



PRESENTACION DE CARLOS LOSADA
Director General de ESADE

Como en años anteriores, quiero empezar esta presentación diciendo que para el Director General de ESADE es una verdadera satisfacción poder hacer público, de modo conjunto con la Cámara de Comercio Americana, el Informe en el que se recogen los resultados y conclusiones de la quinta edición del ***Barómetro de las Empresas de EEUU en España***. Dicho Informe ha sido realizado con toda seriedad por un equipo de dos profesores de nuestra institución y sus ayudantes, sobre la base de una encuesta dirigida a más de 500 empresas de capital norteamericano.

ESADE participa en la dirección y la ejecución académica de este proyecto, con buena sintonía y compenetración con los servicios de la Cámara de Comercio Americana, que son quienes administran y gestionan la mencionada encuesta.

Con la puesta en marcha del mencionado Barómetro, pensamos haber alcanzado ya buenos resultados. De hecho hemos conseguido, mediante la consolidación de la mencionada encuesta, mantener y acreditar un Informe único en su género dentro de este ámbito empresarial. Un Informe que, según creemos, está siendo útil ya tanto a las propias empresas como a los profesionales y estudiosos de estos temas.

Para un centro como ESADE, con una proyección internacional bien acreditada, la realización de todo un proyecto de generación de conocimiento sobre temas clave de la gestión empresarial, patrocinado y promovido por instituciones relevantes, es siempre algo a lo que le atribuimos importancia. Desde ESADE apreciamos siempre las oportunidades de colaborar en proyectos orientados a facilitar información veraz sobre el estado en que se encuentra un conjunto importante de empresas como es el caso de las que se ocupa el presente ***Barómetro***, así como sobre las previsiones y valoración del entorno que éstas realizan.

Por todo ello, reitero mi satisfacción en presentar esta quinta edición del ***Barómetro***.

Carlos Losada
Director General de ESADE

12/06/08



**PRESENTACION DE JAIME MALET
PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO AMERICANA EN ESPAÑA**

En 2008 la Cámara de Comercio Americana en España, con la colaboración de ESADE y el patrocinio de UPS, ha elaborado el **BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE ESTADOS UNIDOS EN ESPAÑA**. Por quinto año consecutivo el trabajo conjunto de la Cámara de Comercio Americana en España y ESADE ha fructificado en una publicación que ya se ha consolidado como el informe de referencia sobre la situación y perspectivas de las empresas de EE.UU. en España. Debido al cambio en la coyuntura económica experimentado por España en los últimos meses, el Barómetro de 2008 –elaborado en función de los datos recopilados hasta finales de 2007- puede en ciertos aspectos no reflejar las medidas y ajustes que las empresas de EE.UU. puedan estar adoptando para hacer frente al nuevo panorama económico.

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a ESADE y concretamente a los catedráticos Joan Manuel Batista i Foguet y Pere Puig i Bastard, autores del Barómetro, por el excelente trabajo que han llevado a cabo por quinto año consecutivo. Asimismo quisiera agradecer profundamente el esfuerzo que han realizado las empresas de EE.UU. establecidas en España para proporcionar los datos que han permitido la redacción del Barómetro.

Por último, quiero mostrar mi profundo agradecimiento a UPS, cuyo patrocinio del Barómetro por quinto año consecutivo ha sido imprescindible para que este destacado informe pudiera ver la luz.

Jaime Malet
Presidente de la Cámara de Comercio Americana en España

**EL BARÓMETRO
DE LAS EMPRESAS
ESTADOUNIDENSES
EN ESPAÑA**

Perspectivas para el año 2008

Cámara de Comercio Americana en España
ESADE

Barcelona, 17 de Mayo de 2008

Son autores del estudio Barómetro de los Negocios Norteamericanos en España:

Dr. Joan Manuel Batista i Foguet (Capítulos I y VI)

Catedrático de ESADE/URL y del departamento de Métodos Cuantitativos

y

Dr. Pere Puig i Bastard (Capítulos I a V)

Catedrático de ESADE/URL y del Departamento de Economía

Ha colaborado en este Informe, encargándose de la aplicación de la metodología de análisis de clusters, correspondiente al contenido del Capítulo VI, el

Dr. Lluís Coromina,

Investigador del *Survey Research Centre* de ESADE

Como ayudante becario de investigación, a cargo de los trabajos de preparación de Tablas y Gráficos de los Capítulos II a V, y del Anexo II, ha colaborado

Antonio Berga, alumno de la Licenciatura de ADE de ESADE

ÍNDICE

Presentación del Barómetro 2008

I. <u>Executive Summary</u>	pág. 3
--	--------

II. **Panorama general de resultados**

1. Situación y perspectivas. Resultados del Barómetro 2008.....	pág. 16
2. Valoración de las perspectivas generales de evolución de la economía española y del propio sector de actividad.....	pág. 17
3. Perspectivas de inversión en el sector y planes propios de inversión.....	pág. 19
4. Análisis global y por sectores. Situación y perspectivas 2006-2008.....	pág. 20

III. **Aspectos específicos (1): Planes de inversión. Localización de la actividad productiva. Previsión de cambios en el empleo**

5. Inversiones realizadas y variación de la capacidad productiva 2007.....	pág. 29
6. Perspectivas de inversión en el sector y en la propia empresa.....	pág. 32
7. Proporción de los productos de las empresas que son fabricados fuera de España. Previsión de posibles cambios en el futuro.....	pág. 35
8. Previsión de cambios en los niveles de ocupación de las empresas 2006-2008.....	pág. 38
9. Perspectivas de variación de la ocupación de trabajadores a nivel sectorial en los años 2006, 2007 y 2008.....	pág. 41

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

10. Valoración del grado de la rivalidad competitiva en los mercados.....	pág. 43
11. Análisis de los factores de rivalidad competitiva.....	pág. 44
12. Tendencias de la demanda y evolución de las ventas.....	pág. 48
13. Orientación de las empresas hacia los mercados de exportación. Incidencia de los factores de rivalidad competitiva.....	pág. 52

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

14. Valoración del entorno general de la economía española.....	pág. 58
15. Valoración del grado de adecuación de la oferta laboral.....	pág. 68
16. Grado de preocupación expresada en relación con las políticas públicas.....	pág. 77

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

17. Metodología de la clasificación en clusters.....	pág. 80
18. Interpretación de los resultados del <i>Cluster Análisis</i>	pág. 82

<u>ANEXO I - Executive Summary in English</u>	pág. 95
--	---------

<u>ANEXO II - Características del análisis y de la muestra obtenida</u>	pág. 108
--	----------

<u>ANEXOIII - Cuestionario de la encuesta</u>	pág. 112
--	----------

PRESENTACIÓN DEL BARÓMETRO 2008

Nos enfrentamos ya a **la quinta** edición del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS ESTADOUNIDENSES EN ESPAÑA, que promueve la Cámara de Comercio Americana y que elabora y escribe un equipo de profesores e investigadores 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 la encuesta dirigida al conjunto de empresas estadounidenses que operan en España. Ha sido la propia Cámara de Comercio, promotora desde sus inicios del presente proyecto, la que ha realizado las tareas correspondientes al envío de cuestionarios y al seguimiento y control de dicha encuesta. Desde ESADE, además del diseño y asesoramiento del proceso de encuesta, nos hemos responsabilizado, un año más, del análisis y depuración de los datos y de la redacción final del informe y las conclusiones.

Como ya hemos indicado en las anteriores ediciones, el BARÓMETRO es representativo sin duda de un importante ámbito empresarial de nuestro país. Pretende ser partícipe, al mismo tiempo, de una acreditada experiencia que desde hace tiempo existe a nivel internacional en este tipo de estudios. Esta quinta edición del BARÓMETRO esperamos que acabe siendo merecedora de una buena acogida y contribuya a reforzar el conocimiento existente de la trayectoria del conjunto ciertamente importante de empresas a las que va dirigido, así como de la valoración del entorno en que éstas se mueven.

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

Primera observación: Los resultados de la presente encuesta son ciertamente importantes, tanto por lo que se refiere a la dimensión de la muestra como por la diversidad de organizaciones y de sectores que este año hemos abarcado. Es de resaltar, particularmente, la notable estabilidad que ha alcanzado ya la muestra del Barómetro de 2008, en una encuesta original dirigida a muy importantes empresas, cuya realización alcanza ya cinco años de duración. La tasa de respuesta alcanzada representa un 17,54 % de las empresas consultadas.

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. 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 la 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 que no son una mera foto fija de la situación, sino que ofrecen 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 de la fotografía en un momento puntual. Una visión de la evolución 2004-2008, que esperamos poder llegar a realizar más adelante, puede darnos a aportar conclusiones particularmente sugerentes en este sentido.

En la presente edición del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS ESTADOUNIDENSES EN ESPAÑA 2008, quisiéramos manifestar nuestro más sincero agradecimiento al conjunto de importantes empresas que, un año más, nos han prestado su muy eficaz colaboración, aportando información acerca de sus organizaciones y del entorno en que éstas operan, entre diciembre del 2007 y febrero del 2008.

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

Joan Manuel Batista i Foguet, catedrático de ESADE-URL
Departamento de Métodos Cuantitativos de Gestión. Director de Investigación.

Barcelona, 29 de abril de 2008

I. *Executive Summary*

A continuación presentamos, debidamente ordenado por capítulos, un resumen de las conclusiones y de los resultados más básicos obtenidos en el BARÓMETRO del año 2008.

Conclusiones del capítulo II: Panorama general. Indicadores básicos

1. Si bien parece estar emergiendo, respecto al año anterior, una visión algo menos optimista sobre las perspectivas a medio plazo, las empresas estadounidenses que operan en nuestro país muestran aún un notable nivel de satisfacción sobre *el estado actual de sus negocios en España*, en el Barómetro del año 2008. Constituyen una muy amplia mayoría este año todavía (un 77%) las que afirman estar muy satisfechas o bastante satisfechas. En el 2007 eran, no obstante, bastante más en número las que reflejaban una situación favorable (representaban un 81% del total).

2. La visión que nos ofrecen el conjunto de empresas sobre sus *perspectivas de evolución a medio plazo de las empresas* es una vez bastante positiva. A medio plazo los más pesimistas representan unos porcentajes todavía notablemente bajos si bien éstos tienden a crecer en cierta medida (del 9% para el año 2007 pasan tan sólo al 12% en el 2008).

3. Por lo que se refiere a *la evolución esperada de los resultados empresariales*, las encuestas realizadas nos indican que tan sólo un 7% de los encuestados que al cierre de los ejercicios de 2007 se van a ver enfrentados a una situación peor que en el cierre del año 2006. Son un 76% los que en el año 2007 anticipan unos beneficios cuando mínimo superiores, mientras que en el año anterior los que se encontraban en dicha situación optimista fueron algunos más (un 85%).

4. Son un total de los seis *sectores* en los que se concentran de forma mayoritaria las empresas que manifiestan *un alto grado de satisfacción con el estado de sus negocios*. Entre ellos figuran sobre todo: la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, los otros servicios, el sector financiero y asegurador, los servicios a las empresas y consultoría, y el sector de la sociedad de la información, de acuerdo con la información del Barómetro de 2008. Los sectores en los que una buena proporción de las empresas se muestran insatisfechas, en cambio, con la propia marcha de sus negocios son, en primer lugar: la automoción, y en alguna menor medida, los sectores químico, farmacéutico y otras industrias manufactureras

5. En los Gráficos II.6 y II.7, se resumen los resultados de las encuestas de los BARÓMETROS 2008 y 2007, *sobre las perspectivas de inversión en el propio sector* (Preg. III-18) y sobre las previsiones de ejecución de planes de inversión Preg. III-19) de las empresas consultadas. Las perspectivas generales de inversión que las empresas estadounidenses nos anuncian al evaluar las expectativas de su propio sector de actividad no parecen reflejar cambios drásticos en el año 2008, con respecto al ejercicio anterior, si bien es cierto que reflejan un cierto empeoramiento de la situación. En el año 2008 un 54% de las empresas manifiestan que a su entender existen expectativas (muy, bastante o algo) favorables de inversión en sus sectores de actividad. Dicha cifra se sitúa ligeramente por debajo de la del año 2007 (un 57%). En el grupo de los que anuncian la existencia de expectativas algo o bastante desfavorables, tanto en un año como en el otro, se incluyen un número minoritario de empresas, que no obstante tiende a crecer significativamente en el año 2008 con respecto al anterior (del 18% en 2007, pasa a representar el 29% en el 2008). (v. Gráfico II.6)

6. La valoración que las empresas hacen de *la marcha general de la economía española* parece indicarnos un cierto cambio de tendencia bastante pronunciado. La valoración que las empresas hacen el año 2008 de las perspectiva generales de la economía resulta quizás sorprendentemente pesimista a la vista de los resultados marcadamente positivos en los años anteriores. En el año 2007 nada menos que un 85% de las empresas consideraban que el futuro de la economía

española sería por lo menos bastante favorable y eran mayoría, incluso, (un 55%) los que preveían que dicha evolución iba a ser bastante o muy favorable. En el actual Barómetro las cosas han cambiado notablemente. Representan un 44% – una minoría - quienes afirman que a su juicio a la economía española le espera un futuro algo o bastante favorable. Las empresas que emiten, en cambio, una valoración negativa sobre la marcha de la economía española (algo, bastante o muy desfavorable) representan nada menos que un 30% del total. En el 2007 éstas representaban tan sólo un 4 %. (v. Gráfico II.5).

7. En el pasado año 2007 fue muy poco expansivo, según el *Barómetro 2008*, el ritmo de crecimiento del empleo tanto en las empresas como en el conjunto de sus sectores de referencia, de acuerdo con la información recibida. Un 46% de las empresas manifiestan que en el ejercicio del 2007 realmente han procedido a aumentar sus plantillas de trabajadores. A nivel de los sectores, en cambio, el crecimiento del empleo tan sólo se manifiesta en un 34% de las respuestas empresariales. Un 13% de las empresas son las que manifiestan, por otro lado, que han experimentado una reducción neta en el número de los trabajadores empleados respecto al año anterior: A nivel de los sectores se constata una evolución netamente pesimista del empleo según la opinión de bastantes empresas (concretamente en un 25% de los casos). (v. Gráfico III.4. Capítulo III).

Conclusiones del capítulo III: Planes de inversión, localización de la actividad productiva y perspectivas de cambios en el empleo

1. Poco menos de la mitad de las empresas encuestadas (concretamente un 48%) afirmaban en el Barómetro del año 2007 haber realizado nuevos proyectos de inversión el año 2006. En el Barómetro 2008 han sido bastantes más, en cambio, - concretamente un 55 % - las empresas que han manifestado haber realizado inversiones el año anterior (Capítulo III v. Gráfico III.1). Según el Barómetro 2006, en cambio, una clara mayoría (un 54%) de las empresas eran las que había ejecutado nuevos proyectos de inversión. (v. Gráficos III.1 y III.2. Capítulo III).

2. Por lo que se refiere a la *importancia cuantitativa de los efectos de las inversiones sobre la capacidad productiva*, de acuerdo con el Barómetro de 2008 han sido bastantes las empresas (concretamente un 40%) que afirman haber aumentado su capacidad productiva de manera sensible debido a las inversiones realizadas. En el año 2007 las respuestas recibidas indicaban, en cambio, que la proporción de empresas que aumentaron su capacidad productiva era bastante inferior (un 34%) (v. Tabla III.1 y Gráfico III.3. Capítulo III).

3. Los *aumentos de capacidad productiva observados* el año 2007 se distribuyen de forma relativamente desigual entre los diversos sectores de actividad productiva. Los aumentos de la capacidad productiva instalada a que han dado lugar las inversiones realizadas, comportaron aumentos de la capacidad productiva superiores al 20%, en una proporción significativa de empresas, que se concentran sobre todo en los sectores químico y el de la sociedad de la información. En el sector de los otros servicios (una empresa) se nos ofrece el único caso en que encontramos un aumento de la capacidad productiva por encima del 80% en un cierto grupo de empresas (14%) (v. Tabla III.2, Capítulo III)

4. Mientras que en el Barómetro del año 2007 era poco numeroso el grupo de las empresas que revelaron *unas expectativas favorables de inversión para su sector de actividad* - tan sólo un 21% -, en el Barómetro actual, el del año 2008, la situación parece haber mejorado claramente. La confianza manifestada por las empresas en el año 2008, respecto a *las perspectivas de la evolución de la inversión en las empresas de su sector* es, por tanto, netamente más optimista, respecto de la existente en el 2007, y no muy alejada a la existente ya en el año 2006 (v. Tabla III.5. Capítulo III).

5. La opinión de las empresas sobre las perspectivas de inversión es claramente más optimista en *los sectores* financiero asegurador y en el de los otros servicios. En una medida mucho menor, lo es también en los sectores de los servicios avanzados a las empresas y la consultoría y en el de la alimentación, bebidas y tabaco. En una gran parte de los sectores industriales observamos, en cambio, unas posturas más pesimistas por parte de las empresas. Las *actuales perspectivas de inversión en el año 2008, a nivel de los sectores*, son francamente moderadas en términos globales. (v. Tabla III.4. Capítulo III).

En los sectores de la automoción, farmacéutico y químico, es donde un 50% de las empresas son las que anticipan unas perspectivas desfavorables de inversión en su sector de actividad, seguidos del porcentaje al menos elevado, pero todavía importante, de las empresas de los sectores de material eléctrico y electrónico y de las otras industria manufactureras) (v. Tabla III.4. Capítulo III).

6. Una cuestión que se ha vuelto a plantear a las empresas ha sido la de *cual es la proporción en que comercializan en el mercado interior español productos fabricados por ellos en el exterior* (en centros de producción localizados en otros países). Son 77 las empresas que en el Barómetro 2008 afirman que importan una parte más o menos importante de sus productos de centros de producción localizados en el exterior de España (un 82% de la muestra). El año pasado fueron 94 las empresas que se manifestaron en el mismo sentido.

7. Más de un tercio este año (concretamente un 35%) de las empresas consultadas realizan en más de un 90 por ciento su producción fuera de España e importan la gran mayoría de los productos que venden o comercializan en el mercado interno. Del orden del 12% de las empresas están produciendo, en el año 2008, entre el 50 y el 90% de su producción fuera de España (en el año pasado eran un 16%). Son mayoría, por otro lado, (un 53%) - el año anterior eran tan sólo un 50% - las que fabrican menos del 50%. Estas empresas son, en definitiva, las que al parecer abastecen de forma predominante el mercado interno español desde centros de producción localizados en España (Tabla III.6 Capítulo III)

8. Las empresas situadas en sectores industriales tales como el *financiero-asegurador la alimentación, bebidas y tabaco, la automoción y los servicios avanzados a las empresas, junto a los otros servicios*, seguidos a más distancia por el sector de *la metalúrgica básica* 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 sectores tales como la distribución comercial, *la sociedad de la información, los sectores farmacéutico y químico y el sector de la automoción*, suelen aparecer, en cambio, mucho más abiertos a la importación de productos y servicios del exterior (v. Tabla III.7. Capítulo III).

9. 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 sus centros localizados en el exterior. En el Barómetro del año 2007 fueron 16 las empresas (un 14%), mientras que en el Barómetro del 2008, han sido 11 (un 11%) – en definitiva una minoría tanto en un año como en el otro - las empresas que afirman que tenderá a aumentar el porcentaje de los productos que fabrican en el exterior y esperan poder dirigir al mercado español. Las empresas que en el año 2008 prevén un aumento en la comercialización de productos provenientes del exterior para abastecer la demanda interna, están algo más representadas, de acuerdo con los datos recibidos, sobre todo en los sectores farmacéutico y químico, los otros servicios y la sociedad de la información y, en menor medida, en el sector de la automoción. (v. Tabla III.8. Capítulo III).

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. De acuerdo con las respuestas recibidas, vuelven a ser una gran mayoría las empresas que afirman percibir una rivalidad competitiva creciente en sus mercados en el Barómetro de 2008. Un 85% del total las empresas afirman que se enfrentan a una competitividad creciente en sus mercados. En los años 2007 y 2006 la proporción de empresas afectadas por una creciente competitividad todavía era más elevada (91% y 92%). V. Tabla VI Capítulo IV)

2. Tres grandes factores son los que aparecen como los más decisivos en estos dos años, si bien con algún cambio de ordenación significativo. En primer lugar, y en 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 en un orden distinto este año con respecto al anterior. En orden decreciente éstos son: la aparición de iniciativas empresariales locales (o endógenas) y la apertura de los mercados a ofertas competitivas de países emergentes. En lugares menos destacados les siguen: una mayor exigencia e información del consumidor; y la entrada de nuevos inversores internacionales, junto a la reducción de barreras de entrada a la competencia (un factor que este año ha ascendido de posición respecto al año anterior). (v. Gráfico IV.1. Capítulo IV).

3. Es de resaltar 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, tanto en el Barómetro de 2007 como en el del año 2008. Los restantes factores aparecen ordenados en los dos años de una forma bastante parecida, si bien con algunos de los cambios más arriba indicados. La aparición de iniciativas empresariales locales que en el año 2006 figuraba tan sólo en quinto lugar, en el año 2007 pasa a estar situado en tercera posición, para alcanzar en el Barómetro de 2008 una posición todavía más destacada (la segunda del ranking) (v. Gráfico IV.1. Capítulo IV).

4. Tanto en el año 2006 como en el 2007 es de destacar el hecho de que las empresas también situaban en el primer lugar, de manera muy clara, *la fijación agresiva de precios por parte de la competencia*, como el factor de competitividad que más les afecta en los mercados. En general existe, como indicábamos en los Barómetros 2006 y 2007, una considerable estabilidad en las condiciones que determinan la rivalidad competitiva en un gran número de mercados (v. Gráfico IV.1. Capítulo IV).

5. Existe una elevada proporción de empresas que afirman experimentar sobre todo los *efectos de unas políticas de fijación de precios cada vez más agresivas* por parte de sus competidores en una serie extensa de sectores. Entre los sectores más destacados, en este aspecto, merecen citarse por orden decreciente: *el sector financiero y asegurador, el sector de la sociedad de la información, el sector de la alimentación, bebidas y tabaco, el sector químico, otras industrias manufactureras y la distribución comercial* (v. el apartado 1; Tabla IV.3 Capítulo IV).

6. Un buen número de empresas de la industria metalúrgica básica, otras industrias manufactureras, la automoción y el sector del material eléctrico y la electrónica, seguidos de algunos otros sectores, manifiestan que les afecta una mayor rivalidad competitiva derivada de la creciente penetración en sus mercados de productos competitivos provenientes de países de economías emergentes (véase apartado 2 en Tabla IV.3. Capítulo IV).

7. Los nuevos inversores internacionales aparecen citados por un número relativamente menor de empresas y sectores. Se les menciona sobre todo los sectores de la metalúrgica básica, la industria química y los servicios y en alguna medida también en la distribución comercial, en el sector de material eléctrico y electrónico y en la alimentación, bebidas y tabaco. 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, son mencionados con menor frecuencia por parte de las empresas (v. Tabla IV.3. Capítulo IV)

8. ¿Son distintos o son más bien parecidos los factores de competitividad percibidos por parte de las empresas exportadoras y las empresas no exportadoras? Entre los exportadores existe, al parecer, una mayor sensibilidad que entre los no exportadores, por el incremento de la rivalidad competitiva de los productos provenientes de las economías emergentes, tanto en el año 2008 como en el 2007. Se observa también una cierta sensibilidad frente al incremento de las iniciativas locales y a las políticas agresivas de sus competidores, por parte de las empresas habitualmente exportadoras. Aún siendo importantes, estos factores inciden, al parecer, algo menos en el mercado interno que en los mercados de exportación. (v. Tabla IV.7. Capítulo IV)

9. 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. (Gráfico IV.7 y Tabla IV.7 Capítulo IV)

10. Por lo que se refiere a las *expectativas de evolución de la demanda* en el barómetro de 2008 se desprende que las empresas son aún hoy bastante más optimistas de lo que lo habían sido en el 2007. Por lo que se refiere a la tendencia de crecimiento de la demanda en los mercados, en la mayoría de casos las previsiones que nos han anunciado las empresas en el año 2008 parecen ser favorables. Algo más del 71 % de las empresas consultadas este año (2008) – es decir una mayoría - afirman que las tendencias de demanda con que se enfrentan en los mercados van a ser bastante o algo crecientes. En el 2007, los optimistas constituyeron una mayoría todavía superior a la del presente año (un 79%). Un 36% afirmaban que el crecimiento de su demanda sería bastante o fuertemente creciente, mientras que en el año 2008 éstas han sido tan sólo un 27%.

11. Por lo que se refiere al lado negativo, en el año 2007 tan sólo un 8 % de las empresas preveían posibles caídas de la demanda de sus productos, mientras que ahora, en el año 2008, representan ya un 16% las empresas – el doble que el año pasado - que aseguran que la demanda de sus mercados puede acabar siendo algo o bastante decreciente.

12. Ha aumentado, de modo significativo este año, la proporción de las empresas que se manifiestan netamente pesimistas en la encuesta del Barómetro 2008 respecto de *la evolución futura de la demanda* (v. Gráfico IV.2 y IV.3. Capítulo IV).

13. Las empresas que ofrecen una visión más claramente favorable en cuanto al ritmo de crecimiento de la demanda son las situadas en los sectores financiero y asegurador, en los otros servicios y en la metalúrgica básica, seguidos a cierta distancia del comercio, los servicios avanzados a las empresas, del sector farmacéutico y de los servicios de la sociedad de la información. Las perspectivas de crecimiento de la demanda relativamente poco favorables para un número sensible de empresas, de acuerdo con el Barómetro 2008, se encuentran situadas sobre todo en los sectores de la automoción, de material eléctrico y electrónico, de las otras industrias manufactureras y los otros servicios. (v. Tabla IV.4. Capítulo IV).

14. Los datos obtenidos en el Barómetro 2008, por lo tanto, nos indican que la evolución claramente favorable de las ventas de las empresas que hemos venido observando a lo largo de tres (2005-2007) habría empezado a experimentar una cierta desaceleración. De acuerdo con el Barómetro 2008, todavía son una gran mayoría las empresas que afirman que sus ventas han sido bastante o muy superiores al año anterior (concretamente un 72%,) pero son bastantes menos las que ofrecían esa misma respuesta el año anterior en el Barómetro 2007 (83%). (v. Tabla IV.5 Capítulo IV)

15. Los sectores en los que predominan las empresas que han realizado ventas muy o bastante por encima del año anterior, son: *la distribución comercial, los servicios avanzados a las empresas y la consultoría, y los otros servicios*. Les siguen, a alguna distancia, un número significativo de empresas situadas en los sectores *farmacéutico, de material eléctrico y electrónico, y financiero y asegurador*, y a mayor distancia todavía, el *sector de la sociedad de la información*, y las *otras industrias manufactureras*. Se observa, en cambio, un marcado estancamiento o estabilización de las ventas en un buen grupo de empresas de *la metalúrgica básica, de las otras industrias manufactureras, de material eléctrico y electrónico y de la automoción*, seguidas a más distancia, por algunas empresas de los sectores de *la alimentación, bebidas y tabaco, del sector financiero y asegurador y de la sociedad de la información*. Anuncian que sus ventas están algo o bastante por debajo de las alcanzadas en los años anteriores, tan sólo un pequeño grupo de las empresas del *sector de las otras industrias manufactureras*. (v. Gráfico IV.4 Capítulo IV)

16. 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 en el año 2008, tan sólo un 63,2% las empresas exportan regularmente sus productos o servicios a los mercados externos, mientras que el resto, una mínima mayoría (36,8%), son, al parecer, empresas claramente no exportadoras. En el BARÓMETRO del año 2007, el grupo de las empresas analizado presentaba una composición bastante distinta en relación con este tema. La proporción de las empresas que exportaban sus productos a los mercados exteriores eran francamente inferior (tan sólo un 49,5%). Eran mayoría, por lo tanto, las empresas que el año pasado vendían regularmente en el mercado interior. (v. Gráfico IV.5 y Tabla IV.6. Capítulo IV).

17. La información disponible sobre las grandes regiones o áreas del mundo a las que dirigen sus exportaciones las empresas consultadas en las encuestas de los Barómetros de 2007 y 2008 es la siguiente: En el presente BARÓMETRO 2008, el porcentaje de las empresas que exportan a los países de la UE-25 es mayoritario (un 55%), pero algo inferior al que dichas empresas representaban en el anterior Barómetro 2007 (61%) El resto de las áreas geográficas hacia las que dirigen sus exportaciones las empresas exportadoras, se localizan en las siguiente áreas: Estados Unidos, Canadá y México (18%, frente a un 11% el año anterior); en Asia (11% frente a un 10 % en el 2007); América Latina (10% frente al 7 % en el 2007); y Resto del mundo (7% frente al 11 % en el 2007). (v. Gráfico IV.6 Capítulo IV).

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

1. En el BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS 2007 se presentan, una vez más, como ya se hizo en los años anteriores, las valoraciones que las empresas estadounidenses hacen de un total de *16 aspectos o características del entorno económico e institucional* en el que operan en España. Este año se han añadido, además, algunas preguntas referidas al grado de relevancia que para las propias empresas tienen los distintos aspectos o características del entorno al que se refieren las preguntas formuladas.

2. Las empresas encuestadas este año se encuentran globalmente menos satisfechas que en el año anterior, respecto a una serie de características del entorno económico e institucional en el que ellas operan. La valoración atribuida por las empresas al conjunto de los 16 elementos constitutivos del entorno, en una escala situada entre el 1 y el 7, ha sido de 4,22, una cifra que queda claramente por debajo de la media de 4,40 puntos que se alcanzó en el BARÓMETRO de 2007. (v. Tabla V.2. Capítulo V).

3. Los aspectos del entorno que las empresas valoran con una puntuación más elevada no han experimentado demasiados cambios importantes respecto a la ordenación alcanzada en el año anterior, tal como nos muestra el Gráfico V.1 y en la Tabla V.2. Entre los aspectos del entorno mejor valorados figuran algunos de los que las empresas nos indican que son los más relevantes desde su punto de vista (concretamente son 4 sobre el total de 16 más arriba indicado).

4. Entre las características del entorno mejor evaluadas por parte de las empresas encontramos a dos particularmente bien situadas y que son consideradas plenamente relevantes: el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos, y el nivel educativo de las personas (v. Gráficos V.1 y V.2). La calidad de vida ofrecida al personal extranjero, una vez más este año la característica del entorno mejor evaluada, no es considerada en realidad como realmente importante por las empresas. Tampoco lo son, por otro lado, algunas de las características del entorno peor valoradas, tales como el grado de burocratización de las administraciones o las relaciones con la administración central (v. Gráficos V.1 y V.2)

5. Algunos de los aspectos del entorno peor evaluados, como es el caso de las leyes laborales y su forma de aplicación, y los impuestos y el conjunto de las normas fiscales, - así como, a cierta distancia, las condiciones de pagos ofrecidas y exigidas, - merecen ser tenidos en cuenta, de acuerdo con las respuestas recibidas, como asuntos que realmente les preocupan a las empresas, debido a su elevada relevancia según nos indican los resultados del Barómetro 2008 (v. Gráficos V.1 y V.2).

6. Bastantes aspectos han recibido, no obstante, en el año 2008 unas evaluaciones francamente inferiores a las de 2007. Los valores situados más por encima de la media (4,40) han sido, una vez más: la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (5,24 este año; 5,62 el año anterior), las facilidades y la calidad de los servicios bancarios que se les ofrecen (4,92 este año; 5,05 el año anterior); grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos entre empresas (4,88 este año; 5,02 el año anterior); y el nivel educativo de las personas (4,69 este año; 4,78 el año anterior).

7. En niveles algo más bajos, pero todavía por encima de la media, se sitúan en cambio otros temas como son: la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial (4,23 este año; 4,28 el año anterior); la inseguridad o baja calidad de los servicios básicos (4,26 este año; 4,30 el año anterior); el nivel de transparencia y de calidad de la información (4,27 este año; igual que el año anterior, 4,27) la relación con las administraciones autonómicas (4,31 en el 2008, 4,15 en el 2007), con las administraciones locales (4,24 en el 2008; 4,29 en el 2007) y con la administración central (4,09 en el 2008; 4,06 en el 2007).

8. Se sitúan claramente por debajo, en cambio, las valoraciones de conceptos tales como: el grado de burocratización de las administraciones en general (3,27, frente al nivel muy cercano de 3,29 en el 2007); las condiciones de pagos ofrecidas y exigidas (3,61 frente al 3,78 en el 2007); los impuestos y conjunto de normas fiscales (3,61; frente a 3,93 en el año 2007); las leyes laborales y su forma de aplicación (3,80 en el año 2008; frente a 3,89 en el 2007) y las relaciones sindicales y laborales en general (3,95; frente a 3,85 en el 2007, en donde ha habido alguna mejoría, contrariamente a lo sucedido hace dos años) (v. Gráfico V.1 y en la Tabla V.2).

9. En el año 2008 los valores medios más elevados por lo que se refiere a las características del entorno corresponden a las empresas de los sectores siguientes: comercio; sector financiero y asegurador, otros servicios; automoción y servicios avanzados a las empresas y consultoría. En el extremo opuesto, claramente por debajo de la media, por lo que se refiere al grado de satisfacción respecto a condiciones del entorno (v. Gráfico V.2), se sitúan las empresas de los sectores: metalúrgica básica; alimentación, bebidas y tabaco; farmacéutico y químico. En el año 2007 revelaban también un alto grado de insatisfacción las empresas de buena parte de estos sectores. (v. Gráfico V.2 Capítulo V).

10. Las empresas más pequeñas (menos de 50 trabajadores) se presentan en general bastante menos optimistas sobre bastantes de los aspectos o condiciones del entorno evaluados con ocasión de la realización del Barómetro del año 2008, excepto por lo que se refiere a la cuestión de la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, las facilidades y calidad de los servicios bancarios, el grado de cumplimiento de los contratos, el nivel educativo de la población y las relaciones sindicales y laborales. Los conceptos en los que sus evaluaciones son relativamente más altas, se sitúan en aspectos tales como: la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos; relaciones sindicales y laborales y el nivel educativo de las personas, aspectos estos dos últimos, y aquel primero, en los que destacan las puntuaciones otorgadas, por encima de los otros grupos de tamaño superior.

11. Algunos aspectos muy concretos, como son sobre todo, el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos; las facilidades y calidad de los servicios bancarios, la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial; la calidad de vida del personal extranjero, el nivel educativo de las personas y las relaciones con la administración pública central reciben su más alta evaluación en general entre la categoría de las empresas de un mayor tamaño (más de 1000 trabajadores). Las empresas que figuran en el intervalo de mayor tamaño (de más de 1000 trabajadores) se muestran, en cambio, extremadamente críticas, de un modo bastante parecido a las de tamaño medio o pequeño, sobre temas tales como: el grado de burocratización de las administraciones públicas y los impuestos y el conjunto de las normas fiscales. Las leyes laborales existentes y su forma de aplicación en España son valoradas de una forma mucho más crítica, en cambio, por las empresas de mayor tamaño que por las empresas más pequeñas (v. Tabla V.7 Capítulo V).

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, los aspectos mejor valorados por parte de las empresas, en el Barómetro del 2008, han sido los siguientes (en orden decreciente): la relación de los trabajadores con los clientes (5,23 en 2008, frente a 5,45 el año pasado); la capacidad de trabajar en equipo (5,22 frente a 5,23 el año pasado); la capacidad de aprendizaje de los trabajadores (5,18 en el año 2008 frente a 5,46 el año pasado); y la aceptación de responsabilidades y objetivos (4,98 frente a 5,28 el año pasado). Todavía en el segmento de respuestas positivas, se sitúa la única característica que ha mejorado de un año al otro: la atención a la calidad (5,21 este año, 5,16 el año pasado).

A éstos les siguen, en la parte alta de la tabla (con valores todavía por encima de la media), la capacidad de los trabajadores para resolver problemas (5,06 este año, 5,14 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la mejora continua (5,03 este año; 5,04 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la organización (4,95, este año; 4,99 el año pasado) y la autonomía en el trabajo (4,92 este año; 4,94 el año pasado).

2. Conviene señalar, no obstante, que en todos los aspectos mejor evaluados menos uno - el de la atención a la calidad - las empresas muestran de modo muy claro un descenso del grado de satisfacción respecto al año anterior en cuanto a las características o actitudes de la mano de obra contratada. En el lado opuesto, es decir allí donde las valoraciones efectuadas se sitúan a un nivel más bajo, destacan los aspectos siguientes: en el nivel sin duda más bajo se sitúa sin duda, de un modo parecido al año anterior, la escasa aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral por parte de los trabajadores (3,85 en el 2008 y 3,95 en el 2007). También en unos niveles de satisfacción relativamente bajos, si bien registrando una cierta mejoría, se sitúa el nivel del conocimiento del idioma inglés por parte de los trabajadores (4,11 en el 2008, frente a 3,89 en el 2007). (v. Gráfico V.3 y Tabla V.7. Capítulo V).

3. La comparación entre los datos que nos ofrecen los Gráficos V.4 y V.5 (Capítulo V) permiten deducir que una buena parte de las competencias de los trabajadores mejor evaluadas desde el punto de vista de su adecuación a las necesidades de las empresas, se corresponden con aspectos que éstas consideran claramente prioritarios o por lo menos relevantes. Entre tales aspectos figuran cuestiones como: la capacidad de trabajo en equipo, la atención a la calidad, y el compromiso con la mejora continua. Todos ellos son aspectos muy bien valorados y que a la vez se consideran importantes por parte de los empresarios. Algunas de las características de los trabajadores españoles han sido, a su vez, muy bien evaluadas por las empresas. En los puestos más altos del ranking figuran tanto la relación con los clientes como la capacidad de aprendizaje de los trabajadores empleados (v. Gráficos V.4 y V.5 Capítulo V)

4. En el año 2008 merece destacarse un hecho claro: se han producido mejoras significativas en la valoración que las empresas hacen de la capacidad de trabajo en equipo de sus trabajadores (situada en el nivel 2 en el 2008 frente al nivel 4 en que se encontraba el año anterior), el compromiso en la mejora continua (el nivel 7 en el 2008 frente al nivel 10 el año anterior) y la capacidad para resolver problemas (el nivel 5 en este año frente al nivel 6 en el 2007). En el otro extremo de la tabla –allí donde se detecta unos grados de satisfacción más bajos– encontramos una notable estabilidad, en cambio, en las evaluaciones que realizan los empresarios en los BARÓMETROS 2006 A 2008. En la cuestión del control de los costes y en el tema del conocimiento del idioma inglés, pero sobre todo, por lo que se refiere a la aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral por parte de los trabajadores, las evaluaciones que realizan las empresas son particularmente bajas en los tres años analizados.

5. Las empresas de algunos sectores concretos, tales como el financiero y asegurador y la sociedad de la información, así como el químico y de la distribución comercial, son los que presentan unas valoraciones más favorables, tanto el año 2007 como el 2008. Tres de ellos, de hecho, experimentan, al parecer, mejoras notables en cuanto al grado de adecuación de los trabajadores a las condiciones requeridas por las empresas. El sector de la distribución comercial se destaca muy particularmente en este sentido en el presente año. (v. Tabla V.8 Capítulo V).

6. Las empresas consultadas parecen haber visto empeorar más fuertemente su situación en los años 2007 y 2008, sobre todo, en los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco, el farmacéutico, material eléctrico y electrónico, servicios a las empresas y otras industrias manufactureras, la metalúrgica básica y los otros servicios, según observamos en la Tabla V.8. La situación parece haber mejorado muy particularmente, en los dos últimos años, en las empresas situadas en los sectores de la sociedad de la información y en el financiero y asegurador, mientras que habría empeorado algo, en cambio, entre las empresas del sector de servicios avanzados a las empresas y la consultoría (v. Tabla V.8 Capítulo V).

7. Las empresas de mayor tamaño (más de 1000 empleados) son las que en el año 2008 se muestran globalmente bastante más satisfechas con respecto del conjunto de las competencias de sus trabajadores (ostentan las medias más altas en la Tabla V.9 en bastantes conceptos). Conviene tener en cuenta, no obstante, que entre una buena parte de este grupo de empresas se encuentran las que han experimentado una cierta caída en su grado de satisfacción respecto del Barómetro del año 2007 (v. la tabla V.9.Capítulo V)

8. La capacidad de trabajo en equipo de los trabajadores, la atención a la calidad, la capacidad de aprendizaje, la autonomía en el trabajo y el compromiso con la mejora continua, en orden decreciente, son con mucho los aspectos que las empresas de gran tamaño destacan como los mejor valorados en el Barómetro del 2008. Valoraciones también relativamente altas entre esas empresas de mayor tamaño se manifiestan en temas tales como el control de costes, la aceptación de responsabilidades y objetivos de los trabajadores y el compromiso de los trabajadores con la organización (v. Tabla V.7 Capítulo V) Las empresas de mayor tamaño

califican, en general, con valores bajos bastante parecidos a las empresas de los otros tamaños, tanto el conocimiento del idioma inglés entre sus trabajadores, así como el nivel de aceptación general de la flexibilidad y la movilidad. (v. Tabla V.7 Capítulo V)

9. Las empresas de la menor dimensión (menos de 50 trabajadores) se encuentran más satisfechas que el resto de empresas en un cierto número de competencias y actitudes de sus trabajadores. Los aspectos mejor valorados por dichas empresas son, en orden decreciente: la relación de sus trabajadores con los clientes; la capacidad de trabajo en equipo; la aceptación de responsabilidades y objetivos; y el compromiso con la organización. En aquellos dos primeros aspectos y en éste último, el del compromiso con la organización, el nivel de satisfacción mostrado por parte de las empresas pequeñas es bastante superior al de las empresas de mayor tamaño. (v. Tabla V.7 Capítulo V)

10. Los aspectos peor valorados por las pequeñas empresas son: la falta de aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral y el bajo nivel de conocimiento del inglés, si bien es cierto que en este último aspecto, el del idioma inglés, se muestran bastante menos críticas que la mayoría de empresas de mayor tamaño. En la atención a la mejora de la productividad, así como el control de los costes por parte de los trabajadores, las empresas pequeñas al igual que las mediano-grandes se encuentran particularmente poco satisfechas (sin duda por debajo de las de gran tamaño) (ver Tabla V.9 Capítulo V).

11. Hemos tratado de esbozar, pese a las limitaciones de la muestra disponible, algunas indicaciones sobre cuales son los valores más o menos positivos entre los que se mueven las percepciones de las empresas en doce sectores de actividad, por lo que se refiere al nivel de adecuación de sus necesidades de la oferta de trabajadores. Hemos resumido la información esencial sobre este tema en la Tabla V.10 (v. Capítulo V). Las competencias mejor situadas desde el punto de vista de la valoración de las empresas son, en primer lugar, la relación de los trabajadores con los clientes (en 7 sectores), y, en segundo lugar, la capacidad de aprendizaje de los trabajadores y la atención a la calidad (en 6 sectores). Algunos de los aspectos mejor valorados, aunque en un número más reducido de sectores, son la capacidad de trabajo en equipo, el compromiso con la mejora continua y la aceptación de responsabilidades y objetivos de la organización. Otras competencias como la capacidad para tomar decisiones, la autonomía en el trabajo y la atención a la mejora de la productividad, tan sólo aparecen en algún sector y de forma más esporádica (v. Tabla V.10 Capítulo V)).

12. Las empresas de los sectores de la distribución comercial, de los otros servicios y del sector de la sociedad de la información tienden a evaluar, por lo que parece, a un nivel general alto las competencias de sus trabajadores por lo que se refiere a las buenas relaciones con los clientes. La capacidad de aprendizaje, por otro lado, es particularmente bien valorada en dos sectores, que son la automoción y el sector de la alimentación, bebidas y tabaco (v. Tabla V.10). La atención a la calidad, un concepto, en cambio, que pocas veces se evalúa de manera muy satisfactoria, se presenta bien evaluado en los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco, y de material eléctrico y electrónico, y a mayor distancia en el de la automoción. (v. Tabla V.10).

13. La escasa aceptación de la flexibilidad y movilidad por parte de los trabajadores, es con mucho el aspecto que queda peor valorado en el conjunto de los sectores de actividad, de acuerdo con las respuestas de las empresas en el Barómetro 2008. Las empresas pertenecientes a los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco, farmacéutico, químico, metalúrgica básica, otras industrias manufactureras, del sector de la sociedad de la información, del sector financiero y asegurador, del comercio y de los otros servicios, se muestran particularmente críticas con respecto a este factor (v. Tabla V.10).

14. La atención al control de los costes por parte de los trabajadores y a la productividad también aparece mencionada, por último, como competencia mal evaluada por parte de las empresas en sectores tales como: la metalúrgica básica, la alimentación, bebidas y tabaco, las

otras industrias manufactureras, el sector de la sociedad de la información, el sector financiero y asegurador, el comercio y los servicios avanzados a las empresas y la consultoría (v. Tabla V.10).

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

La metodología de clasificación de datos en el *BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA, 2008*, ha seguido un procedimiento similar a los tres barómetros anteriores. El último capítulo pretende proporcionar una visión global de la situación de dichas empresas establecidas en el mercado español.

Dicha visión global se ha llevado cabo clasificando las empresas similares en grupos homogéneos para un análisis más clarificador. Se han usado técnicas del análisis multivariante, más concretamente de Análisis en Componentes Principales, para sintetizar la información de algunos conceptos muy amplios, y algoritmos de clasificación (Cluster Analysis) para agrupar las empresas en clases homogéneas. Esta agrupación se ha establecido según unos comportamientos estratégicos diferenciados que han sido facilitados por el conjunto de empresas norteamericanas que operan en nuestro país.

El cuestionario del Barómetro (ver cuestionario en Anexo III) se ha analizado diferenciando entre variables activas y suplementarias. Las primeras, conforman criterios homogéneos y exhaustivos con los que juzgar la similitud o disimilitud de las empresas con el fin de establecer una tipología de las mismas. En este estudio, las variables activas son las de comportamiento estratégico. Así, las variables seleccionadas han sido indicadores de perspectivas generales de la empresa, de resultados comparados con el año anterior, de ventas respecto al año anterior, de evolución de la demanda, de planes de inversión, de plantilla de la empresa, del entorno empresarial y de la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa.

Las variables suplementarias o ilustrativas, juegan el papel de variables externas, que al no intervenir en la asignación de empresas a los clusters, ayudan a su interpretación, corroborando o no hipótesis planteadas previamente. Estas variables se usan para estudiar la relación entre los clusters y otras variables del entorno económico, político, legal, laboral, etc.

Este análisis ha conducido a agrupar las empresas americanas establecidas en España en 4 clusters homogéneos según su comportamiento estratégico -variables activas. Estos clusters se detallan a continuación:

Cluster 1: En éste primer cluster se encuentran el 32% del total de las empresas del estudio, concretamente un total de 31 empresas, se trata del cluster más grande. Las empresas en este cluster se caracterizan por tener unas altas perspectivas generales de la actividad empresarial, de demanda y resultados, así como por tener los valores más elevados en cuanto a inversión y empleo. Sus valoraciones sobre el entorno empresarial son negativas, y mejoran un poco en las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores aunque ambas valoraciones se encuentran por debajo de la media. Los sectores más asociados a este primer cluster son básicamente farmacéutico, metalurgia básica, sector financiero y asegurador y servicios a las empresas y consultoría.

En referencia la inversión, no hay mucha diferencia entre los clusters, pero este cluster parece tener una cierta ventaja respecto a los otros. En este cluster, un poco más de la mitad de las empresas exportan con regularidad y el porcentaje de esta exportación de productos es pequeño, por ejemplo, un 80% de las empresas exportan entre 0 y 30% de sus productos. Respecto a la importación, no es homogéneo debido a que un 43% importa menos del 10% de sus productos, un 40% importan entre el 80-100% de sus productos, y esta tendencia de importaciones se va a mantener en los próximos años. Las políticas de fijación de precios más agresivas son realmente

un factor de rivalidad para la mitad de estas empresas. En cuanto a los factores de competitividad referente a la apertura de productos fabricados en economías emergentes, no son considerados como un factor de riesgo por las tres cuartas partes de las empresas.

Cluster 2: Este segundo está formado por el 18,5% de las empresas, 18 empresas, es pues el cluster más reducido. Este grupo tiene unas perspectivas generales de la economía bajas, como sucede con los resultados, la demanda y las ventas. Asimismo este tipo de empresas presentan unos valores medios en cuanto a inversión, empleo, las relaciones con las administraciones y sobre pagos y contratos. Ahora bien, el resto de valoraciones que hacen sobre el entorno empresarial se encuentran por debajo de la media. Por el contrario, si observamos las valoraciones que hacen referencia a las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores vemos que este grupo, presenta las valoraciones más positivas. Excepto por los valores de las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores, se puede observar que es un cluster tipo, es decir, su *centroide*, cuyas coordenadas serían los valores medios de las variables criterio, es similar a la media general del total de las empresas. Los sectores mejor representados en este cluster son el químico y alimentación.

Menos de la mitad de las empresas en este cluster realizaron proyectos de inversión pero ninguna de las 11 empresas integrantes del cluster respondió que pretendía realizar una reducción o aplazamiento de algún proyecto de inversión. En referencia a la exportación de sus productos, sólo una de cada tres empresas exporta con regularidad y la mitad de las empresas que exportan lo hacen a un nivel inferior al 30% de sus productos. Respecto a la importación, no es homogéneo debido a que un 40% importa menos del 20% de sus productos y un 50% importa entre el 80-100% de sus productos, y esta tendencia de importaciones se va a mantener en los próximos años. Un 70% de las empresas ven como un factor de rivalidad competitiva las políticas de fijación de precios más agresivas, pero no las nuevas iniciativas en mercados locales.

Cluster 3: Este tercero lo forman un 29% de las empresas, es decir, 28 empresas. Este cluster es el que presenta las valoraciones más pesimistas en la mayoría de las variables. Posee las valoraciones más bajas en todas las variables activas, muy por debajo de la media del total de empresas, exceptuando las variables de demanda, inversión y de pagos y contratos, aunque en éstas siguen teniendo valores muy por debajo de la media. Cabe destacar que a pesar de las bajas valoraciones que se hacen sobre la gran mayoría de las variables, la variable que mide la evolución de la demanda del mercado es relativamente alta dentro del cluster. Los sectores mayoritarios en este cluster son automoción, material eléctrico y electrónica, otras industrias manufactureras y otros servicios

Las empresas de este cluster no se diferencian mucho de los otros clusters en referencia a la inversión, ya que más de la mitad de ellas realizaron nuevos proyectos de inversión y un 85% de las empresas no pretenden aplazar o reducir proyectos de inversión. Las empresas de este cluster, juntamente con el primer cluster, son las que más se orientan al mercado exterior (alrededor del 60% de las empresas exportan con regularidad y el porcentaje de esta exportación esta distribuido entre diferentes porcentajes). Las empresas no tienen un carácter importador de productos hacia la economía española, ya que un 52% de las empresas importan un porcentaje inferior al 20% de sus productos. Esta tendencia también se espera que se mantenga en un futuro. La fijación de precios más agresiva es realmente un factor de rivalidad creciente para estas empresas (75% de las empresas), igual que lo es la apertura de productos fabricados en economías emergentes (40% de las empresas).

Cluster 4: El cuarto y último cluster se compone del 20,5% de las empresas, 20 empresas. Es el segundo cluster más pequeño. Se caracteriza por las más altas perspectivas generales de la actividad económica, resultados, demanda y ventas, siendo en éstas variables activas similar al primer cluster. Aunque la variable relacionada con los planes de inversión presenta el valor más

bajo a pesar de las buenas perspectivas del resto de variables. En cuanto a las variables que hacen referencia al entorno empresarial y a las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores, es el cluster que presenta los valores más elevados, exceptuando la variable de pagos y contratos. Los sectores mayoritarios en este cluster son comercio, sociedad de la información y en menor medida servicios a las empresas y consultoría.

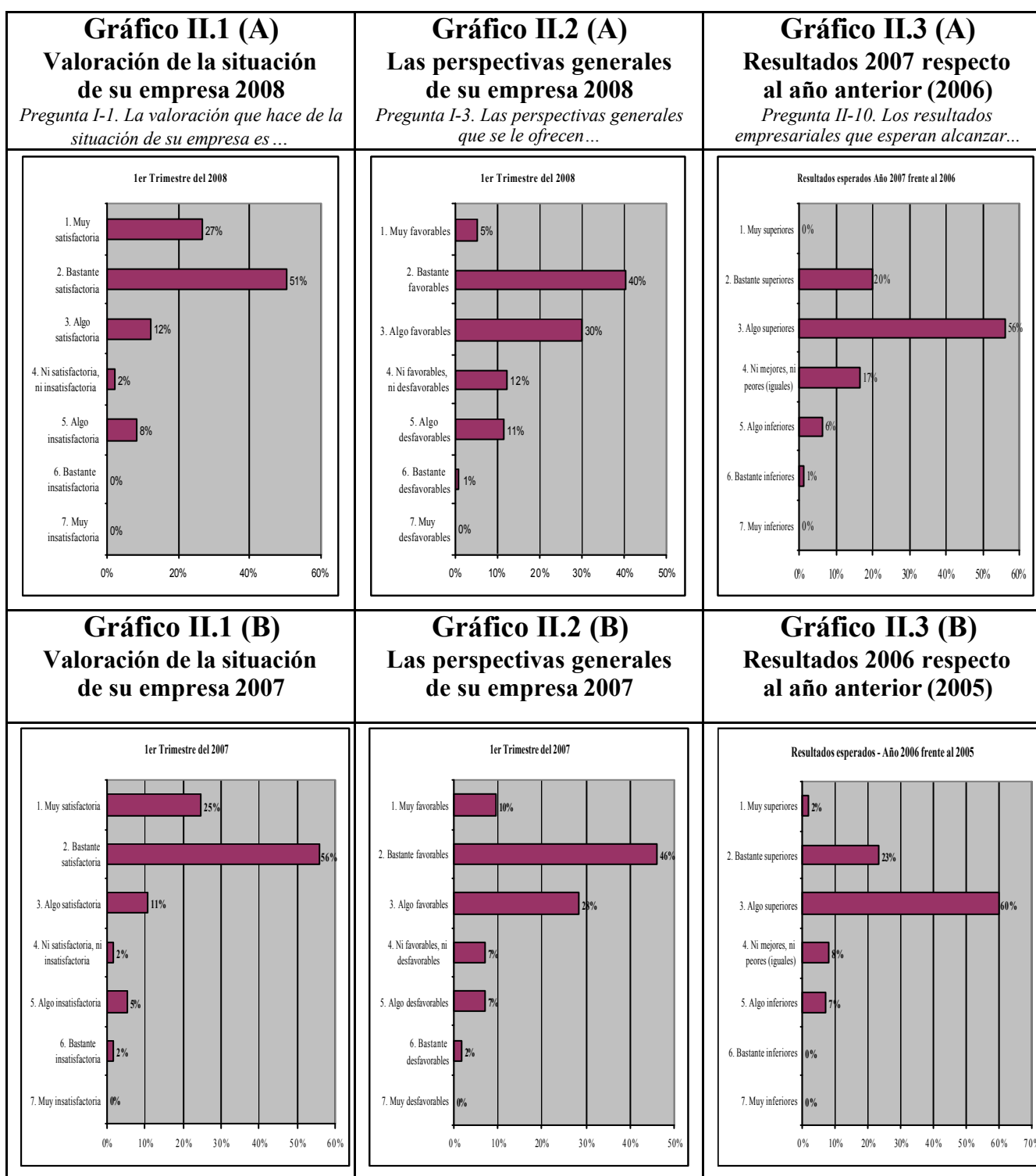
En referencia a la inversión, un poco más de la mitad de las empresas realizó proyectos de inversión en España durante el 2007 y un 95% de las empresas no pretenden aplazar o reducir proyectos de inversión. Las empresas de este cluster son las que más se orientan al mercado interior (dos terceras partes de las empresas no exportan con regularidad), y de las empresas que exportan más de la mitad de estas empresas exporta menos del 30% de sus productos.

La importación no es homogénea en este cluster debido a que un 35% importa menos del 20% de sus productos y un 40% importa entre el 80-100% de sus productos, esta tendencia de importaciones se va a mantener en los próximos años. Un 60% de las empresas de este cluster percibe la fijación de precios más agresiva como un factor de rivalidad creciente, pero no así la apertura de productos fabricados en economías emergentes (sólo el 15% de las empresas lo observa como factor de riesgo), porque es el cluster que más se centra en el mercado interior español.

II. Panorama general de resultados

1. Situación y perspectivas. Resultados del Barómetro 2008

En los Gráficos II.1 (A-B), II.2 (A-B) y II.3 (A-B) se presenta para 2007 y 2008, la valoración que las empresas realizan de su situación y sus perspectivas a medio plazo en el 1er trimestre del año, junto a su opinión sobre los resultados alcanzados el año anterior, a los efectos de ofrecer una visión comparativa de los cambios habidos en el BARÓMETRO 2008 con respecto al de 2007.



El BARÓMETRO 2008 nos ofrece de entrada la imagen de una notable satisfacción sobre el estado actual de los negocios de las empresas estadounidenses en España, si bien parece estar emergiendo, respecto al año anterior, una visión algo menos optimista sobre las perspectivas a medio plazo, y los resultados alcanzados, de acuerdo con la encuesta realizada. Esto es lo que se desprende de la información contenida en los Gráficos II.1 (A-B), II.2 (A-B) y II.3 (A-B) que pasamos a comentar brevemente.

Por lo que se refiere a la valoración de su situación las empresas que afirman estar muy satisfechas o bastante satisfechas representan del orden del 77% del total encuestado en el año 2008 (mientras que en el 2007 fueron un 81%) (Véase gráfico II.1 A-B). Por lo que se refiere a las perspectivas generales de la empresa, la situación refleja una cierta inflexión a la baja. En el 2008 tan sólo han sido un 46% - es decir, una minoría - las empresas que evalúan en un sentido netamente positivo sus perspectivas a medio plazo, mientras que en el año 2007 fueron una clara mayoría (56%) (v. Gráfico II.2 A-B)¹. Por lo que se refiere las respuestas que muestran cierto grado de insatisfacción ('bastante' o 'algo insatisfactoria') referentes a la situación actual, es evidente que el porcentaje de las empresas que se sitúan en un extremo negativo es netamente minoritario en los dos años. Tanto en el año 2007 (un 7%) como en el año 2008 (un 8%), constituyen un porcentaje mínimo de un valor bastante parecido (v. Gráfico II.1 A-B).

En cuanto a las expectativas empresariales a medio plazo (pregunta I.2 A-B), los extremadamente pesimistas representan también unos porcentajes notablemente bajos pero que tienden a crecer (del 9% para el año 2007 pasan tan sólo al 12% en el 2008). Los que consideran que el futuro de su empresa no va a ser favorable ni desfavorable, tienden también a aumentar de forma significativa: de un año al otro (un 7% en 2007 al 13% en el 2008) (v. Gráfico II.2 A-B).

Por lo que se refiere a la evolución esperada de los resultados empresariales, las encuestas realizadas nos indican que tan sólo un 7% de los encuestados anticipan en los años 2007 y 2008 a una expectativa netamente inferior al cierre del ejercicio con respecto al año anterior. Son un 76% los que en el año 2007 anticipan unos beneficios cuando mínimo superiores, mientras que en el año anterior los que se encontraban en dicha situación optimista fueron bastantes más (un 85%) Por lo que se refiere, en cambio, a quienes manifiestan que los resultados no van a ser necesariamente mejores, pero tampoco van a ser peores, la proporción asciende notablemente de un año al otro (en el año 2007, representaban el 8%, mientras que en el 2008, son un 17%) (v. II.3 (A-B))

2. Valoración de las perspectivas generales de evolución de la economía española y de su propio sector de actividad

En los gráficos II.4 y II.5 figuran los datos correspondientes a las preguntas sobre la valoración que las empresas norteamericanas realizan del entorno de la economía española en que están situadas así como respecto a las perspectivas de evolución de su propio sector de actividad.

En el Gráfico II.4 recopilamos los datos referentes a la cuestión de hasta qué punto las empresas esperan o no una evolución favorable, en el presente año, en su sector de actividad. De la lectura de los datos de dicho gráfico, claramente se deduce que la valoración que las empresas estadounidenses realizan hoy sobre las perspectivas de sus sectores de actividad, es mucho menos optimista (de hecho más pesimista) de lo que lo había sido el año anterior (Barómetro 2007). Un 14 % de las empresas tan sólo son las que valoran de un modo bastante favorable o muy favorable la evolución de su sector de actividad, mientras que el año 2007, habían sido nada menos que un 21%. Del lado de las valoraciones netamente pesimistas sobre las perspectivas sectoriales, un 28% de las empresas son las que aseguran hoy que el futuro de su sector va a ser algo bastante desfavorable, mientras que en el año 2007, fueron tan sólo un 17%. (v. Gráfico II.4)

¹ (NOTA: Conviene advertir que el año 2007 podría ser un año excepcionalmente favorable desde el punto de vista de las valoraciones efectuadas por las empresas estadounidenses que operan en España

Gráfico II. 4
Perspectivas generales de su sector de actividad 2007-2008

Pregunta III-18: Considera que las perspectivas de inversión en su sector de actividad son:

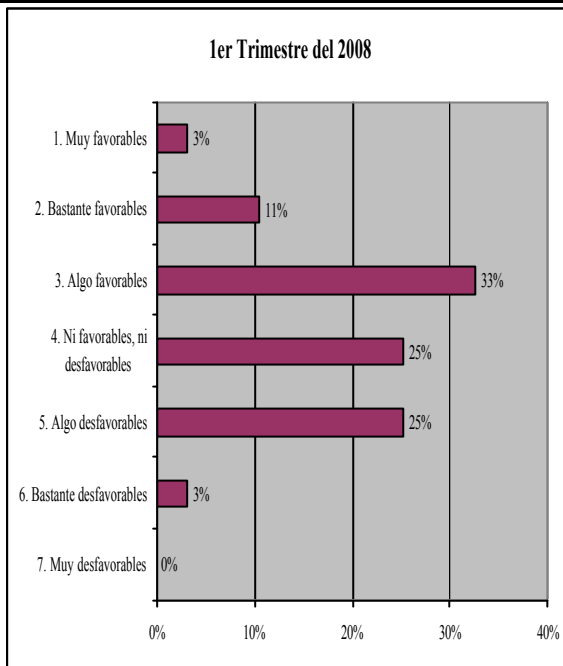
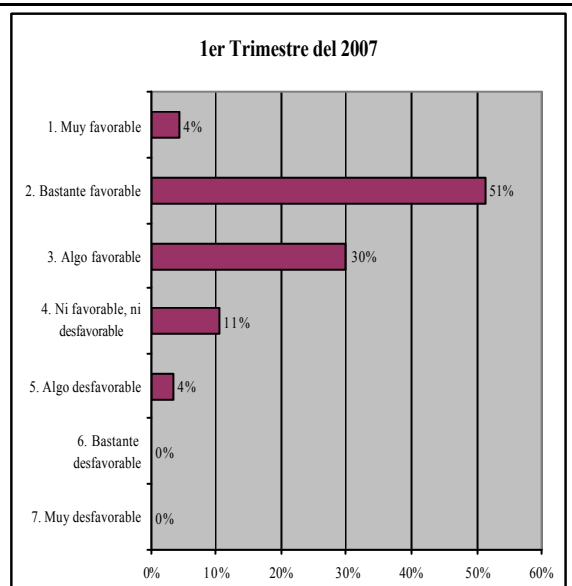
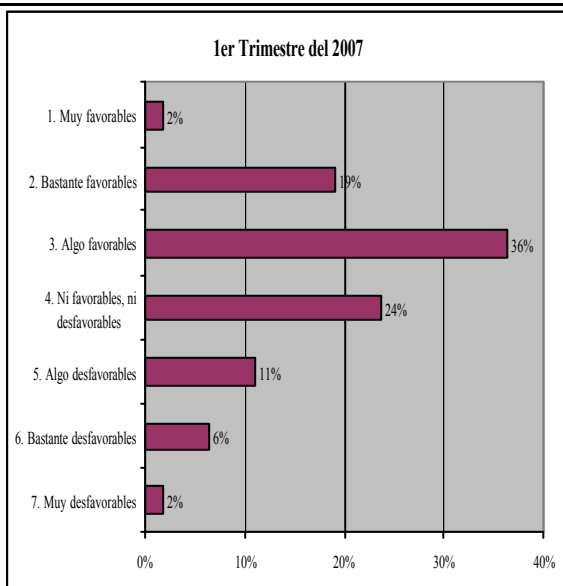
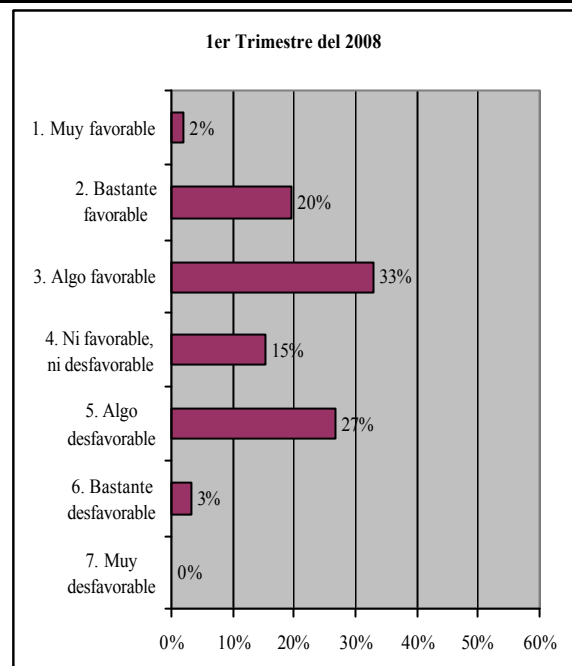


Gráfico II. 5
Perspectivas generales de la economía española 2007-2008

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

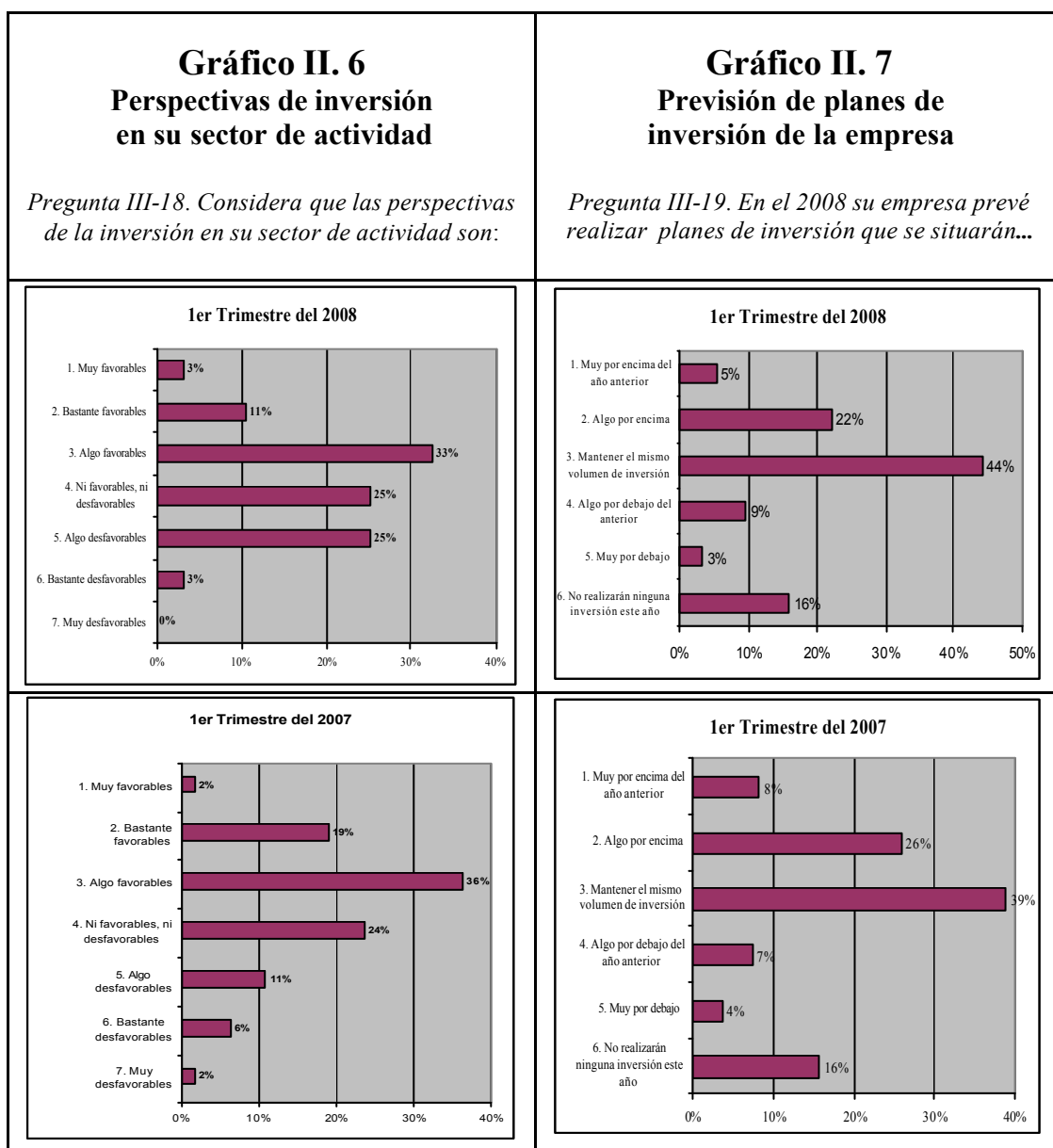


El Gráfico II.5 se refiere a la evaluación que las empresas americanas hacen de la marcha general de la economía española. Una vez más constatamos un cambio de tendencia bastante pronunciado. Esta vez se trata de la valoración, quizás sorprendentemente pesimista a la vista de los resultados de los años anteriores, que realizan las empresas norteamericanas sobre la marcha de nuestra economía. En el año 2007 nada menos que un 85% de las empresas consideraban que el futuro de la economía española sería por lo menos bastante favorable y eran mayoría, incluso, (un 55%) los que preveían que dicha evolución iba a ser bastante o muy favorable.

En el actual Barómetro de 2008 las cosas han cambiado notablemente. Representan un 44% – es decir, son una minoría - quienes afirman que a su juicio a la economía española tan sólo le espera un futuro algo favorable. Son bastantes menos, un 22% (menos de la mitad que el 2007), los que afirman que la economía española tiene un futuro bastante o muy favorable. Las empresas que emiten hoy una valoración negativa sobre la marcha de la economía española (algo, bastante o muy desfavorable) representan un 30% del total; en el año 2007 representaban tan sólo un 4 %. A la vista de dichos resultados, no cabe la menor duda de que se ha producido un importante cambio en la valoración que las empresas estadounidenses realizan de las perspectivas de su de actividad y de la propia economía española (v. Grafico II.5)

3. Perspectivas de inversión en el sector y planes propios de inversión

En los Gráficos II.6 y II.7, se resumen los resultados de las encuestas de los BARÓMETROS 2008 y 2007, sobre las *perspectivas de inversión en el propio sector* (Preg. III-18) y sobre las *previsiones de ejecución de planes de inversión* (Preg. III-19) de las empresas consultadas.



Las perspectivas generales de inversión que las empresas estadounidenses nos anuncian al evaluar las expectativas de su propio sector de actividad no parecen reflejar cambios drásticos en el año 2008, con respecto al ejercicio anterior, si bien es cierto que reflejan un cierto empeoramiento de la situación. En el año 2008 un 54% de las empresas manifiestan que a su entender existen expectativas (muy, bastante o algo) favorables de inversión en sus sectores de actividad. Dicha cifra se sitúa ligeramente por debajo de la del año 2007 (un 57%). En el grupo de los que anuncian la existencia de expectativas algo o bastante desfavorables, tanto en un año como en el otro, se incluyen un número minoritario de empresas, que no obstante tiende a crecer significativamente en el año 2008 con respecto al anterior (del 18% en 2007, pasa a representar el 29% en el 2008). (v. Gráfico II.6)

Mientras que en el año 2007 fueron un 11% las empresas que anunciaban no poder seguir manteniendo sus niveles de inversión del año anterior, en el año 2008 la proporción de las que se encuentran en esta situación tan sólo ha aumentado muy ligeramente (del 11% ha pasado al 13%). Un 45% de las empresas aseguran en el presente año que van a poder mantener el mismo volumen de inversión que en el año pasado, mientras que en el año 2007 las que se encontraron en esta misma situación representaron un 39%. Entre quienes se manifiestan en una actitud inversora netamente expansiva (afirman poder invertir este año algo por encima o muy por encima del año anterior) figuran en el 2008 un 26% mientras que en el año 2007 fueron un grupo relativamente más numerosos (un 34%). Las empresas que declaran que no van a realizar ningún tipo de inversión durante el presente ejercicio representan un 16% del total. Se mantiene constante este porcentaje entre los dos años como se puede observar en el Gráfico II.7

No parece, por tanto, que los planes de inversión que nos manifiestan las empresas estadounidenses en la encuesta correspondiente al Barómetro de 2008 (pregunta III-19), estén anunciando cambios muy drásticos, más allá de los que parecen ser unos reajustes de capacidad que por ahora lo que nos anuncian es lo que parece ser una creciente cautela inversora.

4. Análisis global y por sectores. Situación y perspectivas 2006-2008

A continuación, completaremos la visión panorámica de cuál es la situación y cuáles son las perspectivas de evolución de las empresas presentando una información algo más detallada de los resultados, ofreciendo un desglose sectorial de los resultados alcanzados en el año 2008 y una comparación con los de los Barómetros de 2006 y 2007

a) Cambios en la valoración de la situación de la propia empresa (2006-2007)

De acuerdo con los datos de la Tabla II.1 la valoración global que las empresas estadounidenses vienen haciendo de su situación en España es hoy por hoy muy buena. Ha mejorado ampliamente entre los años 2006 y 2007, de acuerdo con las opiniones que reflejan los barómetros de aquellos dos años. De una situación en el año 2005, en la que un 71% de los empresarios reflejaban que su valoración era muy satisfactoria o bastante satisfactoria, llegamos en el año 2007 a una situación en la que 81% de las empresas que se manifiestan plenamente satisfechas

En el barómetro del año 2008 se pone de manifiesto que un porcentaje todavía elevado pero algo inferior de las empresas (concretamente un 77%) son las que se muestran plenamente satisfechas en cuanto a la situación actual de sus negocios en España. La situación que sin duda es todavía de una elevada satisfacción, pero ello no debe ocultar el ligero descenso experimentado respecto a las cifras del año pasado (del 81% hemos pasado al 77%).

Las empresas que manifiestan que su situación es este año algo o bastante desfavorable, representan un porcentaje que sin duda es mínimo (un 4%) y resulta parecido al de años anteriores (7 % en el 2007 y 5 % en el 2006).

Tabla II. 1						
Valoración de la situación de la propia empresa 2006-2008						
Valoraciones	Año 2008		Año 2007		Año 2006	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy satisfactoria	26	27%	28	25%	25	21%
Bastante satisfactoria	48	50%	63	56%	59	50%
Algo satisfactoria	12	13%	12	10%	24	21%
Ni satisfactoria, ni insatisfactoria	2	2%	2	2%	2	2%
Algo insatisfactoria	8	8%	6	5%	6	5%
Bastante insatisfactoria	0	0%	2	2%	0	0%
Muy insatisfactoria	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL	96	100%	113	100%	117	100

Pregunta. I-1. La valoración que hace de la situación de su empresa en España (2008 / 2007 /2006)

En el año 2007, se ha producido, por tanto, un muy fuerte salto hacia arriba – de hasta 10 puntos – por lo que se refiere a la valoración bastante o totalmente satisfechos, reflejando así una importante mejoría de la situación empresarial, un hecho que apenas se podía intuir de acuerdo con los resultados obtenidos en el Barómetro del año 2006.

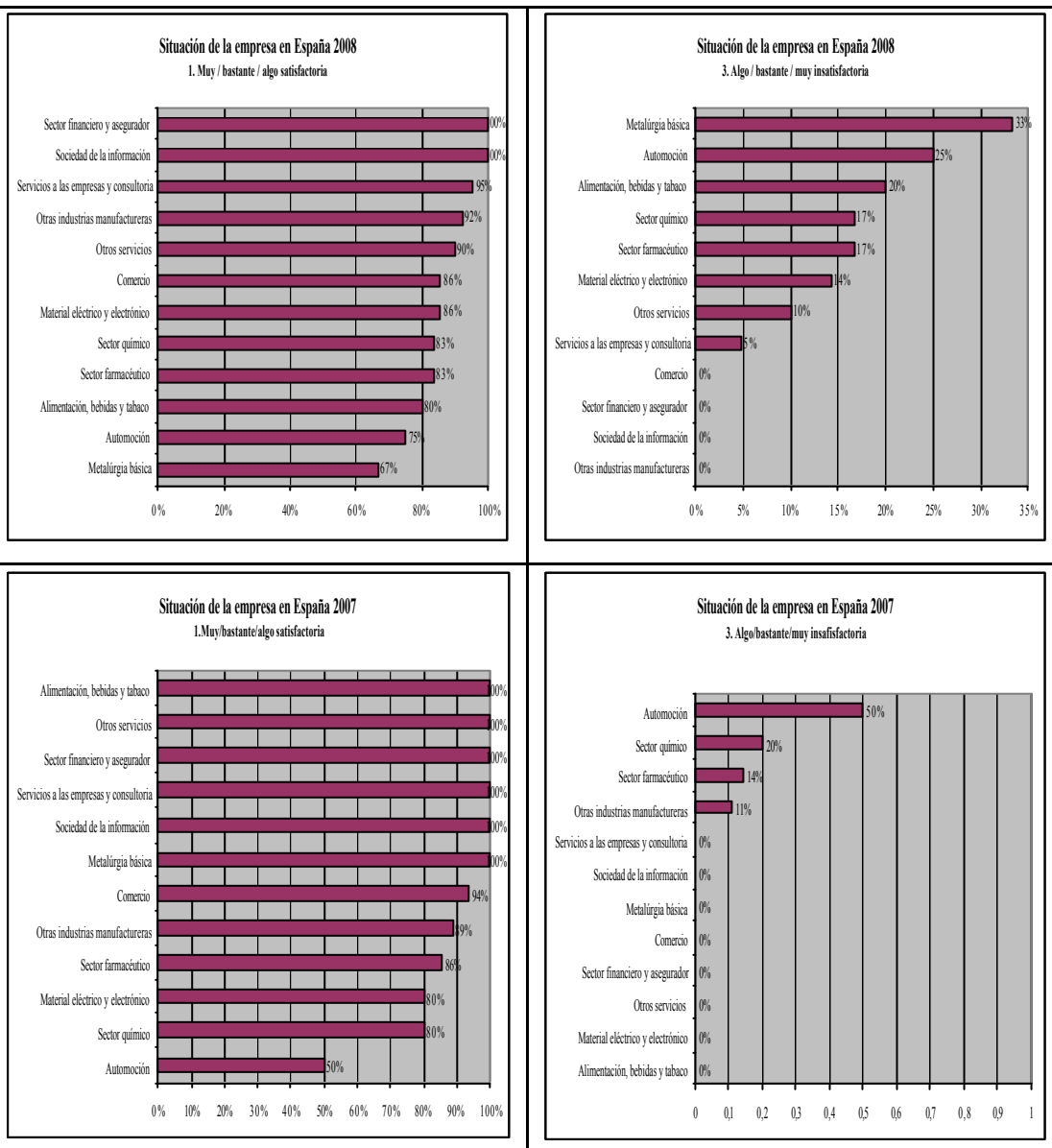
La Tabla II.1 nos indica, así mismo, que de hecho existe también un grupo de empresas que se muestran bastante menos satisfechas a lo largo de los tres años. Se trata de un grupo relativamente pequeño si bien considerablemente estable (del orden de las 6 u 8), que en su conjunto no representan más del 8% del total de la muestra total y en algún caso es incluso notablemente insatisfactoria, de acuerdo con las respuestas recibidas en los diversos Barómetros.

Son un total de seis sectores aquellos en que se concentran de forma mayoritaria las empresas que manifiestan un alto grado de satisfacción con el estado de sus negocios. Entre ellos figuran sobre todo: *la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, los otros servicios, el sector financiero y asegurador, los servicios a las empresas y consultoría, y el sector de la sociedad de la información*, de acuerdo con la información del Barómetro de 2007. Los sectores en los que una buena proporción de las empresas se muestran insatisfechas, en cambio, con la propia marcha de sus negocios son, en primer lugar: *la automoción*, y en alguna menor medida, *los sectores químico, farmacéutico y otras industrias manufactureras* (v. Gráfico II.8).

Gráfico II. 8

La valoración que hace de la situación de su empresa en España Detalle por sectores (2007-2008)

Pregunta. I-1. La valoración que hace de la situación de su empresa en España (2007- 2008)



b) Las perspectivas generales de la propia empresa (2005-2007)

En la Tabla II.2 se recopilan los datos sobre las perspectivas de la actividad de la propia empresa correspondientes a las encuestas de los Barómetros 2005 a 2007. De acuerdo con dichos datos las empresas una vez más nos muestran un muy claro proceso de mejora de sus expectativas en los tres años indicados. Mientras que en el año 2005 eran del orden del 35% (es decir un tercio de la muestra) las empresas que manifestaban que sus perspectivas generales de actividad eran bastante o muy favorables, en el año 2006 éstas pasarían a ser algunas más, un 37% (más de un tercio) y en el año 2007, acabarán siendo un 57% (más de la mitad del total de la muestra).

Tabla II. 2						
Perspectivas generales de actividad de su empresa						
Sector	Año 2008		Año 2007		Año 2006	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	5	5%	13	12%	4	3%
Bastante favorables	29	30%	51	45%	40	34%
Algo favorables	37	39%	34	30%	45	38%
Ni favorables, ni desfavor.	12	13%	8	7%	12	10%
Algo desfavorables	13	14%	5	4%	14	12%
Bastante desfavorables	0	0%	2	2%	2	2%
Muy desfavorables	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	96	100%	113	100%	117	100%

Pregunta. II – 9. Las perspectivas generales de actividad para su empresa en el año 2008/2007/2006

Una vez más, se observa que en el año 2007 se ha producido un fuerte salto hacia arriba – ¡en este caso de nada menos 20 puntos! – por lo que se refiere al peso relativo de quienes manifiestan totalmente o bastante satisfechos, en relación con lo que estiman que van a ser las perspectivas generales de actividad de su empresa en el año 2007 (pregunta II-9). Las empresas que se presentan, en cambio, insatisfechas, es decir los que afirman que sus perspectivas son algo, bastante o muy desfavorables, han pasado de representar un 14% de la muestra en el año 2005 a representar tan sólo un 7% en el año 2007. Es decir se ha producido también un cierto proceso de mejora por lo que se refiere a la pérdida de peso de quienes se enfrentan a unas expectativas negativas.

En el Gráfico II.9 presentamos, debidamente agrupados por sectores de actividad, los datos correspondientes a las respuestas que los empresarios nos han ofrecido en el Barómetro de 2007 respecto a las perspectivas de su propia empresa. De acuerdo con dichos datos, observamos que los sectores de servicios a las empresas y consultoría (92%), de otros servicios (75%) y de Sociedad de información (75%), seguidos de los sectores Financiero y asegurador (60%) y Químico (60%) son los que concentran una más elevada proporción de empresas que muestran perspectivas claramente más favorables.

Las empresas que muestran unas peores perspectivas a nivel de la propia actividad se encuentran particularmente representadas en los sectores químico (33%) y de la metalúrgica básica (33%), seguidos a alguna distancia de las empresas los sectores financiero y asegurador (25%) y de la automoción (25) (v. Gráfico II.9).

c) Los resultados esperados de la propia empresa en el año 2006, por comparación al ejercicio inmediatamente anterior

En la Tabla II.3 se presentan los datos referidos a las respuestas de las empresas en relación con los resultados que esperan poder obtener en el ejercicio del 2007 por comparación a los años 2006 y 2005. Un 25% de las empresas consultadas – es decir una cuarta parte de la muestra – nos indican que, en comparación con el ejercicio anterior, esperan poder obtener unos resultados bastante o muy superiores a los alcanzados en el año anterior. En el Barómetro del año 2005 fueron un 22% las empresas que se encontraban en la misma situación, y en el del año 2006, habían sido tan sólo un 18%. La situación, por tanto, una vez más parece haber mejorado de un modo significativo.

Tabla II. 3						
Resultados de la empresa de este año en comparación con el año anterior						
Sectores	Año 2008		Año 2007		Año 2006	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy superiores	0	0%	2	2%	2	2%
Bastante superiores	19	20%	26	23%	19	16%
Algo superiores	53	56%	67	60%	70	60%
Ni mejores, ni peores	16	17%	9	8%	17	15%
Algo inferiores	6	6%	8	7%	6	5%
Bastante inferiores	1	1%	0	0%	2	2%
Muy inferiores	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	95	100%	112	100%	117	100%

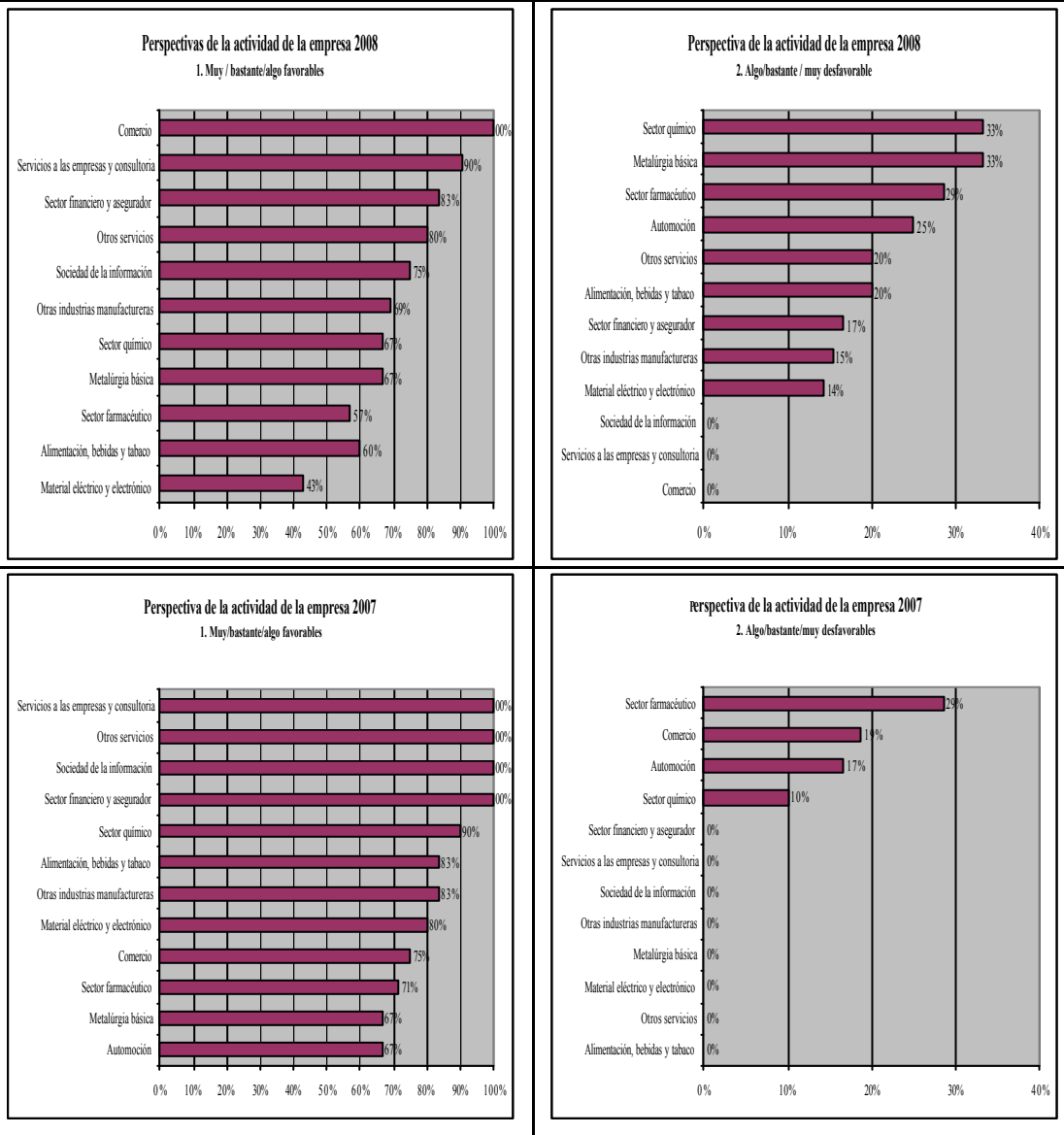
Pregunta. II -10. Los resultados que prevén alcanzar como empresa en el presente año van a ser respecto al año anterior...

Tan sólo un 15% de las empresas, en cambio, nos indican en el Barómetro del 2007, que los beneficios o resultados que esperan poder alcanzar no van a superar los del año pasado (y de ellas un 7% afirman que van a ser incluso inferiores). En el Barómetro del año 2005, nada menos un 31% las empresas que indicaban que los resultados que alcanzarían no serían mejores que los del ejercicio anterior (y en el Barómetro del 2006, un 22%).

Gráfico II. 9

Las perspectivas generales de actividad de su empresa en España Detalle por sectores (2007-2008)

Pregunta. 1-9. Las perspectivas generales de su empresa en España ... (2007- 2008)



Entre los que abiertamente reconocían en el año 2005 que sus resultados iban a empeorar algo o bastante, figuraron un 17%, mientras que en el Barómetro del 2006 fueron un 7% prácticamente los mismos que en el Barómetro del año 2007.

Por sectores la información disponible sobre los resultados que las empresas esperan obtener en el año 2006, nos permite clasificar los resultados en dos grandes grupos. El de los sectores, por un lado, que mantienen una mayor proporción de empresas que esperan una mejora más o menos clara de sus resultados económicos. Y, por el otro lado, aquellos sectores que más bien se caracterizan por tener una mayor proporción de empresas que esperan empeorar en materia de resultados obtenidos.

Entre los primeros, los que cuentan con un mayor número de empresas norteamericanas que esperan unos resultados bastante o muy buenos, figuran claramente situados los sectores de Servicios a las empresas y consultorías (50%), Otros servicios (43%), Sector químico (30%) y sector financiero y asegurador (30%), junto al Comercio (25%) y otros sectores, en menor proporción.

Entre los segundos, los que tienen una mayor concentración de empresas que auguran un cierto empeoramiento de resultados, se encuentran los sectores del Automóvil (33%), el de la industria farmacéutica (29%) y otras industrias manufactureras (22%).

d) Opiniones de las empresas sobre las perspectivas de los propios sectores

El último grupo de opiniones empresariales manifestadas en los sucesivos Barómetros de los años 2005 a 2007 que exponemos en este capítulo, es la referida a las previsiones que las empresas consultadas han ido emitiendo sobre las perspectivas a medio plazo del ritmo de actividad en el conjunto de su propio sector de actividad.

En la Tabla II. 4 se recopilan los resultados alcanzados a través de las respuestas de las empresas a la pregunta II.8.

Tabla II. 4						
Perspectivas generales de actividad en su sector						
Sectores	Año 2008		Año 2007		Año 2006	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	2	2%	8	7%	4	3%
Bastante favorables	19	20%	46	41%	29	25%
Algo favorables	31	32%	33	29%	39	33%
Ni favorables, ni desfavor.	16	17%	8	7%	20	17%
Algo desfavorables	25	26%	14	12%	20	17%
Bastante desfavorables	3	3%	3	3%	6	5%
Muy desfavorables	0	0%	1	1%	0	0%
TOTAL	96	100%	113	100%	117	100%

Pregunta. II – 8. Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el 2007/2006/2005

En el año 2005 tan sólo un 20% de las empresas consultadas - es decir una clara minoría - fueron las que se manifestaron de una forma muy favorable o bastante favorable al momento de referirse en la encuesta a las perspectivas de crecimiento de la actividad sectorial de su propia área de actividad, mientras que cerca del 15% lo haría de una forma bastante pesimista. Las cosas parecen haber cambiado significativamente desde aquellos momentos hasta nuestros días, si bien el optimismo no es aún del todo dominante en ciertos ámbitos como veremos más adelante.

En el año 2006 fueron ya un 28% los que se atrevieron a manifestarse netamente optimistas, en términos globales, respecto a las perspectivas de actividad de su propio sector. En el año 2007 han sido nada menos que 48% - es decir 20 puntos más - los que se han declarado bastante claramente optimistas respecto de su área de actividad económica. Dentro de este grupo, es necesario reconocer que tan sólo 4 empresas (un 7%) son las que sitúan a su sector en el nivel más alto (la categoría de 'muy favorable'). En ese grupo sólo figuraban 4 empresas (un 3%) el año anterior, y en el año 2005 no figuraban ninguna empresa.

Persisten, no obstante, en el momento actual un grupo de empresas, minoritario pero sin duda significativo (concretamente un 6%), que se manifiestan todavía de una forma algo o relativamente poco optimista en relación con las perspectivas globales de actividad de su propio sector económico. En el año 2005 este grupo de empresas relativamente pesimista representaba un 14% del total de la muestra y en el año 2006, nada menos que un 16%.

En el Gráfico II.10 reproducimos, por último, debidamente desglosado por sectores, el conjunto de los datos referidos a las opiniones empresariales sobre los resultados esperados por las empresas según la información que nos aportan los Barómetros de los años 2007 y 2008.

Del lado positivo, entre los sectores en que se concentran un mayor número relativo de opiniones favorables u optimistas sobre los resultados esperados se sitúan en el año 2008 los siguientes dos sectores: el sector financiero y asegurador (50%) y el sector de la sociedad de la información (43%). A estos les siguen a cierta distancia otros tres sectores de actividad que cuentan con un número no mayoritario pero todavía apreciable de empresas: los otros servicios, el sector farmacéutico y la distribución comercial.

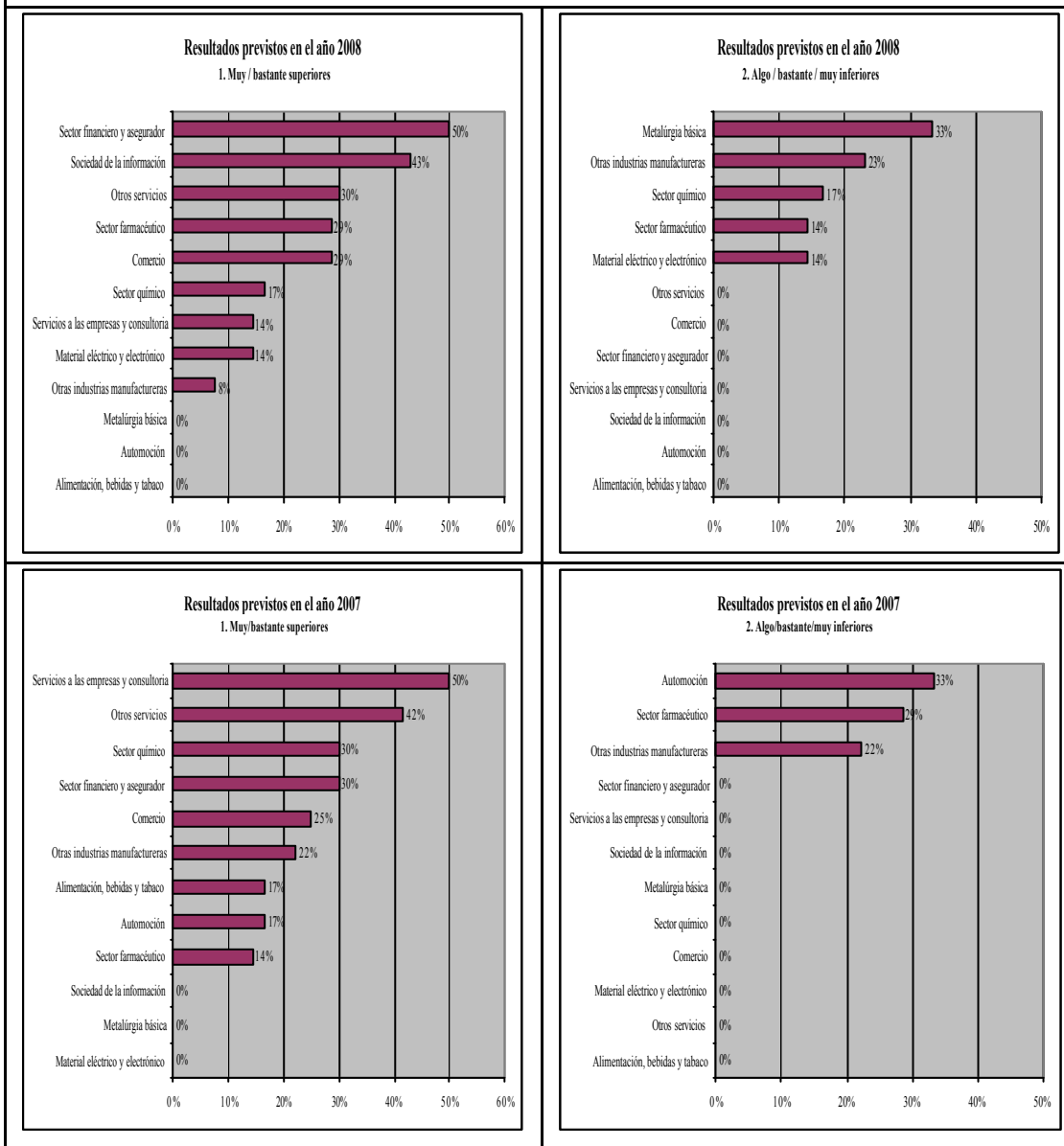
Las áreas de actividad que en el 2007 revelaban unos resultados más favorables fueron, en cambio: los servicios avanzados a las empresas y la consultoría (con un 50% de las empresas) y los otros servicios (42%), seguidos del sector químico (30%) y el sector financiero y asegurador (30%).

Por lo que se refiere a los sectores en que se concentran un grupo más importante de empresas con expectativas de resultados desfavorables, también ha habido algunos cambios significativos entre los dos años analizados. En el año 2007, fueron sobre todo la automoción (33%), el sector farmacéutico (22%) y las otras industrias manufactureras (22%) los que presentaban una mayor concentración de expectativas de resultados más o menos pesimistas. En el Barómetro de 2008, han sido, en cambio, y en una proporción bastante significativa, la metalúrgica básica (33% de las empresas), las otras industria manufactureras (29%) y el sector químico (17%), los más afectados.

Gráfico II. 10

Los resultados de la empresa en el presente año: Detalle por sectores (2007-2008)

Pregunta. II-10. Los resultados empresariales esperados por comparación al año anterior (2007-08)

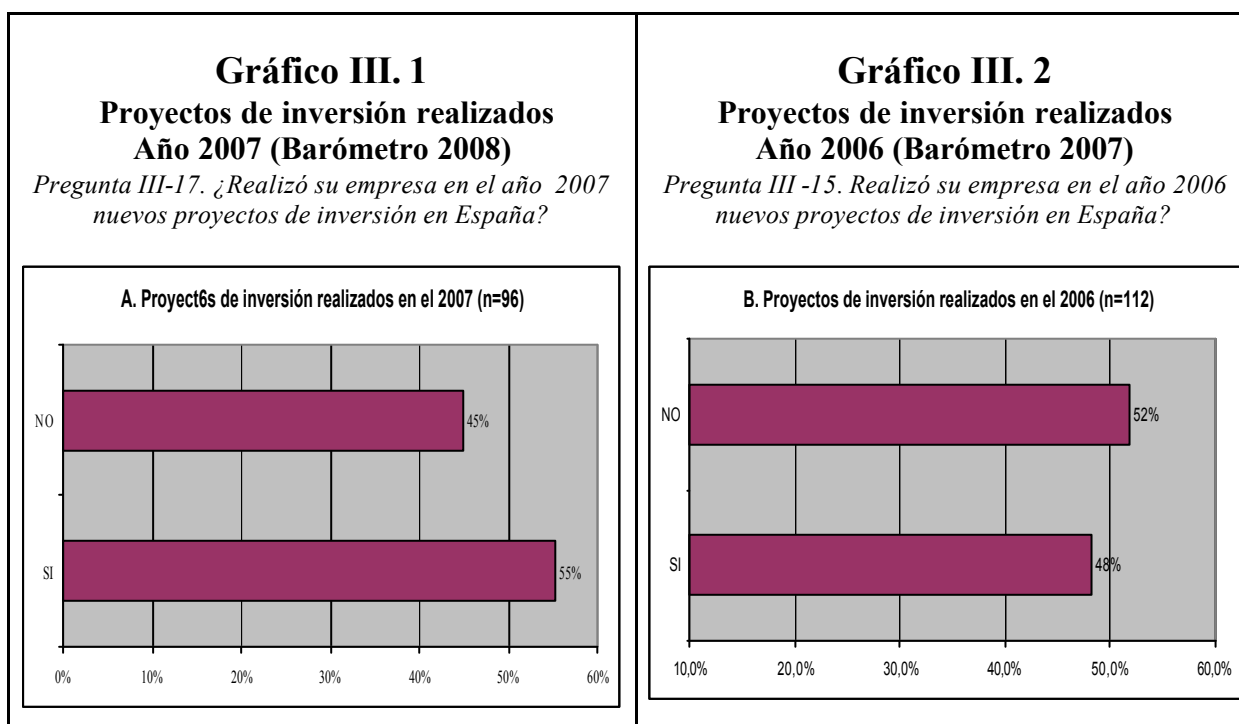


III. Aspectos específicos (1): Planes de inversión. Localización de la actividad productiva. Previsión de cambios en el empleo

Presentamos en este capítulo los resultados correspondientes a las secciones III y IV de la encuesta del BARÓMETRO., en sus ediciones tanto de 2007 como de 2008. En ambos años se han planteado a las empresas preguntas sobre inversiones realizadas, sobre proyectos de inversión previsible y sobre eventuales aumentos de capacidad productiva. Así mismo, se le ha solicitado información sobre la evolución del empleo y sobre las perspectivas de crecimiento de las plantillas de trabajadores contratados.

5. Inversiones realizadas y variación de la capacidad productiva 2007

Algo menos de la mitad de las empresas encuestadas (concretamente un 48%) afirmaban en el Barómetro del año 2007 haber realizado nuevos proyectos de inversión el año 2006 (v. Gráfico III.2.) En el Barómetro 2008 han sido bastantes más, en cambio, - concretamente un 55 % - las empresas que han manifestado haber realizado inversiones el año anterior (v. Gráfico III.1). Desde la perspectiva del ritmo de ejecución de nuevos proyectos de inversión por parte del conjunto de las empresas, el año 2007 (el que se refleja en el Barómetro 2008) parece haber sido particularmente expansivo en cuanto a las inversiones directas realizadas por las empresas.



5.1. Cambios experimentados en la capacidad productiva de las empresas fruto de las inversiones realizadas en los años 2005 a 2007

Han sido bastantes las empresas (concretamente un 40%) las que en el año 2008 afirman haber aumentado su capacidad productiva de manera sensible debido a las inversiones realizadas el año pasado. En el año 2007 las respuestas recibidas indicaban, en cambio, que la proporción de empresas que aumentaron su capacidad productiva fue bastante menos elevada (un 34%), algo que también se observa en el año 2006 (36%) de acuerdo con los datos de la Tabla III.1.

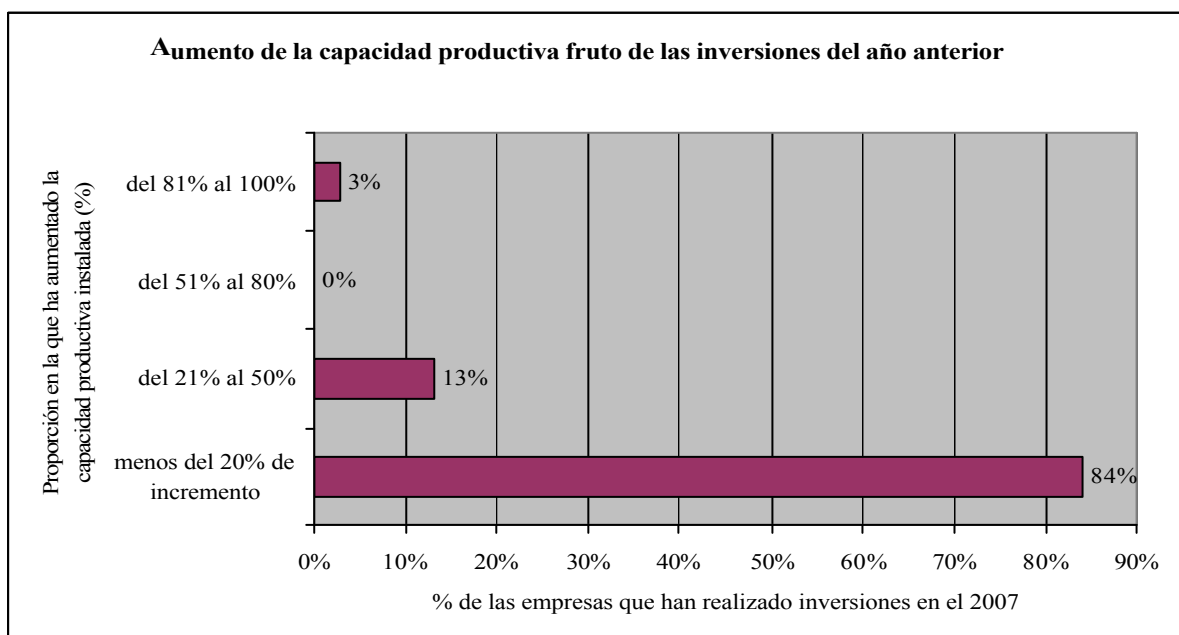
Tabla III. 1
Aumento de la capacidad productiva derivado
de las inversiones en los años 2005, 2006 y 2007

Respuestas	Año 2007		Año 2006		Año 2005	
	Número de respuestas	% de respuestas	Número de respuestas	% de respuestas	Número de respuestas	% de respuestas
SI	39	40%	38	34%	42	36%
NO	17	18%	21	19%	23	20%
NS/NC	41	42%	54	38%	52	44%
TOTAL	97	100%	113	100%	117	100%

Pregunta III-16: ¿La puesta en marcha de dicho proyecto ha supuesto una ampliación de la capacidad productiva instalada? (n=97)

En el Gráfico III.3 figuran los datos del Barómetro 2008 correspondientes a la proporción en que las empresas aumentaron su capacidad productiva debido a las inversiones del año anterior. Tan sólo un 3% de las empresas han conseguido aumentar este año en más del 80% su capacidad de producción. Por encima del 50% y por de debajo del 80%, no lo ha hecho ninguna empresa. Han realizado aumentos de capacidad relativamente pequeños (entre el 21% y el 50%) el 13% de las empresas. El 84% restante, por último, es decir una gran mayoría, no han alcanzado aumentos del 20%. En el Barómetro de 2006, en cambio, el grupo de empresas con aumentos mínimos de capacidad productiva (por debajo del 20%) representaban un 70% del total.

Gráfico III.3. Aumento de capacidad. Barómetro 2008



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

Los aumentos de capacidad productiva observados el año 2007 se distribuyen de forma relativamente desigual entre los diversos sectores de actividad productiva. En la Tabla III.2, figuran los datos sobre el aumento de capacidad productiva por sectores de actividad en el 2008 atribuibles a inversiones realizadas el año 2007.

Son tan sólo 39 las empresas que manifiestan que han aumentado su capacidad productiva (de un total de las 57 inversoras del año 2007). Tal como se observa en la Tabla III.2, los aumentos de capacidad productiva más frecuentes son en general inferiores al 20% de la capacidad productiva existente en una gran mayoría de las empresas (un 70% 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 20%, en una proporción realmente importante de empresas, tan sólo en los sectores químico y el de la sociedad de la información. En los sectores de material eléctrico y electrónico y de las otras industrias manufactureras, seguidas a distancia por los servicios a las empresas y la consultoría, la proporción de empresas situadas en esta categoría es francamente menor.

En el sector de los otros servicios (una empresa) es el único caso en que encontramos un aumento de la capacidad productiva por encima del 80% en un cierto grupo de empresas (14%)

Sector	Aumento de capacidad		Porcentaje de aumento de la capacidad productiva (%)				Total	
	Sí %	No %	<20%	21-50%	51-80%	81-100%	%	Número empresas
1. Alimentación, bebidas y tabaco	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	4
2. Automoción	33%	67%	100%	0%	0%	0%	100%	3
3. Material eléctrico y electrónico	100%	0%	80%	20%	0%	0%	100%	5
4. Sector farmacéutico	67%	33%	100%	0%	0%	0%	100%	3
5. Sector químico	50%	50%	50%	50%	0%	0%	100%	4
6. Metalurgia básica	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100%	2
7. Otras industrias manufactureras	57%	43%	75%	25%	0%	0%	100%	7
8. Sociedad de la información	50%	50%	50%	50%	0%	0%	100%	4
9. Servicios a las empresas y consultor.	89%	11%	88%	12%	0%	0%	100%	9
10. Sector financiero y asegurador	80%	20%	100%	0%	0%	0%	100%	5
11. Comercio	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100%	1
12. Otros servicios	70%	30%	86%	0%	0%	14%	100%	10
TOTAL	64%	36%	70%	22%	3%	5%	100%	57

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...

6. Perspectivas de inversión en el sector y en la propia empresa

En la Tabla III.3 se presentan las opiniones emitidas por las empresas, en los Barómetros 2008, 2007 y 2006, sobre las perspectivas de inversión sectorial.

Mientras que en el Barómetro del año 2007 era poco numeroso el grupo de las empresas que revelaron unas expectativas favorables de inversión para su sector de actividad - tan sólo un 21% -, en el Barómetro actual, el del año 2008, la situación parece haber mejorado claramente. Ahora son un 47% las que afirman que son de prever unos planes de inversión más o menos favorables en su sector de producción. En el año 2006, este mismo porcentaje se encontraba situado, incluso, claramente más arriba: en el 50%.

En el 2008 han sido tan sólo un 27 % los que se han declarado abiertamente pesimistas sobre el futuro de las inversiones en su sector, mientras que en el año 2007, éstos fueron muchos más (concretamente un: 57%).

La confianza manifestada por las empresas en el año 2008, respecto a las perspectivas de la evolución de la inversión en las empresas de su sector es, por tanto, netamente más optimista, respecto de la existente en el 2007, y no muy alejada a la existente ya en el año 2006, según los datos de la Tabla III.3.

Tabla III.3						
Perspectivas generales de inversión en el propio sector en los años 2008, 2007 y 2006						
Respuestas	Año 2008 (N= 95)		Año 2007 (N=110)		Año 2006 (N=117)	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy favorables	3	3%	2	2%	2	2%
Bastante favorables	10	11%	7	6%	18	16%
Algo favorable	31	33%	12	11%	37	32%
Ni favorable, ni desfavorable	24	25%	26	24%	28	24%
Algo desfavorable	24	25%	40	36%	18	16%
Bastante desfavorable	3	3%	21	19%	11	10%
Muy desfavorable	0	0%	2	2%	0	0%
TOTAL	95	100%	110	100%	114	100%
<i>Pregunta. III-18. Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son: ...</i>						

6.1. Previsiones de inversión para 2007. Distribución por sectores de actividad

A continuación ofrecemos en la Tabla III.4 un tratamiento sectorial de la misma información sobre las previsiones de inversión que manifiestan las empresas referidas a su sector de actividad.

La opinión de las empresas sobre las perspectivas de inversión es claramente más optimista en los sectores financiero asegurador y en el de los otros servicios. En una medida mucho menor, lo es también en los sectores de los servicios avanzados a las empresas y la consultoría y en el de alimentación, bebidas y tabaco.

En una gran parte de los sectores industriales observamos, en cambio, unas posturas más pesimistas por parte de las empresas.

Este es el caso de la automoción y de los sectores farmacéutico y químico, en donde nada menos que un 50% de las empresas son las que anticipan unas perspectivas desfavorables de inversión en su sector de actividad, seguidos del porcentaje al menos elevado, pero todavía importante, de empresas que manifiestan también unas perspectivas desfavorables en su sector de producción (en los sectores de material eléctrico y electrónico y de las otras industria manufactureras)

Es en tres sectores de actividad muy concretos en donde se manifiestan las perspectivas de inversión más claramente favorables: en primer lugar y de forma destacada, en el sector financiero y asegurador (83%), seguido a cierta distancia de la consultoría y los servicios avanzados a las empresas (un 53%) y de los otros servicios (60%)

Un cierto número de empresas también optimistas se encuentran situadas, así mismo, en el sector de la automoción (50%), en donde las expectativas se presentan claramente divididas, y en los sectores de material eléctrico y electrónico (43%) y de la sociedad de la información (50%) en los que también existe una posiciones relativamente contrastadas.

Un número francamente elevado de empresas de los sectores de la automoción (50%), de la industria química (50%) y del sector farmacéutico (50%) nos muestran, por último, una situación francamente poco halagüeña por parte de un número significativo de las empresas de dichos sectores (v. Tabla III.4).

<p align="center">Tabla III.4 Perspectivas de inversión por sectores en opinión de las empresas encuestadas Barómetro del 2008</p>					
Sectores	Muy /bastante favorable	Algo favorable	Ni favorable ni desfavorable	Algo desfavorable	Muy/ Bastante desfavorable
1. Alimentación-bebidas y tabaco	20%	40%	20%	0%	20%
2. Automoción	25%	25%	0%	50%	0%
3. Material eléctrico y electrónico	29%	14%	14%	43%	0%
4. Sector químico	0%	29%	14%	57%	0%
5. Sector farmacéutico	0%	0%	50%	50%	0%
6. Metalúrgica básica	0%	33%	33%	33%	0%
7. Otras industrias manufactureras	0%	27%	27%	45%	0%
8. Sociedad de la información	0%	50%	25%	25%	0%
9. Servicios avanzados-consultoría	5%	48%	38%	0%	10%
10. Sector financiero-asegurador	50%	33%	17%	0%	0%
11. Comercio	14%	43%	29%	14%	0%
12. Otros servicios	40%	20%	10%	30%	0%
TOTAL	14%	33%	25%	25%	3%
<p align="center"><i>Pregunta III-18. Considera que las perspectivas de la inversión en su sector son: ...</i></p>					

6.2. Posible abandono, reducción o aplazamiento de proyectos de inversión

En la tabla III.5 se presenta la información facilitada por las empresas en los Barómetros de 2008 y 2007, sobre sus posibles decisiones de revisión o reconsideración de proyectos de inversión previstos para ser realizados en España.

Son algunas más en el año 2008 que en el año anterior (concretamente 6 este año, mientras que fueron 3 el año pasado) las empresas que han manifestado haber tomado decisiones de cambio de planes de inversión.

Son, en cambio, un número ciertamente más importante (concretamente un 55%; v. Tabla III.5) las empresas que afirman no tener previsto ningún cambio. Un número considerable de empresas también este año, como ya lo hicieron el año anterior, prefieren no manifestarse en ningún sentido concreto (39%).

En el Barómetro del 2007 fueron tan sólo 3 las empresas (un 5%) que nos comunicaron que habían decidido aplazar o revisar sus inversiones, mientras que el número de las que aseguraban que no iban a efectuar ningún tipo de cambio ascendía al 46%. En el presente año 2008 parece que ha sido claramente menos importante que en año anterior el porcentaje de las empresas que han decidido no pronunciarse ni en uno ni en el otro sentido.

Tabla III. 5				
Empresas que se plantean revisar a la baja o anular la ejecución de algún proyecto de inversión (2008-2007)				
Sectores	Barómetro 2008		Barómetro 2007	
	Número empresas	% de respuestas	Número empresas	% de respuestas
Se plantean aplazar o revisar inversiones	6	6%	3	5%
No se plantean hacer ningún cambio	54	56%	52	46%
No saben o no contestan	37	38%	58	51%
TOTAL	97	100%	113	100%

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

7. Proporción de los productos que son fabricados fuera de España. Previsión de posibles cambios en el futuro

Vamos a considerar también este año, como ya se hizo el anterior, algunos aspectos relacionados con la estrategia de producción y de abastecimiento del mercado español por parte de las empresas de capital exterior estadounidense consultadas.

Se han formulado tres preguntas (III.21, III.22, y III.23) en el cuestionario de este año en las que se les ha pedido a las empresas información sobre la forma en la que proceden al aprovisionar con sus productos el mercado interior español.

En particular, se les ha preguntado si dicho aprovisionamiento va a ser efectuado total o parcialmente a partir de sus centros de producción localizados en España, o si bien, recurrirán a la importación de bienes o servicios desde sus centros de producción localizados en otros países.

Tabla III.6 (FET)				
Porcentaje del valor de los productos que las empresas venden en el mercado interior, no fabricados en España (2008-2007)				
Porcentaje de producción que realizan fuera de España (n=77)	Año 2008		Año 2007	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Menos del 10%	31	40%	27	29%
Del 11% al 50%	10	13%	20	21%
Del 51% al 70%	4	5%	11	12%
Del 71% al 90%	5	7%	4	4%
Más del 90%	27	35%	32	34%
TOTAL (empresas que afirman estar realizando producción fuera de España)	77	100%	94	100%

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

De acuerdo con el contenido de la Tabla III.6 hoy son más de un tercio (concretamente un 35%) las empresas norteamericanas que realizan en más de un 90 por ciento su producción fuera de España e importan la gran mayoría de los productos que venden o comercializan en el mercado interno. En el año 2007 eran concretamente un 34% las empresas que se encontraban en esta situación, según las respuestas al Barómetro del año 2007. El año anterior (2006) fueron tan sólo un 31%, lo cual parece indicar una cierta tendencia creciente por lo que se refiere al conjunto de las empresas consultadas.

Del orden del 12% de las empresas están produciendo, en el año 2008, entre el 50 y el 90% de su producción fuera de España (en el año pasado eran un 16%). Son mayoría, por otro lado, (un 53%) - el año anterior eran tan sólo un 50% - las que fabrican menos del 50%. Estas empresas son, en definitiva, las que al parecer abastecen de forma predominante el mercado interno español desde centros de producción localizados en España.

Son un total de 30 empresas (es decir cerca del 39% de la muestra) de acuerdo con los datos del Barómetro de 2008, y 27 empresas (un 29 % de la muestra) según los datos del de 2007, las que manifiestan que no importan más del 10% de los productos que comercializan en España. Realizan, por lo tanto, hasta un máximo del 90% de su producción en centros localizados en el interior de nuestra economía.

7.1. Presentación por sectores de los datos sobre proporción de la producción localizada en el exterior

En la Tabla III.7, podemos constatar por grandes sectores qué parte de la producción que las empresas realizan se encuentra, más o menos concentrada dentro de nuestro país, y que parte se localiza, en cambio, en el exterior. En algunos sectores las empresas mantienen, como veremos, una situación de intensa concentración de sus actividades productivas en España y un margen relativamente reducido de importación de bienes producidos en el exterior.

Tabla III.7
Proporción de los productos de su empresa que en la actualidad son importados y fabricados fuera de España en el año 2008 (n=77)

Sector 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 tabaco	80%	0%	0%	0%	20%	100%
Automoción	0%	25%	25%	25%	25%	100%
Material eléctrico y electrónico	33%	0%	33%	0%	33%	100%
Sector farmacéutico	14%	14%	14%	0%	57%	100%
Sector químico	20%	20%	0%	0%	60%	100%
Metalurgia básica	50%	0%	0%	0%	50%	100%
Otras industrias manufactureras	42%	17%	0%	8%	33%	100%
Sociedad de la información	14%	0%	0%	29%	57%	100%
Servicios a empresas y consultoría	71%	21%	0%	0%	7%	100%
Sector financiero y asegurador	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Comercio	0%	0%	0%	14%	86%	100%
Otros servicios	67%	33%	0%	0%	0%	100%
TOTAL	41%	11%	6%	6%	36%	100%

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

Cuatro sectores, a parte del sector financiero y asegurador, son claramente representativos de una situación de elevado grado de concentración productiva en nuestro país: el sector de la alimentación, bebidas y tabaco (en donde un 80% de las empresas realizan importaciones de sus productos por debajo del 10%), el de los servicios avanzados a las empresas (en donde son un 67% las empresas que realizan importaciones por debajo del 10%), el de los otros servicios (en donde aquellas son un 67%) y, a alguna distancia, el sector de la metalúrgica básica (en donde son un 50%)

En otros sectores manufactureros, la situación es claramente distinta, en la medida en que un porcentaje muy elevado de las empresas afirman importar más del 70% o hasta más del 90% de sus productos dirigidos a aprovisionar el mercado interior.

Esto es lo que sucede en diversos sectores: en el de la distribución comercial (en donde más del 90% de las empresas consultadas aseguran que importan por encima del 70% de sus productos), el de la sociedad de la información (en que representan el 86% las empresas los que importan más del 70%), en el sector farmacéutico (en donde 67% importan más del 90% de sus productos), en el sector químico (en el que son un 60% las que importan más del 90%) y en el sector de la automoción (en que representan un 50% de las empresas las que introducen en el mercado español más del 70% de su oferta proveniente de su producción en el exterior) (v. Tabla III.7).

7.2. Previsión de posibles cambios en el porcentaje de los productos importados o fabricados en el exterior.

En el Barómetro 2008 se ha vuelto a preguntar a las empresas sobre hasta que punto prevén aumentos a medio plazo de las importaciones a realizar de productos fabricados en sus centros de producción exteriores, para el abastecimiento el mercado español. En la Tabla III-8 hemos recopilado los datos que provienen de las respuestas tanto del Barómetro 2008 como del 2007.

En el Barómetro del año 2007 fueron 16 las empresas (14%), mientras que en el Barómetro del 2008, han sido 11 (11%) las empresas que afirman que tenderá a aumentar el porcentaje de los productos que fabrican en el exterior y esperan poder dirigir al mercado español.

Tabla III.8				
Evolución de la proporción de su producción de origen exterior que las empresas piensan vender en el mercado interior (2007/2008)				
	Año 2008		Año 2007	
	Número de empresas	% De respuestas	Número de empresas	% de respuestas
1. Estiman que habrá un aumento	11	11%	16	14%
2. Estiman que se mantendrá	65	67%	72	64%
3. Estiman una disminución	2	2%	8	7%
4. No saben, No contestan	19	20%	17	15%
TOTAL	97	100%	113	100%

Pregunta III-22. *¿Cuál estima usted que puede ser la evolución de la proporción de productos importados que su empresa suministra al mercado español y por tanto fabricados por ustedes fuera de España?*

Las empresas que en el año 2008 prevén un aumento en la comercialización de productos provenientes del exterior para abastecer la demanda interna, están algo más representadas, de acuerdo con los datos recibidos, sobre todo en los sectores farmacéutico y químico, los otros servicios y la sociedad de la información y, en menor medida, en el sector de la automoción.

8. Previsión de cambios en los niveles de ocupación de las empresas 2006-2008

A continuación, presentamos los resultados de la encuesta referidos a las preguntas IV-27 a IV30 del Barómetro del 2008 que tratan de los cambios en la ocupación de trabajadores, habidos en el pasado y de los que son previsibles a corto plazo, tanto al nivel de los sectores como de las propias empresas.

8.1. Aumentos de la ocupación en el sector y en la propia empresa que tuvieron lugar en el 2006

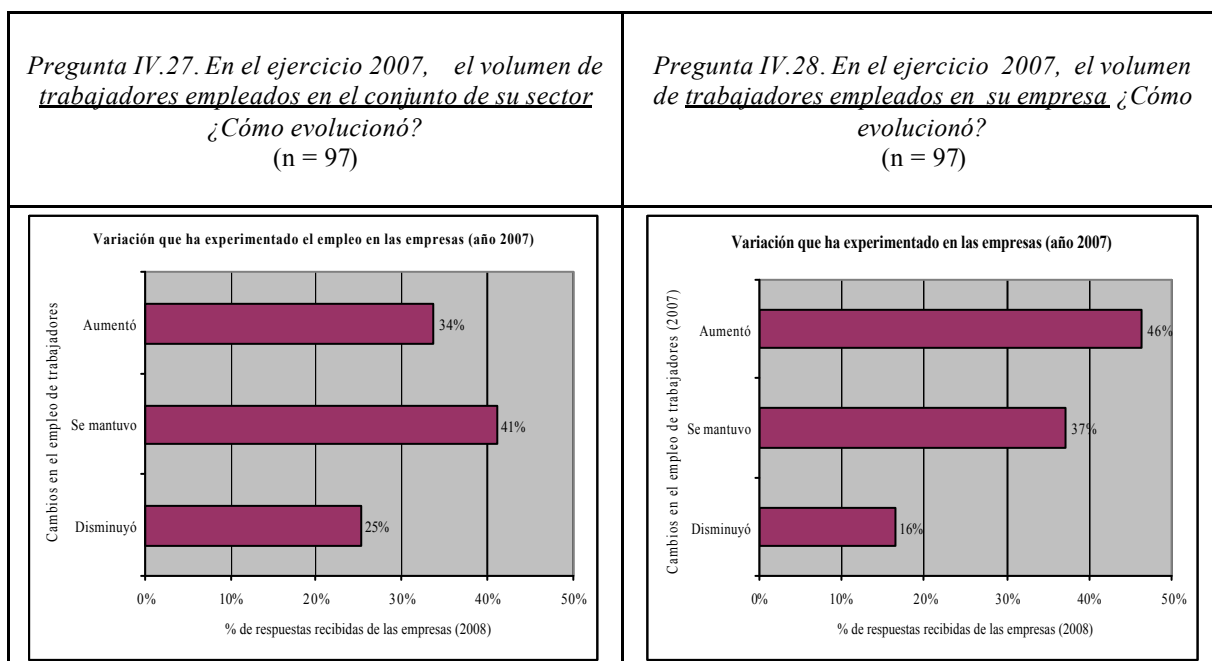
En el Gráfico III.4 se presentan los datos correspondientes a los cambios que han tenido lugar en el 2006 en la ocupación laboral, al nivel de los sectores de actividad (lado izquierdo del gráfico, pregunta IV.27) y en las plantillas de las propias empresas (lado izquierdo, pregunta IV.28).

En el Gráfico III.4 podemos constatar que ha sido poco expansivo en el año 2007 el ritmo de crecimiento del empleo tanto en las empresas como en el conjunto de sus sectores de referencia, de acuerdo con la información recibida.

Un 46% de las empresas manifiestan que en el ejercicio del 2007 realmente han procedido a aumentar sus plantillas de trabajadores. A nivel de los sectores, en cambio, el crecimiento del empleo tan sólo se manifiesta en un 34% de las respuestas empresariales. Un 13% de las empresas son las que manifiestan, por otro lado, que han experimentado una reducción neta en el número de los trabajadores empleados respecto al año anterior: A nivel de los sectores se constata una evolución netamente pesimista del empleo según la opinión de bastantes empresas (concretamente en un 25% de los casos).

Gráfico III.4

Variación que efectivamente ha tenido lugar en el volumen de empleo a nivel de su empresa y de su sector de actividad (Año 2007). Barómetro 2008.



8. 2. Previsiones de cambio en los niveles de empleo de trabajadores en el año 2007

En el doble Gráfico III.5 establecemos, acto seguido, una comparación entre las previsiones que las empresas realizaron en el año 2007 sobre la variación esperada de sus plantillas de trabajadores (en el Barómetro 2007) y las previsiones que, una vez más, acaban de realizar las propias empresas en el actual Barómetro de los Negocios del 2008.

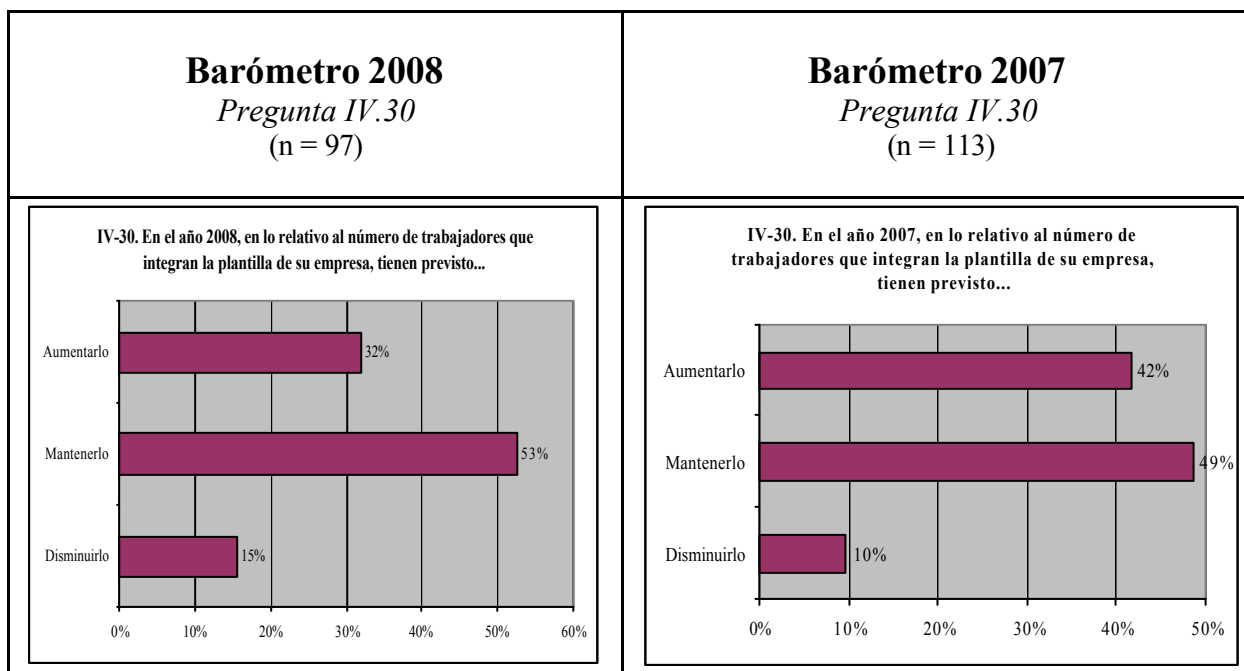
En líneas generales es posible afirmar que, contrariamente a lo que sucedió el año anterior, las previsiones empresariales sobre la ocupación laboral son significativamente más pesimistas en el Barómetro del año 2008 que en el del 2007.

Mientras que en el año 2007 un número ciertamente reducido de empresas (un 10%) preveían una reducción más o menos neta del número de trabajadores empleados en sus propias plantillas, en 2008 han sido algunas más (concretamente el 15%) las que han manifestado una previsión negativa en este sentido. Las diferencias de expectativas más significativas se nos muestran al comparar las previsiones de crecimiento en uno y otro año.

Un 42% de las empresas se manifestaron en el año 2007 en sentido optimista manifestando tener unas expectativas de crecimiento de la ocupación en sus plantillas de trabajadores, En el 2008, el número de las empresas que se han pronunciado en este mismo sentido se ha reducido de un modo importante, con lo que dicho porcentaje ha decrecido en diez puntos (concretamente se ha situado en un 32% del total).

El número de empresas que simplemente manifiestan que lo más que pueden hacer es mantener el nivel de la ocupación existente en sus plantillas sigue siendo este año, como en el anterior, un colectivo claramente dominante (en el año 2007 representó un 49% de la muestra, este año alcanza un 53 % (v. Gráfico III.5. Preguntas IV.28 y IV.30).

Gráfico III.5
Variación que se prevé va a tener lugar en las plantillas de trabajadores Barómetros 2007/2008



El hecho es que el número de las empresas que se sienten optimistas con respecto a su capacidad de aumentar el nivel de empleo en sus plantillas, un dato que sin duda había aumentando notablemente en el año 2007, ha disminuido, en cambio, de modo visible en este año, de acuerdo con las respuestas del Barómetro 2008

8.3. Previsiones de cambio del empleo por sectores en el año 2008

En la Tabla III.9 se resumen los datos relativos a las previsiones que realizan las empresas en el año 2008 sobre los cambios previsibles en sus plantillas de personal contratado. Los datos se presentan ahora agrupados por sectores de actividad.

Las empresas que aún nos ofrecen unas opiniones relativamente optimistas respecto de sus planes de empleo, se concentran sobre todo en algunos sectores característicos: los servicios avanzados a las empresas (52%), el sector de la sociedad de la información (50%), el sector financiero y asegurador (50%) y, a mayor distancia, el sector farmacéutico (48%), seguidos de los otros servicios (30%) (v. Tabla III.9).

Entre quienes anticipan caídas, más o menos fuertes, del empleo de los trabajadores, figuran las empresas de sectores tales como las otras industrias manufactureras (38%), la metalúrgica básica (33%); y el sector financiero y asegurador (33%); seguidos del sector del material eléctrico y electrónico (29%) y también de un grupo significativo de empresas del sector farmacéutico. (v. Tabla III.9).

En el sector de químico (100%), en el de la distribución comercial (86%), en el de la automoción (75%), y en el de los otros servicios (70%), claramente se apuesta, al parecer, por la plena estabilidad de las plantillas de empleados en una gran mayoría de las empresas consultadas. (v. Tabla III.9)

Tabla III.9
Posibles cambios en la plantilla de los empleados
de la empresa en el año 2008 respecto al año anterior (n=97)

Sectores de actividad	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Total empresas	
				%	Número
Alimentación, bebidas y tabaco	40%	40%	20%	100%	5
Automoción	0%	75%	25%	100%	4
Material eléctrico y electrónico	14%	57%	29%	100%	7
Sector farmacéutico	43%	29%	29%	100%	7
Sector químico	0%	100%	0%	100%	6
Metalurgia básica	33%	33%	33%	100%	3
Otras industrias manufactureras	15%	46%	38%	100%	13
Sociedad de la información	50%	38%	13%	100%	8
Servicios a las empresas y consultoría	52%	48%	0%	100%	21
Sector financiero y asegurador	50%	17%	33%	100%	6
Comercio	14%	86%	0%	100%	7
Otros servicios	30%	70%	0%	100%	10
TOTAL	32%	53%	15%	100%	97

Pregunta IV-30. En el año 2007, en lo relativo al número de trabajadores que integran la plantilla de su empresa, tienen previsto:

9. Perspectivas de variación de la ocupación de trabajadores a nivel sectorial en los años 2006, 2007 y 2008

Las perspectivas manifestadas por las empresas en cuanto a la evolución del empleo de sus diversos sectores de actividad (Tabla III.10) se vienen manifestando cada vez algo menos optimistas en los años 2007 y 2008, si comparamos las cifras de la evolución habida entre 2006 y 2007. Las empresas ofrecen en general una visión algo pesimista tanto cuando hacen referencia a su propia capacidad de creación o mantenimiento del empleo, como cuando se refieren al comportamiento general de su sector de actividad.

Una gran proporción de las empresas consultadas (cerca del 35%) siguen manifestándose 'neutrales' con respecto a las expectativas de empleo (es decir ni optimistas ni pesimistas) una vez más el año 2008, de forma parecida a como lo hicieron en los Barómetros de 2006 y 2007.

En el año 2006, un 40% de las empresas afirmaron que las expectativas de su sector de actividad, en materia de creación de empleo, eran en general optimistas (algo o bastante). En el año 2007 la proporción de los optimistas resultaría más elevada, alcanzando al 49% de las empresas. En el año 2008, este porcentaje ha acabado decreciendo, como hemos visto anteriormente, hasta el nivel algo más bajo del 36%

En el año 2006 un 28% de las empresas consultadas se habían manifestado realmente pesimistas (algo, bastante o muy pesimistas). En el año 2007 éstas tan sólo fueron un 21%.

Con ocasión de los datos ya expuestos relativos al barómetro de 2008, hemos podido comprobar que se ha producido un claro aumento en la proporción de empresas que se ha manifestado algo, bastante o muy pesimistas respecto a la evolución del empleo en su sector. Dicho porcentaje se ha situado ahora en el 29% del total de las empresas consultadas.

Tabla III.10						
Perspectivas de creación de empleo en el propio sector en los años 2006, 2007 y 2008						
Categorías	Año 2008 (n=97)		Año 2007 (n=113)		Año 2006 (n=117)	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy optimistas	2	2%	3	3%	1	1%
Bastante optimistas	7	7%	17	15%	12	10%
Algo optimistas	26	27%	35	31%	34	29%
Ni optimistas, ni pesimistas	34	35%	35	31%	37	32%
Algo pesimistas	20	21%	13	12%	18	15%
Bastante pesimistas	6	6%	8	7%	10	9%
Muy pesimistas	2	2%	2	2%	5	4%
TOTAL	97	100%	113	100%	117	100%
<i>Pregunta IV-26. Las perspectivas de creación de empleo a medio plazo en su sector de actividad son:</i>						

Por tanto, si bien es cierto que todavía existe una mayoría bastante más holgada de empresas que en la actualidad (2008) se muestran optimistas (36%) relación con las perspectivas de

generación de empleo en su sector, los que se manifiestan pesimistas son bastantes más que en el año anterior, reflejando seguramente un cierto cambio de tendencia en la evolución del empleo en algunos de los sectores de la actividad productiva que se enfrentan a una mayor incertidumbre.

9.1. 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 empleos al nivel sectorial. Nos ha parecido de interés efectuar una presentación final de datos sobre las perspectivas de creación de empleo a partir de las respuestas que han facilitado 97 empresas que han colaborado en la elaboración del Barómetro 2008.

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

Las empresas que se plantean, en cambio, unas peores perspectivas sectoriales de evolución del empleo están particularmente representadas en los sectores de la automoción, farmacéutico y de la industria metalúrgica básica. A mayor distancia se encuentran también los sectores de alimentación, bebidas y tabaco, de otras industrias manufactureras y el sector financiero y asegurador.

Tabla III. 11
Perspectivas de creación de empleo a medio plazo por sectores
en opinión de las empresas en el año 2008
(por sectores de actividad)

Sectores	Muy/bastante optimistas	Algo optimistas	Ni optimistas ni pesimistas	Algo pesimistas	Muy/bastante pesimistas
Alimentación, bebidas y tabaco	20%	0%	20%	60%	0%
Automoción	0%	0%	50%	25%	25%
Material eléctrico y electrónico	14%	14%	29%	14%	29%
Sector farmacéutico	14%	14%	14%	43%	14%
Sector químico	0%	17%	67%	17%	0%
Metalurgia básica	0%	33%	0%	67%	0%
Otras industrias manufactureras	0%	38%	23%	15%	23%
Sociedad de la información	13%	25%	50%	13%	0%
Servicios a empresas consultoría	5%	48%	43%	5%	0%
Sector financiero y asegurador	17%	0%	33%	33%	17%
Comercio	14%	43%	43%	0%	0%
Otros servicios	20%	20%	30%	30%	0%
TOTAL	9%	27%	35%	21%	9%

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

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

Presentamos en este capítulo IV una serie de valoraciones sobre el comportamiento de los mercados, sobre evolución de la demanda y sobre los factores que afectan a la rivalidad competitiva, que nos aportan las empresas que han participado en el Barómetro 2008.

Al final del capítulo examinaremos, así mismo, cuál es la situación en que se encuentran, y en qué tipo de mercados operan, las empresas según su grado de orientación a la exportación.

10. Valoración del grado de la rivalidad competitiva en los mercados

De acuerdo con las respuestas recibidas, vuelven a ser una gran mayoría este año las empresas que afirman percibir una rivalidad competitiva creciente en sus mercados. Son concretamente un 85% del total las empresas consultadas que este año afirman que se enfrentan a una competitividad creciente en sus mercados, tal como observamos en la tabla IV.1. En los años 2007 y 2006 la proporción de empresas afectadas fue francamente más elevada (91% y 92%).

Tabla IV. 1						
¿Perciben una rivalidad competitiva creciente?						
(n=112)						
Respuestas	Año 2008 (n=97)		Año 2007 (n=112)		Año 2006 (n=70)	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
SI	82	85%	102	91%	106	92%
NO	15	15%	10	9%	8	8%
TOTAL	97	100%	112	100%	114	100%

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

10.1. Presentación de resultados por sectores de actividad

En la Tabla IV.2, presentamos la distribución por sectores de las opiniones manifestadas sobre la rivalidad competitiva en el BARÓMETRO 2008.

Los sectores de la automoción, del material eléctrico y electrónico, de las otras industrias manufactureras y farmacéutico, son aquellos en los que figura una mayor proporción de empresas que manifiestan enfrentarse a una competitividad creciente. En el resto de sectores, y muy en particular en el sector químico, la alimentación, bebidas y tabaco, los servicios y el comercio, se nos indica, en cambio, que la rivalidad competitiva ha venido aumentando en una menor proporción de casos (Tabla IV.2).

Tabla IV.2
Percepción de incremento de la rivalidad competitiva en el año 2008
(por sectores de actividad – n=97)

Sectores	SÍ	NO	TOTAL	Número de respuestas
Alimentación, bebidas y tabaco	60%	40%	100%	5
Automoción	100%	0%	100%	4
Material eléctrico y electrónico	100%	0%	100%	7
Sector farmacéutico	100%	0%	100%	7
Sector químico	50%	50%	100%	6
Metalurgia básica	100%	0%	100%	3
Otras industrias manufactureras	92%	8%	100%	13
Sociedad de la información	88%	12%	100%	8
Servicios a las empresas y consultoría	90%	10%	100%	21
Sector financiero y asegurador	83%	17%	100%	6
Comercio	71%	29%	100%	7
Otros servicios	70%	30%	100%	10
TOTAL	84%	16%	100%	97
<i>Pregunta II-13. ¿Se enfrentan con una rivalidad competitiva creciente en su sector?</i>				

Las condiciones competitivas de las empresas suelen ser bastante más intensas cuando se enfrentan a la competencia en los grandes mercados abiertos de los bienes industriales, que no cuando se concentran en aquellos ámbitos en donde predominan grandes empresas industriales, como sucede en la automoción o la metalúrgica básica. Algunos de los sectores tradicionalmente sometidos a regulación y en algunas de las actividades más tradicionales de los servicios, el crecimiento de la competitividad entre las empresas se presenta, al parecer, con una menor fuerza.

11. Análisis de los factores de rivalidad competitiva

En el Gráfico IV.1 se detallan los resultados sobre las valoraciones que las empresas hacen de los factores de rivalidad competitiva que más les afectan, en los años 2008 (Panel “A”) y 2007 (Panel “B”).

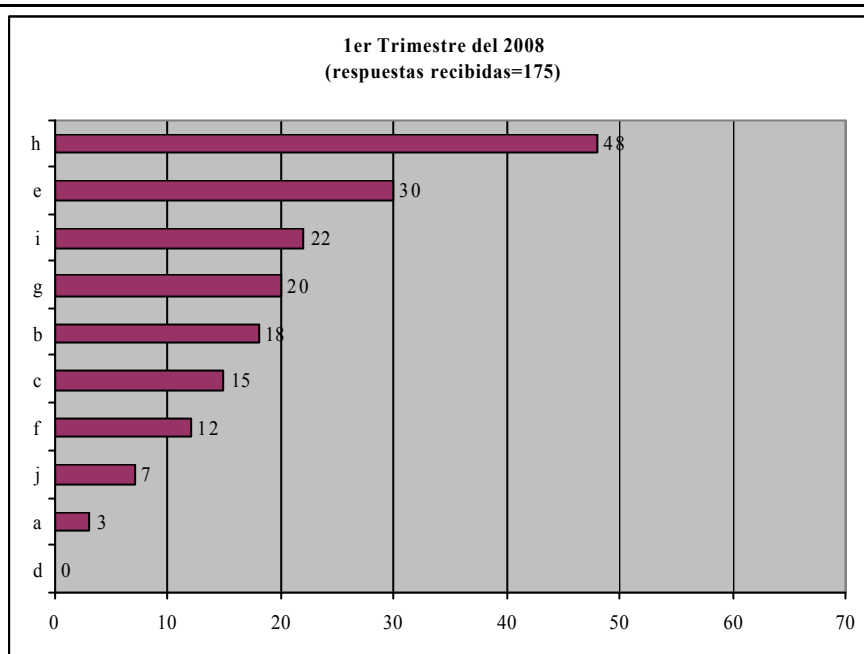
Los factores de crecimiento de la rivalidad competitiva, que en los dos años se han considerado, han sido:

- Desregulación de los mercados (a)
- Nuevos inversores internacionales (b)
- Reducción de las barreras de entrada a la competencia en los mercados (c)
- 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 2007-2008

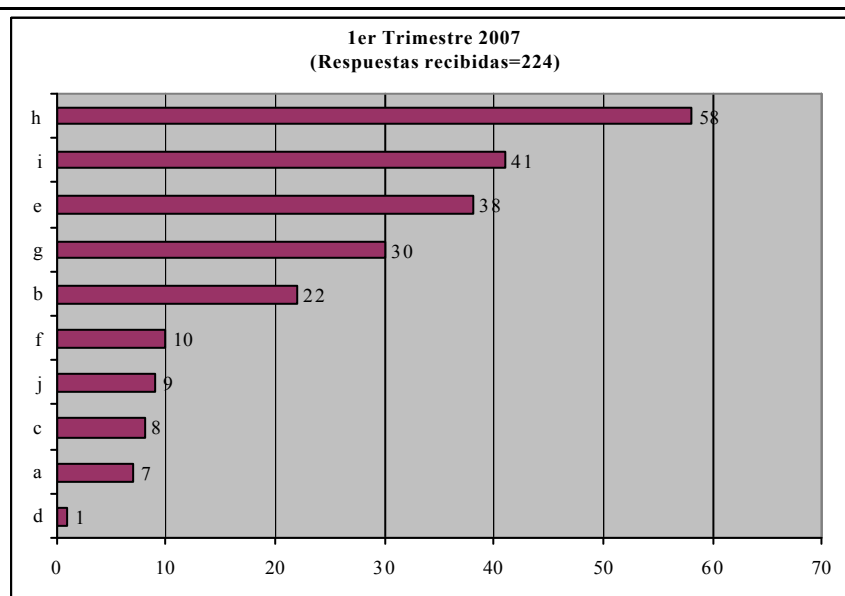
“Panel A” – Año 2008



ANO 2008

- h.- Políticas de precios cada vez más agresivas por la competencia
- j.- Otras causas (*)
- i.- Apertura del mercado a las ofertas competitivas de países emergentes
- g.- Mayor exigencia e información del consumidor
- e.- Aparición de iniciativas empresariales locales
- b.- Nuevos inversores internacionales
- c.- Reducción de barreras de entrada a la competencia
- f.- Grado creciente de información y transparencia
- a.- Desregulación de los mercados
- d.- Eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia

“Panel B” – Año 2007



AÑO 2007

- h.- Políticas de precios cada vez más agresivas por la competencia
- i.- Apertura del mercado a las ofertas competitivas de países emergentes
- g.- Mayor exigencia e información del consumidor
- e.- Aparición de iniciativas empresariales locales
- b.- Nuevos inversores internacionales
- c.- Reducción de barreras de entrada a la competencia
- f.- Grado creciente de información y transparencia
- a.- Desregulación de los mercados
- d.- Eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia

Como observamos en el Gráfico IV.1 (Panel “A” y “B”) si bien es cierto que algunos de los factores se mantienen relativamente estables entre los años 2007 y 2008, se producen ciertos cambios que parecen afectar a la rivalidad competitiva de las empresas.

Tres grandes factores son los que aparecen como los más decisivos en estos dos años, si bien con algún cambio de ordenación significativo. En primer lugar, y en 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 en un orden distinto este año con respecto al anterior. En orden decreciente éstos son: la aparición de iniciativas empresariales locales (o endógenas’) y la apertura de los mercados a ofertas competitivas de países emergentes.

En lugares menos destacados les siguen: una mayor exigencia e información del consumidor; y la entrada de nuevos inversores internacionales, junto a la reducción de barreras de entrada a la competencia (un factor que este año ha ascendido de posición respecto al año anterior). En lugares ya muy rezagados quedan algunos otros factores tales como; el grado creciente de información y de transparencia de los mercados; la creciente desregulación de los sectores; y una eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia.

Es de resaltar 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, tanto en el Barómetro de 2007 como en el del año 2008. Los restantes factores aparecen ordenados en los dos años de una forma bastante parecida, si bien con algunos de los cambios más arriba indicados.

La aparición de iniciativas empresariales locales que en el año 2006 figuraba tan sólo en quinto lugar, en el año 2007 pasa a estar situado en tercera posición, para alcanzar en el Barómetro de 2008 una posición todavía más destacada (la segunda del ranking).

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

En la Tabla IV.3 hemos recopilado, como ya se hizo el año anterior, buena parte de la información sobre los principales factores que afectan al incremento de la rivalidad competitiva percibida en cada sector. Se han seleccionado para el análisis de cada factor incluido en la Tabla tan sólo siete sectores y seis factores de rivalidad competitiva. Se destacan aquellos sectores en los que existe una proporción relativamente más elevada de empresas que mencionan los factores de rivalidad competitiva examinados en la Tabla.¹

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. Entre los sectores más destacados, en este aspecto, merecen citarse por orden decreciente: *el sector de la sociedad de la información, el sector financiero y asegurador, los sectores químico y farmacéutico, los servicios a las empresas y la consultoría, la distribución comercial* y, por último, *la industria química* (v. el apartado; Tabla IV.3).

¹ 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 2007.

Tabla IV.3
Factores más importantes que las empresas asocian al incremento de la rivalidad competitiva. Análisis por sectores. Barómetro año 2008
(175 respuestas)

Presentación de los factores (A) Sectores y número de las empresas implicadas			Presentación de los factores (B) Sectores y número de las empresas implicadas		
1. <u>Agresividad en precios de la competencia</u>			4. <u>Nuevos inversores internacionales</u>		
<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas	<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas
Sector financiero y asegurador	44%	4	Metalurgia básica	20%	1
Sociedad de la información	38%	5	Sector químico	17%	1
Alimentación, bebidas y tabaco	33%	3	Otros servicios	16%	3
Sector químico	33%	2	Comercio	13%	2
Otras industrias manufactureras	30%	7	Material eléctrico y electrónico	13%	2
Comercio	27%	4	Sector financiero y asegurador	11%	1
TOTAL		25	TOTAL		10
2. <u>Ofertas competitivas de países emergentes</u>			5. <u>Reducción de las barreras de entrada mercados</u>		
<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas	<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas
Metalurgia Básica	40%	2	Comercio	20%	3
Otras industrias manufactureras	30%	7	Sector químico	17%	1
Automoción	27%	3	Servicios a las empresas y consult	16%	6
Material eléctrico y electrónico	25%	4	Otros servicios	11%	2
Sector químico	17%	1	Alimentación, bebidas y tabaco	11%	1
Comercio	13%	2	Automoción	9%	1
TOTAL		19	TOTAL		14
3. <u>Mayor exigencia del consumidor</u>			7. <u>Iniciativas empresariales locales</u>		
<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas	<u>Sectores más afectados</u>	% empresas	Número de empresas
Sociedad de la información	23%	3	Sector farmacéutico	25%	3
Alimentación, bebidas y tabaco	22%	2	Alimentación, bebidas y tabaco	22%	2
Otros servicios	21%	4	Sector financiero y asegurador	22%	2
Automoción	18%	2	Servicios a las empresas y consult	22%	8
Sector farmacéutico	17%	2	Otros servicios	21%	4
Material eléctrico y electrónico	13%	2	Comercio	20%	3
TOTAL		15	TOTAL		22

Entre los factores enumerados en la Tabla IV.3, que más afectan a las diversas empresas y sectores, figuran, en primer lugar: a) la entrada creciente en *ofertas competitivas provenientes de economías emergentes* (apartado 2); y b) *la presencia creciente de nuevos competidores locales* (apartado 7). Les siguen, a cierta distancia, en cierto sentido empatados entre sí por lo que se refiere al número de empresas afectadas: c) *la competencia ejercida por los nuevos inversores internacionales* (apartado 5) y d) *la creciente exigencia del consumidor español* (apartado 3).

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).

La creciente agresividad en precios de la competencia es manifestada sobre todo por las empresas de los sectores financiero y asegurador, la sociedad de la información, la alimentación, bebidas y tabaco, la industria química, las otras industrias manufactureras y el comercio.(v. Tabla IV.3)

Los nuevos inversores internacionales aparecen citados por un número relativamente menor de empresas y sectores. Se les menciona sobre todo los sectores de la metalúrgica básica, la industria química y los servicios. En alguna medida también en la distribución comercial y en el sector de material eléctrico y electrónico, 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.

12. Tendencias de la demanda y evolución de las ventas

Presentamos a continuación los datos sobre la percepción empresarial sobre la evolución de la demanda, correspondientes tanto al BARÓMETRO de 2008 como al del año 2007.

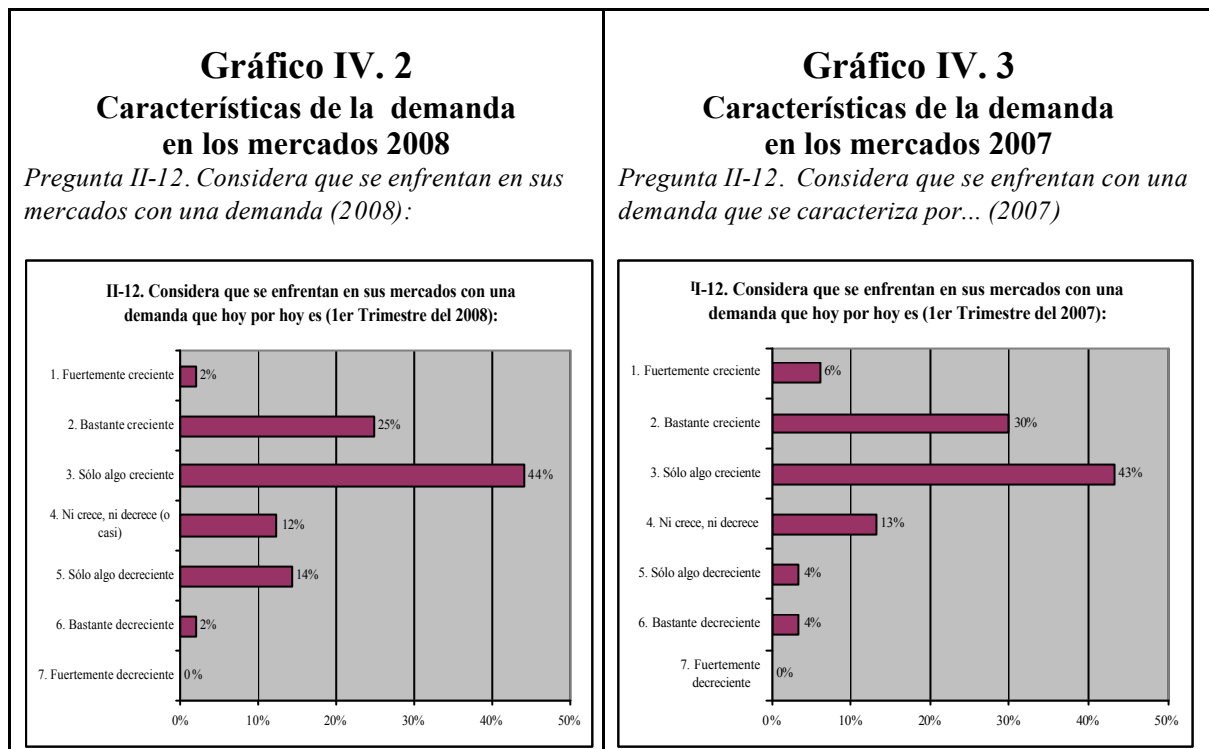
12.1. Ritmo de variación comparada de la demanda en los años 2008 y 2007

Por lo que se refiere a la tendencia de crecimiento de la demanda en los mercados, en la mayoría de casos las previsiones que nos han anunciado las empresas en el año 2008 parecen ser favorables.

Algo más del 71 % de las empresas consultadas este año (2008) – es decir una mayoría - afirman que las tendencias de demanda con que se enfrentan en los mercados van a ser bastante o algo crecientes (v. Gráfico IV.2). En el 2007, los optimistas constituyeron una mayoría todavía superior a la del presente año (un 79%). Un 36% afirmaban que el crecimiento de su demanda sería bastante o fuertemente creciente, mientras que en el año 2008 éstas han sido tan sólo un 27%. (v. Gráfico IV.3)

Por lo que se refiere al lado negativo, en el año 2007 tan sólo un 8 % de las empresas preveían posibles caídas de la demanda de sus productos, mientras que ahora, en el año 2008, representan ya un 16% las empresas – el doble que el año pasado - que aseguran que la demanda de sus mercados puede acabar siendo algo o bastante decreciente. (v. Gráficos IV.2 y IV.3)

Pese a que las empresas son aún optimistas en su mayoría por lo que se refiere a la evolución de la demanda de sus productos, ha aumentado este año, de modo significativo, la proporción de las que se manifiestan pesimistas.



En la Tabla IV.4 podemos observar cual es la distribución por sectores de las opiniones que las empresas nos ofrecen en el Observatorio 2008 sobre las perspectivas de evolución de la demanda de sus respectivos mercados. Las empresas que ofrecen una visión más claramente favorable en cuanto al ritmo de crecimiento de la demanda son las situadas en los sectores financiero y asegurador, en los otros servicios y en la metalúrgica básica, seguidos a cierta distancia del comercio, los servicios avanzados a las empresas, del sector farmacéutico y de los servicios de la sociedad de la información. Las perspectivas de crecimiento de la demanda relativamente poco favorables para un número sensible de empresas, de acuerdo con el Barómetro 2008, se encuentran situadas sobre todo en los sectores de la automoción, de material eléctrico y electrónico, de las otras industrias manufactureras y los otros servicios.

Tabla IV.4
Distribución de sectores del comportamiento de la demanda (Año 2008)

Sectores	Fuerte-mente creciente	Bastante creciente	Solo algo creciente	Ni crece ni decrece	Solo algo decreciente	Bastante decreciente	Fuerte-mente decreciente	Total
Alimentación, bebidas y tabaco	0%	20%	60%	0%	0%	20%	0%	100%
Automoción	0%	25%	0%	25%	50%	0%	0%	100%
Material eléctrico y electrónico	14%	14%	14%	29%	14%	14%	0%	100%
Sector farmacéutico	0%	29%	57%	14%	0%	0%	0%	100%
Sector químico	0%	0%	67%	17%	17%	0%	0%	100%
Metalurgia básica	0%	67%	33%	0%	0%	0%	0%	100%
Otras industrias manufactureras	0%	15%	46%	0%	38%	0%	0%	100%
Sociedad de la información	0%	25%	75%	0%	0%	0%	0%	100%
Servicios a las empresas/consultoría	5%	24%	48%	19%	5%	0%	0%	100%
Sector financiero y asegurador	0%	50%	33%	0%	17%	0%	0%	100%
Comercio	0%	14%	71%	14%	0%	0%	0%	100%
Otros servicios	0%	40%	10%	20%	30%	0%	0%	100%
Total	2%	25%	44%	12%	14%	2%	0%	100%

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

12.2. Evolución de las ventas de las empresas en los años 2005 a 2007

En la Tabla IV.5 presentamos información referente a las respuestas obtenidas de las empresas sobre las ventas realizadas en el ejercicio anterior a la realización de los Barómetros de cada uno de los tres años analizados (2005, 2006 y 2007).

De acuerdo con el Barómetro 2008, una gran mayoría de las empresas afirman que en el año 2007 sus ventas han sido bastante o muy superiores a las del año anterior (concretamente un 72%). En el Barómetro 2007, en cambio, el grupo de los que experimentaron iguales crecimientos, era del orden de un 75 %; y en el Barómetro 2006, del 65%. La situación presenta un cierto grado de estabilización por lo que se refiere al crecimiento de las ventas realizadas el último año, por comparación al importante ritmo de crecimiento experimentado en los dos años anteriores (v. Tabla IV.5)

Las empresas que estiman, en cambio, que sus ventas van a ser algo o bastante inferiores, alcanzan en este año tan sólo un el 7 % del total de las respuestas. En los dos años anteriores habían sido algunas más las empresas que anunciaron una evolución negativa: fueron concretamente (un 6% en el 2006 y 15% en el 2007)

Los datos obtenidos en el BARÓMETRO 2008, por lo tanto, nos indican que la evolución claramente favorable de las ventas de las empresas que hemos venido observando a lo largo de tres años (2005 a 2007) parece empezar a experimentar una cierta desaceleración en el año 2007. (v. Tabla IV.5)

Tabla IV.5
Evolución de las ventas realizadas en los años anteriores
a la realización de cada Barómetro 2008

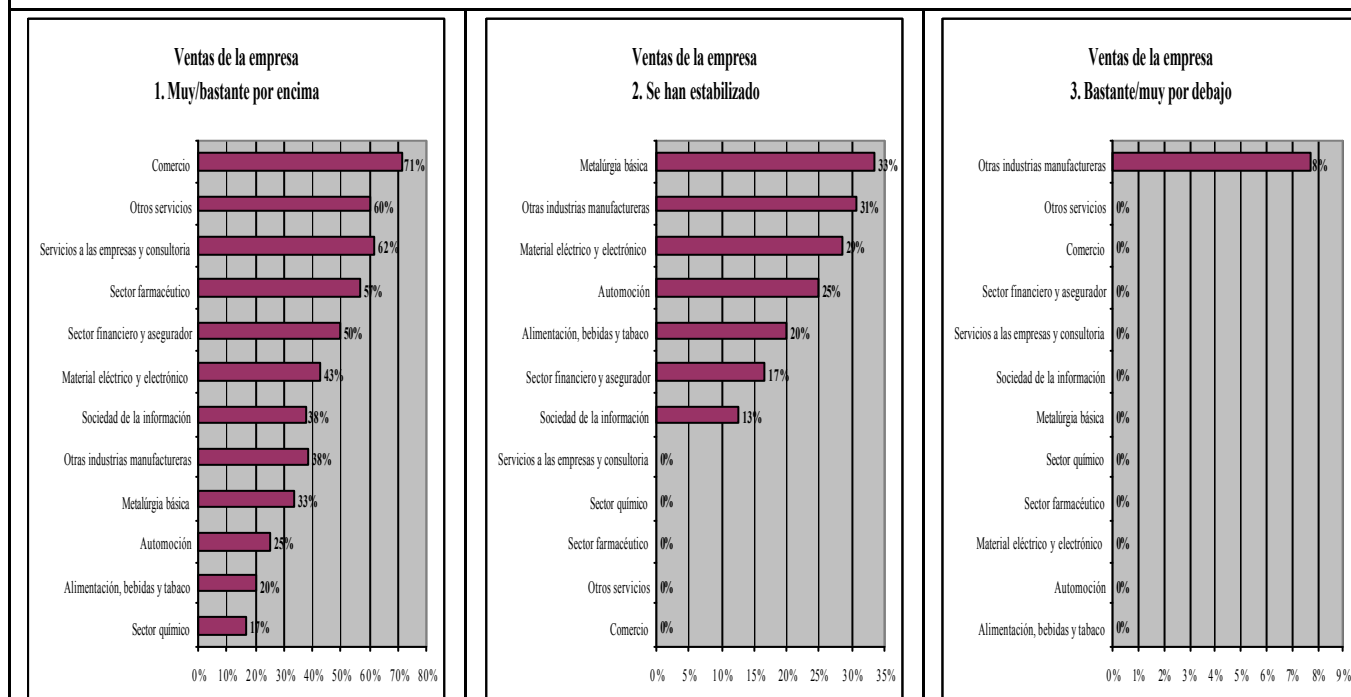
	Año 2007		Año 2006		Año 2005	
	Número de empresas	%	Número de empresas	%	Número de empresas	%
Muy por encima	9	9%	9	8%	7	6%
Bastante por encima	37	38%	38	34%	31	26%
Algo por encima	33	34%	46	41%	46	39%
Se han estabilizado	11	11%	11	10%	15	13%
Algo por debajo	6	6%	7	6%	14	12%
Bastante por debajo	1	1%	2	2%	4	3%
Muy por debajo	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	97	100%	113	100%	117	100%

Pregunta II-11. En el año 2006, y comparado con el 2005, las ventas de su empresa se han situado:

Análisis de los resultados por sectores

El Gráfico IV.4 nos ofrece una presentación resumida y ordenada de cuál es la distribución por sectores de las respuestas de las empresas referentes a las tendencias de crecimiento que ellas estiman en relación con las ventas realizadas en el año 2007 (Barómetro 2008).

Gráfico IV.4
Ventas realizadas por la empresa en el año 2007 y por comparación con el año anterior.
Distribución por sectores Pregunta II-11.



Pregunta II-11. En el año 2007, y por comparación al año anterior, las ventas de su empresa fueron ...

Los datos del Gráfico IV.4 nos indican que los sectores en los que claramente predominan las empresas que han realizado ventas muy o bastante por encima del año anterior, son: la distribución comercial (71%), los servicios avanzados a las empresas y la consultoría (62%) y los otros servicios (60%). Les siguen, a alguna distancia, un número significativo de empresas situadas en los sectores farmacéutico (43%), de material eléctrico y electrónico (40%), y financiero y asegurador (40%), y a mayor distancia todavía, el sector de la sociedad de la información (38%) y las otras industrias manufactureras (38%).

Se observa, en cambio, un marcado estancamiento o estabilización de las ventas en un buen grupo de empresas de la metalúrgica básica (33%), de las otras industrias manufactureras (31%), de material eléctrico y electrónico (29%) y de la automoción (25%), seguidas a más distancia, por algunas empresas de los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco (20%), del sector financiero y asegurador (17%) y de la sociedad de la información (13%).

Del lado de las que anuncian que sus ventas están algo o bastante por debajo de las alcanzadas en los años anteriores, se sitúan tan sólo un pequeño grupo de las empresas del sector de las otras industrias manufactureras (8%).

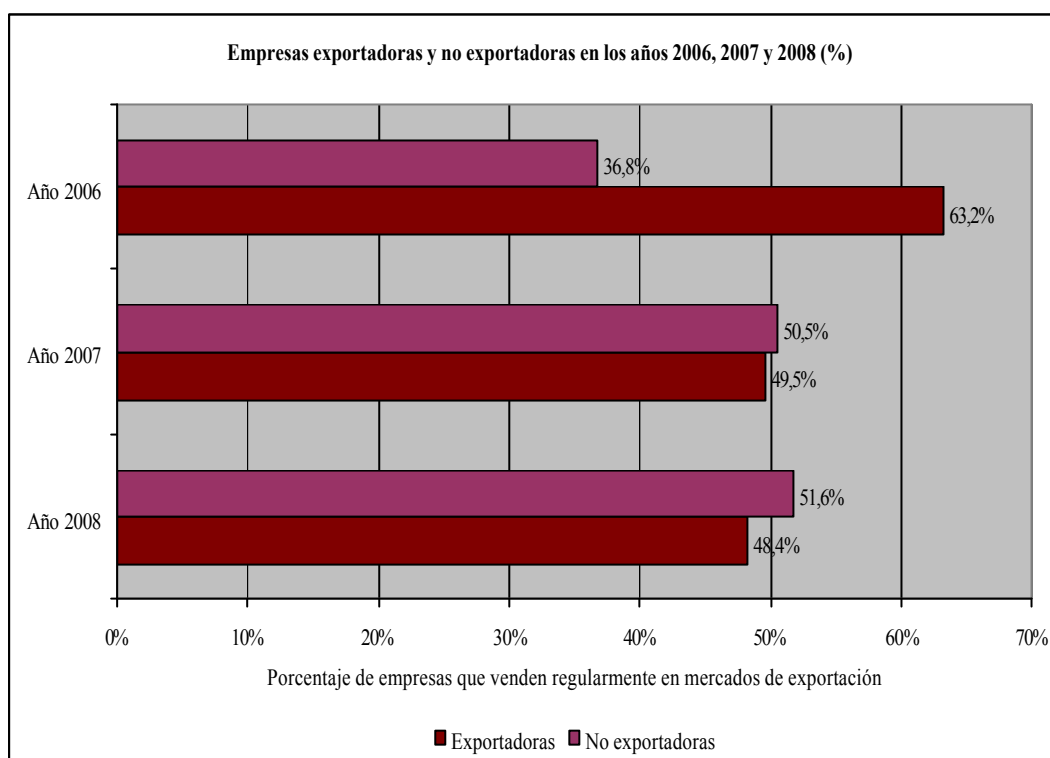
13. Orientación de las empresas hacia los mercados de exportación. Incidencia de los factores de rivalidad competitiva

En las preguntas de V.33 a V.34 del cuestionario del BARÓMETRO del año 2008 se han planteado a las empresas un conjunto de preguntas referidas al grado de participación que mantienen en los mercados de exportación, así como a la distribución por grandes regiones o áreas de sus volúmenes de exportación. También se les ha preguntado a las empresas sobre las expectativas o previsiones de evolución de sus ventas al exterior a lo largo del año de 2008.

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, según los resultados obtenidos en los Barómetros de los años 2006, 2007 y 2008.

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 2006, 2007 y 2008, para facilitar las oportunas comparaciones.

Gráfico IV.5 Porcentaje de empresas regularmente exportadoras y no exportadoras



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? (Año 2008 - n = 97)

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en el año 2008, tan sólo un 63,2% las empresas exportan regularmente sus productos o servicios a los mercados externos, mientras que el resto, una mínima mayoría (36,8%), son, al parecer, empresas claramente no exportadoras.

En el BARÓMETRO del año 2007, el grupo de las empresas analizado presentaba una composición bastante distinta en relación con este tema. La proporción de las empresas que exportaba sus productos a los mercados exteriores era francamente inferior (tan sólo un 49,5%). Eran mayoría, por lo tanto, las empresas que el año pasado vendían regularmente en el mercado interior (50,5%).

13.1. Proporción de las ventas en el mercado exterior de las empresas exportadoras

En el presente apartado nos concentraremos en el análisis de la distribución de las ventas en los diversos mercados de exportación por parte de las empresas (un total de 48) que en el año 2008 se manifiestan como regularmente exportadoras.

Según podemos observar en la Tabla IV.6, un 30 % de las empresas consultadas (14) dirigen de un modo prioritario sus productos (más del 50 % de sus ventas) a los mercados del exterior del país. En el año 2007, en cambio, era un 27% de las empresas (16) las que mantenían una cuota de participación parecida de exportaciones sobre la totalidad de sus ventas. En el año 2006, ese

mismo grupo de empresas (28) representaba un 38% del total. Éste grupo podría ser el de las empresas que merecerían ser consideradas como empresas *con una alta vocación exportadora*. Según se observa en la Tabla IV.6 ha oscilado considerablemente a lo largo de los tres años la proporción de las empresas que han realizado la mayor parte de sus ventas en los mercados de exportación.

Un porcentaje mayoritario de las empresas consultadas en el año 2008 (concretamente, un 57 % del total) manifiestan ser exportadoras en unos porcentajes de ventas mucho más modestos, que no llegan a superar el 30 % de sus ventas. En el año 2007 fueron en cambio un 62% las empresas que se declaran exportadoras en una proporción reducida (inferior al 30%) mientras que en el año 2006 éstas representarían tan sólo un 53%. Esto da idea de un proceso que ha empezado por un aumento inicial del porcentaje de las empresas que se reconocieron como ‘exportadoras marginales’ para alcanzar una cierta presencia mucho más estable de este tipo de empresas.

Tabla IV.6
Porcentaje de las ventas en los mercados de exportación

Intervalos	Año 2008		Año 2007		Año 2006	
	% sobre el total	Número de empresas	% sobre el total	Número de empresas	% sobre el total	Número de empresas
<10%	38%	18	32%	19	34%	25
10-30%	19%	9	30%	18	19%	14
31-50%	15%	7	12%	7	9%	7
51-70%	15%	7	17%	10	15%	11
71-90%	15%	7	8%	5	20%	15
91-100%	0%	0	2%	1	3%	2
TOTAL	100%	48	100%	60	100%	74

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

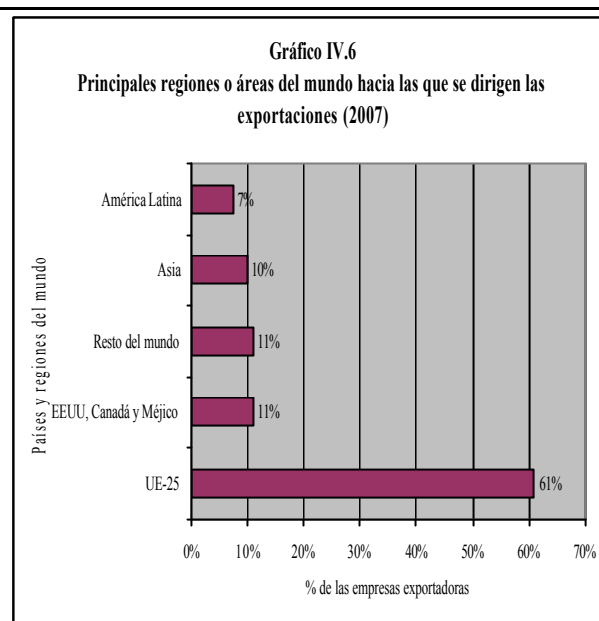
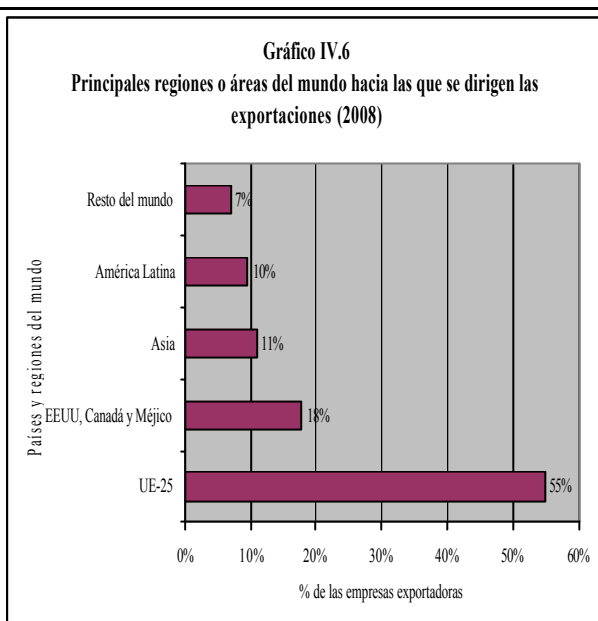
13.2. Principales áreas o regiones a las que exportan las empresas

En el Gráfico IV.6 encontrará el lector un resumen de la información disponible sobre las grandes regiones o áreas del mundo a las que dirigen sus exportaciones las empresas de acuerdo con la información obtenida en las encuestas de los Barómetros de 2007 y 2008.

El 61 % de las empresas exportadoras según el BARÓMETRO 2007 localizaban sus exportaciones en la Unión Europea-25 (tal como se observa en el Gráfico IV.6). En el presente BARÓMETRO 2008, el porcentaje de las que exportan a los países de la UE-25 se ha visto reducido hasta el 55%

El resto de las áreas geográficas hacia las que dirigen sus exportaciones las empresas exportadoras, se localizan en los Estados Unidos, en Canadá y México (18%, frente a un 11% el año anterior), en Asia (11% frente a un 10 % en el 2007), en América Latina (10% frente al 7 % en el 2007), y en el resto del mundo (7% frente al 11 % en el 2007).

Gráfico IV.6 Principales regiones o áreas del mundo hacia la que se dirigen las exportaciones (2007/2008)



Pregunta V-33. ¿En qué mercados de concentran sus ventas más importantes?

13.3. 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 2006 como en el 2007.

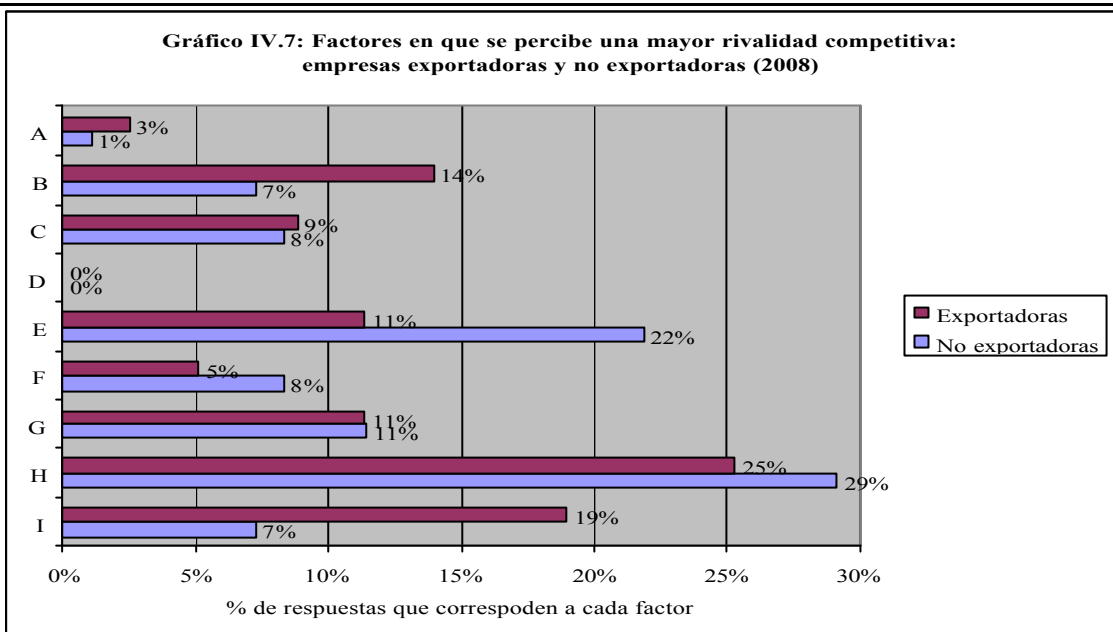
Los factores potencialmente causantes de incrementos de competitividad que se han considerado en este análisis han sido los siguientes:

- A.- Desregulación de los mercados
- B.- Nuevos inversores internacionales
- C.- Reducción de las barreras de entrada de la competencia
- D.- Eficacia creciente de los servicios y organismos de defensa de la competencia
- E.- Aparición iniciativas empresariales locales

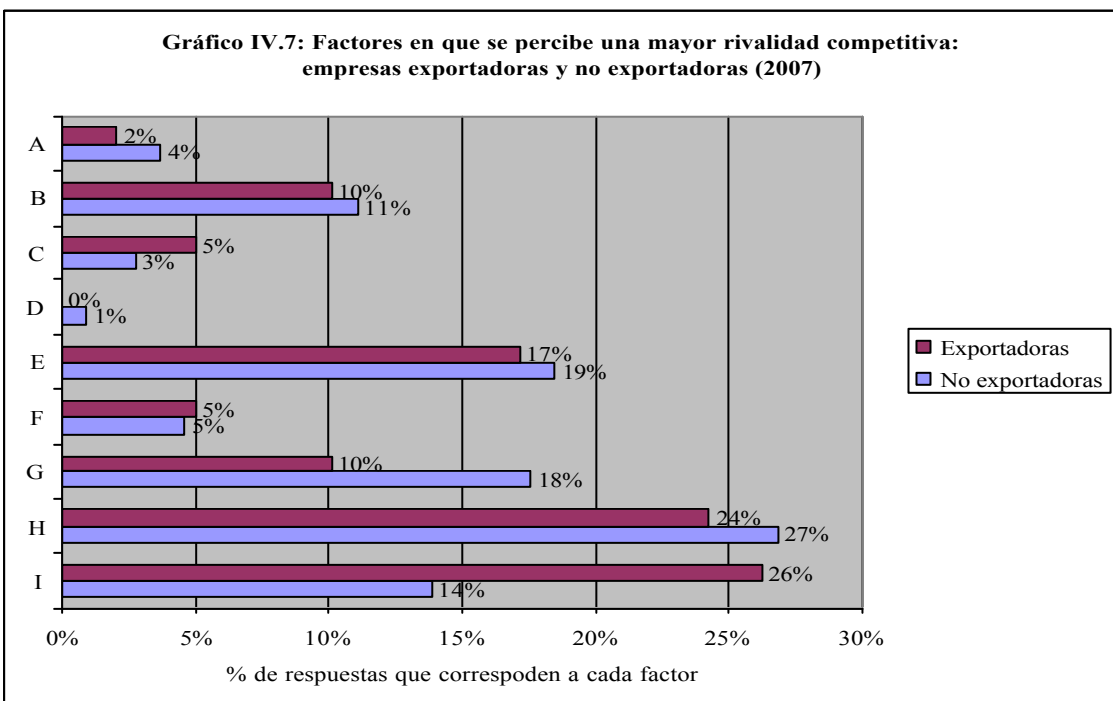
- F.- Grado creciente de información y transparencia
- G.- Mayor exigencia e información del consumidor
- H.- Políticas de precios cada vez más agresivas por la competencia
- I.- Apertura del mercado a las ofertas competitivas de países emergentes

Gráfico IV. 7 Factores de rivalidad competitiva de las empresas exportadoras y no exportadoras

Año 2008



Año 2007



En el Gráfico IV.7 se observa que entre los exportadores existe, al parecer, 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, tanto en el año 2008 como en el 2007. 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. Aún 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 2008 (% de respuestas)

Factores	Total empresas		Empresas NO exportadoras		Empresas exportadoras	
	%	Número de respuestas	%	Número de respuestas	%	Número de respuestas
a. Desregulación mercados	2%	3	1%	1	3%	2
b. Nuevos inversores internacionales	10%	18	7%	7	14%	11
c. Reducción de barreras de entrada	9%	15	8%	8	9%	7
d. Servicios/políticas defensa competencia	0%	0	0%	0	0%	0
e. Iniciativas empresariales locales	17%	30	22%	21	11%	9
f. Creciente información y transparencia	7%	12	8%	8	5%	4
g. Exigencia e información crecientes	11%	20	11%	11	11%	9
h. Políticas agresivas de fijación de precios	27%	48	29%	28	25%	20
i. Oferta productos de economías emergentes	13%	22	7%	7	19%	15
j. Otras causas	4%	7	5%	5	3%	2
TOTAL	100%	175	100%	96	100%	79

Pregunta II-14. Los factores a los que se la rivalidad competitiva creciente en los mercados en el caso de su empresa son:

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

14. Valoración del entorno general de la economía española

14.1. Presentación de los resultados agregados. Entorno económico. Barómetro 2008

Se ha vuelto a pedir este año a las empresas norteamericanas, en la pregunta VI.36 de la encuesta del BARÓMETRO 2008 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:

<p align="center">Tabla V.1 Criterios de valoración que aplican las empresas a las características del entorno económico e institucional <i>(pregunta VI-36)</i> (Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)</p>			
Denominación de los criterios	Siglas	Denominación de los criterios	Siglas
1. Condiciones de pago ofrecidas y exigidas 2. Nivel educativo de las personas 3. Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos 4. Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial 5. Leyes laborales existentes y forma de aplicación 6. Relaciones sindicales y laborales en general 7. Relación con la Administración pública central 8. Relación con las administraciones autonómicas	CONDPAGOE NIVEEDUCAT GRACUMPCON EFICORDJUR LEYESLABOR RELSINDIC RELAPCENTR RELAPAUTON	9. Relación con las administraciones locales 10. Costes de los servicios básicos 11. Inseguridad o baja calidad de los servicios 12. Impuestos y conjunto de normas fiscales 13. Transparencia y calidad de la información 14. Facilidades y calidad servicios bancarios 15. Calidad de vida para personal extranjero 16. Burocratización administración pública	RELAPLOCAL COSTSERVBAS INSBCASERV IMPUNORFISC TRANSPINFO FACLSERBAN CAVIDAEXTR GRABUROCR

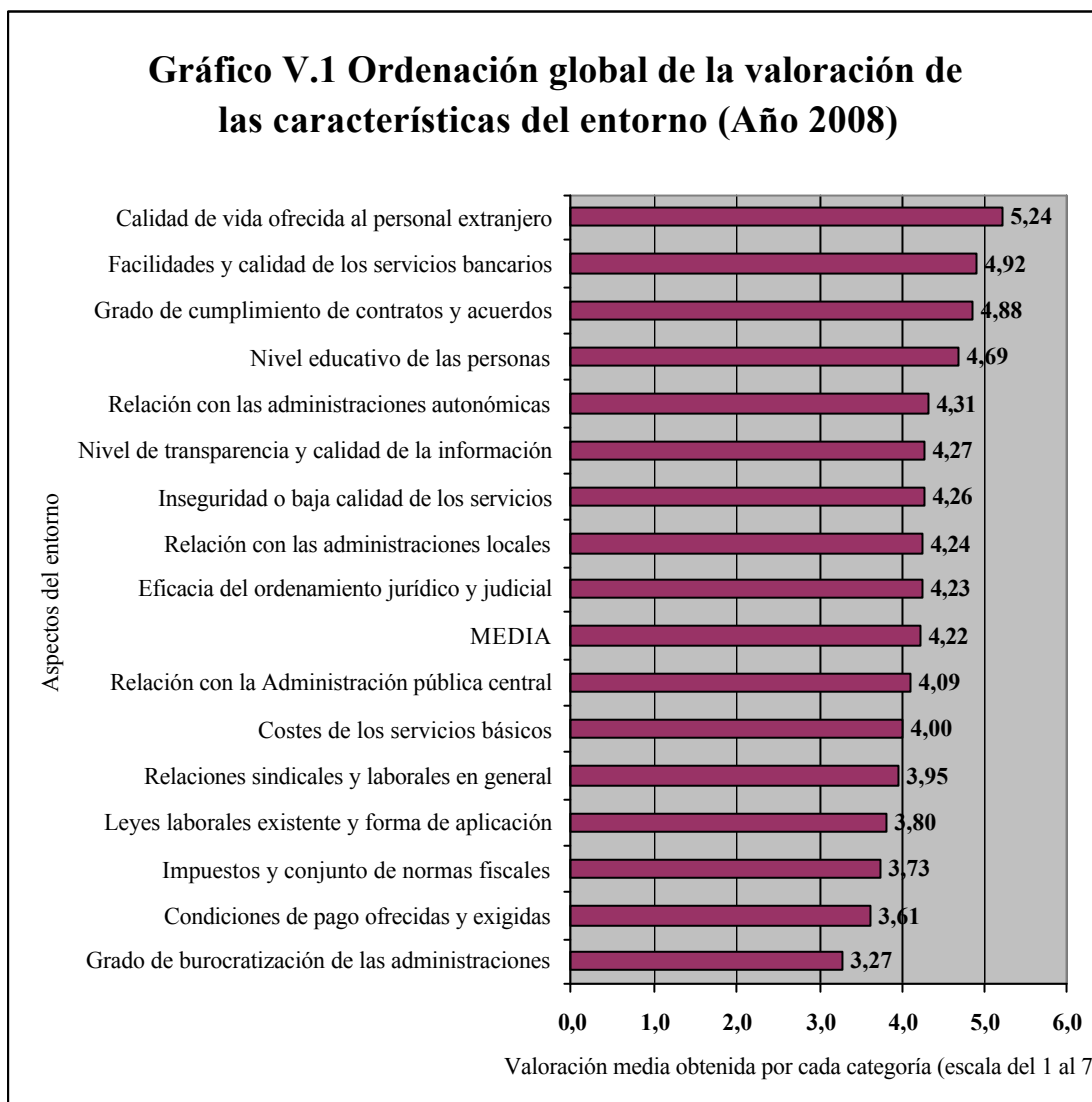
La valoración media atribuida por las empresas al conjunto de los 16 elementos constitutivos del entorno, en una escala situada entre el 1 y el 7, ha sido de 4,22, una cifra que queda claramente por debajo de la media de 4,40 puntos que se alcanzó en el BARÓMETRO de 2007. Se sitúa, en cambio, algo por encima de la valoración alcanzada en el BARÓMETRO 2006 (4,06). Las empresas encuestadas este año se encuentran, por lo tanto, globalmente menos satisfechas que en el año anterior, respecto a una serie de condiciones del entorno económico e institucional en el que ellas operan, y algo mejor que hace dos años, según los resultados alcanzados.

Los aspectos del entorno que las empresas valoran con una puntuación más elevada no han experimentado demasiados cambios importantes respecto a la ordenación alcanzada en el año anterior, tal como nos muestra el Gráfico V.1 y en la Tabla V.2, que figuran a continuación. Bastantes aspectos han recibido, no obstante, en el año 2008 unas evaluaciones francamente inferiores a las de 2007. Los valores situados más por encima de la media (4,40) han sido, una vez más: *la calidad de vida ofrecida al personal extranjero* (5,24 este año; 5,62 el año anterior), *las facilidades y la calidad de los servicios bancarios que se les ofrecen* (4,92 este año; 5,05 el año anterior); *grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos entre empresas* (4,88 este año; 5,02 el año anterior); y *el nivel educativo de las personas* (4,69 este año; 4,78 el año anterior).

En niveles algo más bajos, pero todavía por encima de la media, se sitúan en cambio otros temas como son: *la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* (4,23 este año; 4,28 el año anterior); *la inseguridad o baja calidad de los servicios básicos* (4,26 este año; 4,30 el año anterior); *el nivel de transparencia y de calidad de la información* (4,27 este año; igual que el año anterior, 4,27) *la relación con las administraciones autonómicas* (4,31 en el 2008, 41,5 en el 2007), con

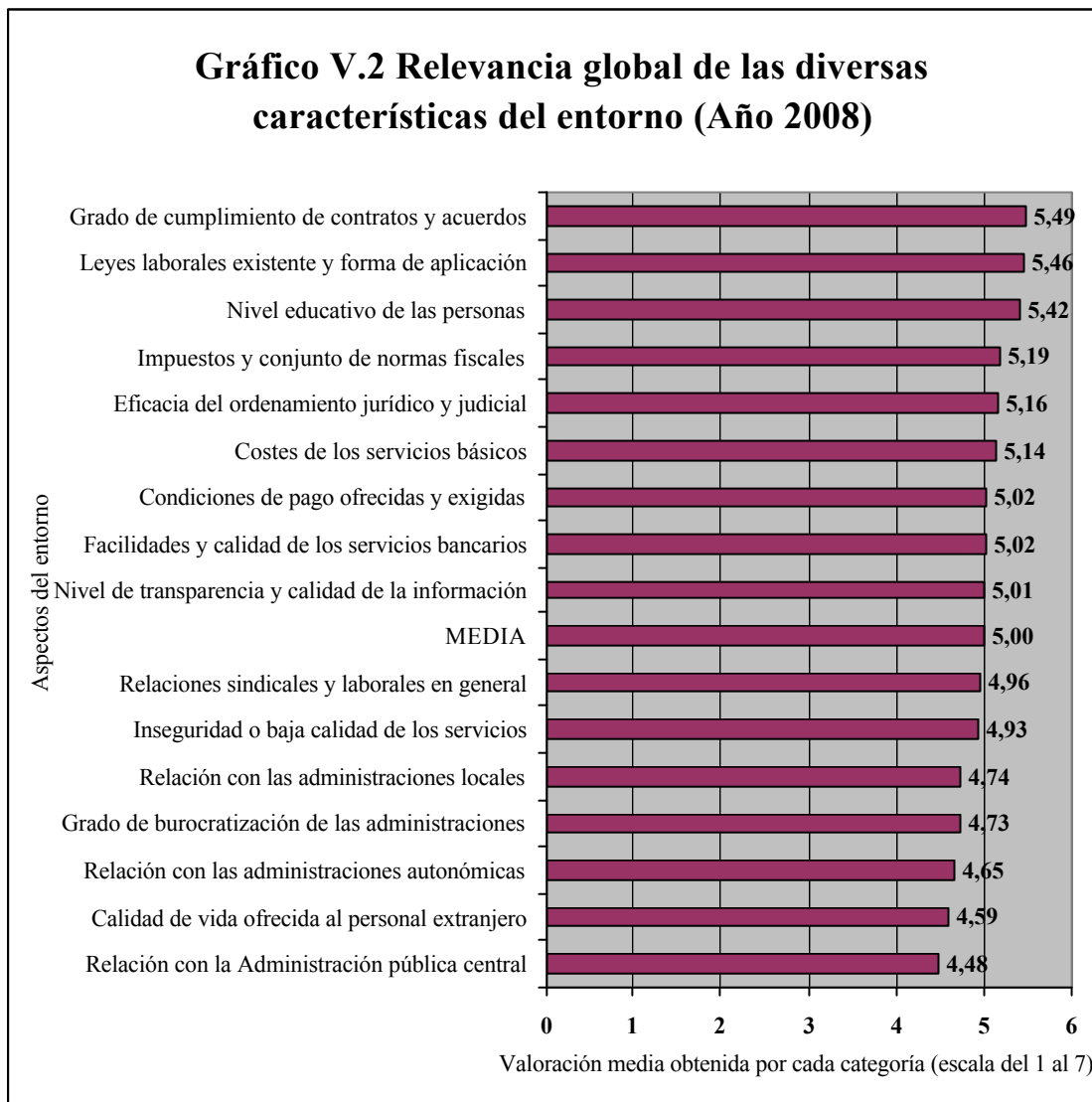
las administraciones locales (4,24 en el 2008; 4,29 en el 2007) y con la administración central (4,09 en el 2008; 4,06 en el 2007).

Se sitúan claramente por debajo, en cambio, las valoraciones de conceptos tales como: *el grado de burocratización de las administraciones en general* (3,27, frente al nivel muy cercano de 3,29 en el 2007); *las condiciones de pagos ofrecidas y exigidas* (3,61 frente al 3,78 en el 2007); *los impuestos y conjunto de normas fiscales* (3,61; frente a 3,93 en el año 2007); *las leyes laborales y su forma de aplicación* (3,80 en el año 2008; frente a 3,89 en el 2007) y *las relaciones sindicales y laborales en general* (3,95; frente a 3,85 en el 2007, en donde ha habido alguna mejora, contrariamente a lo sucedido hace dos años) (v. Gráfico V.1 y en la Tabla V.2).



Entre las características del entorno mejor evaluadas por parte de las empresas encontramos a dos particularmente bien situadas y que son consideradas plenamente relevantes: el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos, y el nivel educativo de las personas (v. Gráficos V.1 y V.2). La calidad de vida ofrecida al personal extranjero, una vez más este año la característica del entorno mejor evaluada, no es considerada en realidad como realmente importante por las empresas. Tampoco lo son, por otro lado, algunas de las características del entorno peor valoradas, tales como el grado de burocratización de las administraciones o las relaciones con la administración central (v. Gráficos V.1 y V.2)

Algunos de los aspectos del entorno peor evaluados, como es el caso de las leyes laborales y su forma de aplicación, y los impuestos y el conjunto de las normas fiscales, - así como, a cierta distancia, las condiciones de pagos ofrecidas y exigidas, - merecen ser tenidos en cuenta, de acuerdo con las respuestas recibidas, como asuntos que realmente les preocupan a las empresas, debido a su elevada relevancia según nos indican los resultados del Barómetro 2008 (v. Gráficos V.1 y V.2).



14.2. Las evaluaciones empresariales del entorno en los años 2006 y 2008

En la Tabla V.2 se muestran una serie de datos que permiten constatar cual a sido el grado de estabilidad de las valoraciones empresariales emitidas sobre cada una de las 16 características del entorno económico e institucional correspondientes a los BARÓMETROS de 2006, 2007 y 2008. En dicha tabla se nos ofrece una visión sintética de los 'ranking' u ordenaciones correspondientes a los tres años, mediante los que nos va a ser posible comprobar cuales han sido algunos de los cambios más importantes, así como hasta que punto ha habido estabilidad en algunos de los aspectos analizados.

El primer hecho a destacar es el de la elevada posición que ocupa, de un modo además muy estable a lo largo de los tres años anteriores, la valoración que las empresas realizan de cuatro características básicas del entorno económico e institucional en el que operan. *La calidad de*

vida ofrecida al personal extranjero (siempre en primera posición), *las facilidades y la calidad de los servicios bancarios* (en segunda posición) *el grado de cumplimiento de contratos y acuerdos* (en tercera) y *el nivel educativo de la población* (en la cuarta posición). Siempre por este orden, se sitúan en las posiciones mejor evaluadas por parte de las empresas en cada uno de los Barómetros de los tres últimos años (v. Tabla V.2).

Por lo que se refiere a las dos características que más claramente han empeorado debemos mencionar, en primer lugar: *la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* (que ha caído hasta la posición 9 en el ‘ranking’ de 2008, cuando un año antes ostentaba el nivel 5). *La inseguridad o baja calidad de los servicios* es así mismo, el otro concepto en el que ha habido un cierto empeoramiento (del nivel 6 al 7, en los dos años) Han mejorado, en cambio, por sus posiciones en el ranking, *las relaciones con las administraciones autonómicas* (de 8 a 5), con *las administraciones locales* (de 9 a 8) y *los niveles de transparencia y calidad de la información* (de 7 a 6).

Tabla V.2 Ranking según los valores asignados a las diversas características del entorno económico e institucional. Años 2006, 2007 y 2008 (escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)			
Denominación de los criterios Siglas	Posición en el ranking 2008	Posición en el ranking 2007	Posición en el ranking 2006
CAVIDAEXTR	1	1	1
FACLSEBAN	2	2	2
GRACUMPCOM	3	3	3
NIVEEDUCAT	4	4	4
EFICORDJUR	9 --	5 +	7 ++
INSBCASERV	7 -	6	6 +
TRANSPINFO	6 +	7 --	5 ++
RELAPAUTON	5 ++	8 +	9 -
RELAPLOCAL	8 +	9 -	8 -
RELAPCENTR	10	10	10 ---
COSTSERVBAS	11	11	11 --
LEYESLABOR	12	12 +	14
RELSINDIC	13	13	13
IMPUNORFISC	14	14 --	12
CONDPAGOE	15	15 +	16 --
GRABUROCR	16	16 -	15 +

Pregunta 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:

14.3. Presentación de los resultados según sectores

En el Gráfico V.2 que figura a continuación, se reproducen en orden decreciente por sectores, los valores medios de las evaluaciones efectuadas por los empresarios en el BARÓMETRO del año 2008. Estos datos se presentan este año agrupados en doce grandes sectores de actividad tanto industriales como de servicios.

Como ya se ha indicado más arriba las valoraciones que las empresas han realizado de las características o factores básicos del entorno en el Barómetro 2008, en la mayoría de casos, ostentan niveles netamente inferiores a los manifestados con ocasión del Barómetro de 2007. Como tendremos ocasión de ver en el presente apartado, el grado de satisfacción existente se traduce a menudo en algunos cambios significativos en la ordenación de los sectores.

En el año 2008 los valores medios más elevados por lo que se refiere a las características del entorno corresponden a las empresas de los sectores siguientes: comercio (4,65); sector financiero y asegurador (4,54), otros servicios (4,53); automoción (4,48) y servicios avanzados a las empresas y consultoría (4,41) (v. Gráfico V.3). De acuerdo con la información recogida en el Barómetro de 2007, las empresas que valoraron de una forma más favorable las condiciones del entorno estaban sobre todo situadas en sectores tales como: el sector financiero y asegurador; los servicios de consultoría, marketing y otros servicios avanzados a las empresas; la automoción, los otros servicios; el sector farmacéutico; el sector químico, y las otras industrias manufactureras.

En el Barómetro del año 2008, en el extremo opuesto, por debajo de la media, por lo que se refiere al grado de satisfacción respecto a condiciones del entorno (v. Gráfico V.3), se sitúan las empresas de los sectores: metalúrgica básica (2,81); alimentación, bebidas y tabaco (3,85); farmacéutico (4,13) y químico (4,13). En el año 2007 revelaban también un alto grado de insatisfacción las empresas de los siguientes sectores: la metalurgia básica; la alimentación, bebidas y tabaco; el comercio; la sociedad de la información y otras industrias manufactureras. El sector del comercio y los servicios de la sociedad de la información.

Es necesario tener en cuenta que en algunos de los sectores que hemos venido considerando el número de las empresas representadas es francamente limitado, sobre todo en algunos de los tres años considerados. Es por ello por lo que a las cifras que ofrecemos hay que otorgarles un valor meramente indicativo.

<p align="center">Tabla V.3 Ranking por sectores de los valores asignados a las diversas características del entorno económico e institucional (2006, 2007 y 2008) <i>(pregunta IV.36)</i> (Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)</p>				
Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2008	Posición en el Ranking 2007	Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006
Alimentación, bebidas y tabaco	11	11 -	Alimentación, bebidas y tabaco	12
Automoción	5 --	3 -	Automoción	2
Material eléctrico y electrónico	7	7 ++	Material eléctrico y electrónico	13
Sector farmacéutico	10 --	5	Sector químico-farmacéutico	5
Sector químico	9 --	6	Metalurgia básica	10
Metalúrgica básica	12	12	Otros bienes de consumo	7
Otras industrias manufactureras	8	8 --	Otras industrias manufactureras	4
Sociedad de la información	7 +	9	Sociedad de la información	9
Servicios a las empresas y consultor.	6 --	2 +	Consultoría, marketing y servicios av.	3
Sector financiero y asegurador	2 -	1 +	Sector financiero y asegurador	6
Comercio	1 +++	10 --	Comercio	8
Otros servicios	3 -	4 --	Hostelería	11
			Otros servicios	1

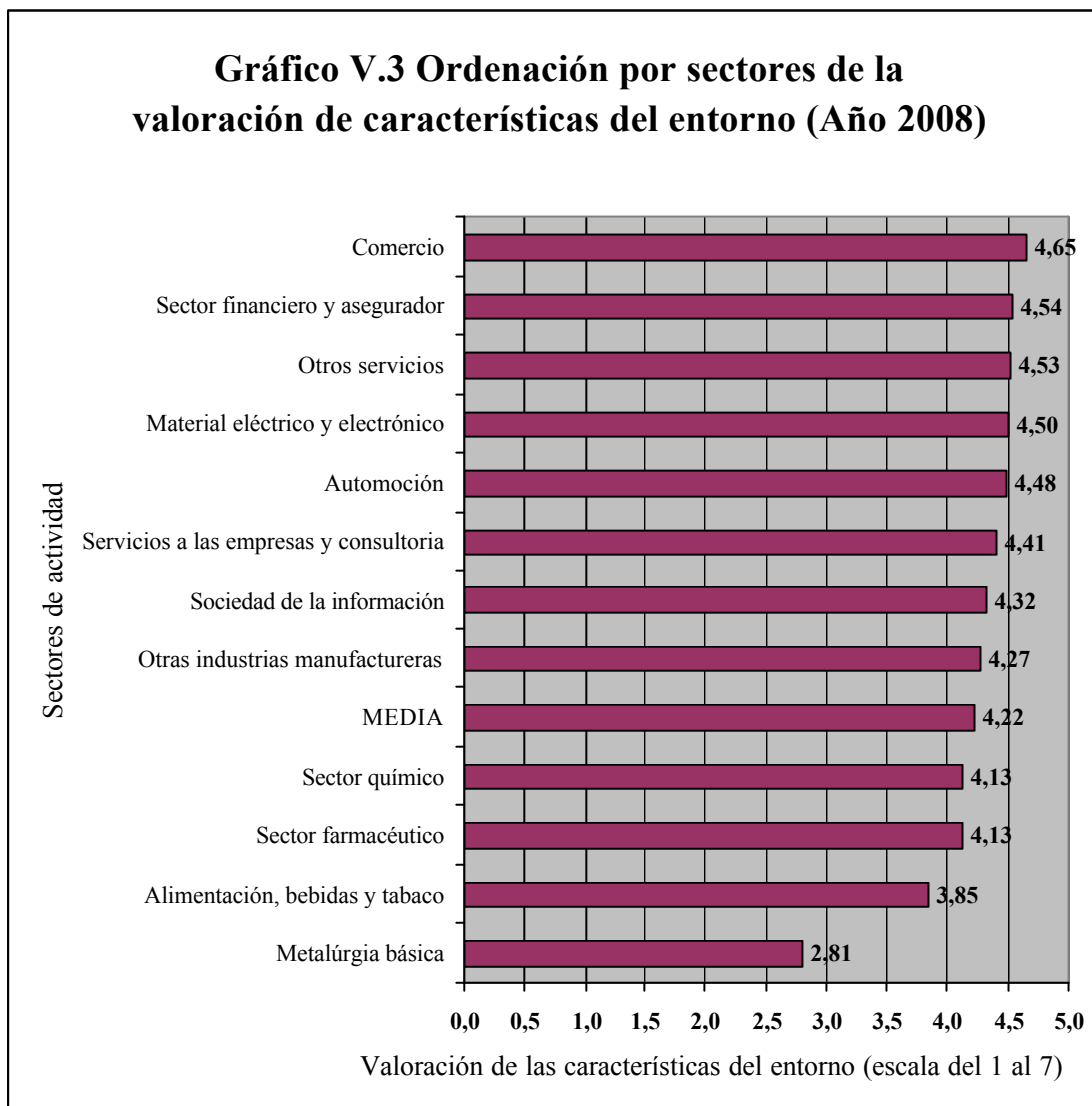
Pregunta VI-36. Partiendo de la experiencia de su empresa y a la vista de las características del entorno económico en que trabaja su empresa, valore los siguientes aspectos concretos de su entorno empresarial

En la Tabla V.3 ofrecemos al lector alguna información sobre los posibles cambios de ordenación de las opiniones emitidas por las empresas entre el año 2005, 2006 y 2007 debidamente agrupadas por los respectivos sectores de actividad.

Conviene advertir, no obstante, que los posibles cambios observables en las valoraciones emitidas por las empresas que presentamos agrupadas por sectores no tienen por que resultar

necesariamente representativas del conjunto de su sector en la gran mayoría de casos. Es probable que reflejen en ciertos casos cambios debidos a variaciones en la composición de la muestra de empresas que integran un determinado sector o que, en otros casos, sólo sean representativas del comportamiento de un determinado tipo de empresas de cierto tamaño.

Se observa un descenso ciertamente pronunciado de las empresas de los sectores de la metalúrgica básica y del comercio, junto a una leve recuperación de posiciones por parte del sector de la alimentación, bebidas y tabaco, sectores todos ellos situados, sin embargo, en las posiciones más bajas de la tabla en el presente año 2007.



14.4. Resumen y comentarios finales sobre la valoración del entorno. Año 2008

Presentamos a continuación algunos comentarios finales sobre la valoración que las empresas hacen de las principales características del entorno económico e institucional en el que operan. Introduciremos, en primer lugar, una cierta consideración sobre el tamaño de las empresas en términos del número de trabajadores empleados.

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

En la Tabla V.4 se presenta la valoración empresarial de las características del entorno, en función del tamaño de las empresas -número de trabajadores contratados. Si bien es cierto que

dichas valoraciones se presentan relativamente uniformes entre las empresas de los diversos tamaños, es posible detectar algunas diferencias significativas.

Considerados globalmente, los datos del Barómetro del año 2008 nos indican que el nivel de satisfacción sobre condiciones del entorno es más elevado particularmente en las empresas de mayor tamaño de más de 1000 ocupados (con una puntuación de 4,49 en 2008 y de 4,55 en 2007), seguido de las empresas de tamaño medio grande, entre 250 y 1000 ocupados (con una valoración de 4,32, en 2008 y de 4,47 en 2007). El Barómetro del año 2007 nos revela que el grado de satisfacción era bastante más alto para la mayoría de las categorías o intervalos, salvo para la dimensión de las empresas relativamente pequeñas, entre 51 y 250 trabajadores. Las empresas de tamaño grande, tanto en el año 2008 como en el 2007, son las que se muestran más satisfechas globalmente por lo que se refiere a las características del entorno, situándose claramente por delante de las empresas de menor tamaño cuyas valoraciones reflejaban bastante menos satisfacción.

Algunos aspectos muy concretos, como son sobre todo, el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos (5,53); las facilidades y calidad de los servicios bancarios (5,11), la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial (4,95); la calidad de vida del personal extranjero (4,95), el nivel educativo de las personas (4,84) y las relaciones con la administración pública central (4,68) reciben su más alta evaluación precisamente entre la categoría de las empresas de un mayor tamaño (más de 1000 trabajadores). Algunos otros aspectos como son la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (5,63, 5,59) y la facilidad y la calidad de los servicios bancarios (5,05, 5,24) reciben también una valoración proporcionalmente más alta por parte de empresas de un menor tamaño.

Las empresas que figuran en el intervalo de mayor tamaño (de más de 1000 trabajadores) se muestran, en cambio, extremadamente críticas, de un modo bastante parecido a las de tamaño medio o pequeño, sobre temas tales como: el grado de burocratización de las administraciones públicas (3,63) y los impuestos y el conjunto de las normas fiscales (3,89). Las leyes laborales existentes y su forma de aplicación en España (3,84) son valoradas de una forma mucho más crítica, en cambio, por las empresas de mayor tamaño que por las empresas más pequeñas (v. Tabla V.4).

En aspectos tales como la relación con las administraciones autonómicas (4,42) y con las administraciones locales (4,42), en la valoración de los costes de los servicios básicos (4,21), en las relaciones con la administración central (4,68), y en las relaciones sindicales y laborales (4,17), las empresas de mayor tamaño emiten valoraciones que en general no disienten o se distancian demasiado respecto de las que realizan las empresas de los restantes tamaños.

Tabla V.4				
Valoración de las características del entorno según el tamaño de las empresas (Año 2008)				
Aspectos	< 50 trabajadores	51-250 trabajadores	251-1000 trabajadores	> 1000 trabajadores
Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	3,82	3,96	3,28	4,16
Nivel educativo de las personas	4,77	4,68	4,64	4,84
Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	4,86	4,88	4,72	5,53
Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	4,27	4,20	4,20	4,95
Leyes laborales existentes y forma de aplicación	3,91	3,92	3,92	3,84
Relaciones sindicales y laborales en general	4,18	3,92	4,08	4,17
Relación con la Administración pública central	3,77	4,04	4,50	4,68
Relación con las administraciones autonómicas	3,82	4,04	4,92	4,42
Relación con las administraciones locales	3,86	4,16	4,64	4,42
Costes de los servicios básicos	4,23	4,21	4,08	4,21
Inseguridad o baja calidad de los servicios	4,05	4,64	4,16	4,71
Impuestos y conjunto de normas fiscales	3,95	4,00	3,80	3,89
Nivel de transparencia y calidad de la información	4,27	4,48	4,20	4,37
Facilidades y calidad de los servicios bancarios	5,05	4,76	5,24	5,11
Calidad de vida ofrecida al personal extranjero	5,59	5,63	5,44	4,95
Grado de burocratización de las administraciones	2,86	3,52	3,36	3,63
MEDIA (2008)	4,20	4,31	4,32	4,49
MEDIA (2007)	4,32	4,25	4,47	4,55

Las empresas más pequeñas (menos de 50 trabajadores) se presentan en general bastante menos optimistas sobre bastantes de los aspectos o condiciones del entorno evaluados con ocasión de la realización del Barómetro del año 2008, excepto por lo que se refiere a la cuestión de la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, las facilidades y calidad de los servicios bancarios, el grado de cumplimiento de los contratos, el nivel educativo de la población y las relaciones sindicales y laborales. Los conceptos en los que sus evaluaciones son relativamente más altas, se sitúan en aspectos tales como: la calidad de vida ofrecida al personal extranjero (5,59), el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos (4,86); relaciones sindicales y laborales (4,18) y el nivel educativo de las personas (4,77), aspectos estos dos últimos, y aquel primero, en los que destacan las puntuaciones otorgadas, por encima de los otros grupos de tamaño superior.

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

Presentamos a continuación una visión resumida de los resultados alcanzados en relación con la pregunta VI-36 del Barómetro del año 2008. En dicha tabla se ofrecen las evaluaciones de las empresas agrupadas en doce sectores, separando entre los conceptos mejor valorados y los peor valorados por las empresas consultadas de cada sector (v. Tabla V.5).

Según los datos de la tabla V.5, se sitúan entre los aspectos *mejor evaluados* por las empresas respecto a las condiciones de su entorno: *la facilidad y calidad de los servicios bancarios* (aspecto situado entre los tres mejores en 10 sectores), seguido del *grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos y la calidad de vida para los extranjeros* (se mencionan entre los mejores en 9 sectores, en el primer caso, y en 8 sectores, en el segundo caso) Les siguen a alguna distancia dos aspectos también situados entre los mejor valorados como son: *La eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* (en dos sectores), las *relaciones con las administraciones autonómicas y locales* (en dos sectores), y el nivel educativo de las personas (en un sector) se menciona también en algunos sectores.

El *grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos* aparece valorado a un nivel particularmente alto en los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco, la automoción, el material eléctrico y electrónico, otras industrias manufactureras, el comercio, los servicios a las empresas y la consultoría y los otros servicios. Las *facilidades y calidad de los servicios bancarios* es un aspecto del entorno que resulta, así mismo, particularmente bien valorado en algunos sectores como son: el de la alimentación, bebidas y tabaco, material eléctrico y electrónico, los servicios a las empresas, el sector financiero y asegurador, el comercio y los otros servicios.

Las características del entorno que han sido **peor valoradas** son: *el grado de burocratización de las administraciones* (un concepto situado en un total de 10 sectores), *las relaciones sindicales laborales* y *las leyes laborales existentes y su forma de aplicación* (mencionados en sentido claramente negativo en un total de 4 sectores) Los sectores en los que *las leyes laborales y su forma de aplicación* aparecen evaluadas con la puntuación más baja son: el sector de la alimentación, bebidas y tabaco, material eléctrico y electrónico, otras industrias manufactureras y el comercio. En el sector alimentación, bebidas y tabaco, material eléctrico y electrónica y en el sector de la sociedad de la información, *las relaciones sindicales y laborales* se encuentran entre los aspectos peor valorados.

Otros conceptos que se encuentran situados también entre los tres peor valorados, en algunos sectores muy concretos, son: *las condiciones de pago ofrecidas y exigidas entre las empresas* (aspecto mencionado en sectores tales como el comercio, el sector financiero y asegurador, el sector de la sociedad de la información y de los servicios avanzados a las empresas, el sector farmacéutico, la metalúrgica básica y los otros servicios).

Por último, *la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* es presentado como un aspecto mal valorado en dos sectores muy concretos: el farmacéutico y la metalúrgica básica, mientras que *los impuestos y el conjunto de las normas fiscales*, tan sólo aparecen mal valorados en el sector de la automoción, el sector químico, el sector financiero y asegurador y los otros servicios.

TABLA V.5 RESUMEN FINAL (Año 2008)
Aspectos del entorno de las empresas. Valoraciones extremas por sector

Sectores de actividad. INDUSTRIA (Valoración)(Número de empresas)		Sectores de actividad. SERVICIOS (Valoración)(Número de empresas)	
Los tres aspectos PEOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos PEOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por el sector
Sector 1. Alimentación, bebidas y tabaco (Valoración media: 3,85) (n=5)		Sector 7. Otras industrias manufactureras (Valoración media: 4,27) (n=12)	
Leyes laborales existentes y forma de aplicación Grado de burocratización de las administraciones Relaciones sindicales y laborales en general	Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Facilidades y calidad de los servicios bancarios	Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Leyes laborales existentes y forma de aplicación	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos Facilidades y calidad de los servicios bancarios
Sector 2. Automoción (Valoración media: 4,48) (n=4)		Sector 8. Sociedad de la información (Valoración media: 4,32) (n=8)	
Impuestos y conjunto de normas fiscales Grado de burocratización de las administraciones Inseguridad o baja calidad de los servicios	Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos Nivel educativo de las personas Relación con las administraciones autonómicas	Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Relaciones sindicales y laborales en general Grado de burocratización de las administraciones	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Relación con las administraciones locales Facilidades y calidad de los servicios bancarios
Sector 3. Material eléctrico y electrónico (Valoración media: 4,50) (n=7)		Sector 9. Servicios a las empresas y consultoría (Valoración media: 4,41) (n=20)	
Leyes laborales existentes y forma de aplicación Relaciones sindicales y laborales en general Costes de los servicios básicos	Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial Facilidades y calidad de los servicios bancarios	Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Nivel de transparencia y calidad de la información	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos Facilidades y calidad de los servicios bancarios
Sector 4. Sector farmacéutico (Valoración media: 4,13) (n=7)		Sector 10. Sector financiero y asegurador (Valoración media: 4,54) (n=5)	
Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Facilidades y calidad de los servicios bancarios Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Impuestos y conjunto de normas fiscales	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Facilidades y calidad de los servicios bancarios Nivel educativo de las personas
Sector 5. Sector químico (Valoración media: 4,13) (n=6)		Sector 11. Comercio (Valoración media: 4,65) (n=7)	
Grado de burocratización de las administraciones Impuestos y conjunto de normas fiscales Costes de los servicios básicos	Facilidades y calidad de los servicios bancarios Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	Leyes laborales existentes y forma de aplicación Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Facilidades y calidad de los servicios bancarios Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos
Sector 6. Metalurgia básica (Valoración media: 2,81) (n=3)		Sector 12. Otros servicios (Valoración media: 4,53) (n=9)	
Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial Relación con la Administración pública central	Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial Relación con la Administración pública central	Grado de burocratización de las administraciones Condiciones de pago ofrecidas y exigidas Impuestos y conjunto de normas fiscales	Calidad de vida ofrecida al personal extranjero Facilidades y calidad de los servicios bancarios Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos

15. Valoración del grado de adecuación de la oferta laboral

15.1. Presentación global de los resultados agregados. Barómetro 2008

En la encuesta del BARÓMETRO DE LOS NEGOCIOS del año 2008, 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.6 que figura a continuación:

<p align="center">Tabla V.6 Criterios de valoración del grado de adecuación de los trabajadores contratados a las necesidades de su empresa <i>(pregunta IV.31) (escala de 1 = valor mínimo a 7 = valor máximo)</i></p>			
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	ACEPRESPOBJET ACEPFLEXMOV ATENPRODVDAD ATENCALIDAD AUTONOTRABAJ 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

Los resultados obtenidos se presentan de modo global en el gráfico V.4 en el que se incluyen las evaluaciones de cada uno de los catorce criterios utilizados.

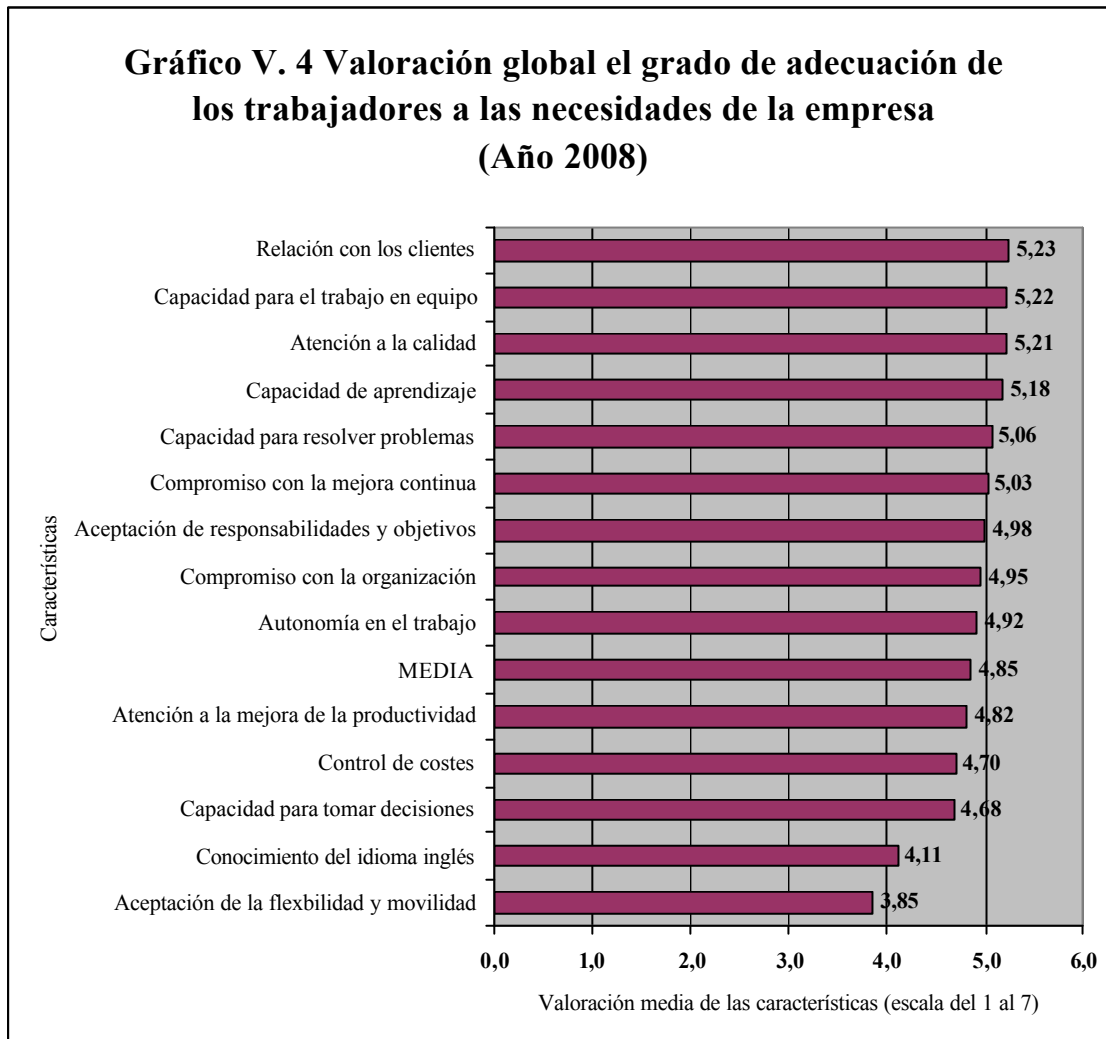
De manera global, los criterios que son merecedores de una mejor valoración este año (los que se sitúan más claramente por encima de la media (4,85) son los siguientes: la relación de los trabajadores con los clientes (5,23 en 2008, frente a 5,45 el año pasado); la capacidad de trabajar en equipo (5,22 frente a 5,23 el año pasado); la capacidad de aprendizaje de los trabajadores (5,18 en el año 2008 frente a 5,46 el año pasado); y la aceptación de responsabilidades y objetivos (4,98 frente a 5,28 el año pasado). Todavía en el segmento de respuestas positivas, se sitúa la única característica que ha mejorado de un año al otro: la atención a la calidad (5,21 este año, 5,16 el año pasado).

A éstos les siguen, en la parte alta de la tabla (con valores todavía por encima de la media), la capacidad de los trabajadores para resolver problemas (5,06 este año, 5,14 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la mejora continua (5,03 este año; 5,04 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la organización (4,95, este año; 4,99 el año pasado) y la autonomía en el trabajo (4,92 este año; 4,94 el año pasado). En todos los aspectos menos uno, por tanto, - el de la atención a la calidad - las opiniones de las empresas muestran de modo claro un descenso del grado de satisfacción respecto al año anterior en cuanto a las características o actitudes de la mano de obra contratada.

En el lado opuesto, es decir allí donde las valoraciones efectuadas se sitúan a un nivel más bajo, destacan los aspectos siguientes: en el nivel sin duda más bajo tanto se sitúa sin duda la escasa aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral por parte de los trabajadores (3,85 en el 2008 y 3,95 en el 2007). También en unos niveles de satisfacción relativamente bajos, si bien

registrando una cierta mejoría, se sitúa el nivel del conocimiento del idioma inglés por parte de los trabajadores (4,11 en el 2008, frente a 3,89 en el 2007).

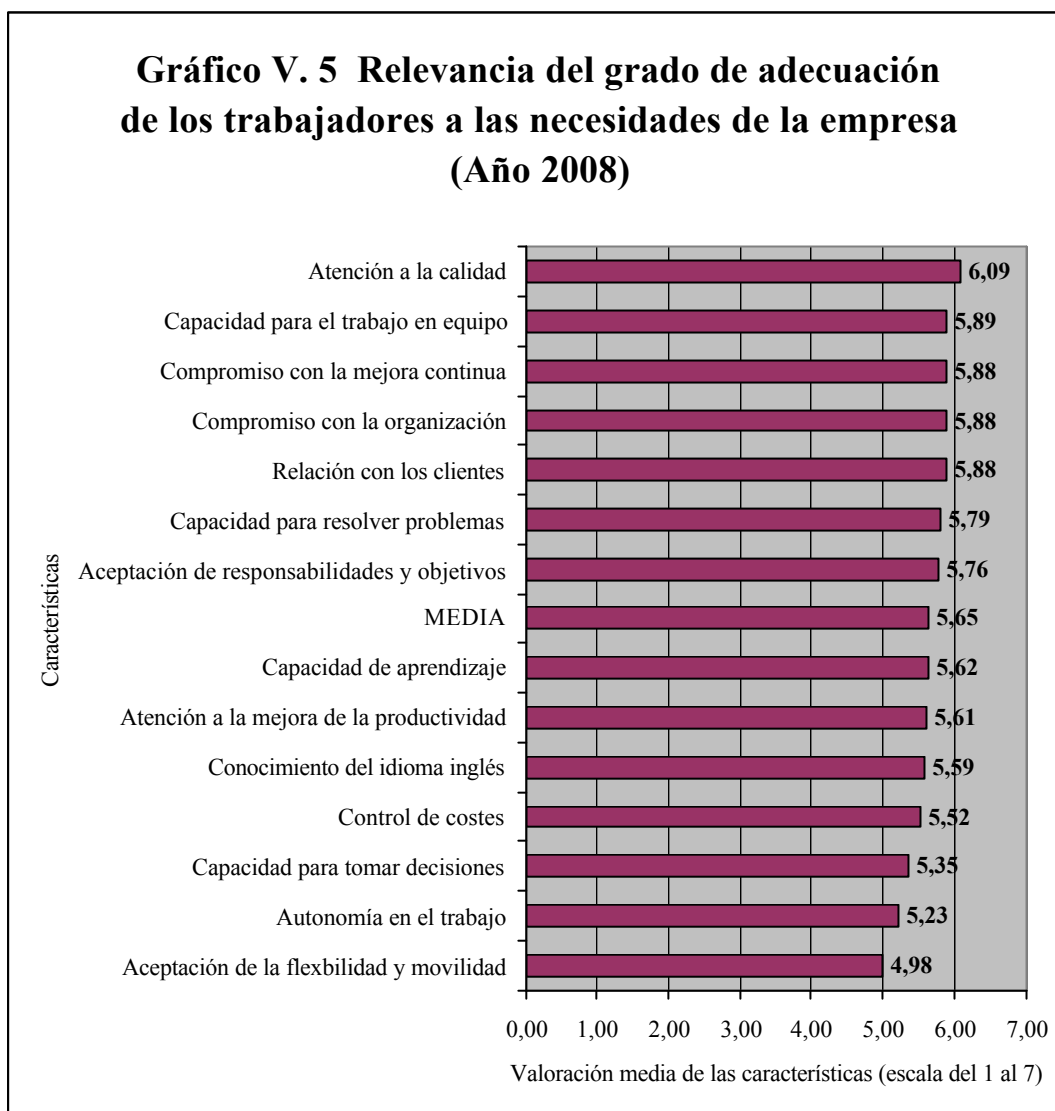
Otros temas, tales como la atención insuficiente al control de los costes (4,70 en el año 2008 y 4,78 en el 2007) y la escasa atención a la mejora de la productividad (4,82 en el 2008 y 4,81 en el 2007), son así mismo temas que merecen una calificación relativamente insuficiente en los dos años analizados.



La comparación entre los datos que nos ofrecen los Gráficos V.4 y V.5 permiten deducir que una buena parte de las competencias de los trabajadores mejor evaluadas desde el punto de vista de su adecuación a las necesidades de las empresas, se corresponden con aspectos que éstas consideran claramente prioritarios o por lo menos relevantes. Entre tales aspectos figuran cuestiones tan significativas como: la capacidad de trabajo en equipo, la atención a la calidad, y el compromiso con la mejora continua. Todos ellos aspectos muy bien valorados y que a la vez se consideran importantes tal como se puede comprobar en el ranking de las respuestas ofrecidas en el Gráfico V.5.

Algunas de las características de los trabajadores españoles que han sido, a su vez, muy bien evaluadas por las empresas, tales como la relación con los clientes y la capacidad de aprendizaje, y que figuran en los puestos más altos del ranking de respuestas (v.

Grafico V.4) no figuran en cambio, muy arriba en la lista de las prioridades que las empresas estadounidenses nos manifiestan por lo que se refiere a las competencias de sus trabajadores (v. Gráfico V.5)



15.2. Comparación entre la valoración empresarial de los trabajadores en los años 2006, 2007 y 2008

En la tabla V.7 que figura más abajo, se recopilan los *rankings* correspondientes a los tres BARÓMETROS de 2006, 2007 y 2008, elaborados a partir de las respuestas a la pregunta 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 tres encuestas.

Según pone de manifiesto la Tabla V.7 existe un elevado nivel de satisfacción por lo que se refiere a algunos aspectos referidos al grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de las empresas: *la relación de los trabajadores con los clientes de la empresa*, y en cierta medida, *la atención a la calidad y el trabajo en equipo*, son los aspectos que figuran entre en las valoraciones más altas y en los que se han experimentado importantes mejoras.

En el año 2008 merece destacarse un hecho claro: se han producido mejoras significativas en la valoración que las empresas hacen de *la capacidad de trabajo en equipo de sus trabajadores* (situada en el nivel 2 en el 2008 frente al nivel 4 en que se encontraba el año anterior), *el compromiso en la mejora continua* (el nivel 7 en el 2008 frente al nivel 10 el año anterior) y *la capacidad para resolver problemas* (el nivel 5 en este año frente al nivel 6 en el 2007).

En el otro extremo de la tabla –allí donde se detecta unos grados de satisfacción más bajos – encontramos una notable estabilidad en las evaluaciones que realizan los empresarios en los BARÓMETROS 2006 A 2008. En la cuestión del *control de los costes* y en el tema del *conocimiento del idioma inglés*, pero sobre todo, por lo que se refiere a *la aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral por parte de los trabajadores*, las evaluaciones que realizan las empresas son particularmente bajas en los tres años analizados.

Tabla V.7
Ranking según valoración del grado de adecuación
de los trabajadores contratados a las necesidades de su empresa (2006, 2007 y 2008)

Denominación de los criterios	Siglas	Posición en el ranking 2008	Posición en el ranking 2007	Posición en el ranking 2006
Capacidad de aprendizaje	CAPAPRENDIZAJ	4 -	1	2
Relación con los clientes	RELACCLIENTES	1+	2	1
Aceptación de responsabilidades y objetivos	ACEPRESOBJET	7 - -	3	4
Capacidad para el trabajo en equipo	CAPATRABEQUIP	2 +	4 +	6
Atención a la calidad	ATENCALIDAD	3 +	5 -	3
Capacidad para resolver problemas	CAPARESPROB	5 +	6	5
Compromiso en la mejora continua	COMPROMEJORA	6 +	7 + +	10
Compromiso con la organización	COMPROMORGAN	8	8	8
Autonomía en el trabajo	AUTONOTRABAJ	9	9 -	7
Atención a la mejora de la productividad	ATENPRODVIDAD	10	10	11
Control de costes	CONTROLCOSTES	11	11	12
Capacidad para tomar decisiones	CAPATDECISIONS	12	12 - -	9
Aceptación de la flexibilidad y movilidad	ACEPFLEXMOV	14 -	13	13
Conocimiento del idioma inglés	CONOCIDIOMAS	13	14	14

Pregunta 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?

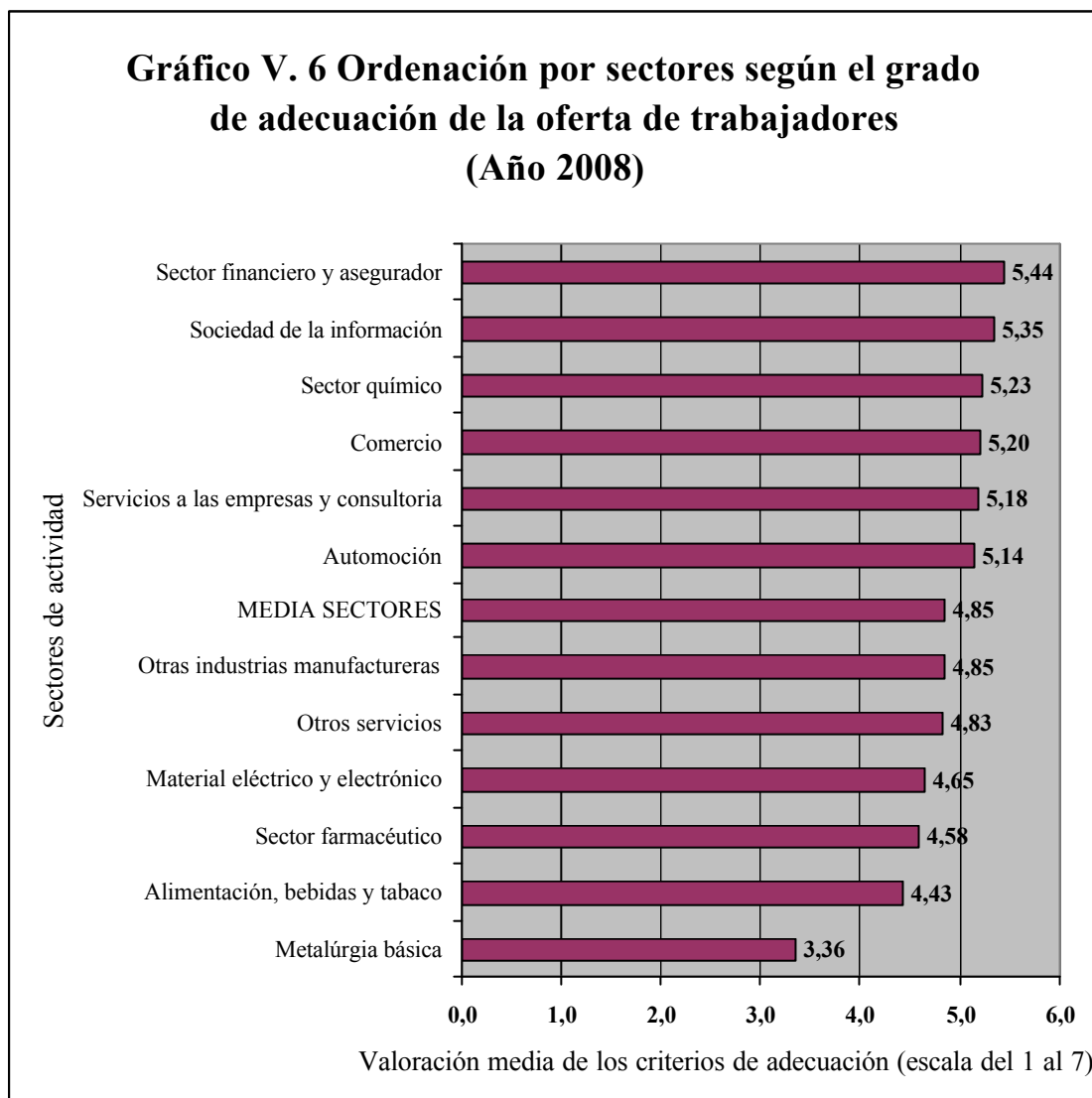
15.3. Presentación general de los resultados por sectores

En el gráfico V.6 figuran clasificadas por sectores y en orden decreciente, los cálculos de las medias sectoriales correspondientes a la valoración que las empresas hacen del grado de adecuación de la oferta de trabajo a sus propias necesidades o exigencias.

El nivel de satisfacción empresarial más bajo por lo que se refiere al conjunto de las competencias de los trabajadores, lo encontramos precisamente en las empresas de los sectores de la metalúrgica básica (3,36), los alimentos, bebidas y tabaco (4,43), el sector farmacéutico (4,58) y el sector del material eléctrico y electrónico (4,65) según nos indica el gráfico V.6. Las valoraciones también son notablemente bajas en el sector de los otros servicios (4,83)

Las empresas de los sectores financiero y asegurador (5,44) y de la sociedad de la información (5,35), seguidas del sector químico (5,23) y del comercio (5,20) son las que manifiestan una más favorable evaluación de los trabajadores, según se observa en el gráfico anteriormente aludido.

A cierta distancia se sitúan las empresas de los sectores de servicios avanzados a las empresas y consultoría (5,18) y de la automoción (5,14) que expresan en el año 2008 unos niveles relativamente bajos de satisfacción, si bien algo encima de la media, por lo que se refiere al grado de adecuación del conjunto de competencias de los trabajadores. (v. gráfico V.6).



En la Tabla V. 8 se incluyen los datos sectoriales comparativos de los resultados obtenidos en los años 2006, 2007 y 2008, en forma de posiciones en los 'ranking' de cada año, sobre el grado de adecuación del personal contratado a las necesidades de las empresas. Los datos de la tabla permiten observar los eventuales cambios de acuerdo con el valor medio de las calificaciones otorgadas por las empresas en sus respuestas a la pregunta IV.31.

Las empresas de algunos sectores concretos, tales como el financiero y asegurador y la sociedad de la información, así como el sector químico y del comercio, son los que presentan unas valoraciones más favorables, tanto el año 2007 como el 2008. Tres de ellos, de hecho, han experimentado mejoras muy notables en cuanto al grado de adecuación de los trabajadores a las condiciones requeridas por las empresas. El sector de la distribución comercial se destaca muy particularmente en este sentido en el presente año.

Las empresas consultadas parecen haber visto empeorar más fuertemente su situación en los años 2007 y 2008, sobre todo, en los sectores de *la alimentación, bebidas y tabaco*, el farmacéutico, material eléctrico y electrónico, servicios a las empresas y otras industrias manufactureras, *la metalúrgica básica* y *los otros servicios*, según observamos en la Tabla V.8.

La situación parece haber mejorado muy particularmente, en los dos últimos años, en las empresas situadas en los sectores de *la sociedad de la información* y en el *financiero y asegurador*, mientras que habría empeorado algo, en cambio, entre las empresas del *sector de servicios avanzados a las empresas y la consultoría* (v. Tabla V.8).

<p align="center">Tabla V.8 Valoración del grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de su empresa Análisis por sectores (2006, 2007 y 2008) <i>(pregunta IV.31)</i> (Escala del 1, valor mínimo, al 7, valor máximo)</p>				
Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2008	Posición en el Ranking 2007	Sectores de actividad	Posición en el Ranking 2006
Alimentación, bebidas y tabaco	11 -	8 +	Alimentación, bebidas y tabaco	10
Automoción	6 +	10 +	Automoción	11
Material eléctrico y electrónico	9 -	4 ++	Material eléctrico y electrónico	8
Sector químico	3 +	7 -	Sector químico-farmacéutico	4
Sector farmacéutico	10 - -	2 +	Metalurgia básica	9
Metalúrgica básica	12	12 -	Otros bienes de consumo+	5
Otras industrias manufactureras	7 -	6 ++	Otras industrias manufactureras	12
Sociedad de la información	2 ++	5 ++	Sociedad de la información	7
Comercio	4 ++	11 - -	Comercio	1
Servicios a las empresas / Consultoría	5 -	3 -	Consultoría, Mark. y serv. avanzados	2
Sector financiero y asegurador	1	1 +	Sector financiero y asegurador	3
...			Hostelería	13
Otros servicios	8 +	9 -	Otros servicios	6

Pregunta IV-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?

15.4. Resumen y comentarios finales

Presentamos a continuación, algunos comentarios finales sobre la valoración que las empresas hacen del grado de adecuación de los trabajadores contratados a sus propias necesidades. 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, una cierta síntesis, de las conclusiones que es posible obtener a partir de las valoraciones que las empresas realizan sobre las capacidades y actitudes de sus trabajadores.

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

En la Tabla V.9 presentamos un resumen de los datos sobre la valoración de las competencias de los trabajadores, clasificados por intervalos de tamaño según el número de empleados. Los datos que se incluyen en dicha tabla 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 2008

Las empresas de mayor tamaño (más de 1000 empleados) son las que en el año 2008 se muestran globalmente bastante más satisfechas con respecto del conjunto de las competencias de sus trabajadores (ostentan las medias más altas en la Tabla V.9 en bastantes conceptos). Son a su vez un grupo de empresas que han experimentado una cierta caída en su grado de satisfacción respecto del Barómetro del año 2007, como podemos observar en la tabla V.9.

Tabla V.9
Grado de adecuación de los trabajadores españoles
a las necesidades de la empresa (año 2008)

Aspectos	< 50 trabajadores	51-250 trabajadores	251-1000 trabajadores	> 1000 trabajadores
Aceptación de responsabilidades y objetivos	5,23	5,04	4,88	5,10
Aceptación de la flexibilidad y movilidad	4,18	4,08	3,77	4,14
Atención a la mejora de la productividad	4,91	4,92	4,92	5,00
Atención a la calidad	5,18	5,25	5,04	5,57
Autonomía en el trabajo	4,73	5,08	4,77	5,33
Capacidad de aprendizaje	5,09	5,46	5,04	5,38
Capacidad para resolver problemas	5,05	5,33	4,88	5,29
Capacidad para el trabajo en equipo	5,50	5,29	5,15	5,62
Capacidad para tomar decisiones	4,59	5,00	4,58	4,90
Compromiso con la organización	5,32	4,92	5,04	5,00
Compromiso con la mejora continua	5,09	5,04	5,00	5,24
Control de costes	4,55	4,52	4,88	5,24
Conocimiento del inglés	4,45	4,08	4,23	4,33
Relación con los clientes	5,68	5,54	5,46	5,00
MEDIA (2008)	4,97	4,97	4,83	5,08
MEDIA (2007)	5,08	4,83	4,76	5,38

La *capacidad de trabajo en equipo de los trabajadores* (5,62), la *atención a la calidad* (5,57), la *capacidad de aprendizaje* (5,38), la *autonomía en el trabajo* (5,33) y el *compromiso con la mejora continua* (5,24) son, con mucho, los aspectos que las empresas de gran tamaño destacan como los mejor valorados en el Barómetro del 2008. Valoraciones también relativamente altas entre esas empresas de mayor tamaño se manifiestan en temas tales como el control de costes (5,24), la *aceptación de responsabilidades y objetivos de los trabajadores* (5,10) y el *compromiso de los trabajadores con la organización* (5,00) (v. Tabla V.9) Las empresas de mayor tamaño califican, en general, con valores bajos bastante parecidos a las empresas de los otros tamaños, tanto *el conocimiento del idioma inglés entre sus trabajadores* (4,19), así como *el nivel de aceptación general de la flexibilidad y la movilidad* (4,14)

Las empresas de la menor dimensión (menos de 50 trabajadores) se encuentran más satisfechas que el resto de empresas en un cierto número de competencias y actitudes de sus trabajadores. Los aspectos mejor valorados por dichas empresas son: *la relación de sus trabajadores con los clientes* (5,68), *la capacidad de trabajo en equipo* (5,50) y *la aceptación de responsabilidades y objetivos* (5,23) y *el compromiso con la organización* (5,32). En aquellos dos primeros aspectos y en éste último, el del compromiso con la organización, el nivel de satisfacción mostrado por parte de las empresas pequeñas es bastante superior al de las empresas de mayor tamaño.

Los aspectos peor valorados por las pequeñas empresas, en cambio, son: *la falta de aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral* (4,18) y *el bajo nivel de conocimiento del inglés* (4,45), si bien es cierto que en este último aspecto, el del idioma inglés, se muestran bastante menos críticas que la mayoría de empresas de mayor tamaño (v. Tabla V.9).

En *la atención a la mejora de la productividad* (4,91), así con en *el control de los costes por parte de los trabajadores* (4,55), son temas en los que las empresas pequeñas al igual que las mediano-grandes se encuentran particularmente poco satisfechas (sin duda por debajo de las de gran tamaño) (ver Tabla V.9).

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

Presentamos a continuación, de forma resumida, una visión de los resultados analizados hasta aquí en relación a las respuestas ofrecidas en el BARÓMETRO 2008, sobre la evaluación de las 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 doce sectores de actividad. A estos efectos hemos resumido la información esencial sobre este tema en la Tabla V.10 que figura en la página siguiente

En términos relativos las competencias mejor situadas desde el punto de vista de la valoración de las empresas son, en primer lugar, *la relación de los trabajadores con los clientes* (en 7 sectores), y, en segundo lugar, *la capacidad de aprendizaje de los trabajadores y la atención a la calidad* (en 6 sectores). A continuación figuran todavía del lado de los aspectos mejor valorados, aunque situadas a cierta distancia, *la capacidad de trabajo en equipo, el compromiso con la mejora continua y la aceptación de responsabilidades y objetivos de la organización*. A alguna distancia se encuentran situadas un cierto número de otras competencias que todavía son evaluadas de forma positiva. Otras competencias como *la capacidad para tomar decisiones, la autonomía en el trabajo y la atención a la mejora de la productividad*, tan sólo aparecen en algún sector y de forma más esporádica (v. Tabla V.10).

Las empresas de los *sectores de la distribución comercial, de los otros servicios y del sector de la sociedad de la información* tienden a evaluar, por lo que parece, a un nivel general alto las competencias de sus trabajadores por lo que se refiere a *las buenas relaciones con los clientes*. La *capacidad de aprendizaje*, por otro lado, es particularmente bien valorada en dos sectores, que son *la automoción y en el sector de la alimentación, bebidas y tabaco* (v. Tabla V.10).

La *atención a la calidad*, un concepto, en cambio, que pocas veces se evalúa de manera muy satisfactoria, se presenta particularmente bien evaluado en los sectores de *la alimentación, bebidas y tabaco, y de material eléctrico y electrónico, y a mayor distancia en el de la automoción*. En estos sectores alcanza esta competencia de los trabajadores los máximos niveles de satisfacción, unos niveles que en cambio no se logran en el resto de los sectores de acuerdo con el Barómetro de 2008 (v. Tabla V.10).

La *escasa aceptación de la flexibilidad y movilidad por parte de los trabajadores*, es con mucho el aspecto que queda peor valorado en el conjunto de los sectores de actividad, de acuerdo con las respuestas de las empresas en el Barómetro 2008. Las empresas pertenecientes a los sectores de *la alimentación, bebidas y tabaco, farmacéutico, químico, metalúrgica básica, otras industrias manufactureras, del sector de la sociedad de la información, del sector financiero y asegurador, del comercio y de los otros servicios*, se muestran particularmente críticas con respecto a este factor (v. Tabla V.10).

La *atención al control de los costes por parte de los trabajadores y a la productividad* también aparece mencionada como competencia malevaluada por parte de las empresas en sectores tales como: *la metalúrgica básica, la alimentación, bebidas y tabaco, las otras industrias manufactureras, el sector de la sociedad de la información, el sector financiero y asegurador, el comercio y los servicios avanzados a las empresas y la consultoría* (v. Tabla V.10).

TABLA V.10 RESUMEN FINAL (2008)

Grado de adecuación de los trabajadores a las necesidades de las empresas. Valoraciones extremas por sector

Sectores de actividad. INDUSTRIA (Valoración)(Número de empresas)		Sectores de actividad. SERVICIOS (Valoración)(Número de empresas)	
Los tres aspectos PEOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos PEOR VALORADOS por el sector	Los tres aspectos MEJOR VALORADOS por el sector
Sector 1. Alimentación, bebidas y tabaco (Valoración media: 4,43) (n=5)		Sector 7. Otras industrias manufactureras (Valoración media: 4,98) (n=18)	
Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés Atención a la mejora de la productividad	Atención a la calidad Capacidad de aprendizaje Capacidad para el trabajo en equipo	Aceptación de la flexibilidad y movilidad Control de costes Atención a la mejora de la productividad	Relación con los clientes Compromiso con la mejora continua Atención a la calidad
Sector 2. Automoción (Valoración media: 5,14) (n=4)		Sector 8. Sociedad de la información (Valoración media: 5,35) (n=8)	
Conocimiento del idioma inglés Relación con los clientes Aceptación de la flexibilidad y movilidad	Capacidad de aprendizaje Autonomía en el trabajo Atención a la calidad	Aceptación de la flexibilidad y movilidad Control de costes Atención a la mejora de la productividad	Relación con los clientes Compromiso con la mejora continua Atención a la calidad
Sector 3. Material eléctrico y electrónico (Valoración media: 4,65) (n=7)		Sector 9. Servicios a las empresas y consultoría (Valoración media: 5,18) (n=20)	
Aceptación de la flexibilidad y movilidad Atención a la mejora de la productividad Capacidad para tomar decisiones	Autonomía en el trabajo Atención a la calidad Relación con los clientes	Control de costes Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés	Capacidad para el trabajo en equipo Relación con los clientes Capacidad de aprendizaje
Sector 4. Sector farmacéutico (Valoración media: 4,58) (n=7)		Sector 10. Sector financiero y asegurador (Valoración media: 5,44) (n=5)	
Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés Atención a la mejora de la productividad	Capacidad para tomar decisiones Capacidad de aprendizaje Relación con los clientes	Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés Control de costes	Capacidad para resolver problemas Atención a la mejora de la productividad Relación con los clientes
Sector 5. Sector químico (Valoración media: 5,23) (n=6)		Sector 11. Comercio (Valoración media: 5,20) (n=7)	
Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés Capacidad para tomar decisiones	Aceptación de responsabilidades y objetivos Capacidad para el trabajo en equipo Capacidad de aprendizaje	Aceptación de la flexibilidad y movilidad Conocimiento del idioma inglés Control de costes	Relación con los clientes Capacidad de aprendizaje Aceptación de responsabilidades y objetivos
Sector 6. Metalurgia básica (Valoración media: 3,36) (n=3)		Sector 12. Otros servicios (Valoración media: 4,83) (n=9)	
Aceptación de la flexibilidad y movilidad Control de costes Conocimiento del idioma inglés	Conocimiento del idioma inglés Aceptación de la flexibilidad y movilidad Atención a la calidad	Conocimiento del idioma inglés Aceptación de la flexibilidad y movilidad Atención a la calidad	Relación con los clientes Capacidad para el trabajo en equipo Compromiso con la organización

En definitiva, figura un año más, en un lugar destacado, un aspecto de la oferta laboral que sin duda preocupa a las empresas: *el escaso grado de aceptación de la flexibilidad y la movilidad laboral de los trabajadores*, un problema que es considerado como francamente importante de las empresas de casi todos los sectores de actividad (v. Tabla V.10).

En segundo lugar figuran entre aspectos negativos con respecto a las competencias de los trabajadores: *la escasa atención a la productividad y a la calidad* (en seis sectores) y, sobre todo, *el escaso nivel de conocimiento del idioma inglés* (en nueve sectores), una cuestión que, un año más queda muy mal evaluada, en una gran mayoría de los sectores de actividad considerados (v. Tabla V.10).

La escasa atención al control de los costes, y la escasa capacidad para tomar decisiones son, así mismo, competencias en las que se observan valoraciones bajas o muy bajas en bastantes de las empresas de los sectores analizados (v. Tabla V.10).

16. Valoración expresada sobre la orientación de las políticas públicas

A las empresas que han participado en la encuesta del BARÓMETRO 2008 se les ha pedido, en las preguntas I-6 y I-7 del cuestionario, cual era su opinión sobre las políticas y actuaciones del gobierno en los aspectos predominantemente económicos. Se les pedía una respuesta que tuviese en cuenta su propia experiencia como empresa y se les animaba a que mencionasen aquel tipo de medidas, regulaciones y acciones concretas del gobierno que fueran merecedores de una mayor atención por su parte. Cuestiones que quizás podría plantearles problemas concretos desde la perspectiva del desarrollo de la actividad empresarial que les es propia en España.

Este mismo tipo de preguntas se incluyeron ya en los BARÓMETRO de los años 2006 y 2007. Animamos al lector a repasar de forma comparativa la evolución de las opiniones manifestadas por el conjunto de los empresarios encuestados a lo largo de los tres años. La realización de un ejercicio de este tipo, que nosotros no vamos a poder realizar por razones de falta de espacio, es perfectamente factible consultando la correspondiente publicación de los diversos Informes editados con los resultados del Barómetro de cada año.

Han sido un total de 77 empresas (es decir cerca de un 80% de la muestra) las que este año 2008 han aportado respuestas más o menos extensas a la cuestión abierta que se les había planteado en las preguntas más arriba mencionadas. En el año 2007, con ocasión de la celebración del barómetro anterior fueron tan sólo 57 (es decir, un 50 % de la muestra).

Hemos pretendido exponer una vez más, de un modo sintético y descriptivo, sin añadir ningún esfuerzo de interpretación sensible por nuestra parte, cuales han sido en lo esencial las opiniones y propuestas que nos han planteado las empresas. Hemos procurado en este apartado resumir y transcribir, pero no entrar nunca en el análisis de cual pudiera ser el grado potencial de validez o justificación de los juicios o valoraciones emitidos. Una gran parte de las respuestas han sido transcritas de un modo casi literal, si bien hemos tenido en cuenta la existencia de cuestiones de una diversa envergadura.

Ello nos ha facilitado también la agrupación de bastantes respuestas, en el fondo reiterativas. Algunos temas seguramente serían merecedores, no obstante, de una mayor atención y análisis, cosa que en este apartado no se ha pretendido realizar por razones obvias.

Figuran entre paréntesis, en algunos casos, detrás de varias de las cuestiones planteadas, la indicación del número de veces que ciertos temas más significativos han sido planteados (tanto por una misma como por varias empresas).

Hemos eliminado de la lista, no obstante, aquellas expresiones que no eran realmente inteligibles o que suponían meras reiteraciones de temas ya suficientemente planteados por algunos de los opinantes.

Los temas planteados por las empresas en el Barómetro del 2008 han sido en total 86 (frente a 69 en el año 2007, 52 en el año 2006, y tan sólo 21 en el 2005). Se han agrupado en los siguientes cuatro grandes grupos o apartados tal como se expone en la Tabla V.11:

- a) Temas de política más general, esencialmente extra-económicos (relacionados con la política exterior o con ciertos temas de la política interior)
- b) Temas centrales de la economía española de carácter eminentemente global (aspectos macroeconómicos de la política gobierno y sus efectos sobre la competitividad, la productividad, los precios y el crecimiento)
- c) Algunos temas específicos de la economía y sobre aplicación de políticas concretas
- d) Temas relacionados con la aplicación de determinadas políticas económicas (tanto sectoriales como no sectoriales)

Los problemas y comentarios expuestos por las empresas (como hemos indicado, un total de 86) se refieren seguramente a cuestiones en las que previsiblemente existen grados muy diversos de preocupación y se corresponden con experiencias diversas en los distintas áreas y sectores.

Un análisis detallado de las diversas circunstancias queda, por supuesto, fuera del alcance del presente informe.

La lista detallada de temas se incluye en la tabla que figura a continuación:

En el año 2008 proliferan, una vez más, comentarios que ciertamente reflejan el grado de preocupación de las empresas ante medidas y orientaciones concretas de la política económica del gobierno, incluida la propia política exterior en general y la orientación en particular de las relaciones con Estados Unidos.

Figuran también este año una serie de temas más concretos de índole interna, tales como el déficit presupuestario, el excesivo gasto público, la creación de infraestructuras, las deficiencias del sistema educativo, la inflación, los impuestos, la reforma laboral, las políticas educativas y de I+D, o el excesivo intervencionismo económico de las administraciones públicas.

Una vez más, al igual que el año anterior, este tipo de temas han figurado, si bien algunos de forma particularmente incisiva, entre las preocupaciones o críticas frecuentemente manifestadas de forma explícita por un buen número de empresas.

Entre otras muchas cuestiones específicas, han surgido una serie de cuestiones de actualidad institucional o política, tales como los problemas y complicaciones políticas que plantea el Estado de las Autonomías, en particular por lo que se refiere a la proliferación de competencias compartidas entre los gobiernos central y autonómico. Junto a ello surgen otras cuestiones más concretas como la orientación de la política energética, la política de regulación del sector farmacéutico, las políticas de apoyo a la competitividad y la fiscalidad que soportan las empresas, entre las que este año se destaca el sector de la automoción.

Todos ellos parecen ser temas en los que se centra la atención de las empresas. Algunas de las cuestiones planteadas son merecedoras de fuertes críticas por parte de determinadas empresas, como puede observarse en la Tabla V.11 que figura a continuación.

Tabla V.11
Cuestiones planteadas por las empresa en relación con
los marcos institucionales y de regulación, y las políticas públicas
(BARÓMETRO del año 2008) (N= 77)

<p>1. Temas más generales económicos y ‘extra-económicos’</p> <p><i>(marcos de regulaciones entorno institucional y relaciones internacionales)</i></p> <p>(N= 17)</p>	<p>2. Temas centrales de la economía española</p> <p><i>(afectan a la competitividad, a la estabilidad o al crecimiento de la economía)</i></p> <p>(N=36)</p>	<p>4. Temas relacionados con la aplicación de políticas económicas “específicas”</p> <p><i>(Aspectos económicos, fiscales y de regulación)</i></p> <p>(N=23)</p>	<p>4. Temas relacionados con la políticas económicas de “ámbito sectorial”</p> <p><i>(Políticas y regulaciones de tipo sectorial)</i></p> <p>(N=10)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las relaciones exteriores 2. Exceso de subvenciones 3. La inmigración (2) 4. Política social 5. No tienen ninguna política 6. Falta de un plan a largo plazo 7. No encarar el futuro 8. No afrontar la crisis que viene 9. Ausencia de objetivos claros a medio plazo 10. Política exterior deficiente 11. Deficiencias del sistema educativo 12. Influencia del ciclo político electoral 13. No hay un reconocimiento de crisis 14. Ningún avance en la flexibilización y liberalización de la economía 15. No existe una política internacional adecuada 16. Discrepancia con la diversidad de las políticas autonómicas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pérdida del poder adquisitivo 2. La inflación de precios (16) 3. Falta de apoyo al entorno empresarial 4. Pérdida de la competitividad y productividad (3) 5. El gasto público (2) 6. El sector exterior 7. Mejora y más inversión en infraestructuras (3) 8. Incremento de tipos de interés (2) 9. Reducción de la renta disponible 10. Presupuestos expansivos 11. Déficit presupuestario 12. Política de precios 13. Aumento de desempleo (2) 14. Caída de la renta familiar disponible 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Política Laboral (2) 2. Mercado Laboral 3. Falta de medidas de flexibilización del mercado laboral (2) 4. Excesiva regulación (como los horarios laborales) 5. La ley de autónomos 6. Reforma laboral pendiente 7. Impuestos a las empresas 8. Favorecer el I+D+i (3) 9. La inseguridad jurídica 10. Política fiscal y la nueva ley fiscal (5) 11. Déficit comercial 12. Barreras proteccionistas 13. Balanza comercial 14. Deficientes estructuras telemáticas 15. Críticas a la política de defensa de la competencia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca investigación y poco apoyo a la industria farmacéutica 2. Restricciones del mercado farmacéutico (precios, registros) 3. Política energética; precios y emisiones de CO2 4. Necesidad de un plan estratégico para el turismo 5. Aplicación del canon digital 6. Fiscalidad sobre el sector automoción y los carburantes (2) 8. Política inmobiliaria 9. Creciente intervencionismo del Estado 10. Apoyo a la industria insuficiente (automoción) 11. Fiscalidad en el sector automoción
<p>Preguntas I-6 y I-7:</p> <p><i>¿Algún aspecto de la política económica actual les preocupa seriamente como empresa?</i></p> <p><i>¿Sería tan amable de mencionar cuál o cuales?</i></p>			

La política laboral y la necesidad de cambios en el marco legal que regula los mercados de trabajo, la política salarial y la evolución de los presupuestos públicos han sido una vez más cuestiones a las que este año también han dedicado atención las empresas.

En el área propiamente sectorial, se mencionaron, como ya se hiciera en el año 2007, entre otros, la política energética, la reducción de precios de los productos farmacéuticos y la regulación de las telecomunicaciones, temas que este año también han surgido entre las preocupaciones de las empresas.

VI. Perfil tipológico de las empresas

Este último capítulo del “Barómetro de las empresas americanas en España 2008” tiene como objetivo clasificar las empresas con comportamientos similares según diferentes variables económicas, sectoriales, organizacionales, etc.; las cuales se presentan en el cuestionario que se encuentra en el Anexo. Este análisis pretende agruparlas estableciendo una determinada tipología de empresa acorde con un grupo de factores o “variables activas” que se detallarán en las próximas secciones.

Este análisis se realiza mediante técnicas estadísticas multivariantes, que implican considerar más de una variable/criterio. Más concretamente, la técnica usada para la obtención de esta tipología de empresas en este capítulo se conoce como “Análisis Cluster”. Para describirlo brevemente podríamos decir que el “Análisis Cluster” se refiere a una serie de métodos heurísticos, matemáticos y estadísticos, cuyo objetivo es agrupar según determinados criterios – variables activas- los elementos homogéneos de una muestra, consumidores, familias, empresas, productos, etc. En el caso particular de este estudio trata de agrupar las empresas norteamericanas según su comportamiento empresarial, criterios previamente establecidos – variables activas- de manera que las empresas más similares según éstos pertenezcan a un mismo cluster.

1.- Metodología de la clasificación en clusters

Esta metodología de “Análisis Cluster” es muy útil en el mundo empresarial ya que podemos observar ciertos patrones de comportamiento para determinadas agrupaciones, y luego estudiar una posible estrategia para un determinado grupo, clase o cluster, si es necesario. Esta técnica no únicamente se usa en el campo empresarial o económico, sino que hay múltiples ejemplos en medicina, donde se clasifican variedades de una enfermedad o comportamientos homogéneos entre pacientes; grupos de lectores de libros, grupos homogéneos de ciudades dados ciertos cánones previos (variables activas), etc.

Las técnicas de clasificación, y en este caso concreto el “Análisis Cluster”, persiguen, como indica el propio nombre, una *clasificación*, por lo tanto, debemos permitir determinada pérdida de información individual a cambio de conseguir un patrón más general de comportamiento de empresas. Esto significa que si una determinada empresa está en un determinado cluster, no supone necesariamente que se comporte exactamente igual que otra del mismo cluster, si fuera así seguramente tendríamos tantos clusters como empresas, de ahí que se deba permitir una cierta pérdida de información de la empresa en particular para poder llegar a un número asequible de clusters que puedan utilizarse como representativos al conjunto de empresas.

1.1.- Criterios de clasificación. Variables activas

Con el objetivo de agrupar las empresas es crucial una adecuada selección de los criterios -variables activas- según los cuales se determinará la similitud o disimilitud entre las empresas, y en consecuencia un único índice de agrupación. Estos criterios se eligen siempre teniendo en cuenta su *homogeneidad* (todas las variables activas deben estar relacionadas con el objeto de estudio, o criterio seguido para establecer la clasificación) y *exhaustividad* (incluir las variables activas relevantes, cubriendo así el máximo de aspectos relativos al estudio).

Estas variables activas, única fuente de información para constituir los clusters, deben, lógicamente, seleccionarse previamente al análisis estadístico. En nuestro caso concreto, las “variables activas” se basan en la información sobre las perspectivas generales de la empresa, los resultados comparados con el año anterior, las ventas respecto al año anterior, la evolución

de la demanda, los planes de inversión, la plantilla de la empresa, el entorno empresarial y la adecuación de los trabajadores en las necesidades de la empresa. Toda la información ha sido extraída del análisis del cuestionario para el Barómetro 2008. A continuación se detallan las variables activas/criterios según los cuales se establecerá la “homogeneidad de comportamiento de las empresas”:

- Perspectivas generales de la actividad empresarial (II-9)¹;
- Resultados previstos en el presente año comparados con el año anterior (II-10);
- Comparación de las ventas del año 2007 con el 2006 (II-11);
- Evolución de la demanda del mercado (II-12);
- Previsión de planes de inversión (III-19);
- Evolución del número de trabajadores de la plantilla de la empresa (IV-30);
- Adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa (VI-31).
- Valoración del entorno económico de la empresa (VI-36);

Si las preguntas tienen un sólo ítem, las respuestas a dicho ítem, proporcionan directamente la puntuación de la empresa en el criterio. Pero en el caso de que las preguntas tengan varios ítems, es muy probable que éstos sean redundantes entre ellos, por lo que su capacidad de discriminación será muy baja y por ello conviene previamente sintetizar todas las respuestas en unos pocos índices más relevantes y no redundantes. Un ejemplo claro son las preguntas sobre “adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa” (VI-31) y “valoración del entorno económico de la empresa” (VI-36) –ver Anexo-. En estos casos, los ítems de cada batería se resumen en “factores o componentes principales” mediante la técnica de “Análisis de Componentes Principales” (ACP, ver Batista-Foguet y Martínez Arias, 1989). El cuestionario del Barómetro 2008 incluye dos baterías de ítems (VI-31 y VI-36) cuyas preguntas se “sintetizan” según acabamos de mencionar.

La batería VI-31 que corresponde a la “Adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa” está compuesta por 14 ítems, entre los cuales se han obtenido cuatro factores principales. Un primer factor lo constituyen las “Capacidades”, y está compuesto por los ítems de capacidad de aprendizaje, de resolución de problemas y de trabajo en equipo. Un segundo factor de “Predisposición a la productividad y calidad” se compone de la atención a la mejora de la productividad y la atención a la calidad. Un tercer factor “Toma de decisiones y autonomía”, está formado por los ítems de autonomía en el trabajo y capacidad de tomar decisiones. Finalmente, el cuarto factor “Compromiso de mejora y organizacional”, resume la información de los ítems de compromiso con la organización y la mejora continuada.

La batería VI-36 se refiere a “Valoración del entorno económico de la empresa”, está compuesta por 16 ítems que después de realizar el ACP se pueden aglutinar en cuatro factores. Un primer factor se denomina “Relación con las administraciones”, y está compuesto de los ítems de relación con la administración pública central, con las autonómicas y con las locales. Un segundo factor que representa el “Marco regulador y laboral” está formado por los ítems de leyes laborales existentes y forma de aplicación, y relaciones sindicales y laborales. Un tercer factor recoge la información sobre “Pagos y contratos” de los ítems de condiciones de pago ofrecidas y exigidas, y de el grado de cumplimiento de contratos y acuerdos. El último factor es el de “Calidad de los servicios e información” que se compone de los ítems de inseguridad o baja calidad de los servicios, y nivel de transparencia y calidad de la información.

Es importante destacar que la agrupación del conjunto de ítems de las dos baterías de variables activas VI-31 y VI-36, conduce a sustituir a partir de ahora la variable “Adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa” por cuatro variables activas que serán: *Capacidades*, *Predisposición a la productividad y calidad*, *Toma de decisiones y autonomía*, y

¹ La información que está dentro del paréntesis se refiere al número de pregunta del Barómetro 2008, disponible en el Anexo.

Compromiso de mejora y organizacional. Asimismo, el conjunto de ítems de la batería “Valoración del entorno económico de la empresa” se sustituirán por las variables/componentes activas: *Relación con las administraciones, Marco regulador y laboral, Pagos y contratos, y Calidad de los servicios e información.* Por lo tanto, las variables activas que se usan para establecer los clusters de empresas ya no serán las de los ocho grupos mencionados anteriormente sino que serán catorce² variables activas.

1.2.- Variables suplementarias o ilustrativas

Como hemos podido observar, hay factores determinantes de los comportamientos estratégicos de las empresas y éstos han sido usados con la finalidad de establecer las nuevas variables/criterios activas. Sin embargo es de vital importancia analizar no sólo la configuración de los clusters según estas variables activas, sino la relación de estos clusters con otras variables del entorno económico, político, legal, laboral, etc. que no hayan intervenido en la definición de los clusters, para descubrir si existe un patrón similar de comportamiento de estas variables en los clusters establecidos. Estas variables, dada su nula participación en el establecimiento de los clusters, se conocen como “suplementarias” o “ilustrativas”, y serán muy importantes para la interpretación de los mismos. Así, si los clusters definidos en base a las variables activas tienen perfiles distintos para las variables suplementarias, su interpretación será útil para su descripción.

A modo de resumen, el proceso de decisión de la clasificación de las variables sigue los siguientes pasos:

1º) Selección inicial de un número extenso de “variables activas”: información sobre las perspectivas generales de la empresa, los resultados comparados con el año anterior, las ventas respecto al año anterior, la evolución de la demanda, los planes de inversión, la evolución del número de trabajadores en la empresa, las capacidades de los trabajadores, predisposición a la productividad y calidad, toma de decisiones y autonomía, compromiso de mejora y organizacional, relación con las administraciones, marco regulador y laboral, pagos y contratos, y calidad de los servicios e información.

2º) Selección de variables “suplementarias”, las cuales pueden considerarse como explicativas de acuerdo con un cierto modelo inicial, y se refieren a los siguientes aspectos:

- a. Sector de actividad al que pertenecen las empresas;
- b. Tamaño de la organización;
- c. Esfuerzo inversor por parte de las empresas;
- d. La propensión o grado a la exportación e importación;
- e. Factores asociados a la rivalidad competitiva.

2.-Interpretación de los resultados de Cluster

2.1 Interpretación de la tipología en función de las variables activas

Para establecer los clusters (clases o grupos de empresas) mediante el Cluster Análisis se ha usado una aplicación secuencial del método de Ward y el de *k*-medias (*k-means*). El método de Ward proporciona un *dendrograma* que permite decidir el número de grupos y una partición inicial de calidad razonable que luego se optimiza en interacciones sucesivas de los *centroides* (*k*-medias).

² Las 14 variables activas definitivas son: perspectivas generales de la actividad empresarial, resultados previstos en el presente año comparados con el año anterior, comparación de las ventas del año 2007 con el 2006, evolución de la demanda del mercado, previsión de planes de inversión, evolución del número de trabajadores, capacidades, predisposición a la productividad y calidad, toma de decisiones y autonomía, compromiso de mejora y organizacional, relación con las administraciones, marco regulador y laboral, pagos y contratos, y calidad de los servicios e información.

Los valores de la tabla VI.1 son las medias para cada una de las variables activas³, es decir los las coordenadas de los *centroides* de los clusters en las filas.

**Tabla VI.1:
Resultado medio del cluster en cada una de las variables activas***

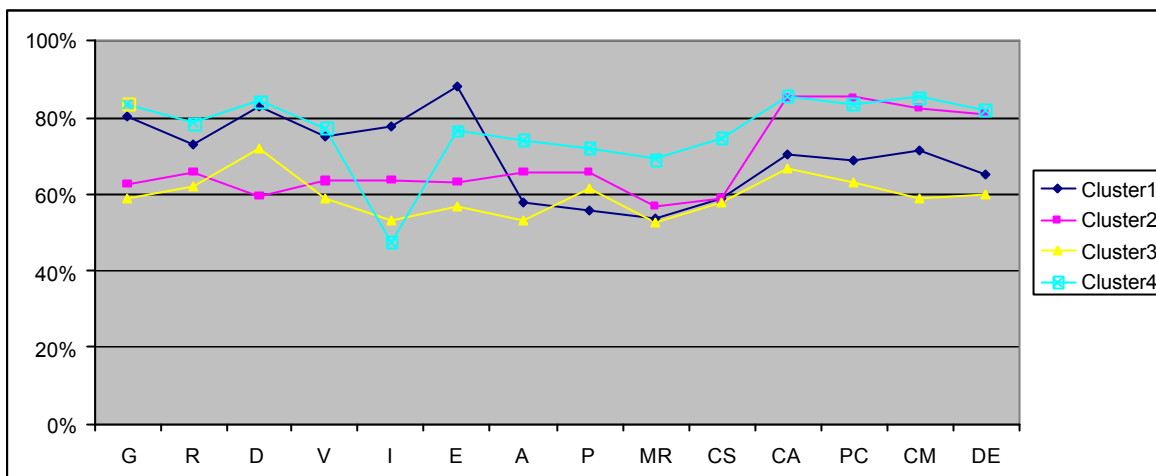
Cluster	# empresas	G (1-7)	R (1-7)	D (1-7)	V (1-7)	I (1-6)	E (1-3)	A (1-7)	P (1-7)	MR (1-7)	CS (1-7)	CA (1-7)	PC (1-7)	CM (1-7)	DE (1-7)
1	31	5,61	5,10	5,81	5,26	4,68	2,65	4,03	3,91	3,76	4,13	4,92	4,81	5,00	4,55
2	18	4,39	4,61	4,17	4,44	3,83	1,89	4,61	4,61	4,00	4,11	5,96	5,97	5,78	5,67
3	28	4,11	4,36	5,04	4,14	3,18	1,71	3,73	4,30	3,68	4,08	4,69	4,41	4,11	4,21
4	20	5,85	5,50	5,90	5,40	2,85	2,30	5,18	5,05	4,85	5,22	6,00	5,85	5,98	5,73
Total	97	4,99	4,89	5,23	4,81	3,63	2,14	4,39	4,47	4,07	4,38	5,39	5,26	5,21	5,04

G: General, R: Resultados, D: Demanda, V: Ventas, I: Inversión, E: Empleo, A: Rel. Administraciones, P: Pagos y contratos, MR: Marco regulador y laboral, CS: Calidad servicios e información, CA: Capacidades, PC: Predisposición y atención a la productividad y calidad, CM: Compromiso de mejora y organizacional, DE: Toma de decisiones y autonomía.

La tabla muestra en columna las catorce (iniciales) variables activas. Los números que aparecen entre paréntesis en la primera fila nos indican el recorrido de la variable, es decir, el número de opciones de respuesta. El primer aspecto importante es que parecen ser cuatro el número de clusters de empresas. Entre los cuales hay dos grupos relativamente más grandes. A primera vista se puede observar en la Tabla VI.1 que el cluster 4 es en la gran mayoría de variables el que presenta valores más elevados (excepto por inversión). Podríamos analizar cada uno de los clusters de la tabla en el conjunto de las variables, pero una mejor la observación del Gráfico VI.1 permite una interpretación más comprensible (mucho más intuitiva cuando hay bastantes datos) del comportamiento de cada cluster.

³ No todas las variables activas en el cuestionario tienen la misma dirección de respuesta. Por ejemplo, las variables activas “Perspectivas generales de la actividad empresarial”, “Resultados previstos en el presente año comparados con el año anterior”, “Comparación de las ventas del año 2007 con el 2006”, “Evolución de la demanda del mercado”, “Previsión de planes de inversión”, “Evolución del número de trabajadores de la plantilla de la empresa”, tienen una escala donde las puntuaciones más bajas reflejan percepciones más favorables. Mientras que en las otras variables activas esa polaridad es a la inversa. Por ello, y para una mayor claridad en la interpretación de los gráficos y los resultados conviene que todas las variables activas tengan una misma dirección, por lo que se han invertido las polaridades en las seis primeras variables. Así, se interpretan ahora en todas las variables activas, las puntuaciones bajas como menos favorables y las altas como más favorables.

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



* G: General, R: Resultados, D: Demanda, V: Ventas, I: Inversión, E: Empleo, A: Rel. Administraciones, P: Pagos y contratos, MR: Marco regulador y laboral, CS: Calidad servicios e información, CA: Capacidades, PC: Predisposición y atención a la productividad y calidad, CM: Compromiso de mejora y organizacional, DE: Toma de decisiones y autonomía.

El Gráfico VI.1 nos sirve para interpretar los datos de la tabla anterior. La interpretación puede ser difícil si se usan las medias de las respuestas como en la tabla, ya que las preguntas de las variables activas de *I: Inversión* y *E: Empleo* tienen modalidades de respuesta con seis y tres opciones respectivamente en lugar de las siete opciones que tienen las otras variables activas. Por lo tanto, para una mejor comparación entre variables activas el Gráfico VI.1 se ha expresado la media de cada variable en relación a su amplitud o recorrido total.

El gráfico nos muestra los cuatro clusters que se interpretan a continuación:

Cluster 1: En éste se encuentran el 32% del total de las empresas del estudio, concretamente un total de 31 empresas, se trata del cluster más numeroso. Este cluster se caracteriza por tener unas altas perspectivas generales de la actividad empresarial, de demanda y resultados, así como por tener los valores más elevados en cuanto a inversión y empleo. Sus valoraciones sobre el entorno empresarial son negativas, y mejoran un poco en las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores aunque ambas valoraciones se encuentran por debajo de la media.

Cluster 2: Este segundo está formado por el 18,5% de las empresas, 18 empresas, es pues el cluster más reducido. Este grupo tiene unas perspectivas generales de la economía bajas, como sucede con los resultados, la demanda y las ventas. Asimismo este tipo de empresas presentan unos valores al nivel de la media en cuanto a inversión, empleo, las relaciones con las administraciones y sobre pagos y contratos. Ahora bien, el resto de valoraciones que hacen sobre el entorno empresarial se encuentran por debajo de la media. Por el contrario, si observamos las valoraciones que hacen referencia a las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores vemos que este grupo, juntamente con el cluster 4, tiene presente las valoraciones más positivas. Excepto por los valores de las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores, se puede observar que es un cluster tipo, es decir, con los valores de las medias del cluster más similar a la media del total las empresas.

Cluster 3: Este tercero lo forman un 29% de las empresas, es decir, 28 empresas. Este cluster es el que presenta las valoraciones más pesimistas en la mayoría de las variables. Posee las valoraciones más bajas en todas las variables analizadas, exceptuando las variables de demanda, inversión y de pagos y contratos, aunque en éstas sigue teniendo valores muy por debajo de la media. Cabe destacar que a pesar de las bajas valoraciones que se hacen sobre la gran mayoría de las variables, la variable que mide la evolución de la demanda del mercado es relativamente alta dentro del cluster. Aunque es de destacar que todas las valoraciones medias de las variables activas del cluster están por debajo la media del total de empresas.

Cluster 4: El cuarto y último cluster se compone del 20,5% de las empresas, 20 empresas. Es el segundo cluster más pequeño. Se caracteriza por las más altas perspectivas generales de la actividad económica, resultados, demanda y ventas, siendo en éstas variables activas similar al primer cluster. Aunque la variable relacionada con los planes de inversión presenta el valor más bajo a pesar de las buenas perspectivas del resto de variables. En cuanto a las variables que hacen referencia al entorno empresarial y a las necesidades de las empresas por parte de los trabajadores, es el cluster que presenta los valores más elevados, exceptuando la variable de pagos y contratos, que está ligeramente por debajo del cluster 2.

2.2. Distribución de las variables activas en los diferentes clusters o clases.

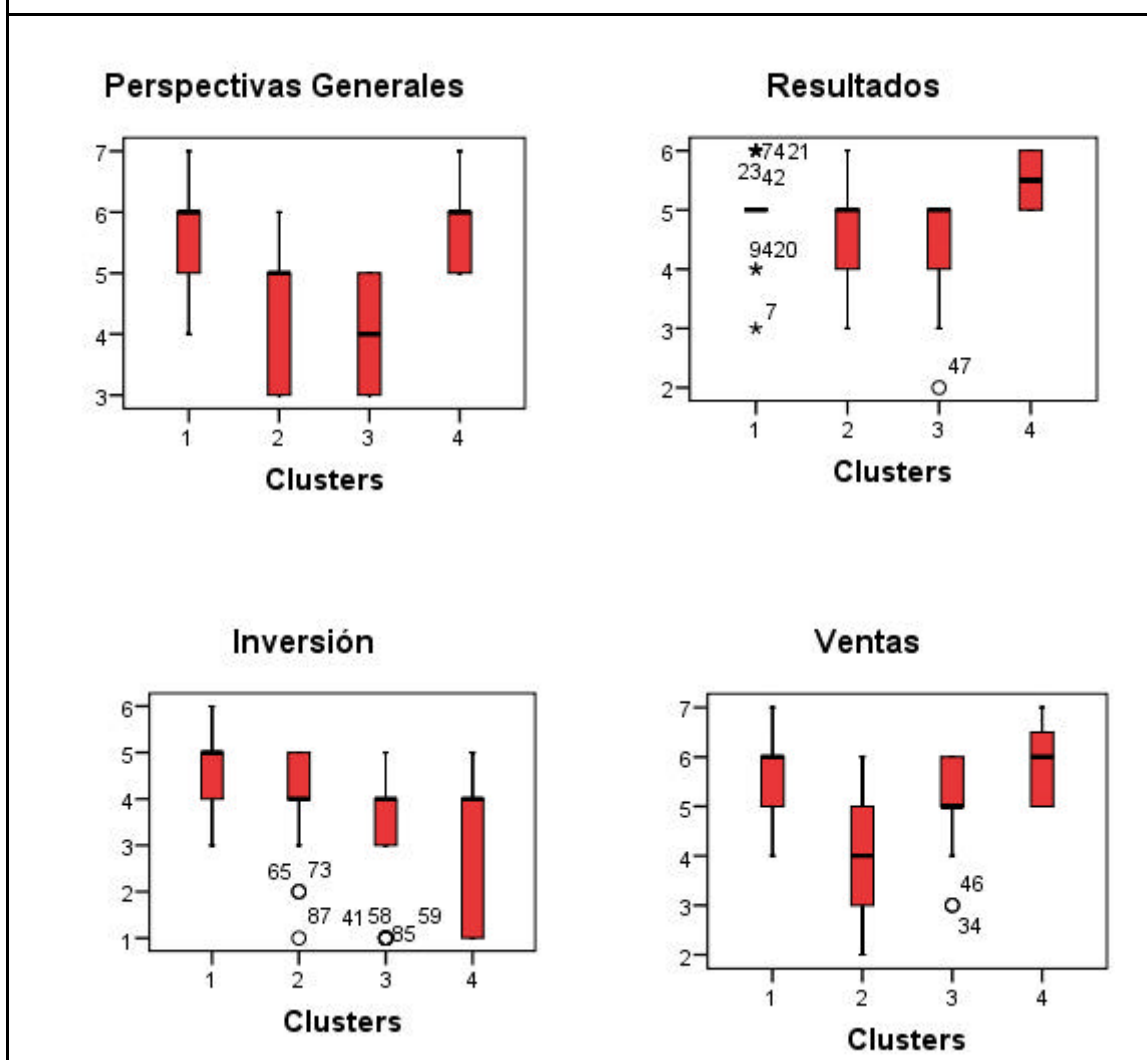
Como se ha comentado anteriormente los clusters se definen como agrupaciones de empresas con un comportamiento homogéneo y diferenciado de las empresas en los otros clusters, siempre teniendo en cuenta los criterios de clasificación, es decir, las “variables activas”. Una forma fácil, clara e intuitiva de poder observar las características de dichas variables es mediante los gráficos de caja del Gráfico VI.2 de las distribuciones de las variables activas en los clusters definidos.

Para definir concisamente los gráficos de caja (*box and whiskers plot*), podríamos decir que nos permite observar homogeneidades intra-grupos y heterogeneidades entre-grupos. Aporta información sobre la mediana de cada variable (en nuestro caso para cada variable activa en cada cluster) y evalúa también tanto la dispersión como la simetría de la distribución. Como puede observarse en el Gráfico VI.2, el eje de ordenadas del diagrama de caja refleja la escala real de la respuesta (recordemos que en nuestro caso hemos invertido la polaridad, entre otras, de las cuatro variables que se muestran en el Gráfico VI.2; siendo ahora un valor más elevado en la escala el que tiene una mejor valoración de la variable activa) a la pregunta en cuestión. Para la interpretación de los diagramas de caja, es adecuado identificar las siguientes características:

- El valor de la mediana se representa por una línea horizontal dentro de la caja;
- La dispersión del 50% de la distribución la establece la longitud de la caja, puesto que ésta representa el recorrido de valores de la variable dejando fuera de la caja el 25% de los valores inferiores y los 25% superiores de las observaciones.
- Las colas de la distribución, que incluyen el 25% de los valores más alejados de la mediana de la variable hasta alcanzar el valor más extremo, tanto por el nivel superior como inferior. Se representa con unas líneas cuyas longitudes 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.
- Los valores anómalos, vienen representados por pequeños círculos blancos si se trata de valores anómalos moderados, y estrellas si se consideran como anómalos extremos, es decir muy alejados de la media de la variable.

La selección de los diagramas de caja en el Gráfico VI.2 ilustra las variables activas de “Perspectivas generales de la actividad empresarial”, “Resultados previstos en el presente año comparados con el año anterior”, “Previsión de planes de inversión” y “Comparación de las ventas del año 2007 con el 2006”, identificándose la homogeneidad de las empresas dentro de cada uno de los clusters y la heterogeneidad o diferenciación de los clusters entre sí.

Gráfico VI.2
Distribución de las variables activas en cada cluster



En el Gráfico VI.2 se observa la distribución de los diagramas de caja de cuatro variables activas. Por tanto, cada diagrama de caja puede ser interpretado de forma independiente, se muestra la distribución de la variable para cada cluster. Por ejemplo, en el caso de la variable activa “Perspectivas generales” observamos que para el primer cluster la distribución de respuesta está entre 4 y 7, y el 50% de los valores está entre 5 y 6. Lo que significa que existe bastante homogeneidad dentro de este primer cluster. En el segundo cluster vemos más dispersión, ya que el 50% de los valores se encuentran entre 3 y 5. El tercer cluster vemos una distribución de todos sus valores entre 3 y 6, con el 50% de las respuestas entre 4 y 5, y el otro 50% entre 3 y 4. En el cuarto cluster se puede observar una distribución entre 5 y 7, con el 75% entre 5 y 6. De esta forma se puede observar la homogeneidad dentro del cluster. La diferencia entre-grupos puede observarse en la diferentes distribuciones en los diferentes clusters. Por lo que hace referencia a esta variable, podemos ver que los valores más elevados son para el primer y cuarto cluster, como ya se observó en el Gráfico VI.1.

El segundo gráfico hace referencia a la variable “Resultados previstos en el presente año comparados con el año anterior”. En el primer cluster la mayoría de empresas valoró con un 5, pero hay algunos valores atípicos en la distribución. En el segundo cluster, el 50% de las

empresas respondieron 5 o 6. El tercer cluster esta distribuido entre 3 y 6, y con el 75% de las empresas está entre 4 y 5. En el último cluster, todas las empresas están entre 5 y 6, observando así una gran homogeneidad intra-grupo. La heterogeneidad entre-grupos se puede observar directamente en el gráfico la posición de los diferentes diagramas de caja por cada cluster. Podemos observar que la mejor valoración para la variable resultados es para las empresas del cuarto cluster, seguidas por las del primer cluster.

El tercer gráfico de caja pertenece a la variable “Previsión de planes de inversión”. Dónde se puede observar la homogeneidad intra-grupo y la gran heterogeneidad entre grupos. El primer cluster se distribuye entre 3 y 6, con el 50% de las empresas entre 4 y 5. El segundo cluster se distribuye entre 3 y 5, con el 50% de sus empresas entre los valores 4 y 5, en este cluster se puede observar algunos valores anómalos en su parte inferior. El tercer cluster, tiene ya una nivel inferior a los otros dos ya que el 75% de los datos están entre 3 y 4, y algunos valores anómalos en la parte inferior. En el cuarto cluster se observa que éste es el que tiene valores más bajos, ya que el 75% de los datos están entre 1 y 4, y sólo un 25% entre 4 y 5; mostrando una previsión realmente baja sobre la realización de planes de inversión en el presente año. Se puede observar claramente la valoración de esta variable, ya que la heterogeneidad entre grupos se refleja también en el Gráfico VI.1, dónde la valoración más baja es para el cuarto cluster, seguido por el tercero y el segundo. La valoración más elevada la aportan las empresas del primer cluster.

Por último, se analiza la distribución de la variable activa “Comparación de las ventas del año 2007 con el 2006”. El primer cluster se distribuye entre 4 y 7, con el 75% de las empresas entre 4 y 6. El segundo cluster es mas heterogéneo intra-grupo ya que se distribuye entre 2 y 6, con el 50% de las empresas entre 3 y 5. El tercer cluster se distribuye entre 4 y 6, con dos valores anómalos en la parte inferior de dicha distribución. El cuarto cluster se distribuye entre 5 y 7, siendo el que mejor valoración da a la comparación de ventas, cómo también puede observarse en el Gráfico VI.1, con mucha similitud con el primer cluster. En una posición inferior se encuentran el segundo y tercer cluster. La homogeneidad intra-grupo, se explica dentro de cada cluster porque la mayoría de empresas han respondido de manera similar a la pregunta. Por otro lado, la heterogeneidad entre-grupos puede observarse, como hemos comentado, evaluando la diferencia entre medianas de los clusters.

2.3. Interpretación de la tipología en función de las variables suplementarias

Hasta este punto el objetivo ha sido analizar únicamente las variables activas, utilizadas para definir los cuatro clusters. Como se ha mencionado es especialmente relevante analizar ahora la distribución de las variables suplementarias en cada cluster para establecer un enfoque más económico y dar una más clara interpretación de los clusters obtenidos.

Las variables “suplementarias” o “ilustrativas” (que no han intervenido en la clasificación en clusters empresariales) las agrupamos en:

- a) Clasificación de los sectores para cada grupo o cluster.
- b) Tamaño de las empresas (en términos de número de empleados de las propias organizaciones empresariales) para cada cluster.
- c) Extensión del esfuerzo inversor realmente ejecutado en el año 2007 por parte de las empresas dentro de cada grupo.
- d) Propensión exportadora e importadora.
- e) Factores que se presentan Relacionados a una Creciente Rivalidad Competitiva efectivamente percibida por las empresas (FRCRC), como por ejemplo nuevas iniciativas locales, fijación de precios más agresiva....

El objetivo se basa en identificar el grado de asociación de estas variables suplementarias con cada uno de los cuatro clusters identificados anteriormente. Pudiendo así establecer ciertas relaciones entre tipos de mercados, aspectos económicos, evolución de la competencia,

exportaciones e importaciones, estrategias sectoriales, y el analizar si el comportamiento de dichas variables se concentra en un determinado cluster o tiene un comportamiento más heterogéneo.

2.3a) Clasificación de los sectores económicos

Como se ha dicho, la clasificación de los clusters se basa en las variables activas, y se podrá analizar si las empresas dentro de los clusters presentan características o comportamientos económicos similares. En primer lugar, es importante analizar la estructura de los sectores de actividad económica de las empresas de la muestra del estudio. La Tabla VI.2 nos permite observar como están clasificados los sectores económicos para las empresas del estudio dentro de cada cluster.

Tabla VI.2: Frecuencias relativa (en %) y absoluta (en los marginales) de empresas del sector en cada cluster					
Sector	Cluster 1 (%)	Cluster 2 (%)	Cluster 3 (%)	Cluster 4 (%)	Total (%) (# Emp.)
1. Alimentación, bebidas y tabaco	20,0	40,0	40,0	0,0	100,0 (5)
2. Automoción	25,0	25,0	50,0	0,0	100,0 (4)
3. Material eléctrico y electrónica	28,6	14,3	42,9	14,3	100,0 (7)
4. Sector farmacéutico	42,9	28,6	14,3	14,3	100,0 (7)
5. Sector químico	16,7	50,0	33,3	0,0	100,0 (6)
6. Metalurgia básica	66,7	0,0	33,3	0,0	100,0 (3)
7. Otras industrias manufactureras	23,1	15,4	53,8	7,7	100,0 (13)
8. Comercio	28,6	0,0	14,3	57,1	100,0 (7)
9. Sector financiero y aseguradora	50,0	16,7	0,0	33,3	100,0 (6)
10. Servicios a las empresas y consultoría	42,9	9,5	19,0	28,6	100,0 (21)
11. Sociedad de la información	12,5	37,5	12,5	37,5	100,0 (8)
12. Otros servicios	30,0	10,0	40,0	20,0	100,0 (10)
Total	32,0 (31)	18,6 (18)	28,9 (28)	20,6 (20)	97

La Tabla VI.2 nos describe el porcentaje del sector económico dentro de cada cluster. Para una mejor interpretación iniciamos la descripción de la tabla basándonos en cada sector y determinaremos en que cluster está identificado. Este procedimiento nos permite analizar si los sectores están integrados dentro de algún cluster específico o si bien están repartidos en diferentes clusters, en el último caso el comportamiento de un cluster no estaría relacionado con el comportamiento de un sector económico en la muestra de empresas.

El sector de alimentación, el sector químico y el sector de sociedad de la información están básicamente integrados en los clusters 2 y 3, por lo tanto, como observa en el gráfico de los clusters antes representado, éstos tienen valoraciones bajas en algunas variables, exceptuando las variables que hacen referencia a las necesidades de la empresa por parte de los trabajadores, donde el segundo cluster hace unas valoraciones relativamente elevadas comparadas con el tercer cluster.

El sector de la automoción se reparte entre los clusters uno, dos y tres; así como el sector de otros servicios que se reparte entre los clusters uno, tres y cuatro, principalmente. Por lo tanto, no se puede afirmar nada del comportamiento de ambos sectores con los clusters, pues el comportamiento de estas empresas depende de otras variables.

El sector de material eléctrico y electrónico, de metalurgia y el de otras industrias manufactureras se reparten básicamente entre el cluster uno y tres. Por lo que podemos únicamente decir que en estos sectores existe poca adecuación de los trabajadores a las necesidades de las empresas, pues ambos clusters son los más bajos. En cuanto a las variables que hacen referencia a la actividad de la empresa y al entorno económico no se puede comentar nada, pues ambos clusters tienen grandes diferencias.

El sector farmacéutico tiene alrededor del 70% de las empresas en el primer y segundo cluster, lo que hace difícil cualquier interpretación debido a que ambos clusters se comportan de manera totalmente diferente. La conclusión que podemos extraer es que dentro del sector hay dos tipos diferentes de comportamientos de empresas farmacéuticas.

Los sectores financiero asegurador y de los servicios a las empresas y consultoría, así como el de comercio, están centrados básicamente en el cluster 1 y 4. Eso caracteriza a estos sectores de actividad económica como bien posicionados dentro del mercado, dadas las características anteriormente expuestas para el primer y cuarto cluster. El cluster 4 presenta valoraciones más elevadas en cuanto al entorno empresarial y a las necesidades de la empresa por parte de los trabajadores que el cluster 1.

Observando la Tabla VI.2 por columnas, el cluster mejor posicionado como se ha visto en el gráfico anteriormente es el cuarto (excepto por previsiones de inversión). Dicho sector está formado prácticamente por empresas de servicios, concretamente de los sectores comercio, sociedad de la información, sector financiero y asegurador y sociedad de la información. Por el contrario, los sectores que parecen más asociados al tercer cluster, con unas perspectivas más negativas, son básicamente automoción, material eléctrico y otras industrias manufactureras.

2.3b) Tamaño de las empresas

Para estudiar la relación entre cluster y tamaño de la empresa, hemos agrupado previamente el número de trabajadores en la empresa en cuatro categorías desde “empresas pequeñas o muy pequeñas”, las que tienen menos de 50 trabajadores, hasta “empresas muy grandes”, las que tienen más de 1000 trabajadores. Esta clasificación es debida a la ineficiencia derivada de que la pregunta⁴ estaba planteada en formato abierto. En la Table VI.3 puede interpretarse las categorías del tamaño de la organización cruzado con los cuatro clusters.

Tabla VI.3: Porcentaje (%) de empresas en cada cluster y en función del tamaño					
	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 (%)	
Cluster 1	30,0	33,3	26,7	10,0	100 (31)
Cluster 2	29,4	17,6	23,5	29,4	100 (18)
Cluster 3	17,9	25,0	35,7	21,4	100 (28)
Cluster 4	15,0	30,0	20,0	35,0	100 (20)
Total	23,2(22)	27,4 (26)	27,4(26)	22,1 (21)	100 (95)

⁴ Pregunta 2: Número total de empleados. Véase Anexo .

Los resultados de la Tabla VI.3 muestran que el primer cluster, el más grande de ellos, tiene el 63,3% de empresas que son pequeñas o medianas, se trata prácticamente de empresas de consultoría. En el segundo cluster, el más pequeño, se encuentran muy repartidas empresas de todos los tamaños. En cuanto al tercer cluster, alrededor del 60% de las empresas son de tamaño mediano o grande. Referente al cuarto cluster, igual que en el segundo, el número de trabajadores está muy repartido. La interpretación de la tabla sería que todos los clusters están formados por empresas de tamaños diferentes, exceptuando quizás el primero, por lo que se hace difícil relacionar un determinado cluster con un tamaño o dimensión de empresas.

2.3c) Extensión del esfuerzo inversor realmente ejecutado en el año 2007 por parte de las empresas dentro de cada grupo.

El objetivo de este apartado es analizar los proyectos de inversión realizados por las empresas en cada cluster en España, para poder comprobar si las empresas que están invirtiendo o no en la economía española están situadas en un mismo cluster. Asimismo, podemos analizar si hay empresas que se plantean aplazar, revisar a la baja o incluso anular algún proyecto de inversión que tenían previsto en España. Estas informaciones se reflejan en las tablas VI.4 y VI.5, respectivamente.

Tabla VI. 4: Porcentaje (%) de empresas que realizaron nuevos proyectos de inversión en España en el año 2007			Tabla VI. 5: Porcentaje(%) de empresas que se plantean aplazar o anular algún proyecto de inversión			
Cluster	NO	SI	Cluster	NO	SI	# Empresas
1	40,0	60,0	1	85,7	14,3	14
2	55,6	44,4	2	100	0	11
3	42,9	57,1	3	84,2	15,8	19
4	45,0	55,0	4	93,8	6,3	16

En la Tabla VI.4 los resultados obtenidos, como se puede observar, no aportan gran diferenciación entre clusters, ya que entre un 55%-60% de las empresas del primer, tercer y cuarto cluster realizaron nuevos proyectos de inversión en 2007. Este porcentaje fue del 44% en el segundo cluster, así podemos concluir que la mayoría de las empresas de la muestra en el segundo cluster no realizaron proyectos de inversión en el 2007.

Referente a la Tabla VI.5, la gran mayoría de empresas en todos los clusters respondieron que no se planteaban aplazar o anular algún proyecto de inversión, además de que más de la mitad de cada uno de los clusters (excepto el segundo) invirtió en nuevos proyectos en el 2007.

Puede remarcar que en el segundo cluster, el más pequeño, es el único que tiene un mayor porcentaje de empresas que no realizaron nuevos proyectos de inversión en el 2007, un 55%, aunque ninguna de ellas se plantea aplazar o anular proyectos de inversión.

2.3d) La propensión exportadora y de importación

El objetivo de esta sección es analizar la capacidad exportadora de las empresas americanas establecidas en España y también la importación de productos fabricados fuera de la economía española. Primero nos centraremos en la exportación de éstas empresas americanas establecidas en España. En primer lugar queremos analizar si las empresas de los diferentes clusters realizan con regularidad ventas de una parte de sus productos o servicios en mercados de exportación. Esta información se puede obtener de la Tabla VI.6.

Tabla VI. 6:			
Porcentaje (%) de empresas según si exportan con regularidad o no			
Cluster	NO	SI	Total
1	43,3	56,7	31
2	64,7	35,3	18
3	42,3	57,7	28
4	66,7	33,3	20

Los clusters segundo y cuarto son los que poseen un mayor porcentaje de empresas que afirman que no actúan en mercados de exportación, aunque una gran parte de esas empresas (sobretudo del cuarto cluster) pertenecen a sectores que ofrecen bienes y productos físicos, como son el sector asegurador, servicios a empresas, etc. Por otro lado, los clusters 1 y 3, los más grandes, poseen un mayor porcentaje de empresas que afirman estar enfocadas a mercados de exportación. Además de interesarnos sólo por si las empresas exportan o no, también es muy relevante analizar el porcentaje de sus ventas que se destina a mercados exteriores. Esta información se refleja en la Tabla VI.7

Tabla VI.7:							
Porcentaje de las ventas que efectúan en los mercado exteriores las empresas exportadoras (%)							
	<10%	11-30%	31-50%	51-70%	71-90%	91-100%	Total (#)
Cluster 1	38,9	38,9	5,6	11,1	5,6	0,0	100 (18)
Cluster 2	33,3	16,7	16,7	0,0	33,3	0,0	100 (6)
Cluster 3	35,3	0,0	17,6	23,5	23,5	0,0	100 (17)
Cluster 4	42,9	14,3	28,6	14,3	0,0	0,0	100 (7)
TOTAL	37,5 (18)	18,8 (9)	14,6 (7)	14,6 (7)	14,6 (7)	0,0 (0)	100 (48)

La tabla nos muestra como el primer cluster es el menos exportador, cerca del 80% de las empresas que lo componen exportan menos de un 30% de sus ventas. Aunque cabe destacar que las empresas del primer cluster tienen las mejores expectativas en general, sobre ventas, resultados y demanda. En el segundo cluster, dos tercios de las empresas exportan menos del 50% de su cifra de ventas.

En el tercer cluster se encuentran gran parte de las empresas en situación más desfavorable y con estrategias de poca inversión, con una mayor presencia relativa de las empresas en los mercados manufactureros. Dos terceras partes de las empresas que integran este cluster tienen una exportación de más del 30% y llegan hasta el 90% de su cifra de ventas, lo que hace que se centren en gran medida en el mercado exterior.

Por lo que respecta al cuarto cluster, también está enfocado al mercado interior, como el segundo, siendo los sectores más destacados el comercio y los servicios a empresas y consultoría. También enfocados más hacia dentro del territorio español que en exportar sus servicios o productos. Cerca del 85% de las empresas exportan menos del 50% de sus ventas totales. Cabe destacar, como refleja la Tabla VI.7 que ninguna empresa de la muestra exporta más del 90% de sus ventas

Para la economía española también es importante el estudio del comportamiento de las empresas americanas establecidas en España con referencia a la importación de productos producidos fuera de la economía española, y también la tendencia que las empresas creen que tendrá la importación de productos fabricados fuera de España. Esta información se puede observar en las tablas VI.8 y VI.9, respectivamente.

Tabla VI.8: Porcentaje (%) del total de los productos que las empresas suministran al mercado español que son importados y, por lo tanto, se fabrican fuera de España						
	<10% - 20%	20% - 40%	40% - 60%	60% - 80%	80% - 100%	Total
Cluster 1	43,5	8,7	0,0	8,7	39,1	100 (23)
Cluster 2	41,7	0,0	8,3	0,0	50,0	100 (12)
Cluster 3	52,0	12,0	4,0	12,0	20,0	100 (25)
Cluster 4	35,3	5,9	5,9	11,8	41,2	100 (17)
	44,2 (34)	7,8 (6)	3,9 (3)	9,1 (7)	35,1 (27)	77

Tabla VI. 9: Porcentaje (%) de la evolución de la proporción importación de productos en los próximos años				
	Disminuirá	Se mantendrá	Aumentará	Total
Cluster 1	0,0	84,0	16,0	100 (25)
Cluster 2	0,0	90,9	9,1	100 (11)
Cluster 3	4,0	80,0	16,0	100 (25)
Cluster 4	5,9	82,4	11,8	100 (17)
	2,6 (2)	83,3 (65)	14,1 (11)	93

Un primer resultado global a destacar de la Tabla VI.8 es que en total, un 35,1% de las empresas importan más del 80% de sus productos a España, mientras que el 44,2% de las empresas importan menos de un 20% de los productos que suministran al mercado español. Esto puede interpretarse como que las empresas pueden diferenciarse unas por la importación de la mayoría de sus productos y las otras por la producción de la mayoría de sus productos en España.

El segundo y cuarto cluster importan la mayor parte de sus productos. El primer cluster está diferenciado por las empresas que importan la mayor parte de sus productos y las empresas que importan tan sólo un bajo porcentaje de los productos. El tercer cluster es claramente el que menos productos importa hacia la economía española, ya que el 64% de las empresas importa menos del 40% de sus productos.

En cuanto a la Tabla VI.9 se observa que la gran mayoría de las empresas en los cuatro clusters afirma que la proporción de la importación en productos durante los próximos años se mantendrá. Aunque hay una proporción de empresas (entre 10% - 15%) en todos los clusters que afirma que la proporción de la importación en productos durante los próximos años aumentará.

2.3e) Factores que se presentan Relacionados a una Creciente Rivalidad Competitiva efectivamente percibida por las empresas (FRCRC).

Finalmente, hay otro tipo de variables suplementarias o ilustrativas que también requieren nuestra atención, son los factores que pueden influir en la creciente rivalidad competitiva en los mercados económicos que se observa cada día más. Las variables analizadas son la aparición de nuevas iniciativas empresariales en los propios mercados locales, el grado creciente de información y transparencia, una mayor exigencia y grado de información del consumidor, políticas de fijación de precios más agresivas por parte de las empresas actuales, y la apertura creciente de los mercados a la oferta de productos fabricados en ciertas economías emergentes. A continuación se analiza de una forma más concreta cada uno de estos aspectos relacionados con la creciente rivalidad competitiva. Las tablas VI.10 y VI.11 corresponden al grado de información y transparencia, y a la exigencia y información al consumidor.

Clase	NO	SI	Total
1	87,0	13,0	23
2	92,3	7,7	13
3	82,6	17,4	23
4	78,9	21,1	19

*FRC: Factores de Rivalidad Competitiva

Cluster	NO	SI	Total
1	82,6	17,4	23
2	76,9	23,1	13
3	73,9	26,1	23
4	63,2	36,8	19

*FRC: Factores de Rivalidad Competitiva

En la tabla VI.10 podemos observar claramente que para la totalidad de los clusters, es decir, una gran mayoría de las empresas no perciben una creciente información y transparencia. Tampoco las empresas, independientemente de los clusters, ven una mayor exigencia de información al consumidor. Únicamente los clusters 3 y 4 parecen tener un poco más de sensibilidad hacia este tema, lo que puede deberse a que en estos cluster hay más relación directa con los consumidores, como puede ser el caso de comercio, servicios financieros, etc., y parece indicar algunos de los factores, y decisiones a mejorar estratégicamente en un próximo futuro.

Las tres tablas VI.12, VI.13 y VI.14 restantes refieren respectivamente iniciativas en mercados locales, políticas de fijación de precios más agresivas y apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías emergentes.

Tabla VI.12: Porcentaje (%) de empresas en cada cluster. FRC: nuevas iniciativas en mercados locales			
Cluster	NO	SI	Total
1	60,9	39,1	23
2	61,5	38,5	13
3	65,2	34,8	23
4	57,9	42,1	19

Tabla VI. 13: Porcentaje (%) de empresas en cada clase. FRC: políticas de fijación de precios más agresivas				Tabla VI. 14: Porcentaje (%) de empresas en cada clase. FRC: apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías emergentes			
Cluster	NO	SI	Total	Cluster	NO	SI	Total
1	52,2	47,8	23	1	73,9	26,1	23
2	30,8	69,2	13	2	69,2	30,8	13
3	26,1	73,9	23	3	60,9	39,1	23
4	42,1	57,9	19	4	84,2	15,8	19

En la Tabla VI.12 podemos observar que para todos los clusters una mayoría de empresas no reflejan las nuevas iniciativas en los mercados locales como un factor de rivalidad competitiva. Aunque los clusters 1 y 4 (los que tienen mejores perspectivas generales, de resultados, de demanda, etc.) afirman detectar un grado superior de rivalidad en esta característica. Si se compara con el estudio del Barómetro 2007, existe un mayor número de empresas que consideran que dicho factor afecta a la competitividad. En concreto, en el cuarto cluster, la razón estaría en que este grupo es el que más ventas hace dentro del territorio español, por eso estas nuevas iniciativas en mercados locales pueden plantearle una seria competencia en su mercado.

Las políticas de fijación de precios más agresivas (Tabla VI.13) son realmente un factor de rivalidad mayoritario para el segundo y tercer cluster, aunque dicho factor es el que en principio plantea una mayor competitividad para las empresas. En cambio en el primero existe una mayoría de empresas que no entienden que una fijación de precios más agresiva sea un factor de rivalidad competitiva.

La apertura creciente a la oferta de productos fabricados en economías emergentes (Tabla VI.14) no es un factor de competitividad creciente en los diferentes clusters. Aunque, los clusters más afectados son el segundo y el tercero, donde entre el 30 y 40% sí consideran que afectará a la competitividad en el sector. Recordemos que estos sectores, son aquellos que tienen unas peores perspectivas en cuanto a resultados, actividad empresarial, demanda, ventas y empleo.

ANEXO I. *Executive Summary*

Following is a summary of the conclusions and basic results obtained from the 2008 Barometer.

Chapter II Conclusions: General Outlook. Basic Indicators

1. Although, with respect to the previous year, a rather less optimistic vision of medium-term forecasts seems to be emerging; the US companies operating in our country still show a high level of satisfaction as to the *actual state of their businesses in Spain* in the Barometer 2008. There is still a clear majority this year (77%) that state they are very satisfied or quite satisfied. However, in 2007, there were quite a few more that indicated a favorable situation (they represented 81% of the total).

2. The vision of the group of companies on their *medium-term evolution forecasts* is once again quite positive. The more pessimistic represent still quite low percentages although these tend to grow to some degree (from 9% in 2007 to only 12% in 2008).

3. As to the expected evolution of business results, the results show that only 7% of those surveyed are going to face a worse situation than in 2006. In 2007, a 76% anticipated a small, although higher, amount of profit, while in the previous year those in the same position were somewhat more (85%).

4. The companies that *show great satisfaction as to the state of their businesses* are in a majority concentrated in six sectors. These include above all *food, beverages and tobacco, other services, financial and insurance sectors, business services and consulting and the information society*. In turn, the sectors in which a large proportion of companies are unsatisfied with the evolution of their companies are, in first place, *automation* and to a lesser degree, the *chemicals, pharmaceuticals and other manufactures industries*.

5. Graphs II.6 and II.7, summarize the results of the survey of the Barometers 2008 and 2007 as to the investment forecasts in each sector (Question III-18) and the investment execution previsions. (Question III-19). The general investment forecasts the US companies announce on evaluating the expectations of their own sectors do not seem to reflect drastic changes in 2008 with respect to the previous year, although it is true that they reflect a slight worsening of the situation. In 2008, 54% of the companies declare that to their understanding favorable investment expectations (much, somewhat, slightly, or some) exist in their sectors of activity. This figure is slightly below that of 2007 (57%). There is a minority number of companies in the group of those announcing the existence of somewhat or slightly unfavorable expectations in both years, however this number tends to grow significantly in 2008 with respect to the previous year (from 18% in 2007 to 29% in 2008). (see Graph II.6)

6. The companies' evaluation of the general course of the Spanish economy seems to indicate a pronounced change in trend. The evaluation the companies make of the general forecasts of the economy result perhaps surprisingly pessimistic given the ongoing positive results of the previous years. In 2007 no less than 85% of the companies considered the future of the Spanish economy would be quite favorable and even a majority (55%) were those that foresaw that said evolution was going to be somewhat or very favorable. In this Barometer the situation has changed notably. A 44% - a minority – state that in their opinion a somewhat or quite favorable future awaits the Spanish economy. The companies that have given, on the other hand, a negative evaluation of the course of the Spanish economy (somewhat, quite or very unfavorable) represent none less than a 30% of the total. In 2007 this was only 4% (see Graph II.5)

7. According to the information received for the Barometer 2008, the year 2007 was not a year of expansion in what concerns both the company and general sectoral employment growth rate. A 46% of the companies indicate that in 2007 they have actually increased their number of employees. At a sectoral level, on the other hand, only 34% of the answers received indicate a growth in employment. A 13% of the companies indicate a net reduction in employees vis-à-vis the previous year. At this level a clear pessimistic employment evolution is indicated by quite a few companies (exactly 25%). (see Graph III.4, Chapter III)

Chapter III Conclusions: Investment plans, localization of production and employment change forecasts.

1. A little less than half the companies (exactly 48%) indicated in the Barometer 2007 that they have had carried out new investment projects in 2006. On the other hand, in the Barometer 2008 there have been quite a few more - exactly a 55% - companies that have indicated that they carried out investments the previous year. (Chapter III, see Graph III.1). According to the Barometer 2006, however, a clear majority (54%) of the companies had carried out new investment projects. (see Graphs III.1 and III.2, Chapter III)

2. Referring to the *quantitative importance of the effects of investments on the production capacity*, according to the 2008 Barometer quite a few companies (40%) indicate they have increased their production capacity substantially as a result of the investments taken place. In 2007 the answers received, however, indicated that the proportion of companies that had increased their production capacity was inferior (34%). (see Table III.1 and Graph III.3, Chapter III).

3. The *increases in production capacity observed* in 2007 are not equally distributed over the different production sectors. The increase in production equipment resulting from the investments gave way to increases in production capacity superior to 20%, in a significant number of companies concentrated more in the chemicals and information society sectors. In the other services sector (one company) offers us the only case of increase in production capacity of over 80% in a certain group of companies (14%). (see Table III.1, Chapter III)

4. While in the *Barometer 2007 there were few companies that expressed favorable expectations for investments in their sectors* – only 21% - in this year's Barometer the situation seems to have clearly improved. The confidence shown by companies in 2008 with respect to *the evolution forecasts for company investments in their sector* is clearly more optimistic with respect to 2007 and not far off the figures of 2006. (see table III.5, Chapter III).

5. The opinion of the companies on the investment forecasts is clearly more optimistic in the *financial and insurance sectors* and in the *other services*. To a lesser degree, it can also be seen in the *advanced services and consulting* as well as the *food, beverage and tobacco* sectors. In a great part of the industrial sectors we can see the companies are more pessimistic. The actual investment forecasts for 2008 at a sectoral level are frankly moderate in general. (see Table III.4, Chapter III).

In the *automation, pharmaceutical and chemicals* sectors, 50% of the companies anticipate unfavorable investment forecasts in their sector of activity followed by a small but still important percentage of companies in the *electrical and electronics materials* sectors and *other manufacturing* sectors) (see Table III.4, Chapter III).

6. A question which has again been made is *what is the proportion of manufactured products distributed in the domestic market and produced by the companies abroad*. (in manufacturing plants overseas). In the Barometer 2008, 77 companies indicate they import a more or less large

proportion of their products from production plants located outside Spain (82%) vis-à-vis 94 companies last year.

7. More than a third (33%) of the companies consulted this year manufacture more than 90% of their production outside Spain and import a great majority of the products they sell or distribute within the domestic market. Around 12% of the companies were producing in 2008, between a 50 and 90% of their production outside Spain (the previous year 16%). A majority, on the other hand, (53%) - the previous year only 50% - are those that manufacture less than 50%. These companies are, definitely, those that it seems predominantly supply the Spanish domestic market from their production centers in Spain. (Table III.6, Chapter III).

8. The companies from the industrial sectors such as: *finance-insurance, food, beverages and tobacco, automation and advanced services*, together with *other services*, followed at a distance by *basic metallurgy* tend to supply the domestic market with a high proportion of products manufactured at their production plants within the country. The companies from sectors such as *distribution, information society, pharmaceutical and chemicals and information society*, usually appear, however much more open to import and distribute products and services from overseas. (see Table III.7, Chapter III).

9. The companies have also been asked to *which point they are willing to make changes that would affect the proportion of imported products from their plants located overseas*. In the Barometer 2007, 16 companies (14%) while in the 2008 Barometer these were 11 (11%) – in short, a minority in both years – indicate that they will tend to increase the percentage of their products manufactured overseas which they hope will be sent to the Spanish market. The companies that in 2008 foresee increasing the commercialization of their products from overseas to supply domestic demand are somewhat more represented, according to the data received, above all in the *pharmaceutical and chemicals, the other services and the information society sectors* and to a lesser degree from the *automation* sector. (see Table III.8, Chapter III).

Conclusions Chapter IV: Evaluation of the level of competitive rivalry in the markets. Sales and demand evolution. Export Trends.

1. In the Barometer 2008, and according to the answers received, once again a great majority of companies state that they notice a *growing competitive rivalry in their markets*. An 85% of the total companies state they are facing up to growing competitiveness in their markets. In 2007 and 2006 the proportion of companies affected by growing competitiveness was still higher (91% and 92%) (See Table VI, Chapter IV)

2. There are three main factors which appear as the most decisive in these two years, although with a significant change in order. Outstandingly, in first place, figures the *competitors growing aggressive price setting policies*. This factor is followed by other outstanding aspects although in a different order this year. In descending order are the following: *emerging local business initiatives and the opening of markets to competitive offers from new developing countries*. In less outstanding positions are *greater consumers' greater demand for satisfaction and level of information and the emergence of new foreign investors*, together with *a reduction in the competition entrance barriers* (a factor which this year has been given more importance). (see Graph IV.1, Chapter IV)

3. It must be underlined that the companies have positioned very clearly in first place *competitors aggressive price setting* as the competition factor with most market visibility, both in the Barometer 2007 as in the 2008 edition. The remaining factors appear in a very similar order in both years, although with the changes before mentioned. The *emergence of local*

business initiatives which in 2006 was in 5th place and in 2007 in 3rd, in 2008 reached an even more outstanding position (second in ranking). (see Graph IV.1, Chapter IV)

4. Both in 2006 and 2007 it must be underlined that the companies clearly ranked first the *competitors aggressive price setting* as the competitive factor which most affects markets. In general, as we indicated in the Barometers 2006 and 2007, there exists a considerable stability in the conditions that determine competitive rivalry in a great number of markets. (see Graph IV.1, Chapter IV)

5. There is a large proportion of companies that confirm to be affected by the *growing competitors' aggressive price setting policies* in a wide range of sectors. The most outstanding of these are, in descending order: *finance and insurance, information society, food beverages and tobacco, chemicals, other manufacturing industries and commercial distribution*. (see Part 1; Table IV.3, Chapter IV).

6. A good number of companies from the *basic metallurgy, the electrical and electronics materials and the automation* sectors, followed by some other sectors such as: *commercial distribution, information society and other manufactures*, indicate that the greater competitive rivalry resulting from the *growing market penetration of competitive products from emerging-economy countries* does affect them. (see Part 2, Table IV.3, Chapter IV)

7. The new international investors seem to be mentioned by a relatively lower number of companies and sectors. They are mentioned above all by companies in the *basic metallurgy, chemical industries and services* sectors and to some degree also by the *commercial distribution, the electrical and electronic materials, the food, beverages and tobacco* sectors. Lastly, three factors such as a) *Consumers' greater demand for satisfaction and level of information* (Part 3); b) the *reduction of market competition barriers* (part 6) and c) the *deregulation of markets*, are mentioned less frequently by companies (see table IV.3, Chapter IV).

8. *Are the competitive factors perceived by the exporting and non exporting companies different, or more or less in a similar way?* Among exporters, there seemingly exists a greater sensibility than non exporters, as a result of the increase in competitive rivalry in the products coming from emerging economies, both in 2008 and 2007. A certain sensibility is observed as to the increase of local initiatives and the aggressive policies of their competitors by the exporting companies. Although important, this factors affect, it seems, the domestic market than the export markets slightly less. (see Table IV.7, Chapter IV).

9. A greater number of non exporting companies tend to consider more important questions such as *greater consumer demand, barrier reductions on market entrance or market deregulation*. Although it is true that these are not the most dominant factors on evaluating the greater rivalry, they are given more consideration by the companies within the domestic market. (see Graph IV.7 and Table IV.7, Chapter IV).

10. As to the *evolution of demand expectations*, the Barometer 2008 shows that companies are still today quite more optimistic than in 2007. Referring to the trends of market demand growth, in the majority of cases, company forecasts for 2008 seem to be favorable. A little more than 71% of the companies consulted this year (2008) – that is a majority – confirm that markets' demand trends are going to be quite or somewhat growth-oriented (76%). In 2007, the optimistic were a majority still greater than this year (79%). A 36% state that growth in demand would be quite or strongly growth-oriented, while in 2008 these were only 27%.

11. As to the negative side, in 2007 only 8% of the companies foresaw a possible drop in demand for their products, whilst now in 2008 this represented 16% of the companies – double the previous year – stating that market demand could end up suffering a slight or notable fall..

12. With respect to *the evolution of future demand*, the proportion of companies showing to be clearly pessimistic in the Barometer 2008 has significantly increased. (see Graphs IV.2 and IV.3, Chapter IV)

13. The companies that offer a clearly favorable vision as to the demand growth rate are in the *finance and insurance, the other services and basic metallurgy* sectors, followed at a certain distance by *trade, advanced business services, pharmaceuticals and information society* sectors. The forecasts for a less favorable growth in demand for quite a number of companies, according to the Barometer 2008, can be found above all in the *automation, electrical and electronic materials, in the other manufactures and other services* sectors. (see Table IV.4, Chapter IV)

14. Thus, the data obtained in the Barometer 2008, shows the clearly favorable evolution of sales of companies that we have been observing for three years (2005-2007) would have experimented signs of a certain deceleration. According to the Barometer 2008, there is still a great majority of companies that state their sales have been somewhat or very superior to the previous years (exactly 72%) but there are still quite a few less than those that gave the same answer the previous year in the Barometer 2007 (38%). (see Table IV.5, Chapter IV)

15. The sectors where the companies have stated that their sales would be somewhat or very much higher than the previous year are the following: *commercial distribution, advanced services and consulting and other services*. They are followed at some distance by a significant number of companies in the *pharmaceutical, electrical and electronics materials, and finance and insurance sectors*, and at a further distance, by *the information society and other manufactures industries sectors*. However, a significant stagnation or stabilization of sales is observed in a group of companies in the *basic metallurgy, other manufactures industries, electrical and electronic materials and automation sectors*, followed at a distance by some companies in the *food, beverages and tobacco, finance and insurance and information society sectors*. Only a small number of companies from the *other manufactures industries* sector indicate that their sales are somewhat or quite below those reached in previous years. (see Graph IV.4, Chapter IV)

16. The last factor of Chapter IV has been the *participation of companies in export markets*. According to the results, only 63.2% of the companies are regular exporters of the products or services. While the rest, a minimum majority (36.8%) is, it seems clearly non exporting companies. In the Barometer 2007, the group of companies offered a clearly different composition with respect to this factor. The proportion of companies that exported their products was frankly inferior (only 49.5%). Therefore, a majority of companies last year sold regularly to domestic markets (see Graph IV.5 and Table IV.6, Chapter IV).

17. The information available on the global regions or areas destinations for the exports of the companies consulted in the Barometers 2007 and 2008 is the following: In the Barometer 2008, the percentage of companies exporting to the UE25 countries is a majority (55%) but somewhat inferior to those companies in the Barometer 2007 (61%). The rest of the geographical areas to which the companies export are the following: United States, Canada and Mexico (18% vis-à-vis 11% the previous year); Asia (11% vis-à-vis 10% in 2007; Latin America (10% vis-à-vis 7% in 2007) and the rest of the world (7% vis-à-vis 11% in 2007). (see Graph IV.6, Chapter IV).

Conclusions Chapter V, Part 12. Evaluation of the Institutional and Economic Aspects of the Business Climate.

1. In the Barometer 2007, once again as in previous years, the evaluation of the US companies of a total of 16 aspects or characteristics of the *economic and institutional climate* were surveyed. This year some questions have also been added on the level of relevance for the companies of the different aspects or characteristics of the climate to which the questions refer.

2. The companies surveyed this year are on a whole less satisfied than the previous year, with respect to a series of characteristics of the economic and institutional climate in which they operate. The evaluation by the companies of the 16 elements as a whole, in a scale between 1 and 7, has been 4.22, a figure clearly below the average of 4.40 points reached in the Barometer 2007. (see Table V.2, Chapter V)

3. The order of the aspects of the business climate with the highest evaluation has not changed too much with respect to the previous year as can be seen in Graph V.1 and Table V.2. Among the aspects of the business climate better evaluated are those the companies indicate as most relevant from their point of view (exactly 4 out of a total of 16).

4. Among the characteristics of the business climate better evaluated by the companies we can find two particularly well situated and which are considered completely relevant: the *level of accomplishment of contracts and agreements and employee level of education*. (see Graphs V.1 and V.2). The *quality of life offered to foreign employees*, once again this year is the best evaluated characteristic, although really the companies do consider it very important. On the other hand, neither do they consider important some of the characteristics worse evaluated such as the *level of bureaucracy of the administration* or the *relations with the central government*. (see Graphs V.1 and V.2)

5. Some of the worse evaluated aspects – as are the *labor laws and their application and taxes and fiscal regulations in general*, as well as, at a certain distance, *offered and requested payment conditions* – must be taken into account, according to the replies received, as matters that really worry the companies, given the high relevance indicated in the Barometer 2008 (see Graphs V.1 and V.2)

6. Some aspects however, have received much lower evaluations than in 2007. The evaluations situated above the average (4.40) have been, once again, the *quality of life offered to foreign employees* (5.24 this year and 5.62 the previous year), the *terms and quality of the banking services offered* (4.92 this year, 5.05 the previous year), *level of accomplishment of contracts and agreements* (4.88 this year, 5.20 the previous year); and *employees level of education* (4.69 this year, 4.78 the previous year).

7. At the lower levels, but still above the average are situated other aspects such as: *the legal and judicial efficiency* (4.23 this year, 4.28 the previous year); *insecurity and low quality of basic services* (4.26 this year, 4.30 the previous year); *the level of information transparency and quality* (4.27 this year, the same the previous year); *the relations with the autonomous governments* (4.31 in 2008, 4.15 in 2007), with *the local governments* (4.24 in 2008, 4.29 in 2007) and *with the central government* (4.09 in 2008, 4.06 in 2007).

8. Well below the average, however, the evaluations of the following concepts can be found: *the level of bureaucracy of the general administration* (3.27 vis-à-vis 3.29 in 2007); *offered and demanded payment terms* (3.61 vis-à-vis 3.78 in 2007), *taxes and the general fiscal regulations* (3.61 vis-à-vis 3.93 in 2007); *labor laws and their application* (3.80 vis-à-vis 3.89 in 2007) and

trade union and labor relations in general (3.95 vis-à-vis 3.85 in 2007), where there has been some improvement, contrary to previous years) (see Graph V.1 and Table V.2)

9. In 2008 the highest average evaluations as to the characteristics of the business climate correspond to the companies in the following sectors: *trade, finance and insurance, other services, automation, advanced company services and consulting*. To the other extreme, clearly below the average, as to the level of satisfaction of the business climate conditions (see Graph V.2) are the companies in the following sectors: *basic metallurgy, food, beverages and tobacco, pharmaceutical and chemicals*. In 2007 the companies in a great part of these sectors also showed their dissatisfaction.

10. The smaller companies (less than 50 employees) are in general quite less optimistic as to quite a few of the aspects of the business climate conditions evaluated, except for what refers to the *quality of life offered foreign employees, the terms and quality of banking services, the level of accomplishment of contracts, employees' education level and trade union and labor relations*. The aspects where the evaluations are relatively higher are: *the quality of life offered foreign employees, the degree of accomplishment of contracts and agreements; trade union and labor relations and the employees' level of education*. In these last two aspects and the first the evaluation stands out over those of other larger groups.

11 Some very concrete aspects, above all, the *level of accomplishment of contracts and agreements, the terms and quality of banking services, legal and judicial efficiency, quality of life for foreign employees, employees' level of education and the relations with the central administration*, receive the highest evaluation among the larger companies (more than 1,000 workers). These companies however are extremely critical, similar to the medium and small sized companies, on subjects such as *the level of bureaucracy of the public administration and the taxes and general fiscal regulations*. The *existing labor laws and their application* in Spain receive a very critical evaluation; however, by the larger companies more than the smaller companies (see Table V.76, Chapter V).

Conclusions Chapter V, Part 13. Level of adaptation of employee competences to company needs.

1. As to the *level of adaptation of employee competences to the existing needs of the company*, the better evaluated aspects by the companies in the Barometer 2008 have been (in decreasing order): the *employees-clients relation* (5.23 vis-à-vis 5.45 in 2007); *employees capacity to work in teams* (5.22 vis-à-vis 5.23 the previous year), *employee learning capacity* (5.18 vis-à-vis 5.46 the previous year) and *the acceptance of responsibilities and objectives* (4.98 vis-à-vis 5.28 the previous year). Still in the positive reply segment, you can find the only characteristic that has improved from last year: *quality control* (5.21 vis-à-vis 5.15 last year).

These are followed by, at the higher part of the table (with values still above the average), *employees capacity to solve problems* (5.06 vis-à-vis 5.14 the previous year), *employee compromise with continual improvement* (5.03 vis-à-vis 5.04), the *compromise of employees with the company* (4.95 vis-à-vis 4.99) and *autonomy at the work place* (4.92 this year vis-à-vis 4.94).

2. It must be pointed out however that in all the better evaluated aspects less one – *quality control* – the companies show in a very clearly a drop in their level of satisfaction vis-à-vis the previous year as to the *characteristics and attitude of contracted labor*. On the opposite side, that is where the evaluations are lower, the following aspects stand out: at the lowest level without doubt, similar to last year, the *scarce acceptance of worker labor flexibility and*

mobility. (3.85 vis-à-vis 3.95 in 2007). Also at a relatively low level of satisfaction, although having registered a slight improvement, you can find the *level of knowledge of the English language* (4.11 in 2008 vis-à-vis 3.89 in 2007).

3. The comparison offered by Graphs V.4 and V.5 (Chapter V) allows us to think that a great part of employee competences better valued from the point of view of the adaptation to companies needs, corresponded to aspects given a clear priority or at least relevance. Among these aspects figure questions such as: the *capacity to work in teams*, *quality control* and *the compromise for continual improvement*. All of these are highly evaluated aspects and at the same time considered important by companies. Some of the characteristics of the Spanish workers have been very well evaluated by companies. At the highest rankings figure the *relationship with clients* as well as the *learning capacity* (see Graphs V.4 and V.5, Chapter 5).

4. In 2008 and worth mention, are the significant improvements have been produced in the evaluation of companies of the *employees capacity to work in teams* (situated at level 2 in 2008 vis-à-vis level 4 in the previous year), and *the compromise for continual improvement* (level 7 in 2008 vis-à-vis level 10 in 2007). At the other end of the table – where levels of lesser satisfaction are detected – a clear stability can be seen in the evaluation made by the companies in the Barometers 2006 to 2008. On the question of *costs control and knowledge of English*, but above all in what concerns *the employee acceptance of labor flexibility and mobility*, the evaluations are particularly low in the three years analyzed.

5. The companies from some sectors such as *finance and insurance*, *information n society*, *chemicals and commercial distribution*, are those with the most favorable evaluations, both in 2008 as in 2007. Three of them, experiment, it seems, noteworthy improvements in the level of adaptation by workers to the required conditions of the company. The *commercial distribution* sector stands out very particularly this year. (see Table V.8 Chapter V)

6. The companies consulted seem to consider that their situation has strongly worsened in the years 2007 and 2008, above all in the *food, beverages and tobacco*, *pharmaceutical*, *electrical and electronic materials*, *business services other manufactures industries*, *basic metallurgy and other services sectors* (see Table V.8). The situation seems to have improved particularly during the last two years for the companies in the *information society and finance and insurance sectors*, while they seem to have somewhat worsened, however, among the companies in the *advanced services and consulting sectors* (see table V.8, Chapter V).

7. The larger companies (more than 1000 employees) are those that in 2008 are generally more satisfied with respect to the group of employee competences (they show the highest averages on Table V.9 in quite a few concepts). It is convenient to keep in mind, however, that among a great part of the group of companies, you can find those that have experimented a certain drop in their level of satisfaction with respect to the Barometer 2007 (see table V.9, Chapter V).

8. The *capacity to work in teams*, *quality control*, *the learning capacity*, *the autonomy at the workplace* and *the compromise for continual improvement*, in decreasing order, are by far the aspects that the large companies underline as the best evaluated in the Barometer 2008. Evaluations relatively high among these companies are shown on aspects such as *costs control*, *acceptation of responsibilities and objectives*, *the compromise of workers with the company* (see Table V.7, Chapter V). The large companies qualify, in general, with low values similar to those of the other size companies, both the *knowledge of the English language among their workers*, as well as the *level of acceptance of general flexibility and mobility* (see Table V.7, Chapter V).

9. The smaller companies (less than 50 employees) are more satisfied than the rest of the companies with a certain number of competences and attitudes of their employees. The best evaluated by these companies are, in decreasing order: the *employee-client relations*, the

capacity to work in a team, the acceptance of responsibilities and objectives and the compromise with the company. In the first to aspects and this last once, *the level of compromise with the company, the level of satisfaction showed by the smaller companies* is quite higher than the large companies (see Table V.7, Chapter V).

10. The worst evaluated aspects by the small companies are: *the lack of acceptance of labor flexibility and mobility and the low level of English*, although it is true that with this last aspect they are less critical than the majority of large companies. *The attention to improve productivity, as well as the control of costs by employees*, the small companies as well as the medium-large companies are particularly little satisfied (without doubt below the large companies) (see Table V.9, Chapter 5)

11 With have tried to outline, despite the limitation of the examples, some of the indications about which the values are more or less positive among the perceptions of the companies from the 12 sectors of activity as to the level of adaptation to needs of the job market. We have resumed the essential information in Table V.10 (see Chapter V). The better situated competences from the point of view of the evaluation by companies are, in first place, *the employese-clients relations* (in 7 sectors), and, in second place, *employee learning capacity and attention to quality* (in 6 sectors). Some of the better evaluated aspects, although in a less number of sectors, are *the capacity to work in teams, the compromise for continual improvement and the acceptance of company responsibilities and objectives*. Other competences such as *the capacity to make decisions, autonomy in the work place and the attention to improve productivity*, only appear sporadically in some sectors (see Table V.10, Chapter V).

12. The companies in *commercial distribution, other services and the information society* sectors tend to evaluate, it seems, at a high level the competences of their employees as to the *good relations with clients*. *The capacity to learn*, on the other hand, is particularly well evaluated in two sectors: *automation and food, beverages and tobacco* (see Table V.10). *Quality control*, aconcept, however, seldom evaluated very satisfactorily, is well evaluated in the *food, beverages and tobacco and electrical and electronics materials sectors*, and at a distance by the *automation sector* (see Table V.10).

13. The scarce acceptance of *employee flexibility and mobility* is the aspect that by far receives the worst evaluation in the sectors on a whole, according to the Barometer 2008. The companies from the *food, beverages and tobacco, pharmaceutical, chemicals, basic metallurgy, other manufactures industries, information society, finance and insurance, trade and other services sectors* are particularly critical of this factor (see Table V.10).

14 *Employee attention to costs control and productivity* are also mentioned, lastly, as a badly evaluated competence by companies in sectors such as: *Basic metallurgy, food, beverages and tobacco, other manufactures industries, information society, finance and insurance, trade and advanced business services and consulting sectors*. (see Table V.-10)

Conclusions Chapter VI, Part 15/16. Conclusions Cluster Analysis

The data classification methodology for the Barometer of US companies in Spain, 2008 has followed a similar procedure as the previous three Barometers. The last chapter pretends to offer a global vision of the situation of the companies established in the Spanish market.

This global vision has been carried out by classifying similar companies in homogeneous groups for a more clarifying analysis. Multivariate analysis techniques have been used, more concretely, Analysis of Main Components, in order to synthesize the information of some very wide concepts and classification algorithms (Cluster Analysis) to group the companies in homogeneous groups. This grouping has been established according to strategic differentiated behaviors that have been given by the group of US companies operating in our country.

The questionnaire of the Barometer (see Annex III) has been analyzed differentiating between active and supplementary variables. The first, are made up of homogeneous and exhaustive criteria by which to judge the similarities and lack of similarities among the companies with an end to establish a typology. In this study the active variables are those of strategic behavior. Thus the selected variables have been indicators of the general perspectives of the company, of results compared with the previous year, of sales with respect to the previous year, of the evolution of demand, of investment plans, of company employment, of the business climate and the adaptation of employees to company needs.

The supplementary or illustrative variables play the role of external variables which although not intervening in the assignment of the companies to clusters, help to interpret, substantiating or not the hypothesis previously posed. These variables are used to study the relation between the clusters and other economic, political, legal, labor, etc. climate variables

This analysis has organized the US companies established in Spain in 4 homogeneous clusters according to their strategic behavior – active variables. These clusters are as follows:

Cluster 1: A 32% of the total of companies in this study is in this first cluster, exactly 31 companies. It is the largest cluster. The companies in this cluster are characterized by their generally high forecasts of the business activities, of demand and results, as well as for having the highest level of values as to investment and employment. Their evaluations of the business climate are negative and improve a little in the compromise of the employees as to the needs of the company although both evaluations are below the average. The sectors most associated with this first cluster are basically *pharmaceutical, basic metallurgy, finance and insurance and advanced business services and consulting*.

With reference to investment, there is not much difference between the clusters, but this cluster seems to have a certain advantage over the others. In this cluster, little more than half of the companies are regular exporters and the percentage of their exports is low. For example, 80% of the companies export between 0 and 30% of their products. With respect to imports, this is not homogeneous as 40% import less than 10% of their products, 40% import between 80-100% of their products and this trend is going to continue in the years to come. The more aggressive price setting policies are really a rivalry factor for half the companies. As to the competitive factors referring to the opening of markets to products manufactured in emerging economies, this is not considered a risk factor for three quarters of the companies.

Cluster 2: This second cluster is formed by 18.5% of the companies, 18 companies and is thus the smallest cluster. This group has generally low perspectives of the economy as is shown in the results, the demand and sales. Also, this kind of companies' present average values as to investment, employment, relations with the administrations and payments and contracts. The rest of evaluations of the business climate are below the average. To the contrary, we can observe the evaluations which refer to Company needs on behalf of the employees; we see that this group has very positive evaluations. With the exception of this, we can observe that it is a model cluster, that is, its centroid, whose coordinates would be average values of the criteria variables is similar to the general average of the total of the companies. The sectors most represented in this cluster are chemicals and food.

Less than half of the companies in this cluster had investment projects but none of the 18 companies forming the cluster replied that they were planning on reducing or postponing an investment project. With reference to the exports, only one out of three of the companies regularly exports and half of these companies export less than 30% of their products. With respect to imports, this is not homogeneous as 40% import less than 20% of their products and 50% import between 80-100% of their products, and this trend is going to continue in the next years. A 70% of the companies see a factor of competitive rivalry, more aggressive price setting policies, but not the new initiatives in local markets.

Cluster 3: This third cluster is formed by 29% of the companies that is 28 companies. This cluster represents the most pessimistic evaluations in almost all the variables. The active variables have the lowest evaluations, well below the total company average, with the exception of the variables of demand, investment, payment and contracts, although these continue to have values way below the average. We must underline that despite the low evaluations of the great majority of the variables, the variable that measures the evolution of market demand is relatively high within the cluster. The majority of sectors in this cluster are: automation, electrical and electronic materials, other manufactures industries and other services.

The companies in this cluster do not differentiate much from the other clusters with reference to investment, as more than half of them carried out new investment projects and 85% of the companies are not planning on postponing or reducing investment projects. The companies in this sector, together with the first cluster, are those oriented towards overseas markets (around 60% of the companies regularly export and the percentage of exports is distributed between different percentages). The companies are not characterized by imports, as 52% of the companies import less than 20% of their products. It seems that this trend will also maintain in the future. Aggressive price setting is really a growing rivalry factor for these companies (75% of the companies), as well as the opening of markets to products manufactured in emerging economies (40% of the companies).

Cluster 4: The fourth and last cluster is formed by 20.5% of the companies, 20 companies. It is the second smallest cluster. It is characterized by the general high perspectives as to the economic activity, results, demand and sales, these active variables being similar to cluster 1. Although the variable related to investment plans presents a low value despite the good perspectives of the rest of the variables. As to the variables referring to business climate and adaptation of the employees to company needs, this cluster presents the highest values, with the exception of the payments and contracts variable. The majority of the sectors in this cluster are trade, information society, and to a lesser degree advanced business services and consulting.

With reference to investment, a little more than half of the companies carried out investment projects in Spain in 2007 and 95% of the companies had no thoughts of postponing or reducing investment projects. The companies in this cluster are those most oriented towards the domestic market (two thirds of the companies do not export regularly) and the companies that do export more than half of these export less than 30% of their products. Imports are homogeneous in this cluster due to the fact that 35% import less than 20% of their products and 40% import between 80-100% of their products. This import trend is going to continue in the next years. A 60% of the companies in this cluster see the aggressive price setting as a growing rivalry factor, but not the opening of markets to manufactured products from emerging economies (only 15 of the companies see it as a risk factor), because it is the cluster most centered on the Spanish domestic market.

ANEXO II. Características del Análisis y de la muestra obtenida

1. Presentación del Barómetro

El BARÓMETRO 2008 DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA ofrece una aproximación al análisis de la situación y de las expectativas de las empresas norteamericanas que operan en territorio español, haciendo hincapié en el clima de los negocios, a sus perspectivas a medio plazo y a su valoración del entorno empresarial e institucional. Para la elaboración del Barómetro se parte de 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 España; basándonos en la encuesta realizada a las empresas entre los meses de Diciembre de 2007 y Marzo de 2008. De esta forma se puede conocer, de primera mano, la opinión de las empresas sobre la situación actual, sobre sus resultados alcanzados y sobre sus perspectivas de crecimiento futuro. Por otro lado, permite analizar y medir el grado de satisfacción e insatisfacción sobre las condiciones tanto económicas como institucionales del entorno en que ellas operan.

A lo largo del BARÓMETRO se encuentran indicadores que miden la evolución que las propias empresas realizan de los factores principales y tendencias de evolución de los mercados, así como la incidencia de algunos de los factores que más influyen en la competitividad de los mercados en que operan. Por otra parte, también se analizan aspectos relacionados con las competencias de los trabajadores, los aspectos del marco jurídico e institucional y políticas de regulación que más afectan a las compañías.

Toda esta información recogida en el BARÓMETRO del presente año, fruto de los datos de las encuestas recibidas, 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 general de la economía. Estos son, datos de acuerdo con su experiencia, la orientación y la incidencia de determinadas políticas públicas y de los correspondientes marcos de regulación de los mercados.

Esta quinta edición del BARÓMETRO DE LAS EMPRESAS DE EE.UU. EN ESPAÑA tiene el objetivo de facilitar la identificación y valoración adecuadas de determinados aspectos y factores estratégicos que indudablemente deben de ser tenidos en cuenta para las futuras decisiones empresariales.

No se debe olvidar el esfuerzo de análisis adicional para agrupar la información disponible con la finalidad de definir una posible tipología de comportamientos empresariales. Por ello, como se viene haciendo año tras año, se ha hecho uso de la metodología estadística multivariante, en concreto, las técnicas de Análisis en Componentes Principales y de Cluster Analysis.

Se ha 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, todo ello 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.

En el Barómetro, se nos ofrecen algunos de los elementos de información que permiten conocer y anticipar algunos de las oportunidades o problemas claramente asociados a este tipo de aspectos. Para conseguirlo se han tenido en cuenta todos aquellos comportamientos o tendencias que pertenecen a las áreas que son de responsabilidad empresarial y, por otro lado, los factores condicionantes del entorno político e institucional externo a las empresas.

Como se ha dicho anteriormente, toda la información presentada en el Barómetro debería tenerse en cuenta, de un modo u otro, a la hora de tomar decisiones estratégicas, tanto por las empresas a las cuales va dirigido el proyecto, como para los gobiernos y las instituciones implicadas. El hecho y aspiración de poder contribuir a ello justificaría más que sobradamente gran parte del esfuerzo que sin duda nos ha exigido a todos, tanto el trabajo de campo como la elaboración de un instrumento de análisis como el que hoy presentamos.

2. Rasgos básicos de la muestra

El Barómetro es fruto de una encuesta que se lleva a cabo por la Cámara de Comercio Americana en España y en la que ESADE, en su condición de centro académico, ha asesorado proceso en su conjunto. Concretamente, ESADE ha efectuado las tareas de análisis, de supervisión técnica y de redacción del Informe en el que se recopilan el conjunto de resultados y conclusiones básicas.

La encuesta ha sido enviada a una población aproximada total de 549 empresas de capital norteamericano establecidas en España, incluidas tanto las empresas que en la actualidad son miembros de la Cámara de Comercio como las que no. El directorio de empresas utilizado en la fase de preparación de la encuesta se ha basado en el registro actualizado de la Cámara de Comercio Americana en España.

Durante la fase 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. Finalmente, este año contestaron la encuesta debidamente cumplimentada un total de 97 empresas, representando a un amplio abanico de sectores empresariales.

Dichas empresas representan un total de 103.437 de trabajadores (en el año 2007, un total de 113 empresas, con un volumen total de trabajadores de 60.574). Para facilitar el estudio, como se ha venido haciendo cada año, estas empresas se reparten a lo largo del Barómetro en 12 sectores de actividad manufacturera y de servicios.

A continuación se muestran los rasgos y características básicas de las empresas que han respondido la encuesta de forma correcta. Dentro de este grupo de empresas encontramos algunas de las más importantes en sectores como el de la automoción, el de la alimentación y bebidas, el sector químico y farmacéutico, de materiales eléctricos y electrónicos, entre otros. Por otro lado, haciendo referencia a aquellas empresas que ofrecen servicios, se han dividido en diversos sectores como son el de servicios a las empresas y consultoría, servicios financieros o comercio, entre otros.

Seguidamente, mediante los gráficos I.1 y I.2 se muestra la distribución de dichas empresas según el tamaño y según la antigüedad. Como se puede observar, existe un perfil ciertamente amplio tanto para la dimensión de las empresas como para su antigüedad. El presente año, las empresas se reparten equitativamente entre los cuatro diferentes tamaños de empresas, situándose todos los grupos alrededor del 25%. Ahora bien, como el año anterior, cabe destacar que una gran parte de las empresas (78,26%), que han contestado correctamente la encuesta, tienen una antigüedad en España de entre 10 y 50 años.

Gráfico I.1
Año 2008

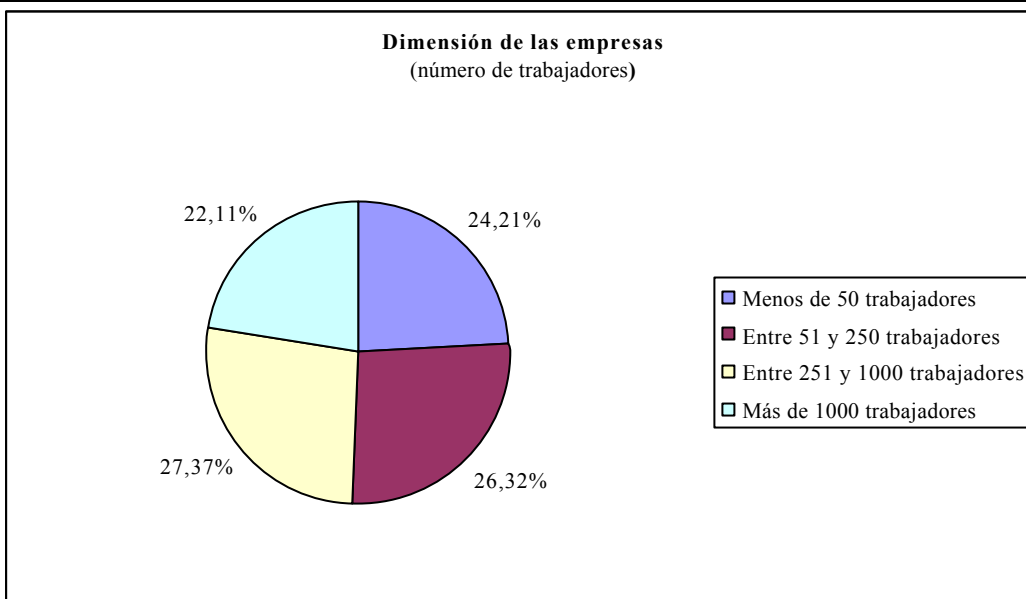
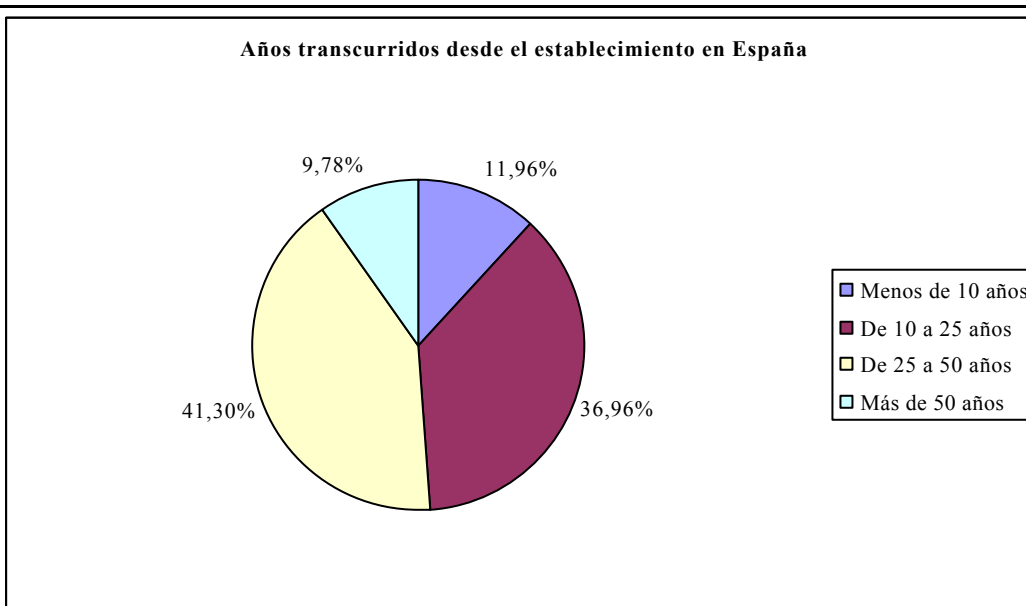


Gráfico I.2
Año 2008



En los gráficos I.3 y I.4 presentamos la distribución sectorial de las empresas encuestadas, según el número de empresas y según el número de trabajadores que agrupan. Finalmente, se ha dividido la población en doce sectores: siete del ámbito manufacturero y cinco del segmento de los servicios.

Gráfico I.3

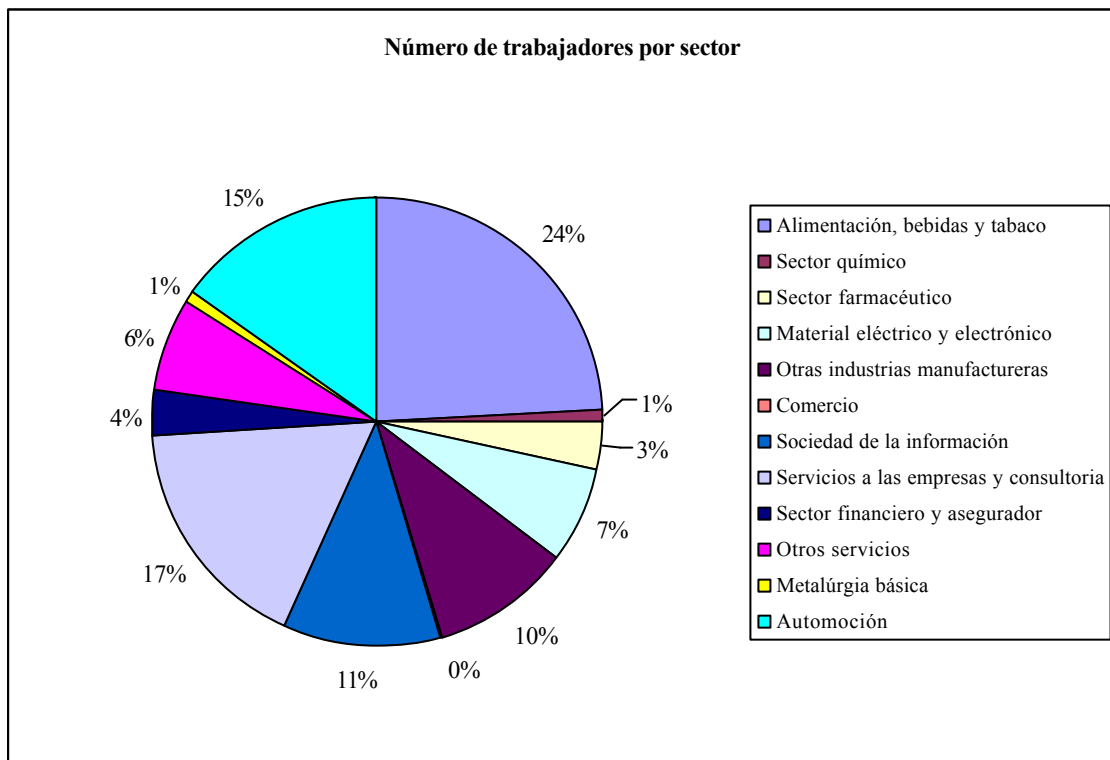
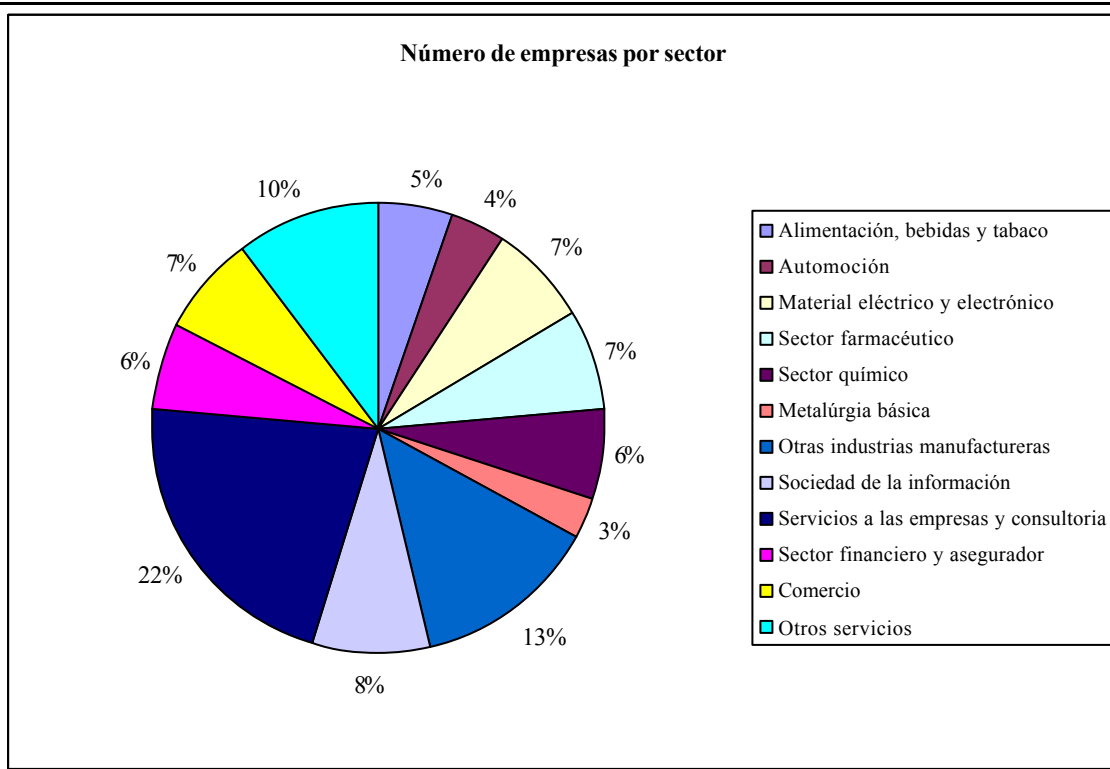


Gráfico I.4



Seguidamente, en la tabla I.1 se muestra el grado de desviación o de ajuste sectorial del presente Barómetro, gracias a la distribución de las empresas que realmente han colaborado en la encuesta.

Como puede observarse en la siguiente tabla, los sectores con mayor representación son los de Servicios a las empresas y consultoría, Otras industrias manufactureras, el del sector químico y farmacéutico y, finalmente, otros servicios. Por el contrario, los sectores con menos representatividad serían los sectores de metalurgia, automoción y el sector de alimentación, bebidas y tabaco.

Tabla I.1								
Distribución por sectores del número de empresas y empleados de la muestra y la totalidad de las empresas (Año 2008)								
<i>(comparación de las estructura sectorial de la muestra respecto del total de las empresas encuestadas)</i>								
Sectores	Población total investigada				Muestra del Barómetro del año 2008			
	Empresas		Ocupados		Empresas		Ocupados	
	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%	Núm.	%
Alimentación, bebidas y tabaco	33	6%	21553	10%	5	5%	24861	24%
Automoción	37	7%	47417	23%	4	4%	15912	15%
Material eléctrico y electrónico	20	4%	6466	3%	7	7%	7268	7%
Sector químico - farmacéutico	55	10%	9268	4%	13	13%	4424	4%
Metalurgia básica	62	11%	10130	5%	3	3%	887	1%
Otras industrias manufactureras	74	13%	25864	12%	13	13%	10349	10%
Comercio	44	8%	21554	10%	7	7%	352	0%
Sector financiero y asegurador	21	4%	6466	3%	6	6%	3696	4%
Servicios a las empresas y consultoría	35	6%	19398	9%	21	21%	17771	17%
Sociedad de la información	63	11%	20475	10%	8	8%	11295	11%
Otros servicios	109	20%	26941	14%	10	10%	6622	6%
TOTAL	553	100%	215531	100%	97	100%	103437	100%

Fuente: Barómetro de los Negocios 2008/Cámara de Comercio Americana en España (Registro de empresas)



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

Perspectivas para el año 2008

ESADE

**Un cuestionario sobre las perspectivas de actividad de empresas de capital estadounidense
en España para el año 2008**

Patrocinado por:



La Cámara de Comercio Americana en España y ESADE cooperan en la realización de esta nueva edición de “*El Barómetro de las empresas de EE.UU. en España, 2008*”. 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 las encuestas, 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.

Nota de confidencialidad

La Cámara de Comercio Americana en España y ESADE se comprometen a mantener confidencial toda la información recopilada en el cuestionario que sigue.

Resumen

El objetivo de este estudio es comprender las previsiones de las empresas de EE.UU. establecidas en España para el año 2008. El estudio incluye todas las empresas estadounidenses, sean o no socias de la Cámara de Comercio Americana en España. Los resultados de dicho estudio son públicos. El nombre de las empresas que participan es estrictamente confidencial.

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:

- | | |
|---|--------------|
| I. Actividad agraria en general | § I |
| II. Energía eléctrica, gas y vapor | § II |
| III. Industrias manufactureras | |
| 1. Alimentación, bebidas y tabaco | 1. |
| 2. Textil y confección | 2. |
| 3. Cuero y calzado | 3. |
| 4. Madera y corcho | 4. |
| 5. Papel, artes gráficas y edición | 5. |
| 6. Coquerías, refino de petróleo | 6. |
| 7. Productos químicos (excepto farmacéuticos) | 7. |
| 8. Productos farmacéuticos y materiales médicos | 8. |
| 9. Manufacturas del caucho y plásticos | 9. |
| 10. Productos minerales no metálicos | 10. |
| 11. Producción, primera transformación y fundición de los metales | 11. |
| 12. Productos metálicos | 12. |
| 13. Maquinaria y equipo, óptica y similares | 13. |
| 14. Material eléctrico y electrónico | 14. |
| 15. Material de transporte | 15. |
| 16. Otras industrias manufactureras | 16. |
| IV. Construcción | § IV. |
| V. Servicios | |
| 1. Comercio (mayorista y minorista) | 1. |
| 2. Turismo | 2. |
| 3. Transporte | 3. |
| 4. Sociedad de la información | 4. |
| 5. Inmobiliarias y alquileres | 5. |
| 6. Servicios a las empresas | 6. |
| 7. Servicios personales | 7. |
| 8. Sector financiero | 8. |

I. Perspectivas generales 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 estadounidense, 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 preocupan seriamente como empresa?

1. Sí.- 2. No.- 3. NS/NC.

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

.....

II. Situación y perspectivas en su sector de actividad

II-8. Las perspectivas generales de actividad del conjunto del sector en el 2008 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 2008 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 año 2008, comparados con los del año 2007, 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 2007, y comparado con 2006, las ventas de su empresa se han situado:

1. Muy por encima.- 2. Bastante por encima.- 3. Algo por encima.
4. Se han estabilizado.
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 con una rivalidad competitiva creciente en su sector?

1. Sí.- 2. No.

En caso negativo, salte a 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: (Indique 3, marcando la letra correspondiente)

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

III. Capacidad productiva y proyectos de inversión

III-15. ¿Realizó su empresa en el 2007 nuevos proyectos de inversión en España?

1. Sí.- 2. No.

En caso negativo, responda a la pregunta III.18.

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 2008 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 a 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 fabricados por 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.

III-23. En el ejercicio del 2007 ¿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 a 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 2007, 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 2007, el volumen total de trabajadores empleados en su empresa:

1. Aumentó.- 2. Se mantuvo.- 3. Disminuyó.

IV-29. En el año 2008 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 año 2008, 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 y relevancia para las necesidades de su empresa por parte de los trabajadores españoles que han contratado?

Para valorarlo, utilice el baremo que le proponemos a continuación:

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

	Adecuación							Relevancia						
a. <i>Aceptación de responsabilidades y objetivos</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
b. <i>Aceptación de la flexibilidad y movilidad</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
c. <i>Atención a la mejora de la productividad</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
d. <i>Atención a la calidad</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
e. <i>Autonomía en el trabajo</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
f. <i>Capacidad de aprendizaje</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
g. <i>Capacidad para resolver problemas</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
h. <i>Capacidad para el trabajo en equipo</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
i. <i>Capacidad para tomar decisiones</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
j. <i>Compromiso con la organización</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
k. <i>Compromiso con la mejora continua</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
l. <i>Control de costes</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
m. <i>Conocimiento del idioma inglés</i>	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
n. <i>Relación con los clientes</i>	1	2	3	4	5	6	7	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 estadounidense en el 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 caso negativo, responda directamente a 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 que prevén su empresa a lo largo del año 2008 son hoy por hoy:

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

VI. 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 determinados aspectos concretos de su entorno empresarial y su relevancia:

Para valorarlos, utilice el baremo que le proponemos a continuación:

1: Nivel muy bajo favorable/relevancia.....7: Nivel muy alto favorable/relevancia

	Favorable							Relevancia						
a. Condiciones de pago ofrecidas y exigidas	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
b. Nivel educativo de las personas	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
c. Grado de cumplimiento de contratos y acuerdos	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
d. Eficacia del ordenamiento jurídico y judicial	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
e. Leyes laborales existentes y forma de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
f. Relaciones sindicales y laborales en general	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
g. Relación con la Administración pública central	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
h. Relación con las administraciones autonómicas	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
i. Relación con las administraciones locales	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
j. Costes de los servicios básicos	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
k. Inseguridad o baja calidad de los servicios	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
l. Impuestos y conjunto de normas fiscales	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
m. Nivel de transparencia y calidad de la información	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
n. Facilidades y calidad de los servicios bancarios	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
o. Calidad de vida ofrecida al personal extranjero	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
p. Grado de burocratización de las administraciones	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

VI-37. ¿Indique en cuál o cuáles de los siguientes 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 estadounidenses 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 plantear alguna cuestión realmente importante en el conjunto de las preguntas anteriores?

1. Sí.- 2. No.

En caso afirmativo

¿Cual sería esta cuestión relevante?.....