

# 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 2007.

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

1. Las empresas estadounidenses que operan en nuestro país muestran en general un elevado nivel de optimismo en el Barómetro del año 2007, por lo que se refiere a la *valoración de su situación actual*, por encima incluso de lo que ya manifestaron en el año 2006. La visión que nos ofrecen sobre *el estado de sus negocios* en España y sobre *sus perspectivas de futuro*, parecen reflejar un elevado grado de satisfacción respecto a los resultados alcanzados y en relación con una serie de aspectos de su entorno más inmediato. Esto es lo que se desprende de la información contenida en los gráficos II.1 a II.6 (Capítulo II del presente informe).

2. Respecto al año 2006 han aumentado en su conjunto, de acuerdo con los resultados del Barómetro 2007, la proporción de *empresas que se declaran este año en una situación actual claramente favorable*. Aumenta incluso, de modo significativo, el porcentaje de las que se manifiestan muy satisfechas. Decrece considerablemente, en cambio, la proporción de quienes hace dos años se declaraban, en cambio, estar insatisfechos (v. Gráfico II.1. Capítulo II).

3. La visión que nos ofrecen el conjunto de empresas sobre sus *perspectivas de evolución a medio plazo de las empresas* es una vez más claramente positiva, superior también a la del año anterior. Un 81% de las empresas consultadas son las que nos indican que *su situación es hoy en día o muy satisfactoria o bastante satisfactoria*. Un 85% son, además, las que nos anuncian que en el año 2006 *los resultados económicos esperados* van a ser bastante o algo superiores respecto al año anterior). Y son una razonable mayoría – del orden del 66% - las que claramente manifiestan que *las perspectivas empresariales a medio plazo* son bastante o algo favorables (Gráfico II.3. Capítulo II).

4. Parece confirmarse, también la existencia de un elevado grado de satisfacción de la marcha general de los negocios en bastantes sectores de actividad. Son seis los sectores en que se concentran las empresas que manifiestan un alto grado de satisfacción respecto a su estado actual. 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 las empresas se muestran más insatisfechas, en cambio, son, en primer lugar: *la automoción*, y en alguna medida también, *los sectores químico, farmacéutico y otras industrias manufactureras* (v. Gráfico II.11. Capítulo II).

5. Por lo que se refiere a *las ventas y a la situación de la demanda en los mercados*, la opinión manifestada por los directivos de las empresas una vez más se presenta mayoritariamente favorable. Son un 42% las empresas que anuncian que *sus ventas* han venido creciendo muy por encima o bastante por encima respecto a las cifras del año anterior. En cuanto a *evaluación del comportamiento de la demanda*, la situación se nos aparece también notablemente favorable. Un 36% de las empresas nos indican que la demanda en sus mercados evoluciona de una forma fuertemente creciente o bastante creciente, si bien un 43% afirma que aquella es tan sólo algo creciente. Sólo un 8% son los que nos informan de que sus empresas se enfrentan a una evolución negativa de la demanda (v. Gráfico II.5. Capítulo II).

6. La respuestas a las preguntas I4 y I5 (v. Anexo III) referidas a la evaluación que las empresas hace del *clima general de los negocios* existente en España y de la marcha general de

la economía de nuestro país han sido este año particularmente positivas. Mientras que en el Barómetro 2006, un 63 % de las empresas eran las que nos indicaban que *el comportamiento de su sector de actividad* iba a ser seguramente bastante favorable o muy favorable, en el primer trimestre del 2007 (Barómetro 2007) son ahora un 77% los que nos anuncian este mismo vaticinio netamente optimista (v. Gráfico II.7. Capítulo II).

7. La valoración que las empresas hacen de *la marcha general de la economía española* resulta, así mismo, particularmente positiva. Se mantiene, e incluso aumenta, el nivel ya alto de satisfacción existente entre las empresas respecto a la evolución global de la economía a corto plazo. Mientras que en el 2006 fueron un 76 % las empresas que manifestaron que las perspectivas de crecimiento de la economía española eran favorables o muy favorables, en el año 2007 han sido nada menos que un 85% las que se han manifestado en el mismo sentido. El porcentaje de las empresas que emiten hoy una valoración negativa sobre la economía española (opinan que su evolución es algo o bastante desfavorable) son tan sólo un 4 %, mientras que en el año anterior esta opinión representaba el 10 % (v. Gráfico II.8. Capítulo II).

8. En cuanto a las perspectivas *de mantenimiento o generación de nuevos puestos de trabajo en las plantillas*, en el año 2007, un 42% las empresas son las que afirman que van a poder efectuar alguna ampliación, y un 49%, en cambio, las que prevén que tan sólo el mantenimiento de sus actuales niveles de empleo (en total un 91% son las que prevén mantener o aumentar sus actuales cifras de empleo) En el año 2006, en cambio, representaban un 88% las empresas que apostaban por el mantenimiento o aumento de sus niveles de empleo (v. Gráfico II.4. Capítulo II).

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

1. De acuerdo con los resultados del Barómetro 2007 tan sólo un 48% de las empresas consultadas afirman que han llevado a cabo algún proyecto de inversión en el año 2006. Según el Barómetro del año pasado, en cambio, fueron una clara mayoría (un 54%) las empresas que ejecutaron algún nuevo proyecto de inversión (frente al 49% del año anterior). El año 2005 parece haber sido, por lo tanto, algo más expansivo que el actual por lo que a *la realización de proyectos de inversión* se refiere (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 2007 sólo un tercio de las empresas (un 34%) afirman que sus inversiones les han permitido una cierta expansión de su capacidad productiva, cifra que se sitúa por debajo de lo alcanzada en el año 2006 (36%). Aumentos de la capacidad productiva importantes, por encima del 50%, sólo se han producido en el 8% de las empresas en el año 2006, mientras que en el año 2005 tales aumentos se dieron en muchos más casos: en un 54% de las empresas (v. Tabla III.1 y Gráfico III.3. Capítulo III).

3. Las empresas que declaran haber realizado *aumentos de capacidad productiva importantes (> 50%)* se concentran tan sólo en dos grandes sectores: *el sector farmacéutico y los otros servicios*. En otros sectores tales como *la alimentación, bebidas y tabaco, la metalúrgica básica, el comercio, la sociedad de la información y las otras industrias manufactureras, y el sector financiero asegurador* los aumentos de la capacidad productiva producidos en su mayoría apenas superan el 10% del potencial de producción. A un nivel intermedio se sitúan por último, los aumentos realizados en sectores tales como *la automoción, el material eléctrico y electrónico, los servicios avanzados a las empresas y la consultoría* (v. Tabla III.2. Capítulo III).

4. Ante la pregunta de hasta que punto algunas *empresas tienen previsto anular, reducir o aplazar algunos proyectos de inversión*, son 46% (un 54% en el 2006) las empresas que afirman

no plantearse realizar cambios en sus planes de inversión. Existe un número muy reducido de empresas (concretamente el 3%, en el 2006 era un 5%) que afirma que sí que tiene previsto aplazar o anular alguno de sus proyectos. Por último, es ciertamente numeroso el grupo de empresas, un 51% (41% en el 2006) que se abstiene al responder a esta pregunta (v. Tabla III.5. Capítulo III).

5. Las *actuales perspectivas de inversión en el año 2006, a nivel de los sectores*, son francamente moderadas en términos globales. Existe tan sólo en dos sectores concretos un grupo significativo de empresas con perspectivas netamente optimistas sobre la inversión en su sector de actividad: *los servicios avanzados a las empresas y consultoría* (45% de las empresas) y el *sector de los otros servicios* (42%). Los sectores que concentran un mayor número de empresas más o menos pesimistas sobre el futuro de los planes de inversión en su sector son: el de la *automoción* (33%), seguido a distancia por *el sector químico* (14%) y, *la metalúrgica básica* (13%) (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 94 las empresas que afirman estar importando una parte de sus productos de centros de producción localizados en el exterior de España (un 82% de la muestra). Según los resultados del Barómetro del 2007 un grupo significativo de 27 empresas (el 29% de la muestra) tan sólo importa del exterior menos del 10% de la producción, otro grupo de 32 empresas (el 34%) declaran estar importando, en cambio más del 90% de la oferta de productos que realizan en los mercados. (v. Tabla III.6. Capítulo III).

7. Las diferencias por sectores al parecer son significativas. Las empresas situadas en sectores industriales tales como *la alimentación, la automoción, los servicios a las empresas, junto al sector de material eléctrico y electrónico, y el sector financiero-asegurador* 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 sociedad de la información, el comercio, las otras industrias manufactureras, y el material eléctrico y electrónico*, suelen aparecer, en cambio, mucho más abiertos a la importación de productos y servicios del exterior (v. Tabla III.7. Capítulo III).

8. Se ha planteado también a las empresas la pregunta de hasta qué punto se proponen realizar cambios que afectarían a la proporción de productos importados provenientes de sus centros localizados en el exterior. Un grupo francamente mayoritario de empresas (64%), afirma que ellos no van a introducir ningún tipo de cambios en un futuro inmediato. Existe un grupo de 16 empresas (un 14%) que afirma que su decisión va a ser la contraria: aumentar las importaciones del exterior y por tanto incrementar el suministro del mercado interno a partir de la producción que realizan fuera de España. Un grupo de 17 empresas (el 15%), por último, no se pronuncia en relación con la pregunta. Tan sólo 8 empresas prevén reducir las importaciones y concentrar aún más su producción en España. A la vista del conjunto de los datos, parece razonable concluir que son hoy muy pocas las empresas que se plantean o tienen ya decidido, efectuar cambios en la localización de la producción que hoy realizan en nuestro país, dirigida la mercado interno (v. Tabla III.8. Capítulo III).

9. Las *perspectivas manifestadas por las empresas sobre la evolución del empleo en su sector de actividad* son ligeramente optimistas en línea de continuidad con lo sucedido en el año 2006. Mientras que en aquel año un 13% de las empresas anunciaban que se verían obligadas a anunciar una previsible reducción de empleados, en el año 2007 han sido bastantes menos (10%). En el 2007, las empresas que se han pronunciado en un sentido optimista por lo que se refiere a la creación de empleo han sido un grupo elevado, muy parecido al del 2006 (un 42% en 2007; un 41% en 2006) (v. Gráfico III.5. Capítulo III).

10. Las empresas que se manifiestan más optimistas sobre las posibilidades de creación de empleo se concentran en los sectores de: *la sociedad de la información, el comercio, los otros servicios, los servicios a las empresas y consultorías y el sector financiero y asegurador*. En cambio, las empresas que prevén unas peores *perspectivas de evolución sectorial del empleo* se concentran en los sectores de *la automoción, el material eléctrico y electrónico* (v. Tabla III.9. 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 2007. Representan concretamente un 91% las empresas que afirman enfrentarse a una competitividad cada vez más elevada en sus mercados (una cifra equivalente a la del Barómetro de 2006) (v. Tabla IV.1).

2. Tres o cuatro grandes factores son los que aparecen como más decisivos según la opinión de las empresas. En primer lugar, y en una posición destacada, se sitúan *las políticas de fijación de precios cada vez más agresivas de los competidores*. A este primer factor le siguen otros cuatro, en orden decreciente: *la apertura de los mercados a ofertas competitivas de países emergentes; la aparición de iniciativas empresariales locales; una mayor exigencia e información del consumidor; y la entrada de nuevos inversores internacionales*. En lugares ya muy rezagados quedan algunos factores tales como: *la reducción de barreras de entrada a la competencia; el grado creciente de información y de transparencia de los mercados; la creciente desregulación de mercados; y la eficacia de los servicios y organismos de defensa de la competencia* (v. Gráfico IV.1. Capítulo IV).

3. Tanto en el año 2006 como en el 2007 es de destacar el hecho de que las empresas sitúan 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 el Barómetro 2006, una considerable estabilidad en las condiciones que determinan la rivalidad competitiva en un gran número de mercados (v. Gráfico IV.1. Capítulo IV).

4. 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 de la sociedad de la información, el sector financiero y asegurador, el sector farmacéutico, los servicios a las empresas y la consultoría, la distribución comercial y, por último, la industria química* (v. apartado 1; Tabla IV.3. Capítulo IV).

5. Otros dos factores afectan también de manera significativa a las diversas empresas y sectores, si bien en una menor proporción de casos: a) *la entrada de ofertas competitivas provenientes de economías emergentes*; y b) *la presencia creciente de nuevos competidores locales*. 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 otras industrias manufactureras*, experimentan aumentos significativos de competitividad derivados de la penetración en sus mercados de productos provenientes de países emergentes. La presencia de nuevos competidores locales, en cambio, afecta sobre todo a: *los servicios a las empresas y la consultoría; al sector de la sociedad de la información; a la alimentación, bebidas y tabaco; al sector financiero y asegurador; y a los otros servicios* (apartados 2 y 7; Tabla IV.3. Capítulo IV).

6. Las empresas que se declaran *regularmente exportadoras* muestran, *una más elevada sensibilidad ante el crecimiento de la rivalidad competitiva en los mercados* por comparación a las que son *no exportadoras*. Según los resultados de la encuesta realizada, la mayor sensibilidad competitiva en los mercados de exportación parece estar particularmente relacionada con *un factor básico como es la entrada creciente en los mercados de la oferta de productos provenientes de economías emergentes*. En gran medida, las empresas exportadoras también *se muestran sensibles a las políticas agresivas de precios de los competidores en los mercados en que ellas operan*, si bien es cierto que este factor es resaltado todavía con mayor fuerza por las empresas no exportadoras (v. Gráfico IV.7. Capítulo IV).

7. Por lo que se refiere a las *expectativas de evolución de la demanda* en el barómetro de 2007 se desprende que las empresas son aún hoy bastante más optimistas de lo que lo habían sido en el 2006. En el año 2007 algo más del 79 % de las empresas afirman que las tendencias de demanda con que se enfrentan en los mercados van a ser crecientes. En el 2006, aun siendo una clara mayoría los optimistas, estos fueron bastantes menos (un 67%) (v. Gráfico IV.2 y IV.3. Capítulo IV).

8. En cuanto al *crecimiento experimentado en sus ventas durante el año 2006*, los resultados obtenidos por las empresas parecen ser, una vez más, marcadamente optimistas, de hecho más que en el caso del Barómetro del 2006. Nada menos que un 83% de las empresas acaban de afirmar en el Barómetro del 2007 que en el año anterior sus ventas han sido superiores (algo, bastante o muy superiores) a las de los dos años anteriores. En el Barómetro 2006, en cambio, el grupo quienes experimentaron crecimientos, representaban un 71%; y un 73% en el Barómetro 2005 (Tabla IV.5. Capítulo IV).

9. Los sectores en los que claramente predominan las empresas que han alcanzado cifras de ventas bastante por encima del año anterior, son: *los otros servicios*, la *metalúrgica básica*, la *sociedad de la información* y *los servicios avanzados a las empresas y la consultoría*. Les siguen, a alguna distancia, las empresas de los sectores *farmacéutico*, *material eléctrico y electrónico*, y *financiero y asegurador* (Gráfico IV.4. Capítulo IV).

10. 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 del Barómetro 2007, tan sólo un 49% de las empresas consultadas exportan regularmente sus productos a los mercados exteriores. En el anterior Barómetro eran un 57 % de las empresas en el año 2005 exportaban regularmente sus productos a los mercados del exterior, mientras que el resto (un 43%) se declaraban no exportadoras. Tan sólo el 27 % (16 en total) dirigen hoy de un modo prioritario sus productos (más del 50 % de sus ventas) sus productos a los mercados exteriores. Un porcentaje mayoritario de las empresas consultadas en el año 2007 (un 52 %) manifiestan ser exportadoras en unos porcentajes de ventas mucho más modestos, que no llegan a superar el 30 % de sus ventas (v. Gráfico IV.5 y Tabla IV.6. Capítulo IV).

11. Una mayoría de las empresas exportadoras que han participado en el BARÓMETRO 2007 (cerca del 64%) localizan sus ventas al exterior en la Unión Europea. El resto de empresas exportadoras localizan sus mercados, en orden decreciente, en otras áreas (EE.UU Canadá y México, 11 %; Asia, 11 %; América Latina (7 %), y resto del mundo, 11 %). (v. Tabla IV.6. Capítulo IV).

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

1. En el BARÓMETRO 2007 se presentan, una vez más, como ya se hizo el año anterior, 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. Los

resultados alcanzados en dichas valoraciones presentan en general, salvo en algún aspecto concreto, variaciones de signo positivo respecto a los resultados del BARÓMETRO de 2006 (v. Tabla V.2. Capítulo V).

2. El primer hecho a destacar es el de la elevada posición que ocupan, de un modo particularmente estable a lo largo de tres años, la buena valoración que las empresas realizan de cuatro características básicas del entorno económico e institucional en que operan en nuestro país: *la calidad de vida ofrecida al personal extranjero* (siempre en primera posición), *las facilidades y 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) (v. Tabla V.2. Capítulo V).

3. El grado de satisfacción parece haberse reducido, tan sólo en temas tales como: a) *la transparencia informativa*, b) *las relaciones con las administraciones públicas locales*, y c) *con la administración pública central*, así como: d) *los costes de los servicios básicos de la comunidad*. La valoración empresarial del entorno ha mejorado, en cambio, en los temas siguientes: e) *la eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* y f) *la inseguridad o baja calidad de los servicios*, que ganan o mantiene posiciones en los tres últimos años (v. Tabla V.2. Capítulo V).

4. La mejoría bastante generalizada del grado de satisfacción existente se traduce también en cambios de sentido que son visibles en la ordenación de los resultados por sectores (en una escala del 1 al 7). En el año 2007 los valores medios más elevados por lo que se refiere a las características del entorno corresponden, en la actualidad, a las empresas de los sectores siguientes: *financiero y asegurador* (4,85), *servicios avanzados a las empresas y consultoría* (4,81), *automoción* (4,68), *otros servicios* (4,50), *sector farmacéutico* (4,42) y *sector químico* (4,36). En el año 2006 los sectores en que se concentraron unas mejores valoraciones empresariales fueron: *los otros servicios* (4,55), *la automoción* (4,35), *los servicios de consultoría, marketing y otros servicios avanzados a las empresas* (4,32), y *las otras industrias manufactureras* (4,31). Todos ellos, como resulta visible, con unos índices de valoración algo inferiores a los actuales (v. Gráfico V.2. Capítulo V).

5. En el Barómetro del año 2007, las valoraciones medias más bajas respecto a las características del entorno se concentran en los sectores de: *la metalúrgica básica* (3,26); *la alimentación, bebidas y tabaco* (3,59); *el comercio* (4,19); *el sector de la sociedad de la información* (4,20); y *las otras industrias manufactureras* (4,29). En una posición crítica todavía menos favorable, se situaron en el año 2006 las valoraciones empresariales de los siguientes sectores: *el material eléctrico y electrónico* (3,61); *las industrias de la alimentación, bebidas y tabaco* (3,65); y *la hostelería y servicios turísticos* (3,67) (v. Tabla V.3. Capítulo V).

6. Conviene que destaquemos, finalmente, la elevada posición que ocupan en el ranking del BARÓMETRO 2007, como ya sucedía en el del 2006, los sectores *financiero y asegurador*, *servicios avanzados a las empresas y de consultoría*, y el *sector de la automoción*, seguidos de los *otros servicios* (si bien éste ha perdido algunas posiciones) y del *sector farmacéutico*, con valoraciones bastante por encima de las del año anterior. Se observa, en cambio, un empeoramiento pronunciado de las opiniones manifestadas por las empresas en sectores tales como *la metalúrgica básica y el comercio*, junto a una leve recuperación de posiciones en el *sector de la alimentación, bebidas y tabaco* (v. Tabla V.3. Capítulo V).

7. Los datos del Barómetro del año 2007 nos indican, por lo que se refiere a la distribución por tamaños, que el nivel de satisfacción sobre las condiciones del entorno es en general más elevado en las empresas de más de 1000 ocupados (con una puntuación de 4,55), que en las empresas de los restantes tamaños. En el Barómetro del año 2006, en un año en que en todo caso el grado de satisfacción era más bajo para todas las categorías, la situación era distinta por lo que se refiere a la posición relativa de las empresas de tamaños más altos. En aquel año

fueron las empresas de tamaño medio-grande las que se mostraron más satisfechas (4,28), situándose claramente por delante de las empresas de mayor tamaño cuyas valoraciones reflejaban una menor satisfacción (4,00) (v. Tabla V.4. Capítulo V).

8. Algunos aspectos muy concretos, como son sobre todo, *el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos, la calidad de vida del personal extranjero, el nivel educativo de las personas* y las *facilidades y calidad de los servicios bancarios*, reciben su más alta evaluación precisamente entre las empresas de mayor tamaño (más de 1000 trabajadores). Algunos otros aspectos como son *la calidad de los servicios comunitarios* y la *eficacia del ordenamiento jurídico y judicial* reciben también una valoración alta por parte de este tipo de empresas. Las empresas más pequeñas (menos de 250 trabajadores) son bastante menos optimistas sobre la mayoría de aspectos o condiciones del entorno evaluados con ocasión de la realización del Barómetro del año 2007. Los conceptos en los que sus evaluaciones son relativamente más altas, se sitúan en: *la calidad de vida ofrecida al personal extranjero, el grado de cumplimiento de los contratos y acuerdos y el nivel educativo de las personas* (v. Tabla V.4. 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 2007, han sido los siguientes (en orden decreciente): la capacidad de aprendizaje de los trabajadores (5,46 en el año 2007 frente a 5,28 el año pasado); la relación de los trabajadores con los clientes (5,45 frente a 5,30 el año pasado); la aceptación de responsabilidades y objetivos (5,28 frente a 5,07 el año pasado); la capacidad de trabajar en equipo (5,23 frente a 4,94 el año pasado) (v. Gráfico V.3 y Tabla V.7. Capítulo V).

2. A una cierta distancia, aunque todavía en el segmento de respuestas positivas se han situado este año: la atención a la calidad (5,16 en el 2007; 5,17 el año pasado), un aspecto valorado prácticamente igual que el año anterior. A éstos les siguen, todavía en la parte alta de la tabla (con valores todavía por encima de la media), la capacidad de los trabajadores para resolver problemas (5,14 este año, 4,95 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la mejora continua (5,04 este año; 4,72 el pasado); el compromiso de los trabajadores con la organización (4,99, este año; 4,82 el año pasado) y la autonomía en el trabajo (4,94 este año; 4,88 el año pasado) (v. Gráfico V.3 y Tabla V.6. Capítulo V).

3. En los tres años analizados, mediante los Barómetros de 2005 a 2007, se ha puesto de manifiesto de forma sostenida un alto nivel de satisfacción en las empresas por lo que se refiere a dos aspectos: a) la capacidad de aprendizaje, y b) la relación de los trabajadores con los clientes de la empresa (aspectos que han proporcionado siempre las dos valoraciones más altas). En el año 2007 se han producido mejoras en la valoración que las empresas hacen de: a) la capacidad de trabajo en equipo de los trabajadores (que aumenta dos puntos en el 'ranking' respecto al nivel en que se encontraba el año anterior) y el compromiso en la mejora continua (que mejora, así mismo, tres puntos) (v. Tabla V.7. Capítulo V).

4. En el otro extremo de la tabla –allí donde se detecta unos grados de satisfacción más bajos – encontramos una extraordinaria estabilidad en las evaluaciones que realizan los empresarios en los años 2005 a 2007. En la cuestión de: a) el control de los costes, b) la aceptación de la flexibilidad y c) la movilidad laboral por parte de los trabajadores, y muy en particular, d) en el tema del conocimiento del idioma inglés, las evaluaciones resultan particularmente bajas en los tres años (v. Tabla V.7 Capítulo V).

5. El nivel de satisfacción 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 (3,93), la distribución comercial (4,46), y la automoción (4,46). A estas empresas les siguen a poca distancia las del sector de los otros servicios (4,60), con valoraciones también notablemente bajas (v. Gráfico V.4. Capítulo V).

6. Las empresas de los sectores financiero y asegurador (5,69) y del sector farmacéutico (5,57), seguidas de las de los servicios a las empresas y consultoría (5,36), son las que se que manifiestan globalmente más satisfechas por lo que se refiere a la evaluación de sus trabajadores. A cierta distancia se sitúan las empresas del sector de material eléctrico y electrónico (5,23) y del sector de la sociedad de la información (5,04) que expresan en el año 2007 unos niveles relativamente elevados de satisfacción por lo que se refiere al conjunto de competencias de sus trabajadores. (v. Gráfico V.4. Capítulo V).

7. Las empresas de algunos sectores concretos, como son la automoción (en la parte baja de la tabla), revelan una menor satisfacción, pero con una ligera mejoría en el 2007; el sector financiero y asegurador y los servicios avanzados a las empresas y consultoría (en la parte más alta o favorable), dan muestras de relativa estabilidad entre los años 2005, 2006 y 2007. En el primer grupo de empresas (el de la automoción), la insatisfacción ya parecía elevada en el primero de los dos años, y lo sigue siendo hoy en día. En el caso de los sectores financiero-asegurador y de servicios avanzados a las empresas, los grados de satisfacción se muestran, así mismo, elevados en los tres años (v. Tabla V.8. Capítulo V).

8. Las empresas consultadas que parecen haber visto empeorar más fuertemente su situación entre el 2006 y el 2007, se sitúan particularmente en los sectores de la distribución comercial, de la metalúrgica básica y de los otros servicios. Las empresas de los sectores de la alimentación, bebidas y tabaco, del sector de material eléctrico y electrónico, y del sector otras industrias manufactureras, presentan, en cambio, una mejora significativa en cuanto a los niveles de satisfacción expresados en materia de adecuación de sus trabajadores a las necesidades de las empresas, en esos mismos años (v. Tabla V.8. Capítulo V).

9. La situación parece haber mejorado también en los dos últimos años, y de un modo importante, 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).

10. La capacidad de aprendizaje de los trabajadores, la atención a la calidad y la capacidad de trabajo en equipo, son, con mucho, los aspectos que las empresas de gran tamaño destacan como los mejor valorados en el barómetro del 2007. Valoraciones también relativamente altas entre las empresas se manifiestan en temas tales como la aceptación de responsabilidades y objetivos de los trabajadores y el compromiso de los trabajadores con la organización. Las empresas de mayor tamaño califican, en cambio, con valores francamente bajos tanto el conocimiento del idioma inglés entre sus trabajadores, así como el nivel de aceptación general de la flexibilidad y la movilidad laboral (v. Tabla V.9. Capítulo V).

11. Las empresas de la menor dimensión (particularmente las de menos de 50 trabajadores), se encuentran algo más satisfechas que el resto de las empresas en un buen número de competencias y actitudes de sus trabajadores. Los aspectos mejor valorados por dichas empresas son: la relación de sus trabajadores con los clientes, la capacidad de trabajo en equipo y la aceptación de responsabilidades y objetivos. Los aspectos peor valorados, en cambio, son, al igual que en los otros grupos: la falta de aceptación de la flexibilidad y movilidad laboral y el bajo nivel de conocimiento del inglés, si bien es cierto que en ambos aspectos se muestran menos críticos que las restantes empresas (v. Tabla V.9. Capítulo V).

## 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, 2007*, ha seguido un procedimiento similar a los dos 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 este primer cluster se encuentran el 15% de las empresas del estudio, esto es 17 empresas, se trata del cluster más pequeño. Estas empresas se caracterizan por tener una baja perspectiva de la demanda y resultados y muy baja perspectiva general de la actividad empresarial. Por lo que la demanda es reducida y en consecuencia sus perspectivas de ventas son inferiores al año anterior. Tampoco están invirtiendo en nuevos proyectos. Sus valoraciones sobre el entorno empresarial son negativas, si bien mejora un poco su valoración sobre la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa. Los sectores más asociados a este primer cluster son básicamente automoción y material eléctrico.

Las empresas de este cluster parece que no son las que más invierten (Sólo cuatro empresas respondieron que ninguna de ellas va a cancelar o aplazar proyectos de inversión, pero solo la mitad de ellas invirtió en nuevos proyectos en el 2006). En este cluster la importación de productos no es homogénea (un tercio de las empresas importa menos del 20% de sus productos y otro tercio importa más del 80%) 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 mayoritario para estas empresas. Los factores de competitividad referente a la apertura de productos fabricados en economías emergentes son asimismo importantes, dado que más de la mitad de sus empresas exportan con regularidad sus productos.

**Cluster 2:** Este segundo cluster está formado por el 38%, es decir 43 empresas, es pues el cluster más numeroso. Este grupo tiene las perspectivas más altas en lo referente a la actividad empresarial general. Asimismo este tipo de empresas tienen los mejores resultados y la mayor

demanda. En lo que refiere a las ventas mantienen un nivel muy elevado, aunque no es el cluster que más ha aumentado sus ventas respecto al año anterior. Son las empresas que tienen más clara la decisión de nuevos proyectos de inversión y de creación de empleo. Tienen un valoración muy alta del entorno empresarial, tanto de relación con las administraciones, cumplimiento pagos y contratos y del marco regulador y legal. Además los trabajadores son los que mejor se adecuan a las necesidades de la empresa.

La mitad de las empresas en este cluster realizaron proyectos de inversión y sólo 1 de las 20 empresas respondió que pretendía realizar una reducción o aplazamiento de algún proyecto de inversión. A diferencia del primer cluster, más de la mitad de sus empresas exportan menos del 30% de sus ventas. Haciendo que se enfoquen hacia el mercado interior, las empresas del segundo cluster pertenecen básicamente al sector químico, farmacéutico, financiero y asegurador, y los servicios a las empresas y consultoría. La mitad de las empresas afirman como un factor de rivalidad competitiva las nuevas iniciativas en mercados locales.

**Cluster 3:** Este tercero lo forman un 17%, es decir, 19 empresas. Este cluster tiene unas perspectivas negativas en general a la actividad empresarial, los resultados son bajos así como la previsión de la demanda y las ventas en relación con el año anterior. Las empresas en este grupo no invierten apenas en nuevos proyectos, de ahí el drástico declive en el gráfico en la parte de perspectivas de inversión. Un dato que nos ayuda a comprender esta situación es que de las 19 empresas que forman este cluster 16 de ellas no realizarán ninguna acción de proyecto de inversión en 2007. Tampoco van a crear nuevo empleo durante este año. En cambio, en el aspecto relacionado con el entorno empresarial es el segundo cluster con una valoración más alta, también en la adecuación de los trabajadores a las necesidades de la empresa. Los sectores más asociados a este cluster son el material eléctrico y electrónico y automoción.

Las empresas de este cluster se caracterizan por no realizar nuevos planes de inversión durante el 2006 (89.5% de las empresas) y son las empresas que más proyectos pretenden aplazar o reducir. Esto nos lleva a ver este cluster como el de empresas con pocas expectativas y que además no están invirtiendo para el futuro. Las empresas de este cluster son las que más se orientan al mercado interior (dos terceras partes de las empresas tienen una exportación menor al 30% de su cifra de ventas). Las empresas son claramente de carácter importador de productos hacia la economía española, ya que la importación supera el 80% de sus productos para más de la mitad de estas empresas. Esta tendencia también se espera que se mantenga. La apertura de productos fabricados en economías emergentes es un factor de rivalidad creciente.

**Cluster 4:** El cuarto cluster lo componen el 30%, esto es, 34 empresas. Es el segundo cluster en magnitud. Se caracteriza por una elevada perspectiva general de la actividad económica, resultados empresariales y de la demanda, está muy cerca del segundo cluster. Precisamente, con respecto a las ventas, este cluster es el que más incrementó las ventas respecto del año anterior. También tiene proyectos de inversión y unas muy altas expectativas de crear empleo durante el presente 2007. La valoración de la relación con las administraciones, el cumplimiento de pagos y contratos, y el marco regulador y laboral son negativos asimismo como el cumplimiento de las necesidades de la empresa por parte de los trabajadores. Los sectores que parecen más identificados con este cluster son el sector químico, metalurgia básica, comercio, sociedad de la información y otros servicios.

Estas empresas son las que más están apostando por el futuro ya que la mayoría realizaron nuevos proyectos de inversión durante el pasado año, y no piensan aplazar proyectos de inversión. Las empresas son bastante diferentes en referencia a la cantidad de productos importados (un tercio importa menos del 20% de sus productos y otro tercio importa más del 80%) y esta tendencia se prevé que se mantendrá en los próximos años. Incluye el mayor porcentaje de empresas que se declaran enfocadas a los mercados de exportación. En ellas se da una menor exigencia y grado de información al consumidor, y es el cluster que menos afectado se siente por políticas agresivas de fijación de precios.

