

ENCUESTA SOBRE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Nota editorial.

En este documento se recoge un análisis y resumen de un amplio estudio publicado por el MICYT con el título UN PANORAMA DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA. El resumen ha sido realizado por D. Marco Antonio González Álvarez gran conocedor de nuestro sector, así como de las técnicas empleadas para el análisis de las distintas variables económicas

y organizativas empleadas por los autores del estudio. Dado que el estudio se refiere a todo el sector manufacturero, el autor del documento ha extraído aquellos datos más significativos que se refieren al sector de la industria de la madera y del mueble de madera, buscando la comparación con los otros sectores manufactureros con el fin de conocer

la situación relativa en que se mueve nuestro sector. El gran número de datos manejados, se han tenido que analizar más de 250 tablas que acompañan al propio libro, hace que incluso un resumen sea arduo, aunque la gran cantidad de información que se ofrece compensa con creces la dificultad de lectura.

Mediante UN CONVENIO ENTRE EL MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO Y LA FUNDACIÓN EMPRESA PÚBLICA, SE INICIÓ EN 1992 UN PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA QUE PRETENDE CONOCER EL COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS DURANTE CINCO AÑOS CONSECUTIVOS. EL ESTUDIO QUE VA A COMENTARSE CONTIENE UNA GRAN DIVERSIDAD DE INFORMACIÓN QUE PUEDE AYUDAR A LAS EMPRESAS A CONOCER SU POSICIÓN Y POR TANTO A DEFINIR SUS FUTURAS ESTRATEGIAS.

sistema mecánico especializado, un servo-sistema que controla y un centro de control por ordenador.

Los sistemas flexibles de fabricación, consisten en varias máquinas de control numérico con sistemas que intercambian el producto y que se controlan a través de un ordenador centralizado.

El empleo de estas técnicas productivas depende de muchos factores, por una parte está asociada a un determinado tamaño de la empresa, que permite mayor ritmo de sustitución de la maquinaria, mayor producción para hacerla rentable y mayor capacidad financiera; pero también está relacionada con el producto fabricado. Así su utilización será mayor en las industrias que producen bienes menos estandarizados. También tiene relación el grado de apertura con el exterior, el empleo de estas técnicas está más extendido en sectores abiertos con mayor intercambio con el exterior, que en otros sectores como el de la madera con poca apertura.

En el conjunto de la industria manufacturera, las empresas comprendidas entre 10 y 20 empleados emplean CAM un 5,8% y utilizan máquinas con control numérico el 22,4%. Para las empresas entre 21 y 50 empleados estas cifras son del 8,1% y el 25,7%. Para el estrato de 51 a 100 empleados sería del 17,3% y 34%.

Si se consideran las empresas de menos de 200 empleados de todo el sector manufacturero, un 9,7% emplean CAM y un 26,4% dispone de alguna máquina con control numérico.

Para las empresas de la madera estas cifras serían del 3,4% y 30,4%, es decir menos empresas emplean CAM pero un número mayor de ellas dispone de alguna máquina con control numérico.

En cuanto a los productos, hay que considerar la diferenciación del producto, entendida como las características que permiten la identificación por parte de los compradores y que es otro aspecto que aborda el estudio.

Las vías que las empresas siguen para establecer la diferencia de su producto de otros similares en el mercado son dos básicamente. Una es la diferenciación tecnológica, por la que en el proceso productivo se establecen las características diferenciales del bien. La otra vía, empleada cuando no es posible la tecnológica porque su fabricación está muy estandarizada, es la diferenciación específica, que radica en lograr que los bienes similares sean sustitutos imperfectos de su producto.

Normalmente existe una relación inversa entre el tamaño de la empresa y la diferenciación de productos, es decir de las empresas pequeñas presentan un nivel de diferenciación de sus productos mayor que las empresas grandes.

Por otra parte menores grados de estandarización exigen mayores gastos de I+D, aunque para el sector de la madera esto no se puede comprobar con los datos de la encuesta ya que resultan poco significativos.

INTEGRACION Y DESINTEGRACION VERTICALES

Se entiende por integración a la absorción por parte de una empresa de sucesivos estadios, tanto de producción como de distribución, y también cuando las empresas se mueven hacia otros procesos de producción y distribución, vía fusiones o creación de nuevas redes. Si la empresa se mueve hacia la producción de materias primas se dice que la integración es hacia arriba y si lo hace hacia la producción final y la distribución, la integración es hacia abajo.

Una forma de medir la integración vertical es por medio del cálculo del valor añadido sobre ventas, si bien para evitar errores es conveniente analizar por separado la integración hacia arriba y hacia abajo, sin intentar obtener un concepto global.

Los elementos empleados para medir la integración hacia arriba son los ratios de las compras realizadas por las empresas dentro de los grupos a que pertenecen, de las importaciones vinculadas sobre el total de las importaciones y de los indicadores de las compras y servicios subcontratados.

Es posible tener una idea de la integración hacia abajo conociendo el sistema principal de distribución de los productos y la existencia de acuerdos de comercialización.

El resultado de la encuesta muestra que las empresas manufactureras de mayor tamaño integran mucho más el proceso de obtención de las materias primas y la elaboración de inputs, mientras que las más pequeñas optan en mayor medida por la subcontratación. Estos resultados probablemente se deben a que las empresas grandes están en mayor medida incorporadas a un grupo de empresa, mientras que las pequeñas tienen un carácter autónomo.

En la industria de la madera en que el tamaño de las empresas grandes es menor que en otros sectores, las compras subcontratadas se dan más en las empresas medias (de 50 a 100) que en las más pequeñas. Así para las empresas de 10 a 20 empleados la media de las compras subcontratadas son del 20%, mientras que en los de 50 a 100 son del 32,5%.

En cuanto a la integración hacia abajo, si se analiza el sistema de comercialización principal del conjunto de las empresas manufactureras por tamaños se ve que el sistema más empleado, independiente de su tamaño, es la venta directa, más del 50% en las empresas de menor tamaño y el 40% en las de mayor tamaño. Para el sector de la madera, la encuesta indica que el 45,5% de las empresas con menos de 200 trabajadores acuden a la venta directa como principal sistema de comercialización, un 24,6% a través de minoristas, un 22,4% a través de mayoristas y apenas un 3,7% tiene red propia; otro 3,7% tiene una distribución mixta. Las empresas de más de 200 empleados de la madera tienden a vender a través de mayoristas, así un 36,4% tienen este sistema como distribución principal, seguido del de minoristas con un 27,3%, un 18,2% en venta directa y un 18,2% con red propia.

Para las empresas en las que el sistema mayoritario de distribución de sus ventas es a través de mayoristas y minoristas, la empresa productora tratará de ejercer un control sobre éstos; en la medida que la empresa consiga implantar acuerdos de comercialización, su control sobre los distribuidores será mayor y en consecuencia la integración hacia abajo será mayor. Los tipos de acuerdos puede ser el límite del precio de venta al por menor, la exclusividad territorial, la comercialización de la gama completa del producto, la comercialización en exclusiva y el sistema de franquicia.

El resultado de la encuesta muestra que las empresas grandes son las que ejercen mayor control sobre los distribuidores, así en el conjunto del sector manufacturero, el 50% de las empresas que venden a mayoristas o minoristas lo hacen vía acuerdos. En el caso de la industria de la madera y para las mayores empresas (más de 200 empleados), un 85,7% de ellos tienen acuerdos, mientras que en las más pequeños es el 34,9%. De estas últimas sólo un 15,9% de las empresas realizan acuerdos en el intervalo de 10 a 20 empleados, un 25,4% de 21 a 50 y un 37,5% en los de 50 a 100.

Los tipos de acuerdos varían también según el tamaño de las empresas. Para todo el sector manufacturero, las de mayor tamaño adoptan acuerdos de exclusividad territorial (un 50%), comercialización de la gama completa (40%) y tan sólo un 25% impone límites a los precios de reventa. Las de menor tamaño optan por acuerdos de exclusividad un 47,1%,

comercialización exclusiva un 32,7% e imponen límites al precio de reventa un 23,6%. Para el sector de la madera los valores son que un 62,1% de las empresas tienen acuerdos de exclusividad territorial, un 31% de comercialización exclusiva y un 20,7% fijan los límites del precio de reventa.

LA EMPRESA EN SUS MERCADOS

Las empresas pueden clasificarse en cuanto a los mercados en tres grupos: las que operan en mercados locales, provinciales, regionales o nacionales; las que operan sólo en mercados internacionales y las mixtas, es decir, las que operan simultáneamente en ambos.

De las empresas menores de 200 empleados y para el conjunto de la industria pertenecen al primer grupo el 85%, al segundo el 7% y al tercero el 8%. Para las empresas de más de 200 estas cifras eran 59,7%, 19,3% y 21%.

La dimensión de las empresas está muy vinculada a la mayor o menor amplitud geográfica de sus mercados. Así para el conjunto de la industria manufacturera se tiene una distribución según el ámbito geográfico de su mercado principal (esto es el que representa la mayor proporción de sus ventas), que se recoge en el cuadro 3, en tantos por ciento de las empresas.

Si se consideran 5 tipos de mercado: local, provincial, regional, nacional e internacional y se clasifican las empresas según el número de mercados que operan, resulta para las empresas menores de 200 empleados en el conjunto de los sectores, un 56,3% sólo operan en un mercado, un 22,3% operan en dos mercados, un 13,1% operan en 3 mercados, un 4,6% operan en 4 mercados y sólo el 3,7% operan en todos los mercados.

La posición que ocupan las empresas en el mercado puede conocerse mediante dos indicadores: su cuota absoluta y la posición de su cuota con respecto a la de los cuatro mayores competidores.

En la muestra, la cuota que declaran poseer en su mercado principal las empresas de 200 y menos trabajadores alcanzan el valor medio de 22,6%, en las de más de 200 trabajadores del 26,1%. Por tamaños serían, las de 10-20 empleados declaran poseer el 21,4% de su mercado principal (para el sector de la madera estas empresas dicen poseer el 15,7%). Las empresas entre 21-50 empleados dicen poseer el 21,8% de su mercado principal (en la madera el 16,4%). Los comprendidos entre 51 y 100 dicen poseer el 25,1% (en madera el 12,3%).

COSTES Y PRECIOS

Normalmente las empresas estiman sus costes unitarios, prácticamente el 62% de las empresas menores de 20 empleados del sector de la madera determinan los costes unitarios de sus productos, y el 76,3% de las comprendidas entre 21 y 50 empleados, por encima de 50 empleados, prácticamente la totalidad. En el conjunto de los sectores estas cifras son del 70% y 78,6% y también la totalidad por encima de 50 empleados.

Los costes por ocupado (gastos de personal dividido por el número medio de personas) varía según sean las empresas de menos o más de 200 trabajadores de forma importante, así en el sector de la madera en las empresas de menos de 200 trabajadores el coste es de 1,8 millones de pts., mientras que en los de más de 200 alcanza 2,9 millones. Para los comprendidos entre 100 y 200 trabajadores el coste es de 2,4 millones de pts./año. Para las empresas de menos de 200 empleados, el coste por ocupado es muy distinto de unos sectores a otros, así en los sectores cárnicos (preparados y conservas), textiles y cuero es similar al de la industria de la madera, pero en las

químicas, de maquinaria y material y accesorios eléctricos cuyos costes por ocupado están cercanos a 3 millones. Las empresas mayores de 200 empleados, para casi todos los sectores laborales están alrededor de los 3,5 millones, superándose los 4,6 millones en las químicas y máquinas de oficina.

Las empresas determinan sus precios bien a través de catálogos o listas de precios, o por negociación directa con cada uno de sus clientes. Los precios de catálogo o lista no son necesariamente los de venta ya que pueden realizarse descuentos. Las empresas del sector de la madera que establecen sus precios por catálogo o lista es del 48,1% siendo el 6,7% el que mantiene el precio del catálogo (un 26,7% el que hace ciertos descuentos y el 14,8% los que realizan descuentos sistemáticos). Las empresas de la madera mayores de 200 trabajadores de la muestra tienen catálogo o lista de precios, pero siempre hacen descuentos. En el conjunto de todos los sectores, en las empresas de menos de 200 empleados, establecen sus precios por el catálogo el 32,1% de las empresas, pero no hacen descuento un 26,8%.

La información sobre los precios de los competidores son también uno de los aspectos que orientan a las empresas a fijar sus precios. Las empresas de más de 200 empleados tienen mejor información sobre este aspecto que las más pequeñas, así para todo el sector manufacturero el 45,4% de las empresas

mayores de 200 empleados tiene una información precisa y puntual de los precios competidores y una información precisa, aunque retrasada, el 21,4%; en el sector de la madera sería del 54,5% y 27,3% respectivamente. Las empresas menores de 200 empleados en el conjunto del sector manufacturero, tiene información precisa y puntual el 32,3% (el 27,6% en la madera) y precisa aunque retrasada el 15,9% (el 23,1% en la madera).

Si se analiza la frecuencia con que las empresas varían sus precios, en el año 1990 se tiene que para el conjunto del sector, el 29,7% de las empresas no variaron los precios en 1990 (el 26,9% para el sector de la madera), el 46,5% variaron una vez los precios (para la madera un 53%), un 8,3% variaron dos veces (en la madera un 8,2%), y un 15,5% variaron los precios más de dos veces en ese año (para la madera un 11,9%).

Los motivos de esta variación fueron varios, pero el más común, (el 51,4% para la madera), fue los cambios de los costes.

EMPLEO

En las empresas de la madera menores de 200 empleados (y siempre sin considerar las de menos de 10 empleados), tienen de media un número de empleados asalariados de 27,8% por cada empresa. Esta cifra por el conjunto de los sectores manufactureros es de 35,7%, es decir la empresa media del sector de la madera es más pequeña que la media de la industria manufacturera. La proporción de no asalariados en la industria de la madera es del 3%, casi igual que la media de toda la industria que es del 3,1%. El porcentaje de personal eventual es mayor en la industria de la madera que en el conjunto de la industria (el 31,3% contra el 27,6% de toda la industria).

En las industrias grandes (más de 200) la empresa de la madera tiene de media 313 empleados frente a 759 el conjunto de la industria, y la proporción de eventuales es del 20,1% frente al 16,3% del conjunto.

En las empresas entre 10 y 200 empleados, la proporción de titulados (medios o superiores) es del 3,1% para el sector de la madera, mientras que en el conjunto es del 6,1%. También es peor la proporción para el sector de la madera en las grandes industrias, ya que es del 3,2% frente al 9,6% en el conjunto del sector.

Las jornadas laborales al año son muy similares para todos los sectores, aunque se nota que tienden a ser menor número de horas en las empresas mayores en el conjunto del sector, situación que no ocurre así en las de la madera.

COMERCIO EXTERIOR

Las empresas que exportan varían según el sector de que se trate y del tamaño de la empresa. Las empresas cuanto mayores más exportan. Así en la madera, exportan un 11% de las empresas de menos de 20 empleados, un 32% de las de 21 a 50 empleados, un 50% de las de 51 a 100. Para el conjunto de la industria sería 18, 34 y 46%.

Las empresas de menos de 50 trabajadores venden un porcentaje muy pequeño de su producción en el exterior, así las empresas del sector de la madera pequeñas (10 - 20 empleados) venden sólo el 2,3% de su producción en el exterior, las de 21 a 50 venden el 7,1% y las de 51 a 100 venden el 14,7%. Estos valores son muy parecidos en el conjunto del sector manufacturero. A partir de este tamaño prácticamente no varía con el tamaño la propensión exportadora, es decir la cuota de producción vendida al exterior.

El mercado comunitario es el destinatario de la mayor proporción de las manufacturas españolas.

Durante los años 70 y primeros del 80, el 65% de las exportaciones del sector industrial tenían como destino países de la OCDE, y dentro de éstos el 50% era vendida a países de la CEE. En el año 90 estos valores fueron del 80% y 65% respectivamente. En el sector de la madera, las empresas más pequeñas (de 10 - 20 empleados) exportan el 75,7% a países de la CEE, mientras que las empresas de 21 a 50 empleados exportan el 57,2% y las de 51 a 100 el 45,8%.

Las vías que las empresas utilizan para acceder a los mercados exteriores son varias, pero es común para todos los sectores que las empresas de menos de 200 trabajadores no suelen depender de las empresas matrices en el extranjero, mientras que las grandes sí dependen. Por lo general la mayor parte de las empresas acceden al mercado por sus propios medios: el 38,7% en las de 10 - 20 empleados, el 41,7% en las de 21 - 50, el 58,3% en las de 51 - 100 y el 65,5% en las de 100 a 200.

Acceden al mercado por agente especializado un 19,3% de las empresas pequeñas de 10 - 20 empleados, un 23,3% las de 21 a 50, un 16,7% las de 51 a 100 y un 14,9% en las de 101 a 200. Por medio de una acción colectiva acceden un 11,8% de las pequeñas de 10 a 20 empleados, un 16,1% las de 21 a 50, un 12,5% las de 51 a 100 y un 13,8% las de 101 a 200.

Es interesante relacionar la exportación con el esfuerzo tecnológico realizado por las empresas. De alguna forma se pretende conocer si el grado de diferenciación de producto ayuda a competir en los mercados extranjeros. Los resultados de la encuesta no definen una relación entre ambas variables, es decir resulta independiente el esfuerzo tecnológico (definido por el gasto en I+D) de la propensión exportadora.

Con respecto a la importación, el número de empresas importadoras es mayor a medida que aumenta el tamaño de la empresa. Así casi todas las empresas grandes son importadoras, mientras que en el sector de la madera del grupo de empresas de menos de 20 empleados, sólo importan el 12,7% (el 18,5% en el conjunto de la industria), esta cifra aumenta hasta el 33,9% en el grupo de 21 a 50 empleados y al 50% en el de 51 a 100.

Si se consideran exclusivamente las empresas importadoras, y se analiza el valor de la mercancía importada en relación con las ventas de las empresas, resulta que en las pequeñas empresas (menos de 20 empleados) lo importado supone el 18,6% de las ventas, en el grupo de 21 a 50 supone el 10,4%, y en el 51 a 100 el 11%. En el conjunto de la industria estas cifras serían del 14,7, el 11,4 y el 11,7% respectivamente.

LAS ACTIVIDADES TECNOLOGICAS DE LAS EMPRESAS

Aunque sean muchas las variables que sería necesario considerar para analizar la actividad tecnológica de las empresas, hay dos esenciales: su actividad de I+D y la importación de innovaciones realizadas en otros países.

Con respecto a la primera, la actividad de I+D está íntimamente ligada al tamaño de la empresa como es de esperar, así en la industria de la madera un 90,4% de las empresas menores de 200 empleados no realiza ni contrata I+D. Para el conjunto de la industria sería el 82,4%. Como es lógico en sectores como el químico, de maquinaria, de proceso de datos, eléctrico y de automóviles es mucho menor el número de empresas que no realiza investigación (del orden del 65%). Esta cifra para las empresas mayores de 200 empleados baja para la madera al 45,5% y en el conjunto el 31,8%.

Sin embargo la carencia de actividades de I+D en la empresa no implica ausencia de tareas conexas que puedan conducir a la obtención de mejoras técnicas, sobre todo en las pequeñas empresas. Así, acti-

vidades como servicios de información científica y técnica, normalización y control de calidad, asimilación de tecnología importada, estudios de mercado y marketing, diseño y otras, no desligan a las pequeñas empresas de la posibilidad de optar por los avances tecnológicos. El sector de la madera resulta por debajo de la media del conjunto de la industria en todas estas actividades, excepto en el diseño que supera en poco a la media. En alguna de ellas el sector de la madera está francamente por debajo; así, el número de empresas del sector de la madera de menos de 200 empleados que tiene alguna actividad relacionada con servicios de información científica y técnica es del 3,7% cuando la media para toda la industria es del 13,5%. Igualmente en las actividades relacionadas con la normalización y el control de calidad también nuestro sector está muy por debajo de la media, sólo el 16,3% de las empresas tiene actividad de I+D en este campo, siendo la media del 31,8%. El esfuerzo en la asimilación de tecnología importada es más bajo en nuestro sector (11,9%) que en el conjunto de la industria (14,8%), es similar en estudios de mercado y marketing (14,1% y 14,8%) y un poco más alto en diseño (25,2% frente a 24%). En las empresas de más de 200 trabajadores el esfuerzo es similar, incluso mayor en nuestro sector en las actividades de normalización y control de calidad (81,8% frente a 66,1%) y diseño (72,7% frente a 50,6%).

El gasto sobre las ventas de las empresas que realizan I+D y el personal empleado sobre el empleo total es realmente bajo, aunque la encuesta puede tener errores al carecer de representatividad, al menos para el sector de la madera. Para el conjunto, la media de gastos de I+D sobre ventas resulta variar entre el 0,4% en las empresas de menos de 20 empleados y 1,2 en las comprendidas entre 101 y 200.

Con respecto a la importación de tecnología, los pagos por la importación de servicios tecnológicos es muy pequeño, pero si se considera también importación de tecnología a la compra de maquinaria, más del 30% de la maquinaria procede del extranjero y para las empresas mayores más del 49%. La proporción de maquinaria adquirida en el extranjero en el sector de la madera es del 36,2% en las empresas de menos de 200 empleados y del 54,8% en las mayores.

PARTICIPACION DE CAPITAL EXTRANJERO Y ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

El capital extranjero se dirige hacia las empresas de mayor tamaño, para el conjunto de la industria la inversión extranjera representa apenas el 6,1% del total de las empresas de menos de 200 trabajadores. Para el sector de la madera este capítulo es irrelevante por ser muy poca la participación extranjera, aunque se observa una tendencia hacia el aumento.

PRODUCTIVIDAD

Si se considera como productividad media del trabajo al cociente entre el valor añadido y el empleo, pueden distinguirse dos indicadores: la productividad por trabajador y la horaria. En el primer caso se utiliza el personal medio (fijo, eventual y no asalariado correspondiente al período considerado), la horaria es más relevante porque recoge con mayor precisión las diferencias en la utilización del factor trabajo en los distintos procesos productivos, aunque es más difícil de calcular.

Dado que en la encuesta no ha resultado representativo el dato de la productividad horaria, por ser pequeño el número de empresas del que se dispone este dato, los comentarios sólo se refieren al primero.

Hay que resaltar que como consecuencia de los resul-

tados de la encuesta se observa una gran disparidad entre sectores, esto es lógico al tratarse de actividades muy dispares con tecnologías muy diferentes; por lo que los requerimientos de los distintos factores productivos son diferentes, y por tanto la productividad.

Con datos de 1990, para la industria de la madera la productividad varía entre 2,9 millones de pts. por ocupado para las empresas de menos de 20 empleados y 4,5 las de más de 200. En el conjunto de los sectores va de 3,8 a 5,7 millones. La productividad aumenta con el tamaño para todos los sectores.

La explicación de las diferencias de productividad entre las empresas de un sector se encuentran en dos tipos de factores, tecnológicos y organizativos. Entre los primeros, pueden considerarse la intensidad inversora en bienes de equipo y el número de titulados de la empresa; entre los segundos pueden estar la participación de capital extranjero y el grado de subcontratación de servicios no relacionados con la actividad productiva.

COMPETITIVIDAD

Se entiende por competitividad la capacidad de venta de una empresa en relación a sus competidores (sean nacionales o internacionales).

Se suelen utilizar las cuotas de exportación y la base de cobertura de la demanda interna con producción autóctona para analizar la competitividad de un sector en general. En este estudio al no disponer de una información precisa de los mercados, se ha utilizado la percepción subjetiva que tienen las empresas de la evolución de sus cuotas en los mercados que operan.

Dado que el acceso a mercados exteriores se ve afectado por factores como aranceles, coste de transporte, etc., que no repercuten en los mercados nacionales, se puede asumir que las empresas que operan e incrementan su cuota en mercados internacionales son más competitivas que aquellas que sólo venden en los nacionales.

Una aproximación para el estudio de la competitividad del conjunto de empresas que componen la muestra consiste en analizar las opiniones que las propias empresas tienen acerca del dinamismo del mercado en el que operan, así como la evolución reciente de su cuota en dicho mercado en los últimos cinco años (1985 - 1990).

Se han clasificado las empresas según el número de mercados en los que participan y que suponen al menos un 50% de sus ventas totales, resultando que las empresas menores de 200 empleados tienen concentradas sus ventas en un número menor de mercados (sean éstos nacionales o internacionales). Para el conjunto de los sectores, el número medio de mercados nacionales en que operan las empresas es de 1,7 y de internacionales de 1,4 para las empresas menores de 200 empleados. Para las de más de 200 empleados sería de 2,1 y 1,7. Como es lógico el número de empresas de más de 200 empleados que opera en los mercados internacionales es muy superior al de empresas menores.

Si las empresas clasifican sus mercados en expansivo, estable o recesivo, y si indican cómo ha evolucionado su cuota en esos mercados (ha aumentado, se ha mantenido constante o ha disminuido) en los últimos 5 años, se puede analizar las empresas que ganan competitividad si aumentan su cuota cualquiera que sea el tipo de mercado.

Analizando los valores, en ese período las empresas tienen una opinión optimista de la evolución del mercado, puesto que el número de mercados expansivos y estables es muy superior al recesivo. Un 50,3% de las empresas (sean mayores o menores de

200 empleados puesto que los valores son similares) están ganando competitividad, mientras que un 16% la estarían perdiendo.

Si se analizan los costes por ocupado en relación al valor añadido, se observa que los costes unitarios en las empresas de menos de 200 trabajadores son menores en las exportadoras que en las no exportadoras. Esto no significa que los costes por ocupado sean menores, sino que la productividad por trabajador es mayor, consecuencia muchas veces de la existencia de mano de obra cualificada.

Analizando la intensidad de los gastos de I+D sobre ventas, parece afectar positivamente en los mercados internacionales, aunque los datos de la encuesta son poco representativos.

RENTABILIDAD

Se ha elegido como indicador de la rentabilidad el margen bruto de explotación, es decir en porcentaje la relación entre el excedente bruto de explotación (producción bruta menos consumos intermedios y costes de personal) y el valor de la producción bruta. Por producción se entiende la suma de las ventas, la variación de existencias de ventas y otros ingresos de gestión corriente. Como consumos intermedios se han considerado las compras realizadas, una vez deducida la variación de existencias de compras y los servicios exteriores. Por costes de personal se entiende los sueldos y salarios brutos, las cotizaciones sociales y otros gastos de personal. Todos estos coinciden con los del Plan General de Contabilidad.

De la muestra analizada, 2.117 empresas (1.420 menos de 200 empleados y 697 de más de 200), para las empresas de menos de 200 empleados resulta que en el año de la encuesta (1990), un 23,8% tuvieron menos del 5% de margen bruto, un 37,2% tuvieron entre el 5 y el 15% de margen bruto, un 21% entre 15 y 20% y el 18% de las empresas más del 20% de margen bruto. En las empresas mayores de 200 empleados estas cifras serían el 23,6%, el 42,9%, el 20,2% y el 13,3%. También se hace notar que el 2% de las empresas tuvieron un margen bruto negativo. En el sector de la madera la distribución del margen bruto sería tal que el 28,2% de las empresas tendrían un margen bruto de explotación menor del 5%, un 38,9% entre 5 y 15%, un 15,3% entre 15 y 25% y un 17,6% más del 25%. Como se ve nuestras empresas tuvieron un margen bruto desviado hacia los porcentajes menores, si se compara con la media de todo el sector industrial. Sin embargo para las empresas de más de 200 empleados fue al contrario.

Descomponiendo el margen bruto en dos elementos: los consumos intermedios y los costes de personal por unidad producida, se observa que en las empresas con menos de 100 empleados los consumos intermedios sobre producción son del orden del 58%, mientras que en las empresas de mayor tamaño es superior al 61%. Con respecto a los costes de personal en proporción a la producción, en las empresas pequeñas (de 10 a 20 empleados) estos costes superan en 3,8 puntos porcentuales a los de las empresas mayores, aunque para las empresas en el intervalo de 21 y 500 empleados los costes de personal sobre producción son similares (alrededor del 27%). Para el sector de la madera en las empresas de menos de 200 empleados los valores medios del margen bruto de explotación, consumos intermedios sobre producción, y costes de personal sobre producción resultan del 11,5%, 60,5% y 28%. En las empresas con más de 200 empleados estos valores son del 15,7%, 59% y 25,3%. Resulta llamativo que los consumos intermedios sobre producción sean menores para

las empresas mayores, cuando para el conjunto de los sectores resulta al revés. Igual ocurre con el margen bruto que para el conjunto de los sectores disminuye con el tamaño de las empresas y sin embargo en el sector de la madera ocurre al contrario, cabe pensar que la muestra no es suficiente para recoger esta variación, por la dispersión de los resultados.