escalón más bajo en el 2006, de acuerdo con lo manifestado por las empresas (v. Gráfico V.3 y Tabla V.20).

#### **Conclusiones del capítulo VI, apartados 15/16: Conclusiones del análisis de cluster**

En la presente edición del BARÓMETRO LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA hemos seguido la estrategia de análisis de los datos iniciada en el BARÓMETRO 2005. Como en aquél, el tratamiento de la información de las empresas norteamericanas que operan en España quiere proporcionar una visión de conjunto de la situación.

Para lo que nos hemos servido de técnicas del análisis multivariante y en concreto de análisis en Componentes Principales, para sintetizar la información, y de “Cluster Analysis” para clasificar a las empresas. En efecto, se ha establecido una tipología tentativa de comportamientos estratégicos diferenciados en función de la información (Ver cuestionario en Anexo III) que nos ha facilitado el conjunto de empresas norteamericanas que operan en nuestro país.

*condiciones de pago ofrecidas y exigidas* entre empresas; b) las leyes laborales existentes y su forma de aplicación; c) *las relaciones de las empresas con las diversos administraciones (particularmente la central y autonómicas)*; y d) el *nivel educativo de las personas* (v. Gráfico V.1 y Tabla V.2).

3. Las empresas *evalúan particularmente bien o se sienten más satisfechas*, en el año 2006, del mismo modo que se sentían en el 2005, respecto de los aspectos del entorno siguientes (en orden de prelación): a) la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, b) las facilidades y la calidad de los servicios bancarios; c) el grado de cumplimiento de los contratos y los acuerdos entre las empresas; y d) el nivel educativo de las personas con las que colaboran (v. Gráfico V.1 y Tabla V.2).

4. Las empresas sitúan en los *niveles de valoración menos satisfactorios o más negativos*, es decir evalúan peor, al igual que en el año 2005, los aspectos siguientes (valorados de peor a mejor): a) las condiciones de pago ofrecidas y exigidas entre empresas; b) el grado de burocratización de las administraciones públicas; c) las leyes laborales y su forma de aplicación; y d) las relaciones sindicales y laborales en general (v. Gráfico V.1 y Tabla V.2).

5. A título meramente ilustrativo, podemos afirmar que las empresas cuya valoración del conjunto de factores anteriores *se sitúan más claramente por debajo de la media*, pertenecen sobre todo a tres sectores concretos: el de material eléctrico y electrónico, la industria de alimentación, bebidas y tabaco y el de la hostelería. Las empresas situadas en los sectores de otros servicios, consultoría y servicios avanzados, automoción y otras industrias manufactureras, son las que proporcionan, en cambio, *unas mejores valoraciones*, bastante por encima de la media del conjunto, en cuanto a los factores del entorno analizados (v. Gráfico V.2 y Tablas V.3 y V.18).

#### **Conclusiones del capítulo V, apartado 13: Grado de adecuación de las competencias de los trabajadores a las necesidades de las empresas**

1. En lo referente al *grado de adecuación de las competencias de los trabajadores a las necesidades existentes en las empresas*, la valoración más elevada el año 2006 por parte de aquellas (en orden decreciente) la otorgan a: a) la relación de los trabajadores con los clientes, y b) la capacidad de aprendizaje de los trabajadores; seguida a poca distancia pero con una valoración claramente positiva; c) la atención a la calidad por parte de los trabajadores y d) la aceptación de responsabilidades y objetivos (v. Gráfico V.3 y Tabla V.20).

2. La capacidad de resolver problemas y de trabajar en equipo por parte de los trabajadores son otras dos competencias relativamente bien valoradas por las empresas, aunque a un nivel más bajo. Estas competencias que en el año 2005 habían sido mucho mejor valoradas por las empresas, podrían haber empeorado sensiblemente.

3. En el grupo de las competencias que se sitúan claramente por debajo de la media de valoraciones empresariales encontramos (en orden decreciente) las siguientes (v. gráfico V.3): a) la falta de *conocimiento de otros idiomas* (el inglés); b) la escasa aceptación de *la flexibilidad y la movilidad laborales*; y c) la insuficiente atención al *control de los costes de la empresa*.



aumentaron respecto al 2004 y efectúan una valoración positiva del entorno empresarial y de la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa. A pesar de ello, tienen desfavorables expectativas, generales y de resultados, y malas previsiones de demanda. Aparentemente, estas empresas aplican estrategias que podríamos calificar de contención económica, que no conducirían a destruir empleo o a disminuir su actividad productiva. De hecho este grupo incluye el mayor porcentaje de empresas que aseguran haber realizado un menor esfuerzo inversor en el año 2005, y es el grupo con mayor presencia en los mercados de exportación. Les preocupa especialmente la competencia debido a políticas de precios agresivas. Entre estas empresas mayoritariamente se encuentran las de distribución comercial y también de otros bienes de consumo junto a un número bastante disperso de otros sectores.

**CLASE 4-** Este numeroso grupo de 35 (33%) empresas, entre las que predominan las medianas y pequeñas, tiene favorables expectativas tanto generales como de resultados. Sus ventas han crecido en el 2005 y sus perspectivas en cuanto a la demanda son más optimistas que en cualquier otro grupo. También se declaran enfocadas a los mercados de exportación, y tienen previsto realizar inversiones y generar empleo, aunque son críticas al valorar tanto del entorno empresarial como la adecuación de los trabajadores a la empresa. Los sectores de alimentación, hostelería y metalurgia básica son los predominantes y junto con las empresas de la clase 2 parecen ser sensibles ante temas tales como el grado de información y la exigencia existente entre los consumidores.

Hemos dividido las preguntas del cuestionario en variables activas y suplementarias. Las primeras, conforman criterios homogéneos con los que juzgar la similitud o disimilitud de las empresas con la finalidad de establecer una tipología de empresas. Se trata de indicadores del comportamiento empresarial de acuerdo a criterios referentes al mercado, a los resultados, a las expectativas o a la percepción del entorno, como aquellos ya observados en el anterior BARÓMETRO. Las suplementarias, juegan el papel de variables externas, que al no intervenir en la asignación de empresas a clases de la tipología, pueden ilustrarla, ayudando a su interpretación o corroborando hipótesis planteadas previamente. Estas variables aportan información referente a aspectos tales como el sector de actividad al que pertenecen las empresas, a su tamaño, al grado en el que se orientan o no hacia los mercados de exportación, o a la percepción de los factores de rivalidad competitiva.

Sucintamente, las empresas norteamericanas que operan en España pueden agruparse como en el anterior BARÓMETRO en las siguientes 4 clases:

**CLASE 1-** Se trata de el grupo menos numeroso, consta de 12 (11%) de empresas, entre ellas, algunas de gran tamaño, con pesimistas expectativas generales y de resultados. Su volumen de ventas en el 2005 ha sido inferior al del 2004. Son empresas que no abordan nuevos proyectos de inversión y tienden a destruir empleo. Evalúan de forma negativa tanto el entorno empresarial como la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa. Pertenecen en esencia a tres grandes sectores de actividad industrial: la automoción, el sector químico-farmacéutico y el sector de otras industrias manufactureras, siendo su perfil relativamente exportador. Como en ningún otro grupo, coinciden en afirmar que la apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías emergentes es el principal factor del incremento de la rivalidad competitiva en sus mercados. En esta clase se concentra el porcentaje más alto de empresas que afirman que en 2005 realizaron algún esfuerzo inversor, pero también precisamente es donde observamos la mayor proporción de las que indican haber tenido que renunciar a alguno o algunos de sus proyectos de inversión.

**CLASE 2-** Es el grupo más numeroso, lo forman 38 empresas (36%) con una presencia elevada de las de tamaño medio, con muy buenas expectativas tanto generales como de resultados. Con incremento de ventas respecto al año anterior y con buenas expectativas de demanda. Mantienen estrategias inversoras de carácter expansivo y se muestran capaces de generar empleo. Hacen buenas valoraciones en general tanto del entorno empresarial (a excepción de las condiciones de pago y del grado de cumplimiento de contratos y acuerdos) como de la adecuación de los trabajadores. Estas empresas están relativamente concentradas en sectores muy característicos, tales como, de la sociedad de la información, el de la consultoría y los servicios avanzados a las empresas, la distribución comercial, y los otros servicios. Son claramente inversoras, generadoras de empleo, y orientadas al mercado interior. Destaca el que en este grupo, de entre las empresas que se involucraron en nuevos proyectos de inversión ninguna se ha visto forzada a hacer cambios en ellos, en un sentido negativo.

**CLASE 3-** Las 21 (20%) empresas de este grupo, en general de tamaño intermedio, se encuentran al parecer relativamente satisfechas por lo que se refiere a las condiciones generales del entorno económico, laboral e institucional en que operan. Sus ventas



## II. Panorama general de resultados

En los gráficos II.2 y II.3 presentamos algunas de las evaluaciones que realizan las empresas sobre sus perspectivas de actividad y sobre sus propias expectativas de resultados, incluyendo las oportunas comparaciones entre los Barómetros 2005 y 2006.

Se han producido algunos cambios en dichas magnitudes, si bien es cierto que éstos han sido de dimensión más bien reducida. Por lo que se refiere a las perspectivas a medio plazo (gráfico II.2), un 78% de las empresas aseguran que van a ser favorables en el año 2006 (algo, bastante o mucho). El porcentaje de evaluaciones favorables, en definitiva, ha aumentado ligeramente respecto al año anterior, en el que la cifra fue algo inferior a la actual (un 73% del total).

Por último, en el gráfico II.3 se nos ofrecen datos sobre cual es la previsión de los resultados empresariales esperados para el 2006 y el 2005. Las empresas muestran, al parecer, una cierta confianza en que se va a producir una mejora de resultados, en la medida en que una mayor proporción que el año anterior se declaran claramente optimistas.

Son un 78% las empresas que el año 2006 declaran unas expectativas de resultados superiores (muy/bastante/algo) a las del año pasado (ésta fueron tan sólo un 68% en el año 2005). En el año 2005, por otro lado, hubo un porcentaje relativamente alto de empresas que se manifestaron bastante o muy optimistas respecto a los resultados esperados (un 22%). En el año actual este grupo de empresas se presenta más reducido (un 18%, cuatro puntos por debajo).

Los datos anteriores parecen reflejar, en todo caso, un cierto cambio favorable de tendencia (quizás una cierta inflexión) respecto a una situación – la del año 2005 – en la que se experimentó una cierta desaceleración de las expectativas de resultados, y una moderada disminución del nivel de optimismo de las empresas respecto al primer Barómetro del 2004.

### 1.2. ¿Cómo valoraron en el año 2005 y cómo valoran ahora (en el 2006) las perspectivas generales de su sector de actividad el comportamiento de la economía española?

En el gráfico II.4 se presentan las respuestas obtenidas a la pregunta II-8, de hasta qué punto las empresas norteamericanas esperan una evolución favorable o desfavorable de la actividad en su propio sector productivo.

En el primer trimestre del 2006, un 61 % de las empresas nos indican que el comportamiento de su sector de actividad va a ser favorable o muy favorable. En el mismo período del año 2005 fueron algunas más las empresas que se pronunciaron en un sentido más o menos favorable (concretamente, un 64 %). Por lo que se refiere a la evaluación de perspectivas sectoriales, las empresas podrían seguir manteniéndose bastante menos optimistas respecto a como evalúan la evolución de su propia actividad empresarial, tal como lo hicieron en años anteriores.

Son bastantes las empresas que se muestran mucho más optimistas cuando se refieren a las perspectivas de evolución de su propia empresa, que cuando lo hacen con referencia al sector de actividad en el que éstas operan. Esta tendencia hacia una cierta disparidad de criterios parece haber aumentado ligeramente en el 1er trimestre del 2006. Representan un 22% este año las empresas que claramente manifiestan que en su sector las perspectivas no son favorables (algo o bastante desfavorables), mientras que en el año 2005 eran tan sólo un 15% las que se manifestaban de esta forma poco optimista respecto al futuro del conjunto de su sector de actividad.

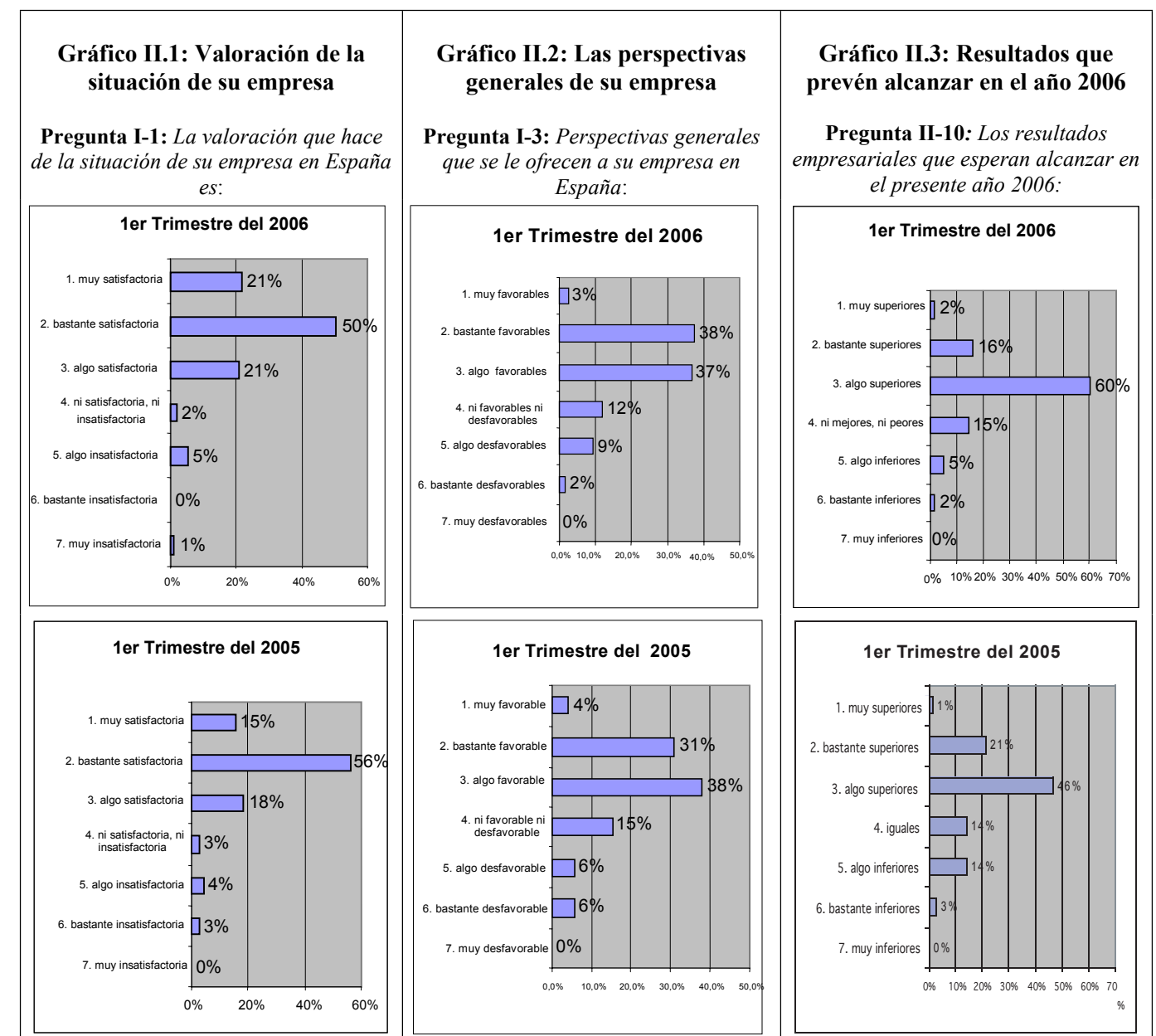
En el gráfico II.5 se presentan los datos referentes a la valoración que las empresas hacen de la marcha general de la economía española. Un 76 % de las empresas manifiestan que, a su entender, las perspectivas de crecimiento de la economía española son hoy favorables o muy favorables. En el año 2005 eran una cifra muy parecida (un 74%) las que se manifestaban en el mismo sentido. El porcentaje de las empresas que emiten una valoración negativa sobre la marcha de la economía española (algo o bastante desfavorable) se sitúa hoy en un 10% mientras que en el año anterior esta opinión era del 14% de. Por tanto, decrecen las empresas que manifiestan una valoración crítica sobre la marcha general de la economía española. Existe, una cierta estabilidad, por lo tanto, en las evaluaciones empresariales sobre este tema. Se sigue de hecho manteniendo un nivel alto de satisfacción entre las empresas respecto a la evolución general de la economía.

### 1. Selección de indicadores básicos. Comparación de los resultados de 2005 y 2006

En los gráficos II.1 a II.7 se nos ofrece una síntesis de cual es en el 1er trimestre del 2006 la evaluación que las empresas hacen de su propia situación y de las tendencias más generales del entorno en que operan. Se recopilan, a estos efectos, algunos indicadores sobre su situación y de los resultados que esperan alcanzar, así como sobre las perspectivas de los sectores de actividad, y sobre la marcha más general de la economía. Con el fin de ofrecer un perspectiva temporal adecuada de los cambios habidos con respecto al BARÓMETRO del 2005, siempre que ha sido posible se han introducido además los datos correspondientes al año anterior.

#### 1.1. Cómo evaluaron las empresas su situación y sus perspectivas de resultados en 2006 y en 2005

Según los datos del gráfico II.1 las empresas que han participado en el Barómetro 2006 muestran en general una situación que francamente favorable, y que aún ha mejorado algo respecto del año anterior. Son un 92% las empresas que valoran su situación como satisfactoria (algo/bastante/mucho), mientras que en el año anterior eran un 89%. Un 11% eran entonces pesimistas, mientras que hoy sólo lo son un 8%. Un 21% son las empresas que manifiestan estar muy satisfechas, mientras que en el año 2005 eran tan sólo un 15%. Por último, se manifestaron el año anterior bastante satisfechas algunas más empresas (56% en el 2005 frente al 50% en el 2006).



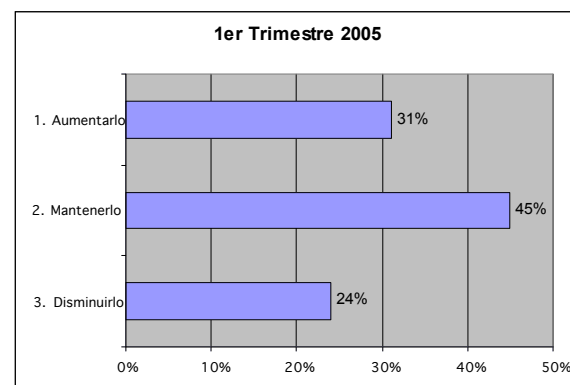
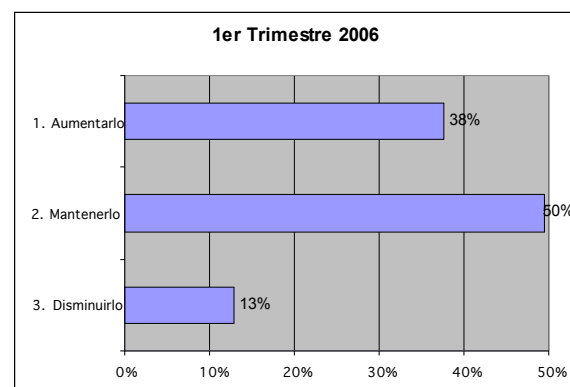
Por lo que se refiere a las empresas que manifiestan unas previsiones de estabilidad en sus plantillas, la situación ha cambiado, una vez más, en un sentido relativamente favorable. En el año 2006 prevén que van a poder mantener su nivel de empleo un 50% de las empresas consultadas, mientras que en el año 2005 fueron algunas menos (un 45%). Las empresas que hoy en día prevén reducir sus plantillas son en definitiva un 13%, mientras que el año anterior eran sin duda bastantes más (un 24%).

En el gráfico II.7 se presentan algunos de los datos recopilados sobre los planes de inversión previstos por las empresas en los años 2005 y 2006. Un 30% de las empresas indican que van a desarrollar nuevas inversiones por encima del nivel del año anterior en el presente ejercicio de 2006. En el 2005 eran en cambio un 27% las empresas que se declaraban netamente inversoras.

En el año 2006 un 19% de las empresas son las que nos anuncian que no van a poder mantener sus niveles de inversión del año pasado. En el año anterior, fueron alguna más (22%) las empresas que se manifestaron en una situación de *desinversión* parecida. Lo que estas cifras nos indican al parecer, es una cierta mejoría en las previsiones de inversión del conjunto de las empresas consultadas en el año 2006.

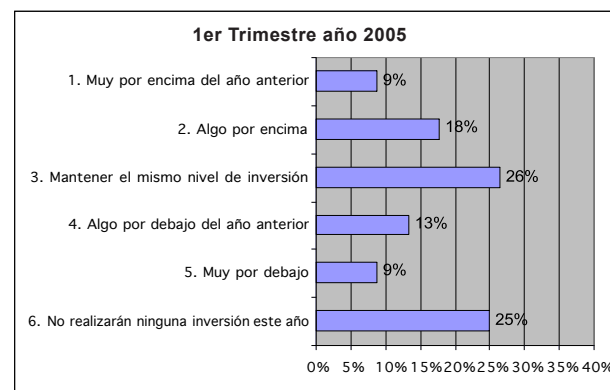
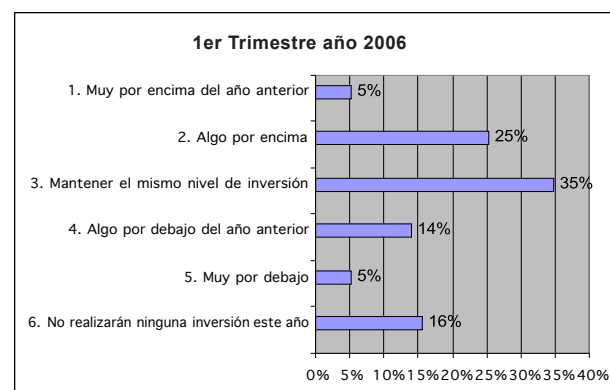
### Gráfico II. 6: Perspectiva de creación de empleo este año

Pregunta IV-29: En el presente año, en lo relativo al número de trabajadores que integran la plantilla de su empresa, tiene previsto:



### Gráfico II. 7: Previsión de los planes de inversión para el presente año

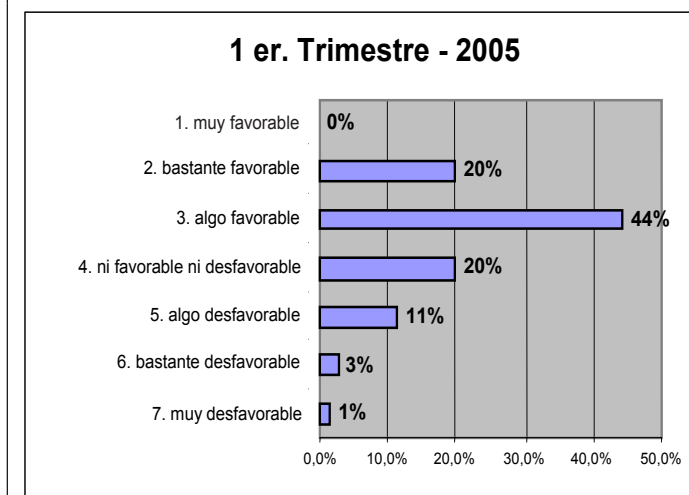
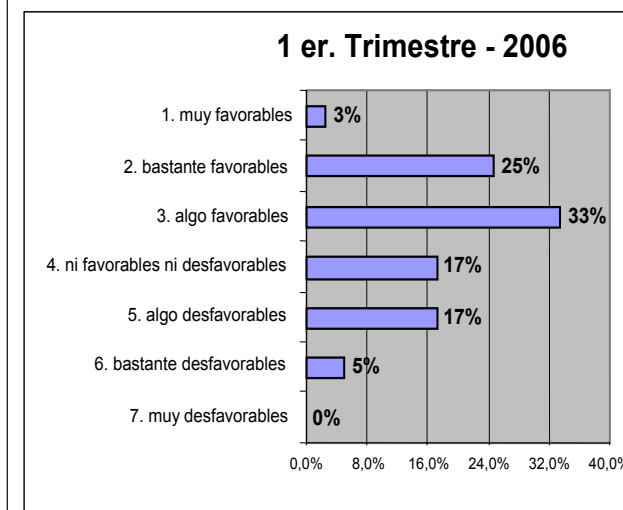
Pregunta III-19: En el año 2006 (2005) tiene su empresa previsto realizar unos planes de inversión que se situarán:



En los momentos actuales, las empresas que declaran que no van a realizar ningún tipo de inversión durante el presente ejercicio representan, un 16% del total. El año anterior, en cambio, fueron bastantes más (25%) las que manifestaron no tener prevista la realización de nuevas inversiones en absoluto en aquel ejercicio.

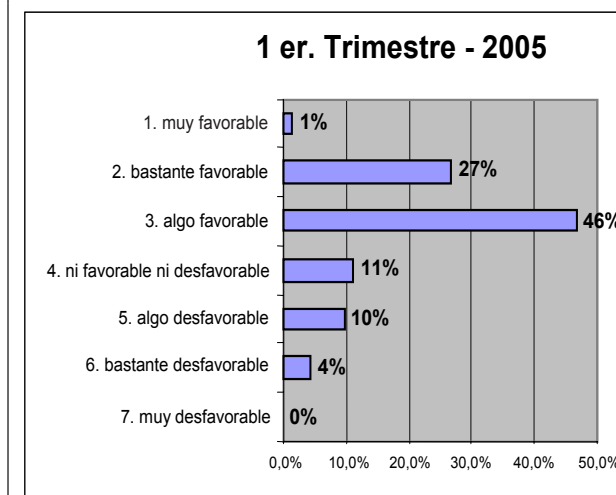
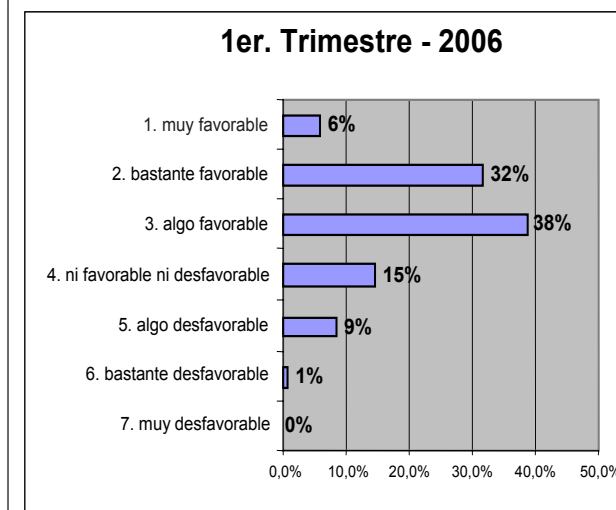
### Gráfico II. 4: Perspectivas generales de su sector de actividad

Pregunta II-8: Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el presente año son:



### Gráfico II. 5: Perspectivas generales de la economía española

Pregunta I-5: La marcha de la economía española, a su entender, merece una valoración:



Conviene recordar que en el año anterior, las opiniones críticas sobre las perspectivas de la economía habían aumentado en cierta medida respecto a 2004. Los datos del Barómetro del 2006 parecen indicarnos que esta tendencia no se ha consolidado sino que se ha invertido en sentido favorable.

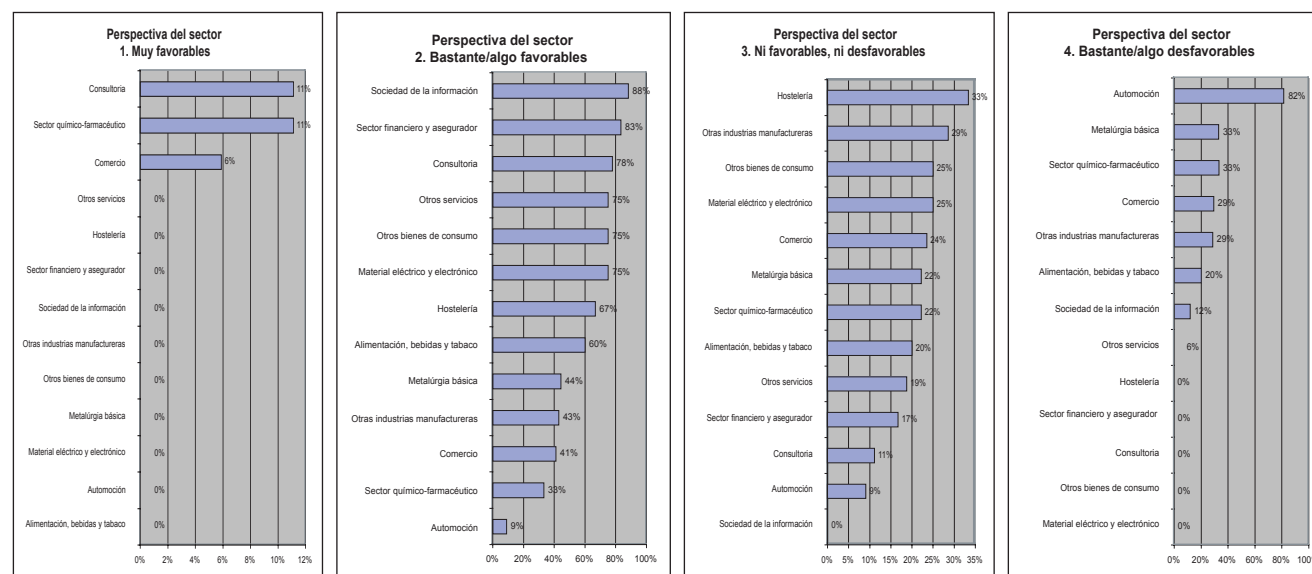
### 1.3. Perspectivas de creación de empleo y de ejecución de planes de inversión (2005/2006)

En los gráficos II.6 y II.7, se incluyen los datos de los Barómetros 2005 y 2006 sobre las perspectivas de variación del empleo y sobre las previsiones de ejecución de planes de inversión de las empresas.

Por lo que se refiere a las perspectivas de creación de empleo en el año 2006, las empresas se manifiestan, dentro de ciertos límites, algo más optimistas que en el año anterior. Son un 38% las que prevén que este año van a poder aumentar el número de los trabajadores contratados en sus plantillas. En el Barómetro del año 2005 eran tan sólo un 31% de las empresas las que se mostraban en una actitud parecida.

En el gráfico II.8 se observan unas evaluaciones francamente más optimistas por parte de las empresas sobre todo en los sectores siguientes: la consultoría y los servicios avanzados a las empresas (89%), el sector de la sociedad de la información (88%), y el sector financiero y asegurador (83%). En cambio, los sectores peor valorados son: la automoción (82%), seguido a distancia por la metalurgia básica (33%) y el sector químico-farmacéutico (33%). A mayor distancia todavía, acumulan una cierta proporción de expectativas desfavorables, el la distribución comercial (29%), otras industrias manufactureras (28%) y la alimentación, bebidas y tabaco (20%).

**Gráfico II.8. Perspectivas de actividad sectorial según opinión de las empresas 2006.**  
Distribución por sectores (% de respuestas)



Pregunta II-18. Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el 2006 son: .....

## 2.2. Las perspectivas generales para la propia empresa en el año 2006

Según se desprende de la Tabla II.2, y contrariamente a lo que se ha manifestado a nivel sectorial, la valoración que las empresas hacen de sus propias perspectivas de actividad presentan una notable estabilidad entre el 2005 y el 2006. Son exactamente un 75%, es decir una gran mayoría, las empresas que se manifiestan algo o bastante optimistas respecto a sus propias previsiones de crecimiento en el año 2006. La misma proporción del 75% fue la que se alcanzó en el Barómetro del año 2005.

Las empresas que en el año 2006 manifiestan que sus perspectivas no son ni favorables ni desfavorables son una clara minoría (un 10% en el 2006 y un 11% en el 2005). Por último, son relativamente pocas las empresas (14%) que en el año 2006 se pronuncian en un sentido negativo en cuanto a sus perspectivas a medio plazo (igual que en el año 2005).

La imagen que se nos ofrece, en definitiva, es la de que las empresas encuestadas en el BARÓMETRO 2006 mantienen unas buenas perspectivas de crecimiento de su actividad productiva. Esta situación no representan, de hecho, ningún cambio significativo respecto a la situación que una gran mayoría ya preveía el año 2005.

## 2. Situación y perspectivas de evolución de las empresas en el año 2006 (global y por sectores)

A continuación, trataremos de completar nuestra visión sobre cuál es la situación y cuáles son las perspectivas de evolución de las empresas entrando en una información algo más detallada. Partiremos, para ello, del análisis del contenido de las respuestas al cuestionario de la encuesta del BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS 2006, en su apartado II (v. Anexo III).

Entraremos en los apartados siguientes en la valoración que las empresas realizan de la marcha de sus sectores de actividad y de sus propias perspectivas empresariales, así como de sus propias expectativas de resultados..

### 2.1. Las perspectivas generales del sector en el año 2006

Según la Tabla II.1, la visión sobre cuales son las perspectivas de crecimiento de los diversos sectores de actividad en el año 2006 es, a al parecer favorable en una gran mayoría de las empresas (un 61%). Ha aumentado, no obstante, respecto al año anterior, la proporción de empresas que emiten juicios desfavorables sobre las perspectivas de sus respectivos sectores de actividad. En el año 2006, un 22% de las empresas emite valoraciones (algo/bastante) desfavorables sobre la evolución de su sector (mientras que un 15% las empresas se manifestaron así en el año 2005).

Un 33% de las empresas declaran, en cambio, el año 2006, que en su opinión las perspectivas de evolución de su sector de actividad son favorables. Las que evalúan las perspectivas sectoriales de forma bastante favorable, son un 25% y las que manifiestan que éstas son muy favorables alcanzan el 3%.

Quizás, algunas de las respuesta recibidas este año se encuentran algo más alejadas de la media, por lo que se refiere a las perspectivas a medio plazo de la actividad productiva. Podemos afirmar que son una minoría, aunque una minoría significativa, las empresas que en la edición del BARÓMETRO 2006 se pronuncian en sentido negativo. Son sin duda, algunas más las que lo hacen en un sentido más optimista que en el año 2005. Siguen siendo mayoría, en cualquier caso las que manifiestan tener unas perspectivas de moderado optimismo en cuanto a la evolución de su sector de actividad.

**Tabla II. 1 Perspectivas generales de actividad en su sector**

Sectores	Año 2006		Año 2005	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	4	3%	0	0%
Bastante favorables	29	25%	14	20%
Algo favorables	39	33%	32	45%
Ni favorables, ni desfavorables	20	17%	15	21%
Algo desfavorables	20	17%	8	11%
Bastante desfavorables	6	5%	2	3%
Muy desfavorables	0	0%	1	1%
TOTAL	117	100%	71	100%

Pregunta. II - 8. Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el 2006 / 2005

### Análisis de los resultados por sectores

En el gráfico II.8 ofrecemos la distribución por sectores de las respuestas obtenidas a la pregunta II-9 de la encuesta del Barómetro 2006. La evaluaciones que las empresas realizan sobre las perspectivas generales de actividad de su sector productivo, tienden hasta cierto punto a agruparse, como veremos, en un sentido más o menos optimistas según el tipo de sector de actividad y de mercados en las que éstas operan.



### 2.3 Resultados que prevén las empresas para el año 2006 (comparación con los resultados ya alcanzados en el año 2005)

En la Tabla II.3 se presentan las respuestas obtenidas sobre los resultados que esperan alcanzar las empresas en el año 2006 por comparación al año anterior. Se presenta también, a efectos comparativos, la información sobre la misma pregunta obtenida en ocasión de la elaboración de los BARÓMETROS 2005 y 2006.

Una gran mayoría de las empresas (78%) en el año 2006 manifiestan que esperan alcanzar unos resultados superiores (algo, bastante o mucho) a los del año anterior. Las empresas que estiman que sus resultados van a ser algo o bastante inferiores representan tan sólo un 7 % de las respuestas del presente año. Una comparación de estas previsiones con las establecidas el año anterior –con ocasión del BARÓMETRO 2005- permiten constatar una clara mejora de las expectativas de resultados empresariales en el presente año.

En el año 2005 si bien es cierto que un número elevado de empresas (un 68%) anticipaban también una clara mejora de resultados, la proporción que éstas representaban era bastante inferior a la del año actual. En el presente año el peso relativo de los que se sienten optimistas ha aumentado nada menos que diez puntos respecto al año 2005 (situándose en 78% como dijimos anteriormente).

Las empresas que en el año 2005 preveían un empeoramiento de las expectativas de resultados fueron sin duda una clara minoría (17%). En el año 2006 éstos han sido todavía mucho menos, tan sólo un 7% de las empresas anticipan unos resultados potencialmente negativos.

En definitiva, la situación de las expectativas de resultados empresariales del año 2006 es mucho más favorable que la del año anterior.

Sectores	Año 2006		Año 2005	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy superiores	2	2%	1	1%
Bastante superiores	19	16%	15	21%
Algo superiores	70	60%	33	46%
Se han estabilizado	17	15%	10	14%
Algo inferiores	6	5%	10	14%
Bastante inferiores	2	2%	2	3%
Muy inferiores	0	0%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

*Pregunta II- 10 Los resultados que prevén alcanzar como empresa en el presente año 2006 van a ser respecto al año 2005...*

#### Presentación del análisis por sectores

En el Gráfico II.10 se recopilan datos esenciales, correspondientes al año 2006, sobre la distribución de las expectativas de resultados empresariales, por sectores de actividad.

Las empresas que manifiestan unas expectativas de resultados en el 2006 por encima de las del año anterior (algo, bastante o muy superiores) están bastante concentradas en sectores cuyo comportamiento de la demanda aparece más expansivo, u operando en mercados en los que disfruta de otro tipo de condiciones ventajosas. En este ámbito figuran sobre todo empresas situadas en los sectores de la hostelería (100%), de la sociedad de la información (100%) y otros bienes de consumo (100%). Por detrás de ellas se sitúan una gran mayoría de empresas, de los otros servicios (88%) y, a mayor distancia, un grupo muy importante de empresas de los sectores de la metalurgia básica (78%), la consultoría (78%), químico-farmacéutico (78%) y el comercio (76%).

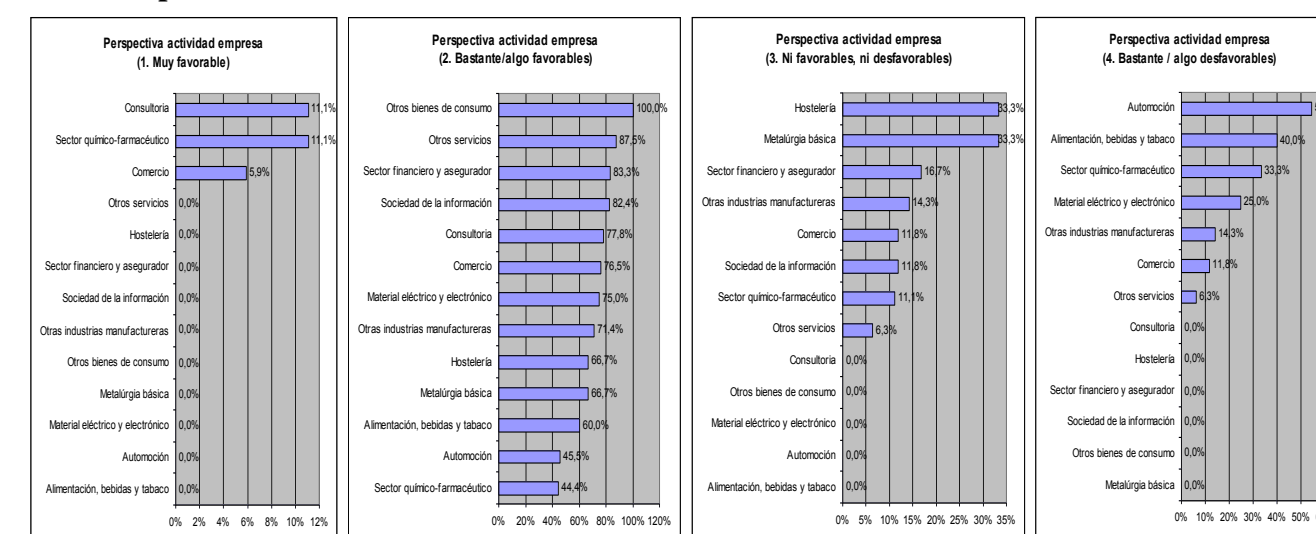
Sectores	Año 2006		Año 2005	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	4	3%	2	3%
Bastante favorables	40	34%	23	32%
Algo favorables	45	38%	28	40%
Ni favorables, ni desfavorables	12	10%	8	11%
Algo desfavorables	14	12%	7	10%
Bastante desfavorables	2	2%	3	4%
Muy desfavorables	0	0%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

*Pregunta. II - 9. Las perspectivas generales de actividad de la empresa en el año 2006 / 2005*

#### Presentación del análisis por sectores

Por lo que se refiere a las perspectivas de actividad empresarial, ofrecemos a continuación una comparación de cuales son las diferencias sectoriales más destacadas. Los sectores en los que abunda un mayor número de empresas que muestran optimismo respecto a las expectativas futuras de evolución de su actividad productiva, son: los de otros bienes de consumo (100%), la consultoría (88%), otros servicios (87%), sector financiero (83%) y sociedad de la información (82%). Las empresas con unas expectativas claramente menos favorables (o del todo desfavorables), se sitúan sobre todo en el sector de la automoción (54%), seguido de las industrias de la alimentación, bebidas y tabaco (40%) y, a distancia, – pues en ellos existe más división de opiniones - los sectores químico-farmacéutico (33%) y de material eléctrico y electrónica de consumo (25%) (v. Gráfico II.9).

**Gráfico II.9. Perspectivas de actividad de las empresas en el año 2006. Distribución por sectores (% de respuestas)**



Pregunta II-9. Las perspectivas generales para su empresa en el 2006 son: .....



### III. Aspectos específicos (1): Planes y perspectivas de inversión. Localización de la capacidad productiva. Previsiones y cambios en el empleo.

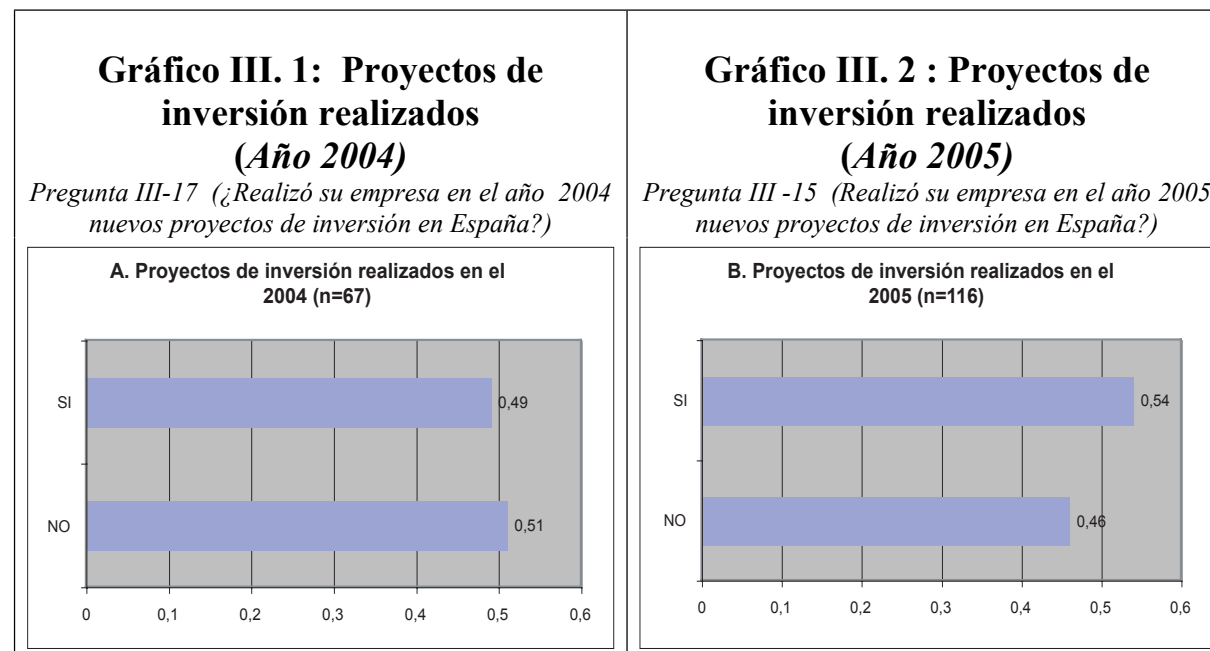
A continuación, presentamos los resultados de la encuesta del BARÓMETRO 2006, realizada entre diciembre del año pasado y febrero del presente año, correspondientes al contenido de las secciones III y IV de los cuestionarios remitidos. En ambos años se han planteado a las empresas preguntas sobre las inversiones realizadas, sobre los nuevos proyectos de inversión y sobre los eventuales aumentos de la capacidad productiva. Así mismo, se han formulado preguntas sobre la evolución sectorial del empleo y sobre las perspectivas de variación en sus propias plantillas de trabajadores contratados.

#### 3. Inversiones realizadas y variación de la capacidad productiva

En el año 2005 poco menos de la mitad de las empresas encuestadas (49%) declararon haber realizado nuevos proyectos de inversión en el año 2004 (v. Gráfico III.1). En el 2006 han sido bastantes más, en cambio, (54 %) las empresas que manifiestan haber realizado inversiones en el año anterior (v. Gráfico III.2).

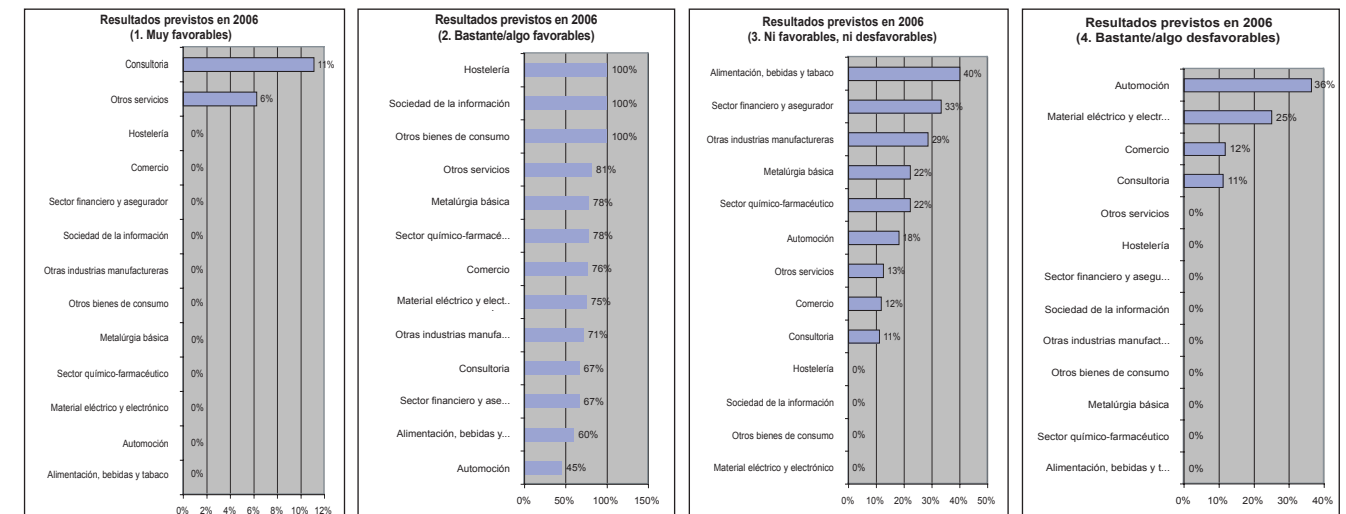
El año 2006, por lo tanto, parece estar heredando del pasado, una situación sensiblemente más expansiva en materia de inversiones directas realizadas por las empresas que en el año 2005 respecto al 2004.

**Pregunta III-17: ¿Realizó su empresa en 2005 nuevos proyectos de inversión en España?**



Dentro del grupo de las empresas que manifiestan, en cambio, unas expectativas de resultados más negativas o claramente inferiores a las del año pasado (algo, bastante o muy superiores) se encuentran particularmente representadas en los sectores de: automoción (54%); material eléctrico y electrónica de consumo (25%), y una parte minoritaria, pero significativa, en el de la distribución comercial (23%).

**Gráfico II.10. Resultados que prevé alcanzar la empresa en el año 2006. Distribución por sectores (% de respuestas)**



Pregunta II-10. Los resultados que prevén alcanzar como empresa en el presente año 2006, por comparación al año 2005, son:

### 3. 2. Análisis por sectores de los cambios en la capacidad productiva

Los aumentos de capacidad productiva que hemos observado se distribuyen de forma desigual entre los diversos sectores de actividad. En la Tabla III.2, figuran los datos correspondientes al aumento de capacidad productiva por sectores de actividad atribuibles a las inversiones realizadas el año pasado.

Tan sólo 42 de las 53 empresas que han realizado algún proyecto de inversión el año 2005 (v. Tabla III.1), son las que han aumentado su capacidad productiva. Tal como se observa en la Tabla III.2, los aumentos de capacidad productiva son en general inferiores al 20% de la capacidad productiva existente en una gran mayoría de las empresas (un 75% del total de las inversoras).

Los aumentos de la capacidad productiva instalada a que han dado lugar las inversiones realizadas, comportaron aumentos de la capacidad productiva superiores al 50% tan sólo en las empresas de dos sectores: la hostelería y la industria metalúrgica básica.

En sectores como la alimentación, la automoción, la producción de material eléctrico y de electrónica, la distribución comercial, y en el sector de la sociedad de la información, los aumentos de capacidad productiva han sido sin duda mucho más pequeños (en la mayoría de casos por debajo de 20%).

### 3. 1. Cambios en la capacidad productiva de las empresas fruto de las inversiones realizadas en el año 2005

En la Tabla III.1 se recopilan datos referentes a los aumentos de capacidad productiva que se derivan de las inversiones realizadas por las empresas en el 2005. Han sido bastantes las empresas (concretamente un 36%) que afirman haber aumentado su capacidad productiva de manera sensible debido a las inversiones realizadas el año 2005.

**Tabla III. 1**  
**Aumento de la capacidad productiva derivado de las inversiones del 2005**

	% de respuestas	Número de respuestas
SI	36%	42
NO	20%	23
NS/NC	44%	52
TOTAL	100%	117

*Pregunta III-16: ¿La puesta en marcha de dicho proyecto ha supuesto una ampliación de la capacidad productiva instalada? (n= 117)*

En el gráfico III.3 podemos observar cual es la proporción en que las empresas han visto aumentar su capacidad productiva en el 2006, como consecuencia de las inversiones efectuadas en el año 2005.

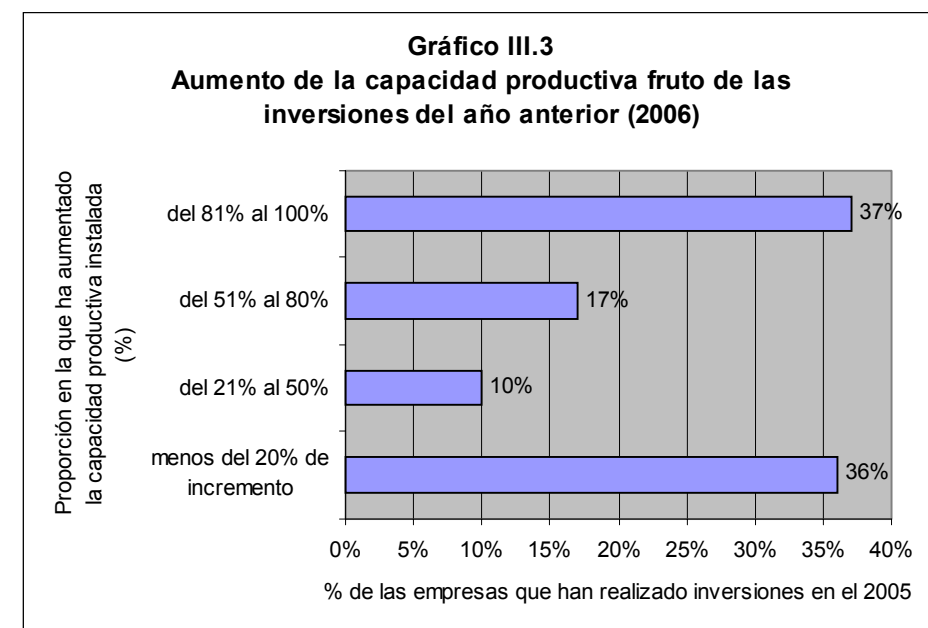
Poco más de un tercio de las empresas (37%) han aumentado en más del 80% su capacidad de producción. Algo más de un tercio (36%) son los que han realizado aumentos relativamente pequeños de su capacidad productiva (por debajo del 20% de su capacidad inicial). En una zona intermedia, de aumentos medianos o no muy grandes, situados entre el 21% y el 80% de la capacidad productiva, se sitúan el 27% de las empresas restantes.

**Tabla III.2**  
**Aumento de la capacidad productiva por sectores. Año 2006**

Sector	Aumento de capacidad		Porcentaje de aumento de la capacidad productiva (%)				Total	
	sí %	no %	<20%	21-50%	51-80%	81-100%	%	Num. Empresas
1. Alimentación-bebidas y tabaco	60,0%	40,0%	100%	0%	0%	0%	100%	3
2. Automoción	54,5%	45,5%	100%	0%	0%	0%	100%	6
3. Material eléctrico y electrónico	75,0%	25,0%	100%	0%	0%	0%	100%	3
4. Sector químico-farmacéutico	33,3%	66,7%	33%	67%	0%	0%	100%	3
5. Metalúrgica básica	11,1%	88,9%	0%	0%	0%	100%	100%	1
6. Otros bienes de consumo	0,0%	100,0%	0%	0%	0%	0%	0%	0
7. Otras industrias manufactureras	57,1%	42,9%	75%	25%	0%	0%	100%	4
8. Sociedad de la información	52,9%	47,1%	78%	22%	0%	0%	100%	9
9. Consultoría-servicios avanzado	33,3%	66,7%	67%	33%	0%	0%	100%	3
10. Sector financiero-asegurador	16,6%	83,3%	0%	100%	0%	0%	100%	1
11. Comercio	11,7%	88,2%	100%	0%	0%	0%	100%	2
12. Hostelería	33,3%	66,7%	0%	0%	100%	0%	100%	1
13. Otros servicios	50,0%	50,0%	75%	25%	0%	0%	100%	8
TOTAL	37%	63%	75%	20%	2%	2%		44

*Pregunta III-16 y III-17: ¿La puesta en marcha de dicho proyecto ha supuesto una ampliación de la capacidad productiva instalada? / Dichos proyectos de inversión han supuesto un aumento de la capacidad productiva del orden del... (n= 119)*

**Gráfico III.3**  
**Aumento de la capacidad productiva fruto de las inversiones del año anterior (2006)**



tratamiento sectorial de la misma información sobre previsiones de inversión manifestadas por las empresas referidas al año 2006.

Aquellos sectores en los que, según la opinión de las empresas, se manifiestan unas condiciones relativamente más favorables de inversión, son los que comprenden: la consultoría y los servicios avanzados a las empresas (44%), la hostelería (33%), los otros servicios (25%), los otros bienes de consumo (25%) y los servicios de la sociedad de la información (24%) (v. Tabla III.4).

En el segmento intermedio, de los que ofrecen perspectivas tan sólo algo favorables, estarían junto a los servicios en general (63%), la automoción (45%), la sociedad de la información (41%) y el material eléctrico y electrónica de consumo (50%). El sector financiero (83%), junto con la alimentación y las bebidas (60%) concentrarían, en cambio, un número elevado de empresas que se manifiestan relativamente 'neutrales' o 'poco entusiastas' respecto a las perspectivas de inversión.

Por último, una proporción relativamente importante de empresas opinan que las perspectivas son en general bastante desfavorables o muy poco favorables sobre todo en sectores tales como los bienes de consumo (75%), y a cierta distancia, el sector químico y farmacéutico (44%), el material eléctrico y la electrónica de consumo (40%) y la alimentación, bebidas y tabaco (40%) (v. Tabla III.4).

Sectores					
	Muy /bastante favorable	Algo favorable	Ni favorable ni desfavorable	Algo desfavorable	Muy/ Bastante desfavorable
1. Alimentación-bebidas y tabaco	0%	0%	60%	20%	20%
2. Automoción	0%	45%	27%	9%	18%
3. Material eléctrico y electrónico	0%	50%	0%	50%	0%
4. Sector químico-farmacéutico	11%	22%	22%	22%	22%
5. Metalurgia básica	13%	38%	13%	38%	0%
6. Otros bienes de consumo	25%	0%	0%	50%	25%
7. Otras industrias manufactureras	14%	29%	14%	14%	29%
8. Sociedad de la información	24%	41%	12%	18%	6%
9. Consultoría-servicios avanzados	44%	22%	33%	0%	0%
10. Sector financiero-asegurador	0%	17%	83%	0%	0%
11. Comercio	20%	13%	40%	20%	7%
12. Hostelería	33%	33%	33%	0%	0%
13. Otros servicios	25%	63%	6%	0%	6%
<b>TOTAL</b>	<b>18%</b>	<b>32%</b>	<b>25%</b>	<b>16%</b>	<b>10%</b>

*Pregunta III-18 : Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son:...*

#### **4. Las perspectivas de inversión en el sector y en la propia empresa**

Las perspectivas de inversión sectorial establecidas por las empresas en el año 2006 se exponen en la tabla III.3. Una proporción muy amplia de las empresas consultadas (el 50%) manifiestan tener en general unas expectativas favorables de inversión en su sector de actividad. Un 24 % se mantienen, en cambio, en una posición "neutral" o intermedia (ni favorable, ni desfavorable). Y por último, un 26 % se declaran abiertamente pesimistas sobre las perspectivas existentes en materia de inversiones en su sector de actividad.

La confianza manifestada por las empresas en el año 2006 en relación con las perspectivas de inversión es sin duda superior a la que existía en el año 2005. Como observamos en la misma tabla III.3, en aquel año tan sólo el 38% de las empresas se mostraron optimistas en materia de futuras inversiones y un 29% fueron muy claramente pesimistas. Como hemos ya indicado más arriba, en el año 2006 las cifras que manejamos aparentemente nos muestran una clara mejora de las perspectivas empresariales de inversión.. De tan sólo un 38% de previsiones optimistas hemos pasado a un 50%, mientras que el 29% de las expectativas pesimistas del año pasado se ha transformado en un 26%.

Categorías	Año 2006 (n=117 empresas)		Año 2005 (n=67 empresas)	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	2	2%	-	-
Bastante favorables	18	16%	6	10 %
Algo favorable	37	32%	19	28 %
Ni favorable, ni desfavorable	28	24%	23	33 %
Algo desfavorable	18	16%	13	20 %
Bastante desfavorable	11	10%	6	9 %
Muy desfavorable	0	0%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100 %</b>

*Pregunta. III-18. Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son:...*

##### **4.1. Previsiones de inversión para el año 2006. Distribución por sectores de actividad**

En la encuesta que sirve de base al BARÓMETRO 2006 se ha planteado también la pregunta de hasta qué punto las empresas piensan que existen condiciones favorables o desfavorables para la realización de inversiones en sus sectores de actividad. En el capítulo II de este informe (v. Gráfico II.5), se refleja ya de un modo global, cuales han sido las respuestas a esta pregunta. Se ha podido constatar en dichos datos la existencia de un comportamiento inversor bastante más expansivo de las empresas en el año 2006 que en el 2005 A continuación ofreceremos un

En la Tabla III.6 se observa que algo más del 30% de las empresas norteamericanas que han sido consultadas están realizando en la actualidad más del 90% de su producción fuera de nuestro país, e importando la gran mayoría de los productos que venden o comercializan en el mercado interno.

Del orden del 23% están produciendo fuera entre el 50 y el 90% de su producción. Mientras que son mayoría (del orden del 47%) las que fabrican menos fuera del 50%, y abastecen de forma predominante el mercado interno español con sus producciones provenientes de los centros de producción localizados en España.

Unas treinta empresas (cerca del 29%) nos indican además, que no importan más del 10% de los productos que comercializan en España; por tanto realizan el 90%, o más, de su producción en los centros de producción localizados en el país.

<b>Tabla III.6</b> <b>Porcentaje del valor de los productos que las empresas venden en el mercado interior no fabricados en España (2006)</b>		
<b>Porcentaje de producción que realizan fuera de España (n= 104)</b>	<b>Año 2006</b>	
	<b>Número de empresas</b>	<b>%</b>
<b>Menos del 10%</b>	<b>30</b>	<b>29%</b>
<b>del 11% al 50%</b>	<b>19</b>	<b>18%</b>
<b>del 51% al 70%</b>	<b>11</b>	<b>11%</b>
<b>del 71% al 90%</b>	<b>12</b>	<b>12%</b>
<b>más del 90%</b>	<b>32</b>	<b>31%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>
<i>Pregunta. III-18. Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son:...</i>		

#### **5.1. Presentación por sectores de los datos sobre proporción de la producción localizada en el exterior**

De acuerdo con los datos que nos han facilitado las empresas consultadas, y que figuran en la Tabla III.7, podemos constatar por grandes sectores qué parte de la producción que ellas realizan se encuentra, más o menos concentrada dentro de nuestro país, y que parte, se localiza en el exterior.

Las empresas de algunos sectores presentan aparentemente una situación de fuerte concentración de sus actividades productivas en España y un margen relativamente reducido de importación de bienes o servicios producidos en el exterior. Dos casos representativos en este sentido podrían ser, a la vista de los datos de la Tabla III.7, los de los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco (en donde un 80% de empresas

#### **4.2. Posible abandono, reducción o aplazamiento de proyectos de inversión**

En la tabla III.5 se presenta la información que las empresas han facilitado sobre las eventuales decisiones de revisión, suspensión o reconsideración de los proyectos de inversión que tenían previstos realizar en España durante el ejercicio de 2006.

<b>Tabla III. 5</b> <b>Empresas que se plantean revisar a la baja o anular la ejecución de algún proyecto de inversión en España</b> <i>(Por sectores de actividad)</i>		
<b>Sectores</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>% de respuestas</b>
<b>Se plantean aplazar o revisar inversiones</b>	<b>6</b>	<b>5%</b>
<b>No se plantean hacer ningún cambio</b>	<b>63</b>	<b>54%</b>
<b>No saben o no contestan</b>	<b>48</b>	<b>41%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>
<i>Pregunta III-20: ¿Se plantean aplazar, revisar a la baja o anular la ejecución de algún proyecto de inversión empresarial en España?</i>		

Son muy pocas las empresas que manifiestan haber tomado alguna decisión en relación con cambios de planes de inversión en este sentido. Son una gran mayoría (concretamente un 54%, v. Tabla III.5) las empresas que aseguran no tener previstos ningún tipo de cambios. Un número considerable de empresas optan por no manifestarse en ningún sentido concreto (41%), es decir se abstienen de manifestarse sobre si van o no a realizar cambios de este tipo.

En el año 2006, como hemos indicado, son seis las empresas (un 5%) que han decidido aplazar o revisar sus inversiones en algún sentido. De estas seis empresas tres se encuentran situadas en el sector de la automoción, una en el sector químico-farmacéutico, otra en la metalúrgica básica, y otra en el sector de la sociedad de la información.

#### **5. Proporción de los productos de las empresas que son fabricados fuera de España y previsión de posibles cambios en el futuro**

A continuación vamos a considerar información respecto a cuál es hoy la estrategia de producción y de abastecimiento del mercado interior español por parte de las empresas consultadas.

En el BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA DEL 2006, se han formulado tres preguntas (III.21, III.22, y III.23) en las que se recababan datos sobre la forma en que en la actualidad proceden las empresas norteamericanas al aprovisionarse de productos en el mercado interior español. En particular, se ha tratado de determinar si la gran mayoría lo hacen fundamentalmente a partir de sus centros de producción localizados en España, o bien, recurren en gran parte a la importación de productos localizados en otros países. Se ha tratado también de averiguar hasta que punto algunas empresas prevén en la actualidad que van a realizar algún tipo de cambios en esta cuestión, en uno u otro sentido.



la Tabla III-7 hemos recopilado los datos que provienen de las respuestas de un total de 104 empresas.

Son en definitiva 16 las empresas (14%) que afirman, que tenderán a aumentar la proporción de los productos que fabrican en el exterior e importan para satisfacer la demanda existente en el mercado español.

<b>Tabla III. 8</b> <b>Cambios en previsible en la proporción de la producción de origen exterior sobre el total de lo que las empresas piensan vender al mercado interno (2006)</b>		
Respuestas	Número de empresas	% de las respuestas
1. Estiman que habrá un aumento	16	14
2. Estiman que se mantendrá	78	66
3. Estiman una disminución	8	7
4. No saben, No contestan	15	13
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100</b>
<i>Pregunta III-22 ¿Cuál estima que puede ser la evolución en los próximos años de la proporción que su empresa suministra al mercado español con productos importados y por tanto fabricados por ustedes fuera de España?</i>		

Las empresas que prevén un aumento en la comercialización de productos provenientes del exterior para abastecer la demanda del mercado español, están particularmente representadas, de acuerdo con los datos recibidos, en los sectores de: los otros servicios (3 casos), sector de la sociedad de la información (3 casos) y sector de la automoción (2 casos).

## **6. Cambios actuales y previsible en los niveles de ocupación de trabajadores en las plantillas de las empresas 2005- 2006**

A continuación, presentamos los resultados de la encuesta referidos a las preguntas que tratan de los cambios en la ocupación de trabajadores, habidos en el pasado y previsible a corto plazo, tanto al nivel de los sectores como de las propias empresas.

### **6.1. Aumentos de la ocupación en el sector y en la propia empresa que tuvieron lugar en el 2005.**

En el doble gráfico III.4 se presentan los datos correspondientes a los cambios que han tenido lugar en el 2006 en la ocupación laboral, al nivel de los sectores de actividad (lado izquierdo del gráfico, pregunta IV.27) y en las plantillas de las propias empresas (lado izquierdo, pregunta IV.28).

importan menos del 10% del valor de lo que producen) y de la consultoría y los otros servicios avanzados a las empresas (en donde un 78% de las empresas importan menos del 10% del valor de su producción).

A alguna distancia se encuentran las empresas de otros sectores tales como la hostelería (el 50% importa menos del 10%), la industria metalúrgica básica (el 63% importa menos del 30%), los otros sectores manufactureros (el 66% importa menos del 30%), junto a la automoción (el 66% importa menos del 30%).

Aparentemente, los sectores en donde se encontrarían hoy por hoy más empresas que están relativamente más abiertas a la importación de bienes o servicios fabricados fuera del país, de acuerdo con los datos de la tabla III.7, son los siguientes: el sector de los otros bienes de consumo (todas las empresas representadas en la muestra manifiestan que importan el 100%); las empresas del sector de la distribución comercial (un 88% de las empresas importa más del 70% de los productos que comercializan en España); y, por último, las empresas del sector de la sociedad de la información (un 87% importa más del 70% de los productos que venden en España).

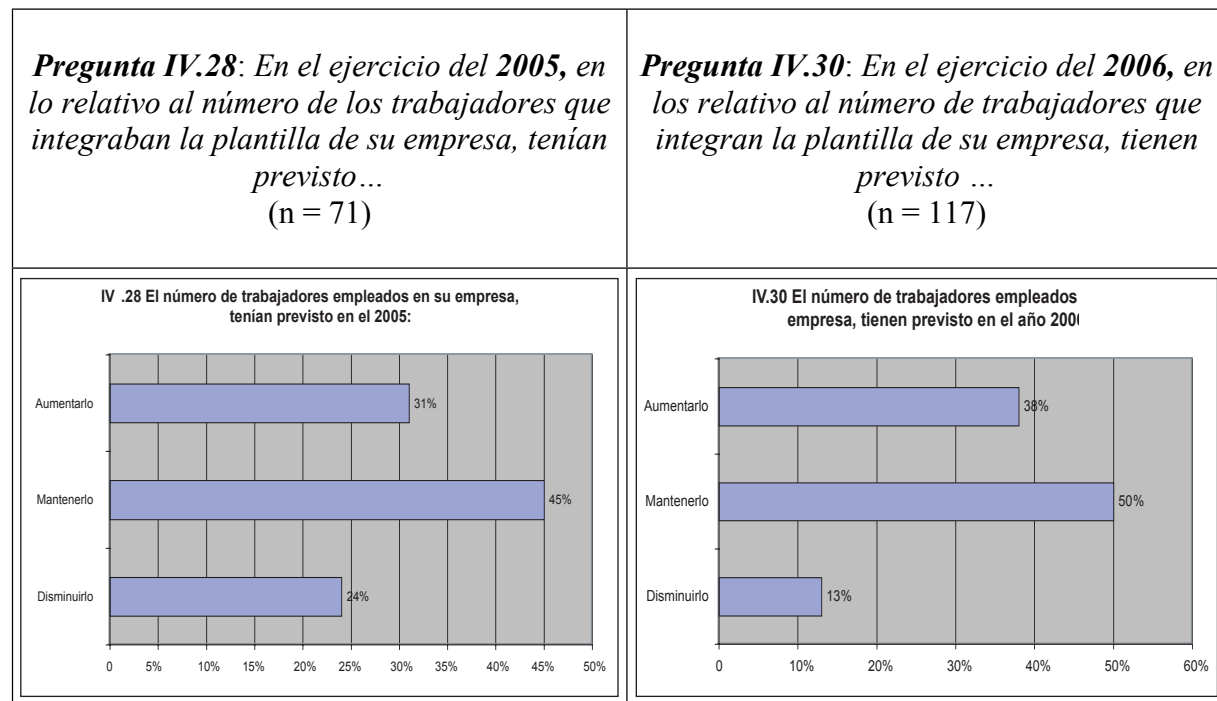
<b>Tabla III. 7</b> <b>Proporción de los productos de su empresa que en la actualidad son importados y fabricados fuera de España 2006 (N= 104)</b>						
Sectores de actividad	Menos del 10%	del 11% al 50%	del 51% al 70%	del 71% al 90%	del 91% al 100%	TOTAL
Alimentación, bebidas y tab.	80%	0%	20%	0%	0%	100%
Automoción	45%	36%	0%	9%	9%	100%
Material eléctrico y electróni.	50%	0%	25%	25%	0%	100%
Sector químico-farmacéutico	22%	33%	11%	11%	22%	100%
Metalúrgica básica	25%	38%	0%	13%	25%	100%
Otros bienes de consumo	0%	0%	0%	0%	100%	100%
Otras industrias manufacturer.	33%	33%	17%	17%	0%	100%
Sociedad de la información	7%	0%	27%	20%	47%	100%
Consultoría y serv. avanzados	78%	0%	0%	0%	22%	100%
Sector financiero y asegurador	33%	0%	33%	33%	0%	100%
Comercio	0%	6%	6%	12%	76%	100%
Hostelería	50%	50%	0%	0%	0%	100%
Otros servicios	27%	45%	9%	9%	9%	100%
Total	29%	18%	11%	12%	31%	100%
<i>Pregunta III-21: ¿Qué proporción del total de los productos que su empresa suministra al mercado español son importados y por lo tanto se fabrican fuera de España?</i>						

### **5.2. Previsión de posibles cambios en el porcentaje de los productos importados o fabricados en el exterior.**

En la pregunta III.22 se ha preguntado a las empresas, hasta que punto prevén aumentos a medio plazo de las importaciones a realizar de productos fabricados en centros de producción situados en el exterior, para abastecer la demandas de consumo del mercado interior español. En

hacer es mantener el nivel de la ocupación existente en sus plantillas (representaban un 45 % del total en el año 2005 y son todavía un 50% en el año 2006) (v. gráfico III.5. Preguntas IV.28 y IV.30).

**Gráfico III.5: Variación que se prevé va a tener lugar en el volumen de empleo 2005/2006**



El número de las empresas que manifiestan que el nivel de empleo de sus plantillas puede experimentar crecimiento ha aumentado ciertamente en el año 2006, respecto del año anterior. Ha disminuido sensiblemente, en cambio, la proporción de las empresas que anuncian que van a tener que reducir el volumen del personal contratado, por comparación a lo que anunciaban en el ejercicio pasado. Las empresas que expresan una previsión de aumento de personal son un 38 %, (frente a un 31% el año pasado). Las empresas que anuncian que van a aplicar políticas más menos drásticas de reducción del empleo son tan sólo un 13% (mientras que en el año pasado representaban un 24%).

### 6.3. Previsiones de cambio en los niveles de empleo de trabajadores en el año 2006

En la tabla III.9 se incluyen los datos relativos a las previsiones que realizan las empresas en el año 2006 sobre cambios en las plantillas de personal contratado. Los datos se presentan agrupados por sectores de actividad.

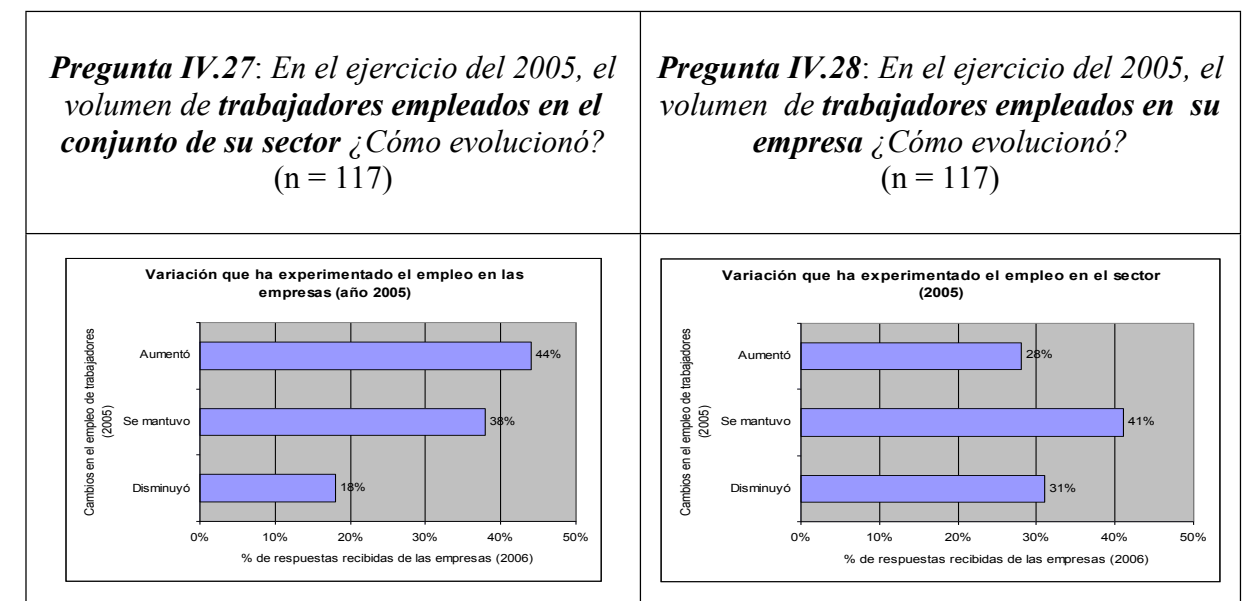
Parece evidente que las empresas que se presentan relativamente optimistas en sus planes de empleo, se concentran sobre todo en los sectores de la hostelería, de los otros servicios, de la consultoría, y de los servicios avanzados a las empresas. Seguidas a alguna distancia se encuentran las empresas situadas en el sector de la distribución comercial, y en los sectores de la sociedad de la información y la industria químico-farmacéutico (v. Tabla III.9).

Entre las que anticipan, en cambio, una posible caída en los niveles de empleo de trabajadores, se situarían sobre todo las empresas de algunos sectores como son los de la

En el mencionado gráfico III.4 podemos constatar que parece haber sido bastante expansiva en el año 2005 la trayectoria seguida por el crecimiento del número de los trabajadores ocupados en el conjunto de las empresas consultadas.

Un 44% de las empresas manifiestan que en el ejercicio pasado procedieron a aumentar sus plantillas de trabajadores contratados, mientras que a nivel de los sectores la expansión del empleo sólo aparece constatada en el 28% de las respuestas empresariales. Muy al contrario, tan sólo un 18% de las empresas son las que manifiestan haber experimentado en sus plantillas un pérdida neta de puestos de trabajo ocupados respecto al año pasado, mientras que a nivel de los sectores constatan una evolución pesimista bastantes más empresas (concretamente un 31%).

**Gráfico III.4: Variación que efectivamente ha tenido lugar en el volumen de empleo - 2005**



### 6.2. Previsiones de cambio en los niveles de empleo de trabajadores en el año 2006

En el doble gráfico III.5, que figura a continuación, establecemos una comparación entre las previsiones que las empresas realizaron en el año 2005 sobre la variación esperada de sus plantillas de trabajadores (en el BARÓMETRO de aquel año) y las previsiones que, una vez más, realizan las propias empresas en el actual BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA DEL 2006.

En líneas generales es posible afirmar que las previsiones empresariales en materia de ocupación laboral son bastante menos pesimistas en el año 2006 que en el año 2005.

Mientras que en el año 2005 un número ciertamente elevado de empresas (24%) preveían una clara reducción en el número de trabajadores empleados en sus propias plantillas, en el actual ejercicio del 2006 son bastantes menos las empresas que realizan unas previsiones parecidas (13%). Un 38% de las empresas manifiestan en el año 2006 unas expectativas de aumento de la ocupación en sus plantillas de trabajadores, mientras que en el año anterior, el 2005, las empresas que establecían este tipo de previsiones optimistas habían sido algunas menos (concretamente un 31% del total).

Por último, conviene hacer constar que sigue siendo importante en el año 2006, como ya lo era el año anterior, el número de empresas que simplemente manifiestan que lo más que pueden

pesimistas (algo o bastante pesimista), mientras que en el año anterior lo fueron nada menos que un 40%.

Por tanto, constituyen una mayoría bastante más holgada las empresas que en la actualidad se muestran bastante optimistas, por comparación al último año, en relación con las perspectivas de generación de empleos en su sector de actividad. Las que se manifiestan pesimistas, en cambio en relación con este mismo tema, son bastantes menos que en el año 2005

<b>Tabla III.10</b> <b>Perspectivas de creación de empleo</b> <b>en el propio sector en los años 2005 y 2006</b>				
<b>Categorías</b>	<b>Año 2006</b> <b>(n= 117 empresas)</b>		<b>Año 2005</b> <b>(n= 67 empresas)</b>	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy optimistas	1	1%	0	0%
Bastante optimistas	12	10%	7	10%
Algo optimistas	34	29%	13	20%
Ni optimistas, ni pesimistas	37	32%	20	30%
Algo pesimistas	18	15%	19	29%
Bastante pesimistas	10	9%	8	11%
Muy pesimistas	5	4%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100 %</b>

*Pregunta. III-18. Las perspectivas de creación de empleo a medio plazo en su sector de actividad son ....*

### 7.1. Presentación de los resultados por sectores de actividad

En la Tabla III.11 hemos recopilado, por último, algunos datos referentes, a las respuestas empresariales sobre las expectativas de generación o destrucción de puestos de trabajo al nivel sectorial.

Nos ha parecido de interés efectuar una presentación final de los datos que sobre este tema han facilitado las 117 empresas que colaboraron en la encuesta realizada, debidamente agrupados por sectores o áreas de actividad

Las empresas que ofrecen una visión sin duda más optimista sobre las posibilidades de creación del empleo sectorial se concentran en unos pocos sectores, que fundamentalmente son: la consultoría, los servicios avanzados a las empresas, la hostelería, y a cierta distancia, el sector de la distribución comercial.

En cambio, las empresas que claramente plantean unas peores perspectivas sectoriales de evolución del empleo se concentran de modo muy particular en los sectores de la

automoción, la alimentación, bebidas y tabaco, la industria química y farmacéutica, las otras industrias manufactureras y los otros bienes de consumo.

<b>Tabla III. 9</b> <b>Posibles cambios en la plantilla de los empleados de la empresa en el</b> <b>año 2006 respecto al anterior (N=111)</b>					
<b>Sectores de actividad</b>	<b>Aumento</b>	<b>Manteni-</b> <b>miento</b>	<b>Dismi-</b> <b>nución</b>	<b>Total empresas</b>	
				<b>%</b>	<b>Num.</b>
Alimentación, bebidas y tabaco	0%	40%	60%	100%	5
Automoción	0%	27%	73%	100%	11
Material eléctrico y electrónico	0%	75%	25%	100%	4
Sector químico-farmacéutico	11%	33%	56%	100%	9
Metalúrgica básica	0%	89%	11%	100%	9
Otros bienes de consumo	0%	50%	50%	100%	4
Otras industrias manufactureras	0%	43%	57%	100%	7
Sociedad de la información	18%	71%	12%	100%	17
Consultoría y servicios avanzados	33%	67%	0%	100%	9
Sector financiero y asegurador	0%	100%	0%	100%	5
Comercio	25%	58%	17%	100%	12
Hostelería	67%	0%	33%	100%	3
Otros servicios	44%	44%	13%	100%	16
<b>TOTAL</b>	<b>17%</b>	<b>55%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>	<b>111</b>

*Pregunta IV-30: En el año 2006, en lo relativo al número de los trabajadores que integran la plantilla de su empresa, tienen previsto...*

### 7. Perspectivas de variación de la ocupación de trabajadores a nivel sectorial en los años 2005 y 2006

Las perspectivas manifestadas por las empresas en cuanto a la evolución del empleo de los diversos sectores de actividad (Tabla III.10) son en general bastante pesimistas, tanto en el 2005 como en el 2006. Lo son sobre todo en términos relativos, cuando se comparan con las previsiones que las empresas establecen respecto a la evolución prevista del empleo y de los procesos de contratación de trabajadores en sus propias plantillas.

Las empresas ofrecen en general una visión más optimista (o menos pesimista) respecto a la propia evolución del empleo que cuando se refieren al comportamiento general de las empresas de su sector de actividad, se ha indicado más arriba.

Tanto en el año 2005 como en el año 2006, una gran proporción de las empresas consultadas (más del 30%) se manifiestan neutrales -no se pronuncian ni en sentido optimista ni pesimista- respecto de las expectativas de evolución del empleo a nivel sectorial.

En el año 2006, un 40 % de las empresas afirman que las expectativas de su sector en materia de creación de empleo son optimistas (algo o bastante), mientras que en el año 2005 eran tan sólo un 30%. En el año 2006 un 28 % de las empresas consultadas se han manifestado realmente

## IV. Aspectos específicos (2): Percepción de la rivalidad competitiva en los mercados. Factores de competitividad. Exportaciones.

A continuación, presentamos algunas de las respuestas que nos ofrecen una cierta valoración del comportamiento de los mercados, de la evolución de la demanda, y de los factores que previsiblemente inciden sobre la percepción existente del grado de rivalidad competitiva en los mercados por parte las empresas norteamericanas que operan en España.

Así mismo, al final del presente capítulo examinaremos cuál es la situación en que se encuentran, y en qué tipo de mercados operan, las empresas más o menos orientadas hacia los mercados de exportación.

### 8. Valoración del grado de la rivalidad competitiva en los mercados

De acuerdo con las respuestas recibidas en el BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA 2006, las empresas parecen percibir de una manera muy generalizada una rivalidad competitiva creciente en los mercados en que operan. Son un 92 %, del total de las empresas consultadas las que afirman enfrentarse a una competitividad cada vez más elevada en sus mercados, tal como observamos en la tabla IV.1.

Respuesta	Año 2005 (n=70)		Año 2006 (n=114)	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
SI	64	91%	106	92%
NO	6	9%	8	8%
TOTAL	70	100%	114	100%

*Pregunta. II - 13. ¿Se enfrentan con una rivalidad competitiva creciente en su sector de actividad?*

#### 8.1 Presentación de resultados por sectores de actividad

En la Tabla IV.2, presentamos así mismo la distribución por sectores de las respuestas recibidas en relación con el grado de rivalidad competitiva que las empresas revelan en el BARÓMETRO 2006.

La distribución comercial, la consultoría y los servicios avanzados a las empresas, el sector de los otros bienes de consumo, la metalúrgica básica, el material eléctrico y la electrónica, y las industrias de la alimentación, son los sectores en los que figura una mayor proporción de empresas que manifiestan enfrentarse a una competitividad creciente en los mercados.

automoción, de la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, y de la industria químico-farmacéutica.

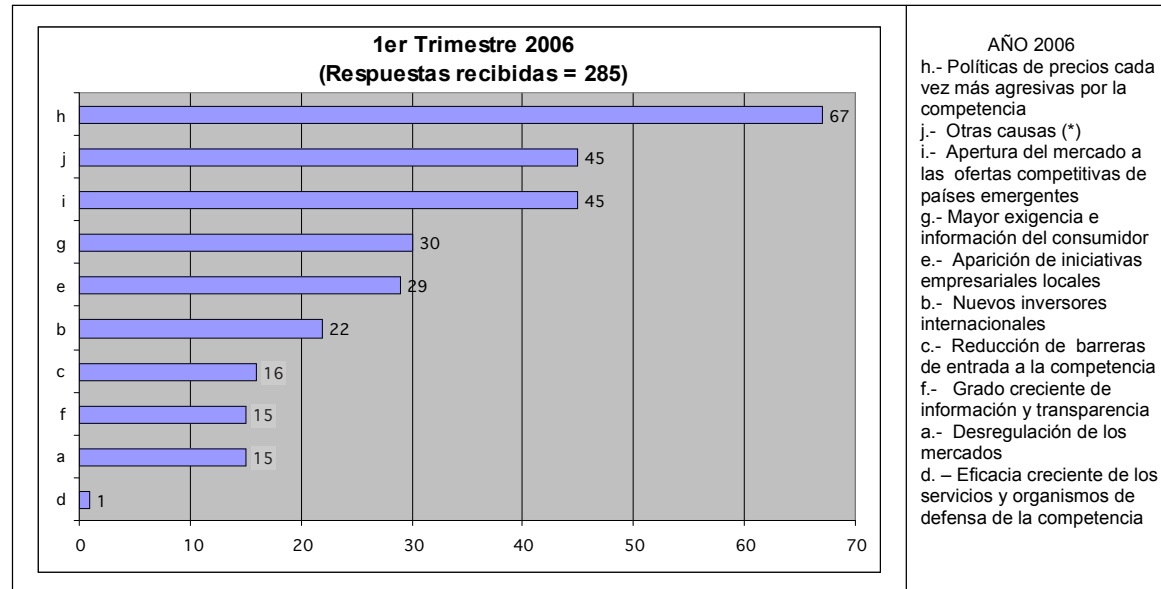
Sectores	Muy /bastante optimistas	Algo optimistas	Ni optimistas ni pesimistas	Algo pesimistas	Muy/ bastante pesimistas
1. Alimentación-bebidas y tabaco	0%	0%	40%	40%	20%
2. Automoción	0%	9%	18%	27%	45%
3. Material eléctrico y electrónico	0%	50%	25%	25%	0%
4. Sector químico-farmacéutico	0%	11%	33%	22%	33%
5. Metalurgia básica	0%	22%	56%	22%	0%
6. Otros bienes de consumo	25%	25%	50%	0%	0%
7. Otras industrias manufactureras	0%	0%	57%	14%	29%
8. Sociedad de la información	12%	41%	29%	12%	6%
9. Consultoría-servicios avanzados	33%	33%	22%	11%	0%
10. Sector financiero-asegurador	0%	17%	83%	0%	0%
11. Comercio	12%	41%	24%	12%	12%
12. Hostelería	33%	33%	0%	33%	0%
13. Otros servicios	25%	50%	13%	6%	6%
<b>TOTAL</b>	<b>11%</b>	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>15%</b>	<b>13%</b>

*Pregunta. IV-26. Las perspectivas de creación de empleo a medio plazo en su sector son:...*

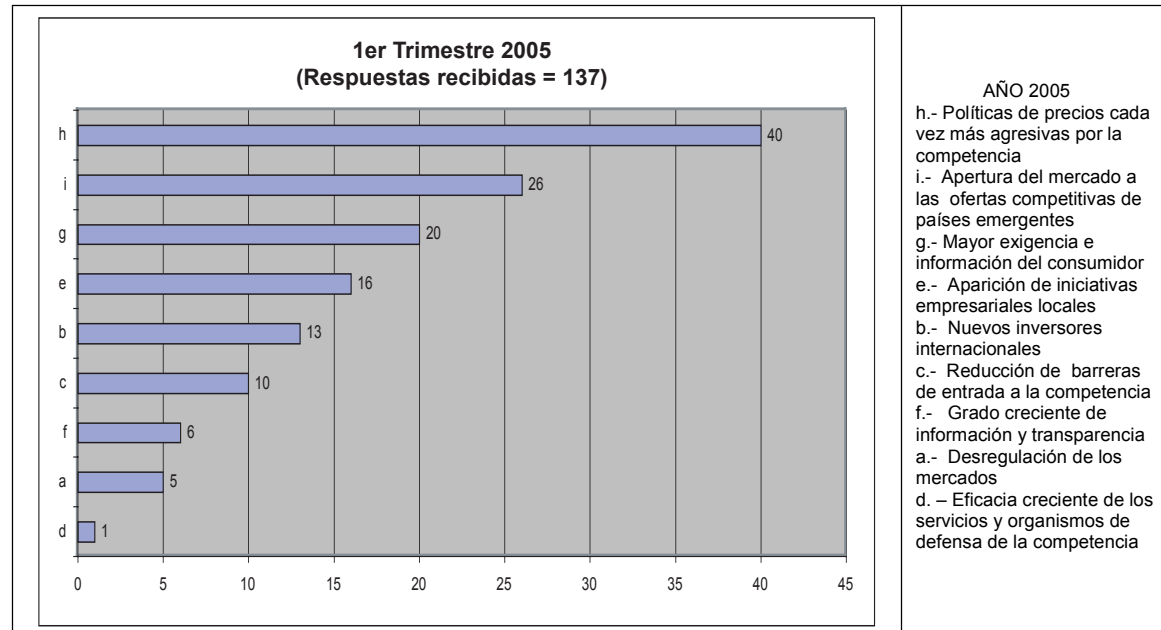


- Eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia (d)
- Aparición de nuevas iniciativas empresariales locales (e)
- Grado creciente de información y transparencia (f)
- Mayor exigencia y mayor grado de información del consumidor medio (g)
- Políticas de fijación de precios cada vez más agresiva de la competencia (h)
- Apertura del mercado a las economías emergentes que realizan ofertas competitivas (i)
- Otras causas (Ver Apéndice 1, al final del presente Capítulo IV)

**Gráfico IV. 1 - Factores que provocan mayor rivalidad competitiva**  
**Comparación de resultados (núm. de respuestas recibidas)– Años 2005-2006**  
**“Panel A” – Año 2006**



**“Panel B” – Año 2005**



Como observamos en el Gráfico IV.1 (Panel “A” y “B”) se mantienen relativamente estables, entre los años 2005 y 2006 los factores de rivalidad competitiva que más inciden sobre el comportamiento de las empresas en los respectivos mercados.

**Tabla IV.2**  
**Percepción de incremento de la rivalidad competitiva Año 2006.**  
*(Presentación de la información por sectores) TOTAL n=115*

	SÍ	NO	TOTAL	Número de respuestas
Alimentación, bebidas y tabaco	100%	0%	100%	5
Automoción	91%	9%	100%	11
Material eléctrico y electrónico	100%	0%	100%	4
Sector químico-farmacéutico	89%	11%	100%	9
Metalurgia básica	100%	0%	100%	9
Otros bienes de consumo	100%	0%	100%	4
Otras industrias manufactureras	86%	14%	100%	7
Sociedad de la información	94%	6%	100%	17
Consultoría, marketing y servicios avanzados	100%	0%	100%	7
Sector financiero y asegurador	83%	17%	100%	6
Comercio	100%	0%	100%	17
Hostelería	67%	33%	100%	3
Otros servicios	81%	19%	100%	16
<b>TOTAL</b>	<b>92%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>	<b>115</b>

*Pregunta II-13 ¿Se enfrenta su empresa cada vez más con una rivalidad competitiva creciente en su sector de actividad productiva?*

Al desglosar las respuestas por sectores, se percibe la existencia de situaciones bastante diferentes entre las empresas que operan en algunos de ellos.

Las empresas suelen encontrarse en condiciones competitivas bastante distintas cuando se enfrentan a la competencia en los grandes mercados abiertos de los bienes industriales o en ciertos ámbitos particularmente dinámicos de los servicios financieros. Ello resulta evidente cuando se establece una comparación con ciertos sectores sometidos a regulación o con algunas de las actividades más tradicionales de los servicios, en donde fundamentalmente las empresas compiten en mercados de un ámbito local o regional.

En los sectores de producción de bienes o manufacturas más modernos, la competitividad entre empresas es, al parecer, fuertemente creciente, a tenor de las respuestas recibidas. En los sectores de servicios, como era de esperar, la competitividad no parece afectar tan intensamente, a las empresas como en la mayoría de sectores.

En definitiva, es en los sectores de producción de bienes o manufacturas industriales donde se encuentran situadas las empresas que experimentan un incremento realmente significativo de rivalidad competitiva.

## 9. Análisis de los factores de rivalidad competitiva

En el gráfico IV.1 se detalla la valoración que ofrecen las empresas sobre el conjunto de factores de rivalidad competitiva que más les afectan. La información que se resume en el doble gráfico se corresponde con los resultados alcanzados en los años 2006 (Panel “A”) y 2005 (Panel “B”).

Los factores de crecimiento de la rivalidad competitiva, que se consideran son:

- Desregulación de los mercados (a)
- Nuevos inversores internacionales (b)
- Reducción de las barreras de entrada a la competencia en los mercados (c)

**Tabla IV.3**  
**Factores más importantes que las empresas asocian al incremento de la rivalidad competitiva. Análisis por sectores Año 2006.**  
**(TOTAL n=115)**

<b>Presentación de los factores (A)</b> Sectores y número de las empresas implicadas			<b>Presentación de los factores (B)</b> Sectores y número de las empresas implicadas		
<b>1. Agresividad en precios de la competencia</b>			<b>4. Nuevos inversores internacionales</b>		
	%	Número empresas		%	Número empresas
<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector	<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector
Sector químico-farmacéutico	78%	9	Otros bienes de consumo	50%	4
Otros bienes de consumo	75%	4	Alimentación, bebidas y tabaco	40%	5
Otros servicios	69%	16	Comercio	35%	17
Sector financiero y asegurador	67%	6	Otras industrias manufactureras	29%	7
Hostelería	67%	3	Material eléctrico y electrónico	25%	4
Comercio	65%	17	Otros servicios	25%	16
Alimentación, bebidas y tabaco	60%	5	Sector químico-farmacéutico	22%	9
Sociedad de la información	59%	17	Consultoría, marketing y servicios avanz.	22%	9
(TOTAL)	(57%)	(77)	TOTAL	20%	(71)
<b>2. Ofertas competitivas de países emergentes</b>			<b>5. Reducción de las barreras de entrada mercados</b>		
	%	Número empresas		%	Número empresas
<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector	<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector
Metalúrgica básica	78%	9	Otros bienes de consumo	50%	4
Material eléctrico y electrónica	75%	4	Sector financiero y asegurador	33%	6
Automoción	64%	11	Otras industrias manufactureras	29%	7
Comercio	47%	17	Sector químico-farmacéutico	22%	9
Otras industrias manufactureras	43%	7	Alimentación, bebidas y tabaco	20%	5
Sociedad de la información	41%	17	Comercio	18%	17
Alimentación, bebidas y tabaco	40%	5	TOTAL	14%	(48)
TOTAL	38%	(70)			
<b>3. Mayor exigencia del consumidor</b>			<b>6. Desregulación de los mercados</b>		
	%	Número empresas		%	Número empresas
<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector	<i>Sectores más afectados</i>	empresas	sector
Material eléctrico y electrónica	50%	4	Metalúrgica básica	44%	9
Otros bienes de consumo	50%	4	Automoción	27%	11
Sector químico-farmacéutico	44%	9	Material eléctrico y electrónico	25%	4
Consultoría, marketing y servicios avanz.	33%	9	Otros bienes de consumo	25%	16
Hostelería	33%	3	Otros servicios	12%	(44)
Otros servicios	31%	16	TOTAL		
Comercio	29%	17			
Comercio	26%	(62)			
TOTAL					
<b>7. Iniciativas empresariales locales</b>					
	%	Número empresas			
<i>Sectores más afectados</i>	empresas	Sector			
Otros servicios	50%	16			
Comercio	47%	17			
Consultoría, marketing y servicios avanza.	33%	9			
Material eléctrico y electrónica	25%	4			
TOTAL	25%	46			

Tres o cuatro grandes factores son los que aparecen como los más decisivos en estos dos años. En primer lugar, y una posición muy destacada, se sitúan, según las empresas, las políticas de fijación de precios cada vez más agresivas de los competidores. A este primer factor le siguen otros aspectos destacados, si bien algo menos mencionados por las empresas, como son (en orden decreciente): la apertura de los mercados a ofertas competitivas de países emergentes; una mayor exigencia e información del consumidor; la aparición de iniciativas empresariales locales (o endógenas) y la entrada de nuevos inversores internacionales. En lugares ya muy rezagados quedan algunos factores tales como: la reducción de barreras de entrada a la competencia; el grado creciente de información y de transparencia de los mercados; la creciente desregulación de los mercados; y una eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia.

Tanto en el año 2005 como en el año 2006 es de destacar el hecho de que las empresas sitúan en el primer lugar, y de manera muy clara, la fijación agresiva de precios por parte de la competencia, como el factor de competitividad que se manifiesta de un modo más visible en los mercados. Los restantes factores aparecen ordenados en los dos años de una forma bastante parecida, Ello nos lleva a pensar que seguramente existe una considerable estabilidad en las condiciones que determinan la rivalidad competitiva en un gran número de mercados de nuestra economía.

Conviene señalar, por último, que las empresas no se muestran demasiado sensibles, en ninguno de los dos años señalados a factores tales como, la mayor transparencia de los mercados, los efectos de la desregulación de determinados sectores, o a la presumible eficacia de los diversos organismos encargados de velar por el mantenimiento y la defensa de la libre competencia en los mercados.

### 9.1. Una consideración por sectores de los factores de rivalidad competitiva 2006. Presentación de resultados

En la Tabla IV.3 hemos recopilado buena parte de la información sectorial sobre los principales factores que afectan al incremento de la rivalidad competitiva percibida. Se han seleccionado para el análisis de cada factor incluido en la Tabla tan sólo algunos sectores; aquellos en los que existe una proporción relativamente más elevada de empresas que mencionan cada uno de los factores de rivalidad competitiva examinados en dicha Tabla.<sup>1</sup>

Entre los resultados que sin duda merecen ser destacados cabe mencionar, ante todo, el elevado porcentaje de empresas que manifiestan experimentar los efectos de políticas cada vez más agresivas de la competencia en la fijación de precios en una serie extensa de sectores de la economía (ver el apartado 1 de la Tabla IV.3). Entre los sectores más destacados, en este aspecto, merecen citarse los siguientes: la industria químico-farmacéutica, el sector de los otros bienes de consumo, los otros servicios, la hostelería, la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, el sector de la distribución comercial, y, por último, el sector de la sociedad de la información.

Si bien es cierto que en el resto de sectores existe cierto número de empresas que también les afecta el factor de precios 'agresivos' de la competencia, el hecho es que ello sucede en mucha menor proporción (v, Tabla IV.3).

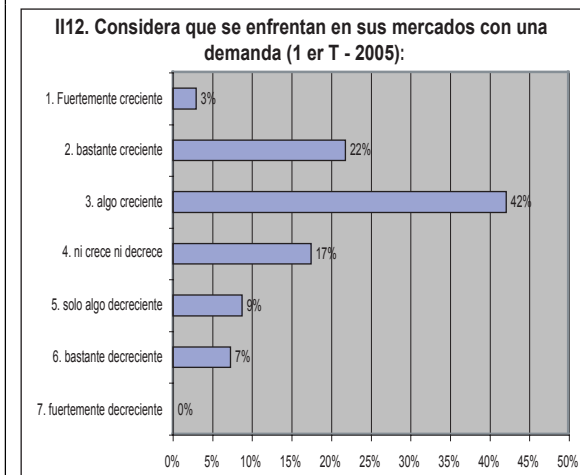
<sup>1</sup> Para que un determinado sector sea tenido en cuenta en la Tabla IV.3, deberá de satisfacerse la condición de que el porcentaje de empresas situadas en el mismo que se declaran afectadas por un determinado factor de rivalidad competitiva, supere el porcentaje global de las empresas que se manifiestan afectadas por ese mismo factor, según la encuesta del año 2006

En el BARÓMETRO 2006 son algo menos del 68% (prácticamente la misma proporción que en el año anterior) las empresas que manifiestan que prevén un mayor crecimiento de la demanda. Los que afirman en sus previsiones que la demanda o no va a crecer (19%) o va a decrecer en escasa medida (14%) se distribuyen en forma bastante parecida al año anterior.

El conjunto de los datos manejados no permiten anticipar demasiados cambios favorables en las previsiones sobre el crecimiento global de la demanda que hacen hoy las empresas. De hecho, lo que constatamos es que parece que tiende a mantenerse la situación razonablemente favorable del año anterior en cuanto a la evolución de la demanda en los mercados.

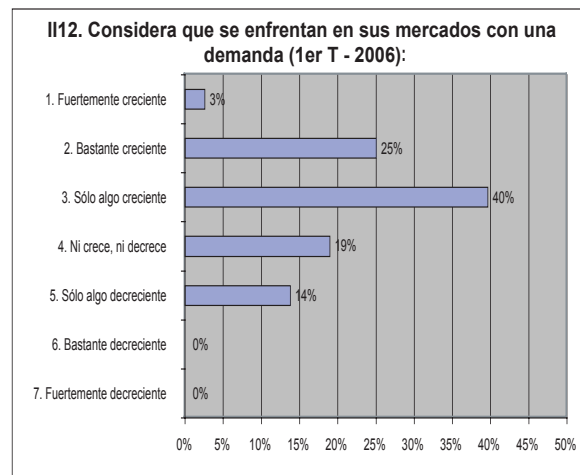
**Gráfico IV. 2: Características de la demanda en los mercados 2005**

Pregunta II - 12. Considera que se enfrentan en sus mercados con una demanda (2005):



**Gráfico IV. 3: Características de la demanda en los mercados 2006**

Pregunta II - 12 Considera que se enfrentan con una demanda que se caracteriza por... (2006)



Pregunta II-12: ¿Considera que se enfrenta en sus mercados con una demanda que hoy por hoy es ....

Las empresas situadas en los sectores de servicios de la sociedad de la información, de la industria químico-farmacéutica y de otros bienes de consumo son las que ofrecen una visión más claramente favorable en cuanto al ritmo de crecimiento de la demanda (v. Tabla IV.4). Les siguen, a corta distancia, las empresas de los sectores de la alimentación, la consultoría y los servicios avanzados a las empresas, y del sector financiero y asegurador, con unas perspectivas de crecimiento de la demanda todavía favorables, si bien algo menos optimistas.

Las previsiones de comportamiento de la demanda en el sector financiero y de los servicios avanzados a las empresas, sin ser extraordinariamente optimistas, son todavía moderadamente favorables.

Las empresas que afirman que van a tener que enfrentarse con una evolución previsiblemente decreciente de la demanda son las que pertenecen, sobre todo, a los sectores de la metalúrgica básica y del material eléctrico y electrónico.

Otros dos grandes factores, de entre los mencionados también en la Tabla IV.3, parecen afectar de manera sensible a un cierto número de empresas y de sectores. Estos dos factores son: a) la entrada creciente en los mercados de productos provenientes de las economías emergentes (apartado 2), y b) la presencia en algunos de importantes nuevos inversores, y de grupos de inversión internacional con estrategias orientadas a impulsar nuevas iniciativas de producción o a estimular el crecimiento de ciertas actividades ya existentes (apartado 5).

Un buen número de empresas de la industria metalúrgica básica, el sector del material eléctrico y la electrónica, y el sector de la automoción, seguidos de algunos otros sectores, tales como la distribución comercial, la sociedad de la información y las otras industrias manufactureras, nos indican en sus respuestas a la encuesta que se están produciendo aumentos significativos de la rivalidad competitiva, causados precisamente por la penetración creciente en sus mercados de productos competitivos provenientes de países de economías emergentes (véase apartado 2 en Tabla IV.3).

Los nuevos inversores internacionales aparecen en un número relativamente menos importante de empresas y de sectores. No se les menciona tan a menudo como sucede en el caso de los factores anteriormente mencionados (comparación apartados 1, 2 y 5 de la Tabla IV.3). De hecho, tan sólo aparece mencionado este factor en las empresas de los sectores de bienes de consumo, de la alimentación, bebidas y tabaco, y de la distribución comercial.

Por último, otros tres factores como son: a) la mayor exigencia y nivel de información del consumidor (apartado 3); b) la reducción de las barreras a la competencia en los mercados (apartado 6); y c) la desregulación de los mercados (apartado 7, Tabla IV.3), son mencionados con menor frecuencia por parte de las empresas, tal como muestra la Tabla IV.3.

## 10. Tendencias de la demanda y evolución de las ventas

Por lo que se refiere a las tendencias de crecimiento de la demanda en los mercados, en la mayoría de casos las empresas informan que sus previsiones son en general bastante favorables. Algo más del 65 % de las empresas consultadas afirman que las tendencias de demanda con que se enfrentan en los mercados son crecientes. Hay que tener en cuenta, no obstante, que tan sólo un 25 % evalúan tales crecimientos de demanda como bastante o fuertemente crecientes.

Por el lado más negativo, en cambio, un 33 % de las empresas manifiestan que no esperan en absoluto que se vayan a producir aumentos de la demanda de sus productos. Dentro de este grupo de empresas que no anticipan previsiones de crecimiento figuran aquellas que anuncian que en los mercados en donde operan la demanda tiende a ser algo decreciente (24%).

### 10.1. Ritmo de variación de la demanda en los años 2006 y 2005

Presentamos a continuación algunos de los datos sobre la percepción empresarial de la demanda tanto en el BARÓMETRO del año 2006 como en el del 2005.

Las empresas fueron bastante optimistas por lo que se refiere a la evolución esperada en el año 2005. Eran, por aquel entonces un 67 % las empresas que indicaban que, a su entender, la demanda con que se enfrentaban en los mercados en el año 2005 iba a ser (algo, bastante o mucho) creciente. Es cierto que tan sólo un 25 % mencionaron estar esperando fuertes crecimientos de la demanda en aquel año. Por otro lado, se reducían a tan sólo un 16 % las empresas que se mostraban (algo o bastante) pesimistas respecto al crecimiento esperado de la demanda (o los que preveían más bien una caída). También eran muy pocos (17 %) quienes aseguraban que lo más probable era que la demanda de su sector se mantuviera estable.



**Tabla IV. 5 Evolución de las ventas realizadas en los años 2005 y 2004 por comparación al año anterior (Pregunta II-11)**

Sectores	Año 2006		Año 2005	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy superiores	7	6%	8	11%
Bastante superiores	31	26%	13	18%
Algo superiores	46	39%	31	44%
Ni superiores, ni inferiores	15	13%	6	8%
Algo inferiores	14	12%	9	13%
Bastante inferiores	4	3%	3	4%
Muy inferiores	0	0%	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

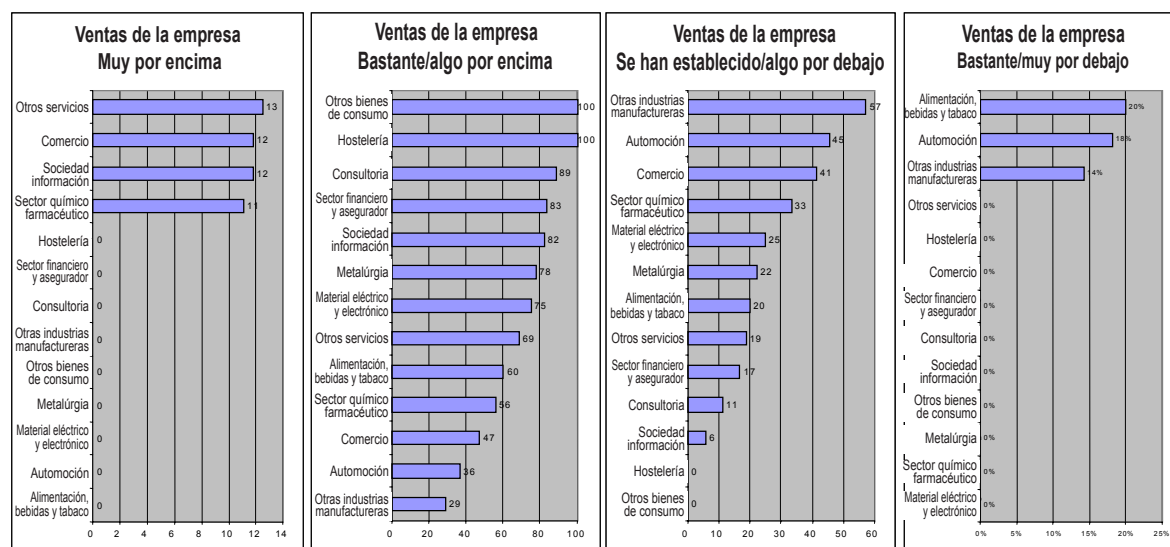
Pregunta. II - 11. Por comparación al año anterior, cual ha sido la evolución de las ventas del año 2005 (2004)

**Análisis de los resultados por sectores**

El gráfico IV.4 nos ofrece una visión resumida de cuál es la distribución por sectores de las respuestas de las empresas referentes a las tendencias de crecimiento de las ventas realizadas en el año 2005.

Por lo que se refiere a las ventas realizadas en el último ejercicio del 2005, son las empresas situadas en los sectores de la hostelería (100%), los otros bienes de consumo (100%), consultoría (89%) y de intermediación financiero y asegurador (83%) en donde se concentran los resultados más favorables. La mayoría de las respuestas que indican un claro decrecimiento, unas veces, y un cierto estancamiento otras, de la evolución de las cifras de ventas conseguidas en el año 2005, se concentran en un grupo significativo de empresas situadas en los sectores de la automoción (63%), de otras industrias manufactureras (57%) y de la alimentación bebidas y tabaco (40%).

**Gráfico IV.4: Ventas realizadas por la empresa en el año 2005. Distribución por sectores**



Pregunta II11. En el año 2005, y por comparación al año anterior, las ventas de su

**Tabla IV.4 Distribución de sectores del comportamiento de la demanda (pregunta II.14)**

Sector	Fuertemente creciente	Bastante creciente	Algo creciente	Ni crece ni decrece	Solo algo decreciente	Bastante decreciente	Fuertemente decreciente	Total
1. Alimentación-bebidas y tabaco	0 %	50 %	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
2. Automoción	0 %	33 %	0 %	33 %	33 %	0 %	0 %	100 %
3. Material eléctrico y electrónico	0 %	13 %	50 %	13 %	0 %	25 %	0 %	100 %
4. Sector químico-farmacéutico	10 %	20 %	50 %	0 %	20 %	0 %	0 %	100 %
5. Metalúrgica básica	0 %	0 %	17 %	50 %	17 %	17 %	0 %	100 %
6. Otros bienes de consumo	0 %	50 %	25 %	25 %	0 %	0 %	0 %	100 %
7. Otras industrias manufactureras	0 %	0 %	29 %	29 %	14 %	29 %	0 %	100 %
8. Sociedad de la información	13 %	38 %	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
9. Consultoría-servicios avanzados	0 %	40 %	60 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
10. Sector financiero-asegurador	0 %	20 %	80 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
11. Otros servicios	0 %	11 %	33 %	44 %	11 %	0 %	0 %	100 %
<b>Total</b>	<b>3 %</b>	<b>22 %</b>	<b>42 %</b>	<b>17 %</b>	<b>9 %</b>	<b>7 %</b>	<b>0 %</b>	<b>100 %</b>

**10. 2. Evolución de las ventas de las empresas en los años 2006 y 2005**

En la Tabla IV.5 presentamos información sobre las respuestas obtenidas de las empresas sobre las ventas realizadas tanto en el presente como en el anterior ejercicio (años 2005 y 2006).

De acuerdo con las respuestas recibidas, un 71% de las empresas afirman que sus ventas en el presente año 2006 van a ser seguramente (algo, bastante o muy superiores) superiores a las del año anterior. Las que estiman que sus ventas van a ser algo o bastante inferiores, alcanzan en este año tan sólo un el 15 % del total de las respuestas (una proporción prácticamente idéntica a la del año anterior).

Los datos permiten observar así mismo una cierta estabilización en el ritmo de crecimiento de las ventas manifestadas en el 2006 con respecto al año anterior. Los datos obtenidos en el BARÓMETRO 2005, de hecho presentaban una evolución algo más favorable. Un mayor proporción de las empresas (como podemos observar en la tabla IV.5) tendía a concentrarse con sus respuestas en las opciones más favorables. En aquel año fueron una gran mayoría – concretamente cerca del 73% - las empresas que manifestaron tener unas expectativas de ventas (algo, bastante o mucho) crecientes, mientras que las que se manifestaron netamente pesimistas en materia de previsiones de ventas fueron un grupo muy reducido (un 15%).



### 11.1. Proporción de las ventas en el mercado exterior de las empresas exportadoras

Según podemos observar en la Tabla IV.6, un 27 % de las empresas consultadas (10) dirigían de un modo prioritario sus productos (más del 50 % de sus ventas) a los mercados del exterior del país. En el año 2006, en cambio, un total de 28 empresas (un 38%) son las que mantienen una cuota de participación parecida de exportaciones sobre la totalidad de sus ventas. Éste grupo podría ser el de las empresas que merecerían ser consideradas como empresas *con una alta vocación exportadora*.

Un porcentaje mayoritario de las empresas consultadas (concretamente, un 55 % del total) en el año 2005 manifestaban ser exportadoras en unos porcentajes de ventas mucho más modestos, que no llegan a superar el 30 % de sus ventas. En el año 2006, son todavía un 53% las empresas que se declaran exportadoras en una proporción igualmente reducida.

<b>Tabla IV.6</b>				
<b>Porcentaje de las ventas en los mercados de exportación</b>				
<i>Pregunta: ¿Qué parte de las ventas de su empresa se realizan en los mercados de exportación?</i>				
(n = 38)				
	Año 2005		Año 2006	
	% sobre el total	Num. empresas	% sobre el total	Num. empresas
<10 %	34 %	13	34%	25
10-30 %	21 %	8	19%	14
31-50 %	18 %	7	9%	7
51-70 %	13 %	5	15%	11
71-90 %	11 %	4	20%	15
91-100 %	3 %	1	3%	2
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>38</b>	<b>100 %</b>	<b>74</b>

*Pregunta. V - 34. ¿Qué parte de las ventas de su empresa se realizan habitualmente en los mercados de exportación?*

### 11. 2. Principales áreas o regiones a las que exportan las empresas

El 64 % de las empresas exportadoras que participan en la encuesta del BARÓMETRO 2006 localizan sus ventas al exterior en la Unión Europea (tal como se observa en el gráfico IV.6). El resto de los mercados de exportación hacia los que dirigen también las ventas una parte de las empresas exportadoras consultadas, se localizan en los Estados Unidos, en Canadá y México (17 %), en Asia (10 %), en América Latina (4 %), y en el resto del mundo (4 %).

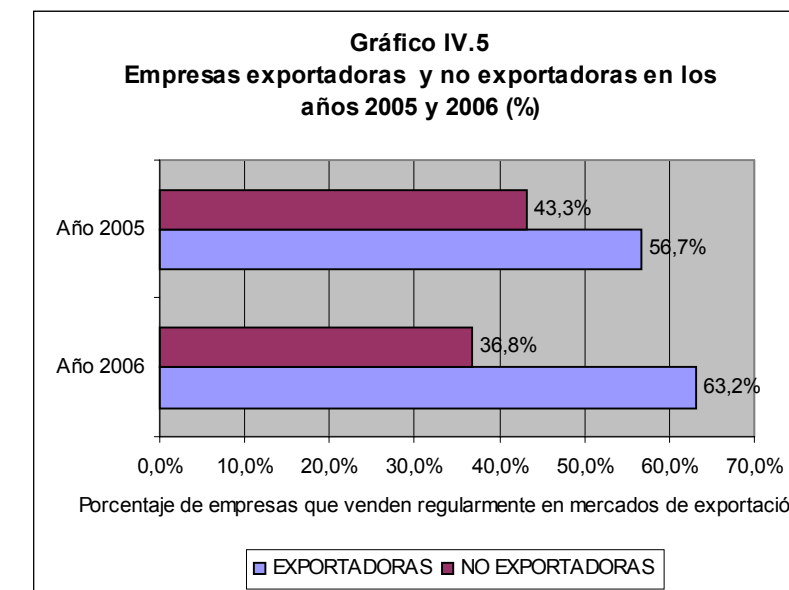
## 11. Orientación de las empresas hacia los mercados de exportación. Incidencia de los factores de rivalidad competitiva

### Grado de participación en los mercados de exportación de las empresas exportadoras

En las preguntas de V.33 a V.35 del cuestionario del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA del 2006 se han planteado a las empresas una serie de preguntas referidas al grado de participación que mantienen en los mercados de exportación, a la distribución por grandes regiones o áreas de sus volúmenes de exportación, y a las expectativas o previsiones más menos optimistas, respecto a la evolución de sus ventas al exterior a lo largo del año de 2006.

En el Gráfico IV.5 encontrará el lector datos sobre lo que representa la proporción de las empresas exportadoras respecto del conjunto de las empresas analizadas.

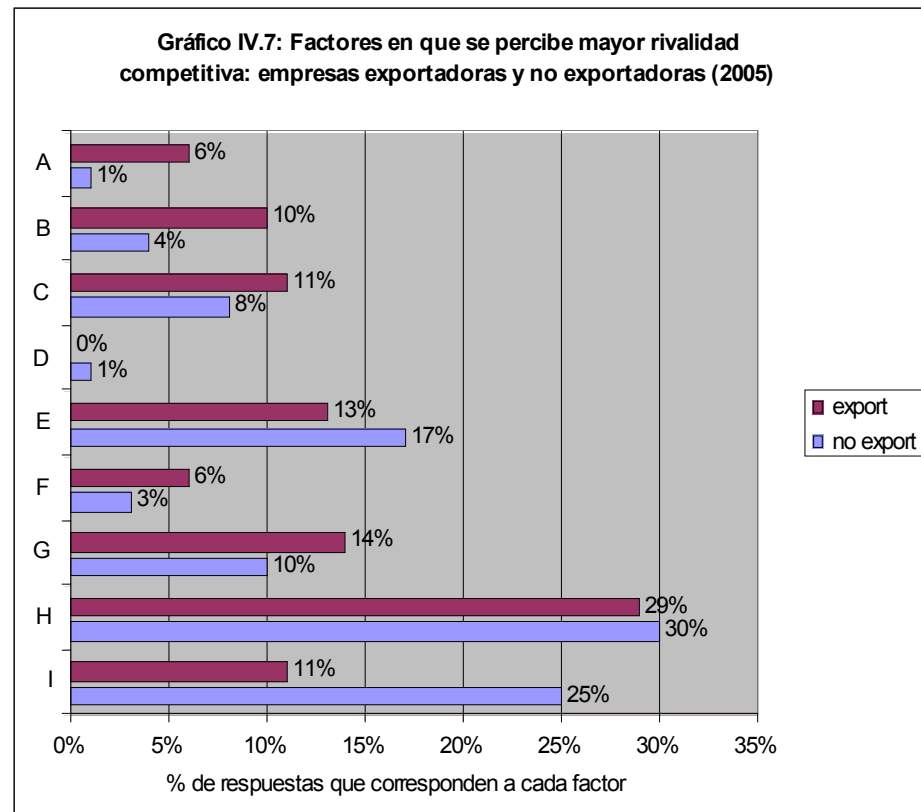
En la Tabla IV.6 presentamos, así mismo, los porcentajes de las exportaciones de estas empresas sobre el total de sus ventas. Los datos que figuran en aquel gráfico y en esta tabla están referidos a los años 2005 y 2006, para facilitar las oportunas comparaciones.



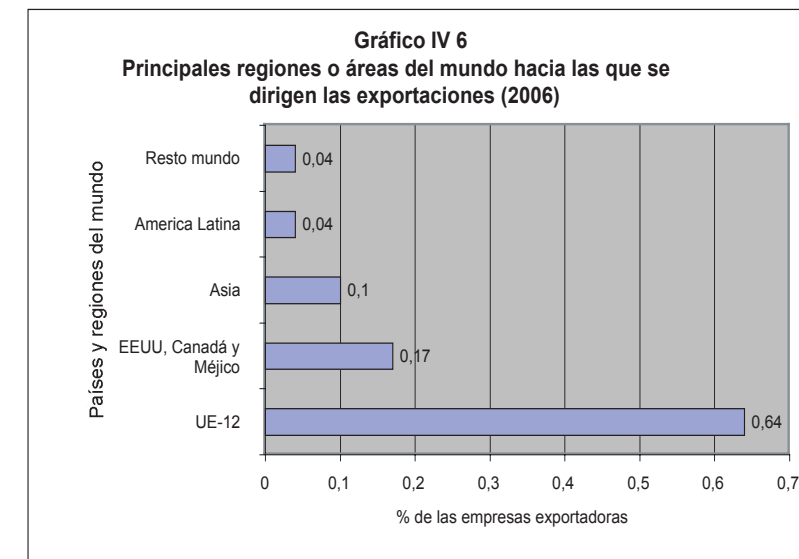
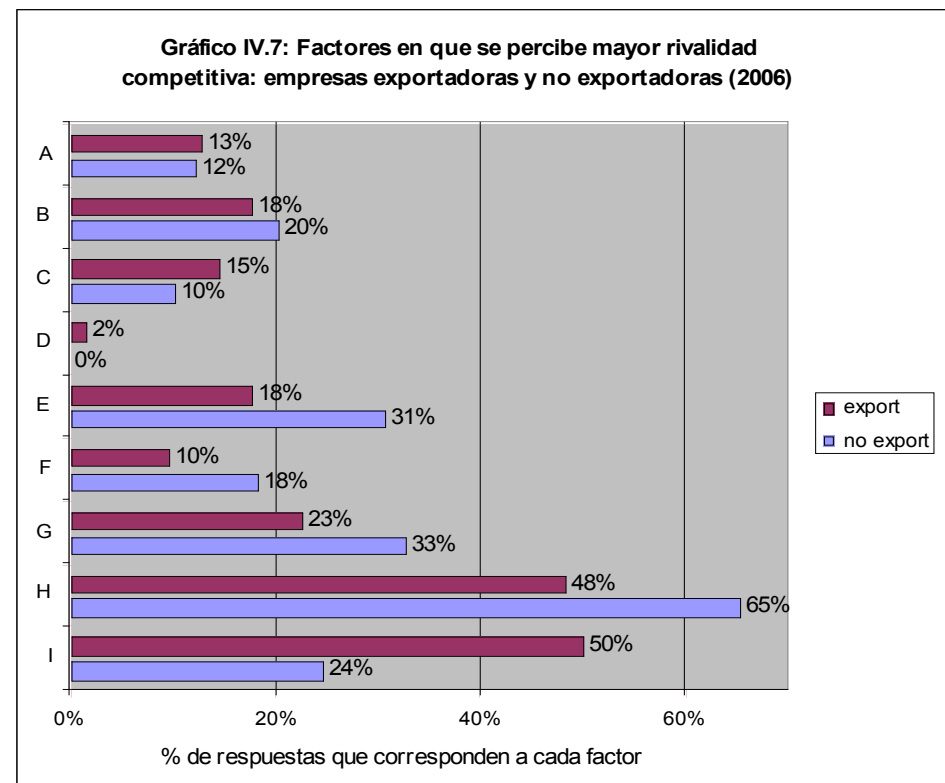
*Pregunta V-33: Su empresa, ¿realiza con regularidad las ventas de una parte de sus productos o servicios en mercados de exportación de uno o varios países? (n = 117)*

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en el año 2005, tan sólo un 57 % de las empresas exportaban regularmente sus productos o servicios a los mercados externos, mientras que el resto (es decir un 43 %) eran claramente no exportadoras. En el BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. DE ESPAÑA del año 2006, el grupo de las empresas analizado presenta una composición algo distinta en relación con este tema. Una mayor proporción de las empresas que en el año anterior exporta regularmente en la actualidad sus productos a los mercados exteriores. Concretamente, ahora son un 63% las empresas que exportan, mientras que son una clara minoría las que únicamente venden en el mercado interior (37%).

**AÑO 2005**



**AÑO 2006**



Pregunta V-31: ¿En qué mercados se concentran sus ventas más importantes? (año 2006)

**11. 3. Factores de rivalidad competitiva ante los que se manifiestan sensibles las empresas que exportan y las que no exportan**

¿Qué tipo de factores de competitividad son percibidos como más importantes por las empresas exportadoras? ¿Son éstos distintos o son más bien parecidos a los que se consideran más influyentes por parte de las empresas no exportadoras, que tan sólo venden en los mercados internos?

En el doble Gráfico IV.7 y en la Tabla IV.7 observamos cuáles son los factores que han tenido en cuenta las empresas, tanto en el año 2005 como en el 2006.

En la medida en que la competitividad en los mercados de exportación pudiera ser más intensa en determinados aspectos, por comparación a las condiciones existentes en el mercado interior, es de esperar que ello afectase a los comportamientos empresariales más competitivos frente a los mercados de las empresas exportadoras que a los de las no exportadoras.

Los factores potencialmente causantes de incrementos de competitividad que se han considerado en este análisis han sido los siguientes:

- A.- Desregulación de los mercados
- B.- Nuevos inversores internacionales
- C.- Reducción de barreras de entrada a la competencia
- D.- Eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia
- E.- Aparición de iniciativas empresariales locales
- F.- Grado creciente de información y transparencia
- G.- Mayor exigencia e información del consumidor
- H.- Políticas de precios cada vez más agresivas por la competencia
- I.- Apertura del mercado a las ofertas competitivas de países emergentes

## V. Valoración de aspectos del entorno económico y de la oferta laboral

### 12. Valoración del entorno general de la economía española

#### 12.1. Presentación de los resultados agregados

En la pregunta VI.36 de la encuesta del BARÓMETRO 2006 se pedía a las empresas norteamericanas que valorasen hasta un total de 16 elementos o características del entorno socioeconómico e institucional en el que operan. La lista de estos criterios se detalla a continuación:

Denominación de los criterios	Siglas	Denominación de los criterios	Siglas
1. Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	CONDPAGOE	9. Relación con las administraciones locales	RELAPLOCAL
2. Nivel educativo de las personas	NIVEEDUCAT	10. Costes de los servicios básicos	COSTSERVBAS
3. Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	GRACUMPCON	11. Inseguridad o baja calidad de los servicios	INSBCASERV
4. Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	EFICORDJUR	12. Impuestos y conjunto de normas fiscales	IMPUNORFISC
5. Leyes laborales existentes y forma de aplicación	LEYESLABOR	13. Transparencia y calidad de la información	TRANSPINFO
6. Relaciones sindicales y laborales en general	RELSINDIC	14. Facilidades y calidad servicios bancarios	FACLSERBAN
7. Relación con la Administración pública central	RELAPCENTR	15. Calidad de vida para personal extranjero	CAVIDAEXTR
8. Relación con las administraciones autonómicas	RELAPAUTON	16. Burocratización administración pública	GRABUROCR

El presente año 2006 la valoración media atribuida por las empresas al conjunto de los 16 elementos constitutivos del entorno ha sido de 4,06 puntos, algo por debajo, por tanto, de la del BARÓMETRO del año 2005 (4,31 puntos). Ello parece dar entender que el conjunto de las empresas se manifiestan algo menos satisfechas este año que el anterior respecto de una serie de variables definitorias del entorno económico e institucional en el que operan.

La ordenación de los aspectos del entorno que las empresas valoran con una puntuación más alta no difieren mucho, no obstante, respecto de los valores que alcanzaron el año anterior según se muestra en el gráfico V.1. Sin embargo, bastantes aspectos han recibido este año evaluaciones elevadas. Los valores situados más por encima de la media (4,06) son: *la calidad de vida ofrecida al personal extranjero* (5,49 este año; 5,56 el año anterior), *las facilidades y la calidad de los servicios bancarios que se les ofrecen* (5,02 este año; 4,91 el año anterior); *grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos entre empresas* (4,57 este año; 4,77 el año anterior); y *el nivel educativo de las personas* (4,32 este año; 4,69 el año anterior).

Algo por debajo de la media se sitúan en cambio otros temas que sin duda preocupan a las empresas, aunque posiblemente de una manera no excesiva, como son: *la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* (4,02 este año; 4,11 el año anterior); y *la relación con las administraciones locales* (4,00 en el 2006, mientras en el 2005 4,31) y *con las administraciones autonómicas* (3,99 en el 2006, y 4,38 en el 2005).

En los escalones más bajos se sitúan, según se observa en el gráfico IV.1, las valoraciones de conceptos tales como: *el grado de burocratización de la Administración pública* (3,28, frente a

En el gráfico IV.7 se observa que entre los exportadores existe, sin duda, una sensibilidad más elevada que entre los no exportadores, ante todo por el incremento de la rivalidad competitiva causada por la entrada de la ofertas de productos provenientes de las economías emergentes. Se observa también, aunque en menor medida, una elevada sensibilidad frente al incremento de las iniciativas locales y a las políticas agresivas de sus competidores. Aun siendo importantes, estos factores inciden algo menos en los mercados internos que en los de exportación.

En cambio, una mayor proporción de empresas no exportadoras tiende a percibir como más importantes cuestiones tales como la mayor exigencia del consumidor, la reducción de las barreras de entrada en los mercados y la desregulación de los mercados. Si bien es cierto, que éstos no son los factores más dominantes en el momento de valorar la mayor rivalidad, sí que se tienen más en cuenta en las empresas más concentradas en el mercado interior.

**Tabla IV. 7**  
**Factores de rivalidad competitiva a los que se enfrentan las empresas exportadoras y las no exportadoras, Año 2006**  
(% de respuestas)

Factores	Total empresas		Empresas NO exportadoras		Empresas exportadoras	
	%	Número observaciones	%	Número observaciones	%	Número observaciones
a. Desregulación mercados	13%	14	12%	6	13%	8
b. Nuevos inversores internacional	19%	21	20%	10	18%	11
c. Reducción barreras entrada	14%	14	10%	5	15%	9
d. Servicios/ políticas def. competencia	1%	1	0%	0	2%	1
e. Iniciativas empresariales locales	25%	26	31%	15	18%	11
f. Creciente información/transparencia	13%	15	18%	9	10%	6
g. Exigencia e información crecientes	26%	30	33%	16	23%	14
h. Políticas agresiva fijación de precios	57%	62	65%	32	48%	30
i. Oferta productos econ. Emergentes	38%	43	24%	12	50%	31
j. Otras causas	38%	43	43%	21	35%	22
TOTAL		269		126		143

Pregunta II-14. Los Factores a los que se debe la rivalidad competitiva creciente en los mercados en el caso de su empresa es atribuible a...

### Apéndice 1 (Capítulo IV)

En el apartado "otras causas o factores de rivalidad competitiva," correspondiente a la pregunta II-14 del cuestionario de la encuesta del Barómetro 2006, algunas empresas mencionan algunas respuestas adicionales. Entre ellas figuran las siguientes: "Nuevos sistemas de control y fijación de precios reducidos"; "Productos novedosos y competitivos"; "Cooperativas que no trasladan a precios los incrementos de costes"; "Precios y márgenes cada vez más reducidos de la competencia"; "Políticas de la UE poco competitivas"; "Concentración de la oferta en grandes multinacionales"; "La entrada de las aerolíneas *low cost* en viajes trasatlánticos"; "Elevado ritmo de innovación"; "Alta concentración del mercado"; "Reducción de precios impuestos por la administración del Estado"; "Creciente inversión en gasto publicitario y promocional"; "Deslocalización de industrias"; y "Saturación de los mercados."

Por lo que se refiere a los factores o características en que al parecer se ha mejorado de un año, al otro cabe situar: *el nivel de transparencia y la calidad de la información* (del puesto 10 ha ascendido al 5 en la tabla), *la eficacia reconocida del ordenamiento jurídico y judicial* (del puesto 12 al 7); y, aunque en menor medida, *las relaciones sindicales y laborales en general* (del puesto 15 al 13). Por el lado, ha empeorado más o menos: *la relación de las empresas con la Administración pública central* (ha descendido del puesto 5 al 10); la relación con las administraciones autonómicas (del puesto 6 al 9); *los costes y la calidad de los servicios generales básicos* (del puesto 9 al 11); y, por fin, *las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas* (del puesto 13 al 16).

**Tabla V.2: Ranking según los valores asignados a las diversas características del entorno económico e institucional**

(pregunta IV.36)

(Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)

Denominación de los criterios	Siglas	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005
Calidad de vida para personal extranjero	CAVIDAEXTR	1	1
Facilidades y calidad servicios bancarios	FACLSEBANS	2	2
Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	GRACUMPCON	3	3
Nivel educativo de las personas	NIVEEDUCAT	4	4
Transparencia y calidad de la información	TRANSPINFO	5 ++	10
Inseguridad o baja calidad de los servicios	INSBCASERV	6 +	8
Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	IMPUNORFISC	7 ++	12
Relación con las administraciones locales	EFICORDJUR	8	7
Relación con las administraciones autonómicas	RELAPLOCAL	9 -	6
Relación con la Administración pública central	RELAPAUTON	10 --	5
Costes de los servicios básicos	RELAPCENTR	11 --	9
Impuestos y conjunto de normas fiscales	COSTSERVBAS	12	11
Relaciones sindicales y laborales en general	RELSINDIC	13 +	15
Leyes laborales existentes y forma de aplicación	LEYESLABOR	14	14
Burocratización administración pública	GRABUROCR	15	16
Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	CONDPAGOE	16 --	13

Pregunta VI-36 - Partiendo de la experiencia de su empresa y a la vista de las características del entorno económico en que trabaja su empresa, valore los siguientes aspectos concretos de su entorno empresarial (escala de 1 a 7)

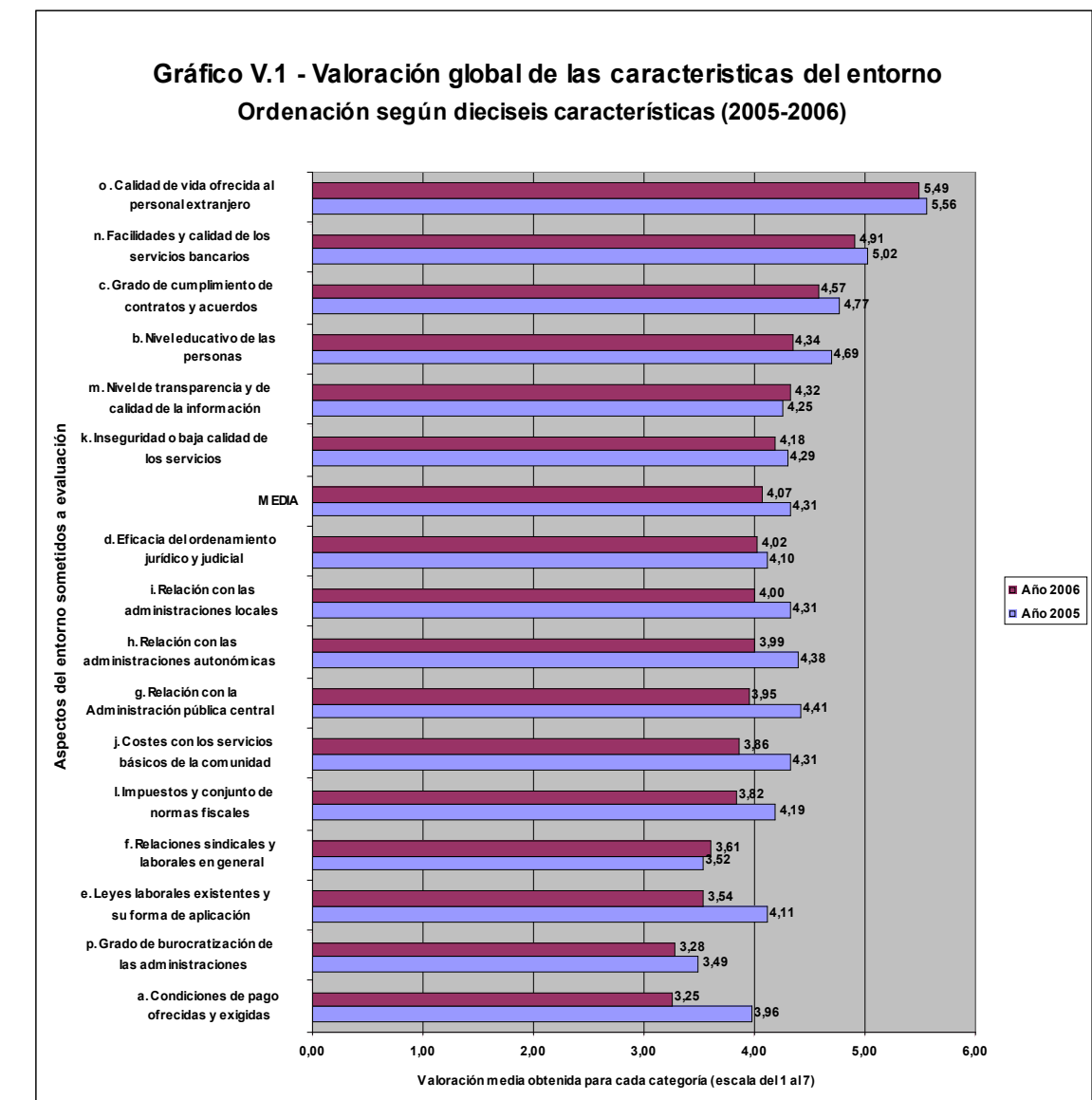
### 12.3. Presentación de los resultados según sectores

En el gráfico V.2 que figura a continuación, se reproducen en orden decreciente, los valores medios por sectores de las evaluaciones efectuadas por los empresarios en el BARÓMETRO 2006. Estos datos se presentan, una vez más, agrupados en trece grandes sectores de actividad tanto industriales como de servicios.

De acuerdo con la información recogida, las empresas que nos aportan valores medios más altos en sus valoraciones de las diversas condiciones del entorno están situadas en los sectores siguientes: los otros servicios (4,55), la automoción (4,35), los servicios de consultoría, marketing y otros servicios avanzados a las empresas (4,32), y las otras industrias manufactureras (4,31). Les siguen con un grado de satisfacción relativamente elevado (todavía por encima de la media) el sector químico-farmacéutico (4,12), el sector financiero y asegurador (4,10), y otros bienes de consumo (4,09).

3,49 en el 2005), *las relaciones sindicales y laborales en general* (3,61; frente a 3,52 en el 2005); y *las leyes laborales y su forma de aplicación* (3,54; frente a 3,74 en el 2005)

Han caído bastante por debajo del nivel en que se situaron en el año 2005 la valoración empresarial de algunos elementos característicos del entorno, tales como *las condiciones de pago ofrecidas y exigidas entre empresas* (con un valor de 3,25 en 2006, el nivel más bajo de la tabla; mientras en el año 2005, la puntuación se situaba por encima, en 3,96) y ha empeorado también sensiblemente el valor atribuido a *las relaciones con la Administración pública central* (3,95 en el 2006; frente a 4,38 en el año 2005).



### 12.2. Comparación entre las evaluaciones empresariales del entorno en los años 2005 y 2006

Los ranking de las valoraciones correspondientes a los BARÓMETROS de 2005 y 2006 que se reproducen en la Tabla V.2, nos ofrecen la imagen de una cierta estabilidad por lo que se refiere al conjunto de las opiniones de las empresas sobre el entorno económico e institucional en el que operan en España. Ha habido no obstante algunos cambios de ordenación en la valoración de diversos aspectos que sin duda vale la pena destacar.



la gran mayoría de casos, y muy probablemente reflejen cambios debidos a las diversas empresas que han integrado la muestra del BARÓMETRO de cada año.

Resulta interesante destacar, no obstante, la elevada posición que ocupan en el *ranking* del BARÓMETRO 2006 tanto el sector de otros servicios como el de la consultoría y servicios avanzados para las empresas, bastante por encima de las valoraciones del año anterior (véase tabla V.3). Se observa, en cambio, un descenso ciertamente pronunciado de las empresas del sector de material eléctrico y electrónico y de la alimentación, bebidas y tabaco.

**Tabla V.3: Ranking por sectores de los valores asignados a las diversas características del entorno económico e institucional**  
(pregunta IV.36)  
(Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)

Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005	Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005
Alimentación, bebidas y tabaco	12	7	Otros servicios	1	9
Automoción	2	1	Sociedad de la información	9	6
Material eléctrico y electrónico	13	5	Consultoría, markt. y servicios av.	3	8
Sector químico-farmacéutico	5	12	Sector financiero y asegurador	6	10
Metalurgia básica	10	4	Comercio	8	n.d.
Otros bienes de consumo	7	3	Hostelería	11	n.d.
Otras industrias manufactureras	4	2			

Pregunta VI-36 - Partiendo de la experiencia de su empresa y a la vista de las características del entorno económico en que trabaja su empresa, valore los siguientes aspectos concretos de su entorno empresarial

#### 12.4. Presentación detallada de los resultados por características y sectores

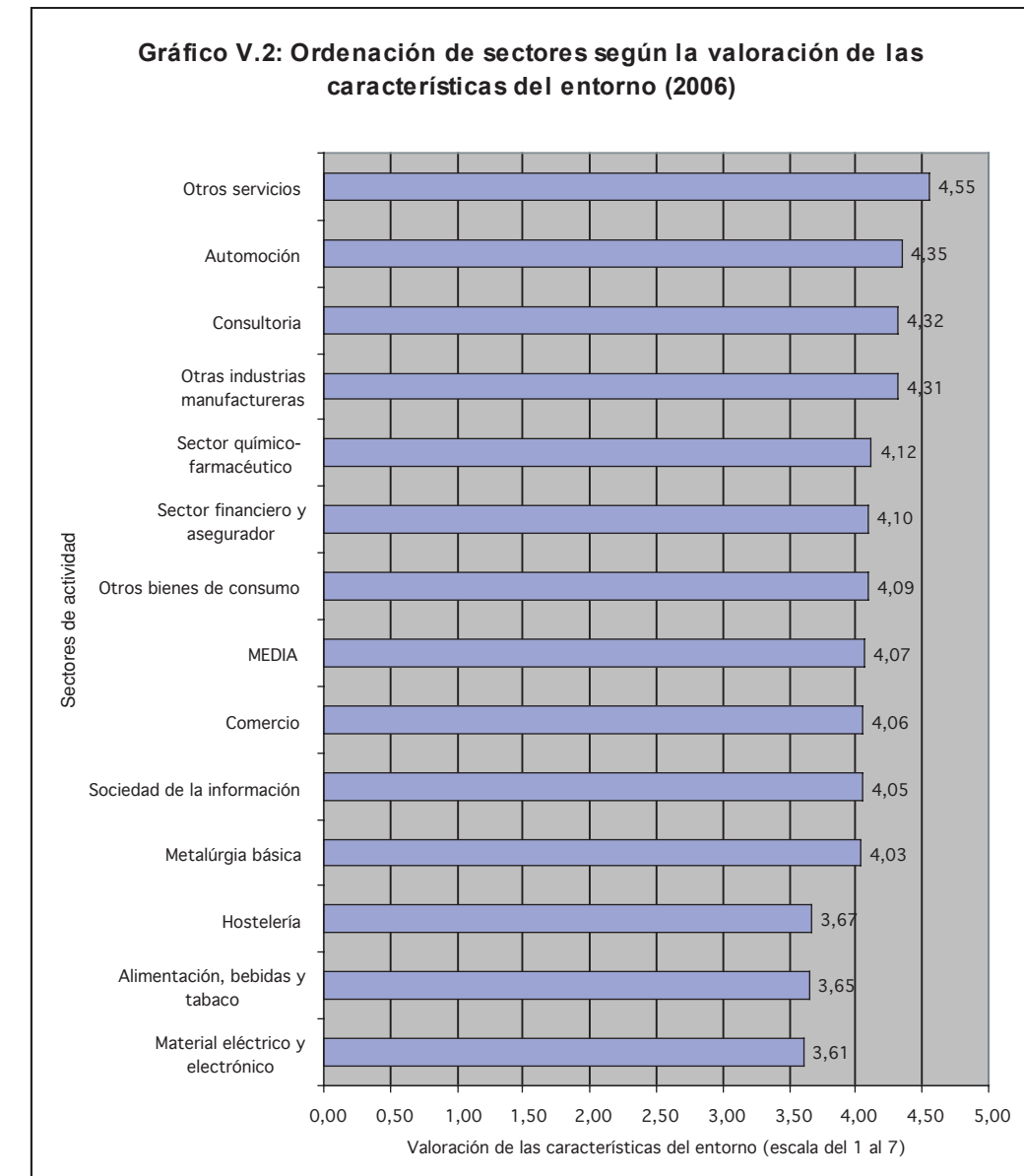
A continuación presentamos, de forma detallada por sectores, datos de la encuesta realizada con ocasión del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA del año 2006 sobre la valoración que las empresas hacen de las características del entorno en que operan. Hemos optado por efectuar una presentación selectiva de indicadores, siguiendo el cuadro de siglas establecidas en la tabla V.1 que figura más arriba, tratando de destacar tan sólo valores extremos, por encima y por debajo de la media, obtenidos a partir de las respuestas ofrecidas por las empresas pertenecientes a cada sector.

El tamaño de la muestra de que disponemos este año, con ser bastante superior en número de empresas respecto al alcanzado el año pasado, sólo permite considerar como valores indicativos, como ya hemos dicho, gran parte de la información disponible sobre cada uno de los sectores. Lo que se pretende no es ofrecer datos representativos de los sectores que a continuación se presentan, sino más bien proporcionar una mejor comprensión y un mejor encuadre de los datos obtenidos sobre la situación y las perspectivas de las empresas.

##### a) Alimentación, bebidas y tabaco

La calidad de vida para el personal extranjero (*CAVIDAEXTR*), la facilidad y la calidad de los servicios bancarios (*FACLSREBAN*), y el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos (*GACUMPCON*), son los aspectos que resultan mejor valorados por las empresas del sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco en el BARÓMETRO 2006. En cambio, se valoran de modo

Claramente por debajo de la media, en el extremo más bajo, y por tanto en una posición crítica manifiesta, se sitúan las valoraciones que nos ofrecen las empresas pertenecientes a los sectores de: material eléctrico y electrónico (3,61); industrias de la alimentación, bebidas y tabaco (3,65); y la hostelería y servicios turísticos (3,67). El sector del comercio (4,06), los servicios de la sociedad de la información (4,05), y la metalurgia básica (4,03) se sitúan por último, en posiciones menos extremas, pero en todo caso claramente por debajo de la media.



Hay que tener en cuenta, que en algunos de los sectores considerados el número de las respuestas recibidas de las empresas es muy limitado, por lo que las cifras que ofrecemos tiene tan sólo un valor indicativo. En la Tabla V.3 ofrecemos, por último, cierta información sobre los posibles cambios de ordenación de las opiniones emitidas por parte de las empresas entre el año 2005 y el 2006 cuando las agrupamos por sectores de actividad.

La posible falta de estabilidad o la variabilidad existente en ciertas valoraciones empresariales agrupadas por sectores no resultan necesariamente representativas del correspondiente sector en

(CAVIDAEXTR y FACLSERBAN). En tercer lugar, se sitúa, todavía valorada a un nivel alto, el grado de cumplimiento de los contratos y de los acuerdos, (GRACUMPCON).

Entre los aspectos peor valorados se sitúan particularmente las relaciones con la Administración pública central (RELAPCENTR), seguida de las relaciones laborales y sindicales en general (RELSINDIC) y, en el último lugar, las condiciones de pago ofrecidas y exigidas entre las empresas (CONDPAGOE).

<b>Tabla V.6: Sector material eléctrico y electrónico</b> (número de empresas: 4, valoración media: 3,61)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (3,61)	5,00	CAVIDAEXTR
	5,00	FACLSERBAN
	4,75	GRACUMPCON
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (3,61)	3,73	RELAPCENTR
	3,55	RELSINDIC
	3,18	CONDPAGOE

d) Sector químico-farmacéutico

Las empresas del sector químico-farmacéutico nos ofrecen, una vez más, en el lado de las valoraciones positivas, y en un nivel relativo de satisfacción alto, la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR) y, las facilidades y la calidad de los servicios bancarios (FACLSERBAN). A poca distancia, y todavía en el lado positivo de la tabla, se incluyen también los costes de los servicios generales básicos (COSTSERVBAS).

En cambio, son mucho más críticas en sus valoraciones de las leyes laborales existentes y su aplicación (LEYESLABOR), en las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (CONDPAGOE), y en el grado de burocratización de las administraciones públicas (GRABUROCR).

<b>Tabla V.7: Sector químico y farmacéutico</b> (número de empresas: 11, valoración media: 4,12)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,12)	6,00	CAVIDAEXTR
	5,00	FACLSERBAN
	4,88	COSTSERVBAS
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,12)	3,13	LEYESLABOR
	3,13	CONDPAGOE
	3,00	GRABUROCR

e) Metalúrgica básica

En el sector de la metalúrgica básica, las empresas consultadas muestran una elevada valoración, sobre todo en la calidad de vida que se ofrece en nuestro país al personal extranjero de las empresas (CAVIDAEXTR), sin duda la cuestión mejor valorada. En posiciones todavía muy favorables, sitúan otros aspectos tales como: la facilidad y calidad de los servicios bancarios (FACLSERBAN) y la calidad de los servicios generales básicos (INSBCASERV).

negativo (muy por debajo de la media) otros cuatro grandes aspectos. Las relaciones con la administración pública local (RELAPLOCAL) y el grado de burocratización general de las administraciones públicas (GRABUROCR). Les siguen con unos valores todavía más bajos, las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (CONDPAGOE) y las relaciones con las administraciones autonómicas (RELAPAUTOM), unas valoraciones extremadamente bajas, que muy posiblemente reflejan niveles de elevada insatisfacción empresarial en el sector en los dos últimos aspectos mencionados.

<b>Tabla V.4: Sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco</b> (número de empresas: 5, valoración media: 3,65)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (3,65)	5,60	CAVIDAEXTR
	5,20	FACLSERBAN
	4,60	GRACUMPCON
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (3,65)	2,80	RELAPLOCAL
	2,80	GRABUROCR
	2,40	CONDPAGOE
	2,40	RELAPAUTON

b) Sector de la automoción

La calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR), seguido de la facilidad y calidad de los servicios bancarios (FACLSERBAN), y el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos (GRACUMPCON), son cuestiones que resultan bastante bien valoradas por el conjunto de las once empresas encuestadas en el sector de la automoción.

En cambio, en el lado de las valoraciones claramente negativas, las empresas de la automoción sitúan tres aspectos esenciales: las leyes laborales existentes y su forma de aplicación (LEYESLABOR), el grado de burocratización de las administraciones públicas (GRABUROCR) y, en el lugar aún más bajo, las relaciones sindicales y laborales en general (RELSINDIC).

<b>Tabla V.5: Sector de la automoción</b> (número de empresas: 11, valoración media: 4,35)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,35)	5,64	CAVIDAEXTR
	5,00	FACLSERBAN
	5,00	GRACUMPCON
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,35)	3,73	LEYESLABOR
	3,55	GRABUROCR
	3,18	RELSINDIC

c) Material eléctrico y electrónico

Tres aspectos del entorno aparecen bastante bien valorados (dos de ellos, muy en particular) por las empresas del sector del material eléctrico y electrónico. En los primeros lugares, se sitúan la calidad de vida ofrecida al personal extranjero y, la facilidad y calidad de los servicios bancarios

<b>Tabla V.10: Sector otras industrias manufactureras</b> (número de empresas: 7, valoración media: 4,31)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,31)	6,00	CAVIDAEXTR
	5,29	FACLSERBAN
	5,29	RELAPLOCAL
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,31)	3,57	LEYESLABOR
	3,57	NIVEEDUCAT
	3,14	CONDPAGOE

#### h) Sector de la sociedad de la información

Según la opinión de las diecisiete empresas situadas en este sector, merecen ser valorados favorablemente los siguientes aspectos o características del entorno en el que operan: la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (*CAVIDAEXTR*), el nivel educativo de la población (*NIVEEDUCAT*) y la facilidad y calidad de los servicios bancarios (*FACLSERBAN*).

Entre las características del entorno que las empresas del sector de la información evalúan como claramente insatisfactorias figuran las siguientes tres: los impuestos y el conjunto de las normas fiscales (*IMPUNORFISC*), las relaciones laborales y sindicales en general (*RELSINDIC*) y las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (*CONDPAGOE*).

<b>Tabla V.11: Sector sociedad de la información</b> (número de empresas: 17, valoración media: 4,05)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,05)	5,35	CAVIDAEXTR
	4,59	NIVEEDUCAT
	4,53	FACLSERBAN
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,05)	3,47	IMPUNORFISC
	3,41	RELSINDIC
	3,29	CONDPAGOE

#### i) Consultoría, marketing y otros servicios avanzados

En las empresas del sector de los servicios avanzados dirigidos a las empresas (marketing, publicidad, consultoría y otros servicios profesionales), el grado de satisfacción parece ser muy elevado, sobre todo, por lo que se refiere a la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (*CAVIDAEXTR*), seguido a alguna distancia, por la facilidad y calidad de los servicios bancarios (*FACLSERBAN*) y del grado de cumplimiento de los acuerdos y contratos (*GRACUMPCON*).

En cambio, entre las características y competencias que se valoran de forma menos satisfactoria, destacan las siguientes: las leyes laborales y su forma de aplicación (*LEYESLABOR*); el grado de burocratización de las administraciones públicas (*GRABUROCR*) y las relaciones con las administraciones públicas locales (*RELAPLOCAL*).

En cambio, sitúan en el lado de las valoraciones desfavorables aspectos tales como las leyes laborales existentes y su aplicación (*LEYESLABOR*), la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial (*EFICORDJUR*), el grado de burocratización del conjunto de las administraciones públicas (*GRABUROCR*), y las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (*CONDPAGOE*).

<b>Tabla V.8: Sector metalúrgica básica</b> (número de empresas: 9, valoración media: 4,03)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,03)	5,89	CAVIDAEXTR
	5,00	FACLSERBAN
	4,89	INSBCASERV
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (4,03)	3,44	LEYESLABOR
	3,44	EFICORDJUR
	2,78	GRABUROCR
	2,78	CONDPAGOE

#### f) Otros bienes de consumo

Las empresas del sector de los otros bienes de consumo que han contestado a la encuesta otorgan altas calificaciones a conceptos tales el nivel educativo de la población (*NIVEEDUCAT*), la facilidad y la calidad de los servicios bancarios (*FACLSERBAN*), y las relaciones tanto con las administraciones tanto central como autonómicas (*RELACENTR* y *RELAPAUTON*). Ofrecen, en cambio, una valoración netamente negativa en otras cuestiones, como son las leyes laborales existentes y su forma de aplicación (*LEYESLABOR*), las condiciones pago ofrecidas y exigidas (*CONDPAGOE*) y el grado de burocratización de la Administración pública (*GRABUROCR*).

<b>Tabla V.9: Sector otros bienes de consumo</b> (número de empresas: 4, valoración media: 4,09)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CINCO con valores MÁS ALTOS > la media (4,09)	5,00	NIVEEDUCAT
	4,50	FACLSERBAN
	4,50	RELAPAUTON
	4,50	RELAPCENTR
	4,50	EFICORDJUR
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,09)	3,50	LEYESLABOR
	3,25	CONDPAGOE
	3,25	GRABUROCR

#### g) Otras industrias manufactureras

En el sector de las otras industrias manufactureras nos encontramos con el panorama siguiente. El conjunto de las empresas encuestadas en este sector nos indican que valoran favorablemente la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (*CAVIDAEXTR*), la facilidad y la calidad de los servicios bancarios (*FACLSERBAN*) y las relaciones con las administraciones públicas locales (*RELAPLOCAL*).

Entre las valoraciones insatisfactorias se sitúan, en orden decreciente: las leyes laborales existentes y su aplicación (*LEYESLABOR*), el nivel educativo de la población (*NIVEEDUCAT*) y las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (*CONDPAGOE*).



(GRABUROCR); las relaciones con las administraciones públicas locales (RELAPLOCAL); y los impuestos y la normativa fiscal (IMPUNORFISC).

<b>Tabla V.14: Sector del comercio</b> (número de empresas: 17, valoración media: 4,06)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,06)	4,94	CAVIDAEXTR
	4,94	NIVEEDUCAT
	4,82	GRACUMPCON
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (4,06)	3,53	CONDPAGOE
	3,53	GRABUROCR
	3,47	RELAPLOCAL
	3,41	IMPUNORFISC

*l) Sector de la hostelería y los servicios turísticos*

Tan sólo son tres las empresas pertenecientes a este sector que han participado en el BARÓMETRO 2006. Ellas se manifiestan moderadamente satisfechas (aunque con valores no muy altos) sobre la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR), sobre las facilidades y calidad de los servicios bancarios (FACLSERBAN); y sobre la transparencia y la calidad de la información existente (TRANSPINFO).

EN el lado negativo figuran, en cambio: las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (CONDPAGOE); las relaciones existentes con las administraciones públicas locales (RELAPLOCAL); y las leyes laborales existentes y su forma de aplicación (LEYESLABOR).

<b>Tabla V.15: Sector de la hostelería y servicios turísticos</b> (número de empresas: 3, valoración media: 3,67)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (3,67)	5,67	CAVIDAEXTR
	4,56	FACLSERBAN
	4,33	TRANSPINFO
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (3,67)	2,67	CONDPAGOE
	2,33	RELAPLOCAL
	2,33	LEYESLABOR

*m) Sector otros servicios*

Son dieciséis las empresas pertenecientes al sector otros servicios que han participado en el BARÓMETRO 2006. Éstas se manifiestan claramente satisfechas de la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR), y del nivel educativo de la población (NIVEEDUCAT). A un nivel algo más bajo, pero todavía favorable, sitúan el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos entre empresas (GRACUMPCON).

<b>Tabla V.12: Sector de la consultoría, marketing y servicios avanzados a las empresas</b> (número de empresas: 9, valoración media: 4,32)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,32)	6,22	CAVIDAEXTR
	5,56	FACLSERBAN
	5,00	GRACUMPCON
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,32)	3,67	LEYESLABOR
	3,44	GRABUROCR
	3,44	RELAPLOCAL

*j) Sector financiero y asegurador*

Las empresas del sector financiero y asegurador de las que se ha podido obtener información (un total de 6), manifiestan que se encuentran satisfechas respecto de los siguientes aspectos de su entorno: en primer lugar, la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR); a este aspecto le siguen empatados al mismo nivel: la facilidad y calidad de los servicios bancarios (FACLSERBAN), el grado de cumplimiento de los contratos y compromisos (GRACUMPCON); el nivel educativo medio de la población (NIVEEDUCAT), y las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (CONDPAGOE).

Del lado negativo figuran, en cambio: los impuestos y la normativa fiscal (IMPUNORFISC); las relaciones sindicales y laborales en general (RELSINDIC) y el grado de burocratización de las administraciones públicas (GRABUROCR).

<b>Tabla V.13: Sector financiero y asegurador</b> (número de empresas: 6, valoración media: 4,10)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CINCO con valores MÁS ALTOS > la media (4,10)	5,20	CAVIDAEXTR
	4,60	FACLSERBAN
	4,60	GRACUMPCON
	4,60	NIVEEDUCAT
	4,60	CONDPAGOE
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,10)	3,60	IMPUNORFISC
	3,60	RELSINDIC
	2,80	GRABUROCR

*k) Sector de la distribución comercial*

Las diecisiete empresas pertenecientes al sector de la distribución comercial, que han participado en el BARÓMETRO 2006, se manifiestan moderadamente satisfechas sobre la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (CAVIDAEXTR), el nivel educativo de la población (NIVEEDUCAT) y el grado de cumplimiento de los contratos y de acuerdos establecidos entre empresas (GRACUMPCON).

En el lado negativo figuran, en cambio: las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (CONDPAGOE); el grado de burocratización de las administraciones públicas



Las empresas más pequeñas (de menos de 50 trabajadores) se presentan, según parece, tanto o más optimistas que las demás, en su valoración de aspectos tales como son la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, el nivel educativo de las personas y el nivel de transparencia y calidad de la información. Las relaciones sindicales y laborales, sin duda, también les preocupan, pero en un grado que parece ser inferior al que manifiestan las grandes compañías. Se muestran, por último, francamente poco satisfechas, como podemos observar en la Tabla V.17, en tres cuestiones concretas: los costes de los servicios comunitarios básicos, la seguridad y calidad tales servicios (que valoran al nivel más bajo) y los impuestos y el conjunto de normas fiscales (a los que otorgan una valoración algo menos baja que las empresas del mayor tamaño).

	< 50 trabajadores	51-250 trabajadores	251-1000 trabajadores	>1000 trabajadores
Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	3,33	3,00	3,57	3,44
Nivel educativo de las personas	4,63	4,29	4,50	4,50
Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	4,53	4,21	5,13	4,88
Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	4,00	4,08	4,13	3,56
Leyes laborales existentes y forma de aplicación	3,83	3,68	3,77	2,75
Relaciones sindicales y laborales en general	3,57	3,66	3,96	2,94
Relación con la Administración pública central	3,97	3,87	4,07	4,38
Relación con las administraciones autonómicas	4,00	4,03	4,23	4,00
Relación con las administraciones locales	4,03	3,92	4,27	3,81
Costes de los servicios básicos	3,77	4,05	3,80	4,25
Inseguridad o baja calidad de los servicios	3,77	4,03	4,63	4,19
Impuestos y conjunto de normas fiscales	3,77	3,87	3,93	3,50
Nivel de transparencia y calidad de la información	4,40	4,37	4,30	4,06
Facilidades y calidad de los servicios bancarios	4,60	4,66	5,10	5,00
Calidad de vida ofrecida al personal extranjero	5,37	5,26	5,60	5,75
Grado de burocratización de las administraciones	3,53	3,11	3,50	3,06
MEDIA	4,07	4,00	4,28	4,00

*b) Síntesis y conclusiones finales a partir del análisis de resultados por sectores*

Presentamos a continuación de forma resumida (v. Tabla V.18) una visión de los resultados analizados hasta aquí del Barómetro 2006, en relación a las evaluaciones de las empresas sobre aspectos del entorno económico e institucional que más les afectan. Ofrecemos ahora los datos agrupados en los trece sectores de actividad del estudio, con ánimo de alcanzar unas ciertas conclusiones sobre cuales son los valores más y los menos positivos (en ciertos casos claramente negativos) entre los que se mueven las opiniones manifestadas por las empresas norteamericanas consultadas.

Según los datos de la mencionada tabla V.18, la calidad de vida para los extranjeros (aspecto que se menciona en el primer lugar en 12 sectores) seguido de las facilidades y calidad de los servicios bancarios (aspecto situado entre los primeros puestos en 10 sectores) serían, sin duda, los dos aspectos del entorno que están siendo mejor evaluados por las empresas localizadas en los sectores indicados. A mayor distancia, y situado en el tercer lugar, encontramos (aspecto mejor valorado en siete sectores): el grado de cumplimiento de los acuerdos y los contratos entre las empresas.

En tres de los sectores -automoción, consultoría y servicios avanzados, y otros servicios- han proporcionado las valoraciones más altas del nivel educativo de la población, que debería añadirse a los anteriores, como unos de los aspectos mejor evaluados por las empresas.

En el lado, de las características del entorno que son peor valoradas por las empresas consultadas se sitúan aspectos muy concretos como: las condiciones de pago ofrecidas y exigidas entre las empresas (mencionado entre los aspectos peor valorados en nueve sectores de actividad), y el alto grado de burocratización de las administraciones públicas (citado entre los tres aspectos peor evaluados por las empresas de ocho sectores de actividad).

En el lado negativo figuran, en cambio: la calidad de los servicios básicos de la comunidad (*INSBCASERV*); las condiciones de pago ofrecidas y exigidas por las empresas (*CONDPAGOE*); y el grado de burocratización de las administraciones públicas locales (*GRABUROCR*).

Características con valores "extremos"	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,55)	5,88 5,25 4,94	CAVIDAEXTR NIVEEDUCAT GRACUMPCON
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,55)	4,06 3,50 3,44	INSBCASERV CONDPAGOE GRABUROCR

**12.5. Resumen y comentarios finales sobre la valoración del entorno 2006**

Presentamos a continuación algunos comentarios sintéticos sobre la valoración que las empresas hacen de las principales características del entorno económico e institucional en el que operan. Introduciremos para ello, en primer lugar, una cierta consideración sobre el tamaño de las empresas en términos del número de trabajadores empleados. Realizaremos, en segundo lugar, una presentación resumida de las conclusiones a que es posible llegar a partir del tratamiento de la información disponible a nivel sectorial. Trataremos de ofrecer, en definitiva, una cierta síntesis de las valoraciones que las empresas hacen de los principales aspectos del entorno en el que hoy operan en España.

*a) Una consideración de las opiniones manifestadas según el tamaño de las empresas*

En la Tabla V.17 presentamos los resultados relativos a la valoración empresarial de las características del entorno, en función del tamaño de las empresas -número de trabajadores contratados. Si bien es cierto que las valoraciones se presentan relativamente uniformes entre las empresas de los diversos tamaños, es posible detectar algunas diferencias significativas.

Las empresas de mayor tamaño (las de más de 1000 trabajadores) se muestran relativamente más satisfechas por lo que se refiere a tres aspectos concretos: la calidad de vida del personal extranjero, las facilidades y calidad de los servicios bancarios, y la relación que mantienen en particular con la Administración pública central (aspectos que en general comparten con la empresas de tamaño medio-grande, de 251-1000 trabajadores). Se presentan, en cambio, particularmente insatisfechas por lo que se refiere a las relaciones sindicales y laborales con sus trabajadores, la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial español, y las leyes laborales existentes y su forma de aplicación. También muestra este grupo de empresas una mayor sensibilidad crítica, al parecer, por lo que se refiere a la valoración que realizan de los impuestos y del conjunto de normas fiscales (v. Tabla V.7).

Respecto al cumplimiento de los contratos y acuerdos en el mundo empresarial parece claro que son las empresas de tamaño medio-grande las que se nos muestran en una posición relativa aparentemente más satisfactoria de acuerdo con la valoración que realizan de su experiencia en este aspecto del entorno económico. Estas empresas son las que también valoran más favorablemente las relaciones con las administraciones autonómicas y locales. Son, en cambio críticas respecto del coste de los servicios básicos, que tienden a valorar bastante por debajo de cómo lo hacen las empresas de los otros tamaños.

Entre aquellos sectores en los que las empresas proporcionan peores valoraciones del conjunto de las características que definen el entorno económico e institucional, cabe resaltar: los de la producción de material eléctrico y electrónico, la industria metalúrgica, y el sector de la alimentación, bebidas y tabaco. Los aspectos del entorno que resultan peor valorados son: el elevado grado de burocratización de las administraciones; en algunos casos, las relaciones con las administraciones central y autonómica; y, por último, en algún caso concreto, la falta de eficacia del ordenamiento jurídico y judicial.

### 13. Grado de adecuación de la oferta laboral a las necesidades de la propia empresa

#### 13.1. Presentación global de los resultados agregados

En sus respuestas a la pregunta IV.31 de la encuesta del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA del año 2006, las empresas consultadas han valorado el grado de adecuación de los trabajadores contratados a las necesidades de las empresas, partiendo de un total de 14 criterios.

La lista de 14 criterios empleados se detalla en la tabla V.18 que figura a continuación:

<b>Tabla V.18: Criterios de valoración del grado de adecuación de los trabajadores contratados a las necesidades de su empresa (pregunta IV.31)</b> (escala de 1 = valor mínimo a 7 = valor máximo)			
Denominación de los criterios	Siglas	Denominación de los criterios	Siglas
1. Aceptación de responsabilidades y objetivos 2. Aceptación de la flexibilidad y la movilidad 3. Atención a la mejora de la productividad 4. Atención a la calidad 5. Autonomía en el trabajo 6. Capacidad de aprendizaje 7. Capacidad para resolver problemas	ACEPRESOBJET ACEFLEXMOV ATENPRODVAD ATENCALIDAD AUTONOTRAJ CAPAPRENDIZAJ CAPARESPROB	8. Capacidad para el trabajo en equipo 9. Capacidad para tomar decisiones 10. Compromiso con la organización 11. Compromiso con la mejora continua 12. Control de costes 13. Conocimiento de otros idiomas 14. Relación con los clientes	CAPATRABEQUIP CAPATDECISIONS COMPROMORGAN COMPROMEJORA CONTROLCOSTES CONOCIDIOMAS RELACCLIENTES

Según la encuesta, existen diversos grados de satisfacción en las empresas, según el tipo de situación y sectores, por lo que se refiere al grado de la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la propia organización. Los resultados obtenidos se presentan de modo global en el gráfico V.3 en el que se incluyen las evaluaciones de cada uno de los catorce criterios utilizados.

De manera global, los criterios que son merecedores de una valoración más alta (claramente por encima de la media = 4,72) son los siguientes: *la relación de los trabajadores con los clientes* (5,30); *la capacidad de aprendizaje de los trabajadores* (5,28); *la atención a la calidad* (5,17); *la aceptación de responsabilidades y objetivos* (5,07). A éstos les siguen, todavía en la parte alta de la tabla (con valores por encima de la media), *la capacidad de los trabajadores para resolver problemas* (4,95); *la capacidad de trabajar en equipo* (4,94); *la autonomía en el trabajo* (4,88) y *el compromiso de aquellos con la organización* (4,82).

En el lado opuesto, es decir allí donde el nivel de las valoraciones efectuadas es el más bajo, y en donde cabe presumir un más alto grado de insatisfacción empresarial, se sitúan los aspectos siguientes: *la falta de conocimiento del idioma inglés* (3,57) y *la escasa aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral por parte de los trabajadores* (3,58).

A estos les siguen, a no mucha distancia, la valoración que las empresas hacen del contenido y la forma de aplicación de las leyes laborales (mencionado en siete sectores de actividad) y, a bastante distancia, las relaciones sindicales y laborales (como podemos ver en la Tabla V.18 que sigue a continuación, mencionadas en posiciones negativas relativamente destacadas en cuatro sectores más).

<b>TABLA V. 18 -RESUMEN FINAL</b> <b>Valoraciones más extremas por sectores. Aspectos del entorno de las empresas.</b> (Número de empresas sectores a que corresponden en el 2006)			
Sectores de actividad – INDUSTRIA (1 a 7) (Valoración / Número de empresas)		Sectores de actividad - SERVICIOS (8 a 13) (Valoración media / Número de empresas)	
Los tres aspectos PEOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos PEOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por sector
<b>Sector 1 – Alimentación, bebidas y tabaco</b> (Valoración media: 3,65) (n =5)		<b>Sector 8. Sociedad de la información</b> (Valoración media: 4,05) (n 17)	
GRABUROCR (Sec1) CONDPAOE (Sec1) RELAPAUTON (Sec1)	CAVIDAEXTR (Sec1) FACLSERBAN (Sec1) GRACUMPCON (Se1)	IMPUNORFISC (Sec8) RELSINDIC (Sec8) CONDPAOE (Sec8)	CAVIDAEXTR (Sec8) NIVEEDUCAT (Sec8) FACLSERBAN (Sec8)
<b>Sector 2 – Automoción</b> (Valoración media: 4,35) (n =11)		<b>Sector 9. Consultoría, marketing y servicios avanzados</b> (Valoración media: 4,32) (n =9)	
LEYESLABOR (Sec2) GRABUROCR (Sec2) RELSINDIC (Sec2)	CAVIDAEXTR (Sec2) FACLSERBAN (Sec2) GRACUMPCON (Sec2)	LEYESLABOR (Sec9) GRABUROCR (Sec9) RELAPLOCAL (Sec9)	CAVIDAEXTR (Sec9) FACLSERBAN (Sec9) GRACUMPCON (Se9)
<b>Sector 3 - Material eléctrico y electrónico</b> (Valoración media: 3,61) (n =4)		<b>Sector 10. Sector financiero y asegurador</b> (Valoración media: 4,10) (n =6)	
RELAPCENTR (Sec3) RELSINDIC (Sec3) CONDPAOE (Sec3)	CAVIDAEXTR (Sec3) FACLSERBAN (Sec3) GRACUMPCON (Se3)	IMPUNORFISC (Sec10) RELSINDIC (Sec10) GRABUROCR (Sec10)	CAVIDAEXTR (Sec10) FACLSERBAN (Se10) GRACUMPCON (S10)
<b>Sector 4 – Sector químico-farmacéutico</b> (Valoración media: 4,12) (n =11)		<b>Sector 11. Sector de la distribución comercial</b> (Valoración media: 4,06) (n =17)	
LEYESLABOR (Sec4) CONDPAOE (Sec4) GRABUROCR (Sec4)	CAVIDAEXTR (Sec4) FACLSERBAN (Sec4) COSTSERVBAS (Se4)	CONDPAOE (Sec11) GRABUROCR (Sec11) RELAPLOCAL (Sec11)	CAVIDAEXTR (Se11) NIVEEDUCAT (Se11) GRACUMPCON(Se11)
<b>Sector 5 – Industria metalúrgica básica</b> (Valoración media: 4,03) (n =9)		<b>Sector 12 . Sector hostelería y servicios turísticos</b> (Valoración media: 3,67) (n =3)	
EFICORDJUR (Sec5) GRABUROCR (Sec5) CONDPAOE (Sec5)	CAVIDAEXTR (Sec5) FACLSERBAN (Sec5) INSBCASERV (Sec5)	CONDPAOE (Sec12) RELAPLOCAL (Sec12) LEYESLABOR (Sec12)	CAVIDAEXTR (Se12) FACLSERBAN (Se12) TRANSPINFO (Se12)
<b>Sector 6 - Otros bienes de consumo</b> (Valoración media: 4,09) (n =4)		<b>Sector 13 – Otros servicios</b> (Valoración media: 4,55) (n =16)	
LEYESLABOR (Sec6) CONDPAOE (Sec6) GRABUROCR (Sec6)	NIVEEDUCAT (Sec6) FACLSERBAN (Sec6) RELAPCENTR (Sec6)	INSBCASERV (Sec13) CONDPAOE (Sec13) GRABUROCR (Sec13)	CAVIDAEXTR (Se13) NIVEEDUCAT (Se13) GRACUMPCON(Se13)
<b>Sector 7 – Otras industrias manufactureras</b> (Valoración media: 4,31) (n =7)		Pregunta VI-36 - Partiendo de la experiencia de su empresa y a la vista de las características del entorno económico en que trabajan valore los siguientes aspectos concretos de su entorno empresarial (escala de 1 a 7)	
LEYESLABOR (Sec7) NIVEEDUCAT (Sec7) CONDPAOE (Sec7)	CAVIDAEXTR (Sec7) FACLSERBAN (Sec7) RELAPLOCAL (Sec7)		

Atendiendo a la ordenación de los diversos criterios de evaluación en cada uno de los dos años, la Tabla V.19 indica que en dos aspectos muy concretos, la relación de los trabajadores con los clientes y con la capacidad de aprendizaje de los trabajadores, ha existido en los dos años un alto nivel de satisfacción que parece persistir. A ello se añade en el año 2006 dos nuevos conceptos: la atención a la calidad y a la aceptación de responsabilidades y objetivos, que pasan a recibir ese año una valoración más elevada por parte de las empresas encuestadas.

En el otro extremo de la tabla –allí donde se detecta unos grados de satisfacción más bajos – encontramos una extraordinaria estabilidad en las evaluaciones que realizan los empresarios en los BARÓMETROS DEL 2005 Y EL 2006. En la cuestión del control de los costes, la aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral por parte de los trabajadores, y muy en particular, en el tema del conocimiento del idioma inglés, las evaluaciones que realizan las empresas son particularmente bajas – de hecho las más bajas- en los dos años.

Algunas variaciones se observan, en cambio, por lo que se refiere a cuestiones que hasta cierto punto reciben valoraciones menos extremas en uno y otro año. Así, por lo que se refiere a la autonomía en el trabajo y la capacidad de tomar decisiones, parece que ha habido alguna mejora entre los dos años 2005 y 2006, de acuerdo con las opiniones manifestadas por los empresarios.

En cambio, por lo que se refiere a temas tales como el compromiso con la mejora continua, la capacidad de trabajo en equipo y el compromiso con la organización, la caída del grado de satisfacción manifestado por las empresas parece relativamente claro.

<b>Tabla V.19: Ranking según valoración del grado de adecuación de los trabajadores contratados a las necesidades de su empresa</b> (Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)			
Denominación de los criterios	Siglas	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005
Relación con los clientes	RELACCLIENTES	1	2
Capacidad de aprendizaje	CAPAPRENDIZAJ	2	1
Atención a la calidad	ATENCALIDAD	3 +	5
Aceptación de responsabilidades y objetivos	ACEPRESPOBJET	4 ++	8
Capacidad para resolver problemas	CAPARESPROB	5 -	3
Capacidad para el trabajo en equipo	CAPATRABEQUIP	6 -	4
Autonomía en el trabajo	AUTONOTRABAJ	7 +	9
Compromiso con la organización	COMPROMORGAN	8 -	6
Capacidad para tomar decisiones	CAPATDECISIONS	9 +	10
Compromiso con la mejora continua	COMPROMEJORA	10 - -	7
Atención a la mejora de la productividad	ATENPRODVIDAD	11	11
Control de costes	CONTROLCOSTES	12	12
Aceptación de la flexibilidad y la movilidad	ACEPFLEXMOV	13	13
Conocimiento de otros idiomas	CONOCIDIOMAS	14	14

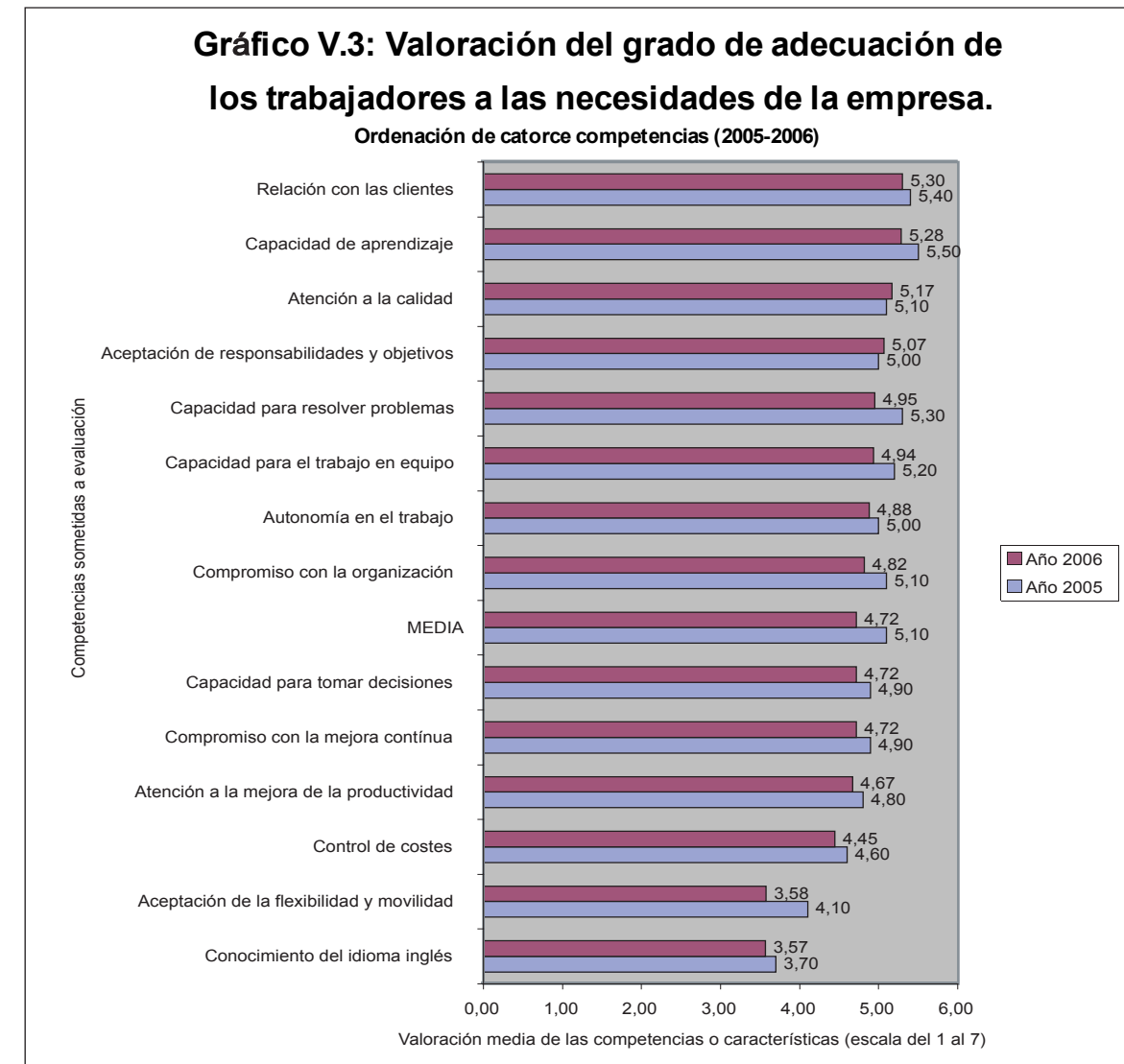
Pregunta VI-31 - De acuerdo con su experiencia ¿cómo puntuaría el nivel de adecuación a las necesidades de su empresa de los trabajadores españoles que han contratado?

### 13.3. Presentación general de los resultados por sectores

En el gráfico V.4 figuran, debidamente clasificados por sectores y en orden decreciente, los valores medios atribuidos por los empresarios al grado de adecuación de la oferta de trabajo a las necesidades o a las exigencias de sus empresas.

En el nivel más alto de satisfacción, se sitúan al parecer las empresas de la distribución comercial (5,18), seguidas a poca distancia por las empresas de consultoría, marketing y

Otros temas, tales como la atención insuficiente al control de los costes (4,45) y la escasa atención a la mejora de la productividad (4,67), son así mismo temas que merecen una calificación relativamente insuficiente. Cuestiones tales como el escaso compromiso con la mejora continua (4,72) y la baja capacidad para tomar decisiones (4,72), sin ser objeto de una valoración muy baja, también se sitúan, al parecer, en una cierta zona intermedia, no del todo satisfactoria, en opinión de bastantes empresas.



### 13.2. Comparación entre la valoración empresarial de los trabajadores en los años 2004 y 2005

En la tabla V.19 que figura más abajo, se recopila dos rankings, correspondientes a los BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS 2005 y 2006, elaborados a partir de las valoraciones que los empresarios han hecho sobre el grado de adecuación de los trabajadores contratados a las necesidades de su empresa. En ellos, comparamos los resultados obtenidos respecto de aquellos criterios o características que se solicitaron en las dos encuestas. En el fondo, existe una considerable estabilidad en cuanto al tipo de valoraciones efectuadas en uno y otro año en bastantes de los temas analizados. Es cierto no obstante, como veremos, que los valores medios han tendido a reducir ligeramente.



medio de las calificaciones otorgadas para el conjunto de los criterios o magnitudes incluidos en la pregunta IV.31.

Algunos de los sectores como son la hostelería y el comercio, que en el año 2006 aparecen situados en las situaciones más extremas, no pudieron ser desglosados en el año anterior, por falta de datos suficientes y, por lo tanto, para ellos no es posible establecer comparación alguna entre estos dos años.

Las empresas que figuran integradas en algunos sectores concretos, como son la automoción (en la parte baja de la tabla en los dos años) y el sector financiero y asegurador (en la parte más alta o favorable), dan muestras de una notable estabilidad entre el 2005 y el 2006. Particularmente, por lo que se refiere a su posición relativa en términos del grado de satisfacción respecto del personal contratado. En el primer grupo de empresas (el de la automoción), la insatisfacción ya parecía elevada en el primero de los dos años, y lo sigue siendo hoy en día. En el caso del segundo sector (el financiero-asegurador), los grados de satisfacción se muestran, así mismo, elevados en los dos años.

Entre los sectores en donde las empresas consultadas parecen haber visto empeorada su situación figuran, según observamos en la Tabla V.20, la alimentación, bebidas y tabaco, la metalúrgica básica, los servicios de la sociedad de la información, las otras industria manufactureras, y los otros bienes de consumo. Aquellos casos, por el contrario, en los que la situación parece haber mejorado se encontrarían situados en los sectores de la consultoría, marketing y servicios avanzados, y los otros servicios.

**Tabla V. 20 : Ranking por sectores según valoración del grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de su empresa**  
(pregunta IV.31)  
(Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)

Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005	Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006	Posición en el Ranking 2005
Comercio	1	n d	Material eléctrico y electrónico	8	9
Consultoría, Mark. y serv. avanzados	2	6	Metalurgia básica	9	5
Sector financiero y asegurador	3	4	Alimentación, bebidas y tabaco	10	2
Sector químico-farmacéutico	4	7	Automoción	11	11
Otros bienes de consumo	5	1	Otras industrias manufactureras	12	8
Otros servicios	6	10	Hostelería	13	n d
Sociedad de la información	7	3			

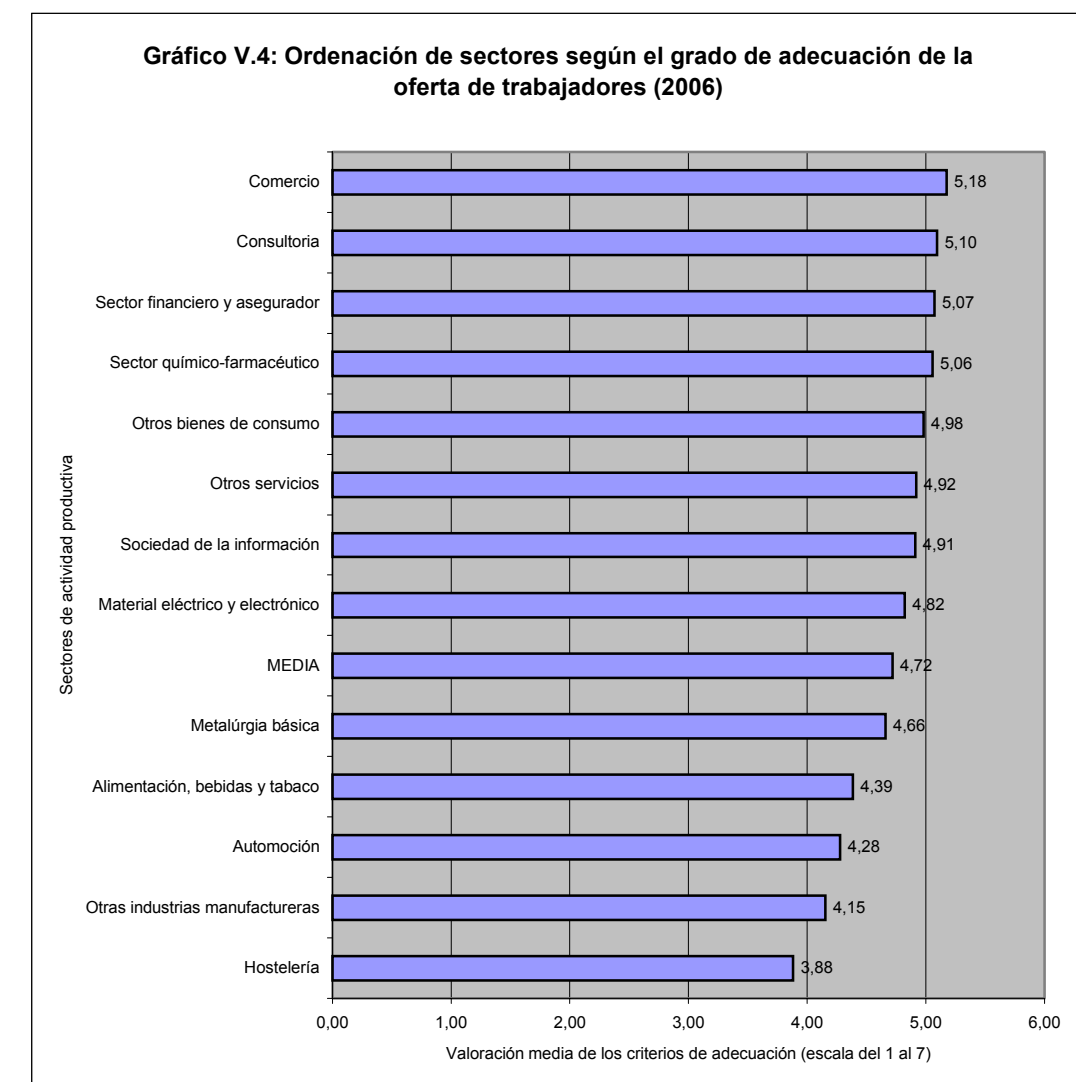
*Pregunta VI-31 - De acuerdo con su experiencia ¿cómo puntuaría el nivel de adecuación a las necesidades de su empresa de los trabajadores españoles que han contratado?*

#### 13.4. Presentación detallada de los resultados por criterios y sectores

A continuación, ofrecemos, debidamente desglosados por sectores y tipos de competencias, los resultados obtenidos a partir de las respuestas a la pregunta IV.31 de la encuesta. En este análisis presentaremos de forma detallada cuál es la valoración que las empresas hacen del nivel de adecuación de sus trabajadores a una serie de competencias y capacidades en principio exigidas para los puestos de trabajo que ocupan. Hemos optado por efectuar una presentación selectiva de los indicadores manejados, siguiendo el contenido de las siglas de la tabla V.18 situada más arriba. Destacamos tan sólo los valores más extremos, por encima y por debajo de la media, para las empresas pertenecientes a cada sector.

servicios avanzados (5,10), por las del sector financiero y asegurador (5,07) y por las del sector químico-farmacéutico (5,06). A alguna distancia se sitúan las empresas de los sectores de: otros bienes de consumo (4,98), los otros servicios (4,92), y de los servicios de la sociedad de la información (5,1). A una mayor distancia, algo por encima todavía de la media encontramos a las empresas del sector de material eléctrico y electrónico (4,88).

Los empresarios se sitúan algo por debajo de la media su grado de satisfacción respecto de la adecuación de la mano de obra a sus necesidades, son en primer lugar, los del sector de la metalúrgica básica (4,66). Les siguen a continuación, en una posición más baja, las empresas del sector de la alimentación, bebidas y tabaco (4,39), las de la automoción (4,28) y las otras industrias manufactureras (4,15). Por último, se encuentran situadas en la peor posición el conjunto de las empresas del sector de la hostelería, con una valoración sectorial media muy baja (3,88). Por lo que parece, éste sería el grupo de las empresas más insatisfechas por lo que se refiere a su experiencia relacionada con el grado de adecuación del personal contratado a las necesidades de las empresas (tenemos presente, no obstante, que nos estamos refiriendo tan solo a tres empresas) (v. Gráfico V.4).



En la tabla V. 20 se incluyen algunos datos sectoriales comparativos de los resultados obtenidos en los años 2006 y 2005, por lo que se refiere a las opiniones empresariales sobre el grado de adecuación del personal contratado. Los datos de la tabla establecen los eventuales cambios que se han producido en el ranking de las empresas, agrupadas por sectores, de acuerdo con el valor



<b>Tabla V.17: Sector de la automoción</b> (número de empresas: 11, valoración media: 4,28)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,28)	5,20	CAPAPRENDIZAJ
	5,00	ATENCALIDAD
	4,80	CAPARESPROB
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (4,28)	4,10	COMPROMORGAN
	4,10	ATENPROVDAD
	3,20	ACEPFLEXMOV
	3,00	CONOCIDIOMAS

c) *Material eléctrico y electrónico*

El compromiso con la mejora continua (*COMPROMEJORA*), y la capacidad de tomar decisiones (*CAPATDECISIONS*), junto a la aceptación de las responsabilidades y objetivos (*ACEPRESPOBJET*), parecen ser aspectos bien valorados por las empresas (de hecho a los tres se les atribuye una misma valoración positiva). En el lado de los aspectos causantes de insatisfacción se sitúan: la poca atención a la productividad (*ATENPROVDAD*), el bajo nivel de conocimiento de otros idiomas (*CONOCIDIOMAS*) y, por último, y en el peor lugar, la escasa aceptación por los trabajadores del principio de la flexibilidad y movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*).

<b>Tabla V.18: Sector material eléctrico y electrónico</b> (número de empresas: 4, valoración media: 4,82)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,82)	5,50	COMPROMEJORA
	5,50	CAPATDECISIONS
	5,50	ACEPRESPOBJET
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,82)	4,25	ATENPROVDAD
	3,25	CONOCIDIOMAS
	2,75	ACEPFLEXMOV

d) *Sector químico-farmacéutico*

Las empresas de este sector (un total de 11) sitúan claramente por encima de la media: la relación de los trabajadores con los clientes (*RELACCLIENTES*), la atención a la calidad (*ATENCALIDAD*), la atención a la productividad (*ATENPROVDAD*) y la aceptación de responsabilidades y objetivos por parte de sus trabajadores (*ACEPRESPOBJET*). En el lado contrario, en niveles de satisfacción bajos sitúan: el compromiso con la mejora continua (*COMPROMEJORA*), el compromiso con la organización (*COMPROMORGAN*) y el conocimiento de idiomas (*CONOCIDIOMAS*). Finalmente, colocan en el peor lugar en su valoración, el grado de aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral entre los trabajadores (*ACEPFLEXMOV*).

Dado el carácter limitado de la muestra de empresas obtenida en la encuesta dentro de cada sector, advertimos una vez más, al lector del valor meramente indicativo y no necesariamente representativo de los resultados por sectores que a continuación ofrecemos.

a) *Alimentación, bebidas y tabaco*

La atención a la calidad (*ATENCALIDAD*), seguido de la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), y de la capacidad de trabajo en equipo (*CAPATRABEQUIP*), son los aspectos que aparecen mejor valorados en las empresas encuestadas pertenecientes al sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco.

En cambio, se valoran de modo negativo (en algunos casos, incluso de modo muy negativo) seis grandes aspectos. En primer lugar figuran; la atención adecuada al control de costes (*CONTROLCOSTES*), la capacidad de tomar decisiones (*CAPATDECISIONS*), el nivel de compromiso con la organización (*COMPROMORGAN*) y la autonomía en el trabajo (*AUTONOTRABAJ*). En el nivel extremo más bajo se sitúan: la aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*) y el bajo nivel de conocimiento del idioma inglés (*CONOCIDIOMAS*).

<b>Tabla V.16: Sector de la alimentación, las bebidas y el tabaco</b> (número de empresas: 5, valoración media: 4,39)		
Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,39)	5,40	ATENCALIDAD
	5,20	CAPAPRENDIZAJ
	5,00	CAPATRABEQUIP
Las SEIS con valores MÁS BAJOS < la media (4,39)	4,40	CONTROLCOSTES
	4,40	CAPATDECISIONS
	4,40	COMPROMORGAN
	4,40	AUTONOTRABAJ
	2,80	ACEPFLEXMOV
	2,20	CONOCIDIOMAS
	2,20	CONOCIDIOMAS

b) *Automoción*

Las empresas pertenecientes al sector de la automoción sitúan en primer lugar, como factor positivo destacado, la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJE*). Inmediatamente después, pero a un nivel algo más bajo, aparecen valorados de forma positiva: la atención a la calidad (*ATENCALIDAD*) y la capacidad de resolver problemas (*CAPARESPROB*). Aparecen, en cambio, entre las cuestiones relativamente mal valoradas, el compromiso de los trabajadores con la propia organización y la atención a la productividad (*ATENPROVDAD*). La falta de aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*) aparecen así mismo valoradas de forma negativa. Y por último, como una característica competencial muy poco frecuente, aparece el escaso dominio de otros idiomas (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.21: Sector otros bienes de consumo**  
(número de empresas: 4, valoración media: 4,98)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,98)	6,00	RELACCLIENTES
	5,75	COMPROMORGAN
	5,75	ACEPRESPOBJET
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (4,98)	4,75	CAPATRABEQUIP
	4,75	ATENPROVDAD
	3,50	CONOCIDIOMAS
	3,25	ACEPFLEXMOV

g) *Otras industrias manufactureras*

El conjunto de las siete empresas encuestadas en este sector nos muestran el siguiente panorama: valoran favorablemente la atención a la calidad de sus trabajadores (*ATENCALIDAD*), la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), y su relativamente alto grado de atención a la productividad (*ATENPROVDAD*).

Entre las valoraciones claramente insatisfactorias se situarían, en orden decreciente: un bajo nivel de aceptación del principio de la flexibilidad y movilidad laborales (*ACEPFLEXMOV*), la escasa sensibilidad hacia el control de los costes (*CONTROLCOSTES*) y el bajo conocimiento de idiomas (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.22: Sector otras industrias manufactureras**  
(número de empresas: 7, valoración media: 4,15)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,15)	5,29	ATENCALIDAD
	5,00	CAPAPRENDIZAJ
	4,86	ATENPROVDAD
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,15)	2,86	ACEPFLEXMOV
	2,71	CONTROLCOSTES
	2,14	CONOCIDIOMAS

h) *Sociedad de la información*

Las 17 empresas encuestadas situadas en este sector económico en proceso de expansión valoran favorablemente las siguientes características de los trabajadores: capacidad de aprendizaje a su entender elevada (*CAPAPRENDIZAJ*), las buenas relaciones de los trabajadores con los clientes (*RELACCLIENTES*), y la aceptación de responsabilidades y objetivos que se les plantean (*ACEPRESPOBJET*).

Entre las características y las competencias que las empresas evalúan como insatisfactorias figuran las siguientes: la poca predisposición a favorecer el control de los costes (*CONTROLCOSTES*), el compromiso relativamente escaso con la mejora continua en la organización (*COMPROMEJORA*), la baja aceptación del principio de la flexibilidad y la movilidad de los trabajadores (*ACEPFLEXMOV*), y el bajo nivel de conocimiento de idiomas extranjeros (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.19: Sector químico y farmacéutico**  
(número de empresas: 11, valoración media: 5,06)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CUATRO con valores MÁS ALTOS > la media (5,06)	5,89	RELACCLIENTES
	5,78	ATENCALIDAD
	5,56	ATENPROVDAD
	5,56	ACEPRESPOBJET
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (5,06)	4,67	COMPROMEJORA
	4,67	COMPROMORGAN
	4,00	CONOCIDIOMAS
	3,67	ACEPFLEXMOV

e) *Sector Metalúrgica básica*

Las nueve empresas del sector metalúrgico que han sido encuestadas nos informan satisfactoriamente respecto de determinadas características de la mano de obra que emplean. En concreto, valoran positivamente, en primer lugar, la relación de los trabajadores con sus clientes (*RELACCLIENTES*), seguida de la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), y la aceptación de responsabilidades y objetivos por parte de sus trabajadores (*ACEPRESPOBJET*).

Valoran de un modo insatisfactorio (claramente por debajo de la media) en cambio, las características siguientes: la atención al control de costes (*CONTROLCOSTES*), y la aceptación de la flexibilidad y de la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*). En último lugar, y en una posición particularmente baja, se sitúa el conocimiento de otros idiomas (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.20: Sector metalúrgica básica**  
(número de empresas: 9, valoración media: 4,66)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,66)	5,88	RELACCLIENTES
	5,25	CAPAPRENDIZAJ
	5,25	ACEPRESPOBJET
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,66)	4,25	CONTROLCOSTES
	3,75	ACEPFLEXMOV
	3,13	CONOCIDIOMAS

f) *Otros bienes de consumo*

En este sector, las empresas se muestran satisfechas, en primer lugar, respecto a la relación de los trabajadores con los clientes (*RELACCLIENTES*) y a continuación, del compromiso con los objetivos de la organización (*COMPROMORGAN*) y de la aceptación de las responsabilidades y objetivos que se les asignan (*ACEPRESPOBJET*). En cambio, en el lado insatisfactorio clasifican: la capacidad de trabajo en equipo de los trabajadores (*CAPATRABEQUIP*), la atención a la productividad (*ATENPROVDAD*), el escaso nivel de conocimiento de idiomas (*CONOCIDIOMAS*) y la falta de aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*).

de la flexibilidad y la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*), y un bajo nivel en el conocimiento de idiomas extranjeros (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.25: Sector financiero y asegurador**  
(número de empresas: 6, valoración media: 5,07)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las SEIS con valores MÁS ALTOS > la media (5,07)	5,80 5,60 5,40 5,40 5,40 5,40	CAPAPRENDIZAJ ACEPRESPOBJET COMPROMORGAN CAPATRABEQUIP CAPARESPROB ATENCALIDAD
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (5,07)	4,40 4,40 4,20	ATENPROVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS

*k) Sector de la distribución comercial*

Son un total de 17 las empresas que integran el sector de la distribución comercial dentro de la muestra obtenida con ocasión de la edición 2006 del BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS. Éstas, se muestran en su conjunto particularmente satisfechas respecto de dos características de sus trabajadores: la forma en que éstos se relacionan con los clientes (*RELACCLIENTES*), y su capacidad efectiva de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*). Algo por debajo, pero todavía con valores elevados, se sitúa una tercera competencia que es la de la aceptación de responsabilidades y objetivos de la organización (*ACEPRESPOBJET*).

En cambio, en el lado negativo de la lista de evaluaciones se sitúan los conceptos siguientes: en primer lugar, una insuficiente atención al tema del control de los costes (*CONTROLCOSTES*) y un bajo nivel de atención a la productividad (*ATENPROVDAD*). A ellos se añade, en un segundo nivel todavía más bajo, la insuficiente aceptación del principio de la flexibilidad y la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*) y el consabido bajo nivel en el conocimiento de idiomas extranjeros (*CONOCIDIOMAS*).

**Tabla V.26: Sector del comercio**  
(número de empresas: 17, valoración media: 5,18)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (5,18)	5,60 5,60 5,53	RELACCLIENTES CAPAPRENDIZAJ ACEPRESPOBJET
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (5,18)	4,93 4,93 4,40 4,00	CONTROLCOSTES ATENPROVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS

*l) Sector de la hostelería y de los servicios turísticos*

En el sector de las empresas de la hostelería y los servicios de turismo disponemos tan sólo de una muestra de tres empresas. La información que de ellas disponemos no tiene, por tanto

**Tabla V.23: Sector sociedad de la información**  
(número de empresas: 17, valoración media: 4,91)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las TRES con valores MÁS ALTOS > la media (4,91)	5,65 5,47 5,47	CAPAPRENDIZAJ RELACCLIENTES ACEPRESPOBJET
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (4,91)	4,41 4,41 4,28 4,12	CONTROLCOSTES COMPROMEJORA ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS

*i) Consultoría, marketing y otros servicios avanzados*

Entre las empresas de este sector parece ser muy elevado su grado de satisfacción en lo referente a la relación con clientes (*RELACCLIENTES*). A este factor le siguen, como elementos bien valorados, la capacidad de trabajo en equipo (*CAPATRABEQUIP*) la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), el grado de autonomía en el trabajo (*AUTONOTRABAJ*), y la atención que los trabajadores prestan a la calidad (*ATENCALIDAD*).

Las características y competencias que se valoran en cambio a un nivel relativamente más bajo (insatisfactorio) destacan: el control de los costes (*CONTROLCOSTES*), la atención a la productividad (*ATENPROVDAD*) y, en último lugar, la falta de aceptación del principio de la flexibilidad y la movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*).

**Tabla V.24: Sector consultoría, marketing y servicios avanzados**  
(número de empresas: 9, valoración media: 5,10)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CINCO con valores MÁS ALTOS > la media (5,10)	5,56 5,44 5,44 5,44 5,44	RELACCLIENTES CAPATRABEQUIP CAPAPRENDIZAJ AUTONOTRABAJ ATENCALIDAD
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (5,10)	4,89 4,78 3,67	CONTROLCOSTES ATENPROVDAD ACEPFLEXMOV

*j) Sector financiero y asegurador*

Las empresas del sector financiero y asegurador (un total de 6) se manifiestan particularmente satisfechas respecto de dos competencias básicas de sus trabajadores: la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), y la aceptación de las responsabilidades y objetivos de la organización (*ACEPRESPOBJET*). A estas competencias bien valoradas les siguen todavía una lista extensa de otros aspectos bastante bien valorados: el compromiso con la organización (*COMPROMORGAN*), la capacidad de trabajo en equipo (*CAPATRABEQUIP*), la capacidad de resolver problemas (*CAPARESPROB*).

En cambio, en el lado negativo de la lista de evaluaciones se sitúan los conceptos siguientes: el bajo nivel de atención a la productividad (*ATENPROVDAD*), la escasa aceptación del principio



**Tabla V.28: Sector otros servicios**  
(número de empresas: 16, valoración media: 4,92)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CINCO con valores MÁS ALTOS > la media (4,92)	5,33	CAPAPRENDIZAJ
	5,33	RELACCLIENTES
	5,20	CAPATRABEQUIP
	5,20	CAPARESPROB
	5,20	ACERESPOBJET
Las TRES con valores MÁS BAJOS < la media (4,92)	4,60	ATENPRODVIDAD
	4,20	ACEPFLEXMOV
	4,00	CONOCIDIOMAS

### 13.5 Resumen y comentarios finales

Presentamos a continuación, algunos comentarios finales sobre la valoración que las empresas hacen de las principales cualidades del grado de adecuación de los trabajadores contratados en relación con las necesidades de estas empresas. Introduciremos, en primer lugar, una consideración del tamaño de las empresas en términos del número de trabajadores empleados.

Realizaremos, en segundo lugar, una presentación resumida de las conclusiones que es posible extraer a partir del tratamiento de dicha información realizada más arriba a nivel sectorial. Trataremos de ofrecer, con ello, una cierta síntesis de las valoraciones que las empresas hacen de los principales aspectos del entorno en el que hoy operan en España.

#### a) Una consideración de las opiniones manifestadas según el tamaño de las empresas

En la Tabla V 29 presentamos un resumen de los datos sobre la valoración de las competencias que poseen los trabajadores que contratan habitualmente las empresas, clasificados por intervalos de tamaño de acuerdo con el número de empleados.

Los datos que se incluyen en la tabla V.29 nos indican los valores más extremos por encima y por debajo de la media, provenientes de las evaluaciones efectuadas por las empresas encuestadas en los diversos sectores en el BARÓMETRO del 2006.

Las empresas de tamaño medio (menos de 250 empleados) son las que según parece, están bastante más satisfechas, en términos relativos, en tres grandes aspectos o competencias básicos de los trabajadores que tienen contratados: la aceptación de responsabilidades y objetivos, el compromiso con la propia la organización y la capacidad para tomar decisiones según podemos observar en la Tabla V.29.

Por lo que se refiere a competencias tales como la capacidad de trabajo en equipo, la relación con los clientes de la propia empresa y la atención a la calidad al parecer son las empresas de mayor tamaño - las grandes (de 251-1000 trabajadores) y las muy grandes (de más de 1000 trabajadores) - las que se nos muestran situadas en una posición comparativamente mejor de acuerdo con la valoración que realizan de estos aspectos.

En cuestiones tales como la atención a la mejora de la productividad, a la calidad de los productos, y el control de los costes por parte de los trabajadores, temas en los que las empresas más pequeñas se encuentran particularmente poco satisfechas (según nos indican sus

ningún valor representativo. Pese a ello, quizás sea interesante indicar que no existen demasiados aspectos disonantes en las respuestas valorativas que estas empresas nos plantean por comparación al nivel general de las respuestas en otros sectores de servicios.

La relación con los clientes (*RELACCLIENTES*), la capacidad de trabajo en equipo (*CAPATRABEQUIP*) y la capacidad de aprendizaje (*CAPAPRENDIZAJ*), son una vez más las características o competencias de los trabajadores empleados que salen mejor valoradas. A ellos se añade también un cierto grado de autonomía en el trabajo (*AUTONOTRABAJ*).

En cambio, en el lado negativo de la lista de evaluaciones se sitúan los conceptos siguientes: el compromiso de los trabajadores con la mejora continua (*COMPROMEJORA*); la escasa aceptación del principio de la flexibilidad y movilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*); la aceptación de responsabilidades y objetivos de la propia organización (*ACEPRESPOBJET*) y, en el último, lugar (como la menos valorada) la cuestión del atención al control de los costes por parte de los trabajadores de la empresa (*CONTROLCOSTES*).

**Tabla V.27: Sector de la hostelería**  
(número de empresas: 3, valoración media: 3,38)

Características con valores “extremos”	Valoraciones	Criterios (siglas)
Las CUATRO con valores MÁS ALTOS > la media (3,38)	5,00	RELACCLIENTES
	4,33	CAPATRABEQUIP
	4,33	CAPAPRENDIZAJ
	4,33	AUTONOTRABAJ
Las CUATRO con valores MÁS BAJOS < la media (3,38)	3,33	COMPROMEJORA
	3,33	ACEPFLEXMOV
	3,33	ACEPRESPOBJET
	3,00	CONTROLCOSTES

#### m) Otros servicios (no incluye la hostelería, los servicios turísticos y el comercio)

El sector de los otros servicios del BARÓMETRO 2006 comprende un total de 16 empresas. En conjunto, las empresas de este sector evalúan favorablemente las competencias siguientes de sus trabajadores: en primer lugar, la capacidad de aprendizaje de los éstos (*CAPAPRENDIZAJ*) y su predisposición a mantener buenas relaciones con los clientes (*RELACCLIENTES*). Con evaluaciones aún positivas, les siguen además: la capacidad de trabajo en equipo (*CAPATRABEQUIP*), la capacidad de resolver problemas (*CAPARESPROB*), y la aceptación de las responsabilidades y objetivos de la organización (*ACERESPOBJET*).

En el lado negativo (niveles de valoración bajos o muy bajos) se sitúan, en cambio, la falta de atención suficiente a la productividad (*ATENPRODVIDAD*), la escasa aceptación de la movilidad y la flexibilidad laboral (*ACEPFLEXMOV*), y el bajo nivel de conocimiento de otros idiomas, muy en particular el inglés (*CONOCIDIOMAS*).



**TABLA V. 30 - RESUMEN FINAL**  
**Grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de las empresas. Valoración extremas por sectores.**

*(Número de empresas sectores a que corresponden en el 2006)*

Sectores de actividad – INDUSTRIA (1 a 7) (Valoración / Número de empresas)		Sectores de actividad - SERVICIOS (8 a 13) (Valoración media / Número de empresas)	
Los tres aspectos PEOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos PEOR VALORADOS por sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por sector
<b>Sector 1 – Alimentación, bebidas y tabaco</b> (Valoración media: 4,39) (n =5)		<b>Sector 8. Sociedad de la información</b> (Valoración media: 4,91) (n =17)	
AUTONOTRABAJ ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	ATENCALIDAD CAPAPRENDIZAJ CAPATRABEQUIP	COMPROMEJORA ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	CAPAPRENDIZAJ RELACCLIENTES ACEPRESPOBJET
<b>Sector 2 – Automoción</b> (Valoración media: 4,28) (n =11)		<b>Sector 9. Consultoría, marketing y servicios avanzados</b> (Valoración media: 5,10) (n =9)	
ATENPRODVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	CAPAPRENDIZAJ ATENCALIDAD CAPARESPROB	CONTROL COSTES ATENPRODVDAD ACEPFLEXMOV	RELACCLIENTES CAPATRABEQUIP CAPAPRENDIZAJ
<b>Sector 3 – Material eléctrico y electrónico</b> (Valoración media: 4,82) (n =4)		<b>Sector 10. Sector financiero y asegurador</b> (Valoración media: 5,07) (n =6)	
ATENPRODVDAD CONOCIDIOMAS ACEPFLEXMOV	COMPROMEJORA CAPATDECISIONS ACEPRESPOBJET	ATENPRODVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	CAPAPRENDIZAJ ACEPRESPOBJET COMPROMORGAN
<b>Sector 4 – Sector químico-farmacéutico</b> (Valoración media: 5,06) (n =11)		<b>Sector 11. Sector de la distribución comercial</b> (Valoración media: 5,18) (n =17)	
COMPROMORGAN CONOCIDIOMAS ACEPFLEXMOV	RELACCLIENTES ATENCALIDAD ATENPRODVDAD	ATENPRODVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	RELACCLIENTES CAPAPRENDIZAJ ACEPRESPOBJET
<b>Sector 5 – Industria metalúrgica básica</b> (Valoración media: 4,66) (n =9)		<b>Sector 12 . Sector hostelería y servicios turísticos</b> (Valoración media: 3,38) (n =3)	
CONTROL COSTES ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	RELACCLIENTES CAPAPRENDIZAJ ACEPRESPOBJET	ACEPFLEXMOV ACEPRESPOBJET CONTROL COSTES	RELACCLIENTES CAPATRABEQUIP CAPAPRENDIZAJ
<b>Sector 6 - Otros bienes de consumo</b> (Valoración media: 4,98) (n =4)		<b>Sector 13 – Otros servicios</b> (Valoración media: 4,92) (n =16)	
ATENPRODVDAD CONOCIDIOMAS ACEPFLEXMOV	RELACCLIENTES COMPROMORGAN ACEPRESPOBJET	ATENPRODVDAD ACEPFLEXMOV CONOCIDIOMAS	CAPAPRENDIZAJ RELACCLIENTES CAPATRABEQUIP
<b>Sector 7 – Otras industrias manufactureras</b> (Valoración media: 4,15) (n =7)		<i>Pregunta VI-31 – De acuerdo con su experiencia ¿cómo puntuaría el nivel de adecuación a las necesidades de su empresa de los trabajadores españoles que han contratado?</i>	
ACEPFLEXMOV CONTROL COSTES CONOCIDIOMAS	ATENCALIDAD CAPAPRENDIZAJ ATENPRODVDAD		

valoraciones) no parece que las empresas de gran tamaño cuenten con una experiencia negativa. En estos tres aspectos, según parece, las empresas de tamaño no tan grande (de 251 a 1000 trabajadores) son las que se encuentran situadas en una mejor posición, de acuerdo con las valoraciones que nos ofrecen (ver Tabla V.29).

De acuerdo con los datos obtenidos, las empresas de gran tamaño (>1000 trabajadores), parecen mejorar los resultados que alcanzan las empresas de tamaños inferiores en aspectos tales como: la atención a la calidad, la atención a los clientes y la capacidad de trabajo en equipo y hasta cierto punto, la capacidad de aprendizaje.

En cuestiones tales como la capacidad de aprendizaje, la aceptación de responsabilidades y objetivos, y en la atención a la calidad, son en todo caso, las empresas medianas (51-250 empleados) o las medianas grandes (251-1000), las que suelen ir algo por delante de las demás en cuanto a los resultados alcanzados.

Las empresas de tamaño pequeño o muy pequeño (menos de 50 trabajadores), que en general suelen otorgar una calificaciónes bajas o muy bajas a las capacidades y competencias de sus trabajadores, destacan, según parece, en una mejor valoración comparativa de la atención al control de costes que según afirman caracteriza a sus trabajadores (sobre todo frente a las de tamaño muy grande).

Tabla V. 29 Grado de adecuación a las necesidades de la empresa	< 50 trabajadores	51-250 trabajadores	251-1000 trabajadores	>1000 trabajadores
Aceptación de responsabilidades y objetivos	4,80	5,16	5,10	4,56
Aceptación de la flexibilidad y la movilidad	3,53	3,55	3,90	3,38
Atención a la mejora de la productividad	4,13	4,66	4,67	4,63
Atención a la calidad	4,50	5,11	5,30	5,19
Autonomía en el trabajo	4,60	4,82	4,70	4,88
Capacidad de aprendizaje	4,67	5,24	5,43	5,38
Capacidad para resolver problemas	4,60	4,84	5,13	4,88
Capacidad para el trabajo en equipo	4,63	4,76	4,83	5,00
Capacidad para tomar decisiones	4,53	4,71	4,50	4,56
Compromiso con la organización	4,53	4,82	4,73	4,25
Compromiso con la mejora continua	4,40	4,71	4,77	4,31
Control de costes	4,40	4,29	4,57	3,94
Conocimiento de otros idiomas	3,37	3,16	4,07	3,88
Relación con los clientes	4,80	5,13	5,43	5,06
MEDIA	4,39	4,64	4,80	4,56

**b) Síntesis y conclusiones finales a partir del análisis de resultados por sectores**

Presentamos a continuación, de forma resumida, un visión de los resultados analizados hasta aquí en relación a las respuestas ofrecidas en el BARÓMETRO 2006, sobre la evaluación del grado de adecuación de una serie de competencias de los trabajadores a las necesidades de la propia empresa. Con el propósito de alcanzar unas ciertas conclusiones, trataremos de esbozar en este apartado, cuales son los valores más positivos, y los menos positivos (o en ciertos casos negativos) entre los que se mueven las percepciones de las empresas en trece sectores de actividad. A estos efectos hemos resumido la información esencial sobre este tema en la Tabla V.30 que figura a continuación.

de medidas, de marcos de regulación o de formas de orientación de las políticas del gobierno, que a su entender fueran particularmente problemáticos y merecedores de una mayor atención.

Esta misma pregunta se había incluido ya en el BARÓMETRO del año 2005, lo que nos puede permitir hacer algún tipo de comparaciones interesantes respecto a eventuales cambios en las posibles actitudes críticas, o en la enumeración de ciertos problemas.

Fueron un total de 30 empresas (es decir un 42 % de la muestra) las que en el año 2005 aportaron respuestas más o menos extensas a dicha cuestión. En el año 2006 han sido, en cambio, un total de 59 (en decir, un 54 % de la muestra) las que han dado respuestas no menos extensas a la misma pregunta formulada este año.

Los sectores más representados en el año 2006 en los que las empresas han emitido opiniones sobre cierta variedad de aspectos de las políticas públicas han sido sobre todo: la alimentación, bebidas y tabaco (80%), la sociedad de la información (80%), el material eléctrico y electrónico (75%), el químico-farmacéutico (67%), la hostelería (67%), y el sector financiero y asegurador (60%).

Buena parte de las respuestas han sido transcritas de un modo relativamente literal, dado que en muchos casos entran en aspectos, o detallan cuestiones, que seguramente son merecedoras de una especial atención. A menudo, son temas que claramente preocupan, al parecer, a bastantes empresas consultadas.

En la tabla V.31 se presentan de forma resumida las cuestiones que surgieron en el Barómetro de los Negocios de 2005 (algunas de ellas de forma repetitiva). Los temas planteados (21 en total) sobre los que en aquel entonces existía preocupación fueron los siguientes:

<b>Tabla V.31: Cuestiones planteadas en relación con las políticas públicas (AÑO 2005)</b>		
<b>Temas más generales que preocupan</b>	<b>Cuestiones que afectan a políticas y ámbitos concretos</b>	<b>Temas de carácter eminentemente sectorial</b>
1. Relaciones bilaterales con EE.UU. (5) 2. Falta de competencia 3. Política de comunicación del Gobierno (3) 4. Política exterior en general (2) 5. Excesivo intervencionismo en la economía 6. Carencia de política económica 7. Promesas sin planes 8. Incertidumbre que tiende a provocar la ralentización de proyectos	1. La política laboral del Gobierno 2. Falta de flexibilidad laboral y efecto inflacionario en los costes salariales 3. Reforma laboral 4. Política salarial 5. Legislación laboral (2) 6. Déficit público, incertidumbre en impuestos 7. Incidencia de la fiscalidad sobre el empleo 9. Los presupuestos del Estado	1. La regulación del mercado de las telecomunicaciones y la concesión de licencias a nuevos operadores. 2. Reducción de precios de los productos farmacéuticos y tasa por volumen de ventas 3. Deslocalización de la producción 4. Política energética (2)
Fuente: Preguntas I-7 y I-8: <i>¿Algún aspecto de la política económica actual les preocupa seriamente como empresa? ¿Cuál?</i>		

A continuación en la tabla V.32 presentamos las respuestas que han surgido ante preguntas del mismo tipo a las formuladas en el BARÓMETRO de los Negocios del año 2005. Los problemas y comentarios expuestos ahora por las empresas (un total de 52) se refieren a cuestiones en las que seguramente existen grados muy diversos de preocupación. Una lista detallada de los mismos ha sido recopilada con un propósito meramente ilustrativo, en la mencionada tabla (v. Tabla V.32).

Es posible afirmar que, en términos relativos, la competencia mejor evaluada por las empresas es la capacidad de aprendizaje de los trabajadores se sitúa. Concretamente en un total de nueve sectores de los trece considerados en el estudio, dicha competencia aparece situada en las primeras posiciones.

La atención que los trabajadores prestan a las relaciones de las empresas con los clientes, es así mismo una de las competencias mejor evaluadas según las opiniones manifestadas por las empresas. En ocho sectores aparece esta competencia situada entre los valores más altos, junto con la capacidad de aceptar las responsabilidades y objetivos fijados por la organización (una competencia bien situada en seis sectores).

A alguna distancia se encuentran situadas un cierto número de otras competencias que todavía son evaluadas de forma positiva. Entre ellas figuran la atención de los trabajadores a la calidad y la capacidad de trabajo en equipo (ambas situadas también en cuatro sectores entre las tres competencias mejor valoradas por parte de las empresas). Otras competencias como son la capacidad de trabajo en equipo, la capacidad para resolver los problemas, la atención a la productividad, y el compromiso con la mejora continua de la organización, tan sólo aparecen en algún sector y de forma bastante más esporádica.

Es en los sectores de la distribución comercial, la consultoría y los servicios avanzados, y la industria químico-farmacéutica, en los que las empresas tienden a evaluar a un nivel general más alto las competencias de los trabajadores. En éstos, se sitúan a menudo en puestos avanzados las competencias siguientes: atención que los trabajadores prestan a las relaciones con los clientes, y la capacidad de aprendizaje. En tan sólo uno de los tres sectores mencionados (concretamente en el químico-farmacéutico) se destacan como particularmente bien evaluadas, aunque no en el primer lugar, las capacidades relacionadas con la atención que los trabajadores prestan a la calidad y a la productividad.

Entre las competencias peor evaluadas por las empresas, y en las que presumiblemente el grado de insatisfacción es mayor, se sitúan algunas cuestiones muy significativas desde el punto de vista económico. En primer lugar, se menciona la escasa aceptación por parte de los trabajadores de la flexibilidad y la movilidad laboral, un problema que aparece considerado importante en todos los sectores de actividad (v. Tabla V.30). En segundo lugar figura, como unos de los trazos competenciales negativos más frecuente entre los trabajadores, la escasa atención a la productividad (mencionada en siete sectores en los puestos más bajos. v Tabla V.30).

El conocimiento escaso de los idiomas extranjeros, seguido de la poca atención al control de los costes, y el escaso compromiso con la mejora continua de la organización son, así mismo, competencias en las que suelen darse valoraciones bajas en bastantes de los sectores analizados. Por último, la escasa atención a la productividad, en algún sector concreto, es también uno de los aspectos en los que surge cierto grado de insatisfacción entre las empresas, particularmente en los sectores de: automoción, material eléctrico y electrónico, otros bienes consumo, financiero y asegurador, distribución comercial y otros servicios (v. Tabla V 30)..

#### **14. Grado de preocupación expresada en relación con las políticas públicas**

A las empresas que han participado en la encuesta del BARÓMETRO 2006 se les han formulado dos preguntas abiertas (las I-6 y I-7) en las que se les invitaba a responder hasta qué punto les preocupa seriamente algún tipo de políticas del gobierno. Se les pedía una respuesta que tuviese algo que ver con su propia experiencia empresarial, y en la que destacasen libremente aquel tipo

Algunas cuestiones de actualidad institucional o política, tales como la estabilidad política más general de orden interno, la nueva financiación autonómica y el fortalecimiento o la extensión de las competencias del nuevo Estado autonómico, junto a cuestiones más concretas como la fiscalidad del automóvil, la educación, la vivienda, la política energética o los incentivos a la exportación, entre otras muchas cuestiones de ámbito sectorial, surgen al parecer como el nuevo tipo de problemas o de tendencias en las que se centra la atención de buena parte de las empresas.

Ya el año pasado, surgían en ámbitos algo más específicos, temas tales como la política laboral o la necesidad de cambios en el marco legal que regula los mercados de trabajo, la incidencia de la fiscalidad, la política salarial y la evolución de los presupuestos públicos. Este año parece que en estos ámbitos concretos de las políticas públicas se insiste todavía más en temas relacionados con el mundo laboral, tales como la reforma laboral, la política del gobierno en materia de empleo, y la cuestión del absentismo laboral.

En el área propiamente sectorial, se mencionaron el año 2005, entre otros, la política energética, la reducción de precios de los productos farmacéuticos, la regulación de las telecomunicaciones, temas que este año también han surgido entre las preocupaciones que nos han revelado las empresas.

**Tabla V.32**  
**Cuestiones planteadas por las empresas en relación con los marcos institucionales y de regulación, y las políticas públicas (BARÓMETRO del año 2006) (N= 52)**

<b>1. Temas políticos de carácter más general</b> <i>(Marcos de regulaciones entorno institucional y relaciones internacionales)</i> (N= 13)	<b>2. Temas económicos de carácter global</b> <i>(Afectan a la competitividad, a la estabilidad o al crecimiento de la economía)</i> (N=19)	<b>3. Temas que afectan a determinadas políticas o sectores de la economía</b> <i>(Políticas específicas o sectoriales) (I)</i> (N=10)	<b>3. Temas que afectan a determinadas políticas o sectores de la economía</b> <i>(Políticas específicas o sectoriales) (II)</i> (N=10)
1. El nacionalismo de ciertas autonomías	1. Presupuestos demasiado expansivos o poco realistas (2)	1. Recortes presupuestarios sector salud, introducción de nuevas tecnologías y políticas de precios sanitarios	11. Insuficiente desarrollo de instrumentos de financiación
2. Evolución en Cataluña del nuevo Estatuto Autonómico	2. Más control inflación	2. Mercado laboral.	12. Fuertes limitaciones al gasto farmacéutico
2. Excesivo fortalecimiento del Estado de las Autonomías	3. Falta de inversión en nuevas tecnologías	3. Preocupan los convenios colectivos	13. Incumplimiento de plazos y pagos en el entorno empresarial
3. Riesgo de progresiva fragmentación del mercado interno	4. Gastos sociales excesivos	4. La política de empleo del gobierno	14. Inversión en actividades no reguladas, falta de entorno estable en actividades reguladas
4. Consecuencias de la política territorial	5. Preocupa la política económica y su evolución	5. Falta de una reforma laboral	15. Presión fiscal sobre el sector automóvil (mayor en España que en otros países europeos)
5. Financiación autonómica	6. Preocupación por el déficit, y la falta de control del gasto público (4)	6. Reformas de la política de Seguridad Social para combatir el absentismo	16. Pocos incentivos en la industria hacia la exportación
6. La economía no es una prioridad de este gobierno	7. Impuestos y gasto público excesivos. Política fiscal (dos opiniones)	7. Falta de flexibilidad laboral	17. El sector de la educación (3)
7. Mantenimiento unidad mercado	8. Aumento impositivo que perjudica a la inversión	8. Política energética	18. Política de la vivienda y especulación inmobiliaria
9. Estabilidad política interna	9. Incapacidad de controlar la inflación (el IPC) (3)	9. Fiscalidad sobre el sector de la automoción y en los carburantes,	
8. Las relaciones con el gobierno norteamericano	10. Inflación de los costes laborales muy alta	10. Inversión en industria y su fomento	
10. Falta de compromiso para combatir la corrupción	11. Ausencia de medidas para evitar pérdida de competitividad		
11. Preocupa la política exterior del gobierno (2)	12. Trabas para la expansión y crecimiento del capital extranjero en ciertas áreas (distribución)		
12. Relaciones internacionales			
Preguntas I-6 y I-7: <i>¿Algún aspecto de la política económica actual les preocupa seriamente como empresa? ¿Sería tan amable de mencionar cuál o cuales?</i>			

Este año, seguramente con mayor frecuencia que en el anterior, proliferan las respuestas sobre el grado de preocupación de las empresas ante las medidas y las orientaciones de la política económica y de la política más general del gobierno.

Hemos realizado en todo caso un cierto esfuerzo de agrupación y de sistematización de las respuestas recibidas, con el ánimo de facilitar su adecuada comprensión. En ningún caso se ha pretendido alterar o matizar, en lo más mínimo, como es lógico, el contenido real o específico de las respuestas recibidas.

Temas tales como el déficit presupuestario, el excesivo gasto público, la inflación, los impuestos, la reforma laboral, o el excesivo intervencionismo económico de las administraciones, junto a la política exterior y las relaciones con los Estados Unidos, han figurado este año, una vez más, al igual que el año anterior, entre las preocupaciones o críticas frecuentemente manifestadas de forma muy explícita por un cierto número de empresas.



exclusivamente a las variables medidas y a los individuos, empresas, que han respondido el cuestionario. Lo que conducirá a que los resultados siempre deban interpretarse en términos relativos a la información muestral, sin posibles inferencias lícitas a la población objeto de estudio.

### 15.1 Criterios de clasificación. Variables activas

Lógicamente, en este tipo de análisis descriptivo que tiene por finalidad establecer una tipología, es crucial la adecuada selección de los criterios – que a partir de ahora referimos como variables activas – según los cuales se juzga la similitud o disimilitud de las empresas, y que en consecuencia son los que constituyen el único baremo de las clases que se establecerán. Por tanto, los criterios en cualquier análisis multivariante descriptivo se escogen siempre obedeciendo a criterios de *Homogeneidad* y *Exhaustividad*.<sup>1</sup>

Una primera etapa del análisis *cluster* proporciona unos resultados obtenidos en base a las variables activas, que permiten establecer una tipología provisional de las empresas en función del grado de homogeneidad interna de cada clase y de la heterogeneidad entre las clases. En sucesivas iteraciones se observan qué variables resultan ser poco relevantes –discriminan poco– o alteran los resultados de forma no justificada al reducir el peso que debieran tener variables más importantes<sup>2</sup>. En nuestro caso la existencia de un número elevado de variables homogéneas entre sí, con reducida capacidad para discriminar, ha conducido a su agrupación – mediante Análisis en Componentes Principales (ACP)- como indicadores de un factor subyacente. Éste ha sido el caso de variables como las que constituyen lo que se ha denominado “entorno empresarial” (relación con la administración pública central, con las administraciones autonómicas, locales, condiciones de pago ofrecidas y exigidas y grado de cumplimiento de contratos y acuerdos), o lo que se ha dado en llamar “adecuación de los empleados a las necesidades de las empresas” (atención a la mejora de la productividad, atención a la calidad, capacidad para resolver problemas para el trabajo en equipo y de aprendizaje, autonomía en el trabajo, capacidad para tomar decisiones, compromiso con la organización y con la mejora continuada).

Así, para poder agrupar a las empresas que tengan un comportamiento similar en relación con un criterio global, hemos incluido como activas las variables que hacían referencia a las perspectivas que éstas tenían: perspectivas generales de la empresa, del entorno, adecuación de los trabajadores, y percepción del impacto en la economía a través de la inversión y la ocupación, concretamente respecto a:

- perspectivas generales de actividad (pregunta II-9)
- perspectivas de resultados (pregunta II-10)
- Ventas en 2005 por comparación con 2004 (pregunta II-11)
- Tendencia de la demanda (pregunta II-12)
- Perspectivas de inversión (pregunta III-19)
- Perspectivas de creación de empleo (pregunta IV-30)
- “Valoración del entorno empresarial” y “adecuación de los trabajadores a la empresa”. (ACP de las preguntas IV-31 y VI-36).

<sup>1</sup> *Homogeneidad*, en el sentido de que todas las variables activas estén relacionadas con el objeto de estudio, o con el criterio que quiere seguirse para establecer la clasificación. *Exhaustividad*, en el sentido de no olvidar variables activas relevantes, y se cubran por tanto todos los aspectos del dominio del estudio (o al menos una muestra representativa de ellos).

<sup>2</sup> la capacidad de una variable para intervenir en la formación de las clases, dependerá obviamente de su variabilidad, capacidad de discriminar, y de su grado de correlación con las otras variables.

## VI. Perfil tipológico de las empresas

La presente edición del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE ESPAÑA 2006 sigue la estrategia de análisis de los datos iniciada en el BARÓMETRO 2004. Como en aquél, el tratamiento de la información de las empresas norteamericanas que operan en España proporcionará una visión de conjunto de la situación y, en la medida de lo posible, perfiles de comportamiento empresarial homogéneos de acuerdo a criterios referentes al mercado, a los resultados, a las expectativas o a la percepción del entorno, y que pueden en buena parte interpretarse, como aquellos ya observados en el anterior BARÓMETRO.

Trataremos de establecer de forma tentativa, inevitablemente limitados por la información disponible, tipologías de comportamientos diferenciados que se han observado en el conjunto de empresas norteamericanas que operan en nuestro país.

Para este ejercicio es frecuente servirse de técnicas del análisis multivariante y en concreto de clasificación, tales como el “Análisis Cluster”. El término anglosajón *cluster analysis* se utiliza como genérico para referir una serie de métodos heurísticos, matemáticos y estadísticos, cuyo objetivo consiste en agrupar automáticamente los elementos de una muestra, objetos, personas, familias, firmas, productos, etc. En nuestro caso, se trata de agrupar las empresas norteamericanas según su comportamiento empresarial de manera que las que pertenezcan a una misma clase sean lo más homogéneas posible según criterios previamente establecidos.

### 15. Metodología de la clasificación

El ‘análisis cluster’ se aplica en muchas otras áreas tales como: biología o paleontología, en donde se clasifican seres vivos y los períodos en los que éstos han vivido; dirección comercial, que trata de agrupar consumidores con preferencias homogéneas en segmentos de mercado; psicología/psiquiatría que intenta clasificar distintos desórdenes psíquicos para establecer protocolos coherentes; ciencia política que persigue clasificar a los individuos con percepciones similares respecto al papel del gobierno, a la inmigración o al fenómeno terrorista.

En muchos de los campos en donde se aplica dicha técnica el analista trata de encontrar una estructura natural –genuina, que no dependa del algoritmo de clasificación utilizado- en el conjunto objetos a partir de la información que maneja. En nuestro caso la clasificación de los comportamientos empresariales se basa en criterios, referidos como variables activas, relativos a la información sobre expectativas de resultados, sobre características y tendencias de los mercados, y expectativas de evolución de las empresas, así como sobre valoraciones del entorno y adecuación de los trabajadores en función de las necesidades de la empresa. Toda esta información se ha extraído de la encuesta realizada con objeto de elaborar el presente BARÓMETRO.

Sin embargo, antes de referirnos al camino que seguiremos para clasificar, a la metodología, conviene tener en cuenta un principio básico del sentido común, relacionado con la información recogida y que acostumbra a olvidarse tan pronto se empiezan a interpretar los resultados que proporciona el software estadístico.

Una clasificación nunca será mejor que las variables en las cuales se base. Si aquellas fuesen triviales o fuesen incompletas, ésta padecería de las mismas carencias: “*what you harvest is what you sow*”. Acertar en el posterior análisis estadístico no puede suplir deficiencias de los criterios elegidos para la clasificación.

Ya que generalmente asegurar la representatividad de variables (validez de contenido) o de individuos (validez externa) es prácticamente imposible, una clasificación descriptiva se referirá



## 16. Interpretación de los resultados del Análisis Cluster

### 16.1 Interpretación de la tipología en función de las variables activas

La clasificación de las empresas en 4 clases se ha realizado procurando establecer agrupaciones suficientemente detalladas, que permitieran detectar diferencias evidentes entre los grupos.

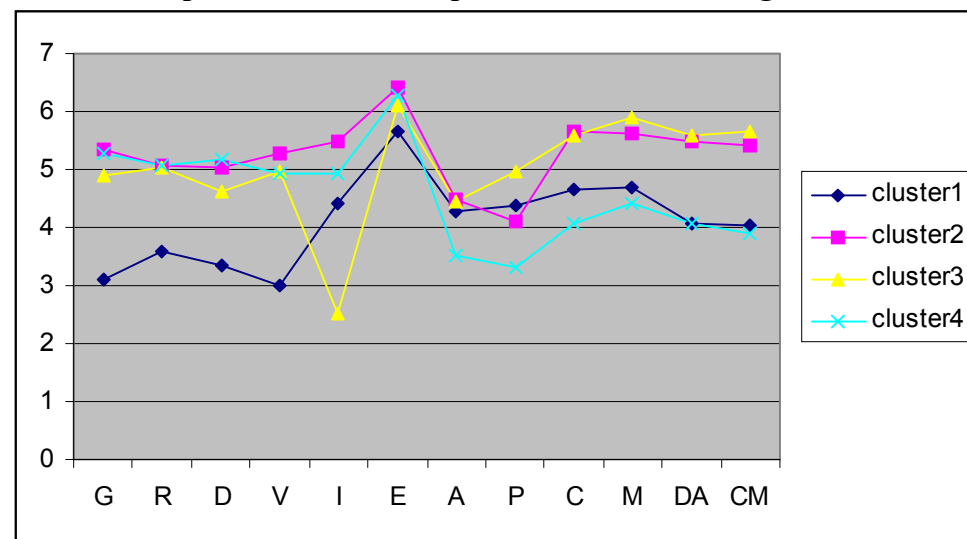
En primer lugar, el perfil de los *centroides* de las clases -medias de las variables activas- nos orienta sobre su interpretación. La tabla VI.1 de perfiles, o el gráfico VI.1 que los ilustra, permiten ver de forma rápida esta información, y por tanto, identificar qué grupos tienen valores altos, medios o bajos sobre qué variables activas.

Clase	# empresas	G (1-7)	R (1-7)	D (1-7)	V (1-7)	I (1-6)	E (1-3)	A (1-7)	P (1-7)	C (1-7)	M (1-7)	DA (1-7)	CM (1-7)
1	12	4,92	4,42	4,67	5	3,58	2,33	4,28	4,38	4,69	4,67	4,08	4,04
2	38	2,66	2,92	2,97	2,71	2,53	1,58	4,49	4,09	5,61	5,67	5,50	5,43
3	21	3,10	2,95	3,38	3,05	5,48	1,90	4,46	4,95	5,89	5,6	5,6	5,64
4	35	2,74	2,94	2,83	3,06	3,06	1,71	3,52	3,30	4,40	4,07	4,07	3,91
TOTAL	106	3,03	3,10	3,20	3,15	3,41	1,77	4,14	4,03	5,16	5,01	4,89	4,82

**Tabla VI.1:** G: General, R: Resultados, D: Demanda, V: Ventas, I: Inversión, E: Empleo, A: Rel. Administraciones, P: Pagos y contratos, C: Capacidades, M: Mejora productividad y calidad, DA: Toma de decisiones y autonomía, CM: Compromiso organización y mejora continuada.

En la tabla anterior se ha respetado la polaridad original de la modalidad de respuesta. Así, en los 6 primeros factores, G-E, puntuaciones bajas reflejan percepciones favorables (Ver cuestionario en Anexo III) mientras que en los 6 criterios restantes, A-O, reflejan percepciones desfavorables. Sin embargo, para facilitar la comparación entre las clases, en el gráfico correspondiente se han invertido las polaridades de los primeros criterios G-E. Así pues, en todos ellos, una mayor puntuación significa en todas las preguntas, una valoración más favorable por parte de la empresa.

**Gráfico VI.1: Representación de los perfiles de las clases según variables activas**



**Fig. VI.1** Medias de las variables de la tabla VI.1 G: GENERAL, R: Resultados, D: Demanda, V: Ventas, I: Inversión, E: Empleo, A: Rel. Administraciones, P: Pagos y contratos, C: Capacidades, M: Mejora productividad y calidad, DA: Toma de decisiones y autonomía, CM: Compromiso organización y mejora continuada.

La interpretación de los resultados que se resume a continuación se efectúa de forma secuencial a partir de las variables activas y suplementarias.

### 15. 2. Variables suplementarias que ilustran la clasificación.

Partimos del supuesto de que generalmente existe interrelación entre los cambios de la situación y expectativa de resultados percibidos, las tendencias de la demanda en los mercados, y el tipo de estrategias de comportamiento adoptadas por las empresas. Se supone, además, que éstos se verán así mismo condicionados por la valoración que las propias empresas hagan de los efectos derivados de determinadas características de los entornos económico, político e institucional más generales. A la vez las expectativas de resultados a medio plazo estarán condicionadas por la experiencia concreta acumulada en cada empresa y por las expectativas de cambio en los diversos entornos. Estos tres conceptos (expectativas resultados, cambios del mercado y valoración condiciones estructurales del entorno) en gran parte serán factores determinantes de los diversos comportamientos estratégicos. Por ello, se han considerado como variables activas, es decir, como criterios de clasificación.

Por otro lado, la contrastación de hipótesis o la respuesta tentativa a los por qué planteados requiere observar la relación de las clases obtenidas con otras variables, externas a las utilizadas para clasificar a las empresas. Estas variables adicionales, que no han intervenido en la asignación de las empresas a los grupos, variables no activas (quizás por no ser homogéneas con las activas), se conocen como suplementarias o ilustrativas, porque pueden ayudar a interpretar la agrupación obtenida. Ya hemos dicho que la clasificación obtenida estará relacionada con las variables activas utilizadas como criterio de clasificación. Sin embargo, el hecho de que las clases tengan perfiles distintos en cuanto a las variables suplementarias será útil para describir e interpretar la solución obtenida o contrastar hipótesis previas, en lo que se entendería como una prueba de validez externa de la clasificación obtenida.

De manera que, el proceso de decisión sobre las variables ha sido el siguiente: 1º selección inicial de un número ciertamente extenso de variables activas referentes a intenciones, expectativas, actitudes hacia el futuro, así como valoración del entorno y adecuación de los trabajadores; 2º selección como variables suplementarias, las relacionadas con aspectos tales como el sector de actividad al que pertenecen las empresas, el tamaño de su organización, y el grado en el que se orientan o no hacia los mercados de exportación, o percepción de los factores de rivalidad competitiva, que pueden ser consideradas como explicativas de acuerdo con un cierto modelo inicial.

La selección de gráficos de la figura VI. 2 ilustra la adecuación de las cuatro clases establecidas, tanto respecto a la homogeneidad de las empresas dentro de cada uno de los grupos -poca dispersión intra-, como respecto a la diferenciación de las clases entre sí.

**Gráfico VI.2 Distribución de las variables activas en cada clase**

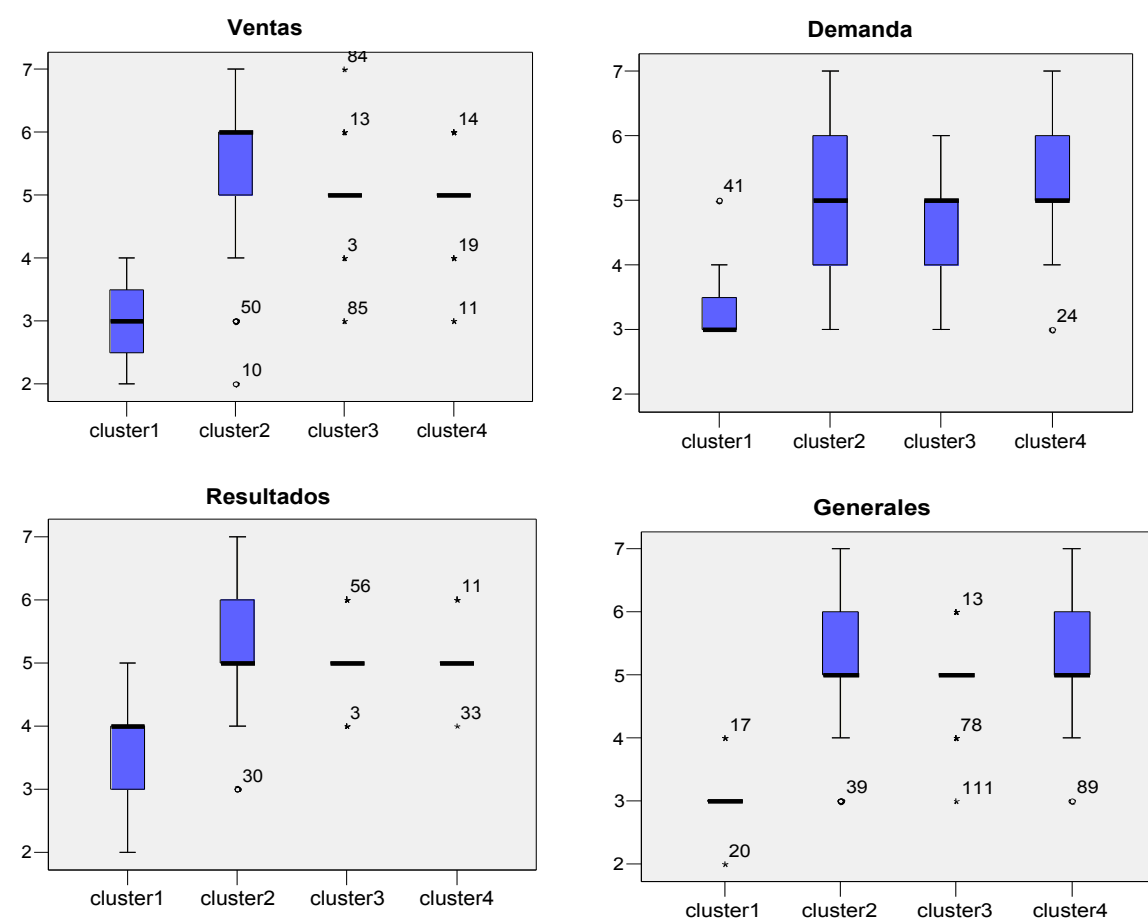


Fig. VI.2 Diagramas de caja en paralelo que describen la distribución de las variables Ventas, Demanda, Expectativas de Resultados y Generales en las cuatro clases

### 16.3 Interpretación de la tipología en función de las variables suplementarias

En el presente apartado tratamos de introducir algunos elementos adicionales para lograr una mejor comprensión de la tipología descrita, con ánimo de profundizar en una cierta perspectiva económica. Hasta aquí el análisis que hemos realizado se ha basado en un conjunto de variables activas expresamente seleccionadas para la realización de la tipología empresarial básica alcanzada. Adicionalmente, trataremos de verificar algunas hipótesis en relación a variables no utilizadas en el análisis hasta el momento, las que denominamos variables suplementarias o ilustrativas.

Las variables suplementarias que incorporamos de nuevo son las siguientes: a) la extensión del esfuerzo inversor realmente ejecutado en el año 2005 por parte de las empresas dentro de cada grupo; b) la propensión exportadora; c) el sector de actividad al que pertenecen las empresas y el tipo de mercados en que operan; d) el tamaño en términos de número de empleados de las propias organizaciones empresariales; y finalmente e) un cierto número de factores que se presentan asociados a una creciente rivalidad competitiva efectivamente percibida por las empresas (FRCRC).

**CLASE 1-** El primer grupo, poco numeroso, consta de 12 (11%) empresas con desfavorables expectativas generales y de resultados. Sus perspectivas de demanda son hoy por hoy bastantes pesimistas. Su volumen de ventas en el 2005 ha sido inferior al del 2004. Son empresas que no abordan nuevos proyectos de inversión y tienden a destruir empleo. Evalúan de forma negativa tanto el entorno empresarial como la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa.

**CLASE 2-** Este segundo grupo, el más numeroso, lo forman 38 empresas (36%) con muy buenas expectativas tanto generales como de resultados. Con resultados favorables de ventas respecto al año anterior y con buenas expectativas de demanda. Mantienen estrategias inversoras de carácter expansivo y se muestran capaces de generar empleo. Hacen buenas valoraciones en general tanto del entorno empresarial (a excepción de las condiciones de pago y del grado de cumplimiento de contratos y acuerdos) como de la adecuación de los trabajadores.

**CLASE 3-** El tercer grupo, incluye 21 (20%) empresas que a pesar de tener desfavorables expectativas, generales y de resultados, con malas previsiones de demanda (situación similar a la clase 1) no parece que tiendan a destruir empleo, sino que simplemente no van a generarlo. Sus ventas aumentaron en el 2005 respecto al 2004 y efectúan una buena valoración del entorno empresarial y de la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa.

**CLASE 4-** El último grupo de 35 (33%) empresas, tiene favorables expectativas tanto generales como de resultados. Sus ventas han crecido en el 2005 respecto al 2004, y sus perspectivas sobre la demanda son más optimistas que en cualquier otro grupo. En consecuencia, estas empresas tienen previsto realizar inversiones y generar empleo. Por el contrario, no hacen buenas valoraciones tanto del entorno empresarial como de la adecuación de los trabajadores a la empresa.

### 16.2 Distribución de las variables activas en las clases

Un primer indicador de la bondad de la clasificación lo constituye el grado de homogeneidad en cuanto a los criterios de clasificación de las empresas de un mismo grupo, y a la vez, su heterogeneidad respecto a las empresas del resto de grupos. Se entiende por homogeneidad interna de la clasificación el grado en que los miembros de la clase tienen perfiles parecidos en las variables activas. Por ello, se trata de evaluar la "similitud" de las de la misma clase, y en consecuencia, la "heterogeneidad" entre las clases con respecto a las variables activas (Ver Gráfico VI.2).

Para ello, nos servimos de diagramas de caja (*box and whiskers plot*) en paralelo, que permiten establecer el nivel medio (mediana) y evaluar tanto la dispersión como la simetría de la distribución de una variable en cada clase. De manera, que en el eje vertical los resultados en la métrica original permiten identificar:

- El valor de la mediana, representada por la gruesa línea dentro de la caja
- La dispersión del 50% de la distribución que establece la longitud de la caja, puesto que ésta representa el recorrido de valores de la variable entre el primer y tercer cuartil. Es decir, ilustraría qué valores de la variable dejan por debajo el 25% y el 75% de las observaciones.
- Las colas de la distribución, que incluyen el 25% de los valores más alejados de la variable, es decir, aquellos que van desde el primer o tercer cuartil hasta alcanzar el valor más extremo. La longitud de las líneas finas que se prolongan más allá de la caja y finalizan en sendos trazos horizontales (representativos de los valores máximo o mínimo excepto valores anómalos) ilustra el recorrido de la variable.
- Las anomalías, vienen representadas por pequeños círculos blancos si se trata de valores anómalos extremos, y estrellas negras si se consideran como anómalos pero moderados.

La clase 4 constituye el segundo grupo más numeroso de empresas del BARÓMETRO 2006 (un total de 35). Está integrado por empresas cuyo tamaño medio está claramente situado por debajo de la media de los otros grupos analizados, es decir, con un cierto predominio de empresas medianas y pequeñas. En su mayoría se caracterizan, como se ha indicado ya anteriormente, por ser empresas que mantienen unas buenas expectativas empresariales, tanto en general como en relación con resultados esperados, y con previsiones relativamente optimistas en cuanto a la posible realización de inversiones y de creación de empleo en el año 2006. A pesar de ello, las empresas de este grupo dan evidentes muestras de tener una actitud claramente crítica respecto del entorno administrativo, legal y empresarial en el que operan y un cierto grado de insatisfacción respecto al grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de sus empresas. En esta clase están particularmente representadas las empresas pertenecientes a los sectores de la metalúrgica básica, la alimentación, bebidas y tabaco, la hostelería, y en alguna medida también, de los sectores del material eléctrico y la electrónica, y de los otros servicios.

**Tabla VI.3:  
Frecuencias relativa (en %) y absoluta (en los marginales)  
de empresas del sector en cada clase**

Sector	Clase 1 (%)	Clase 2 (%)	Clase 3 (%)	Clase 4 (%)	Total (%)/Num
1. Alimentación-bebidas y tabaco	0,0	5,3	0,0	8,6	4,7 (5)
2. Automoción	41,7	2,6	4,8	8,6	9,4 (10)
3. Material eléctrico y electrónico	8,3	2,6	0,0	5,7	3,8 (4)
4. Sector químico-farmacéutico	16,7	7,9	4,8	5,7	7,5 (8)
5. Metalúrgica básica	8,3	2,6	9,5	11,4	7,5 (8)
6. Otros bienes de consumo	0,0	2,6	9,5	2,9	3,8 (4)
7. Otras industrias manufactureras	16,7	5,3	4,8	5,7	6,6 (7)
8. Sociedad de la información	0,0	26,3	4,8	11,4	14,2 (15)
9. Consultoría	0,0	15,8	4,8	2,9	7,5 (8)
10. Sector financiero-asegurador	0,0	2,6	9,5	5,7	4,7 (5)
11. Comercio	8,3	13,2	28,6	5,7	13,2 (14)
12. Hostelería	0,0	0,0	0,0	8,6	2,8 (3)
13. Otros servicios	0,0	13,2	19	17,1	14,2 (15)
TOTAL	100 (12)	100 (38)	100 (21)	100 (35)	100 (106)

#### 16.5. La consideración del tamaño empresarial según el número de trabajadores contratados

Confirmando en alguna medida lo que ya apuntábamos en el tratamiento sectorial ofrecido anteriormente, en la Tabla VI.4 se presentan algunos datos para cada una de las cuatro clases establecidas, referidos a la distribución del número de empresas según intervalos de dimensión de acuerdo con el criterio del número de trabajadores empleados.

La Tabla VI.4 evidencia que en la clase 1 es donde se concentran porcentajes relativamente más elevados de empresas de tamaños grande y muy grande, en comparación a las de las otras clases establecidas. Es en esta clase 1 en la que, como hemos visto, se concentran una mayoría de las empresas del sector de la automoción, que a menudo son empresas de gran tamaño.

En las clases 2 y 3, en cambio, la dimensión de las empresas se encuentra uniformemente distribuida. No existe en ellas un predominio claramente visible de las empresas de una determinada dimensión. En todo caso cabría decir que en las dos clases hay mayor presencia relativa de empresas de tamaño pequeño y medio, sobre todo si se comparan con la distribución de tamaños observada en la clase 1.

Trataremos de abordar en el presente apartado, como hipótesis adicionales a verificar, el grado de asociación, en uno u otro sentido, entre el tamaño organizativo de las empresas y el sector de actividad en que éstas operan, así como la intensidad de esfuerzo inversor realizado por ellas en el pasado, y algunos de los atributos ya investigados sobre las estrategias de crecimiento, de empleo y de inversión con que las empresas se muestran comprometidas hacia el futuro, así como su propia valoración del entorno institucional y empresarial— objeto de evaluación mediante el conjunto de las variables activas utilizadas más arriba en nuestro análisis. Así mismo, estudiaremos hasta que punto existe algún tipo de relación estable entre las anteriores variables y el tipo de los mercados en que las propias empresas operan (y muy en particular la naturaleza y la intensidad de los factores reveladores de una creciente competitividad con que se enfrenta). Sería de esperar que todo ello nos permita ilustrar de un modo más concreto las características específicas de la tipología establecida, prestando en la medida de lo posible mayor atención a los aspectos económicos y de comportamiento estratégico.

Cierto tipo de hipótesis subyacen en esta parte del análisis. Sería de esperar en este sentido que la valoración que las empresas hacen de sus capacidades y de sus recursos, así como de los aspectos más relevantes del entorno, tendiesen a verse sensiblemente influidas por la dinámica existente en los sectores y en los mercados en los que operan, y en particular por la naturaleza y la intensidad de la rivalidad competitiva que en ellos se produzca.

#### 16.4. Una primera consideración de los sectores y del tamaño de las organizaciones

Las empresas que aparecen representadas en cada una de las cuatro clases o clusters definidos presentan características económicas dignas de ser resaltadas. Aquí pretendemos hacerlo en términos de los sectores de actividad productiva a los que estas pertenecen y del tamaño medio de las organizaciones.

La clase 1, la forman empresas fundamentalmente de gran tamaño como veremos más adelante, que se encuentran esencialmente enfrentadas a unas expectativas de resultados, de empleo y de inversión pesimistas. Esta clase se encuentra integrada por unas pocas empresas (de hecho es el grupo menos numeroso del BARÓMETRO 2006 con tan sólo 12 empresas) que principalmente pertenecen a tres grandes sectores de actividad industrial: la automoción (42%), el sector químico-farmacéutico (16,7%) y el sector de otras industrias manufactureras (16,7%).

La clase 2, está integrada por el número más elevado de empresas (38), que son, como hemos visto, muy claramente inversoras y generadoras de empleo y se enfrentan a unas expectativas favorables tanto generales como de resultados en el año 2006. Cuentan, además, con una presencia relativamente elevada de empresas de tamaño medio. Las empresas que integran esta clase o grupo presentan una distribución relativamente concentrada, así mismo, en algunos sectores muy característicos (ver Tabla VI.3). En primer lugar figura el sector de la sociedad de la información (26,3%), al que siguen a cierta distancia, la consultoría y los servicios avanzados a las empresas (15,8%), la distribución comercial (13,2%) y los otros servicios (13,2%).

La clase 3, incluye un total de 21 empresas, con expectativas bastante desfavorables. Aparentemente estas empresas se caracterizan por aplicar estrategias que podríamos calificar de contención económica, en relación con su actividad productiva así como en relación con el empleo de trabajadores. Según vimos más arriba, estas empresas (de un tamaño intermedio) se encuentran al parecer relativamente satisfechas por lo que se refiere a las condiciones generales del entorno económico, laboral e institucional en que operan. Están, particularmente representados los siguientes sectores (ver Tabla VI.3): el mayoritario es el de la distribución comercial (28,6%), seguido a distancia por el sector de otros bienes de consumo (9,5%) y una serie de sectores en los que encontramos un número bastante disperso de unidades empresariales.



En la clase 4, que incluye aquellas empresas que hoy se enfrenta a una situación desfavorable, pero que en general se muestran bastante satisfechas de su entono, encontramos, también de forma coherente, un porcentaje relativamente alto de empresas que el año pasado realizaron algún tipo de inversión en España (si bien en una menor proporción que el conjunto de las empresas de la clase 1).

Clase	SI	NO
1	83,3	16,7
2	52,6	47,4
3	28,6	71,4
4	65,7	34,3

Clase	SI	NO	Total
1	40	60	5
2	0	100	20
3	6,3	93,8	16
4	12,5	87,5	24

#### 16.6. El grado de orientación hacia el mercado exterior de las empresas de las cuatro clases

Las tablas VI.7 y VI.8 ilustran, de que modo se comportan las empresas de las cuatro clases establecidas desde el punto de vista del acceso a los mercados exteriores o de exportación.

Las clases 1 y 4 son las que incluyen un mayor porcentaje de empresas que se declaran enfocadas a los mercados de exportación, mientras que la clase 2, en donde se encuentran las empresas con unas estrategias de crecimiento productivo y de expansión de inversiones más claramente definidas, son las que más claramente se orientan al mercado interior.

Clase	SI	NO	Total
1	75	25	12
2	37,1	62,9	35
3	55,6	44,4	18
4	62,9	37,1	35

En la Tabla V.8 podemos acabar de concretar el perfil exportador de las empresas pertenecientes a las diversas clases, considerando cual es el porcentaje de ventas de las empresas exportadoras (65 en nuestra muestra) que se dirigen a los mercados exteriores sobre el total de su cifra de ventas globales.

Un 85% de las 20 empresas exportadoras que forman parte de la clase 2 ( es decir de las empresas con estrategias de fuerte inversión) tienen en general una presencia relativamente poco importante en los mercados exteriores (menos del 30% de sus ventas) y están más bien orientadas al mercado interno.

En la clase 3, se encuentran gran parte de las empresas en situación poco favorable o algo desfavorable, y con estrategias que no son de crecimiento (ver Tabla VI.8), con una mayor presencia relativa de las empresas en los mercados exteriores. Un 54% de las empresas que

La clase 4, como la 2 también muy numerosa, es a su vez, según observamos en la Tabla VI.4 aquella en la que existe el mayor predominio relativo de las empresas de tamaño medio, es decir, de las situadas en el intervalo entre 50 a 250 trabajadores.

	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)				Total
	<50 Empresas pequeñas y muy pequeñas (%)	50-250 Empresas de tamaño Medio (%)	251-1000 Empresas de tamaño Grande (%)	>1000 Empresas muy Grandes (%)	
clase 1	9,1	18,2	54,5	18,2	100 (11)
clase 2	26,3	31,6	26,3	15,8	100 (38)
clase 3	28,6	33,3	23,8	14,3	100 (21)
clase 4	20,6	47,1	17,6	14,7	100 (34)
Total	23,1(24)	35,6 (37)	26 (27)	15,4 (16)	100 (104)

#### El esfuerzo inversor que las empresas han venido haciendo en el año anterior

En la primera de las dos tablas que figuran a continuación (Tabla VI.5) observamos cual es la presencia relativa en cada una de las cuatro clases de las empresas que el año pasado afirmaban haber realizado algún tipo de inversión, eventualmente dirigida a aumentar su capacidad productiva. También se incluye en la segunda tabla (Tabla VI.6) información en torno a las empresas que puedan haberse visto obligadas o haber decidido por diversas razones, el aplazamiento, revisión o anulación de alguno(s) de sus proyecto(s) en este sentido.

En la Clase 1 – que se integran un número reducido de empresas, pero de gran tamaño, que se encuentran en situación y con expectativas desfavorables en el año 2006, es donde precisamente se concentra el porcentaje más alto de empresas que afirman que en 2005 realizaron algún esfuerzo inversor. En este grupo existe, no obstante, un cierto número de empresas que indican haber tenido que renunciar a alguno o algunos de sus proyectos de inversión (de hecho este es el grupo en que se ha producido este hecho en mayor proporción).

En la clase 2 – el de las empresas cuya situación y perspectivas son más favorables y en claro proceso de expansión o crecimiento – detectamos un cierto equilibrio, puesto que existen tantas empresas que entraron en nuevos proyectos de inversión en el año inmediatamente anterior, como empresas que no lo hicieron. El hecho seguramente más significativo es que ninguna empresa de las de este grupo que realizó o tenía previsto realizar inversiones se ha visto forzada a hacer cambios en ellos, en un sentido negativo.

En la clase 3 (a la que pertenecen, como dijimos, las empresas que desarrollan estrategias de contención y de mantenimiento de inversiones y de empleo, en un entorno que no les es hoy nada favorable) observamos, así mismo, de forma que parece coherente, el mayor porcentaje de las empresas que aseguran haber realizado en conjunto un menor esfuerzo inversor en el año 2005.



A su vez, y con ánimo de obtener un cierto conocimiento sobre las condiciones competitivas con que se enfrentan en los diversos mercados hemos examinado un conjunto de factores que de algún modo pueden estar asociados con el incremento más o menos intenso de la competencia percibida en los diversos mercados.

Clase	SI	NO	Total
1	0	100	12
2	34,2	65,8	38
3	28,6	71,4	21
4	22,9	77,1	35

Clase	SI	NO	Total
1	0	100	12
2	26,3	73,7	38
3	0	100	21
4	11,3	94,3	35

Clase	SI	NO	Total
1	8,3	91,7	12
2	34,2	65,8	38
3	19	81	21
4	31,4	68,6	35

Las clases 2 y 4 parecen ser las únicas en las que existe una cierta sensibilidad por parte de las empresas ante temas tales como el grado de información y la exigencia existente entre los consumidores (un factor sin duda poco presente en las clases 1 y 3). Las iniciativas que puedan surgir de los eventuales competidores locales o la creciente transparencia y difusión de la información en los mercados, no aparecen demasiado presentes en estas clases, quizás con la sola excepción de la clase 2 (en ambos casos). En inferior medida nos enfrentamos con una pequeña proporción de empresas sensible a estos temas entre las empresas de las clases 3 y 4 (al referirnos sólo al primer factor).

En las tablas VI.12 y VI.13 presentamos los datos referidos al porcentaje de las empresas que perciben como factores de rivalidad creciente en los mercados dos aspectos sin duda cruciales en el análisis que aquí realizamos. Se trata respectivamente de la *creciente competencia por parte de competidores que practican unas políticas de precios fuertemente "agresivas"* y *mayor competencia que ejercen con sus productos las industrias localizadas en algunos países de economía emergentes*.

Un breve examen de las dos tablas permite constatar la existencia de perfiles de clases ciertamente contrapuestos entre sí. Por un lado, en la Tabla VI.12, se sitúan políticas de fijación de precios particularmente agresivas, que están particularmente presentes en la clase 3, y en cierta medida en las 2 y 4. Por el otro lado, en la Tabla VI.13, nos encontramos con una concentración más fuerte de empresas de la clase 1, en donde un número apreciable de casos coincide en afirmar que la apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías

integran esta clase orientan más del 70% de su cifra de ventas hacia los mercados de exportación. Es posible por tanto, que algunas de las estrategias de contención que nos parece entrever en este grupo de empresas tengan bastante que ver con las condiciones con que ellas compiten y con la evolución de la oferta y la demanda en los mercados externos de Europa y el resto del mundo, más que con las condiciones competitivas y las perspectivas de crecimiento de la economía y de los mercados en España.

Aunque en menor proporción que en el caso anterior, también observamos que las empresas agrupadas en la Clase 1, tienen un perfil relativamente exportador. Un total de hasta el 55% de sus empresas (es decir una mayoría de las exportadoras) están dirigiendo más del 50% de sus ventas al mercado exterior, y tan sólo un 22% se concentran en cifras de exportación que podríamos considerar relativamente marginal (del 10%).

En la Clase 2, en cambio, estas cifras que hemos denominado 'marginales' de exportación son las más habituales y en ellas se concentran el 60% de sus empresas.

Clases	<10%	11-30%	31-50%	51-70%	71-90%	91-100%	TOTAL export Empresas Núm.
Clase 1	22,2	11,1	11,1	33,3	22,2	0,0	100 (9)
Clase 2	60,0	25,0	5,0	0,0	10,0	0,0	100 (20)
Clase 3	9,1	18,2	9,1	9,1	54,5	0,0	100 (11)
Clase 4	36,0	12,0	8,0	20,0	16,0	8,0	100 (25)
TOTAL	36,9 (24)	16,9 (11)	7,7 (5)	13,8 (9)	21,5 (14)	3,1 (9)	100 (65)

Por lo que llevamos dicho hasta aquí, no parece que una elevada propensión a exportar a los grandes mercados del exterior sea, hoy por hoy, un tipo de orientación predominante entre las empresas norteamericanas mejor situadas y con expectativas de mejores resultados en los diversos sectores y entornos de mercado. Y por supuesto no es algo que necesariamente se presente asociado a unas fuertes estrategias inversoras y de crecimiento de la capacidad productiva.

#### **16.7 Los factores que se asocian al crecimiento revelado de la rivalidad competitiva**

Para una mejor caracterización de las cuatro clases establecidas vamos a considerar por último, cual es la información que nos aportan las variables ilustrativas relativas al grado de rivalidad competitiva existente en los mercados y a la naturaleza de los factores que destacan como más importantes las propias empresas en sus respuestas al cuestionario (pregunta II-14, en el Apéndice II).

En primer lugar, constatar que prácticamente la totalidad de las empresas pertenecientes a la gran mayoría de sectores de actividad afirman percibir un crecimiento realmente importante de la rivalidad competitiva en sus mercados habituales (tal como hemos indicado en el capítulo IV, más del 90% de las respuestas lo afirman).

emergentes es el principal factor que está siendo causa del fuerte incremento de la rivalidad competitiva en sus mercados.

<b>Tabla VI. 12:</b>			
<b>Porcentaje(%) de empresas en cada clase. FRC: políticas de fijación de precios más agresivas</b>			
<b>Clase</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Total</b>
1	33,3	66,7	12
2	60,5	39,5	38
3	71,4	28,6	21
4	60	40	35

<b>Tabla VI. 13:</b>			
<b>Porcentaje(%) de empresas en cada clase. FRC: apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías emergentes</b>			
<b>Clase</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Total</b>
1	58,3	41,7	12
2	28,9	71,1	38
3	47,6	52,4	21
4	37,1	62,9	35

6. The pessimism that companies showed last year as to their *capacity to generate new jobs or maintain* in any case the *existing level of employees*, tends to have lessened quite a lot. In 2006 there are quite a few more companies than the previous year (88% this year vis-à-vis 76% in the previous) that indicate a clear improvement in expectations to maintain and even increase their employment levels, whose effects should be seen this year (see Graph II.6).

7. As to *company investment plans for 2006*, it seems that the majority (65%) will maintain or even increase their levels of investment established in previous years. A 5% declare that their investments are going to increase this year over the previous year. A significant proportion of companies, however, (16%) state that by no means are they going to invest in our country this year (see Graph II.7).

It should be pointed out that in 2005 the group of those *declaring no investment*, that is, those who are not prepared or interested in new investments, had a relatively greater presence (25%) with respect to the actual 16%, which could mean a slight improvement in short-term investment forecasts. Lastly, a numerous group of companies (19% of the total), also announced that their investments were going to be somewhat or quite below the previous year (in 2005 these represented a 21%).

### **Chapter III Conclusions: Investment Plans, Proportion of Imported Production and Forecasts for the Evolution of Employment**

1. In 2005, a clear majority (54%) of companies made some kind of investment (vis-à-vis the 49% of the previous year). 2005 seems to have been somewhat more expansive *as to investment projects* (see Graphs III.1 and III.2).

2. As what refers to the *quantitative importance of the effects of investment on production capacity in 2005*, approximately 1/3 of the companies (37%) state they are facing an important expansion of around 80% or more of their previous production potential (see Table III.1 and Graph III.3).

3. The companies that declare having *more important production capacity increases* are centered above all in two big sectors: basic metallurgy and catering. In other sectors, such as electrical and electronic materials, food, beverages and tobacco, automation, and commercial distribution, the increases in production capacity do not surpass 10% of the production potential. Lastly, at an intermediate level you can find the increases in sectors such as the information society, consulting and advanced services, chemical-pharmaceutical, other manufacturing industries, financial-insurance sector and other services (see Table III.2).

4. The question to what *extent do the companies foresee* cancelling, reducing or postponing some investment projects, only 54% of the companies clearly state that they DO NOT consider changing their investments projects. On the other hand, you have to keep in mind that there are a reduced number of companies (exactly 5%) that state that they are going to consider postponing or cancelling their investment projects. Lastly, there are a great number of companies (42%) that abstain from answering the question; perhaps making it understood that at the moment they have no firm decision in this respect (see Table III.5).

## **ANEXO I**

### ***Executive Summary in English***

Following, ordered by Chapters, is a summary of the main conclusions and basic results obtained in the Barometer 2006.

#### **Chapter II Conclusions: General Outlook. Basic Indicators.**

1. As to the *evaluation of the situation in 2006*, the answers received from the companies show, in general, a high level of satisfaction. Although the situation does not reflect abrupt changes the companies state that some improvements have been seen vis-à-vis the previous year. The proportion of those indicating they are in a better situation than last year has increased, and even more important is the increase in those declaring to be very satisfied (21% vis-à-vis 15% in 2005). However, the proportion of those declaring totally satisfied in 2004 has dropped (see Graph II.1).

2. *The medium-term company forecasts*, although not totally coincident seen to be quite favorable among a great part of the companies, according to the results for 2006. A 78% of the total number of companies offer a more or less positive opinion with respect to growth expectations for the present year. Within this optimistic group only 3% are totally optimistic (very favorable expectations). However, we have to take into account that a significant group of companies (11%) indicate clearly unfavorable medium-term forecasts (see graph II 2).

3. As to *an improvement in company results in 2006*, a clear majority are somewhat or quite optimistic (they expect their results to increase with respect to 2005). While in 2005, a 67% of the companies showed clearly positive expectations of improvement over 2004 in 2006 there are a lot more, 76% with the same opinion (see Graph II.3).

4. As to *sectoral growth forecasts, company expectations* tend to indicate that the climate already existing in 2005 will continue in 2006. A 61% of the companies indicate this year that to their understanding their sector's behavior will be favorable or very favorable, vis-à-vis the 64% of last year. However, a great majority consider in the two years, on a whole, that their sectors' present favorable growth forecasts. With respect to sectoral growth expectations (see Graph II.4) these seem to have somewhat moderated in 2006, in comparison to the previous year.

5. As to how the US companies evaluate *the general trend of the Spanish Economy*, this seems to be generally high as seen in the results obtained this year. A great majority of the companies, exactly 76%, continue to consider growth forecasts for the Spanish economy as generally favorable or quite favorable. The proportion of those who today have a very optimistic opinion of the economy seems to have even increased (from 1% to 6%) while, at the same time, the number of companies who were more critical last year has dropped slightly (from 14% to 10%) (see Graph II.5).



close to the actual level. Also, the number of companies that indicate increases in employees (36%) surpasses this year those that indicate reductions (13%). Last year this relation was rather less favorable as 31% was the percentage of companies hoping to increase their workforce while 24% had indicated reductions (see Graph III.5 and Table III.9).

#### **Chapter IV Conclusions: Evaluation of the Degree of Market Competitive Rivalry. Sales and Demand Evolution. Export Trends.**

1. A 92%, that is, a great majority of the companies consulted indicated that as in 2005 they were standing up to *growing competitive rivalry in the markets* where they operate regularly (see Table IV.1).

2. There are *some aspects or factors of a greater competitive rivalry* that companies pay more attention to. In first place, there are two factors: *aggressive price fixing by competitors* and, in second place, *the growing opening of markets to competitive offers from emerging economies*. Following, and in a clear decreasing order are four more factors: a) *greater demand and information requested on behalf of the consumer* b) *new competitive initiatives from local producers* c) *the entrance of new international investors* and d) *a progressive elimination of market entrance barriers*. The factors given lesser levels of importance include e) *deregulation of markets* and f) *the efficiency of the competition defense mechanisms and policies* (see Graph IV.1).

3. The companies in the chemical-pharmaceutical, other consumer goods and other services *sectors*, followed by the finance-insurance, catering and trade sectors are those that show a high level of sensitivity vis-à-vis the growing price competitiveness which seems to affect a great number of companies. Companies in sectors such as basic metallurgy, electrical and electronic material and automation, tend to give more importance to the competitive offers coming from the countries with emerging economies (Graph V.1).

4. The companies that declare themselves as *regular exporters* show a *higher sensitivity to the growing competitive market rivalry* in comparison with the *non exporters*. According to the results of this survey, the greater sensitivity to the export market competition seems particularly related to a *basic factor which is the increasing inflow of offers of products from emergent economies*. To a great deal, the exporters are also *sensitive to the aggressive price policies of their competitors in the markets where they work*, although it is true that this factor is underlined even more so by the *non exporters*. On the other hand, the latter tend to perceive as more important, some other factors. These include *growing business initiatives among local competitors* and *greater consumer demand* (see Graph IV.7).

5. A great part of the companies in the basic services sector, and in particular in the *non tradable goods and services sectors*, as is known, tend to consider themselves to be less affected by market competition. This happens, above all, in those cases where local markets are characterized by the existence of large companies capable of imposing barriers to the entrance of new competitors or to the existence of intense regulation of markets policies. It is in these sectors where we would hope to find, thus, a great part of the differences and peculiarities as to the competitive rivalry factors to which the companies surveyed show to be most sensitive.

5. The *actual investment forecasts for 2006 at a sectoral level* are moderately optimistic in general. A majority group of companies is undoubtedly optimistic (50%). It must be pointed out, however, that there is a significant group of companies (26%) openly more pessimistic with respect to the general trend of investments in their respective sectors of activity (see Table III.3 and 4).

6. The sectors *that stand out for having a major proportion of optimistic companies as to investment projects* are, above all, the other services, catering, consulting and other advanced services and information society sectors. Companies in the consumer goods sector, followed by electrical and electronic material and chemical-pharmaceutical sectors offer us, on the other hand, *a much more pessimistic vision*.

7. A question that has been included this year is the *proportion of products manufactured overseas and sold in the Spanish domestic market* (that is, manufactured in the companies' plants in other countries). The data received permits us to state that while, on the one hand, there is an important group of around 30 companies (30% of the answers to this question received) that tend to import only less than 10% of their production while on the other there is a group of 32 companies (31%) that state they are importing more than 90% of the products they offer (see Table III.6). The differences by sectors seem to be significant. Companies in the industrial sectors such as food, consulting and other advanced services, together with catering, electrical and electronic material, tend to supply a high proportion of the domestic market with products produced in local plants. Companies from some sectors such as other consumer goods, commercial distribution and information society are those that tend to appear much more open to import products and services from overseas (see Table III.7).

8. The companies have been asked to what point they are planning on changes that would affect the proportion of imported products from their manufacturing plants overseas. A total of 16 companies (14%) have indicated that they are definitely going to make changes in this sense which would increase the proportion. Their policy will thus be to increasingly supply the Spanish market with products manufactured abroad. On the other hand, a clear majority group of companies (66%), state that they are not going to make any changes in the immediate future. Another minority group state that their decision is going to be to the contrary, reduce imports and thus increase domestic supply from their Spanish production plants. Lastly, a group of 15 companies (13%) did not answer this question. Based on the answers as a whole, it seems reasonable to conclude that today there is a clear majority of companies that have not considered or have not yet decided to change (nor reduce) the proportion of local production for domestic supply (see Table III.8).

9 The *forecasts shown by companies on the evolution of employment in their sector* are, in general, more optimistic than in 2005. A 40% of the companies state today that their existing provisions as to the possibility of the creation of jobs are favorable or relatively favorable (last year this group represented only 30%). A 28%, however, answered in a clearly unfavorable way. The remaining 32% are neutral as to establishing provisions as to the creation or destruction of employment in their sector (see Table III.9).

10. As to the *forecasts of the possibility of increasing or reducing the number of employees*, the provisions are relatively favorable. A majority group of companies (50%) indicate that they are going to be able to maintain a level of employment very

presented. The results of these evaluations present, in general few changes with respect to the figures shown in the 2005 edition (see Table V.1).

2. The evaluations presented show however, *a slight drop in the average level of satisfaction of the characteristics of the environment in which the companies are operating in the last two years*. This is particularly evident in what concerns institutional and market regulation aspects. The level of satisfaction seems to have reduced above all on matters such as a) *payment terms offered and required among companies*, b) *existing labor laws and their application*, c) *company relations with various administrations (particularly the central and autonomic)* and d) *the level of education* (see Graph V.1 and Table V.2).

3. Companies *evaluate particularly as good or they feel more satisfied*, in 2006, the same as in 2005, with respect to the following environment aspect (in order of importance) a) standard of living offered to foreign employees b) the banking facilities and services, c) the level of accomplishment of contracts and agreements among companies, and d) the educational level of the people they work with (see Graph V.1 and Table V.2).

4. The companies *indicate less satisfactory evaluation levels or more negative*, that is they evaluate worse, as in 2005, the following aspects (from worse to better): a) The payment terms offered and requested among companies b) the excessive bureaucracy of the Administration, c) labor laws and their application and d) trade union and labor relations in general (see Graph V.1 and Table V.2).

5. Just as an illustration, we can state that the companies whose general evaluation of the before mentioned *factors are clearly below the average*, belong to three specific sectors: electrical and electronic material, food, beverage and tobacco and catering. The companies in other services, consulting and advanced services, automation and other manufacturing industries sectors are those that offer *better evaluations* well above the average in general, as to the environment factors analyzed (see Graph V.1 and Tables V.3 and V.18).

#### **Chapter V, Part 13 Conclusions: The Level of Adjustment of Workers Competences to the Companies Needs.**

1. As to the *level of adjustment of workers competences to companies' needs*, the highest evaluation received in 2006 (in decreasing order) a) workers relationship with customers, b) worker's learning capacity, followed closely by but with a clear positive evaluation c) attention to quality on behalf of workers and d) the acceptance of responsibilities and objectives (see Graph V.3 and Table V.20).

2. The capacity of the workers to solve problems and work as a team are two other competences relatively well evaluated by companies although at a lower level. These competences that in 2005 were much better evaluated could have worsened quite a lot.

3. The group of competencies that companies situate below the average (in decreasing order) (see Graph V.3) are: a) the lack of *knowledge of other languages* (English); b) the lack of acceptance of *labor flexibility and mobility* and c) the insufficient attention paid to *the control of company expense*.

6. Company replies indicate, on the other hand, that in some services such chemical-pharmaceutical, other consumer goods, other services, financial and insurance, catering and trade, the price competition perceived by the US companies in these sectors is clearly very high. Although, to a lesser extent, a part of the companies in the electrical and electronic material, other consumer goods, and chemical-pharmaceutical sectors also declare that they are affected by the greater demand and information requested on behalf of the consumer (see Table IV.3).

7. The replies obtained in relation to the *expectations in the evolution of demand* show that *the companies are today quite optimistic* as to the general markets evolution. In 2005, 67% of the companies indicated that to their understanding the demand that they were facing up to in the markets was going to continue to grow steadily. In 2006, the companies that establish similar growth forecasts represent almost a 68%, practically the same proportion. Only a 14% maintain this year that demand will show a somewhat decreasing behavior (vis-à-vis 16% in 2005; see Graph IV.2 and IV.3).

8. As what refers to *sales growth in 2005*, the results obtained by the companies seem to be quite optimistic when the group of sectors contemplated in this survey is taken as a whole. A great part of the companies (71%) state that in 2004 their sales figures were higher than the previous year. These figures do not differ too much as a whole from those obtained then, although it is true that in 2004 there was a slightly more optimistic evolution. A 73% of the companies declared a sales growth in that year with respect to the figures of 2003. Actually in 2006 the proportion of companies that declare having obtained superior figures in 2005 with respect to 2004 has reduced (6%, when in 2005 it was 11%). (see Table IV.5)

9. The last theme of Chapter IV has been the *participation of companies in the export markets*. According to the results, only 57% of the companies in 2005 were regular exporters of their products or services to external markets while the rest (that is a 4.3%) declared themselves as non exporters. In 2006, however, the existence of a larger proportion of companies that are regular exporters is seen. There are now exactly 63% of the companies declared as exporters, while 37% sell only to the Spanish domestic market (see Graph IV.5).

10. A 27% of the companies consulted were, in 2005, those that gave a priority (more than 50% of their total sales) to export markets. In 2006, however, 38% presented a similar quota of exports over their total sales. This group could be considered as the companies with a *higher export vocation*. A majority percentage of the companies consulted, however, (exactly a 50% of the total) stated to be exporters in 2006 of a much more modest percentage of their sales, which did not pass 30% of their total sales (see Table IV.6).

#### **Chapter V, Part 12 Conclusions: Evaluation of the Institutional and Economic Aspects of the Business Environment.**

1. In the Barometer 2006 the *evaluations by the US companies established in Spain of a total of 16 aspects or basic characteristics of the economic and institutional environment in which they operate within the Spanish economy* as a whole are

Barometer. The supplementary ones play the role of external variables which do not intervene in the classification of companies but illustrate it, helping with the interpretation or confirming the hypothesis previously stated. These variables offer information referring to the aspects such as the sector the company belongs to, or its size, the inclination or not towards export markets or the perceptions of the factors of competitive rivalry.

In short, the US companies operating in Spain can be grouped as in the previous Barometer in the 4 following classes:

**CLASS 1-** This is the smaller group of 12 companies (11%), among them some quite large, with pessimistic general expectations and results. Their sales volume in 2005 has been lower than 2004. They are companies not considering new investment projects and they tend to reduce employees. They evaluate negatively both the business environment and workers adjustment to companies needs. They basically belong to three large industrial sectors: automation, chemical-pharmaceutical and other manufacturing industries, being somewhat exporters... As in no other group, they coincide in stating that the growing opening to offers of products manufactured in emerging economies is the principal factor that causes the increases in competitive rivalry in the markets they work in. In this class the highest percentage of companies are classified that state that in 2005 they made some investment efforts, but also it is precisely there where we observe a greater proportion of those indicating having had to renounce one or some of their investment projects.

**CLASS 2 -** Is the largest group, 38 companies (36%) with a high presence of medium size companies, with very good expectations both general and as to results. with an increase in sales over the previous year and good expectations for demand. They maintain expansive investment strategies and they show capabilities to generate employment. They make general good evaluations both of the business environment (except for the payment terms and the level of contract and agreement compliance) as well as the adjustment of workers, These companies are relatively concentrated in very characteristic sectors, such as, information society, consulting and advanced business services, commercial distribution, and other services, They are clearly investors, generators of employment, and foreign market oriented. It stands out that in this group, of those involved in new investment projects, none have had to change their plans in a negative sense.

**CLASS 3 -** The 21 companies (21%) in this group, generally intermediate sized, seem to be relatively satisfied as to what concerns the general conditions of the business, labor and institutional environment they work in. Their sales increased vis-à-vis 2004 and they make a positive evaluation of the business environment and workers adjustment to company needs. Despite this, they have unfavorable expectations in general and as to results, and bad previsions for demand. Apparently, these companies use strategies that we could call economic contention, which would cause a destruction of employment or production activity. Actually, this group includes a great percentage of companies that assured a lesser investment effort in 2005 and it is the group with a greater presence in the export markets. They are especially worried about competitiveness due to aggressive price policies. The majority of these companies are in the commercial distribution sector and also other consumer goods together with a variety of other sectors.

4. The three before mentioned competences, without doubt the worst evaluated in 2006, at the same time, according to the companies, show a slight worsening over 2005.

5. The companies that seem *to be most satisfied* and who best evaluate *their own workers' competences* are in the commercial distribution, consulting and advanced services, finance and insurance and chemical-pharmaceutical sectors (see Graph V.4 and Table V.21).

6. The worst *average evaluations of the level of satisfaction* of the adjustment of workers' competences are to be found in the catering, other manufacturing industries, automation and food, beverages and tobacco sectors, the latter with the lowest evaluation of all. Still below the general average of all the sectors, but not standing out as much are the companies of the basic metallurgy sector (see Graph V.4 and Table V.21).

7. In 2004 and 2005, businesses have improved their evaluation of *the workers' competences* only in two specific questions: a) the attention to quality and b) employees' acceptance of responsibilities and objectives of the organization (see Graph V.3 and Table V.20).

8. None of the *remaining 12 workers' competences* being evaluated seem to have undergone improvement between 2005 and 2006, according to the information received. The situation rather seems to have worsened in some aspects, such as the level of labor flexibility and mobility, the compromise to improvement and the capacity to solve problems. On a lesser scale this worsening can also be seen in the workers' learning capacity (see Graph V.3 and Table V.20).

9. *Labor flexibility and mobility* which was the worst evaluated by business in 2004, worsened quite a lot in 2005 and this has repeated in 2006. Lastly, the knowledge of foreign languages which, in 2004 was the worst evaluated competence continues to be on the lowest step, according to companies (see Graph V.3 and Table V.20).

#### **Chapter VI, parts 15/16 Conclusions. Conclusions of the Cluster Analysis.**

In the present edition of the Barometer 2006 we have continued the strategy of data analysis started in 2005. As then, we want to offer a general vision of the situation through the treatment of the information received from the US companies.

To obtain this, we have used multivariant analysis techniques and specifically Principal Components Analysis in order to synthesize information and the *Cluster Analysis* to classify the companies. Actually, a tentative typology has been established of strategic differential behavior in function to the information (see questionnaire Annex III) that has been given to us by the group of US companies operating in our country.

We have divided the questions in active and supplementary variables. The first are homogeneous criteria with which to judge the similarity or dissimilarity of the companies in order to establish the typology of the companies. They are business behavior indicators in accordance with criteria relating to the market, the results, the expectations or perception of the environment, as those observed in the previous



**CLASS 4** - This numerous group of 35 companies (33%) among which the small and medium size companies are a majority, has favorable expectations both general and for results. Their sales have grown in 2005 and previsions as to demand are more optimistic than any other groups. They also indicate their focus on export markets and they have plans for investment and an increase in employees., although they are critical on evaluating both the business environment as well as workers adjustment to companies needs. The food, catering and basic metallurgy sectors are those that stand out and together with the companies in the Class 2 group, seem sensitive to matters such as the level of information and requirements existing among consumers.

A partir de la valoración de las expectativas empresariales expresadas en la encuesta, de la declaración de resultados alcanzados o esperados, y de la percepción de los factores de rivalidad competitiva en los mercados, hemos tratado de establecer una cierta tipología de comportamientos estratégicos atribuibles a las empresas analizadas, condicionándolas a una serie de expectativas y valoraciones de las condiciones del entorno. Se ha tenido en cuenta, así mismo, la valoración expresada en la encuesta sobre los aspectos más relevantes del entorno empresarial, institucional y de políticas regulación en que las propias empresas operan.

En nuestro análisis, se han tenido en cuenta tanto aquellos comportamientos o tendencias que pertenecen a las áreas que esencialmente son de responsabilidad empresarial como aquellos hechos más generales, tales como los factores condicionantes del entorno institucional o político externo a las empresas, que lógicamente son atribuibles a la esfera de competencias públicas. En el presente BARÓMETRO, se nos ofrecen algunos de los elementos de información que permiten conocer y eventualmente anticipar algunos de los retos o problemas claramente asociados a este tipo de temas.

Buena parte de estas cuestiones deberían tenerse en cuenta, de un modo u otro, a la hora de tomar de decisiones estratégicas, tanto por parte de las empresas afectadas como por parte de los gobiernos y las administraciones implicadas. Poder contribuir a ello, aunque sea en una pequeña medida, es seguramente una aspiración cuyo logro justificaría más que sobradamente gran parte del esfuerzo que sin duda nos ha exigido a todos, tanto la recopilación de los datos como la elaboración de un instrumento de análisis como el que hoy presentamos.

## 2. Rasgos básicos de la muestra obtenida

El BARÓMETRO parte de una encuesta que ha sido realizada por la Cámara de Comercio Americana en España, entre los meses de febrero a marzo de 2005, y en la que ESADE ha asesorado proceso en su conjunto. La encuesta enviada por correo, se ha dirigido a una población total de 549 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, de la Cámara de Comercio Americana en España.

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

Durante la fase de ejecución del trabajo de campo, se ha realizado un cierto esfuerzo de seguimiento telefónico de los cuestionarios de la encuesta, coordinado y supervisado por los servicios técnicos de la Cámara de Comercio Americana. Contestaron a la encuesta, enviando una respuesta válida dentro del plazo límite establecido, un total de 117 empresas<sup>1</sup>.

Dichas empresas representan a un total de 68.530 de trabajadores (en el año 2005 fueron 71 la empresas que participaron, con un volumen total de 49.680 trabajadores ocupados). Este año

<sup>1</sup> Contestaron a la encuesta referente al BARÓMETRO 2006 DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA un total de hasta 121 empresas, que nos enviaron sus cuestionarios debidamente cumplimentados. Desafortunadamente, cuatro cuestionarios llegaron fuera de plazo, con lo que la muestra finalmente obtenida recoge 117 empresas. En todo caso esta muestra es un 50% superior a la que se alcanzó en la realización del Barómetro del año pasado. Las empresas que han participado en la actual encuesta actualmente emplean de modo directo a un total de trabajadores 68.530. Sobre un total de 549 empresas consultadas (que representan un total de 240.570 empleados), se ha obtenido una tasa de respuesta del orden del 21 %, si se toma como base el número de empresas consultadas, y de un 28 % sobre el número total de los empleados directos.

## Anexo II

### 1. Presentación del Barómetro

El BARÓMETRO 2006 DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA nos ofrece una aproximación al análisis de la situación y las expectativas de las empresas norteamericanas que operan en nuestro país, prestando una especial atención a su visión del clima de los negocios, a sus perspectivas a medio plazo y a su valoración del entorno empresarial e institucional. Su elaboración, se basa en las opiniones que las propias empresas nos aportan en la encuesta realizada entre diciembre de 2005 y febrero de 2006. Por tanto, partimos de una información directa y reciente sobre la situación y el estado de la opinión percibidos en relación con algunos de los factores y de los posibles elementos condicionantes del desarrollo de un importante segmento de la actividad empresarial en nuestro país. La información facilitada proporciona una visión sobre la situación existente, sobre los resultados alcanzados por dichas empresas y sobre sus perspectivas de crecimiento futuro. También nos permite medir el grado de satisfacción o insatisfacción sobre las condiciones tanto económicas como institucionales del entorno en que ellas operan.

En el BARÓMETRO, se incluyen indicadores que miden la evaluación que las propias empresas realizan de los principales factores y tendencias de evolución de los mercados, así como la incidencia de algunos de los factores más sensibles del entorno competitivo en que éstas operan. Se incide también en el análisis de otras cuestiones, tales como las competencias adquiridas por los trabajadores, los aspectos básicos del marco legal e institucional, y las políticas de regulación que más las afectan.

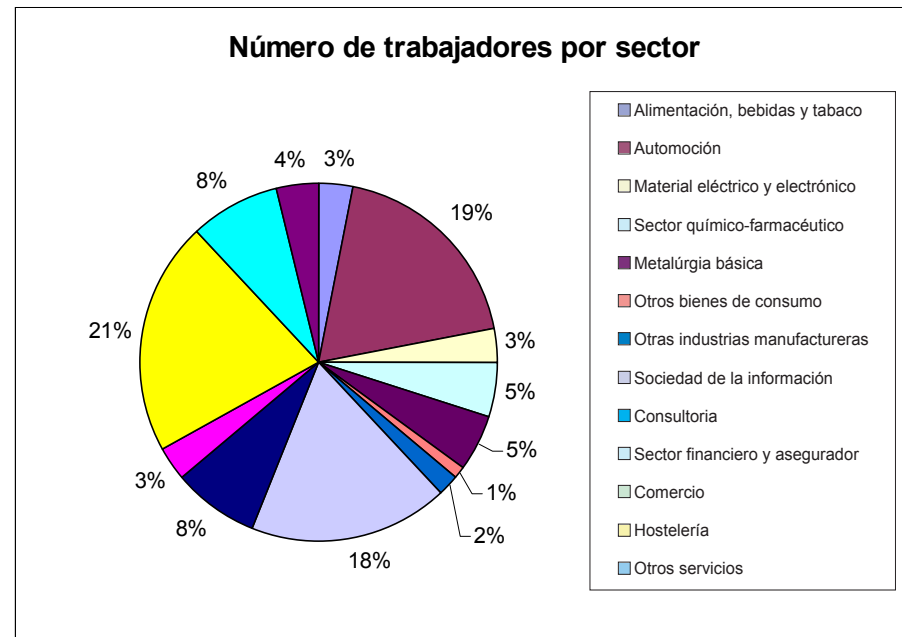
La encuesta utilizada para la elaboración del BARÓMETRO nos aporta una información sin duda original y valiosa. Nos permite conocer la valoración que las empresas realizan tanto de las tendencias de los sectores y mercados en los que operan, como de la marcha más general de la economía. Algunas de las informaciones y de los datos más significativos que nos aportan las empresas tienen que ver con la valoración que éstas realizan, de acuerdo con su experiencia, la orientación y la incidencia de determinadas políticas públicas y de los correspondientes marcos de regulación de los mercados, cuestiones todas ellas que son tratadas con cierto detalle en el BARÓMETRO de este año.

Creemos que buena parte de las valoraciones empresariales que se recogen en la encuesta pueden ofrecernos información sobre hechos relevantes, cuya incidencia es merecedora de una atención adecuada tanto desde el ámbito empresarial como desde los responsables de las administraciones afectadas. Parece claro que ello puede ayudarnos a anticipar ciertas situaciones o escenarios problemáticos posibles, que lógicamente deberíamos tratar de evitar.

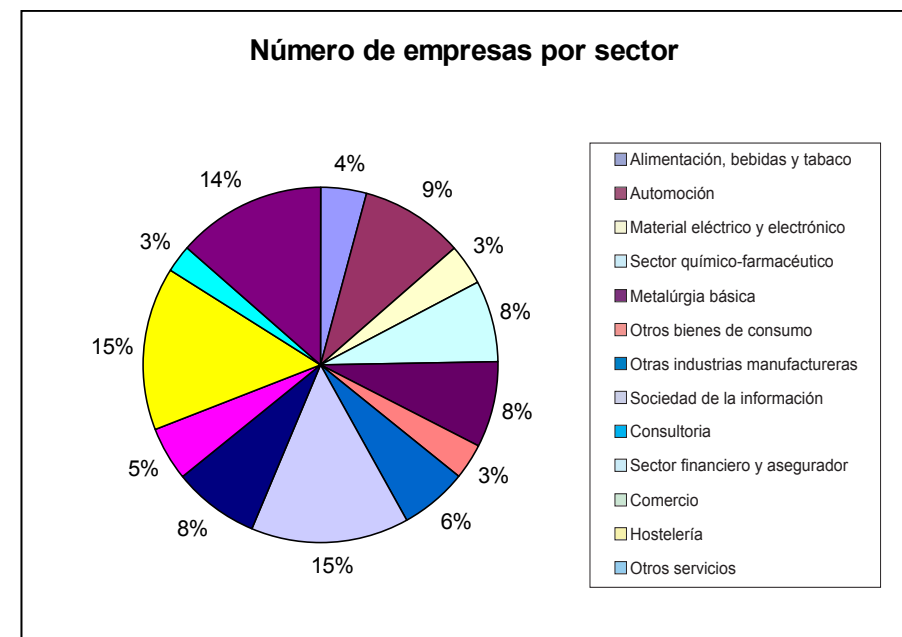
La TERCERA edición del BARÓMETRO 2006 DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA pretende facilitarnos, en este sentido, una vez más, una identificación y valoración adecuadas de ciertos entornos y factores estratégicos que sin duda deberían de ser tenidos en cuenta a la hora de tomar algunas decisiones importantes.

Por ello, en el presente BARÓMETRO, como iniciamos en el anterior, también se ha realizado un esfuerzo de análisis adicional para agrupar la información disponible con la finalidad de definir una posible tipología de comportamientos empresariales. Para ello, nos hemos servido de metodología estadística multivariante, concretamente, las técnicas de Análisis en Componentes Principales y de *Cluster Analysis*.

**Gráfico I.3**



**Gráfico I.4**



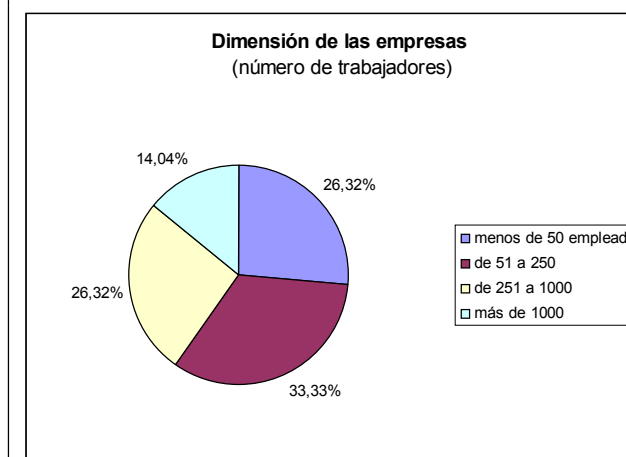
la muestra obtenida cubre en su conjunto hasta trece grandes sectores de actividad manufacturera y de servicios.

A continuación, presentamos algunos de los rasgos básicos de las 117 empresas que han colaborado en el estudio contestando correctamente a los cuestionarios de la encuesta.

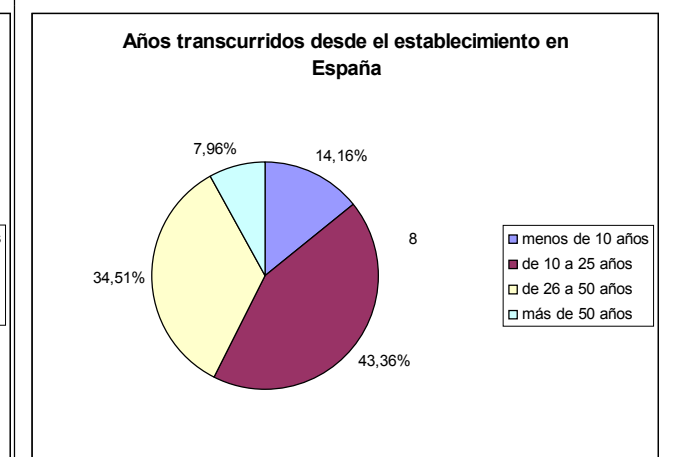
En esta muestra, de representatividad limitada, figuran sin embargo, algunas de las empresas norteamericanas más importantes de los sectores de la automoción, de alimentación y las bebidas, la automoción, la manufactura de bienes de consumo y la producción de bienes industriales. Dentro del ámbito de los servicios, se encuentran presentes, asimismo, algunas de las empresas más significativas de los sectores de la sociedad de la información, la consultoría y los servicios avanzados a las empresas, los servicios financieros y otros servicios.

En los gráficos I.1 y I.2 se presenta la distribución según el tamaño y según la antigüedad de la muestra total 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 se obtuvo finalmente presenta un perfil general ciertamente amplio.

**Gráfico I.1**  
Año 2006



**Gráfico I.2**  
Año 2006



En los gráficos I.3 y I.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 once sectores: siete 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).

Los sectores de la alimentación, las bebidas y el tabaco y de la automoción, dentro del ámbito industrial, y los sectores de la sociedad de la información y de los otros servicios, dentro del ámbito de los servicios, se encuentran particularmente representados en la muestra en términos del número de los trabajadores ocupados. Si atendemos al número de las empresas, los sectores más representados son, en cambio, el del material eléctrico y electrónico y el de la industria químico-farmacéutica.

<b>Tabla A.1:</b>								
<b>Distribución por sectores del número de empresas y empleados de la muestra y la totalidad de las empresas, 2006</b>								
<i>(comparación de la estructura sectorial de la muestra respecto del total de las empresas encuestadas)</i>								
<b>Sectores</b>	<b>Población total investigada</b>				<b>Muestra obtenida <i>Barómetro 2006</i></b>			
	<b>Empresas</b>		<b>Ocupados</b>		<b>Empresas</b>		<b>Ocupados</b>	
	Num.	%	Num.	%	Num.	%	Num.	%
Alimentación, bebidas y tabaco	32	6%	22890	10%	5	4%	2057	3%
Automoción	37	7%	54281	23%	11	9%	13281	19%
Material eléctrico y electrónico	20	4%	6717	3%	4	3%	2247	3%
Sector químico-farmacéutico	55	10%	8723	4%	9	8%	3109	5%
Metalurgia básica	62	11%	11071	5%	9	8%	3116	5%
Otros bienes de consumo	35	6%	8356	3%	4	3%	346	1%
Otras industrias manufactureras	39	7%	21053	9%	7	6%	1550	2%
Sociedad de la información	63	11%	23219	10%	17	15%	12556	18%
Consultoría	35	6%	22325	9%	9	8%	5614	8%
Sector financiero y asegurador	20	4%	6595	3%	6	5%	1829	3%
Comercio	42	8%	23467	10%	16	14%	14314	21%
Hostelería	17	3%	13235	6%	3	3%	5552	8%
Otros servicios	92	17%	18638	8%	16	14%	2959	4%
<b>TOTAL</b>	<b>549</b>	<b>100%</b>	<b>240570</b>	<b>100%</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	<b>68530</b>	<b>100%</b>

Fuente: Barómetro de los Negocios 2006 / Cámara de Comercio Americana en España (Registro de empresas)

La comparación que se establece en la tabla A.1 entre la distribución por sectores de las empresas que realmente han colaborado en la encuesta y el conjunto de la población a la que ésta iba dirigida nos ofrece una idea bastante precisa del grado de desviación o de ajuste sectorial y, por tanto de la representatividad de la muestra obtenida, en la que se basa el análisis del presente BARÓMETRO.

Los sectores de la distribución comercial, la automoción, y la sociedad de la información son los más extensamente representados en la muestra de empresas sobre la que se ha realizado el Barómetro del 2006. A alguna distancia se sitúan la industria químico-farmacéutica, la consultoría y los servicios avanzados, la hostelería, el material eléctrico y electrónico y el sector financiero, sectores que de acuerdo con la comparación realizada, figurarían entre los mejor representados en nuestra muestra. Entre los que aparecen, en cambio, con una tasa de representatividad menos satisfactoria, es decir, peor representados, se encuentran el sector de la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, la metalurgia básica, los otros bienes de consumo y los otros servicios.



# **EL BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA**

## **Perspectivas para el año 2006**

CUESTIONARIO

**Cámara de Comercio Americana en España**  
***ESADE***

**Un cuestionario sobre cómo ven las empresas de capital norteamericano sus perspectivas de actividad en España para el año 2006**

---

La Cámara de Comercio Americana en España y ESADE han acordado cooperar en la realización y edición del informe titulado: “*El Barómetro de las empresas de EE.UU. en España, 2006*”. Dicho informe contiene datos sobre la situación y las valoraciones que las empresas norteamericanas realizan sobre su actividad en España. El Dr. Pere Puig i Bastard, Catedrático del Departamento de Economía, tiene a su cargo la dirección y la realización de los trabajos de análisis de resultados de la encuesta, así como la redacción del informe final. El diseño y tratamiento técnico de la información es supervisado por el catedrático Dr. Joan Manuel Batista, Director de Investigación de ESADE.

---

## I. Perspectiva general desde su empresa

### I-1. La valoración que hace de la situación de su empresa en España es:

1. Muy satisfactoria.- 2. Bastante satisfactoria.- 3. Algo satisfactoria.  
4. Ni satisfactoria, ni insatisfactoria.  
5. Algo insatisfactoria.- 6. Bastante insatisfactoria.- 7. Muy insatisfactoria.

### I-2. Por lo que respecta a la situación económica internacional, se sienten:

1. Muy optimistas.- 2. Bastante optimistas.- 3. Algo optimistas.  
4. Ni optimistas, ni pesimistas.  
5. Algo pesimistas.- 6. Bastante pesimistas.- 7. Muy pesimistas.

### I-3. Las perspectivas generales que se le ofrecen a su empresa en España son:

1. Muy favorables.- 2. Bastante favorables.- 3. Algo favorables.  
4. Ni favorables, ni desfavorables.  
5. Algo desfavorables.- 6. Bastante desfavorables.- 7. Muy desfavorables.

### I-4. El clima general de los negocios existente en España, desde la perspectiva del potencial inversor empresarial norteamericano, cree que resulta:

1. Muy positivo.- 2. Bastante positivo.- 3. Algo positivo.  
4. Ni positivo, ni negativo.  
5. Algo negativo.- 6. Bastante negativo.- 7. Muy negativo.

### I-5. La marcha general de la economía española, a su entender, merece una valoración:

1. Muy favorable.- 2. Bastante favorable.- 3. Algo favorable.  
4. Ni favorable, ni desfavorable.  
5. Algo desfavorable.- 6. Bastante desfavorable.- 7. Muy desfavorable.

### I-6. ¿Hay algún aspecto (o algunos aspectos) de la política económica actual del Gobierno que le preocupa seriamente como empresa?

1. Sí.- 2. No.- 3. NS/NC.

### I-7. ¿Sería tan amable de mencionar cuál o cuáles? .....

## DATOS GENERALES DE SU EMPRESA

1. ¿En qué año se estableció su empresa en España? .....
2. Número total de empleados .....
3. Cifra global de las ventas de su empresa (miles de euros) .....
4. ¿En qué rama y en qué sector de actividad opera predominantemente?

Ramas de actividad y sectores de producción:

*Indique mediante una cruz la rama y el sector correspondiente:*

- |  |                              |
|--|------------------------------|
| <b>I. Actividad agraria en general</b>                           | <input type="checkbox"/> I   |
| <b>II. Energía eléctrica, gas y vapor</b>                        | <input type="checkbox"/> II  |
| <b>III. Industrias manufactureras</b>                            |                              |
| 1. Alimentación, bebidas y tabaco                                | <input type="checkbox"/> 1.  |
| 2. Textil y confección   | <input type="checkbox"/> 2.  |
| 3. Cuero y calzado   | <input type="checkbox"/> 3.  |
| 4. Madera y corcho   | <input type="checkbox"/> 4.  |
| 5. Papel, artes gráficas y edición                               | <input type="checkbox"/> 5.  |
| 6. Coquerías, refino de petróleo y químicas                      | <input type="checkbox"/> 6.  |
| 7. Manufacturas del caucho y plásticos                           | <input type="checkbox"/> 7.  |
| 8. Productos minerales no metálicos                              | <input type="checkbox"/> 8.  |
| 9. Producción, primera transformación y fundición de los metales | <input type="checkbox"/> 9.  |
| 10. Productos metálicos  | <input type="checkbox"/> 10. |
| 11. Maquinaria y equipo, óptica y similares                      | <input type="checkbox"/> 11. |
| 12. Material eléctrico y electrónico                             | <input type="checkbox"/> 12. |
| 13. Material de transporte                                       | <input type="checkbox"/> 13. |
| 14. Otras industrias manufactureras                              | <input type="checkbox"/> 14. |
| <b>IV. Construcción</b>  | <input type="checkbox"/> IV. |
| <b>V. Servicios</b>  |                              |
| 1. Comercio (mayorista y minorista)                              | <input type="checkbox"/> 1.  |
| 2. Turismo   | <input type="checkbox"/> 2.  |
| 3. Transporte  | <input type="checkbox"/> 3.  |
| 4. Sociedad de la información                                    | <input type="checkbox"/> 4.  |
| 5. Inmobiliarias y alquileres                                    | <input type="checkbox"/> 5.  |
| 6. Servicios a las empresas                                      | <input type="checkbox"/> 6.  |
| 7. Servicios personales  | <input type="checkbox"/> 7.  |
| 8. Sector financiero   | <input type="checkbox"/> 8.  |

### III. Capacidad productiva y proyectos de inversión

III-15. ¿Realizó su empresa en el 2005 nuevos proyectos de inversión en España?

1. Sí.- 2. No.

En caso negativo, responda la pregunta III.19.

III-16. ¿La puesta en marcha de dicho proyecto ha supuesto una ampliación de la capacidad productiva instalada?

1. Sí.- 2. No.

III-17. Dicho proyecto de inversión ha supuesto un aumento de la capacidad productiva instalada del orden de:

< 10 %   10-20 %   21-30 %   31-40 %   41-50 %  
51-60 %   61-70 %   71-80 %   81-90 %   91-100 %   > 100 %

III-18. Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son:

1. Muy favorables.- 2. Bastante favorables.- 3. Algo favorables.  
4. Ni favorables, ni desfavorables.  
5. Algo desfavorables.- 6. Bastante desfavorables.- 7. Muy desfavorables.

III-19. En el año 2006 tienen previsto realizar planes de inversión:

1. Muy por encima del año anterior.- 2. Algo por encima.  
3. Mantener el mismo volumen de inversión.- 4. Algo por debajo del año anterior-  
5. Muy por debajo.- 6. No realizarán ninguna inversión este año.

Si eligió las respuestas 5 o 6, responda la pregunta III-20.

III-20. ¿Se plantean aplazar, revisar a la baja o anular la ejecución de algún proyecto de inversión empresarial en España?

1. Sí.- 2. No.

III-21. ¿Qué proporción del total de los productos que su empresa suministra al mercado español son importados y por tanto los fabrican ustedes fuera de España?

< 10 %   10-20 %   21-30 %   31-40 %   41-50 %  
51-60 %   61-70 %   71-80 %   81-90 %   91-100 %

III-22. ¿Cuál estima Vd. que puede ser la evolución de esta proporción en los próximos años?

1. Aumentará.- 2. Se mantendrá.- 3. Disminuirá.

### II. Situación y perspectiva en su sector de actividad

II-8. Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el 2006 son:

1. Muy favorables.- 2. Bastante favorables.- 3. Algo favorables.  
4. Ni favorables, ni desfavorables.  
5. Algo desfavorables.- 6. Bastante desfavorables.- 7. Muy desfavorables.

II-9. Las perspectivas generales de actividad para su empresa en el año 2006 son:

1. Muy favorables.- 2. Bastante favorables.- 3. Algo favorables.  
4. Ni favorables, ni desfavorables.  
5. Algo desfavorables.- 6. Bastante desfavorables.- 7. Muy desfavorables.

II-10. Los resultados que prevén alcanzar como empresa en el presente año 2006, por comparación al año 2005, van a ser:

1. Muy superiores.- 2. Bastante superiores.- 3. Algo superiores.  
4. Ni mejores, ni peores (iguales).  
5. Algo inferiores.- 6. Bastante inferiores.- 7. Muy inferiores.

II-11. En el año 2005, y por comparación a 2004, las ventas de su empresa se han situado:

1. Muy por encima.- 2. Bastante por encima.- 3. Algo por encima.  
4. Se han establecido.  
5. Algo por debajo.- 6. Bastante por debajo.- 7. Muy por debajo.

II-12. Considera que se enfrentan en sus mercados con una demanda que hoy por hoy es:

1. Fuertemente creciente.- 2. Bastante creciente.- 3. Sólo algo creciente.  
4. Ni crece, ni decrece (o casi).  
5. Sólo algo decreciente.- 6. Bastante decreciente.- 7. Fuertemente decreciente.

II-13. ¿Se enfrentan cada vez más con una rivalidad competitiva creciente en su sector?

1. Sí.- 2. No.

En caso negativo, responda la pregunta III-15 y sólo en caso afirmativo a la pregunta II.14

II-14. Los factores a los que se debe dicha rivalidad competitiva creciente son:

- Desregulación de los mercados
- Nuevos inversores internacionales
- Reducción de barreras de entrada
- Eficacia creciente de los servicios y órganos judiciales de defensa de la competencia
- Aparición de nuevas iniciativas empresariales en los propios mercados locales
- Grado creciente de información y transparencia
- Mayor exigencia y grado de información del consumidor
- Políticas de fijación de precios más agresivas por parte de las empresas actuales
- Apertura creciente de los mercados a la oferta de productos fabricados en ciertas economías emergentes
- Otras causas (¿Cual?).....

Escriba en orden de importancia las letras correspondientes a las tres más relevantes:

.....



1: Nivel muy *bajo* de adecuación..... 7: Nivel muy *alto* de adecuación

a. Aceptación de responsabilidades y objetivos	1	2	3	4	5	6	7
b. Aceptación de la flexibilidad y movilidad	1	2	3	4	5	6	7
c. Atención a la mejora de la productividad	1	2	3	4	5	6	7
d. Atención a la calidad	1	2	3	4	5	6	7
e. Autonomía en el trabajo	1	2	3	4	5	6	7
f. Capacidad de aprendizaje	1	2	3	4	5	6	7
g. Capacidad para resolver problemas	1	2	3	4	5	6	7
h. Capacidad para el trabajo en equipo	1	2	3	4	5	6	7
i. Capacidad para tomar decisiones	1	2	3	4	5	6	7
j. Compromiso con la organización	1	2	3	4	5	6	7
k. Compromiso con la mejora continua	1	2	3	4	5	6	7
l. Control de costes	1	2	3	4	5	6	7
m. Conocimiento del idioma inglés	1	2	3	4	5	6	7
n. Relación con los clientes	1	2	3	4	5	6	7

## V. Situación y perspectivas de la exportación

V-32 Su empresa se ha visto afectada por la evolución de la cotización del euro respecto al dólar norteamericano en último año de un modo

1. Muy favorable. - 2. Bastante favorable.- 3. Algo favorable.  
4. Ni favorable, ni desfavorable.  
5. Algo desfavorable.- 6. Bastante desfavorable.- 7. Muy desfavorable.

V-33. Su empresa ¿realiza con regularidad las ventas de una parte de sus productos o servicios en mercados de exportación de uno o varios países?

1. Sí.- 2. No.

*En casi negativo, responda directamente la pregunta VI-36.*

¿En qué mercados se concentran sus ventas más importantes?

UE – 25 ; EEUU Canadá y Méjico ; Asia ; América Latina ; Resto del Mundo ;

V-34. ¿Qué parte de las ventas de su empresa se realizan en los mercados de exportación?

< 10 % 11-30 % 31-50 % 51-70 % 71-90 % 100 %

V-35. Las expectativas de crecimiento global de las exportaciones con que va a enfrentarse su empresa a lo largo del año 2006 son:

1. Muy favorables.- 2. Bastante favorables.- 3. Algo favorables.  
4. Ni favorables, ni desfavorables.  
5. Algo desfavorables.- 6. Bastante desfavorables.- 7. Muy desfavorables.

III-23. En el ejercicio del 2005 ¿ha realizado su empresa algún cambio de actividad productiva que les haya llevado a reducir su producción y a incrementar el aprovisionamiento del mercado interior desde el exterior?

1. Sí.- 2. No.

*En caso afirmativo, responda la pregunta IV-24; en caso negativo, salte a la pregunta IV-26.*

III-24. ¿Qué parte del valor total de la producción que su empresa normalmente realizaba en España se ha visto afectada por esta decisión?

< 10 % 10-20 % 21-30 % 31-40 % 41-50 %  
51-60 % 61-70 % 71-80 % 81-90 % 91-100 %

III-25 ¿Puede indicarnos hacia qué país o países concretos se ha desplazado la parte de su actividad productiva que han decidido situar fuera de España?

.....

## IV. Situación y previsiones de creación de empleo

IV-26. Las perspectivas de creación de empleo a medio plazo en su sector de actividad son:

1. Muy optimistas.- 2. Bastante optimistas.- 3. Algo optimistas.  
4. Ni optimistas, ni pesimistas.  
5. Algo pesimistas.- 6. Bastante pesimistas.- 7. Muy pesimistas.

IV-27. En el ejercicio del 2005, el volumen total de trabajadores empleados en el conjunto de su sector:

1. Aumentó.- 2. Se mantuvo.- 3. Disminuyó.

IV-28. En el ejercicio del 2005, el volumen total de trabajadores empleados en su empresa:

1. Aumentó.- 2. Se mantuvo.- 3. Disminuyó.

IV-29. En el presente año 2006 el número total de trabajadores empleados en el conjunto de su sector se prevé que va a:

1. Aumentar.- 2. Mantenerse.- 3. Disminuir.

IV-30. En el presente año 2006, en lo relativo al número de trabajadores que integran la plantilla de su empresa, tienen previsto:

1. Aumentarlo.- 2. Mantenerlo.- 3. Disminuirlo.

IV-31. De acuerdo con su experiencia, ¿cómo puntuaría el nivel de adecuación a las necesidades de su empresa por parte de los trabajadores españoles que han contratado?

*Para valorarlo, utilice el baremo que le proponemos a continuación:*

## V. Aspectos selectivos del entorno empresarial

VI-36. Partiendo de su experiencia como empresa localizada en España, y a la vista de las características del entorno económico en que trabaja, valore hasta qué punto le son favorables o desfavorables determinados aspectos concretos de su entorno empresarial:

Para valorarlos, utilice el baremo que le proponemos a continuación:

1: Nivel muy bajo de adecuación.....7: Nivel muy alto de adecuación

a. Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	1	2	3	4	5	6	7
b. Nivel educativo de las personas	1	2	3	4	5	6	7
c. Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	1	2	3	4	5	6	7
d. Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	1	2	3	4	5	6	7
e. Leyes laborales existentes y forma de aplicación	1	2	3	4	5	6	7
f. Relaciones sindicales y laborales en general	1	2	3	4	5	6	7
g. Relación con la Administración pública central	1	2	3	4	5	6	7
h. Relación con las administraciones autonómicas	1	2	3	4	5	6	7
i. Relación con las administraciones locales	1	2	3	4	5	6	7
j. Costes de los servicios básicos	1	2	3	4	5	6	7
k. Inseguridad o baja calidad de los servicios	1	2	3	4	5	6	7
l. Impuestos y conjunto de normas fiscales	1	2	3	4	5	6	7
m. Nivel de transparencia y calidad de la información	1	2	3	4	5	6	7
p. Facilidades y calidad de los servicios bancarios	1	2	3	4	5	6	7
q. Calidad de vida ofrecida al personal extranjero	1	2	3	4	5	6	7
r. Grado de burocratización de las administraciones	1	2	3	4	5	6	7

VI-37. ¿Indique en cuál o cuáles de los siguientes territorios de comunidades autónomas están localizadas sus principales plantas productivas y/o sus sedes corporativas?

<i>Madrid</i>	<i>Castilla-La Mancha</i>	<i>Extremadura</i>
<i>Cataluña</i>	<i>Castilla-León</i>	<i>Cantabria</i>
<i>Valencia</i>	<i>Galicia</i>	<i>Asturias</i>
<i>País Vasco</i>	<i>La Rioja</i>	<i>Islas Baleares</i>
<i>Andalucía</i>	<i>Navarra</i>	<i>Islas Canarias</i>
<i>Aragón</i>	<i>Murcia</i>	

Los aspectos valorados en la pregunta VI-36 ¿son motivo de preocupación importante o les afectan negativamente a su empresa, en alguna de las comunidades en donde más trabajan?

1. Sí.- 2. No.

¿Cuál o cuáles? (Indique la letra o letras correspondientes de la pregunta VI-36)

VI-38. Estamos tratando de reflejar de forma fidedigna cual es hoy la situación de las empresas norteamericanas en España y cuales son los aspectos del entorno que les afectan. Desde la importante posición que ustedes ocupan y habida cuenta de su experiencia ¿cree que hemos olvidado alguna cuestión realmente importante en el conjunto de las preguntas anteriores?

1. Sí.- 2. No.

En caso afirmativo

¿Cual sería esta cuestión relevante? .....