

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 está 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.