

# RESULTADOS Y TENDENCIAS DE LA SEGUNDA ENCUESTA DE FUNCAS A LAS PYME ESPAÑOLAS

Juan Antonio MAROTO ACÍN

## I. INTRODUCCIÓN

**D**ESDE 1999, la Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas (FUNCAS) mantiene un observatorio de las PYME españolas, desde el que se realiza un exhaustivo seguimiento de las diversas fuentes de información relativas a las PYME, así como de todas aquellas publicaciones que, desde la vertiente empresarial o académica, las toman como objeto prioritario de estudio e investigación. El observatorio incluye también una encuesta periódica de coyuntura a las PYME, mediante la cual se intenta averiguar el «estado de opinión» de las empresas en cada ejercicio, tanto sobre sus realizaciones en el año vencido como sobre sus expectativas para el año siguiente. El primer lanzamiento de esta encuesta a las PYME se realizó en 1999, referida a los ejercicios 1999-2000, y el segundo en 2000, para los ejercicios 2000-2001. Los resultados de este último sondeo son los que se comentan seguidamente, atendiendo a sus principales bloques de contenido, y a su puesta en relación con los resultados de la primera encuesta(\*) en aquellas variables en las que resulta significativo el estudio de la tendencia. Previamente a ello, se incluyen sendas caracterizaciones del muestreo realizado y de la muestra efectiva de empresas de la que se ha podido disponer.

## II. CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA

La encuesta a las PYME que, por segundo año consecutivo, realiza el Departamento de Estudios de Empresa de FUNCAS se basa en el envío de una carta de presentación y un cuestionario con 10 preguntas (se reproduce en el anexo 1) a las PYME de una muestra previamente seleccionada. Esta muestra, inicial e idealmente, se forma con pretensión de representatividad estadística, mediante estratificación y afijación proporcional en su número de componentes para cada una de las categorías que se forman al cruzar las variables de dimensión (3 segmentos, por número de empleados: de 1 a 9; de 10 a 49; y de 50 a 249), comunidad autónoma de radicación (17 comunidades) y sector económico de operación (4 sectores: industria, construcción, comercio y resto servicios). El total de PYME existentes en España se toma de la población de empresas censadas por el Directorio Central de Empresas (DIRCE, 2000) del INE, que ofrece además el detalle de todas y cada una de las segmentaciones apuntadas. Sin embargo, y pese a este diseño estadístico del muestreo, los resultados efectivos del mismo reducen el número de componentes de la muestra y alteran la proporcionalidad buscada entre categorías poblacionales y muestrales, con lo que se pierde representatividad estadística.

En la presente edición, el tamaño ideal de la muestra resultó ser de 872 PYME (para un nivel de confianza del 95,5 por 100, y un error inferior a  $\pm 4$  por 100 para el total nacional), y la selección concreta de cada empresa a encuestar se realizó de forma aleatoria, en cada una de las categorías definidas, a partir del colectivo de 50.000 empresas tabuladas por el Directorio de Consejeros y Directivos (DICODI, 38ª ed., 1999) de Asnef-Equifax. Los envíos postales de la encuesta se realizaron en el mes de noviembre de 2000, y la recepción de cuestionarios cumplimentados permaneció abierta hasta febrero de 2001, lo que permitió llegar hasta las 118 respuestas válidas (13,5 por 100 de los envíos). Como es usual en este tipo de sondeos, se hizo también un minucioso seguimiento telefónico de los envíos realizados para comprobar su recepción, encarecer su respuesta y reenviar, en numerosos casos, el cuestionario (por correo, fax y *e-mail*). Este proceso, además, permitió comprobar la limitada fiabilidad de los datos extraídos del DICODI para cada empresa; no sólo por los cambios inevitables que se producen a lo largo de cada año en la directiva, la dirección postal o el teléfono de las empresas, sino porque los cambios de años anteriores no se recogen en el directorio hasta que son comunicados por las propias empresas a la sociedad editora (actuación de casi imposible cumplimiento, por ejemplo, en sociedades desaparecidas, que seguirán así figurando como existentes). Por otra parte, los contactos telefónicos mantenidos con muchos directivos y gerentes de PYME nos permitieron verificar, una vez más, la reticencia con que las empresas españolas consideran cualquier petición de información que les formule un tercero, aunque sea

una entidad de investigación que garantice la confidencialidad de las respuestas, como en el presente caso.

### **III. RASGOS DISTINTIVOS DE LAS PYME ENCUESTADAS**

Admitiendo que el número de respuestas recibidas al sondeo de opinión entre las PYME españolas no garantiza la inferencia estadística respecto de la población total, el alcance de la encuesta depende de las características de la muestra autoseleccionada por las propias empresas, y de los sesgos que aquélla introduzca frente a cada una de las categorías consideradas.

Por lo que se refiere a la aceptación del sondeo, cabe señalar que el 43 por 100 de las PYME que respondieron a la primera encuesta (1999-2000) lo hicieron también a la segunda (2000-2001); lo que supone una favorable disposición para colaborar de forma reiterada con analistas externos y una ruptura, al menos en esas PYME, con la tradición de no proporcionar al exterior otra información que la que les sea exigida. En ese mismo análisis de las respuestas, las PYME de determinadas comunidades autónomas parecen ser poco proclives a colaborar voluntariamente en sondeos de opinión, ya que frente a una tasa de respuestas del 13,5 por 100 para el total de la muestra, son llamativamente reducidas las tasas de Aragón (3,7 por 100) o la Comunidad Valenciana (9,9 por 100). En contrapartida, las PYME de la Rioja (con un 33,3 por 100 de tasa de respuesta) y de Castilla-La Mancha (con un 20 por 100) se han evidenciado, en este sondeo, como las más colaboradoras. Por sectores, las PYME del sector comercio son las que

ofrecieron la mayor tasa de respuesta (15,9 por 100); y por tamaños, las más colaboradoras fueron las microempresas, de entre 1 y 9 empleados (15,4 por 100).

En cuanto a la caracterización propiamente dicha de la muestra, se ofrece en el gráfico 1 (figuras 1.1 a 1.6). De forma sintética, los datos recogidos en el gráfico reflejan empresas-tipo que operan en sectores tradicionales de PYME, como construcción y servicios, cuya forma jurídica predominante es la de sociedad anónima, pese a ser muchas de ellas empresas familiares que tienen una posición consolidada (deducida de su elevada antigüedad), y cuyo estrato dominante de dimensión es el que comprende entre 10 y 49 empleados. Si se ponen en relación estas características de la muestra con las de las PYME españolas en su conjunto, puede deducirse que la encuesta representa razonablemente bien la adscripción sectorial y el peso de las empresas familiares entre las PYME, pero que sobrepondrá la representación que tienen en ellas las sociedades anónimas, las empresas vinculadas a grupos, la elevada edad media de las empresas, y el estrato de dimensión empresarial de entre 10 y 49 empleados. Sin que pueda omitirse el hecho de que tal vez sean esos rasgos los que justifiquen su atención a la encuesta, menos probable en microempresas con pocos años de existencia.

### **IV. RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

El cuestionario remitido a las PYME contiene, además del bloque inicial de preguntas que permiten caracterizar a cada empresa en particular y a la empre-

sa-tipo en general, otros cinco bloques de cuestiones que pretenden averiguar los siguientes aspectos: opinión ante la coyuntura económica, posicionamiento ante diferentes factores de competitividad, percepción del entorno macroeconómico, evaluación de la propia competitividad, y percepción del nuevo marco de competencia definido por la UEM. A cada uno de ellos se dedica seguidamente un breve comentario.

#### **1. Estado de opinión de las PYME ante la coyuntura**

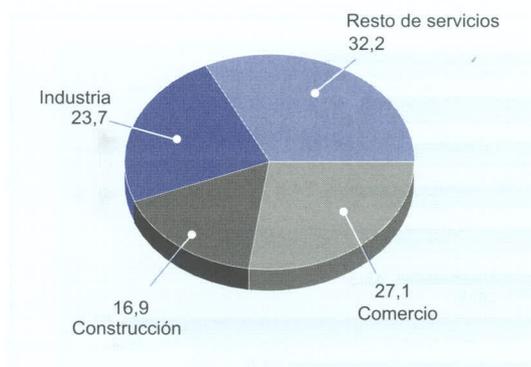
El gráfico 2 refleja el sentimiento de las PYME encuestadas, a la altura de finales del año 2000, sobre la evolución de sus principales variables durante ese ejercicio y sobre sus comportamientos previsibles en el 2001. Se sintetiza mediante figuras que recogen las variables en las que los porcentajes mayoritarios de respuestas optan por el aumento, el mantenimiento o la reducción. De hecho, en ninguna de las variables se registran respuestas mayoritarias hacia la reducción, por lo que sólo aparecen las figuras 2.1 y 2.2, relativas al aumento y a la estabilidad, respectivamente.

Las PYME se mostraban, en general, optimistas, de forma coherente con el crecimiento económico verificado en el año 2000; pero reducían ese optimismo de cara a 2001, y evidenciaban una ajustada percepción del menor crecimiento que se ha ido produciendo efectivamente a lo largo de este ejercicio. En la generalidad de las variables se observa así o bien un menor crecimiento o bien una mayor estabilidad. Por lo que se refiere a la relación entre las variables empresariales, también existe una

**GRÁFICO 1  
CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA**

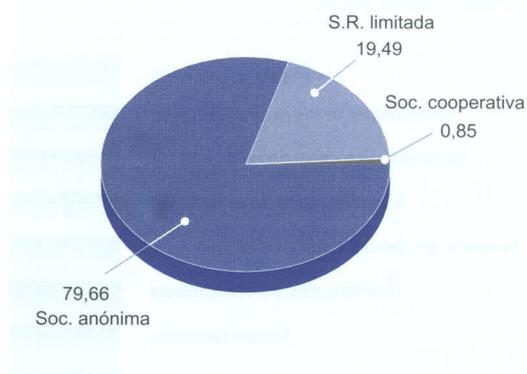
**1.1 Sectores**

Porcentaje



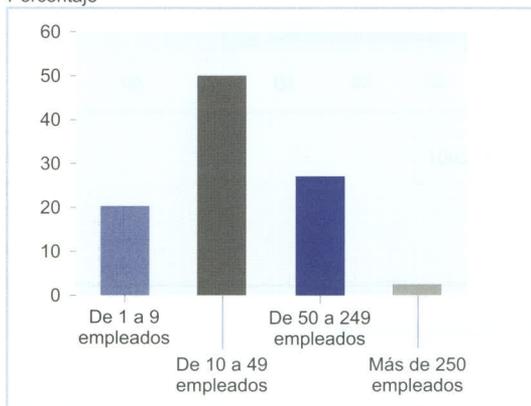
**1.2 Forma jurídica**

Porcentaje



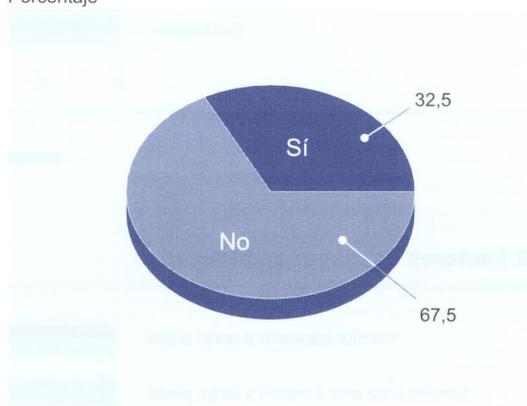
**1.3 Estratos de dimensión**

Porcentaje



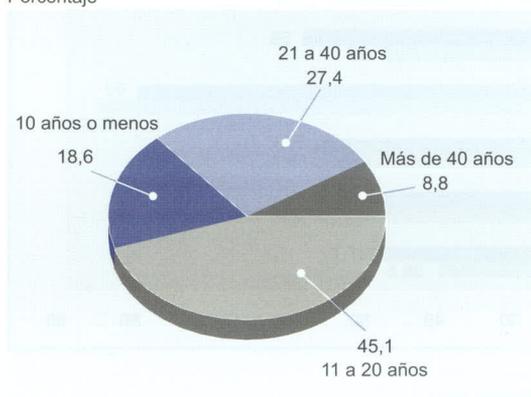
**1.4 Pertenencia a grupo**

Porcentaje



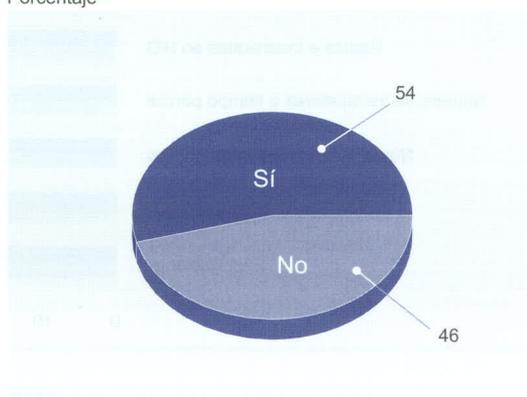
**1.5 Antigüedad de la empresa**

Porcentaje



**1.6 Carácter familiar**

Porcentaje

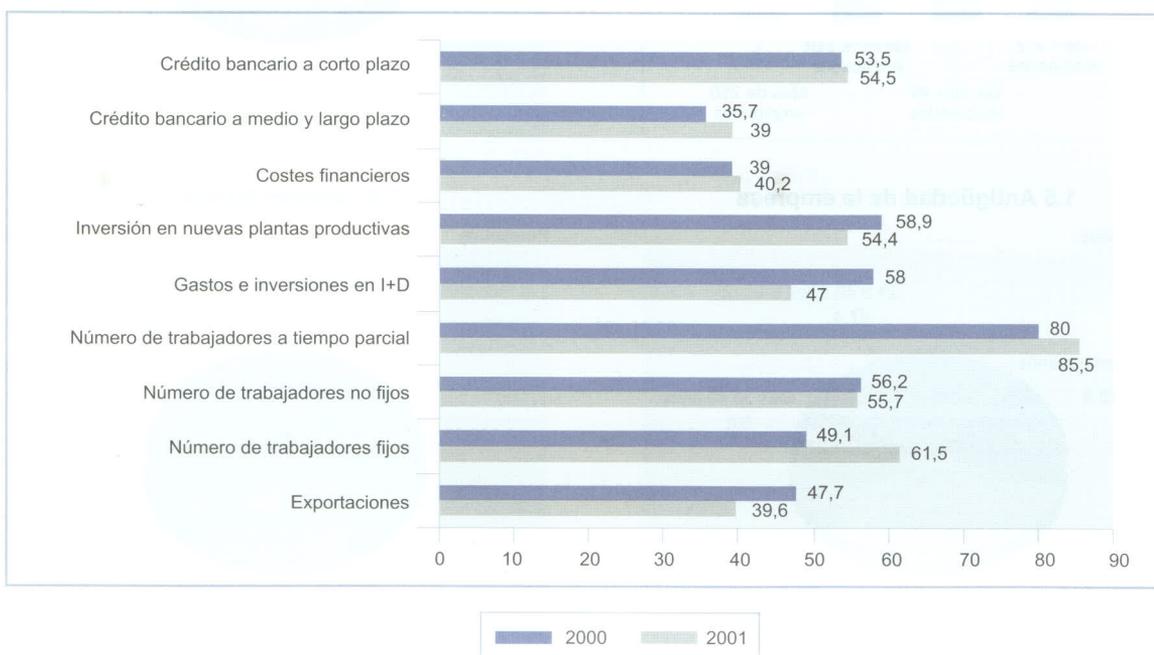


**GRÁFICO 2**  
**RESULTADOS Y EXPECTATIVAS**  
 (Porcentajes de respuestas)

**2.1 Principales alzas**



**2.2 Factores de mayor estabilidad**



elevada coherencia en las respuestas. Las inversiones en nuevas plantas permanecen estables ante el menor crecimiento de la cartera de pedidos, las ventas y la producción, en tanto que las inversiones complementarias en nuevas instalaciones y equipos, inducidas por la expectativa de mayores precios de venta, también se atemperan en su crecimiento. La disponibilidad de financiación y los costes financieros permanecen estables, pero se incrementan los costes laborales, lo que motiva un menor crecimiento en el empleo, que se orienta en mayor medida hacia los trabajadores no fijos. Como consecuencia de todo ello, las PYME anticipan adecuadamente el menor crecimiento de todos sus indicadores de beneficio y rentabilidad.

## **2. Las PYME y los factores de competitividad**

El gráfico 3 incluye una serie de figuras en las que se sintetiza la posición de las PYME encuestadas frente a los principales factores «intangibles» de competitividad: internacionalización (figuras 3.1 y 3.2), I+D (figura 3.3) y formación (figura 3.4). En este caso, las respuestas de la encuesta de 2001 se ponen en relación con las de 2000 para detectar los posibles cambios en el posicionamiento de las PYME frente a estos factores, cuya importancia tiende a ser cada vez mayor ante el mercado integrado y con una sola moneda que define la Unión Económica y Monetaria.

La internacionalización sigue siendo una asignatura pendiente para las PYME españolas, a tenor de los datos de la figura 3.1: no sólo la mayor proporción de sus ventas sigue produciéndose en mercados locales (en 2 de

cada 3 empresas) o en el mercado nacional (en 1 de cada 3 empresas), sino que los datos de 2001 muestran incluso una ponderación de las ventas locales superior a la del año anterior. Un comportamiento relacionado, indudablemente, con los sectores de construcción y servicios, en los que mayormente se sitúan las empresas encuestadas. En cuanto a las exportaciones, el principal destino de las PYME encuestadas es el mercado de la UE, junto a otros mercados con los que existe cercanía geográfica, como el Norte de África, o vinculación cultural, como Latinoamérica (cuyo menor peso en 2001 resulta coherente con la situación económica actual de los países de esa área).

No obstante, el principal problema de la reducida internacionalización de las PYME es la indiferencia que parecen mostrar ante su trascendencia, como se manifiesta en la figura 3.2. Más de la mitad de las empresas encuestadas siguen sin adoptar ninguna iniciativa para fomentarla, lo que empeora la situación que, a ese respecto, ya mostraban en 2000. Tan sólo el 9 por 100 de las PYME se consideran en 2001 totalmente internacionalizadas, y se reduce al 17 por 100 la proporción de las que han podido acceder a nuevos mercados foráneos. Los únicos elementos que fomentan el optimismo son los que se refieren al aumento de las iniciativas, aún minoritarias, para sentar las bases de futuras exportaciones, desde las más elementales, basadas en el mero estudio (9 por 100 de las respuestas), hasta las más permanentes, de vinculación con proveedores y clientes extranjeros (27 por 100 de las respuestas).

En la I+D, por el contrario, las PYME encuestadas parecen cada

vez más conscientes de la necesidad de la apuesta tecnológica como fuente de ventajas competitivas. Bien es verdad que la figura 3.3 muestra la todavía elevada proporción de PYME que no realizan ni contratan actividades de I+D (43,8 por 100), pero también que la mayoría de ellas ya las acometen, y que lo hacen en mayor proporción que un año antes. Bien por sí mismas (36,6 por 100), o bien en colaboración con otras empresas (19,7 por 100).

Finalmente, en la formación y capacitación de los trabajadores, que se ofrece en la figura 3.4, sólo una de cada tres PYME encuestadas reconoce su trascendencia, al afrontarlas por sí misma (15,3 por 100 de las respuestas) o contratarlas en el exterior (18,9 por 100). Y en esos comportamientos favorables parecen incidir factores coyunturales (gastos de formación en función de resultados empresariales) y externos (programas con financiación pública), dadas las menores proporciones que ofrecen en 2001 y, sin embargo, la relativa permanencia de las empresas (16 por 100 de las respuestas) que consideran la formación como una responsabilidad exclusiva de sus trabajadores.

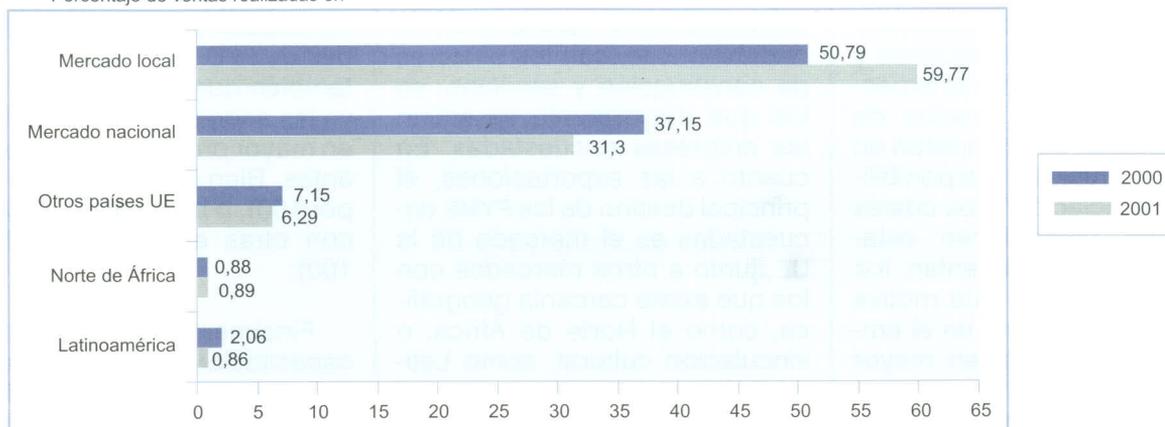
## **3. Percepción del entorno macroeconómico**

La internalización de la coyuntura ya había mostrado el menor optimismo de las PYME encuestadas en el presente ejercicio, por lo que la consideración que ahora se hace de esa coyuntura desde las variables macroeconómicas debería confirmar esa percepción, además de evidenciar las razones que la justifican. El entorno macroeconómico constituye una condi-

### GRÁFICO 3 FACTORES DE COMPETITIVIDAD

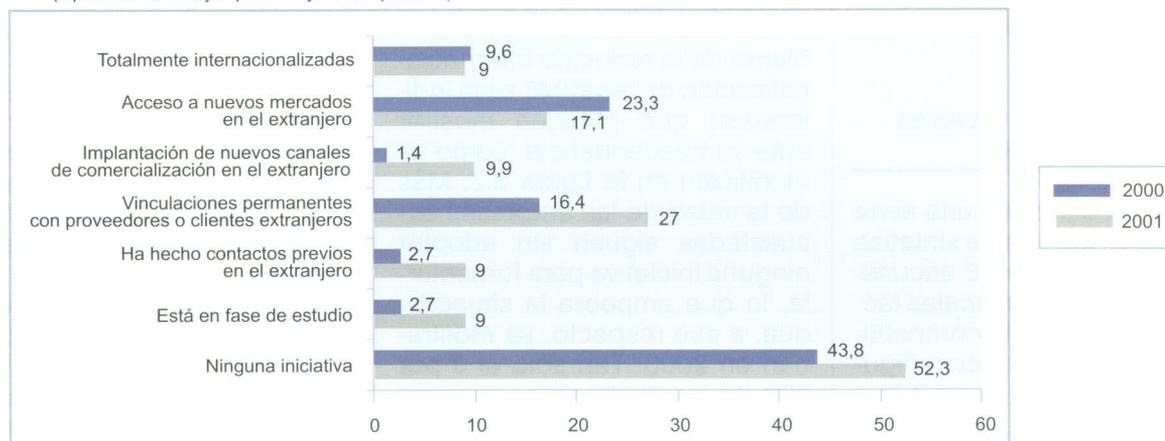
#### 3.1 Internacionalización

Porcentaje de ventas realizadas en



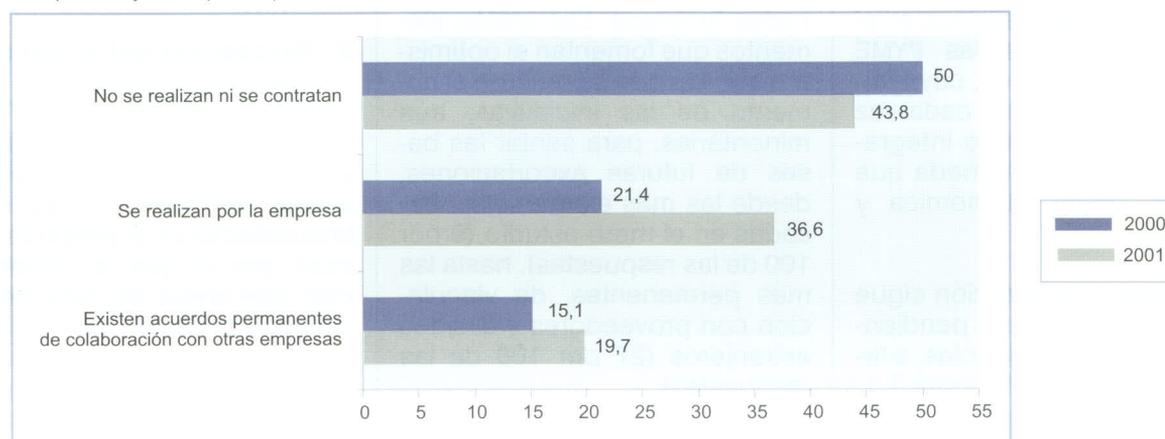
#### 3.2 Iniciativas de cara a la internacionalización

(Opciones con mayor porcentaje de respuestas)



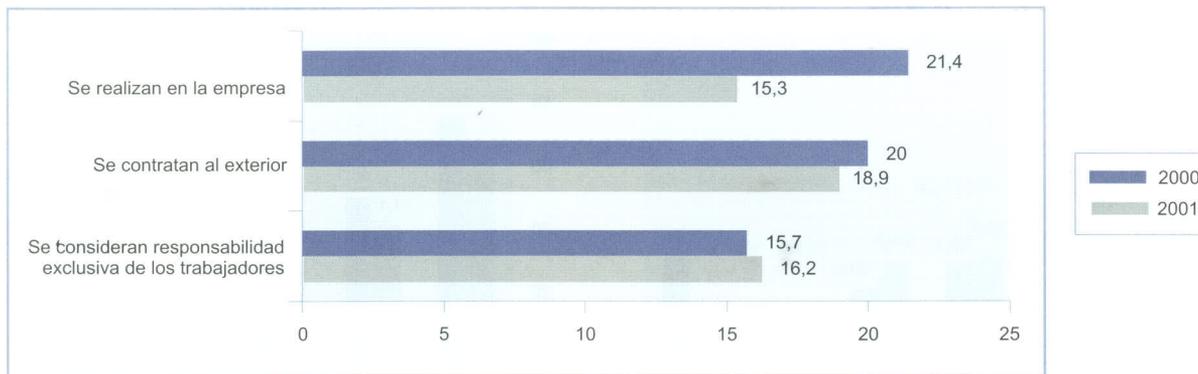
#### 3.3 Actividades de I+D

(Porcentaje de respuestas)



**GRÁFICO 3 (continuación)**  
**FACTORES DE COMPETITIVIDAD**

**3.4 Actividades de formación y reciclaje**  
 (Porcentaje de respuestas)



**GRÁFICO 4**  
**PERCEPCIÓN DEL ENTORNO**  
 (Diferencias entre opiniones favorables y desfavorables)

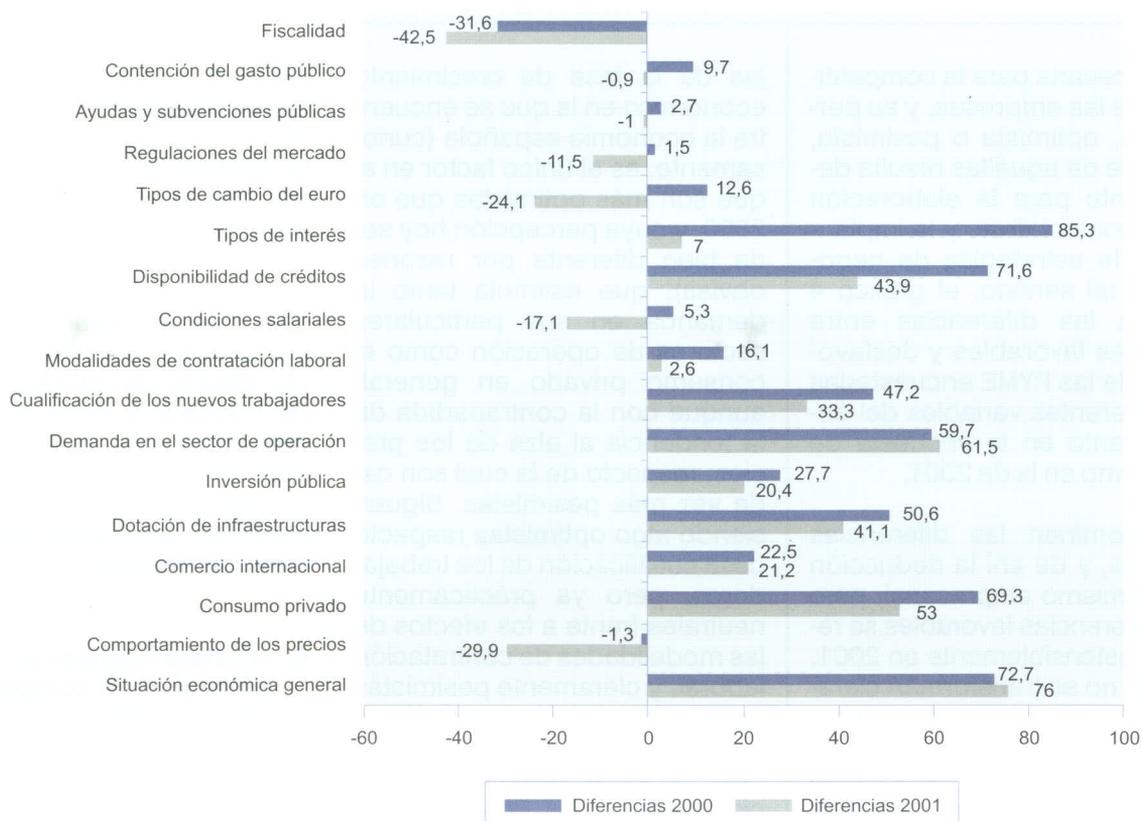
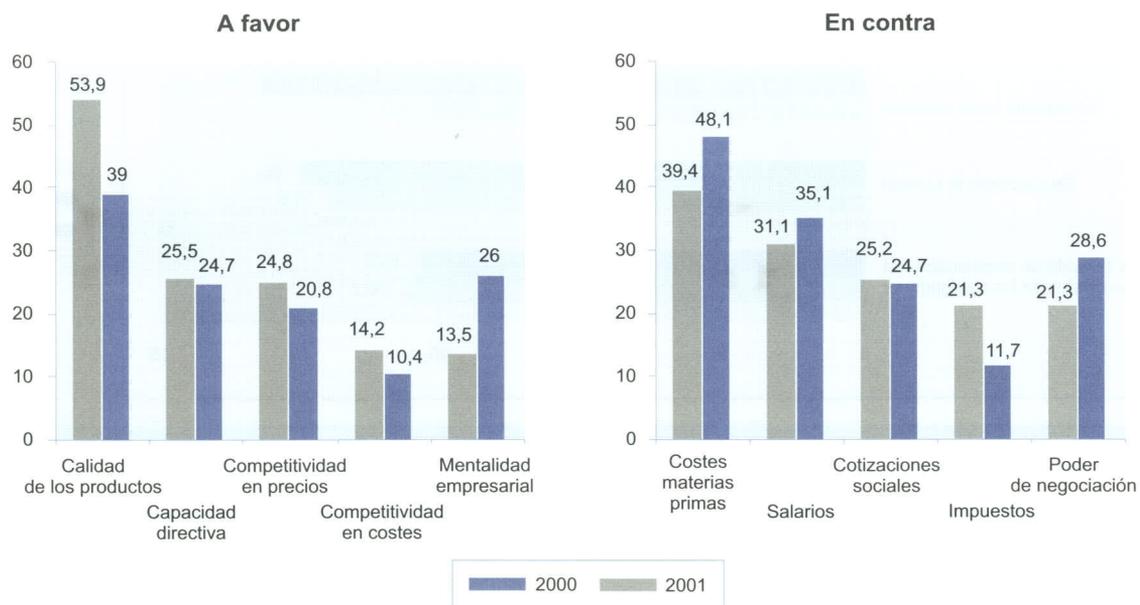


GRÁFICO 5

**FACTORES QUE FAVORECEN O DISUADEN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS**

(Porcentajes acumulados de los factores citados en primero y segundo lugar de importancia)



ción necesaria para la competitividad de las empresas, y su percepción, optimista o pesimista, por parte de aquéllas resulta determinante para la elaboración de sus expectativas y la implantación de estrategias de negocio. En tal sentido, el gráfico 4 muestra las diferencias entre opiniones favorables y desfavorables de las PYME encuestadas ante diferentes variables del entorno, tanto en la encuesta de 2000 como en la de 2001.

Predominan las diferencias positivas, y de ahí la deducción del optimismo empresarial, pero esas diferencias favorables se reducen ostensiblemente en 2001, cuando no se transforman claramente en balances negativos, como en los casos de las regulaciones, los tipos de cambio del euro, las condiciones salariales o el comportamiento de los precios. Las PYME sienten las venta-

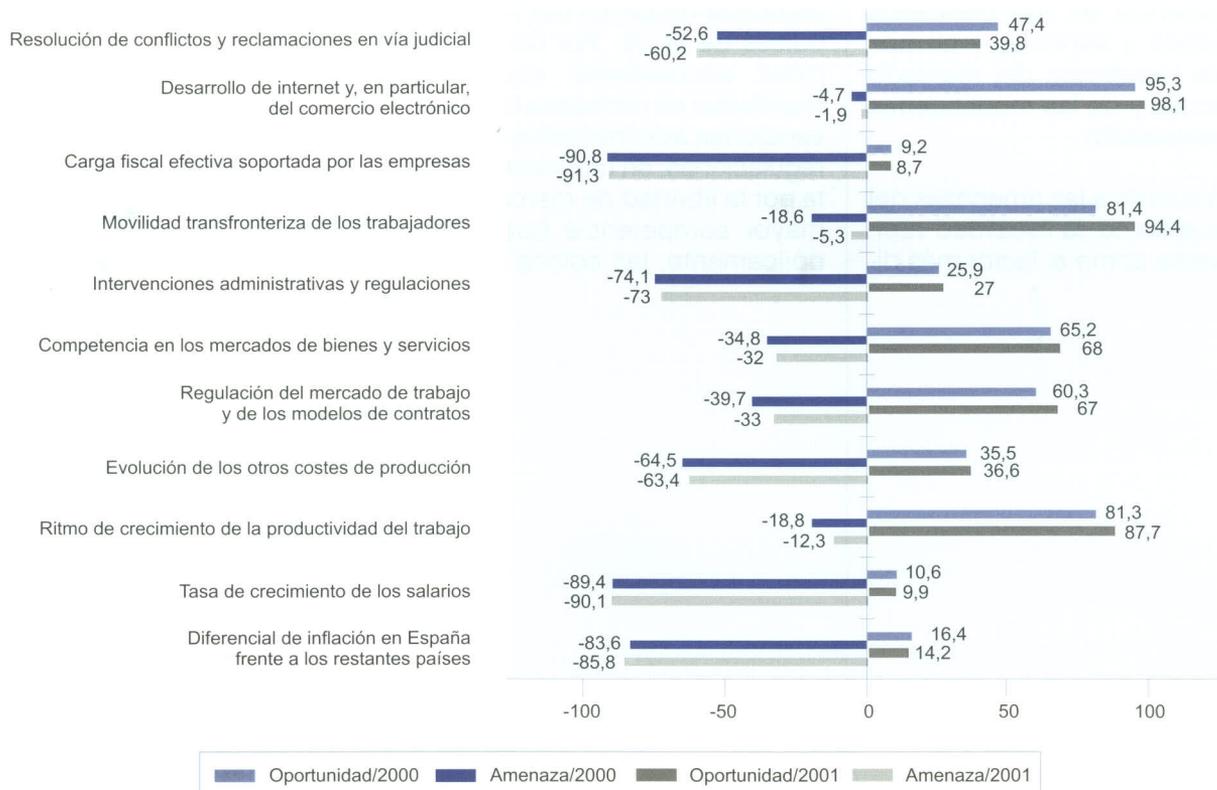
jas de la fase de crecimiento económico en la que se encuentra la economía española (curiosamente, es el único factor en el que son más optimistas que en 2000, y cuya percepción hoy sería bien diferente por razones obvias), que estimula tanto la demanda en sus particulares sectores de operación como el consumo privado en general, aunque con la contrapartida de la tendencia al alza de los precios, respecto de la cual son cada vez más pesimistas. Siguen siendo algo optimistas respecto de la cualificación de los trabajadores, pero ya prácticamente neutrales frente a los efectos de las modalidades de contratación laboral, y claramente pesimistas en relación con las condiciones salariales. Moderan su postura a favor de las ventajas del comercio internacional como consecuencia de su visión desfavorable sobre los tipos de cambio

del euro, y pese a su limitada internacionalización. Pasan a resaltar los aspectos negativos de la contención del gasto público por sus efectos reductores sobre la inversión pública, la dotación de infraestructuras y las ayudas y subvenciones públicas. Y se muestran, por último, claramente pesimistas frente a los efectos de las regulaciones del mercado y frente a la fiscalidad soportada, que ya era en 2000 el único factor que ofrecía un saldo claramente desfavorable en su percepción de los factores del entorno.

**4. «Puntos fuertes» y «puntos débiles» en la competitividad de las PYME**

El gráfico 5 muestra las variables que las PYME sienten que favorecen o disuaden su competitividad. En tal sentido, es de

**GRÁFICO 6**  
**AMENAZAS Y OPORTUNIDADES DE LA UEM**  
 (Porcentajes de respuestas)



destacar cómo el entorno de progresiva mayor competencia les hace resaltar la importancia de «intangibles» como la calidad de los productos o las capacidades directivas, que fomentan su competitividad en mayor medida que otros factores, como la evolución de los precios o de los costes, que podrían ser determinantes en mercados cerrados a concurrentes foráneos. En todos los casos además, y salvo en la mentalidad empresarial, incrementan en 2001 su opinión favorable sobre esos factores, sobre todo en el caso de la calidad. Por el contrario, la estructura y el nivel de sus costes, en coherencia de nuevo con su po-

sición comparada en el marco de mayor competencia, son los factores que penalizan en mayor medida su competitividad, aunque con menor trascendencia que en 2000. De igual forma, siguen apreciando los efectos desfavorables de la dimensión, que reduce su poder de negociación frente a proveedores y clientes.

### 5. Amenazas y oportunidades de la UEM para las PYME

El gráfico 6, por último, ofrece el resumen de las amenazas y oportunidades que las PYME ven en el nuevo marco definido

por la UEM y el euro, tanto en la encuesta de 2000 como en la de 2001. Presentan un panorama de relativa estabilidad, tanto en la vigencia de sus opiniones sobre los inconvenientes y las ventajas de la UEM como en el balance entre unos y otras.

Entre las principales ventajas, que se resaltan como oportunidades sobre todo en 2001, las PYME encuestadas señalan el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y sus aplicaciones al comercio electrónico, así como la movilidad transfronteriza de los trabajadores y el ritmo de crecimiento en la productividad del trabajo. Oportuni-

dades del nuevo entorno que se unen a otras dos características intrínsecas del mismo, que cada vez sienten más favorables para su desarrollo futuro: la mayor competencia en los mercados de bienes y servicios y la más flexible regulación del mercado de trabajo y de las modalidades de contratación.

En cuanto a las amenazas del nuevo entorno, la fiscalidad vuelve a verse como el factor más di-

suasorio para el desarrollo de las PYME, seguido del ritmo de crecimiento de los salarios y de los precios, considerados éstos a través del diferencial de inflación española respecto del resto de países de la UE. Por último, las PYME encuestadas vuelven a manifestar su rechazo a las intervenciones administrativas y a las regulaciones, en una clara apuesta por la libertad de mercado y la mayor competencia que, paradójicamente, las coloca todavía

en una desfavorable posición comparada en materia de costes de producción y de competitividad.

#### NOTA

(\*) Un detalle mayor de los resultados de la primera encuesta puede verse en: MARROTO, J. A. (2000), «Observatorio de las PYMES de la Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas (Avance de resultados)», *Cuadernos de Información Económica*, n.º 157 (julio/agosto), págs. 177-83.

**ANEXO I**

**CUESTIONARIO DE LA SEGUNDA ENCUESTA (2000/2001) A LAS PYME**

**OBSERVATORIO DE LAS PYME ESPAÑOLAS**

Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas. Departamento de Estudios de Empresa

*Esta encuesta se remite a una muestra de PYME con representatividad estadística de todo el colectivo de empresas de pequeña y mediana dimensión. Por dicho motivo, su empresa, en particular, ha sido seleccionada mediante un proceso aleatorio, en el que se han considerado los siguientes criterios:*

*Comunidad autónoma..... /Sector..... /Tamaño.....*

*Sus respuestas son sumamente importantes para caracterizar la situación y las expectativas de las PYME españolas, y le agradecemos de antemano el tiempo que pueda dedicar a plantearlas.*

**1. - Actividad y organización de su empresa:**

- 1.1 Sector económico de su actividad principal (Indicar) .....
- 1.2 Año de su creación .....
- 1.3 Forma jurídica (Individual, SL, SA,....) .....
- 1.4 Número medio de trabajadores en plantilla (Total: Fijos/No fijos) .....
- 1.5 Cifra de ventas en el último ejercicio cerrado .....
- 1.6 ¿Forma parte de un grupo empresarial? (SI o NO) .....
- 1.7 ¿Es una empresa familiar? (SI o NO) .....

**2. - Evolución de las principales magnitudes de su empresa durante el año actual (2000), y expectativas de su comportamiento durante el año próximo (2001):**

(Marque X donde proceda, en las columnas de valoración y año de cada concepto)

Principales magnitudes, en años:	Evolución. :		Estabilidad		Disminución	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
2.1 Producción						
2.2 Precios de venta						
2.3 Facturación total						
2.4 Ventas nacionales						
2.5 Exportaciones						
2.6 Costes laborales						
2.7 Número total de trabajadores						
2.8 Número de trabajadores fijos						
2.9 Número de trabajadores no fijos						
2.10 Número de trabajadores a tiempo parcial						
2.11 Gastos e inversiones en I+D						
2.12 Inversión en nuevas plantas productivas						
2.13 Inversión en nuevas instalaciones y equipos						
2.14 Resultado neto de explotación						
2.15 Crédito bancario a medio y largo plazo						
2.16 Crédito bancario a corto plazo						
2.17 Costes financieros						
2.18 Beneficio neto después de impuestos						
2.19 Rentabilidad de los recursos propios						
2.20 Cartera de pedidos						

**3. - ¿Qué porcentaje de sus ventas se realiza habitualmente en? :**

(Escriba, en cada caso, los porcentajes aproximados que procedan)

- 3.1 Mercado local o regional .....
- 3.2 Mercado nacional .....
- 3.3 Otros países de la UE .....
- 3.4 Otros países europeos (no UE) .....
- 3.5 Norte de África .....
- 3.6 Latinoamérica .....
- 3.7 Norteamérica .....
- 3.8 Asia/Pacífico .....

**4. - ¿Qué pasos se están dando en su empresa de cara a la internacionalización de sus actividades?**

(Marque X en la opción o las opciones que procedan)

- 4.1. Ya están totalmente internacionalizadas
- 4.2. Se ha accedido a nuevos mercados en el extranjero
- 4.3. Se han implantado nuevos canales de comercialización en el extranjero
- 4.4. Existen vinculaciones permanentes con proveedores o clientes extranjeros
- 4.5. Se han hecho contactos previos en el extranjero
- 4.6. Está en fase de estudio
- 4.7. De momento, no se ha tomado ninguna iniciativa

**5. - Las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) tecnológico en su empresa, en la actualidad:**

(Marque X y escriba las cifras donde proceda)

- 5.1. No se realizan ni se contratan al exterior
- 5.2. Se realizan por la empresa, pero no se contratan al exterior:  
Porcentaje aproximado de esos gastos internos en I+D sobre facturación total .....
- 5.3. Se contratan al exterior, pero no se realizan en la empresa:  
Porcentaje aproximado de esos gastos externos en I+D sobre facturación total .....
- 5.4. Se realizan por la empresa y se contratan al exterior, según los casos:  
Porcentaje aproximado de gastos internos en I+D sobre facturación total .....
- Porcentaje aproximado de gastos externos en I+D sobre facturación total .....
- 5.5. Se realizan mediante acuerdos permanentes de colaboración con otras empresas

**6. - Las actividades de formación y de reciclaje profesional en su empresa, actualmente:**

(Marque X y escriba las cifras donde proceda)

- 6.1. Se consideran de responsabilidad exclusiva de los trabajadores, por lo que no se realizan ni se contratan al exterior por parte de la empresa
- 6.2. Se realizan por la empresa, pero no se contratan al exterior:  
Porcentaje aproximado de gastos internos en formación sobre facturación total .....
- 6.3. Se contratan al exterior, pero no se realizan en la empresa:  
Porcentaje aproximado de gastos externos en formación sobre facturación total .....
- 6.4. Se realizan por la empresa y se contratan al exterior, según los casos:  
Porcentaje aproximado de gastos internos sobre facturación total .....
- Porcentaje aproximado de gastos externos sobre facturación total .....

**7. - Expresar su opinión acerca de la influencia que están teniendo, en el presente ejercicio 2000, algunos factores del entorno sobre la situación patrimonial y los resultados de su empresa:**

(Marque X donde proceda, en la columna de valoración de cada concepto)

	Muy Favorable	Favorable	Indiferente	Desfavorable	Muy Desfavorable
7.1 Situación económica general					
7.2 Comportamiento de los precios					
7.3 Consumo privado					
7.4 Comercio internacional					
7.5 Dotación de infraestructuras					
7.6 Inversión pública					
7.7 Demanda en su sector de operación					
7.8 Cualificación de los nuevos trabajadores					
7.9 Modalidades de contratación laboral					
7.10 Condiciones salariales					
7.11 Disponibilidad de créditos					
7.12 Tipos de interés					
7.13 Tipos de cambio del euro					
7.14 Regulaciones del mercado					
7.15 Ayudas y subvenciones públicas					
7.16 Contención del gasto público					
7.17 Fiscalidad					

**8. - ¿Cuáles son los CINCO factores que considera más importantes, y en qué orden, para explicar la favorable posición competitiva de su empresa frente al mercado?**

(Señálelos, con 1º, 2º, 3º, 4º y 5º, según su orden de importancia)

- 8.1 Capacidad directiva .....
- 8.2 Mentalidad empresarial .....
- 8.3 Uso de la información disponible .....
- 8.4 Escasez de competidores .....
- 8.5 Poder de negociación frente a proveedores o clientes .....
- 8.6 Competitividad en costes .....
- 8.7 Competitividad en precios .....
- 8.8 Calidad de los productos .....
- 8.9 Diferenciación de los productos .....
- 8.10 Capacitación de los empleados .....
- 8.11 Tecnología .....
- 8.12 Productividad .....
- 8.13 Actividades de investigación y desarrollo .....
- 8.14 Responsabilidad social, en general .....
- 8.15 Otros (por ejemplo: .....)

**9. - ¿Cuáles son los CINCO factores que más penalizan, y en qué orden, la capacidad de su empresa para competir?:**

(Señálelos, con 1º, 2º, 3º, 4º y 5º, según su orden de importancia)

- 9.1 Poder de negociación de proveedores o clientes .....
- 9.2 Costes de las materias primas .....
- 9.3 Salarios .....
- 9.4 Cotizaciones sociales .....
- 9.5 Costes de la energía .....
- 9.6 Costes administrativos .....
- 9.7 Costes de asesoría e información .....
- 9.8 Costes de telecomunicaciones .....
- 9.9 Costes de transporte .....
- 9.10 Costes de comercialización .....
- 9.11 Costes de servicios financieros .....
- 9.12 Impuestos .....
- 9.13 Otros (por ejemplo: .....)

**10. - ¿Qué aspectos actuales de la economía española pueden constituir una amenaza o una oportunidad para su empresa en la Europa integrada del euro?**

(Marque X en la columna que proceda, en cada uno de los aspectos que se indican)

	Amenaza	Oportunidad
10.1 Diferencial de inflación en España frente a los restantes países		
10.2 Tasa de crecimiento de los salarios		
10.3 Ritmo de crecimiento de la productividad del trabajo		
10.4 Evolución de los otros costes de producción		
10.5 Regulación del mercado de trabajo y de los modelos de contratos		
10.6 Competencia en los mercados de bienes y servicios		
10.7 Intervenciones administrativas y regulaciones		
10.8 Movilidad transfronteriza de los trabajadores		
10.9 Carga fiscal efectiva soportada por las empresas		
10.10 Desarrollo de internet y, en particular, del comercio electrónico		
10.11 Resolución de conflictos y reclamaciones en vía judicial		

Fecha de sus respuestas al cuestionario: ...../...../.....

**Muchas gracias por su atención y su tiempo al cumplimentar esta encuesta. Los resultados agregados de la misma aparecerán en la Revista Cuadernos de Información Económica, que, si lo desea, le enviaremos gratuitamente durante un año a la dirección y a la atención personal de quien nos indique:**

.....

## Resumen

Este trabajo expone los resultados de la segunda encuesta a las PYME españolas, realizada entre noviembre de 2000 y febrero de 2001 por la Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas. Se especifican en él las características del muestreo realizado y la significación de las respuestas recibidas, y se plantean y comentan los principales ítems de la encuesta, que se relacionan asimismo con los resultados obtenidos en su primera edición. Ello permite definir un «estado de opinión» de las PYME, y ciertas tendencias del mismo en materias como la percepción de la coyuntura y el entorno macroeconómico, el posicionamiento ante la competitividad y los principales factores que la condicionan, y la evaluación del nuevo marco de competencia definido por la UEM.

*Palabras clave:* PYME; encuesta; España.

## Abstract

This article sets forth the results of the second survey of Spanish SMEs carried out by Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas between November 2000 and February 2001. It specifies the features of the sampling done and the significance of the answers received. The main items of the survey, which are related to the results obtained in its first edition, are set out and discussed. This enables us to define a «state of opinion» of the SMEs and certain trends in it on such matters as perception of the current economic situation and the macroeconomic environment, positioning with regard to competitiveness and the main factors determining it, and assessment of the new framework of competition defined by the EMU.

*Key words:* SME, survey, Spain.

*JEL classification:* L11, C81.