

OBSERVATORIO ECONÓMICO DE LA PYME

BARÓMETRO ECONÓMICO DE LA PYME



REGIÓN DE MURCIA

PRIMER SEMESTRE 2001



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
DE CARTAGENA



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

OBSERVATORIO ECONÓMICO DE LA PYME

BARÓMETRO ECONÓMICO DE LA PYME

primer semestre 2001

Equipo de trabajo:

Antonio Calvo-Flores Segura (Co-Dirección)
Domingo García Pérez de Lema (Co-Dirección)

Antonio Aragón Sánchez
Pilar Carbonell Foulquié
Juan Patricio Castro Valdivia
Juan Francisco Martín Ugedo
Ángel Rafael Martínez Lorente
Pedro Martínez Solano
Carlos Martínez-Abarca Pastor
José Luis Munuera Alemán
José Antonio Rojas Tercero
Ignacio Segado Segado
María Sicilia Piñero

Coordinación del Instituto de Fomento:

Luis Miguel Andrés Rodríguez

Edita: Instituto de Fomento de la Región de Murcia

Depósito Legal: MU-1603-2001
ISSN: 1578-2611

1	Introducción	4
2	Metodología	6
3	Resultados globales	11
4	Industria	22
5	Construcción	29
6	Servicios	36
7	Conclusiones	43

1. INTRODUCCIÓN

El barómetro económico de la Pyme pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes sociales de la Región de Murcia. Su objeto principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas murcianas para facilitar y apoyar la toma de decisiones. Conocer la problemática de la empresa en sus múltiples aspectos permite, sin duda, facilitar su competitividad. En la actualidad las empresas deben adecuar sus estrategias y estructura organizativa al entorno dinámico y de incertidumbre de la economía, para responder a los dos grandes retos a los que se enfrentan: la renovación tecnológica y la globalización de los mercados. Es por ello que conocer la situación del entorno competitivo de la empresa gana especial relevancia.

Este segundo barómetro corresponde al **primer semestre de 2001** y ofrece diversa información de la estructura productiva de la región de Murcia. En primer lugar, se analizan los valores de crecimiento del año 2000 y su tendencia para el 2001 respecto de la cifra de negocios, del número medio de empleados, de la inversión en inmovilizados y de los gastos en I+D+I; así como la percepción del empresario del clima empresarial del entorno general en el que se desenvuelve su actividad. En segundo lugar, se incluye un análisis de la problemática de la localización industrial, de los objetivos comerciales de la empresa, la utilización de herramientas de gestión, la certificación de la calidad, la financiación de los inmovilizados y de los activos circulantes y las relaciones de la empresa con las entidades financieras. Hemos de señalar que este conjunto de variables analizadas se complementan con las variables de estrategia y organización analizadas en el primer barómetro, disponiendo así de un análisis integral del comportamiento económico de las empresas de la Región de Murcia.

La técnica de recogida de información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente de la empresa. En la muestra utilizada **no se incluyen empresas de menos de 5 trabajadores**.

Es importante señalar que no es función del barómetro económico juzgar la situación de un sector en particular, sino ofrecer una visión integral de la empresa, que ponga de manifiesto, virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios.

2. METODOLOGÍA

En este apartado describimos la metodología seguida para la recogida de la información necesaria para elaborar el barómetro económico de la Pyme.

Criterios de selección de la muestra

La muestra ha sido diseñada intentando conjugar un doble objetivo. Por una parte que la misma fuese representativa de la estructura empresarial, de forma que los resultados que de ella se obtengan mantengan unos niveles de calidad estadística aceptables. Por otra, que asegurásemos la disposición de un número mínimo de cuestionarios respecto de otras características que consideramos relevantes para evaluar el pulso económico de la Región. Así, se han especificado ciertos sectores de especial interés para la economía regional, se ha tenido en cuenta la distribución geográfica por grandes comarcas y la clasificación de las empresas por su tamaño.

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar.

En consecuencia, la población de empresas ha sido segmentada de acuerdo a dos criterios: actividad y comarca. Los sectores de actividad han sido establecidos partiendo de la clasificación en Industria, Construcción y Servicios, especificando dentro de esta desagregación aquellos sectores de especial interés, lo que ha supuesto un total de 13 subsectores (cuadro 2.1). En cuanto a las comarcas se han considerado seis grandes áreas, obtenidas a partir de la comarcalización generalmente aceptada para la Región de Murcia (cuadro 2.2).

El número de empresas en cada uno de los estratos construidos se ha obtenido a partir de la información del Directorio Central de Empresas del INE y de los registros del Régimen General de la Seguridad Social. **En la muestra no se incluyen empresas de menos de 5 trabajadores.**

Así tenemos que:

N_h es el tamaño de cada estrato

N es el tamaño de la población: $N = \sum_h N_h$

W_h es el peso de cada estrato: $W_h = \frac{N_h}{N}$

n es el tamaño de la muestra

n_h es el número de unidades muestrales en el estrato h : $n_h = W_h n$

El tamaño muestral fue determinado para lograr que el margen de error máximo para la estimación de una proporción (frecuencia relativa de respuesta en un ítem específico de una cuestión) fuese inferior a 0,05 puntos con un nivel de confianza del 95%.

Así, tendríamos que si P es la proporción poblacional que se desea estimar y \hat{P}_h es la proporción muestral en el estrato h , el estimador insesgado, \hat{P} , sería:

$$\hat{P} = \sum_h W_h \hat{P}_h$$

y su varianza

$$V(\hat{P}) = \sum_h W_h^2 \left(1 - \frac{n_h}{N_h}\right) \frac{N_h}{N_h - 1} \frac{P_h(1 - P_h)}{n_h}$$

La situación más desfavorable, mayor varianza, se daría si P es igual a 0,5, supuesto bajo el que se obtiene el tamaño muestral asumiendo la distribución asintóticamente normal del estimador.

No obstante, teniendo en cuenta los objetivos complementarios del análisis, se procedió a incrementar el tamaño de alguno de los estratos para permitir que también fuese posible el obtener resultados para las características secundarias establecidas (subsectores, comarcas y tamaños). De esta manera, el tamaño final de la muestra se elevó a 530 cuestionarios. Asimismo, con el fin de poder sustituir a aquellas empresas titulares seleccionadas que no fuera posible entrevistar, se estableció otro listado de empresas suplentes, siguiendo los mismos criterios de estratificación. Dentro de cada estrato la selección de titulares y suplentes se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. Dado que con el procedimiento efectuado la afijación final no es proporcional, será necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados.

Una vez fijados los objetivos que debía cumplir el barómetro (estrategias y expectativas) se elaboró un cuestionario dirigido a los gerentes de las empresas. Para la confección del cuestionario definitivo se realizaron diversas reuniones con gerentes de pyme para testar la operatividad del cuestionario.

La técnica de recogida de información fue una encuesta personal, utilizándose como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente de la empresa. La encuesta fue realizada por la empresa PROSEMUR, S. L. Se realizaron test de control en el proceso de elaboración de la encuesta. El trabajo de campo se inició el 3 de mayo y finalizó el 15 de junio del 2001. Debemos señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado escrupulosamente el secreto estadístico de la información utilizada.

El trabajo de campo se ha compuesto de las siguientes fases:

- Envío previo de una carta de presentación del estudio a las 530 empresas titulares de la muestra.

- Un primer contacto telefónico o personal con las 530 empresas titulares para validar los datos del listado y conocer el grado de disponibilidad a colaborar con el estudio.
- Un segundo contacto mediante visita personal a las 530 empresas titulares, en el que se intentaron realizar las entrevistas a los responsables de las empresas con los que se hayan concretado fecha y hora de recepción.
- Nuevo contacto telefónico o personal con aquellas empresas que se resisten a la realización de la encuesta. Sustitución de empresas titulares por las suplentes intentando seguir al máximo los criterios de Sector de Actividad, Comarca y Tamaño.
- Nuevas visitas a las empresas para terminar con las entrevistas o recogida de cuestionarios.
- Con el apoyo de la telefonía y el fax se completaron la totalidad de entrevistas exigidas por la muestra. Al final del trabajo de campo se entrevistaron a 530 empresas de las que el 68% pertenecen al listado de titulares y el resto al de empresas suplentes. Estas cifras se encuentran dentro de lo normal a la hora de abordar muestras de listados aleatorios con posibilidad de sustitución.

Análisis estadísticos de los resultados

Para analizar el crecimiento económico de las empresas de la Región durante el año 2000, estudiaremos el comportamiento de las tasas de variación anual de las ventas, identificando las posibles diferencias en función de ciertas características estructurales de la empresa: el sector de actividad, el tamaño y la antigüedad.

Resulta importante remarcar que el objetivo del análisis se centra en la detección de comportamientos globales, observables en los resultados de las empresas, que indiquen si existen distintas pautas de crecimiento en función de las características consideradas. Por ello, cuando, por ejemplo, nos refiramos a un sector en concreto, estaremos considerando los cambios experimentados en la distribución estadística de la variable ventas. Esta distribución depende del comportamiento individual de todas las empresas de ese sector y no de las ventas agregadas del mismo que, en función de las diferentes cuotas de mercado, podría ser sólo dependiente de un tipo de empresas o incluso de una empresa concreta.

La metodología que emplearemos para analizar las posibles diferencias o similitudes será del tipo no-paramétrico. En particular usaremos las pruebas para muestras independientes de Mann-Whitney o la de Kruskal-Wallis respectivamente en función de que la variable de clasificación genere dos o más grupos. La preferencia por las pruebas no-paramétricas frente a otras posibilidades de tipo paramétrico se basa en dos motivos fundamentales:

- En primer lugar, porque los métodos paramétricos que podríamos utilizar (por ejemplo el test de la t de Student o el Análisis de la Varianza) requieren que las variables analizadas verifiquen una serie de hipótesis sobre su comportamiento estadístico que, desgraciadamente, no se cumplen en nuestro caso. En cambio, las alternativas no-paramétricas pueden ser utilizadas dado que sus requisitos de aplicación, mucho más generales y simples, se cumplen para las variables bajo estudio. No obstante, esa mayor generalidad conlleva el coste de una menor precisión frente a la alternativa paramétrica, si es que ésta pudiese ser aplicada.

- En segundo lugar, las pruebas no-paramétricas que vamos a utilizar se basan en el ordenamiento de las empresas según sus resultados, lo que nos permitirá conocer si cierto tipo de empresas se sitúan, o no, en las posiciones de mayor o menor crecimiento, evitando que la magnitud del crecimiento o disminución de una empresa en concreto pueda enmascarar las del resto, lo que en cambio podría ocurrir fácilmente al trabajar con las medias (caso paramétrico) dado la habitual presencia de observaciones extremas. Además, no consideramos que la media aritmética sea un estadístico adecuado para obtener medidas de posición asociadas a la distribución de las tasas de variación interanual¹, siendo preferible las alternativas no-paramétricas que se ajustan mejor a la detección de los desplazamientos globales en la posición de las distribuciones. Por razones similares haremos uso de la mediana como medida de posición central.

Por otra parte, **en lo referente a las variables de los aspectos de comercialización, de métodos de gestión y financieros de las empresas** y con el objetivo de facilitar la lectura sin continuas referencias a la significación de las pruebas estadísticas utilizadas, siempre que se comentan diferencias de actuación o comportamiento entre grupos de empresas, éstas son estadísticamente significativas, con niveles de significación $p = 0,1$; $0,05$ ó $0,01$. Para comprobar dichas significaciones se ha utilizado el análisis de tablas de contingencia a las que se les ha aplicado el test de la χ^2 de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo han permitido, se han utilizado tablas 2×2 , con lo que los resultados son más potentes. También se ha utilizado cuando el tipo de variable a analizar lo ha permitido el análisis de la varianza (ANOVA) y la comparación entre medias con la t de Student-Fisher.

Finalmente, indicar que las diferencias que aparecen entre los gráficos descriptivos (Industria, Construcción y Servicios) y los cuadros insertados en los apartados de análisis correspondientes, surgen exclusivamente al no incluir en este último caso las respuestas no sabe/no contesta. Señalar que estas diferencias no son relevantes.

¹ La media de las tasas de variación de un conjunto de empresas puede diferir ampliamente de la tasa media obtenida al agregar las magnitudes de dicho conjunto.

Cuadro 2.1
Agrupación sectorial de la muestra

CNAE	SECTOR	Empresas de la Muestra
151	Industria cárnica	41
152 y 153	Conservas vegetales y otras conservas	41
27 a 35	Metal-mecánica y fabricación otros equipos	48
361	Fabricación de muebles	42
24 y 25	Industria química y caucho y materias plásticas	41
193	Calzado	40
14 y 26	Industria de la piedra	36
Resto	Resto Industria	40
45	Construcción	40
51	Comercio al por mayor e interm. de comercio	54
551 y 552	Hoteles y camping	35
60, 61, 62 y 63	Transportes y actividades anexas	32
sin 75 y post.	Resto de servicios	40
	TOTAL	530

Cuadro 2.2
Agrupación comarcal de la muestra

COMARCA	Empresas de la Muestra
Comarca del Altiplano	47
Valle del Guadalentín	73
Campo Cartagena y Mar Menor	94
Comarca de Murcia	178
Noroeste y Río Mula	65
Vega del Segura	73
TOTAL	530

3. RESULTADOS GLOBALES

Crecimiento, Expectativas y Clima Empresarial

Las empresas de la región en 2000 consiguieron un incremento del 8,9% en sus niveles de ventas en relación con 1999. El mayor aumento se produjo en el sector de la construcción con un crecimiento nominal de su facturación del 13,3%, mientras que el sector industrial y de servicios crecieron un 8% y 9%, respectivamente.

Las inversiones que realizaron las empresas murcianas en inmovilizados productivos aumentaron por término medio en 2000 un 7,8%. El mayor aumento se produjo en el sector de la construcción (20%). En el sector industrial y de servicios las inversiones en inmovilizado crecieron en torno a un 7%.

La evolución del empleo en 2000 respecto a 1999 fue muy favorable. El 47% de las empresas murcianas incrementaron sus plantillas, el 36% no variaron su número de trabajadores y tan solo en el 11% de las empresas se produjo un efecto reductor.

Las expectativas empresariales para el año 2001 son positivas. El 57% de las empresas estiman que conseguirán incrementar su nivel de ventas, el 34% aumentarán su plantilla de trabajadores y el 39% realizarán inversiones en inmovilizados. Contrariamente, el 10% de las empresas opinan que reducirán sus ventas, el 6% esperan que su plantilla de trabajadores se verá disminuida y el 4% disminuirán sus inmovilizados.

Respecto al clima empresarial, y comparando con 2000, el 32% de las empresas consideran que el entorno general en que se desenvuelven es mejor en el año 2001. El 50% opina que igual y el 16% señala que es peor.

Aspectos Comerciales

Las empresas de la región consideran que su situación respecto de la competencia es más favorable en la calidad de sus servicios (cumplimiento de plazos y trato con el cliente), la competitividad de los productos (precio, calidad y diseño) y en el conocimiento de las necesidades de sus clientes. De forma contraria, consideran que su situación es peor que en la competencia en aspectos como, el grado de internacionalización y presencia en mercados exteriores, en las acciones de promoción hacia el consumidor final y en las acciones de publicidad sobre su empresa y sus productos.

Los objetivos comerciales más importantes para las empresas murcianas en los próximos años son, aumentar su volumen de ventas, mejorar la imagen de la empresa y sus productos, aumentar los beneficios y consolidar su relación con los distribuidores y clientes.

Asimismo, las empresas opinan que tienen un buen conocimiento de los productos que ofrecen sus competidores directos, que conocen las causas por las que se pierden pedidos y clientes y los objetivos comerciales los plantean sobre la información que se tiene del mercado.

Los Métodos de Gestión y la Calidad

Las herramientas de gestión más utilizadas por las empresas en sus sistemas organizativos son, mecanismos de mantenimiento preventivo de la maquinaria, planificación del coste (coste objetivo), medición del coste de calidad, medición del impacto medioambiental, sistemas de información sobre nuevas tecnologías y comparación con los principales competidores del sector.

Los gerentes consideran que la situación de su empresa ha evolucionado positivamente en cuanto a la satisfacción de sus clientes, la comunicación con los clientes, la colaboración con los proveedores, la capacidad de los empleados para realizar sus actividades y la limpieza y orden de la empresa. Sin embargo, la evolución no ha sido tan favorable en aspectos como, el coste unitario de sus productos, los costes de mantenimiento de la maquinaria y el tiempo necesario para sacar un nuevo producto o servicio al mercado.

El 19% de las empresas disponen de una certificación de la calidad ISO de la serie 9000 o equivalente, el 30% está en el proceso previo para la certificación, y el 51% restante declara no disponer de certificación de la calidad y no estar en proceso.

Aspectos Financieros

La principal fuente de financiación utilizada por las empresas murcianas a la hora de financiar las inversiones en inmovilizado (maquinaria, vehículos, etc.) es la reinversión de los beneficios, seguida de la financiación bancaria a plazo superior a un año.

Para financiar los activos circulantes la fuente de financiación más utilizada por las empresas de la región es la negociación de efectos y pagarés, seguida de las pólizas de crédito bancaria anual.

El 36,2% de las empresas se acogen con frecuencia o casi siempre a los descuentos por pronto pago que le ofrecen sus proveedores. Asimismo, el 35,5% de las empresas murcianas suelen ofrecer siempre o con frecuencia descuento por pronto pago a sus clientes.

Las empresas trabajan por término medio con cuatro entidades financieras distintas. Con la entidad financiera más antigua, por término medio, lleva trabajando más de 15 años. Y consiguen un coste medio de la financiación bancaria del 5,5%.

A la hora de relacionarse con las entidades financieras las empresas murcianas consideran que la concesión de préstamos y créditos se basan principalmente en el análisis de sus estados financieros y en la confianza que le merecen los directivos de la empresa.

La Localización de la Empresa

En lo referente a la localización de la empresa murciana se aprecia, por una parte, que en un 58,9% de empresas la localización actual coincide con la residencia del propietario o está próxima a ella; y por otra, que en el 52,3% de empresas la ubicación inicial se debió a que el propietario tenía suelo en propiedad. Asimismo, la mayoría de las empresas (74,5%) consideran que dado su nivel de equipamiento y de su infraestructura viaria la localización actual de su empresa es adecuada.

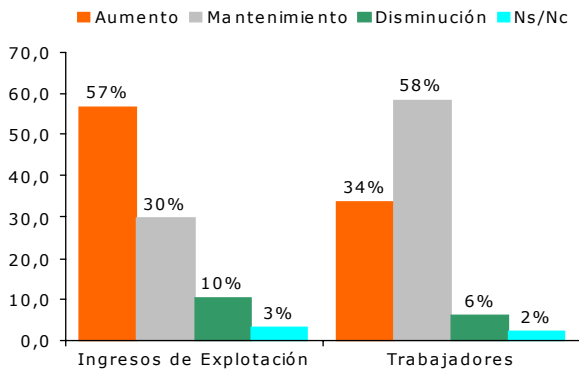
Sin embargo, el 50,9% de las empresas señala que la oferta de suelo industrial en la región no es suficiente. Las empresas de la región consideran mayoritariamente (77,9%) que la ubicación, en general, de una empresa en un polígono industrial ordenado es beneficioso para el desarrollo de su actividad y provoca ventajas estratégicas.

El 53% de las empresas estarían dispuestas a cambiar su ubicación si las condiciones fuesen favorables para ello. Incluso de las empresas que serían favorables a cambiar de ubicación, el 58,6% estarían dispuestas a trasladar su ubicación a otro municipio o área industrial.

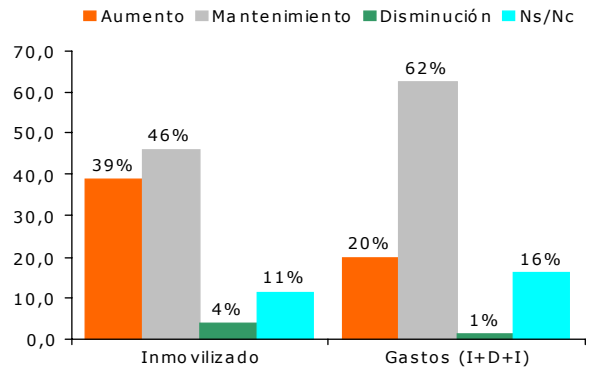
El 48,3% de las empresas no ha cambiado la localización de su empresa desde el inicio de su actividad empresarial. Contrariamente, un 18,9% de las empresas de la región han cambiado su localización al menos dos veces. La importancia de la creación de parques tecnológicos en la región se puede apreciar dado que el 30,4% de las empresas murcianas desearían en un futuro próximo localizar su empresa en un parque tecnológico.

Crecimiento, Expectativas y Clima Empresarial

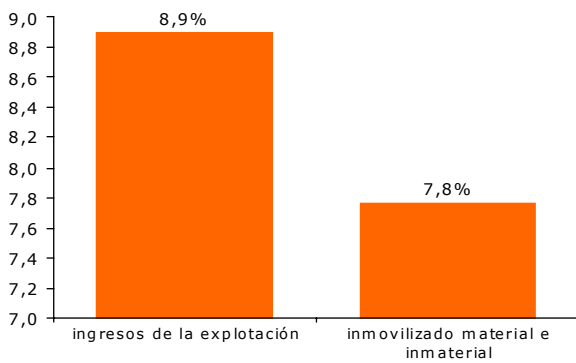
Tendencia de Ingresos de Explotación y Empleo para el año 2001



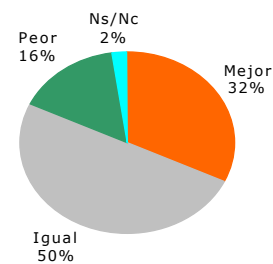
Tendencia de Inmovilizado Material e Inmaterial y Gastos en I+D+I para el año 2001



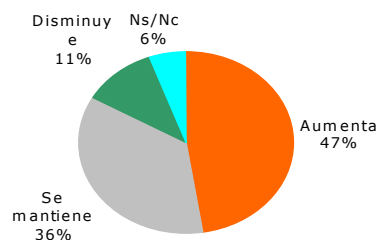
Tasas de variación 1999-2000



Clima y Entorno Empresarial en el que se desenvuelve su empresa en el año 2001



Situación del empleo de 2000 respecto de 1999



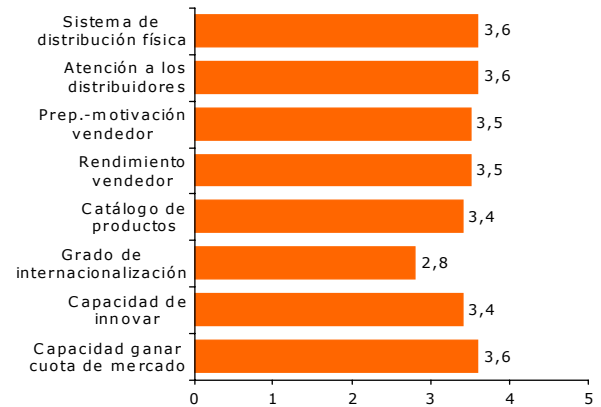
Aspectos Comerciales

Situación de su empresa respecto de la competencia



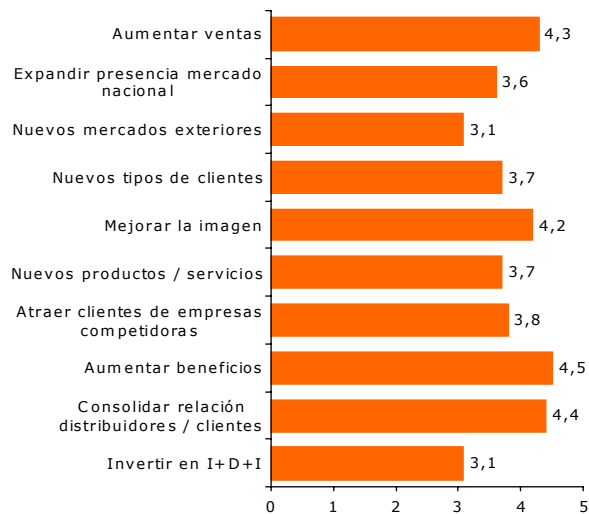
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Situación de su empresa respecto de la competencia (continuación)



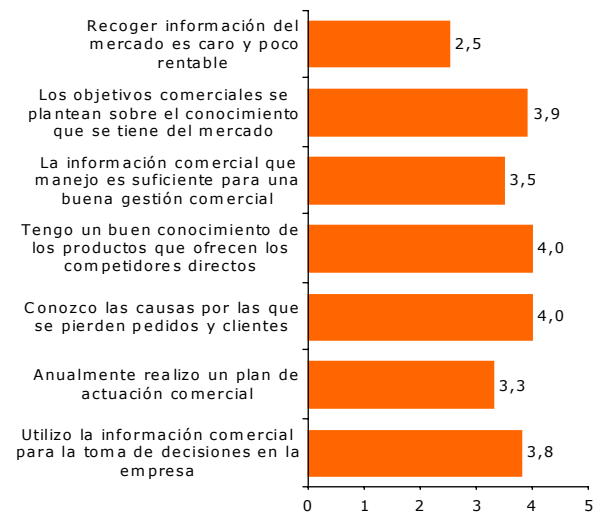
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Objetivos Comerciales para los próximos tres años



(1) Valor 1: nada importante; valor 5: muy importante

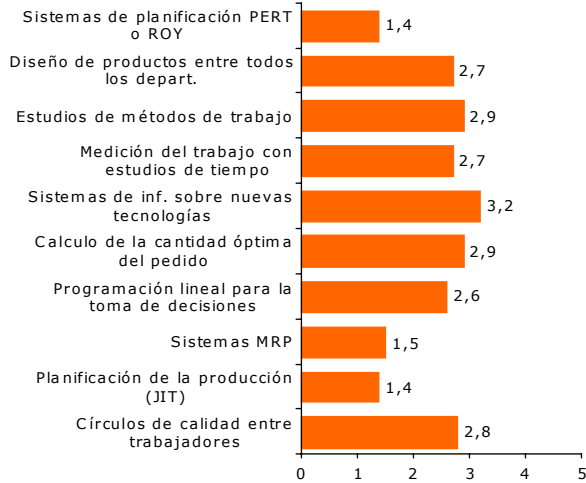
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

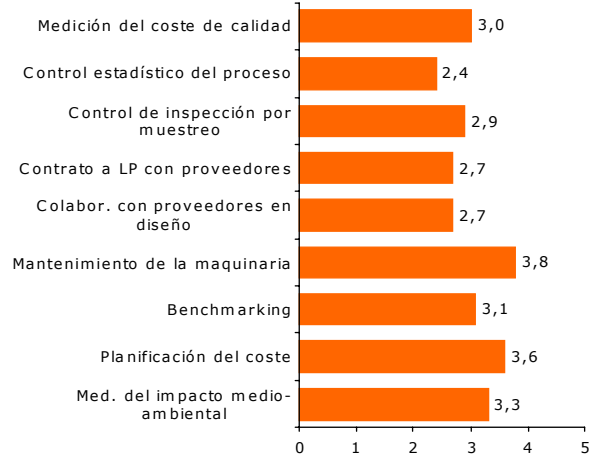
Los Métodos de Gestión y la Calidad

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión



(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión (continuación)



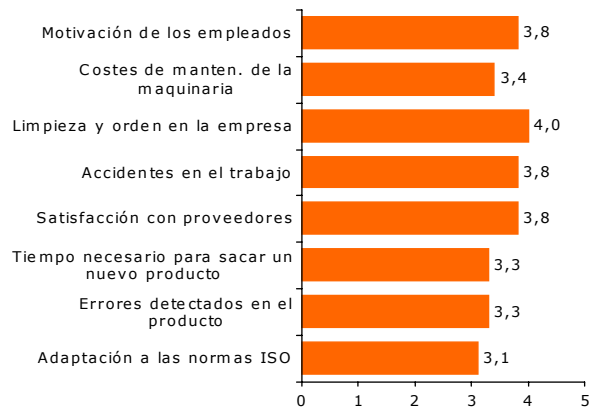
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros



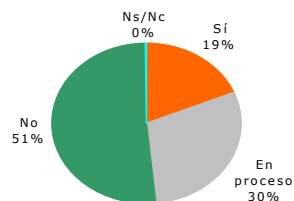
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros (continuación)



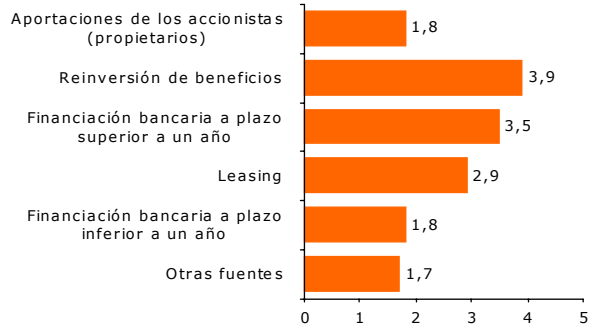
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Disposición de Certificación de Calidad ISO de la serie 9000 o equivalentes



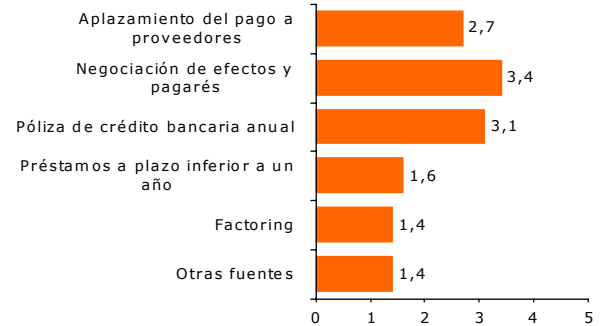
Aspectos Financieros

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación en inversiones de inmovilizado



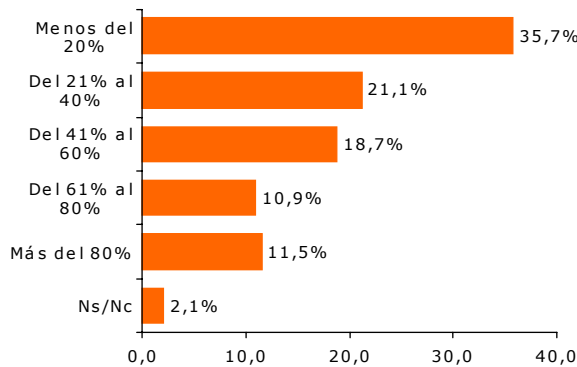
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación para financiar activos circulantes

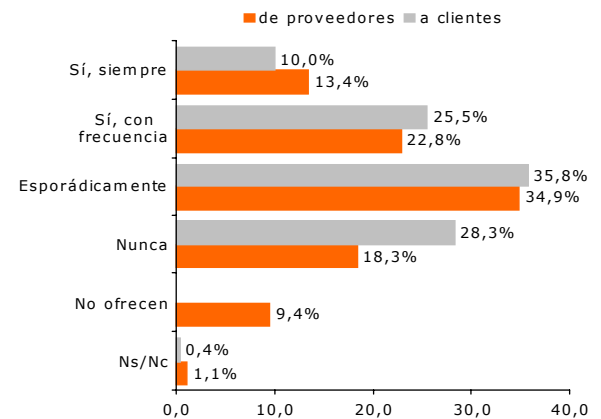


(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

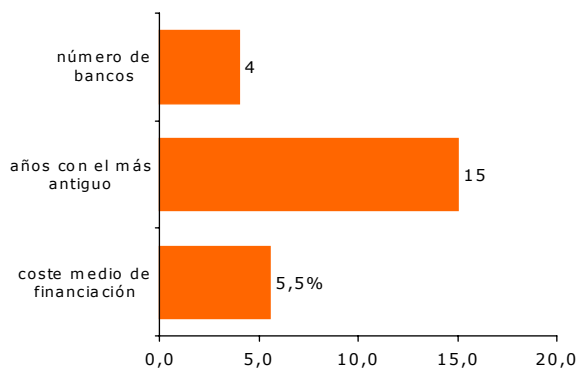
Del total de su financiación a corto plazo (pasivo circulante), ¿qué porcentaje supone el aplazamiento del pago a proveedores?



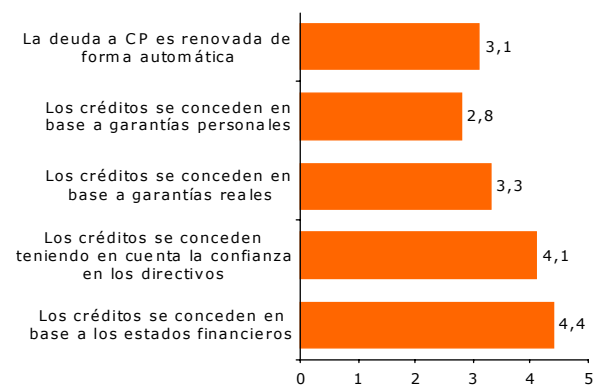
¿Suele acogerse u ofrecer descuentos por pronto pago de sus proveedores o a sus clientes?



Número de bancos con que opera, años con el banco más antiguo y coste medio de financiación



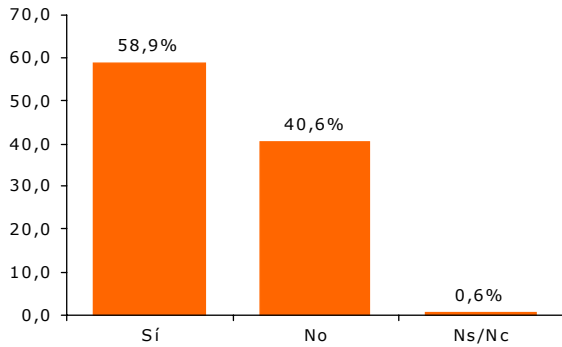
Indique su opinión sobre las siguientes afirmaciones



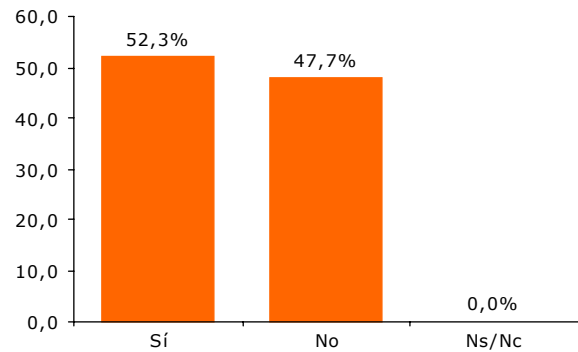
(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

La Localización de la Empresa

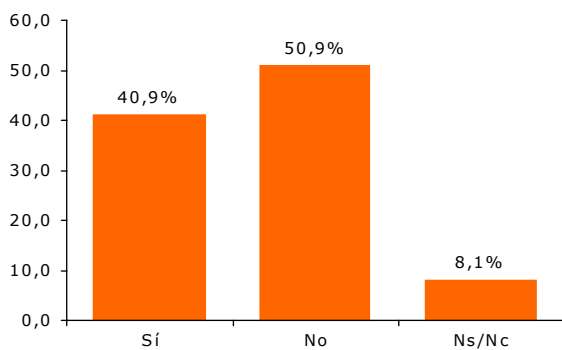
¿La localización actual de su empresa coincide con la residencia del propietario o está próxima a ella?



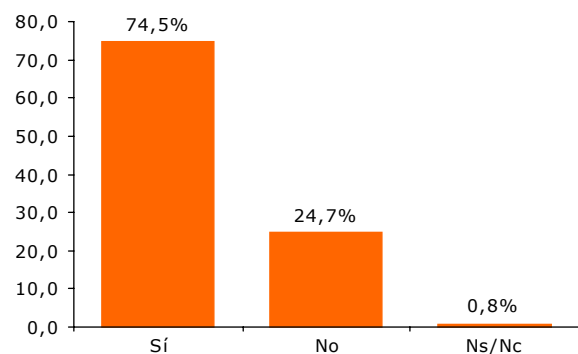
¿La ubicación inicial de su empresa se debió a que tenía suelo en propiedad?



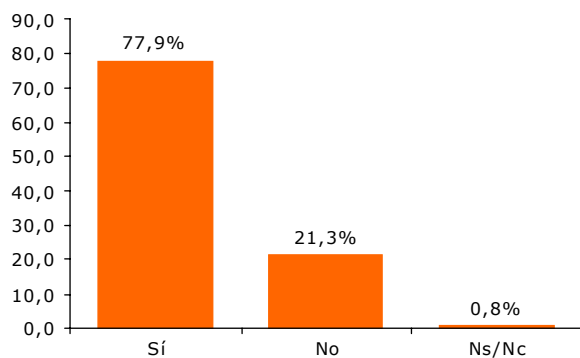
¿Considera que la oferta de suelo industrial en la Región de Murcia es apropiada y suficiente?



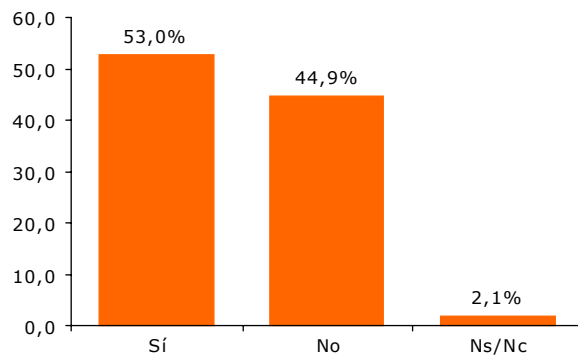
Dado el nivel de equipamiento y la infraestructura viaria del área en la que se encuentra su empresa ¿considera su localización actual adecuada?



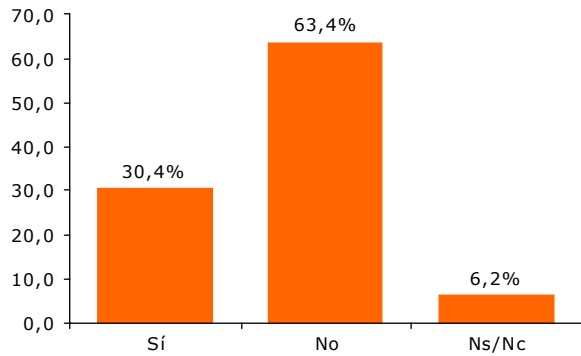
¿Cree que la ubicación de una empresa en un polígono industrial ordenado es beneficioso para el desarrollo de su actividad y provoca ventajas estratégicas?



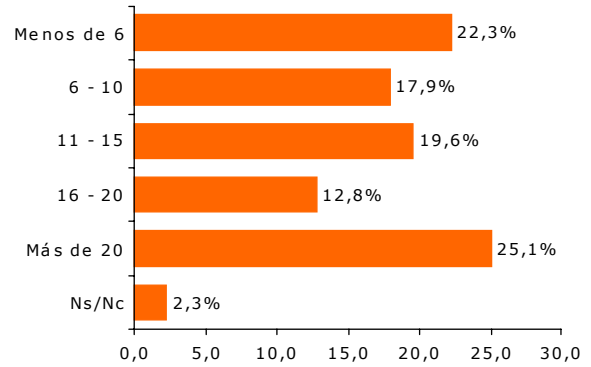
¿Cambiaría de ubicación industrial si las condiciones fuesen favorables para ello?



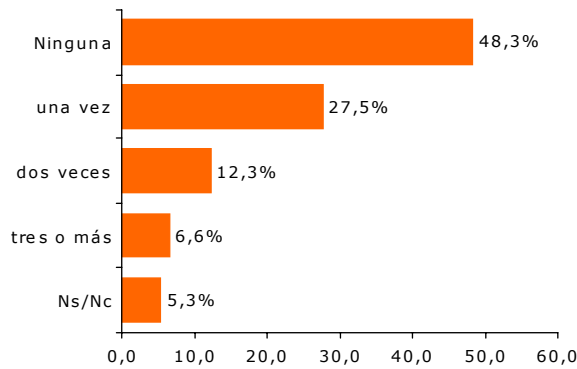
¿Desearía en un futuro próximo localizar su empresa en un parque tecnológico de la Región de Murcia?



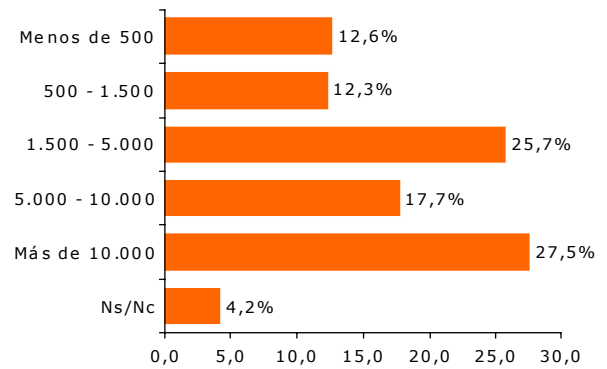
¿Qué antigüedad tiene la ubicación actual de su empresa? (años)



Desde el inicio de la actividad empresarial de su empresa, ¿cuántas veces ha cambiado de localización?



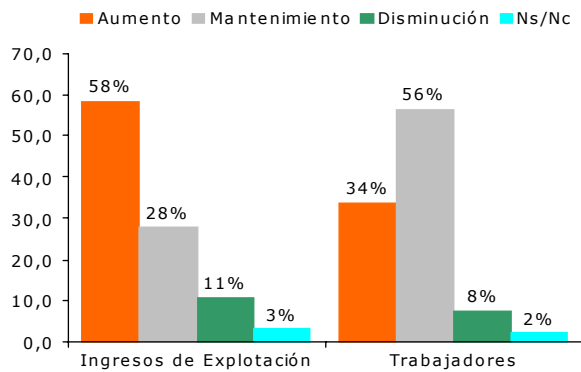
¿Cuál es la superficie actual de la parcela que ocupa su empresa, incluyendo terrenos no ocupados con construcción de nave? (m²)



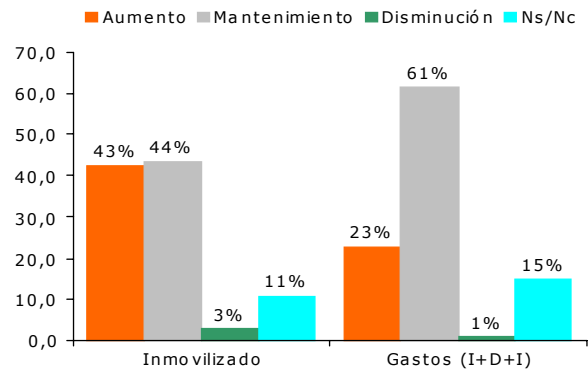
4. INDUSTRIA

Crecimiento, Expectativas y Clima Empresarial

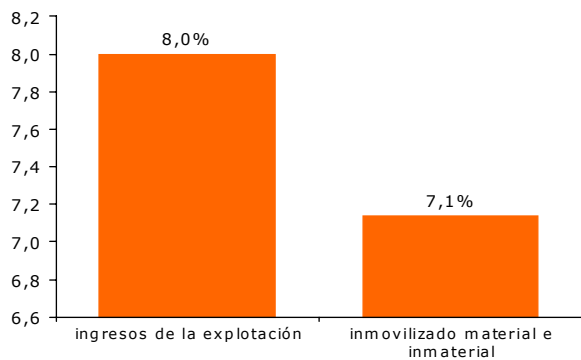
Tendencia de Ingresos de Explotación y Empleo para el año 2001



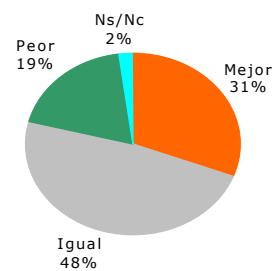
Tendencia de Inmovilizado Material e Inmaterial y Gastos en I+D+I para el año 2001



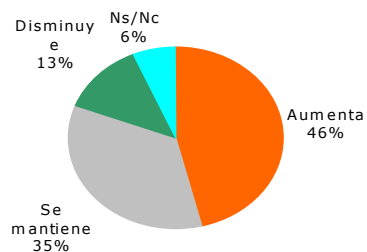
Tasas de variación 1999-2000



Clima y Entorno Empresarial en el que se desenvuelve su empresa en el año 2001

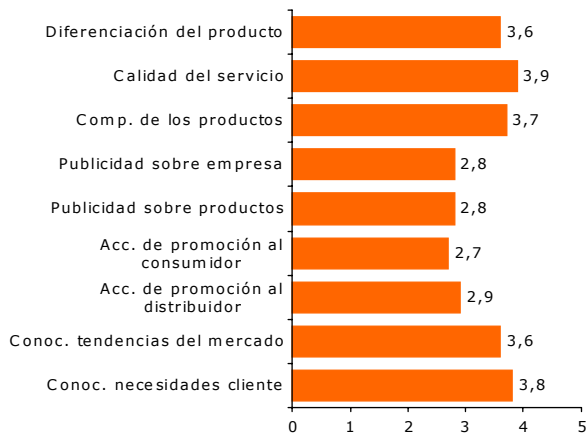


Situación del empleo de 2000 respecto de 1999



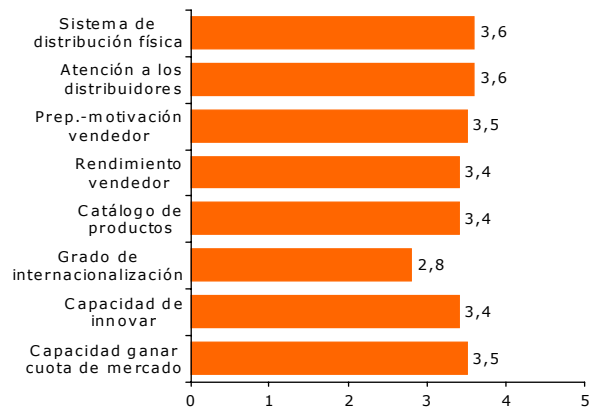
Aspectos Comerciales

Situación de su empresa respecto de la competencia



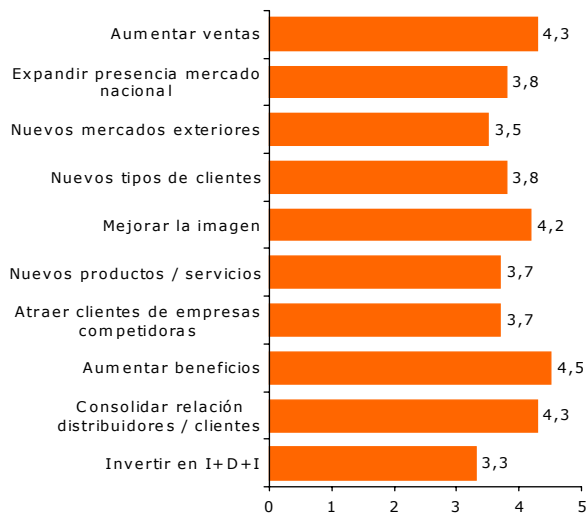
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Situación de su empresa respecto de la competencia (continuación)



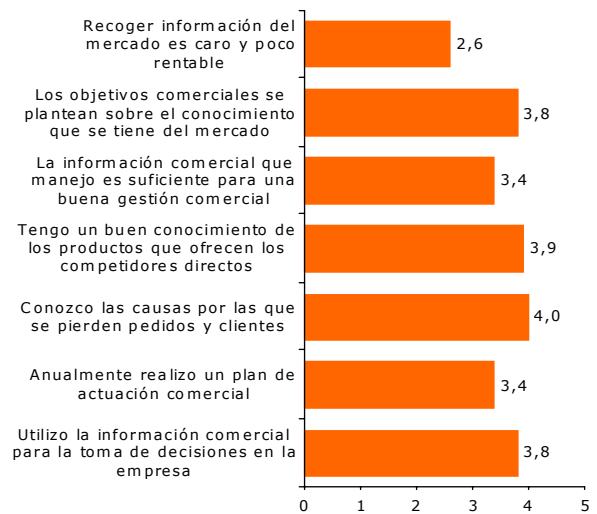
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Objetivos Comerciales para los próximos tres años



(1) Valor 1: nada importante; valor 5: muy importante

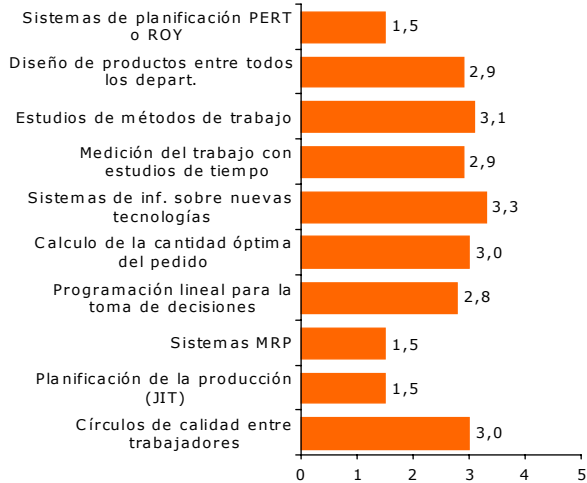
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

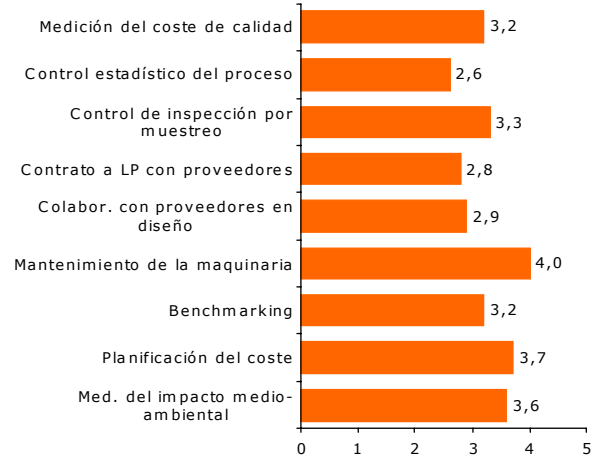
Los Métodos de Gestión y la Calidad

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión



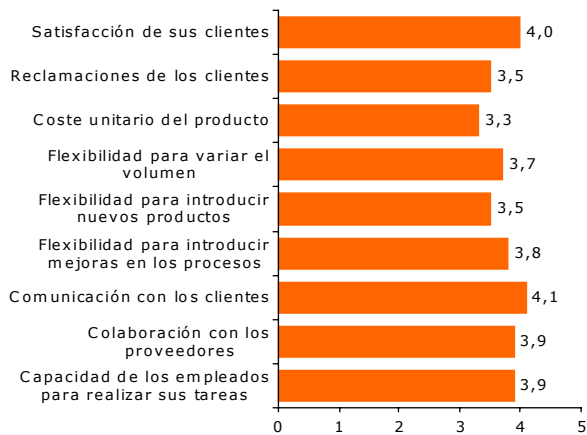
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión (continuación)



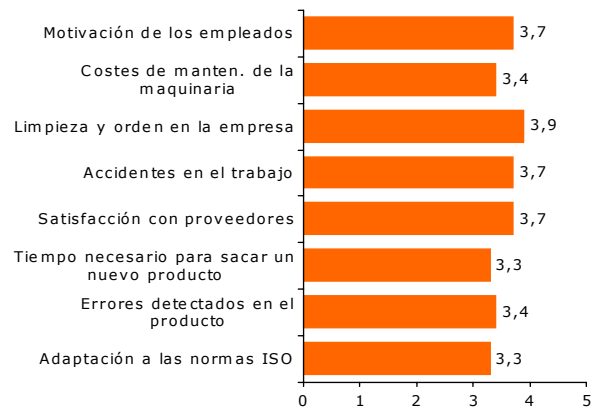
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros



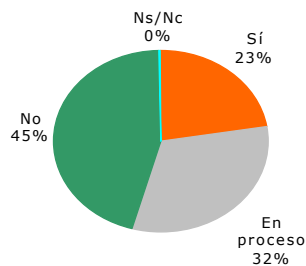
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros (continuación)



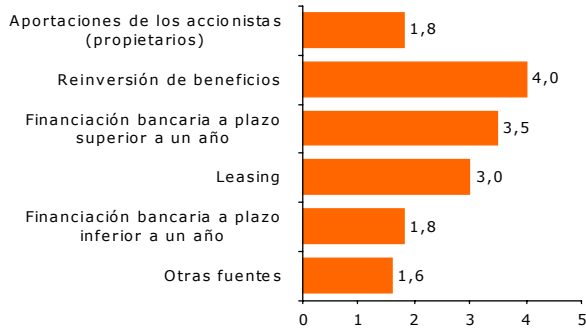
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Disposición de Certificación de Calidad ISO de la serie 9000 o equivalentes



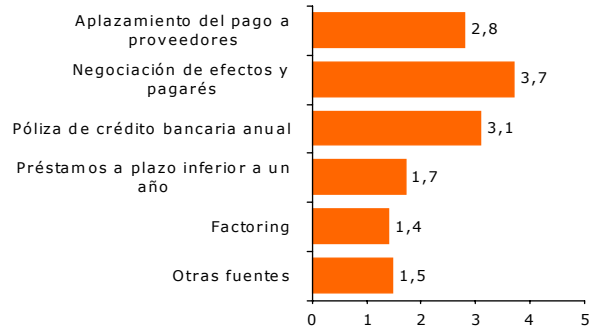
Aspectos Financieros

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación en inversiones de inmovilizado



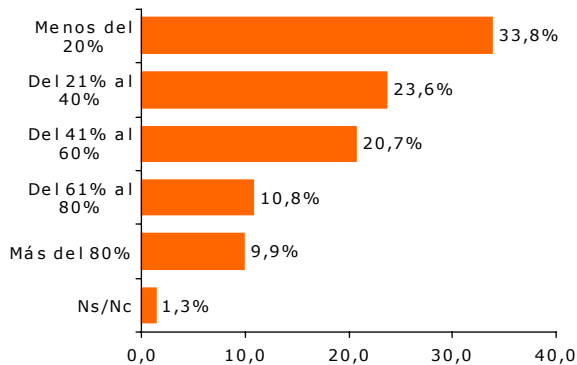
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación para financiar activos circulantes

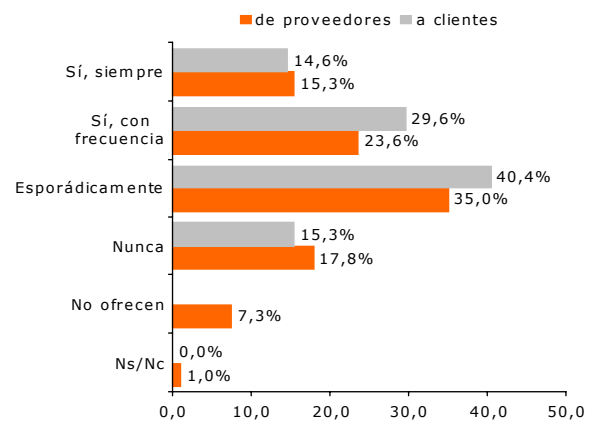


(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

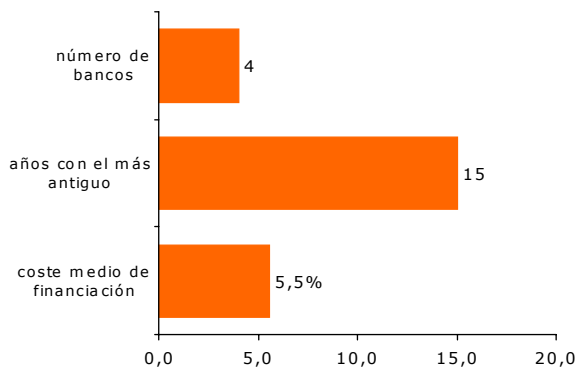
Del total de su financiación a corto plazo (pasivo circulante), ¿qué porcentaje supone el aplazamiento del pago a proveedores?



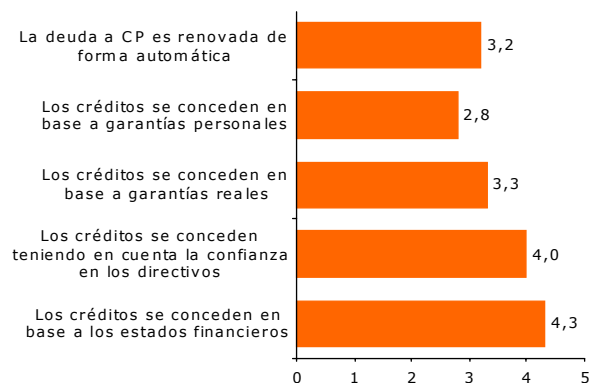
¿Suele acogerse u ofrecer descuentos por pronto pago de sus proveedores o a sus clientes?



Número de bancos con que opera, años con el banco más antiguo y coste medio de financiación



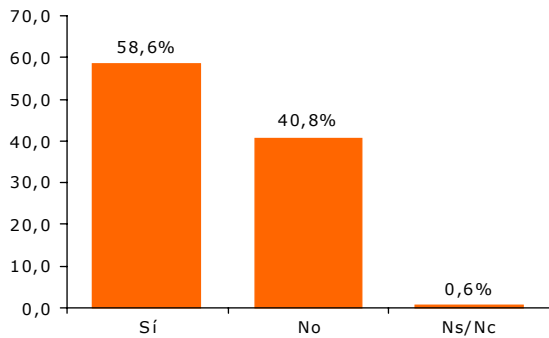
Indique su opinión sobre las siguientes afirmaciones



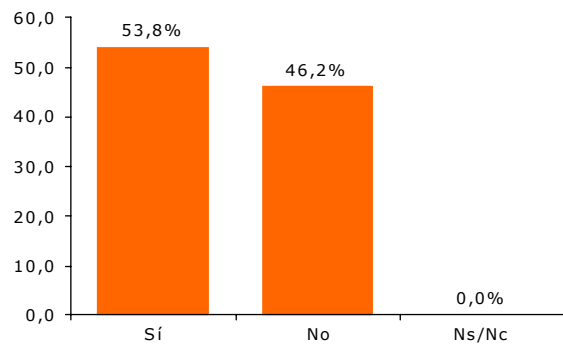
(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

La Localización de la Empresa

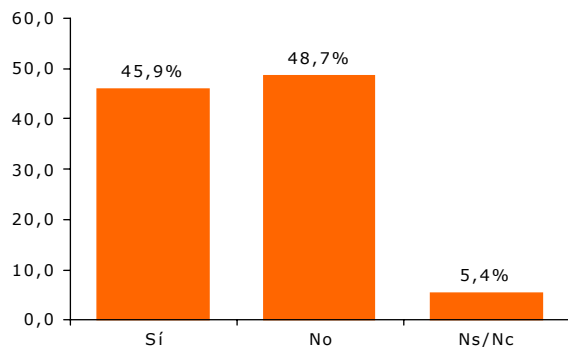
¿La localización actual de su empresa coincide con la residencia del propietario o está próxima a ella?



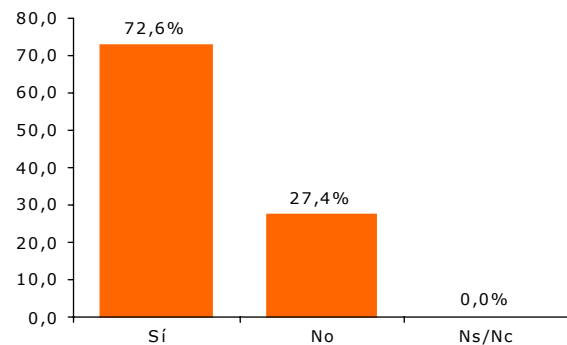
¿La ubicación inicial de su empresa se debió a que tenía suelo en propiedad?



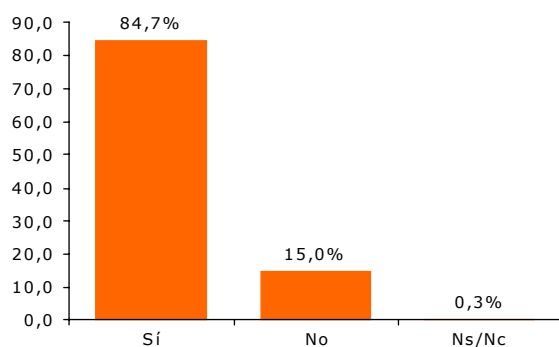
¿Considera que la oferta de suelo industrial en la Región de Murcia es apropiada y suficiente?



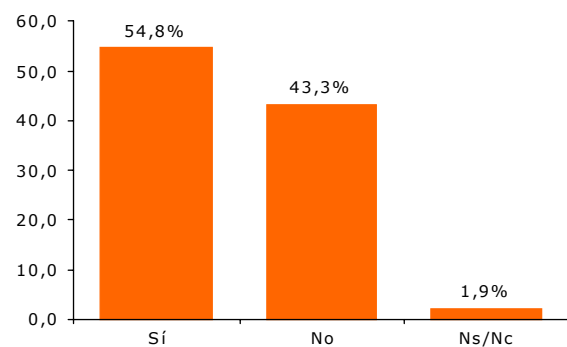
Dado el nivel de equipamiento y la infraestructura viaria del área en la que se encuentra su empresa ¿considera su localización actual adecuada?



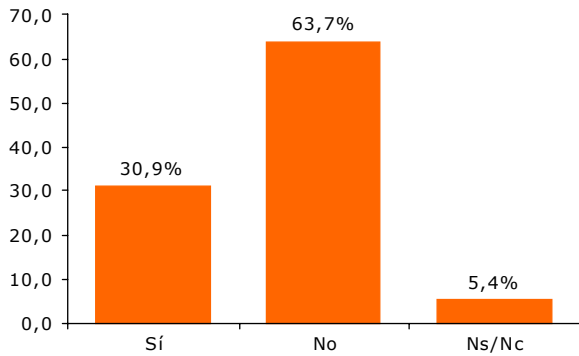
¿Cree que la ubicación de una empresa en un polígono industrial ordenado es beneficioso para el desarrollo de su actividad y provoca ventajas estratégicas?



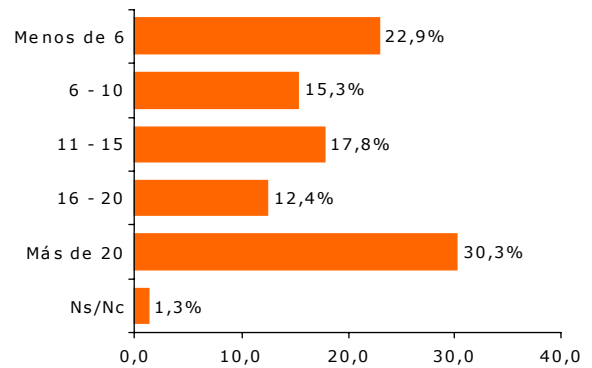
¿Cambiaría de ubicación industrial si las condiciones fuesen favorables para ello?



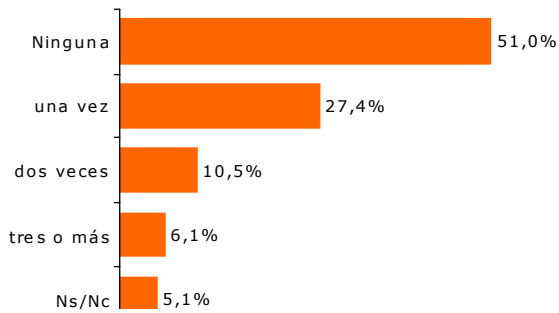
¿Desearía en un futuro próximo localizar su empresa en un parque tecnológico de la Región de Murcia?



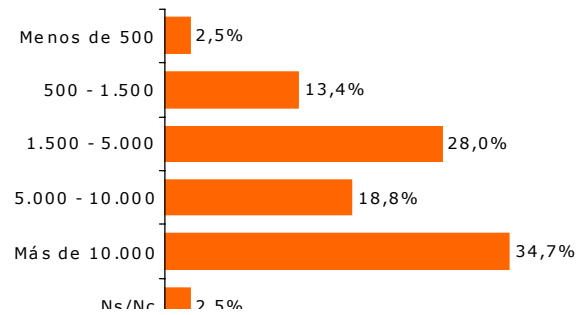
¿Qué antigüedad tiene la ubicación actual de su empresa? (años)



Desde el inicio de la actividad empresarial de su empresa, ¿cuántas veces ha cambiado de localización?



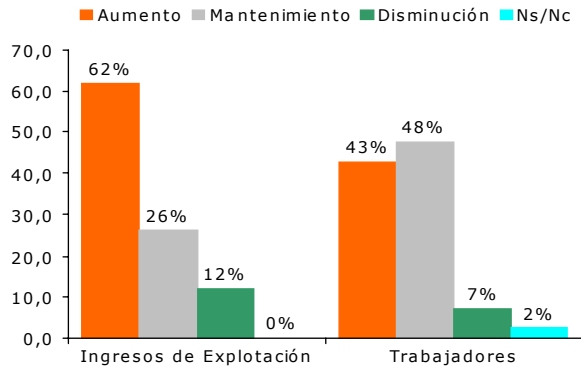
¿Cuál es la superficie actual de la parcela que ocupa su empresa, incluyendo terrenos no ocupados con construcción de nave? (m²)



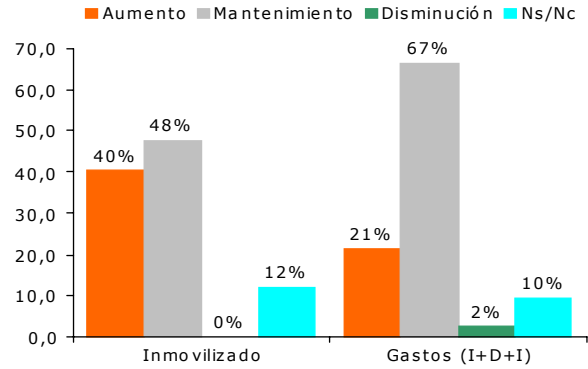
5. CONSTRUCCIÓN

Crecimiento, Expectativas y Clima Empresarial

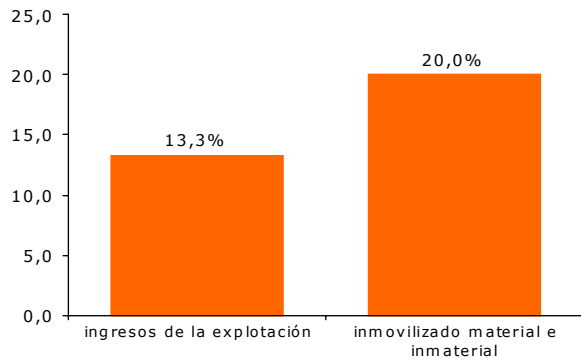
Tendencia de Ingresos de Explotación y Empleo para el año 2001



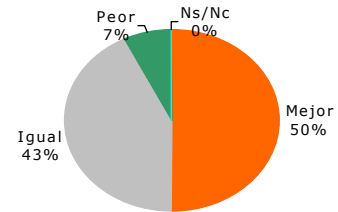
Tendencia de Inmovilizado Material e Inmaterial y Gastos en I+D+I para el año 2001



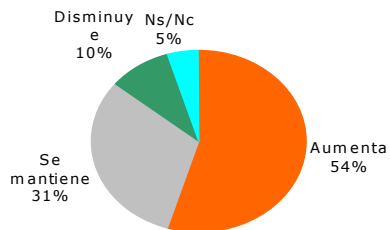
Tasas de variación 1999-2000



Clima y Entorno Empresarial en el que se desenvuelve su empresa en el año 2001

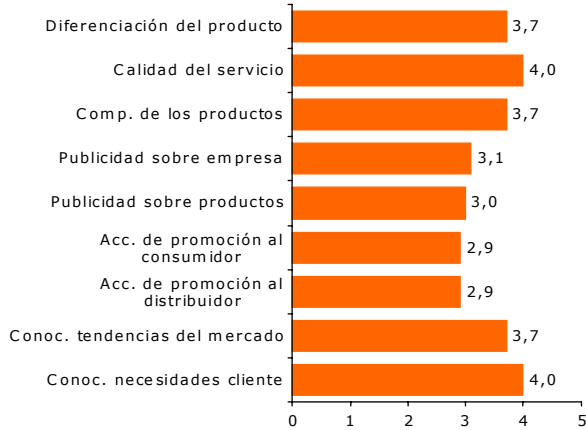


Situación del empleo de 2000 respecto de 1999



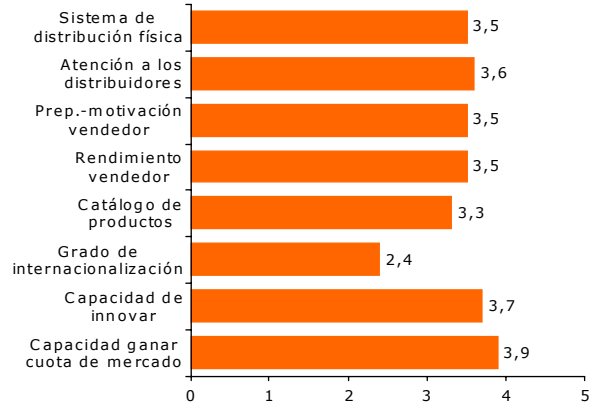
Aspectos Comerciales

Situación de su empresa respecto de la competencia



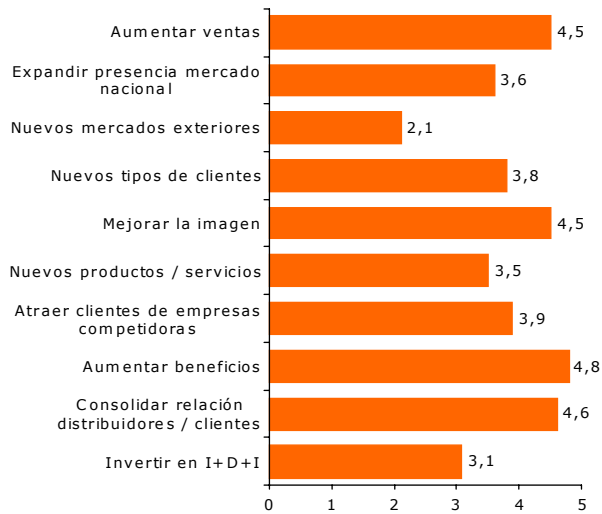
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Situación de su empresa respecto de la competencia (continuación)



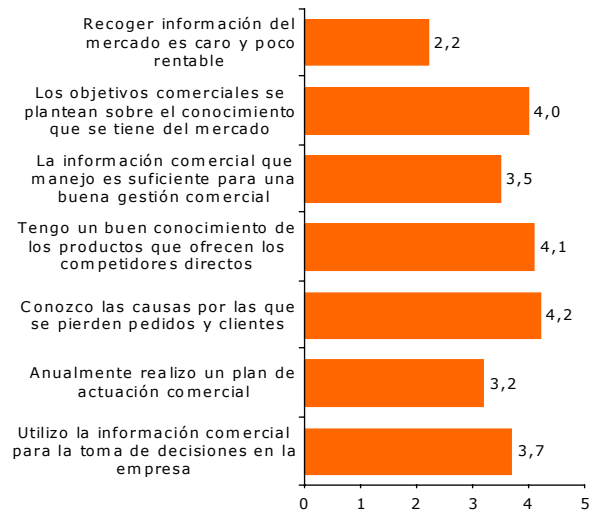
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Objetivos Comerciales para los próximos tres años



(1) Valor 1: nada importante; valor 5: muy importante

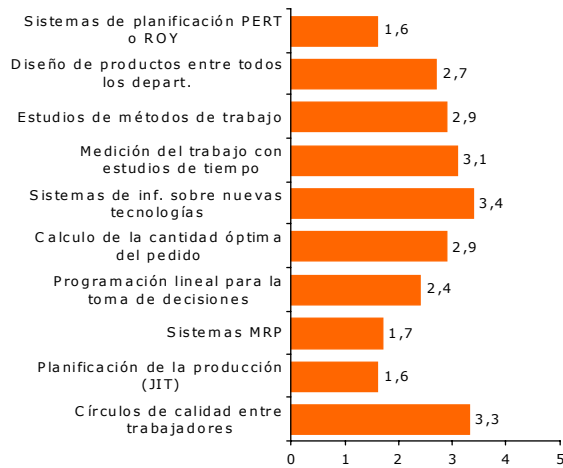
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

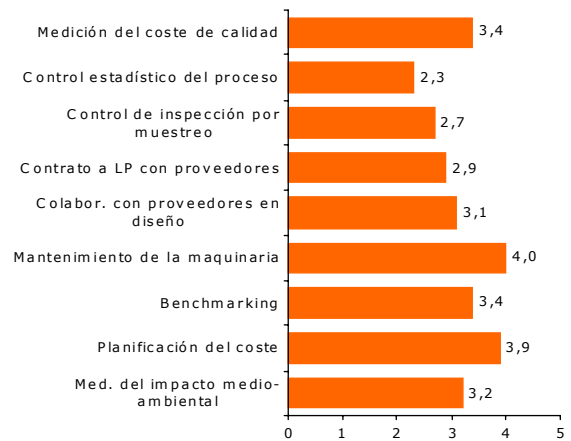
Los Métodos de Gestión y la Calidad

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión



(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión (continuación)



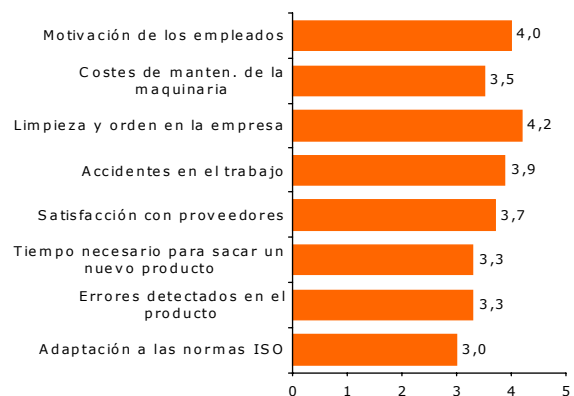
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros



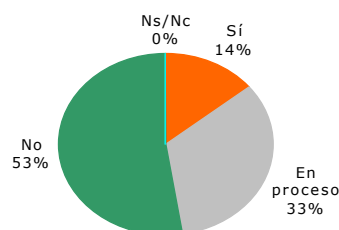
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros (continuación)



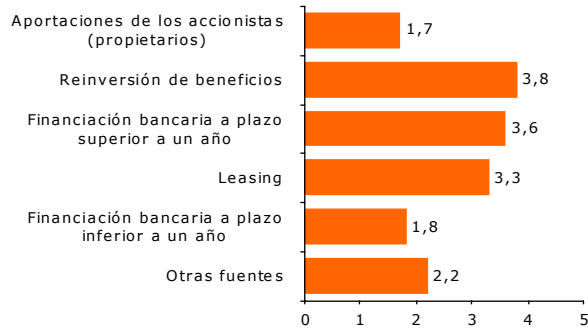
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Disposición de Certificación de Calidad ISO de la serie 9000 o equivalentes



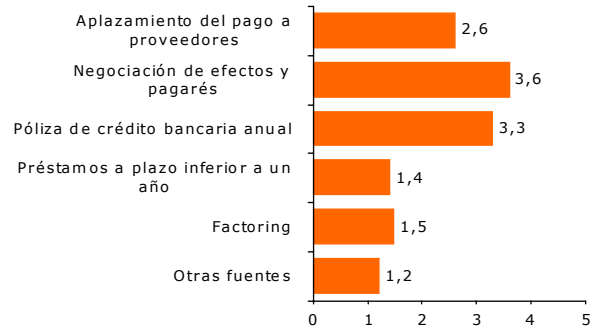
Aspectos Financieros

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación en inversiones de inmovilizado



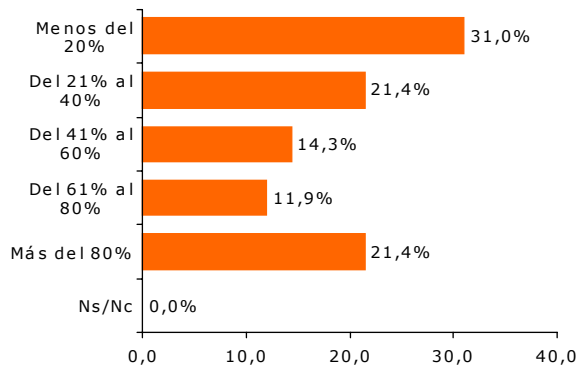
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación para financiar activos circulantes

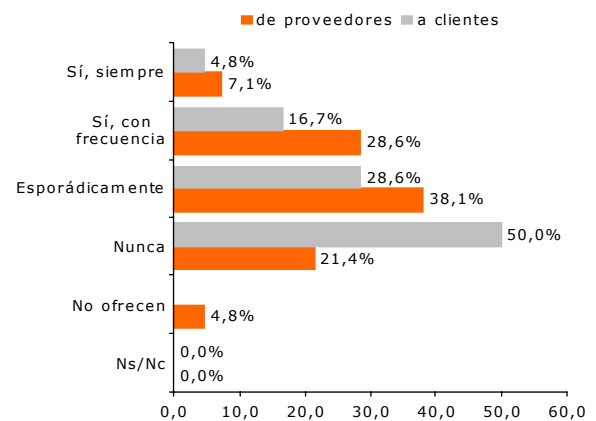


(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

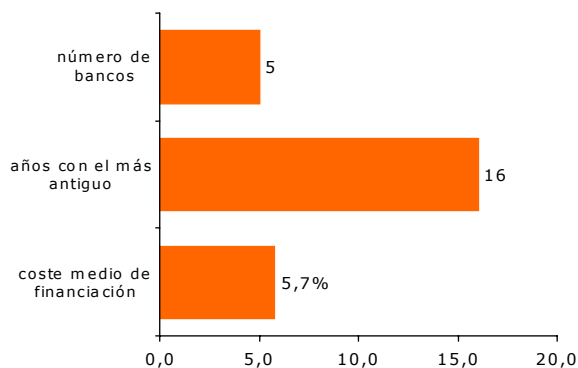
Del total de su financiación a corto plazo (pasivo circulante), ¿qué porcentaje supone el aplazamiento del pago a proveedores?



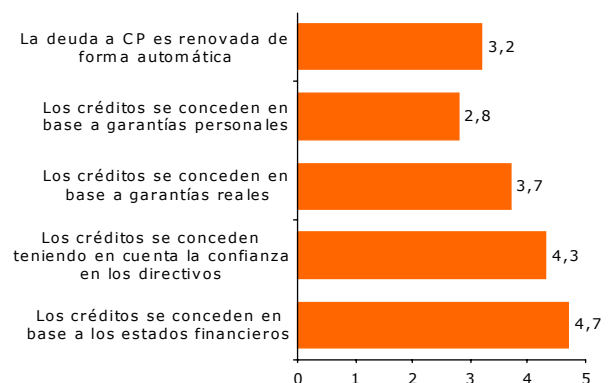
¿Suele acogerse u ofrecer descuentos por pronto pago de sus proveedores o a sus clientes?



Número de bancos con que opera, años con el banco más antiguo y coste medio de financiación



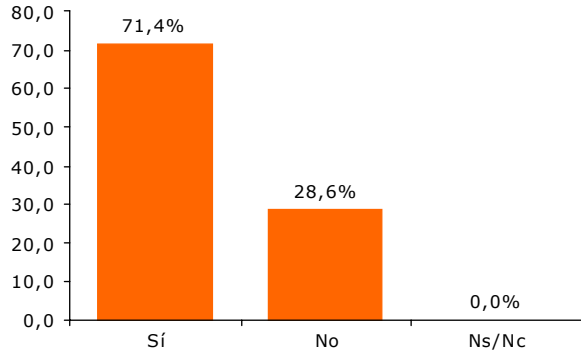
Indique su opinión sobre las siguientes afirmaciones



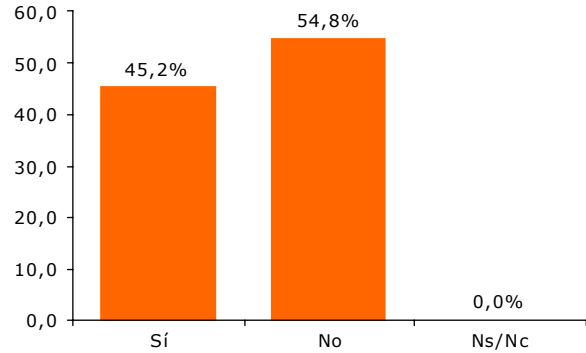
(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

La Localización de la Empresa

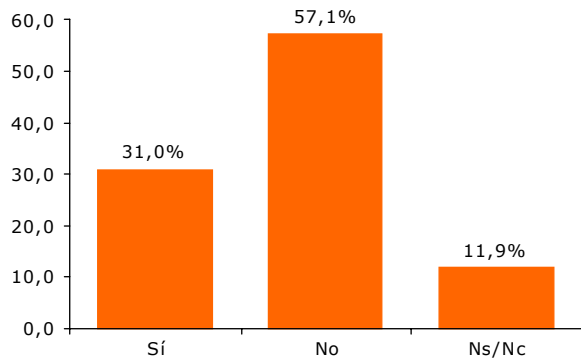
¿La localización actual de su empresa coincide con la residencia del propietario o está próxima a ella?



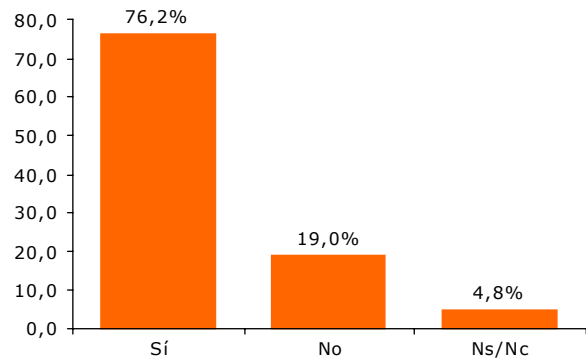
¿La ubicación inicial de su empresa se debió a que tenía suelo en propiedad?



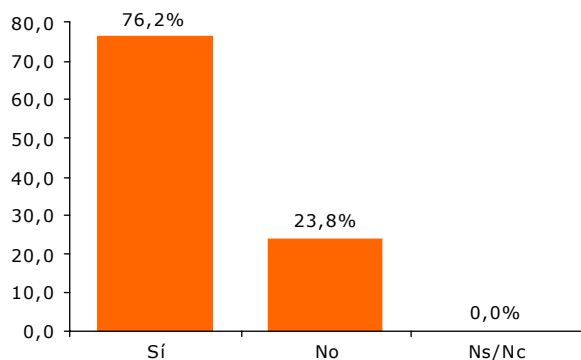
¿Considera que la oferta de suelo industrial en la Región de Murcia es apropiada y suficiente?



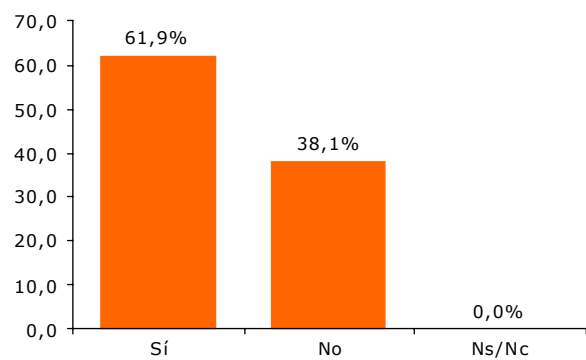
Dado el nivel de equipamiento y la infraestructura viaria del área en la que se encuentra su empresa ¿considera su localización actual adecuada?



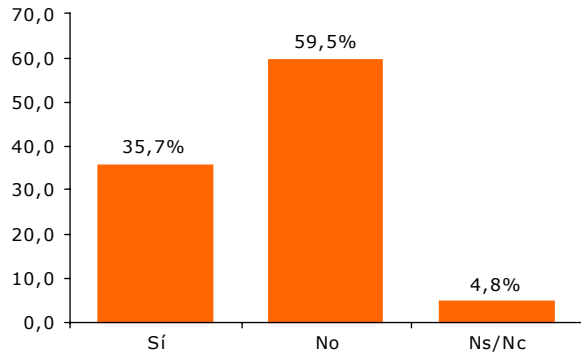
¿Cree que la ubicación de una empresa en un polígono industrial ordenado es beneficioso para el desarrollo de su actividad y provoca ventajas estratégicas?



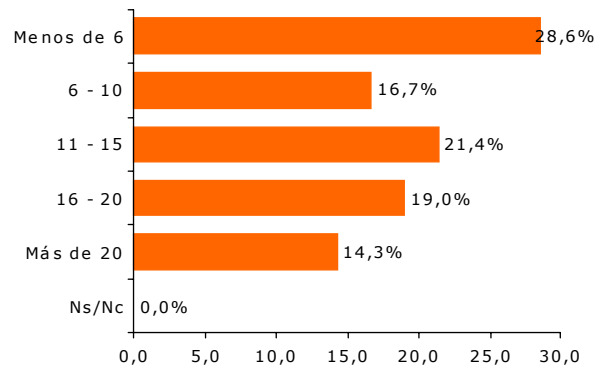
¿Cambiaría de ubicación industrial si las condiciones fuesen favorables para ello?



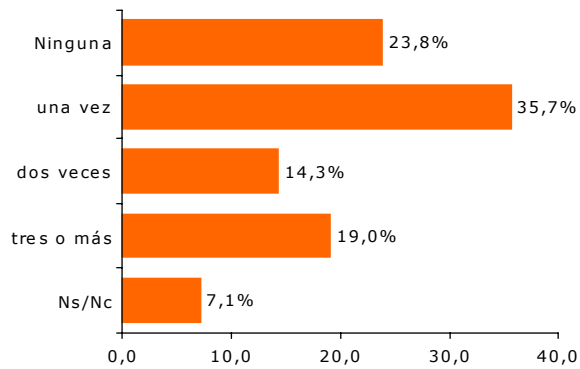
¿Desearía en un futuro próximo localizar su empresa en un parque tecnológico de la Región de Murcia?



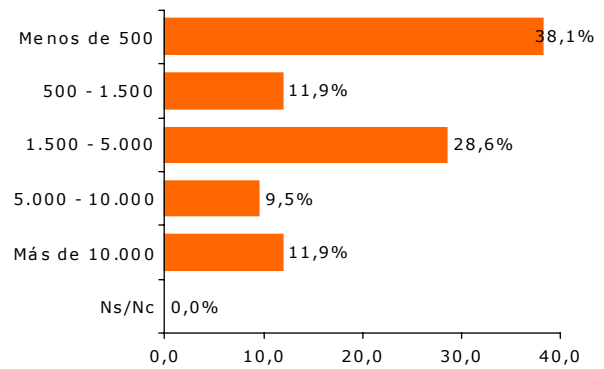
¿Qué antigüedad tiene la ubicación actual de su empresas? (años)



Desde el inicio de la actividad empresarial de su empresa, ¿cuántas veces ha cambiado de localización?



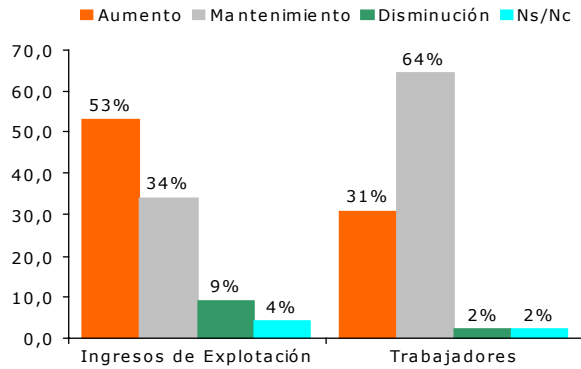
¿Cuál es la superficie actual de la parcela que ocupa su empresa, incluyendo terrenos no ocupados con construcción de nave? (m²)



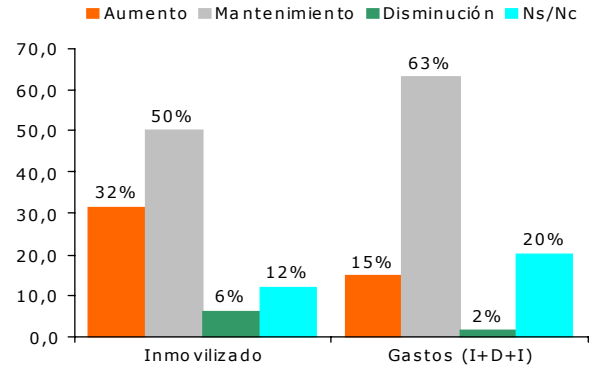
6. SERVICIOS

Crecimiento, Expectativas y Clima Empresarial

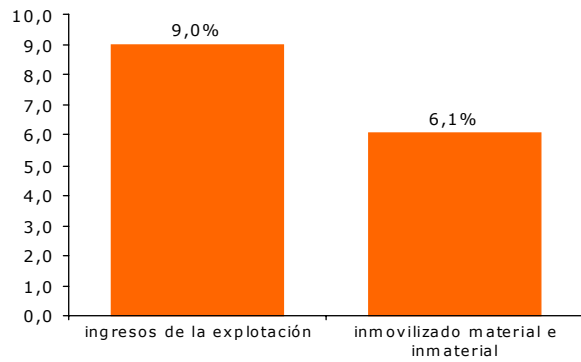
Tendencia de Ingresos de Explotación y Empleo para el año 2001



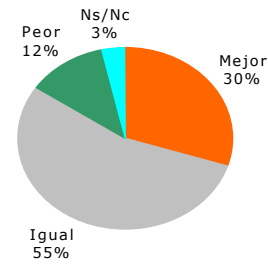
Tendencia de Inmovilizado Material e Inmaterial y Gastos en I+D+I para el año 2001



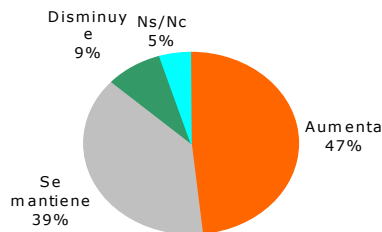
Tasas de variación 1999-2000



Clima y Entorno Empresarial en el que se desenvuelve su empresa en el año 2001

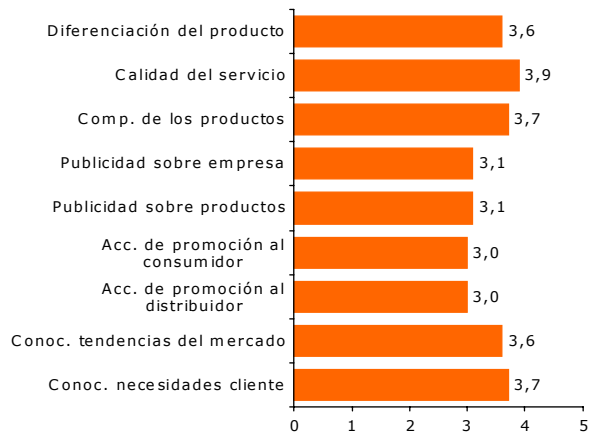


Situación del empleo de 2000 respecto de 1999



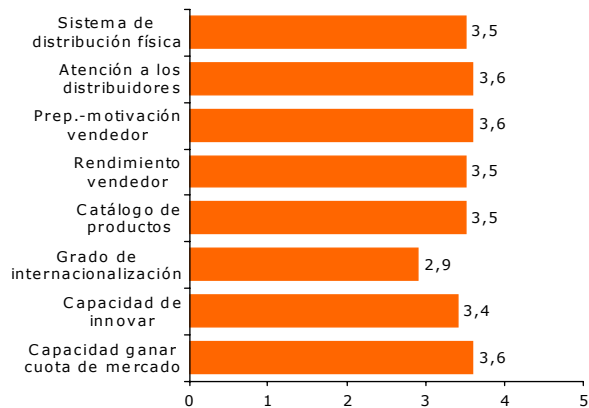
Aspectos Comerciales

Situación de su empresa respecto de la competencia



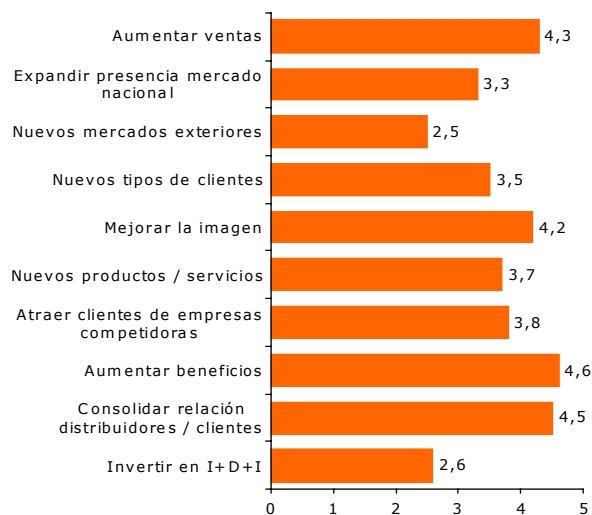
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Situación de su empresa respecto de la competencia (continuación)



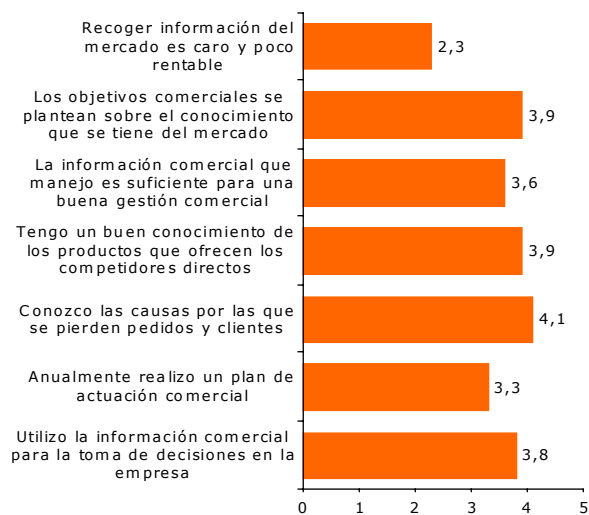
(1) Valor 1: mucho peor; valor 5: mucho mejor

Objetivos Comerciales para los próximos tres años



(1) Valor 1: nada importante; valor 5: muy importante

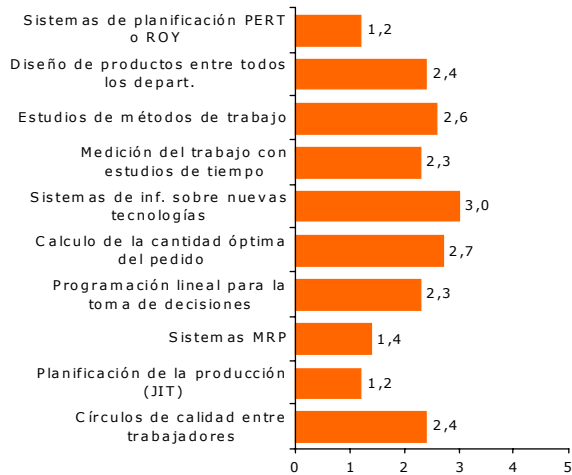
Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

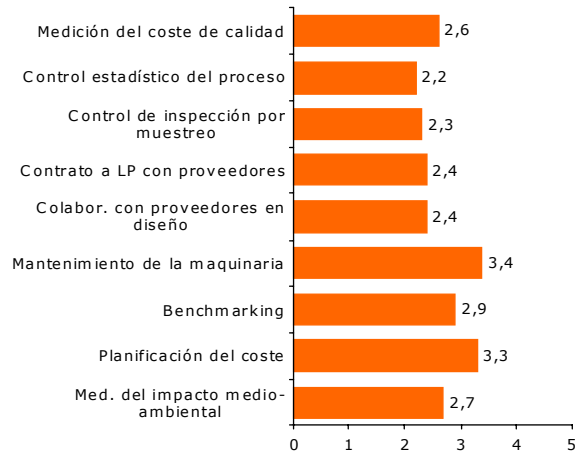
Los Métodos de Gestión y la Calidad

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión



(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes herramientas de gestión (continuación)



(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros



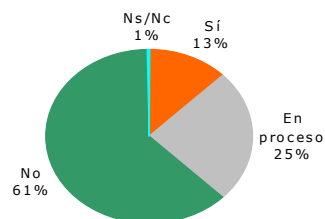
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Evolución de la situación de su empresa en los siguientes parámetros (continuación)



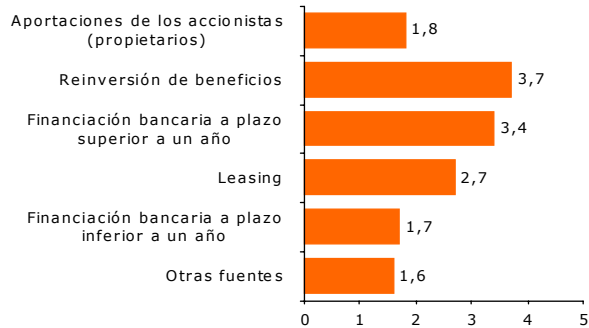
(1) Valor 1: muy negativamente; valor 5: muy positivamente

Disposición de Certificación de Calidad ISO de la serie 9000 o equivalentes



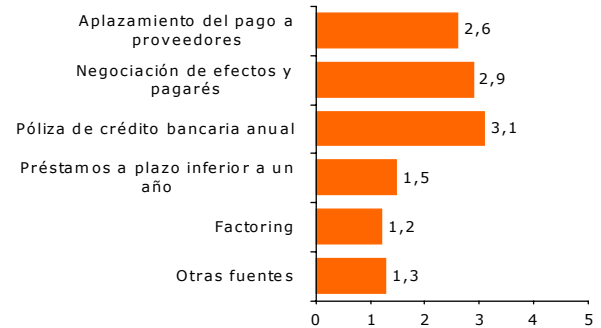
Aspectos Financieros

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación en inversiones de inmovilizado



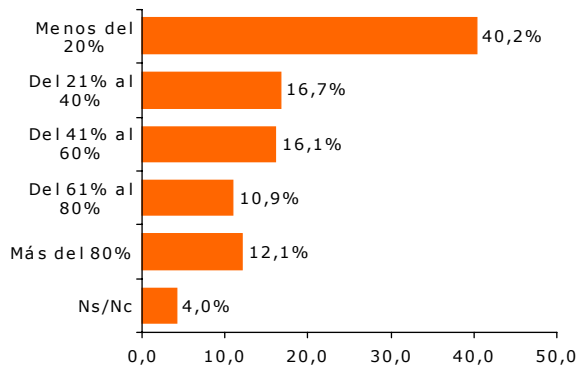
(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

Frecuencia de utilización de las siguientes fuentes de financiación para financiar activos circulantes

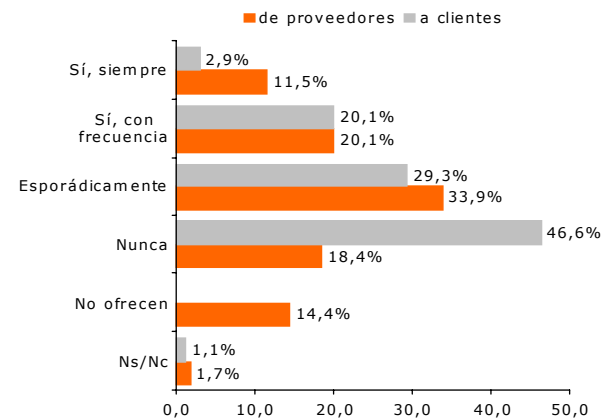


(1) Valor 1: nunca; valor 5: siempre

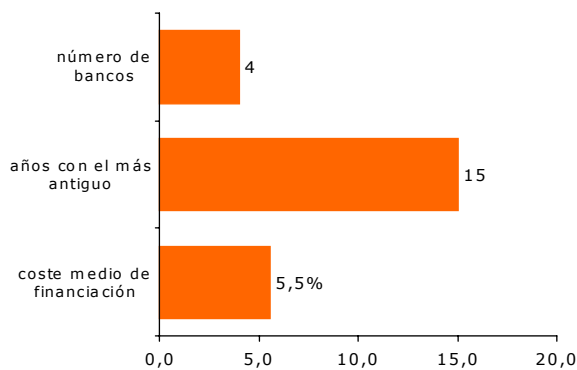
Del total de su financiación a corto plazo (pasivo circulante), ¿qué porcentaje supone el aplazamiento del pago a proveedores?



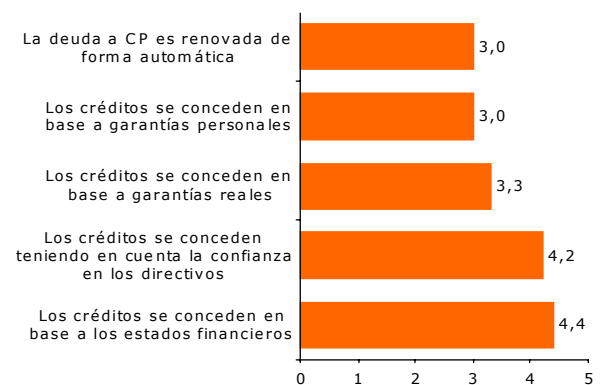
¿Suele acogerse u ofrecer descuentos por pronto pago de sus proveedores o a sus clientes?



Número de bancos con que opera, años con el banco más antiguo y coste medio de financiación



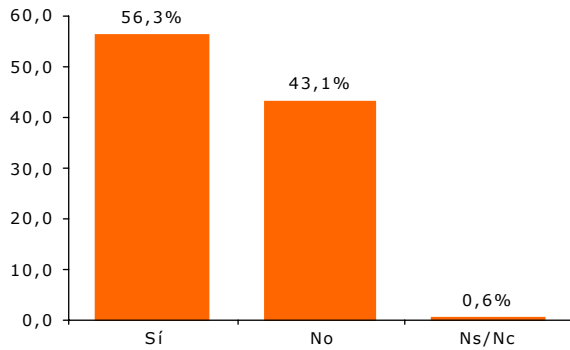
Indique su opinión sobre las siguientes afirmaciones



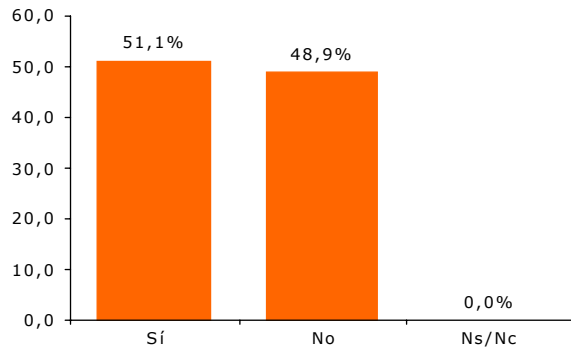
(1) Valor 1: total desacuerdo; valor 5: total acuerdo

La Localización de la Empresa

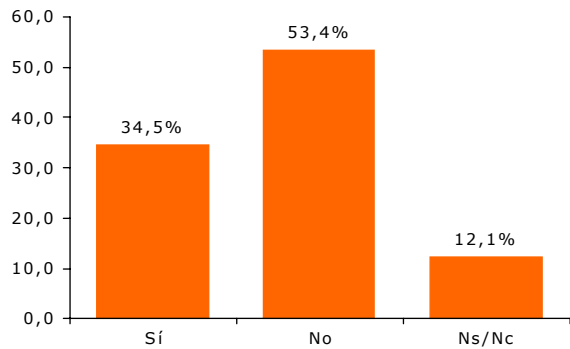
¿La localización actual de su empresa coincide con la residencia del propietario o está próxima a ella?



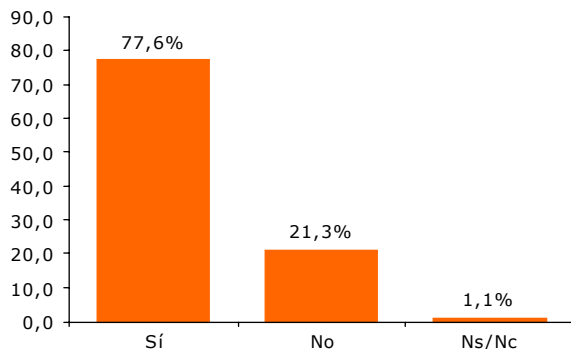
¿La ubicación inicial de su empresa se debió a que tenía suelo en propiedad?



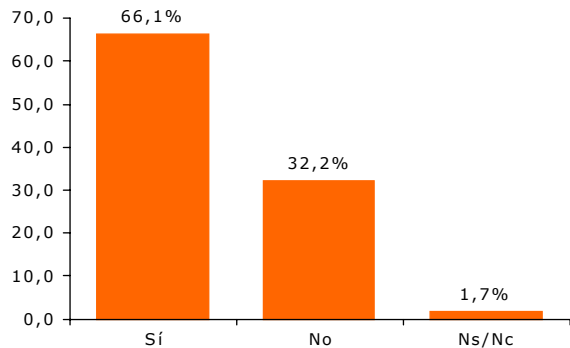
¿Considera que la oferta de suelo industrial en la Región de Murcia es apropiada y suficiente?



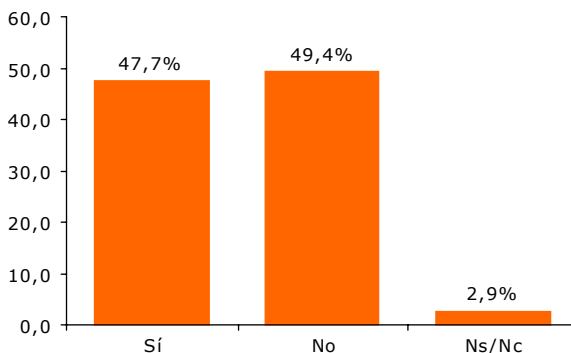
Dado el nivel de equipamiento y la infraestructura viaria del área en la que se encuentra su empresa ¿considera su localización actual adecuada?



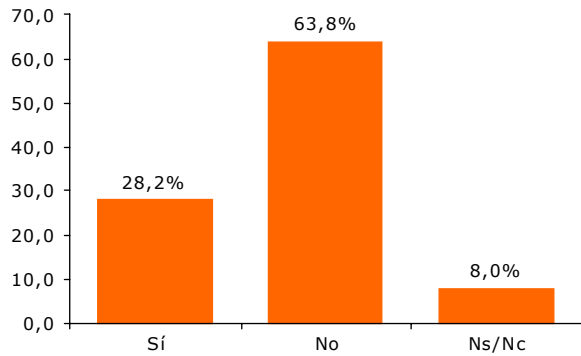
¿Cree que la ubicación de una empresa en un polígono industrial ordenado es beneficioso para el desarrollo de su actividad y provoca ventajas estratégicas?



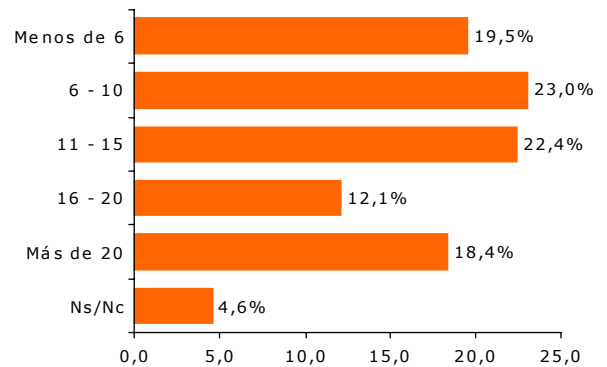
¿Cambiaría de ubicación industrial si las condiciones fuesen favorables para ello?



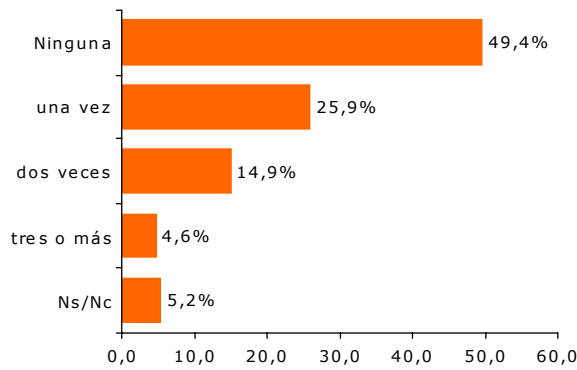
¿Desearía en un futuro próximo localizar su empresa en un parque tecnológico de la Región de Murcia?



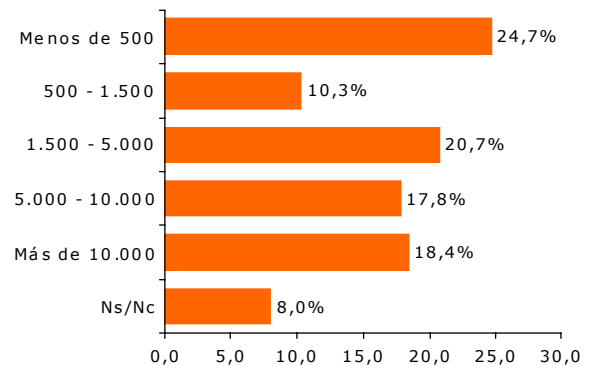
¿Qué antigüedad tiene la ubicación actual de su empresas? (años)



Desde el inicio de la actividad empresarial de su empresa, ¿cuántas veces ha cambiado de localización?



¿Cuál es la superficie actual de la parcela que ocupa su empresa, incluyendo terrenos no ocupados con construcción de nave? (m²)



7. CONCLUSIONES

CRECIMIENTO DE LAS VENTAS

- Los datos referentes a las ventas en 2000 reflejan un crecimiento medio del 8,9%, valor que supondría que, en términos nominales, se ha alcanzado un nivel de crecimiento similar al correspondiente a 1999. Este resultado mejora las previsiones realizadas por los empresarios durante el segundo semestre de 2000, lo que sugiere que la marcha real de la economía regional ha sido más estable de lo que las expectativas empresariales preveían.
- No obstante lo anterior, si consideramos la presión inflacionista observaríamos una ligera desaceleración, pues si expresamos las ventas en pesetas constantes el crecimiento para 2000 sería del 4,7% frente al 5,6% de 1999. En cualquier caso, la persistencia en estos niveles de crecimiento debe ser calificada de muy positiva.
- La ralentización del nivel de facturación de las empresas durante el 2000 tiene su origen en la Construcción, que estabiliza su crecimiento, y fundamentalmente en los Servicios que reducen su crecimiento tanto en términos nominales como reales. La Industria, aun siendo la que menos crece, es la que muestra un comportamiento más robusto pues al mantener la aceleración de su crecimiento consigue amortiguar el efecto inflacionista. Ello le permite crecer, incluso en términos reales, a mayor ritmo que en 1999.
- Aunque los datos muestrales indican un mayor crecimiento de las empresas pequeñas (menos de 20 empleados) frente a las grandes (20 o más empleados), en concreto un crecimiento medio del 10,0% y del 8,3%, las diferencias no son estadísticamente significativas. Además, estas diferencias se han acortado respecto a 1999 en donde las tasas de crecimiento se estimaron en un 13,3% para las empresas pequeñas y un 7,4% para las grandes.
- Por el contrario, la antigüedad sí resulta ser significativa. Las empresas jóvenes (menos de 10 años) continúan manteniendo, como ya lo hicieron en 1999, una mayor tasa de crecimiento en relación a las empresas maduras (10 o más años). Las empresas jóvenes tuvieron un crecimiento medio en 2000 del 12,4% frente a un 7,0% de las empresas maduras.
- El crecimiento medio estimado en la Industria fue del 8,0%, cifra superior a la correspondiente a 1999 que estimamos fue del 6,2%. Este incremento en términos nominales, permite absorber el efecto de la mayor inflación de 2000. Concretamente estimamos que en pesetas constantes el crecimiento en 1999 sería del 3,2% y en 2000 del 3,8%.
- Para el sector de la construcción se estima que el crecimiento medio de la ventas en 2000, valoradas en pesetas corrientes, se situó en el 13,3%, resultado prácticamente idéntico al experimentado en el año 1999 que evaluamos en el 13,2%. Como es evidente, y dada la mayor inflación del año 2000, si valoramos las ventas en pesetas constantes observamos un crecimiento menor, en concreto del 10,0% en 1999 al 8,9% en 2000. No obstante, la construcción sigue manteniendo un importante diferencial de crecimiento respecto de la Industria y los Servicios.
- Para los Servicios el crecimiento medio en 2000 fue de un 9,0% frente al correspondiente a 1999 que se estimó en el 10,0%. Si las ventas son expresadas en pesetas constantes, el anterior descenso puede apreciarse de forma más clara. Así, en valores reales, estimaríamos un crecimiento de la actividad para 1999 del 6,9% frente al 4,8% de 2000. Considerando la tendencia 1999-2000, los servicios serían, respecto de la Industria y la Construcción, las actividades que se han visto más afectadas por la ralentización del crecimiento.

Industria

- El 32,6% de las empresas industriales de la región consideran que el clima empresarial en el que actualmente se desenvuelve su actividad y comparando con 2000 ha mejorado. El 49,5% opina que es igual y el 17,9% que es peor. Las empresas con una percepción más favorable de su entorno son las de menor tamaño y mayor antigüedad.
- Las expectativas empresariales para el año 2001 son positivas para el sector industrial. El 61,9% de las empresas estiman que conseguirán incrementar su nivel de ventas y el 35,2% de las empresas opinan que aumentarán su personal (7,8% lo reducirá).
- Respecto a sus competidores las empresas indican que disponen de una posición más favorable en cuanto a la calidad del servicio, la competitividad y el grado de diferenciación de sus productos. Contrariamente, manifiestan una peor posición en sus actividades de comunicación comercial (publicidad sobre su empresa y productos y promoción hacia el consumidor y distribuidor).
- La situación de la política de distribución de las empresas respecto a la competencia es positiva en la capacidad y habilidad comercial para atender a sus distribuidores y en sus sistemas de distribución, principalmente en las empresas de mayor tamaño.
- Las empresas industriales se encuentran familiarizadas con la utilización de la investigación de mercados para la toma de decisiones, tienen un buen conocimiento de los productos que ofrecen sus competidores y utilizan habitualmente la información comercial para la toma de decisiones.
- Los principales objetivos comerciales para los próximos años de las empresas industriales son: consolidar su relación con los distribuidores y clientes, aumentar el volumen de ventas y mejorar la imagen de la empresas y de sus productos.
- Las empresas industriales de mayor tamaño consideran más importantes los objetivos de crecimiento que se logran a través de la innovación y el desarrollo de nuevos productos.
- En general, el grado de utilización de las herramientas de gestión por parte de las empresas industriales se puede considerar medio-bajo. Las herramientas más utilizadas son el mantenimiento preventivo de la maquinaria, la planificación del coste, la medición del impacto medioambiental y los sistemas de información sobre nuevas tecnologías.
- El tamaño de la empresa es una variable que incide positivamente en la utilización de estas herramientas, no estando claro en el caso de la antigüedad.
- La utilización de las herramientas de gestión y los resultados operativos están correlacionados positivamente. Esto indica que, a nivel general, la aplicación de estas herramientas resulta positiva para las empresas.
- Un 23,3% de estas empresas están certificadas por ISO 9001 ó 9002, estando en proceso de obtener la certificación un 32,3%. La certificación es significativamente más común entre las empresas más grandes.
- El estar certificado por ISO 9000 también está relacionado positivamente con los resultados operativos de las empresas.

- Las empresas industriales consideran que durante este año ha evolucionado muy positivamente aspectos como la comunicación con los clientes, la satisfacción de sus clientes con sus productos, la colaboración con los proveedores y la limpieza y orden de la empresa. Por el contrario, señalan que aspectos como la adaptación a los requisitos de la norma ISO, el tiempo necesario para sacar un nuevo producto o el coste unitario de producción, no han evolucionado tan positivamente.
- La reinversión de beneficios se constituye como el principal recurso para financiar las inversiones en inmovilizados productivos, en especial en las empresas de más antigüedad.
- Las empresas jóvenes y pequeñas recurren en mayor medida a las aportaciones de accionistas para financiar sus inmovilizados que las más antiguas y de mayor tamaño.
- Las empresas industriales recurren mayoritariamente a la negociación de efectos y pagarés y a las pólizas de crédito para financiar las inversiones en activos circulantes.
- Mayor peso de la financiación bancaria a corto plazo para las empresas más jóvenes y de menor tamaño.
- Coste medio de la financiación bancaria de un 5,5%, adecuado teniendo en cuenta los tipos de interés actuales.
- Mayor dificultad de las empresas más jóvenes y de menor tamaño para obtener financiación bancaria al exigirles más garantías reales y personales, trabajar con menos bancos y mantener con ellos relaciones menos estrechas.
- El 42% de las empresas industriales ofrecen siempre o con frecuencia descuentos por pronto pago a sus clientes.
- La empresa industrial se caracteriza en términos medio por tener una antigüedad en su ubicación de 18 años y poseer una parcela de 17.000 m².
- La proximidad de la residencia del propietario y el hecho de tener suelo en propiedad constituyen factores importantes para determinar la localización de las empresas, al menos para el 54% de las empresas encuestadas.
- El 72% de las empresas industriales están de acuerdo con su ubicación actual dado su nivel de equipamiento e infraestructura viaria. No obstante, el 54% de las empresas encuestadas frente a condiciones favorables se plantearía cambiar su ubicación actual, de forma más acentuada en las empresas más jóvenes.
- Las empresas se decantan por dar un aprobado ajustado a la suficiencia y adecuación de la oferta de suelo industrial en la Región, mientras que dan un notable a los beneficios que reportaría como ventaja competitiva en su actividad la localización de su empresa en un polígono industrial. De hecho un 58% de las empresas manifiestan que les gustaría localizarse en un polígono industrial, particularmente las empresas más jóvenes.
- La expectativa de localizarse en un Parque Tecnológico de la Región se puede considerar favorable, puesto que el 33% de las empresas encuestadas afirman estar dispuestas a ubicarse en los mismos.

Construcción

- El 48,8% de las constructoras de la región consideran que el clima empresarial en el que actualmente se desenvuelve su actividad y comparando con 2000 ha mejorado. El 43,9% opina que es igual y tan sólo el 7,3% que es peor. Las empresas con una percepción más favorable de su entorno son las empresas más jóvenes y las de mayor tamaño.
- Las expectativas empresariales para el año 2001 son muy positivas para el sector de la construcción. El 61% de las empresas consideran que conseguirán incrementar su nivel de ventas (12% lo reducirá) y el 43,2% de las empresas señalan que aumentarán su personal (7,5% lo reducirá).
- Respecto a sus competidores las empresas de la construcción señalan que disponen de una posición más favorable en cuanto a la calidad del servicio, la competitividad y el grado de diferenciación de sus productos. Contrariamente, manifiestan una peor posición en sus actividades de comunicación comercial (publicidad sobre su empresa y productos y promoción hacia el consumidor y distribuidor).
- Las empresas consideran que su capacidad para ganar cuota de mercado y su capacidad para innovar es mucho mejor que la de su competencia.
- Las empresas constructoras tienen un buen conocimiento de los productos que ofrecen sus competidores, los objetivos comerciales se plantean sobre el conocimiento que se tiene del mercado y conocen las causas por las que pierden clientes.
- Los principales objetivos comerciales para los próximos años de las empresas constructoras son: consolidar su relación con los clientes, mejorar la imagen de la empresa y aumentar su volumen de ventas.
- Las empresas jóvenes consideran más importante el desarrollo de nuevos productos o servicios que las empresas más maduras.
- En general, la utilización de las herramientas de gestión analizadas es medio-bajo. No obstante, dado el pequeño tamaño de las empresas estudiadas, esta utilización es relevante. Las herramientas más utilizadas son: mantenimiento preventivo de la maquinaria, medición del coste de la calidad, planificación del coste y comparación con los principales competidores del sector.
- El tamaño y la antigüedad de la empresa son variables que no inciden en el grado de utilización de estas herramientas de gestión.
- Un 14,3% de estas empresas están certificadas por ISO 9001 ó 9002, estando en proceso de obtener la certificación un 33,3%. La certificación no es significativamente más común entre las empresas de mayor tamaño.
- La utilización de las herramientas de gestión y los resultados operativos obtenidos por la empresa están correlacionados positivamente. Esto indica que, a nivel general, la aplicación de estas herramientas es positiva para las empresas constructoras.
- El estar certificado por ISO 9000, también está relacionado positivamente con los resultados operativos de las empresas.
- Las empresas de la construcción consideran que durante este año ha evolucionado muy positivamente aspectos como la comunicación con los clientes, la satisfacción de sus clientes con sus productos, y la limpieza y orden en la empresa. Por el contrario, señalan que aspectos como el coste unitario de producción o detectar errores en los diseños tras poner el producto o servicio en el mercado, no han evolucionado tan positivamente.

- La reinversión de beneficios supone el principal recurso para financiar las inversiones en inmovilizados productivos, en especial en las empresas de mayor tamaño.
- La negociación de efectos y pagarés constituye la figura más utilizada por las empresas constructoras para financiar las inversiones en activos circulantes. Su frecuencia es mayor en las empresas con más de 20 empleados.
- Las pólizas de crédito anuales se utilizan con mayor asiduidad en las empresas más antiguas que en las jóvenes.
- Mayor peso de la financiación bancaria a corto plazo en las empresas de más edad.
- Coste medio de la financiación bancaria de un 5,74%, adecuado si se consideran los tipos de interés actuales.
- La tendencia a renovar al vencimiento las deudas a corto plazo con las entidades financieras se produce en mayor medida en las empresas más antiguas frente a las más jóvenes.
- La empresa constructora de la región se caracteriza, en términos medio, por tener una antigüedad en su ubicación de 14 años y poseer una parcela de 11.000 m².
- La proximidad de la residencia del propietario constituye el factor más relevante para determinar la localización de las empresas constructoras, así es para el 71% de las empresas encuestadas. Sin embargo, disponer de suelo en propiedad tiene un peso menos importante.
- El 80% de las empresas están de acuerdo con su ubicación actual dado su nivel de equipamiento e infraestructura viaria. No obstante, el 61% opinan que frente a condiciones favorables se plantearían cambiar su ubicación actual, de forma más acentuada en las empresas de mayor tamaño.
- Las empresas se decantan por dar un suspenso a la adecuación de la oferta de suelo industrial en la Región, mientras que dan un notable a los beneficios que reportaría como ventaja competitiva en su actividad la localización de su empresa en un polígono industrial.

Servicios

- El 29,2% de las empresas de servicios de la región consideran que el clima empresarial en el que actualmente se desenvuelve su actividad y comparando con 2000 ha mejorado. El 57,8% opina que es igual y el 13% que es peor. Las empresas con una percepción más favorable de su entorno son las empresas más jóvenes y las de mayor tamaño.
- Las expectativas empresariales para el año 2001 son positivas para el sector servicios. El 54,5% de las empresas consideran que incrementarán su nivel de ventas (9,7% lo reducirá) y el 31,7% señalan que aumentarán su personal (2,4% lo reducirá).
- Respecto a sus competidores las empresas indican que disponen de una posición más favorable en cuanto a la calidad del servicio y la competitividad de sus productos o servicios. Contrariamente, manifiestan una peor posición en sus actividades de comunicación comercial (publicidad sobre su empresa y productos y promoción hacia el consumidor y distribuidor).
- Respecto a la calidad del servicio y el grado de diferenciación de su producto o servicio las empresas con más de 20 empleados se consideran más competitivas que las empresas pequeñas.
- Las empresas más jóvenes opinan tener una mejor posición competitiva en la capacidad para ganar cuota de mercado y en la preparación y motivación de sus vendedores que las empresas más antiguas.
- Las empresas de servicios manifiestan encontrarse familiarizadas con la utilización de la investigación de mercados para la toma de decisiones, tienen un buen conocimiento de los productos que ofrecen sus competidores y conocen las causas por las que se pierden pedidos y clientes.
- Los principales objetivos comerciales para los próximos años de las empresas de servicios son: consolidar su relación con los distribuidores y clientes, aumentar el volumen de ventas y mejorar la imagen de la empresas y de sus productos.
- El grado de utilización de las herramientas de gestión analizadas es medio-bajo. No obstante, dado el pequeño tamaño de las empresas estudiadas y su carácter de empresas de servicios, esta utilización es significativa. Las herramientas más utilizadas son: mantenimiento preventivo de la maquinaria y los sistemas de información sobre nuevas tecnologías.
- El tamaño de la empresa es una variable que incide positivamente en la utilización de estas herramientas. La antigüedad de la empresa no incide en esta utilización.
- Un 12,9% de estas empresas están certificadas por normas ISO, estando en proceso de obtener la certificación un 25,3%. La certificación es significativamente más común entre las empresas más grandes.
- La utilización de las herramientas de gestión consideradas y los resultados operativos están correlacionados positivamente. Esto indica que, a nivel general, la utilización de estas herramientas es positiva.
- El estar certificado por ISO 9000 no está relacionado positivamente con los resultados operativos en este sector.

- Las empresas de servicios consideran que durante este año ha evolucionado muy positivamente aspectos como la comunicación con los clientes, la satisfacción de sus clientes con sus productos y la capacidad de los empleados para realizar sus tareas. Por el contrario, señalan que aspectos como el coste unitario de producción o detectar errores en los diseños tras poner el producto o servicio en el mercado, no han evolucionado tan positivamente.
- La reinversión de beneficios se constituye como el principal recurso para financiar las inversiones en inmovilizados productivos. Las aportaciones de capital se realizan más frecuentemente en las empresas más jóvenes. Y la figura del leasing es más utilizada en las empresas con más de 20 empleados.
- La póliza de crédito es la figura más utilizada por las empresas de servicios para financiar las inversiones en activos circulantes.
- Poca relevancia de los descuentos por pronto pago en el sector. Apenas el 23,5% de las empresas manifiestan ofrecer siempre o con frecuencia este tipo de descuentos a sus clientes.
- El coste medio de la financiación bancaria es del 5,5% siendo más reducido para las empresas de más edad.
- La importancia de la presentación de garantías reales y personales es mayor en las empresas de menor edad.
- La empresa de servicios se caracteriza, en términos medio, por tener una antigüedad en su ubicación de 15 años.
- La proximidad de la residencia del propietario y el hecho de tener suelo en propiedad constituyen factores importantes para determinar la localización de las empresas, al menos para el 52% de las empresas encuestadas.
- El 78% de las empresas consideran adecuado su ubicación actual dado su nivel de equipamiento e infraestructura viaria. No obstante, el 48% señalan que frente a condiciones favorables se plantearían cambiar su ubicación actual.