



Ajuntament de Mataró
**Institut Municipal
de Promoció Econòmica**

**Potencial d'internacionalització
de les empreses de Mataró
IMPEM – febrer 06**



Generalitat de Catalunya
Servei d'Ocupació de Catalunya

UNIO EUROPEA



Fons Social Europeu

FEEDBACK ESTRATÈGIA I INVESTIGACIÓ SOCIOLÒGICA



Ajuntament de Mataró
**Institut Municipal
de Promoció Econòmica**

**Potencial d'internacionalització de les
empreses ubicades a Mataró
Febrer de 2006**

Perfil de les empreses de Mataró

Organització, estructura comercial i capacitat de l'empresa

Conjuntura i perspectives

Internacionalització actual de les empreses de Mataró

Potencial i motivació d'internacionalització de l'activitat

**Institut Municipal de Promoció
Econòmica de Mataró**

FEEDBACK ESTRATÈGIA I INVESTIGACIÓ SOCIOLÒGICA

Índex

	<i>Pàgina</i>
METODOLOGIA	1
I. Perfil de les empreses de Mataró	
I.1 Any constitució de l'empresa	6
I.2 Forma jurídica de l'empresa	8
I.3 Sector d'activitat	
Producte / servei fabricat – distribuït	9
Producte / servei propi	11
Marca pròpia registrada	12
Patents	13
I.4 Grandària i dimensions de les instal·lacions:	
I.4.1 Fàbrica: nombre de treballadors fixes i eventuais	15
I.4.2 Oficines: nombre de treballadors fixes i eventuais	17
I.4.3 Xarxa comercial: nombre de treballadors fixes i eventuais	19
I.5 Potencial d'exportació	23
I.5.1 Facturació per àmbits geogràfics	25
I.5.2 Anys d'experiència per àmbits geogràfics	29
I.5.3 Exportació: productes i països	33
II. Organització, estructura comercial i capacitat de l'empresa	
II.1 Organització	
II.1.1 Mesos d'activitat habitual:	
II.1.1a) Fàbrica	39
II.1.2b) Oficines	40
II.1.2 Horaris de treball:	
II.1.2a) Fàbrica	41
II.1. 2b) Oficines	42
II.1.3 Estacionalitat de la demanda habitual	43
III.1. 3a) Estacionalitat de la demanda per mercats internacionals	45

II.2 Perfil del personal responsable

II.2.1 Formació màxim responsable instal·lacions de la fàbrica	47
II.2.1a) Anys d'experiència en el sector	49
II.2.1b) Anys d'experiència en l'empresa	49
II.2.2 Formació màxim responsable departament d'administració	50
II.2.2a) Anys d'experiència en el sector	52
II.2.2b) Anys d'experiència en l'empresa	52
II.2.3 Formació màxim responsable departament comercial	53
II.2.3a) Anys d'experiència en el sector	55
II.2.3b) Anys d'experiència en l'empresa	55

II.3 Estructura comercial

II.3.1 Responsable de relacions comercials	56
II.3.2 Canals de comercialització habituals	59
II.3.3 Canals habituals per rebre comandes (mercat interior).....	62
II.3.3a) Accions per reforçar la política comercial (mercat interior).....	63
II.3.4 Canals habituals per rebre comandes (mercat exterior).....	66
II.3.4a) Accions per reforçar la política comercial (mercat exterior).....	67
II.3.5 Estructura comercial i àrea geogràfica	
II.3.5a) Pes dels clients del mercat interior	70
II.3.5b) Pes dels clients del mercat exterior	71
II.3.5c) Percentatge clients habitual (mercat interior).....	72
II.3.5d) Percentatge clients habituals (mercat exterior).....	72
II.3.5e) Percentatge de captació de nous clients (mercat interior).....	73
II.3.5f) Percentatge de captació de nous clients (mercat exterior).....	74
II.3.6 Contractació d'alguna assegurança de risc comercial	
II.3.6a) Mercat interior	75
II.3.6b) Mercat exterior	76

II.4 Presència en fires internacionals

II.4.1 Presència de l'empresa en alguna fira sectorial internacional.....	77
II.4.2 Visita d'alguna fira sectorial internacional.....	78

II.5 Capacitat

II.5.1 Percentatge habitual d'ocupació de la fàbrica	79
II.5.1a) Fàbrica i capacitat per adaptar l'oferta a canvis sobtats	80
II.5.1b) Com solucionar increments sobtats de la demanda	81
II.5.2 Temps promig per servir les comandes	83
II.5.3 Trencament d'stocks (any 2005)	85

III. Conjuntura i perspectives

III.1 Perspectiva evolució dels sector en els darrers 3 anys	87
III.2 Principals canvis en els clients / compradors finals	89
III.3 Principals canvis en els intermediaris	92
III.4 Principals canvis en el seu entorn competitiu	94
III.5 Competència estrangera	99
III.6 Perspectiva evolució dels sector en els propers 3 anys	103

IV. Internacionalització actual de les empreses de Mataró

IV.1 Empresa i exportació	108
IV.2 Percepció sobre possibilitat d'internacionalització activitat econòmica	109
IV.3 Responsable de la decisió d'exportar	113
IV.4 Frens a la internacionalització	114
IV.5 Perfil de les empreses que exporten:	
IV.5.1 Any inici exportacions	115
IV.5.2 Presència estable a l'exterior	116
IV.5.3 Instal·lacions productives a l'exterior	117
IV.5.4 Instal·lacions comercials a l'exterior	118
IV.5.5 Posicionament com empresa	119
IV.5.6 Periodicitat prospecció mercats internacionals	120
IV.5.6a) Selecció de mercats	121
IV.5.6b) Fonts d'informació utilitzades	122
Exportació i professionals:	
IV.6 Personal dedicat a l'exportació	123
IV.6.1 Formació <i>ad-hoc</i>	123

IV.7 Planificació del procés d'internacionalització	124
IV.7.1 Internacionalització i estratègia empresarial.....	125
IV.7.2 Importància web	126
Economia:	
IV.8 Subvencions a l'exportació	127
IV.9 Mecanismes de cobrament transaccions internacionals.....	128
IV.9.1 Contractació d'una assegurança de risc financer.....	129
IV.9.2 Contractació d'una assegurança per risc segons el país a exportar	129

V. Potencial i factors de motivació per la internacionalització de l'activitat

V.1 Interès en exportar	131
V.2 Motivacions per exportar.....	138
V.3 Tendència de les accions per internacionalitzar l'empresa.....	141
V.4 Demandes a les administracions	145
V.5 Demanda de mesures puntuals per reforçar el potencial d'exportació	148
V.6 Demandes al IMPEM	151
V.7 Participació en accions sectorials	154

Conclusions..... 158

<u>Annex</u> : Qüestionari.....	170
---------------------------------	-----

Metodologia

Objectiu general:

Trobar els factors fonamentals que des de les Administracions públiques, i en especial des de l'Administració local, serveixin per recolzar i impulsar l'exportació internacional de les empreses de Mataró.

Objectius específics:

D'acord amb l'objectiu genèric, la recerca que ara es presenta, aportaria la següent informació en funció de si l'empresa ja exporta o encara no:

1. **Target A.**

Per les empreses ubicades a Mataró, que actualment exporten establir:

1.1 Moment en que es va iniciar l'activitat exportadora.

1.2 Des d'un punt de vista d'estructura i d'organització empresarial, què va implicar fer aquest canvi (capacitat de producció; logística; política de preus; política de comunicació; xarxa comercial; segmentació de la demanda; estudis de mercat; satisfacció de clients, etc.).

1.3 A través de quins canals: descripció del canal de distribució (comercial propis; intermediaris; possibilitat de partners en el país de destí, com contactar amb ells, etc.).

1.4 Suports institucionals que han rebut per part de les Administracions espanyoles.

1.5 Valoració de la utilitat dels suports institucionals rebuts (si es dona el cas).

1.6 Demanda potencial de nous serveis, o modificació / ampliació / supressió (segons el cas) d'altres serveis, que, a través de la seva experiència seria desitjable que les Administracions oferissin.

1.7 Previsió sobre manteniment, ampliació i/o reducció de la seva capacitat exportadora; possibles canvis de destí, i en cada cas, per quins motius.

1.8 A partir de la seva experiència, quins consells donarien a les empreses de Mataró que vulguin iniciar una activitat comercial fora de les fronteres espanyoles: què no farien avui i què tornarien a repetir en el procés de preparació per l'exportació.

1.9 Grau de confiança institucional.

1.10 Grau d'utilització de les noves tecnologies.

2. **Target B.**

Per les empreses de Mataró que actualment no exporten les seves mercaderies / serveis, però que per la dimensió de l'empresa en termes de volum de facturació i nombre de treballadors contractats, potencialment podrien exportar:

- 2.1 Motius per no exportar (estratègia de marketing; desconeixement dels canals; complexitat logística, etc.); determinar si hi ha casos en que en algun moment havien exportat i ara no, i establir els motius del canvi de situació.
- 2.2 Determinar si hi ha una intenció potencial a l'exportació en un futur, i motius del per què sí i/o per què no. Predisposició a exportar, quins tipus de serveis / productes i motivacions per fer-ho o no fer-ho.
- 2.3 Determinar i ordenar segons la importància atorgada, quins frens tenen per exportar.
- 2.4 Què demanarien a les Administracions per guanyar confiança i tenir un recolzament que ells percebin com a eficaç.
- 2.5 Grau de confiança institucional.
- 2.6 Quins canvis productius i organitzatius podria assumir i/o estaria disposat a implementar per tal de poder exportar.
- 2.7 Grau d'utilització de les noves tecnologies.

Fitxa tècnica:

- ❑ Àmbit de l'estudi: empreses ubicades al terme municipal la ciutat de Mataró.
- ❑ Univers: Responsables de gerència / direcció de l'empresa / cap del departament comercial de l'empresa.
- ❑ Mètode: Enquesta telefònica, i quan ha estat necessari, enviament del qüestionari per carta / fax / e-mail.
- ❑ Mostra: 154 enquestes, que representen el 44,4% del univers total possible (347 empreses).
- ❑ Mètode de mostreig: aleatori simple.
- ❑ Condicions estadístiques: marge d'error total possible de $\pm 6,0\%$, per una població infinita, amb un nivell del 95,5%, on $K=2$, i sota el supòsit de màxima indeterminació on $p=q=50/50$.
- ❑ Treball de camp: les enquestes s'han realitzat del 1 al 22 de desembre de 2005, i del 9 al 20 de gener de 2006.

Llista d'empreses que han participat en la recerca (per ordre alfabètic):

1	AVL IBÉRICA SA.	39	CULTIUS EL BALIS, SL
2	ABSOLUTE MODA	40	CURTIDOS MONSERRAT S.A.
3	ADN-SISTEMES IDENTIFICACIÓ AUTOMÀTICA	41	CYMES S.A.
4	ALDAFRAN S.L	42	D.OTERO SL
5	ALSTOM TRANSPORTE,SA	43	DAMEI EUROPE, S.L
6	AMICH S.A.	44	DENTELL S.L.
7	AMPERSAN TECNOLOGICS	45	DONAIRE, SL
8	ARCHIVEL TECHNOLOGIES, SL	46	EBARY SL
9	ASIA MARKETING COMPANY S.L.	47	FABRILPUNT SA
10	ASPOCK IBERICA SA	48	FERRETERIA CANDAU SL
11	BABY SOCKS,SL.	49	FERVI DECOLETAJE, S.L.
12	BENITEZ GOMEZ BARTOLOME	50	FICONMAT, S.L.
13	BOSCH I BASSOLS	51	FIEL PUNT
14	BURNIOL,SL	52	FILPAR SL
15	CARTONAJES VEGAS, S.L.	53	FILTEXT PUNT SL
16	CASAS	54	G DE PUNT AUGÉ
17	CATALUNYA MOVIMENTS SL	55	G DE PUNT FABRES SA
18	CGR EUROPA	56	G DE PUNT MO-BO
19	CIA. ESPAÑOLA DE AISLAMIENTOS SA	57	G DE PUNT PERA
20	CIERRES LYF S.L.	58	GENEROS DE PUNTO AMETLLER S.A.
21	CIRCULO DE PUNTO, S.L	59	GENEROS DE PUNTO RUMI, S.L.
22	COCOR-28 SL	60	GENEROS PUNTO LOZANO SA
23	COMERCIAL BRITGE S.L.	61	GESPREEN, SCCL
24	COMERCIAL DEL ALUMINIO S.A	62	GLAS DISTRIBUIDORA, SL
25	COMERCIAL GOMILA CATALA	63	GRUPCLIMA S.L.
26	COMPONENTES TEXTILES S.A.	64	GRUPO MODA ESTILMAR S.A.
27	CONFECCIONES AVILES S.L.	65	GRUPO TEXTIL DOANHÍ, SL
28	CONFECCIONES TETUAN SL	66	GYMTONIC, S.A.
29	CONFECCIONES Y APRESTOS BALMES, S.L.	67	HERMANOS CULEBRAS SL
30	CONSORCI MAJORISTA SA	68	HIELOS MONTSENY S.A. HIMSA
31	CONSTRUC.MECANICAS SOLDI SL	69	HIERROS DEL MARESME SA
32	CONSTRUCCIONES MECANICAS ANEXA, SL	70	ICXIA S.L. (VILASECA; S:A)
33	CONSTRUCCIONES MECANICAS TYBSA	71	IMPORT EXPORT ORPAN SA
34	CONSTRU-STIL S.A.	72	INDUSTRIAL GAMACOLOR S.L.
35	CORATAMA S.A.	73	INDUSTRIAL GIL-BA S.L.
36	CORTIPLEX S.A.	74	INDUSTRIAS KIMU S.A.
37	CRISTALERIAS MASCARELL S.A.	75	INFRAESTRUCTURES I OBRES MATARÓ S.L.
38	CULEBRAS*MOLINA ,MANUEL	76	IRCO SISTEMES DE TELECOMUNICACIÓ, S.A.
77	ISO FLEX SL	116	ROBREÑO ESPERALBA Y PUIG S.L.

78	JUAN JUAN MASSAGUER S.L.	117	RODRIGUEZ AYALA, ALONSO
79	JUST.TEX, SL. (C.P.Aluart, SL)	118	ROIG CURVADO PERFILES SA
80	KRITER	119	ROMA TEXTIL
81	LAS RESINAS COLORIDAS SL	120	SAFELINE S.L.
82	LAURA G S.L.	121	SALA ASSESSOR INFORMÀTIC
83	LEVENTON, S.A.	122	SALVADOR ESTAPE, S.A.
84	LIDERMED S.A.	123	SAMCLA-ESIC, SAL
85	MACLA S.A	124	SANEJAMENT SOLER SL
86	MADOS MEDITERRANEA S.A.	125	SDAD.ESP.CONTROL DE CALIDAD,SL.
87	MAGATZEMS SERRAS	126	SECORPUNT, S.L.
88	MALLA BAÑO S.L.	127	SERVEIS PUBLICITARIS BELSO
89	MANUFACTURAS REFRACTARIAS CATALANO ARAGONESAS S.	128	SHATMO, S.A.
90	MARESMINOX S.L.	129	STAR TEXTIL S.A.
91	MATELECSA S.A.	130	SUBMINISTRES TEXTILS SOLA SL
92	MATERIALES DOROTEA SL	131	TALLERES FLORIACH
93	MD SOLUCIONES DE IDENTIFICACION S.A.	132	TALLERES LLORENS PLANAS S.L.
94	MIGUEL ANGLADA CONSTRUC. SL	133	TALLERS GIL BO S.A.
95	MORALEDA, CACHO Y CIA, SRC	134	TEJIDOS JAEPUNT SL
96	MURLANS SA	135	TEJIDOS JUAN MORENO S.L.
97	PERADEJORDI PROY. E INF. SL	136	TEJIDOS M C S.L.
98	PERAFIL S.A.	137	TEXTIL ARIES, SL
99	PEREZ MORANT MORANT SL	138	TEXTIL LLANO
100	PERFECK ENVASE HISPANIA S.A.	139	TEXTIL ZEDE S.A.
101	PLANCHISTERIA EUROMETAL S.L.	140	TINTADOS Y ESMALTADOS GINES, SL
102	PLASTICOS ROVI S.A.	141	TINTS MATARÓ
103	PLASTICS GENOHER, S.L.	142	TINTS QUADRADA
104	PRENDIN S.A.	143	TRANSPORTES DEL MARESME
105	PREVISIÓN 4, SL	144	TREVI-PUNT S.L.
106	PRODUCCIONS EL CALLAO, SCCL	145	TRIBLOND, S.L.
107	PRODUCTOS CODINA, S.A.	146	TRIPLE ONDA S.A.
108	PRODUCTOS TRANSFORMADOS, S.A.	147	TROIKA SA
109	PROHIMA INTERNACIONAL S.A.	148	TUBOLAR, S.L.
110	PUIG JANER, S.L.	149	URGELES DIAMANT SL
111	PUNT FORT CALCETERIA SCCL	150	VDA SANTIAGO VALLS SA
112	PUNTIBER S.L.	151	WALDOO COMPLEMENTOS, SL
113	QUALIBERICA SL	152	WENDT SAMEDI
114	RACODI	153	WORKPLAS
115	RETSELA SL	154	ZAILA MODA SL

I. Perfil de les empreses de Mataró

I. Perfil de les empreses de Mataró

I.1 Any constitució de l'empresa

- ❑ **Dinamisme i renovació del teixit empresarial de Mataró.** Mataró té una llarga història industrial de fa segles, però al llarg dels anys ha mantingut la constant, que ha estat, la renovació permanent. Sense aquesta premissa no s'entendria que del total del teixit industrial només el 10,4% tenen l'any d'inici de la seva activitat abans del 1970, un altre 41,5% de les actuals empreses de Mataró van iniciar la seva activitat entre 1970 i 1989, i finalment, el grup majoritari de les empreses (45,4%) s'han constituït en els darrers 15 anys (1990-2005).
- ❑ Quasi dos de cada tres empreses (63,6%) va iniciar la seva activitat entre 1980-1999. El període en que es varen constituir un nombre més alt de d'empreses, de les que actualment estan operant a Mataró, és la dècada dels anys noranta (1990-1999: 33,1%), seguit dels anys vuitanta (1980-1989: 30,5%).
- ❑ L'any d'inici de l'activitat industrial no està correlacionada de forma clara amb el sector d'activitat de l'empresa, però sí en canvi en el fet de si l'empresa exporta o no, de forma que **es registra un major nivell d'internacionalització entre les empreses constituïdes en el període 1990-1999** (32,9%), seguit del 1980-1989 (25,7%), i les que tenen la seva data d'inici entre 1970-1979 (entre les empreses que exporten aquest grup representa el 17,1%, quan en el conjunt del teixit industrial de Mataró representen només el 11,0%).
- ❑ **Ni les més antigues ni les més noves.** Es constata com la major força exportadora es registra entre aquelles empreses amb suficients anys d'experiència en el sector, però bàsicament nascudes a partir de l'any 1970 (amb el que representa d'haver superat i adaptar-se al nou entorn després de la crisi del petroli del 1973) i fins la dècada dels noranta, de forma que, o bé són empreses que han superat una reestructuració del sector industrial i de les fonts d'energia a nivell internacional, o bé, són empreses nascudes i consolidades durant el període democràtic i la incorporació a la Unió Europea de l'Estat espanyol, i per tant, ja s'han constituït en una conjuntura internacional propícia.



- ☐ L'assignatura pendent estaria en les empreses amb data de constitució abans de 1970; en les de més recent constitució, i sobretot, en el grup majoritari d'aquelles empreses que, tot i haver constituir-se en el període 1980-1999, i tenir suficient experiència i implantació, encara no han fet el salt per entrar en mercats internacionals.

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
ANY DE CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Abans de 1960	5,2	5,8	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	>33,3	>33,3	0,0
De 1960 a 1969	5,2	5,8	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	16,7	25,0	0,0	0,0	0,0
De 1970 a 1979	11,0	11,6	10,0	9,1	20,0	0,0	0,0	28,6	16,7	0,0	33,3	0,0	0,0
De 1980 a 1989	30,5	31,9	30,0	36,4	30,0	22,2	>66,7	14,3	16,7	25,0	33,3	0,0	25,0
De 1990 a 1999	33,1	33,3	35,0	36,4	30,0	55,6	22,2	42,9	16,7	0,0	0,0	33,3	50,0
De 2000 a 2005	12,3	10,1	15,0	9,1	0,0	22,2	11,1	0,0	33,3	25,0	0,0	33,3	25,0
Ns/Nc	2,6	1,4	0,0	9,1	10,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
ANY DE CONSTITUCIÓ DE L'EMPRESA	154	70	84
Abans de 1960	5,2	5,7	4,8
De 1960 a 1969	5,2	7,1	3,6
De 1970 a 1979	11,0	17,1	6,0
De 1980 a 1989	30,5	25,7	34,5
De 1990 a 1999	33,1	32,9	33,3
De 2000 a 2005	12,3	8,6	15,5
Ns/Nc	2,6	2,9	2,4

I.2 Forma jurídica de l'empresa

- El 56,5% de les empreses de Mataró tenen la forma jurídica de “societat limitada”, un 37,0% són “societats anònimes”, i un 3,2% de les empreses estan constituïdes com a cooperatives. Entre les empreses que no exporten, el pes de les “societats limitades” s’incrementa fins el 63,1%, en canvi, s’observa que entre les empreses que exporten el 50,0% són “societats anònimes” (26,1% entre les que no exporten).
- El pes de les societats anònimes és més important entre les empreses del sector del transport i la distribució (71,4%), la indústria química i el plàstic (60,0%), el vidre i la ceràmica (50,0%), el material relacionat amb la construcció (45,5%), i també, entre les empreses del sector de la màquina-eina (45,0%) –en aquest darrer cas, les cooperatives tenen també un pes major, que arriba fins el 10,0% del total-.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
FORMA JURÍDICA ACTUAL DE L'EMPRESA	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Societat limitada	56,5	59,4	45,0	54,5	40,0	77,8	55,6	28,6	50,0	50,0	66,7	66,7	100,0
Societat anònima	37,0	31,9	45,0	45,5	60,0	22,2	33,3	71,4	33,3	50,0	33,3	33,3	0,0
Cooperativa	3,2	1,4	10,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Altres formes jurídiques	3,2	7,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Si	No
FORMA JURÍDICA ACTUAL DE L'EMPRESA	154	70	84
Societat limitada	56,5	48,6	63,1
Societat anònima	37,0	50,0	26,2
Cooperativa	3,2	0,0	6,0
Altres formes jurídiques	3,2	1,4	4,8

I.3 Sector d'activitat

Producte / servei fabricat - distribuït

❑ **Tèxtil i màquina-enia:** quasi 6 de cada 10 empreses del teixit industrial de Mataró formen part d'aquests dos sectors, però entre les que exporten aquests sectors representen 7 de cada 10 empreses:

- ✓ El 44,8% de les empreses de Mataró estan relacionades amb el sector tèxtil, i entre les que exporten, aquest percentatge puja fins més de la meitat (52,9%).
- ✓ I en segon lloc, un 13,0% de les empreses corresponen al sector de la construcció de màquina-enia (i representen el 17,1% de les empreses que exporten).

❑ **Construcció, Química, Metall, Serveis i Distribució.** En un segon ordre d'importància relativa en la descripció del teixit empresarial de Mataró, se situa un bloc de cinc sectors, que representen quasi el 30% del total, que són:

- ✓ Empreses relacionades amb al construcció (7,1%); en termes d'exportació només tenen un pes del 4,3%.
- ✓ Indústria química i plàstic (6,5%), aquestes en canvi, representen el 10,0% de les que exporten.
- ✓ Un altre 5,8% del total de les empreses pertanyen al sector metall, i en termes d'exportació representen el 8,6%.
- ✓ També amb un 5,8% apareixen les empreses de serveis (informàtics, immobiliaris i instal·lacions), però en aquest cas el seu pes en termes d'exportació és nul.
- ✓ Empreses relacionades amb el transport i la distribució (4,5%).

❑ En tercer i darrer terme¹, la descripció del teixit empresarial de Mataró passa per citar un grup d'altres 4 sectors, amb un pes relatiu menor, que són:

- ✓ Amb un 3,9% l'estratègic sector de l'electrònica de consum.
- ✓ Sector del vidre i la ceràmica (2,6%).
- ✓ Sector de l'alimentació (1,9%).
- ✓ Sector del paper i arts gràfiques (1,9%).

¹ Dins el grup "altres sectors", que representa un 2,6% del total hi ha un laboratori d'investigació, una empresa de cultius de plantes, i una altra de sistemes d'identificació (ADN).

- ❑ La relació entre sectors empresarials i exportació de productes i/o serveis, posa en evidència en 9 de cada 10 ocasions, les empreses que exporten són del sector tèxtil (52,9%), la construcció de màquina-eina (17,1%), el sector de la química i el plàstic (10,0%), i el sector del metall (8,6%).

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Si	No
EXACTAMENT, QUÈ FABRICA / COMERCIALITZA L'EMPRESA?	154	70	84
Sector tèxtil	44,8	52,9	38,1
Sector de la màquina-eina (fabricació de maquinària)	13,0	17,1	9,5
Material relacionat amb la construcció	7,1	4,3	9,5
Indústria química i plàstic	6,5	10,0	3,6
Sector del metall	5,8	8,6	3,6
Sector serveis	5,8	<0,0	10,7
Sector transport i distribució	4,5	2,9	6,0
Electrònica de consum	3,9	1,4	6,0
Sector vidre i ceràmica	2,6	2,9	2,4
Sector alimentació	1,9	0,0	3,6
Sector paper i arts gràfiques	1,9	0,0	3,6
Altres	2,6	1,4	3,6

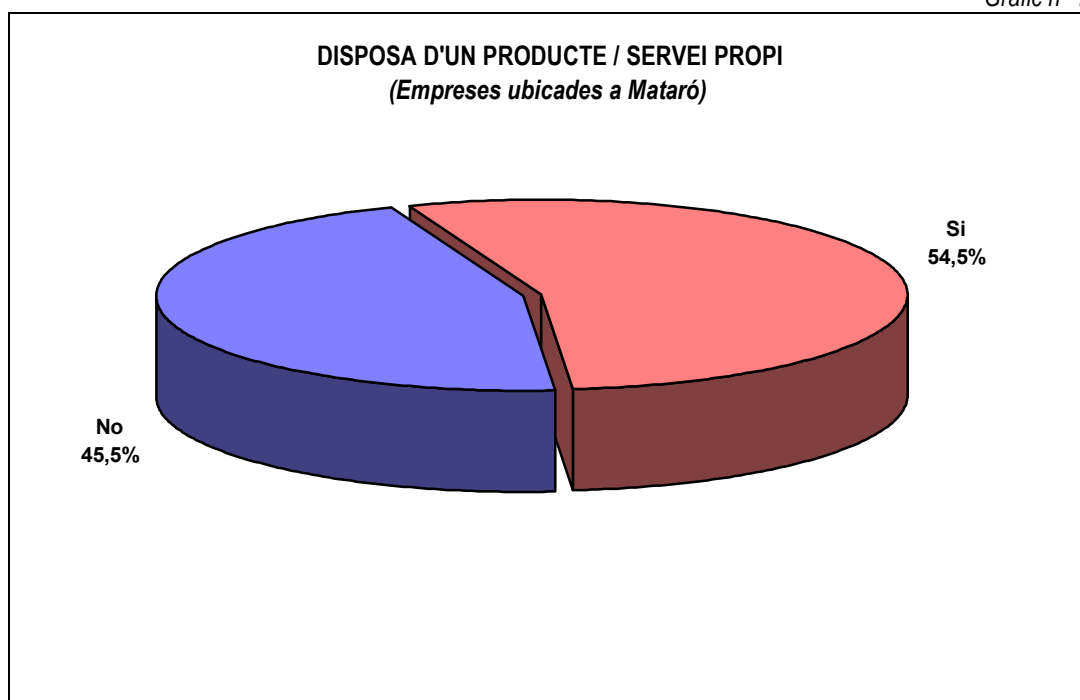
Producte / servei propi

- ❑ Una mica més del total de les empreses ubicades a Mataró (54,5%) tenen un producte i/o servei propi; entre les empreses que exporten aquesta relació s'incrementa fins el 75,7%; per sectors d'activitat la producció pròpia s'incrementa en els serveis (77,8%), l'alimentació i el metall (66,7% respectivament), la màquina-eina (60,0%) i el tèxtil (58,0%).

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
TENEN UN PRODUCTE / SERVEI PROPI?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	54,5	58,0	60,0	36,4	40,0	66,7	77,8	42,9	50,0	50,0	66,7	0,0	25,0
No	45,5	42,0	40,0	63,6	60,0	33,3	22,2	57,1	50,0	50,0	33,3	100,0	75,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
TENEN UN PRODUCTE / SERVEI PROPI?	154	70	84
Sí	54,5	>75,7	<36,9
No	45,5	<24,3	>63,1

Gràfic nº 1



Marca pròpia registrada

- ❑ Una mica menys de la meitat de les empreses de Mataró tenen una marca pròpia registrada (46,1%); aquesta proporció s'incrementa entre les empreses que exporten (61,4%), i de forma específica s'incrementa entre les empreses dels sectors de la màquina-eina (60,0%), el tèxtil (59,4%) i l'electrònica de consum (50,0%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
TENEN UNA MARCA PRÒPIA REGISTRADA?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	46,1	59,4	60,0	36,4	30,0	11,1	33,3	14,3	50,0	25,0	33,3	0,0	50,0
No	53,9	40,6	40,0	63,6	70,0	88,9	66,7	85,7	50,0	75,0	66,7	100,0	50,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
TENEN UNA MARCA PRÒPIA REGISTRADA?	154	70	84
Sí	46,1	61,4	33,3
No	53,9	38,6	66,7

Gràfic nº 2



Patents

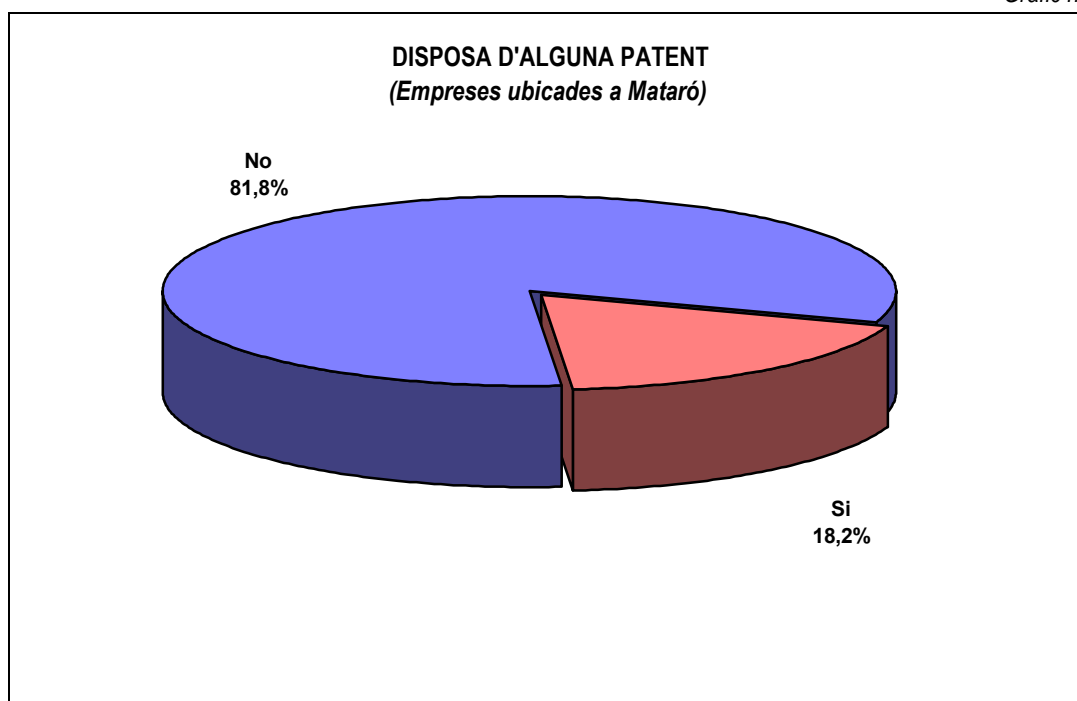
“Disposen d’alguna patent? En quins països pot operar amb aquesta patent? (si és el cas)”

- ❑ **Només el 18,2% de les empreses de Mataró disposen d’alguna patent;** aquesta proporció s’incrementa fins el 30,0% entre les empreses que exporten, i per sectors d’activitat, hi ha més patents entre les empreses relacionades amb la construcció de màquina-eina (30,0%), l’electrònica de consum (33,3%) i la construcció (27,3%).

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
DISPOSEN D’ALGUNA PATENT?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	18,2	17,4	30,0	27,3	20,0	11,1	0,0	14,3	33,3	0,0	0,0	0,0	25,0
No	81,8	82,6	70,0	72,7	80,0	88,9	100,0	85,7	66,7	100,0	100,0	100,0	75,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
DISPOSEN D’ALGUNA PATENT?	154	70	84
Sí	18,2	>30,0	<8,3
No	81,8	70,0	91,7

Gràfic nº 3



- ☐ **Patents pel mercat europeu.** Entre el 18,2% de les empreses que disposen d'alguna patent, en la majoria de casos aquesta serveix pel mercat espanyol (78,6%), seguit de Portugal (en la meitat del casos; 50%), una alta dispersió per diferents països d'Europa (67,9%), i només en el 39,3% dels casos les patents són útils per operar en altres continents (és a dir, **només en 7,1% del total de les empreses de Mataró disposen de patents útils per operar fora d'Europa**).
- ☐ Entre les empreses que exporten, en el 81,0% dels casos les patents els hi serveixen per diferents països europeus; en un 61,9% per entrar dins el mercat de Portugal, i en quasi la meitat dels casos (47,6%) poden accedir a mercats d'altres continents.

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
EN QUINS PAÏSOS POT OPERAR AMB AQUESTA PATENT?	28	12	6	3	2	1	0	1	2	0	0	0	1
Estat espanyol	78,6	66,7	66,7	100,0	100,0	100,0	0	100,0	100,0	0	0	0	100,0
Altres països d'Europa	67,9	75,0	66,7	66,7	100,0	100,0	0	0,0	50,0	0	0	0	0,0
Portugal	50,0	41,7	66,7	33,3	100,0	100,0	0	0,0	50,0	0	0	0	0,0
Altres zones del món	39,3	33,3	50,0	33,3	100,0	100,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
EN QUINS PAÏSOS POT OPERAR AMB AQUESTA PATENT?	28	21	7
Estat espanyol	78,6	76,2	85,7
Portugal	50,0	61,9	14,3
Altres països d'Europa	67,9	81,0	28,6
Altres zones del món	39,3	47,6	14,3

I.4 Grandària i dimensions de les instal·lacions:

I.4.1 Fàbrica: nombre de treballadors fixes i eventuais

*“Pensant en les dimensions i capacitats actuals de la seva empresa: **quin és el nombre de treballadors fixes en la fàbrica? I eventuais?**”*

- ☐ **Entre 25 i 37 persones per empresa i fàbrica.** Les empreses ubicades a Mataró que disposen de fàbrica tenen una plantilla mitjana de 25,10 treballadors fixes i 12,23 d'eventuals. Aquesta dimensió mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten, de forma que en aquest cas les plantilles de les fàbriques oscil·len entre els 38,44 treballadors fixes i els 18,92 d'eventuals, és a dir, **les fàbriques de les empreses que exporten tenen una dimensió mitjana que oscil·la entre els 38 i els 57 treballadors.**

- ☐ Per sectors d'activitat, la relació entre fàbrica i nombre de treballadors fixes i eventuais té el següent perfil:



✓ Metall:	125,5 treballadors fixes + 151 d'eventuals = total: 277 treballadors
✓ Serveis:	35 treballadors fixes + 3 d'eventuals = total: 38 treballadors
✓ Construcció:	28 treballadors fixes + 4,5 d'eventuals = total: 33 treballadors
✓ Química i plàstic:	23,56 treballadors fixes + 5,25 d'eventuals = total: 29 treballadors
✓ Transport i distribució:	27,5 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 28 treballadors
✓ Alimentació:	21 treballadors fixes + 4 d'eventuals = total: 25 treballadors
✓ Electrònica de consum:	16,75 treballadors fixes + 8,5 d'eventuals = total: 25 treballadors
✓ Sector tèxtil:	16,03 treballadors fixes + 5 d'eventuals = total: 21 treballadors
✓ Màquina-eina:	18,75 treballadors fixes + 1,5 d'eventuals = total: 20 treballadors
✓ Vidre i ceràmica:	18 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 18 treballadors
✓ Paper i arts gràfiques:	8,33 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 9 treballadors

- ☐ Com s'observa en la relació anterior, les dimensions de les plantilles de les fàbriques oscil·len en cinc grups: d'una banda les empreses del sector del metall que tenen una dimensió molt més gran que la resta (superior als 250 treballadors); després se situen les empreses de serveis (entorn els 40 treballadors); segueixen les relacionades amb la construcció, la química i el transport (entorn el 30 treballadors); entre 20 a 30 la resta de sectors, i finalment, el paper i les arts gràfiques que només ocupen entorn els 9 treballadors per fàbrica.

(Treballadors fixes per fàbrica)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. Consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HAN ACTUALMENT A LA FÀBRICA?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	25,10	16,03	18,75	28,00	23,56	125,50	35,00	27,50	16,75	18,00	21,00	8,33	6,00

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Sí	No
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HAN ACTUALMENT A LA FÀBRICA?	154	70	84
Mitjana	25,10	38,44	11,07

(Treballadors eventuais per fàbrica)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. Consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LA FÀBRICA?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	12,23	5,00	1,50	4,50	5,25	151,00	3,00	---	8,50	---	4,00	---	3,00

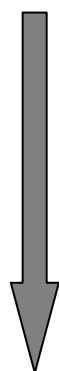
	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Sí	No
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LA FÀBRICA?	154	70	84
Mitjana	12,23	18,92	2,19

1.4.2 Oficines: nombre de treballadors fixes i eventuais

“Pensant en les dimensions i capacitats actuals de la seva empresa: quin és el nombre de treballadors fixes en l'oficina? I eventuais?”

- ☐ **Entre 7 i 9 persones per empresa i departament d'administració.** Les empreses ubicades a Mataró que disposen d'oficines tenen una plantilla mitjana de 6,70 treballadors fixes i 1,80 d'eventuals. Aquesta dimensió mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten, de forma que en aquest cas les plantilles del departament d'administració oscil·la entre els 10,81 de treballadors fixes i els 2 d'eventuals, és a dir, **les oficines de les empreses que exporten tenen una dimensió mitjana que oscil·la entre els 11 i els 13 treballadors.**

- ☐ Per sectors d'activitat, la relació entre oficines i nombre de treballadors fixes i eventuais té el següent perfil:



✓ Metall:	33,67 treballadors fixes + 1 d'eventuals = total: 35 treballadors
✓ Màquina-eina:	8,53 treballadors fixes + 1 d'eventual = total: 10 treballadors
✓ Química i plàstic:	8,22 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 8 treballadors
✓ Construcció:	5 treballadors fixes + 2 d'eventuals = total: 7 treballadors
✓ Transport i distribució:	6,29 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 6 treballadors
✓ Sector tèxtil:	3,94 treballadors fixes + 2,25 d'eventuals = total: 5 treballadors
✓ Alimentació:	3,67 treballadors fixes + 1,5 d'eventuals = total: 5 treballadors
✓ Vidre i ceràmica:	3,25 treballadors fixes + 2 d'eventuals = total: 5 treballadors
✓ Serveis:	4 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 4 treballadors
✓ Electrònica de consum:	3,33 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 3 treballadors
✓ Paper i arts gràfiques:	1,33 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 1 treballador

- ☐ Com s'observa en la relació anterior, les dimensions de les plantilles de les oficines oscil·len en tres grups: d'una banda les empreses del sector del metall que tenen una dimensió molt més gran que la resta (entorn els 35 treballadors); després se situa un grup majoritari d'empreses que tenen plantilles entre 5 i 10 treballadors d'oficines; i finalment, només en el sector dels serveis, l'electrònica de consum i el papers i arts gràfiques, el nombre mitjà de treballadors del departament d'administració és inferior a 5.

(Treballadors fixes en les oficines)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HA ACTUALMENT A LES OFICINES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	6,70	3,94	8,53	5,00	8,22	33,67	4,00	6,29	3,33	3,25	3,67	1,33	5,00

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Sí	No
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HA ACTUALMENT A LES OFICINES	154	70	84
Mitjana	6,70	10,81	3,18

(Treballadors eventuais en les oficines)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LES OFICINES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	1,80	2,25	1,00	2,00		1,00				2,00	1,50		

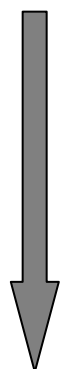
	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Sí	No
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LES OFICINES	154	70	84
Mitjana	1,80	2,00	1,50

1.4.3 Xarxa comercial: nombre de treballadors fixes i eventuais

*“Pensant en les dimensions i capacitats actuals de la seva empresa: **quin és el nombre de treballadors fixes en la xarxa comercial? I eventuais?**”*

- ❑ **Entre 10 i 61 persones per empresa i xarxa comercial.** Les empreses ubicades a Mataró que disposen de xarxa comercial pròpia tenen una plantilla mitjana de 10,33 treballadors fixes i 50,43 d'eventuals. Com és habitual, aquesta dimensió mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten, de forma que en aquest cas les plantilles de la xarxa comercial oscil·len entre els 17,60 treballadors fixes i els 50,43 d'eventuals, és a dir, **la xarxa comercial de les empreses que exporten tenen una dimensió mitjana que oscil·la entre els 18 i els 68 treballadors.**

- ❑ Per sectors d'activitat, la relació entre fàbrica i nombre de treballadors fixes i eventuais té el següent perfil:



✓ Sector tèxtil:	19,19 treballadors fixes + 69,40 d'eventuals = total: 89 treballadors
✓ Química i plàstic:	4,86 treballadors fixes + 5,0 d'eventuals = total: 10 treballadors
✓ Transport i distribució:	8,60 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 9 treballadors
✓ Alimentació:	8,0 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 8 treballadors
✓ Metall:	5,29 treballadors fixes + 1 d'eventual = total: 6 treballadors
✓ Serveis:	4,63 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 5 treballadors
✓ Vidre i ceràmica:	2,50 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 3 treballadors
✓ Màquina-eina:	4,0 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 4 treballadors
✓ Construcció:	2,3 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 2 treballadors
✓ Electrònica de consum:	2,17 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 2 treballadors
✓ Paper i arts gràfiques:	1,67 treballadors fixes + 0 d'eventuals = total: 2 treballadors

- ❑ Una consideració entorn les dimensions de la xarxa comercial de les empreses ubicades a Mataró: bàsicament només el sector tèxtil té una àmplia plantilla dedicada a vendre, en la resta de casos el nombre de comercials sempre és menor a 10, i el nombre mitjà és de 5 treballadors dedicats a vendre.

(Treballadors fixes per la xarxa comercial)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HA ACTUALMENT A LA XARXA COMERCIAL	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	10,33	19,19	4,00	2,30	4,86	5,29	4,63	8,60	2,17	2,50	8,00	1,67	1,50

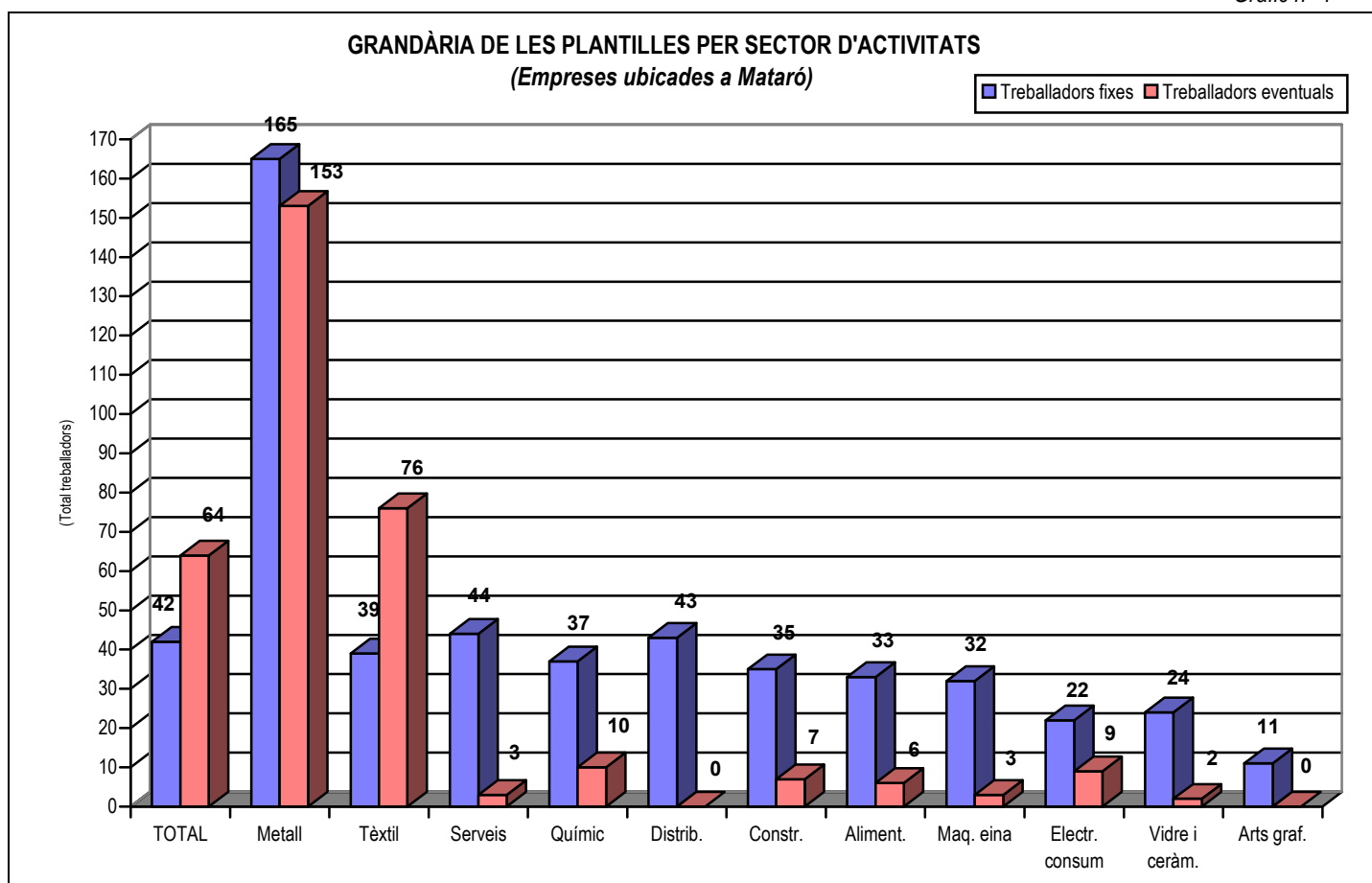
	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Si	No
QUANTS TREBALLADORS FIXES HI HA ACTUALMENT A LA XARXA COMERCIAL	154	70	84
Mitjana	10,33	17,60	3,56

(Treballadors eventuais per la xarxa comercial)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LA XARXA COMERCIAL	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	50,43	69,40	---	---	5,00	1,00	---	---	---	---	---	---	---

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
Mitjana		Si	No
QUANTS TREBALLADORS EVENTUALS HI HAN ACTUALMENT A LA XARXA COMERCIAL	154	70	84
Mitjana	50,43	50,43	---

Gràfic n° 4



Resum de dimensions de les empreses ubicades a Mataró:

Nº treb.	Mitjana	Grandària de les plantilles per sectors d'activitat										
		Metall	Tèxtil	Serveis	Químic	Distrib.	Constr.	Aliment.	Maq- eina	Electr. consum	Vidre i ceràm.	Paper i arts gr.
Fàbrica:												
Fixes	25	126	16	35	24	28	28	21	19	17	18	8
Event.	12	151	5	3	5	---	5	4	2	9	---	---
Oficines:												
Fixes	7	34	4	4	8	6	5	4	9	3	3	1
Event.	2	1	2	---	---	---	2	2	1	---	2	---
Xarxa comercial:												
Fixes	10	5	19	5	5	9	2	8	4	2	3	2
Event.	50	1	69	---	5	---	---	---	---	---	---	---
Total plantilla	Entre 42-106	Entre 165 -318	Entre 39 - 115	Entre 44 - 47	Entre 37 - 47	Mitjana de 43	Entre 35 - 42	Entre 33 - 39	Entre 32 - 35	Entre 22 - 31	Entre 24 - 26	Mitjana de 10

- ❑ En funció de la taula resum anterior, s'observa que **les empreses ubicades a Mataró tenen uns nivells d'ocupació que oscil·len entre els 42 treballadors fixes i els 106, si es tenen en compte els assalariats amb contractes eventuais** durant algun període de l'any.

Seguint aquesta mateixa relació, s'observa com **no sempre aquelles empreses amb més presència a Mataró** (Tèxtil; màquina-eina; Construcció; Química i plàstic; Metall; Serveis; Transport i distribució; Electrònica de consum; Vidre i ceràmica; Alimentació; Paper i arts gràfiques –per aquest ordre de presència–), **són les que tenen un major nombre mitjà de treballadors**, de forma que per grandària en el nombre de treballadors contractats la relació és la següent:

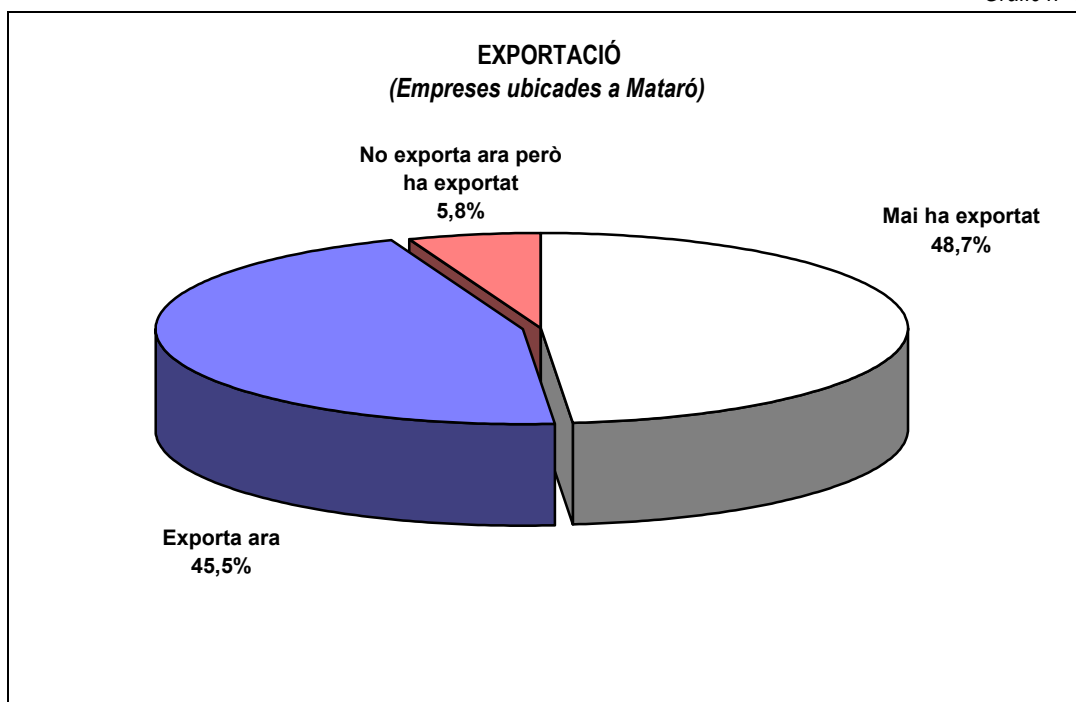
- ✓ Metall (entre 165 i 318 treballadors), amb un gran pes dels treballadors de fàbrica i fortes diferències en la contractació per estacionalitat.
- ✓ Tèxtil (entre 39 i 115 treballadors), sobretot important tot allò relacionat amb la xarxa comercial.
- ✓ Sector serveis (entre 44 i 47 treballadors).
- ✓ Químic i plàstic (entre 37 i 47 treballadors).
- ✓ Distribució i transports (mitjana de 43 treballadors per empresa).
- ✓ Construcció (entre 35 i 42 treballadors).
- ✓ Alimentació (entre 33 i 39 treballadors).
- ✓ Màquina-eina (entre 32 i 35 treballadors).
- ✓ Electrònica de consum (entre 22 i 31 treballadors).
- ✓ Ceràmica i vidre (entre 24 i 26 treballadors).
- ✓ Paper i arts gràfiques (mitjana de 11 treballadors per empresa).

1.5 Potencial d'exportació

- ❑ **Una mica més de la meitat de les empreses de Mataró exporten a l'estranger o ho han fet en un passat.** Concretament, el 45,5% de les empreses de Mataró actualment exporten els seus productes i/o serveis fora de l'Estat espanyol, i un altre 5,8% ho ha fet en alguna ocasió.

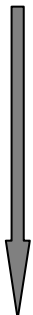
Entre el 54,5% de les empreses que actualment no exporten, hi ha un 10,7% que en un passat sí que ho havia fet (que representa el 5,8% sobre el total). O dit d'una altra forma, això representa que realment **entre el 45,5% i el 51,3% de les empreses de Mataró o exporten ara o han exportat en un passat.**

Gràfic nº 5



% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
EXPORTACIÓ	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Exporta ara	45,5	53,6	60,0	27,3	70,0	66,7	<0,0	28,6	16,7	50,0	0,0	0,0	25,0
No exporta ara però ha exportat	5,8	8,7	0,0	0,0	10,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0
Mai ha exportat	48,7	37,7	40,0	72,7	20,0	33,3	88,9	71,4	83,3	50,0	100,0	100,0	50,0

- ☐ Per ordre de major a menor presència internacional de les empreses ubicades a Mataró s'estableix el següent ranking:

- 
1. **Sector de la indústria química i plàstic:** el 70,0% de les empreses exporten actualment i una altre 10% ho ha fet en algun moment).
 2. **Metall:** el 66,7% exporta actualment.
 3. **Màquina-eina:** el 60,0% exporta actualment.
 4. **Tèxtil:** el 53,6% exporta ara i un altre 8,6% hi ha fet en un passat.
 5. **Ceràmica i vidre:** el 50,0% exporta actualment.
 6. **Distribució i transport:** el 28,6% exporta actualment.
 7. **Material de la construcció:** el 27,3% exporta actualment.
 8. **Electrònica de consum:** el 16,7% exporta actualment.
 9. **Serveis:** avui no hi ha presència internacional, però un 11,1% de les empreses han exportat en algun moment.
 10. **Sector alimentació:** no exporten a l'estranger els seus productes.
 11. **Papers i arts gràfiques:** no exporten a l'estranger els seus productes.

1.5.1 Facturació per àmbits geogràfics

“Aproximadament, quin percentatge de la seva facturació es distribueix en aquests àmbits geogràfics?” (Mercat interior // La Unió Europea // Altres zones del món)

- ❑ En termes globals, **el 88,59% de la facturació de les empreses ubicades a Mataró prové del mercat espanyol.**

- ❑ Malgrat que en termes generals, la meitat de les empreses ubicades a Mataró tenen o han tingut algun nivell de presència en mercats exteriors (45,5% actualment i un altre 5,8% que ho havia fet en un passat), en termes de facturació la presència real de les exportacions es diferent, de forma que s'estableix aquesta classificació:
 - ✓ **Ceràmica i vidre**: el 50,0% de les empreses exporta actualment, però **el 78,75% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 21,25% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Sector de la indústria química i plàstic**: el 70,0% de les empreses exporten actualment però **el 81,7% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 18,3% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Màquina-eina**: el 60,0% de les empreses exporta actualment, però **el 84,25% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 15,75% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Metall**: el 66,7% de les empreses exporta actualment, però **el 85,0% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 15,0% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Sector tèxtil**: el 53,6% de les empreses exporten, però **el 87,93% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 12,07% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Distribució i transport**: el 28,6% exporta actualment, però **el 89,0% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i el 11,0% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Electrònica de consum**: el 16,7% de les empreses exporta actualment, però **el 91,67% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i només el 8,33% en mercats exteriors.**
 - ✓ **Material de la construcció**: el 27,3% de les empreses exporta actualment, però **el 96,18% de la facturació es genera dins el mercat espanyol i només el 3,82% en mercats exteriors.**
 - ✓ Les empreses ubicades a Mataró dels sectors del **paper i les arts gràfiques**, **l'alimentació** i els **serveis**, actualment el 100,0% de la seva facturació es genera només dins el mercat espanyol.

(Facturació mercat interior)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
Mitjana		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUIN PERCENTATGE DE LA SEVA FACTURACIÓ ES DISTRIBUEIX EN EL MERCAT INTERIOR?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	88,59	87,93	84,25	96,18	81,70	85,00	100,00	89,00	91,67	78,75	100,00	100,00	88,33

- ❑ S'ha comentat anteriorment, que el 45,5% de les empreses ubicades a Mataró actualment realitzen exportacions a mercats exteriors, però en termes de facturació el 88,59% prové del mercat interior espanyol i el 11,41% de l'exterior. A partir de ponderacions en funció dels resultats obtinguts, es genera la següent informació:

El 42,2% de les empreses tenen presència en la zona de la UE.

I un 20,78% de les empreses de Mataró tenen presència en mercats fora de la UE.

- ❑ En funció dels sectors d'activitat de les empreses, en termes globals per les empreses ubicades a Mataró, dona la següent relació entre mercat interior / exterior:

El 54,5% de les empreses no exporten	El 88,59% de la facturació prové del mercat interior
El 45,5% de les empreses exporten:	El 11,41% de la facturació prové del mercat exterior
✓ El 42,2% a la UE	✓ 6,7% de la UE
✓ El 20,78% en d'altres mercats	✓ 4,7% de la resta del món

- ❑ A continuació es relacionen els diferents sectors d'activitat de les empreses ubicades a Mataró, en funció del major a menor pes que tenen les seves exportacions en termes de facturació:

Sector de la ceràmica i el vidre:

El 50,0% de les empreses no exporten	El 78,75% de la facturació prové del mercat interior
El 50,0% de les empreses exporten:	El 21,25% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ El 25,0% a la UE	✓ 20,0% de la UE
✓ El 25,0% en d'altres mercats	✓ 1,25% de la resta del món

Sector de la indústria química i del plàstic:

El 30,0% de les empreses no exporten
El 70,0% de les empreses exporten:
✓ El 70,0% a la UE
✓ El 20,0% en d'altres mercats

El 81,7% de la facturació prové del mercat interior
El 18,3% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 13,94% de la UE
✓ 4,36% de la resta del món

Sector de la màquina – eina:

El 40,0% de les empreses no exporten
El 60,0% de les empreses exporten:
✓ El 55,0% a la UE
✓ El 30,0% en d'altres mercats

El 84,25% de la facturació prové del mercat interior
El 15,75% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 7,66% de la UE
✓ 8,09% de la resta del món

Sector del metall:

El 33,3% de les empreses no exporten
El 66,7% de les empreses exporten:
✓ El 55,5% a la UE
✓ El 33,3% en d'altres mercats

El 85,0% de la facturació prové del mercat interior
El 15,0% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 7,5% de la UE
✓ 7,5% de la resta del món

Sector del tèxtil:

El 46,4% de les empreses no exporten
El 53,6% de les empreses exporten:
✓ El 49,3% a la UE
✓ El 24,6% en d'altres mercats

El 87,93% de la facturació prové del mercat interior
El 12,07% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 6,41% de la UE
✓ 5,66% de la resta del món

Sector de la distribució i el transport:

El 71,4% de les empreses no exporten
El 28,6% de les empreses exporten:
✓ El 14,3% a la UE
✓ El 14,3% en d'altres mercats

El 89,0% de la facturació prové del mercat interior
El 11,0% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 10,7% de la UE
✓ 0,3% de la resta del món

Sector de la electrònica de consum:

El 83,3% de les empreses no exporten
El 16,7% de les empreses exporten:
✓ El 16,7% a la UE
✓ 0,0% en d'altres mercats

El 91,67% de la facturació prové del mercat interior
El 8,33% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 8,33% de la UE

Sector del material de la construcció:

El 72,7% de les empreses no exporten
El 27,3% de les empreses exporten:
✓ El 27,3% a la UE
✓ El 18,2% en d'altres mercats

El 96,18% de la facturació prové del mercat interior
El 3,82% de la facturació prové del mercat exterior:
✓ 2,24% de la UE
✓ 1,58% de la resta del món

Sector de serveis:

No exporten

El 100,0% de la facturació prové del mercat interior
--

Sector de l'alimentació:

No exporten

El 100,0% de la facturació prové del mercat interior
--

Sector del paper i arts gràfiques:

No exporten

El 100,0% de la facturació prové del mercat interior
--

1.5.2 Anys d'experiència per àmbits geogràfics

"Aquesta empresa, aproximadament, quants anys porta de presència comercial a..." (Mercat Interior // La Unió Europea // Altres zones del món)

❑ La presència de les empreses ubicades a Mataró en funció de l'àmbit geogràfic on actuen aporta el següent perfil:

- ✓ El 40,9% de les empreses porta més de 20 anys treballant dins el mercat espanyol; i de forma especial aquest percentatge s'incrementa entre les empreses de químiques i de plàstics (70,0%), electrònica de consum i vidre i ceràmica (50,0% respectivament), seguit de les empreses del sector del tèxtil (46,4%) i el material de construcció (45,5%).
- ✓ Un 18,8% té una experiència entre 16 i 20 anys.
- ✓ Un 14,3% entre 11 i 15 anys
- ✓ Un 14,9% entre 5 i 10 anys.
- ✓ I un 4,5% de les empreses fa menys de 5 anys que actua.

(Mercat interior)

		SECTOR ACTIVITAT											
	Total												
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS ANYS PORTA D'EXPERIÈNCIA COMERCIAL AL MERCAT INTERIOR?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Menys de 5 anys	4,5	2,9	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	25,0	0,0	0,0	0,0
Entre 5 i 10 anys	14,9	18,8	15,0	0,0	10,0	33,3	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	25,0
Entre 11 i 15 anys	14,3	10,1	25,0	27,3	0,0	11,1	11,1	>42,9	0,0	0,0	0,0	33,3	25,0
Entre 16 i 20 anys	18,8	18,8	20,0	27,3	10,0	22,2	22,2	14,3	16,7	25,0	33,3	0,0	0,0
Més de 20 anys	40,9	46,4	30,0	45,5	70,0	33,3	22,2	28,6	50,0	50,0	33,3	0,0	25,0
Ns/Nc	6,5	2,9	0,0	0,0	10,0	0,0	>33,3	14,3	0,0	0,0	33,3	33,3	25,0

QUANTS ANYS PORTA D'EXPERIÈNCIA COMERCIAL AL MERCAT INTERIOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Menys de 5 anys	4,5	2,9	6,0
Entre 5 i 10 anys	14,9	14,3	15,5
Entre 11 i 15 anys	14,3	12,9	15,5
Entre 16 i 20 anys	18,8	20,0	17,9
Més de 20 anys	40,9	47,1	35,7
Ns/Nc	6,5	2,9	9,5

- ❑ **El 54,2% de les empreses que exporten a la UE, fa menys de 11 anys que hi tenen presència.** Entre el 46,7% de les empreses que en algun moment han tingut presència en el mercat europeu, la relació d'antiguitat és la següent:
- ✓ El 27,8% té una experiència de menys de 5 anys (això representa el 13,0% del total).
 - ✓ El 26,4% té una presència entre 5 i 10 anys (això representa el 12,3% del total).
 - ✓ Un 16,7% hi té una presència entre 11 i 15 anys (això representa el 7,80% del total).
 - ✓ Un 5,6% hi té una presència entre 16 i 20 anys (això representa el 2,6% del total).
 - ✓ I finalment, un important 18,1% de les empreses ubicades a Mataró que exporten a la UE, ho fan des de fa més de 20 anys (això representa el 8,45% del total).

(Mercat de la UE, entre el 46,7% d'empreses que ara o en algun moment hi han estat presents)

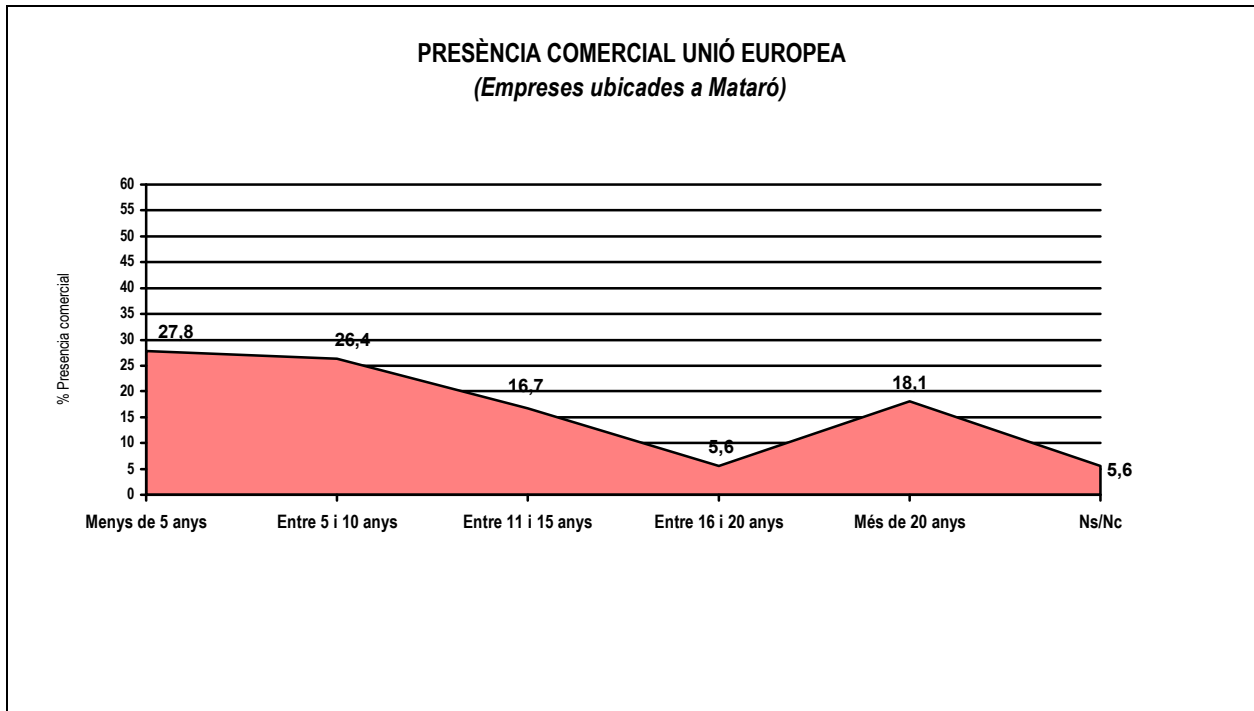
	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Ma-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
QUANTS ANYS PORTA DE PRESENCIA COMERCIAL A LA UNIÓ EUROPEA?	72	38	12	4	7	5	1	2	1	1	1	0	1
Menys de 5 anys	27,8	34,2	25,0	0,0	28,6	20,0	100,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
Entre 5 i 10 anys	26,4	23,7	25,0	75,0	14,3	20,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0	100,0
Entre 11 i 15 anys	16,7	10,5	>41,7	0,0	14,3	20,0	0,0	0,0	>100,0	0,0	0,0	0	0,0
Entre 16 i 20 anys	5,6	5,3	0,0	0,0	14,3	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
Més de 20 anys	18,1	23,7	8,3	25,0	14,3	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
Ns/Nc	5,6	2,6	0,0	0,0	14,3	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>100,0	0	0,0

- ❑ **El 58,6% de les empreses que exporten fora de la UE, fa menys de 11 anys que hi tenen presència.** Entre el 26,6% de les empreses que en algun moment han tingut presència fora del mercat europeu, la relació d'antiguitat és la següent:
- ✓ El 29,3% té una experiència de menys de 5 anys (això representa el 7,80% del total).
 - ✓ El 29,3% té una presència entre 5 i 10 anys (això representa el 7,80% del total).
 - ✓ Un 7,3% hi té una presència entre 11 i 15 anys (això representa el 1,94% del total).
 - ✓ Un 14,6% hi té una presència entre 16 i 20 anys (això representa el 3,88% del total).
 - ✓ I finalment, un 17,1% de les empreses ubicades a Mataró que exporten fora de la UE, fa més de 20 anys (això representa el 4,55% del total).

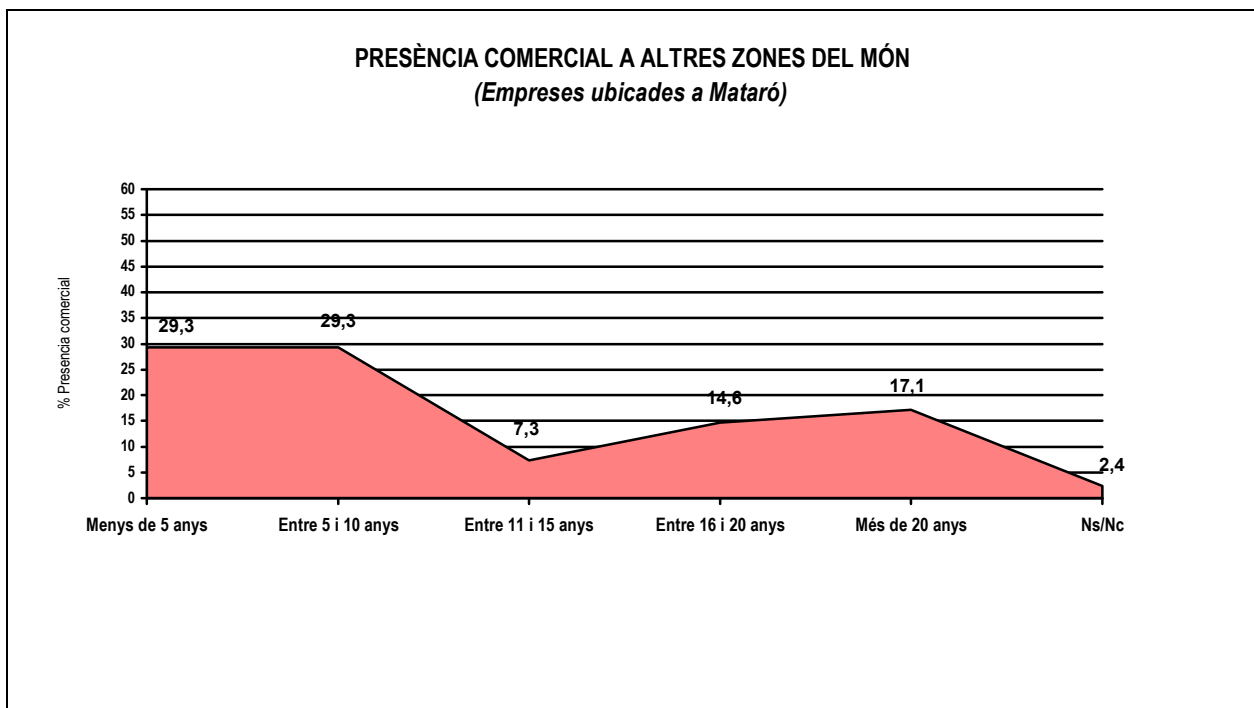
(Mercat exterior fora de la UE, entre el 26,6% d'empreses que ara o en algun moment hi han estat presents)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUANTS ANYS PORTA DE PRESENCIA COMERCIAL A ALTRES ZONES DEL MÓN?	41	22	8	2	3	3	0	1	1	1	0	0	0
Menys de 5 anys	29,3	40,9	25,0	0,0	0,0	0,0	0	100,0	0,0	0,0	0	0	0
De 5 a 10 anys	29,3	13,6	50,0	100,0	33,3	33,3	0	0,0	100,0	0,0	0	0	0
De 11 a 15 anys	7,3	4,5	12,5	0,0	33,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0
De 16 a 20 anys	14,6	18,2	0,0	0,0	0,0	>66,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0
Més de 20 anys	17,1	22,7	12,5	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	>100,0	0	0	0
Ns/Nc	2,4	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0

Gràfic nº 6



Gràfic nº 7



I.5.3 Exportació: productes i països

“Quin tipus de producte / servei hi exporten? a quin països?”

- ☐ **Roba (de consum personal i industrial) i màquina –eina.** Entre les empreses que exporten a països de la UE, 6 de cada 10 exportacions són de roba de consum personal (31,8%), seguit de màquina-eina (18,2%) i roba i teixits per consum industrial (10,6%).
- ☐ En segon terme destaquen:
- ✓ Productes i components químics (7,6%).
 - ✓ Material relacionat amb la construcció (6,1%).
 - ✓ Material sanitari, quirúrgic i de laboratori (4,5%).
 - ✓ Tèxtil per la llar (4,5%).
 - ✓ Productes electrònics (3,0%).

(Producte / servei exportats a la UE)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUIN TIPUS DE PRODUCTE /SERVEI EXPORTEN A LA UE?	66	34	12	4	7	6	0	1	1	1	0	0	1
Roba de consum personal	31,8	>61,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Màquina-eina	18,2	<0,0	>58,3	25,0	0,0	>66,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Altres	15,2	2,9	16,7	0,0	42,9	16,7	0	>100,0	0,0	>100,0	0	0	>100,0
Roba / teixits industrials	10,6	20,6	0,0	0,0	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Productes i components químics	7,6	5,9	0,0	0,0	>57,1	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Material relacionat amb la construcció	6,1	0,0	0,0	>75,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Material sanitari, quirúrgic, laboratori	4,5	2,9	>16,7	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Tèxtil per la llar	4,5	8,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Productes electrònics	3,0	0,0	8,3	0,0	0,0	0,0	0	0,0	>100,0	0,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

- ☐ **Sobretot a França.** Aquestes exportacions europees, bàsicament es concentren en unes proporcions molt destacades a França (60,9%).

Segueix en un segon ordre d'importància relativa, el mercat d'Itàlia (37,5%), Alemanya (32,8%) i Portugal (29,7%).

En tercer terme, se situen les exportacions al mercat de Gran Bretanya i Irlanda (21,9%).

I en quart terme, se situen els mercats de l'Est d'Europa (12,5%); Bèlgica i Holanda (10,9%), Grècia (9,4%) i Països nòrdics (6,3%).

(Països de la UE destí de les exportacions)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
A QUINS PAÏSOS EXPORTEN DE LA UNIÓ EUROPEA?	64	31	12	4	7	6	0	1	1	2	0	0	1
França	60,9	74,2	33,3	75,0	42,9	66,7	0	100,0	0,0	50,0	0	0	100,0
Itàlia	37,5	45,2	41,7	50,0	0,0	16,7	0	100,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Alemanya	32,8	32,3	25,0	50,0	14,3	50,0	0	100,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Portugal	29,7	35,5	33,3	25,0	14,3	0,0	0	100,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Gran Bretanya + Irlanda	21,9	25,8	16,7	0,0	42,9	16,7	0	100,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Est d'Europa	12,5	9,7	16,7	0,0	14,3	0,0	0	>100,0	>100,0	0,0	0	0	0,0
Bèlgica + Holanda	10,9	9,7	0,0	0,0	14,3	33,3	0	>100,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Grècia	9,4	3,2	8,3	25,0	28,6	0,0	0	>100,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Països nòrdics	6,3	3,2	8,3	0,0	0,0	0,0	0	>100,0	0,0	>50,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

(Productes exportats i països de la UE de destí de les mercaderies)

	Total	PRODUCTES EXPORTATS								
% Verticals amb marca Jhi²		Roba consum personal	Màquina-eina	Roba / teixits industrials	Productes i components químics	Material relacionat amb la construcció	Material sanitari, quirúrgic, laboratori	Tèxtil per la llar	Productes electrònics	Altres
A QUINS PAÏSOS EXPORTEN DE LA UNIÓ EUROPEA?	64	19	12	7	5	4	3	2	2	10
França	60,9	63,2	41,7	100,0	60,0	75,0	33,3	100,0	50,0	60,0
Itàlia	37,5	42,1	25,0	28,6	0,0	75,0	66,7	100,0	50,0	30,0
Alemanya	32,8	36,8	33,3	28,6	0,0	50,0	33,3	50,0	50,0	30,0
Portugal	29,7	31,6	25,0	42,9	0,0	25,0	33,3	50,0	0,0	40,0
Gran Bretanya + Irlanda	21,9	21,1	25,0	28,6	40,0	0,0	33,3	50,0	0,0	20,0
Est d'Europa	12,5	10,5	16,7	14,3	20,0	0,0	0,0	0,0	50,0	10,0
Bèlgica + Holanda	10,9	15,8	8,3	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	20,0
Grècia	9,4	5,3	0,0	0,0	20,0	25,0	0,0	0,0	0,0	>30,0
Països nòrdics	6,3	5,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	10,0

(Resposta espontània i múltiple)

☐ **Roba de consum personal i industrial.** Entre les empreses que exporten a països fora de la UE, 6 de cada 10 exportacions són de roba de consum personal (33,3%) i de roba i teixits per consum industrial (24,4%).

☐ En segon terme destaquen:

- ✓ Tèxtil per la llar (17,8%).
- ✓ Productes electrònics (17,8%).
- ✓ Màquina –eina i productes relacionats amb el sector del metall (17,8%).
- ✓ Material relacionat amb la construcció (8,9%).
- ✓ Material sanitari, quirúrgic i de laboratori (6,7%).
- ✓ Productes i components químics (6,7%).

(Producte / servei exportats a països de la fora de la UE)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUIN TIPUS DE PRODUCTE / SERVEI EXPORTEN A ALTRES ZONES DEL MÓN?	45	24	9	2	4	3	1	1	1	0	0	0	0
Roba de consum personal	33,3	45,8	33,3	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Roba / teixits industrials	24,4	25,0	33,3	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Tèxtil per la llar	17,8	29,2	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Productes electrònics	17,8	12,5	22,2	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0	100,0	0	0	0	0
Màquina-eina / sector metall	17,8	4,2	33,3	50,0	0,0	>100,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Material relacionat amb la construcció	8,9	0,0	11,1	50,0	25,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Material sanitari, quirúrgic, laboratori	6,7	4,2	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Productes y components químics	6,7	0,0	11,1	0,0	>50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	0
Altres	6,7	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	>100,0	>100,0	0,0	0	0	0	0

(Resposta espontània i múltiple)

- ☐ Les exportacions de les empreses de Mataró fora de l'àrea de la UE, es concentren en un primer lloc molt destacat al centre i sud Amèrica, seguit dels països asiàtics i Àfrica; i en darrer terme, els EE.UU i Canadà.
- ✓ **Centre i sud Amèrica:** Xile (13,6%); Mèxic (13,6%); Brasil (11,9%); Perú, Colòmbia i Argentina (6,8% respectivament); altres països del centre i sud d'Amèrica (13,6%).
 - ✓ **Àsia:** països de l'est d'Àsia (18,6%); països del golf Pèrsic i zones properes (11,9%); països de l'Àsia central (5,1%).
 - ✓ **Continent africà:** països del nord d'Àfrica (13,6%); països de l'Àfrica sud-sahariana (10,2%)
 - ✓ **EE.UU i Canadà** (13,6%).
 - ✓ **Turquia** (3,4%)

(Països fora de la UE destí de les exportacions)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
A QUINS PAÏSOS EXPORTEN D'ALTRES ZONES DEL MÓN?		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	59	28	10	4	6	6	0	2	1	2	0	0	1
Països de l'est d'Àsia)	18,6	25,0	10,0	0,0	16,7	16,7	0,0	100,0	0,0	0	0,0	0	0
Xile	13,6	10,7	30,0	0,0	16,7	0,0	0	0,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Altres països de centre i Sud- Amèrica	13,6	7,1	>40,0	25,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
EE.UU i Canadà	13,6	17,9	20,0	0,0	16,7	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Països del nord d'Àfrica	13,6	10,7	20,0	0,0	16,7	33,3	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0
Mèxic	13,6	14,3	30,0	0,0	16,7	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Brasil	11,9	3,6	>40,0	0,0	16,7	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Països del Golf pèrsic i zones properes	11,9	10,7	10,0	0,0	16,7	16,7	0	50,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Països de l'Àfrica sud- sahariana	10,2	7,1	10,0	25,0	33,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Perú	6,8	3,6	20,0	0,0	16,7	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Colòmbia	6,8	10,7	10,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Argentina	6,8	3,6	20,0	0,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Països de l'Àsia central	5,1	3,6	10,0	0,0	16,7	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Turquia	3,4	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

(Productes exportats i països fora de la UE de destí de les mercaderies)

	Total	PRODUCTES EXPORTATS								
A QUINS PAÏSOS EXPORTEN D'ALTRES ZONES DEL MÓN?		Roba consum personal	Roba / teixits industrials	Tèxtil per la llar	Productes electrònics	Màquina-eina	Material relacionat amb la construcció	Material sanitari, quirúrgic, laboratori	Productes i components químics	Altres
	59	15	11	6	7	8	4	3	3	1
Països de l'est d'Àsia	18,6	26,7	27,3	33,3	42,9	12,5	25,0	0,0	33,3	0,0
Xile	13,6	>33,3	18,2	33,3	14,3	0,0	25,0	33,3	>66,7	0,0
Altres països de centre i Sud-Amèrica	13,6	20,0	9,1	16,7	14,3	37,5	25,0	>100,0	33,3	0,0
EE.UU i Canadà	13,6	20,0	18,2	33,3	14,3	12,5	25,0	>66,7	33,3	0,0
Països del nord d'Àfrica	13,6	6,7	27,3	0,0	28,6	37,5	25,0	0,0	33,3	0,0
Mèxic	13,6	26,7	>36,4	33,3	>42,9	0,0	>50,0	33,3	33,3	0,0
Brasil	11,9	13,3	9,1	0,0	14,3	>37,5	25,0	33,3	33,3	0,0
Països del Golf pèrsic i zones properes	11,9	13,3	9,1	0,0	28,6	12,5	25,0	33,3	33,3	>100,0
Països de l'Àfrica sud- sahariana	10,2	0,0	18,2	0,0	0,0	12,5	25,0	0,0	>66,7	0,0
Perú	6,8	13,3	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	>66,7	0,0
Colòmbia	6,8	13,3	9,1	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0
Argentina	6,8	13,3	18,2	16,7	14,3	12,5	25,0	33,3	33,3	0,0
Països de l'Àsia central	5,1	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	>33,3	>33,3	0,0
Turquia	3,4	0,0	>18,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

II. Organització, estructura comercial i capacitat de l'empresa

II. Organització, estructura comercial i capacitat de l'empresa

II.1 Organització

II.1.1 Mesos d'activitat habitual: II.1.1a) Fàbrica

"Hi ha algun moment de l'any que la fàbrica està totalment tancada? Quan?"

- ☐ **Per l'agost: "tancat per vacances".** Quasi vuit de cada deu empreses ubicades a Mataró en algun moment de l'any tenen la fàbrica totalment tancada (78,8%).

Les empreses que exporten tanquen una mica menys les seves fàbriques (75,4% sí).

Entre el 78,8% d'empreses que en algun moment de l'any tanquen la fàbrica, en més de la meitat dels casos (54,1%) tanquen durant tot el mes d'agost; una de cada quatre (26,6%) tanquen la fàbrica només alguna setmana d'agost; un 20,2% la tanquen durant les festes de Nadal i només un 2,8% la tanquen totalment algunes setmanes dels mesos de juliol i agost.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
HI HA ALGUN MOMENT DE L'ANY EN QUE LA FÀBRICA ESTÀ TOTALMENT TANCADA?	137	67	20	10	10	9	2	4	5	4	3	3	1
No	21,2	13,4	25,0	40,0	10,0	22,2	50,0	50,0	20,0	25,0	66,7	0,0	100,0
Si	78,8	86,6	75,0	60,0	90,0	77,8	50,0	50,0	80,0	75,0	33,3	100,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
HI HA ALGUN MOMENT DE L'ANY QUE LA FÀBRICA ESTÀ TOTALMENT TANCADA?	137	69	68
No	21,2	24,6	17,6
Sí	78,8	75,4	82,4

EN QUIN MOMENT DE L'ANY ESTÀ TANCADA LA FÀBRICA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq- eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen- tació	Arts graf.	Altres
	109	57	14	6	9	7	3	3	4	3	1	3	0
	Tot el mes d'agost	54,1	59,6	42,9	16,7	44,4	42,9	100,0	0,0	75,0	100,0	0,0	66,7
Alguna setmana d'agost	26,6	28,1	35,7	0,0	44,4	42,9	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3	0
Per les festes de Nadal	20,2	17,5	21,4	>66,7	22,2	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0
Algunes setmanes de juliol i agost	2,8	3,5	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0

(Resposta espontània i múltiple)

II.1.1b) Oficines

"Hi ha algun moment de l'any que les oficines estan totalment tancades? Quan?"

- ☐ **També per l'agost: "tancat per vacances"**. Tres de cada quatre oficines de les empreses ubicades a Mataró en algun moment de l'any tanquen totalment (74,7%).

No es registren diferències significatives segons l'empresa exporti o ni exporti.

Entre el 74,7% d'empreses que en algun moment de l'any tanquen les seves oficines, en més de la meitat dels casos (52,2%) tanquen durant tot el mes d'agost; una de cada quatre (25,7%) tanquen l'oficina només alguna setmana d'agost; un 20,4% la tanquen durant les festes de Nadal i només un 3,5% la tanquen totalment algunes setmanes dels mesos de juliol i agost. Es registra una **alta correlació entre tancar la fàbrica i també les oficines**.

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HI HA ALGUN MOMENT DE L'ANY QUE LES OFICINES ESTAN TOTALMENT TANCADAS?	150	69	19	11	10	9	7	7	5	4	3	3	4
No	24,7	15,9	26,3	45,5	10,0	22,2	>71,4	42,9	20,0	25,0	66,7	0,0	25,0
Sí	74,7	84,1	73,7	54,5	90,0	77,8	28,6	42,9	80,0	75,0	33,3	100,0	75,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
HI HA ALGUN MOMENT DE L'ANY QUE LES OFICINES ESTAN TOTALMENT TANCADAS?	150	70	80
No	24,7	27,1	22,5
Sí	74,7	72,9	76,3

QUAN LES OFICINES ESTAN TANCADAS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	113	59	13	6	9	7	2	4	4	3	1	3	3
Tot el mes d'agost	52,2	59,3	38,5	16,7	44,4	42,9	100,0	0,0	50,0	100,0	0,0	66,7	66,7
Alguna setmana d'agost	25,7	27,1	38,5	0,0	44,4	42,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3
Per les festes de Nadal	20,4	16,9	23,1	50,0	22,2	28,6	0,0	25,0	25,0	0,0	100,0	0,0	0,0
Els dies festius	10,6	6,8	15,4	16,7	0,0	14,3	0,0	>50,0	25,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Setmanes de juliol i agost	3,5	3,4	7,7	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

II.1.2 Horaris de treball

II.1.2a) Fàbrica

"Normalment, quin és l'horari laboral de la fàbrica?"

- ☐ El 13,6% de les empreses ubicades a Mataró no tenen fàbrica; destaca especialment entre el sector serveis¹ (77,8%), el transport i la distribució (57,1%) i l'electrònica de consum (33,3%).

Entre les empreses que exporten, en quasi la totalitat dels casos tenen fàbrica, mentre que les que no exporten, en el 21,4% no tenen fàbrica a Mataró.

- ☐ Entre les empreses que tenen fàbrica, aquesta, en el 77,4% dels casos tenen un horari de treball de matí i tarda; en un altre 12,7% obren les 24 hores, i finalment, hi ha un 9,7% de les fàbriques que només obren amb horari de matí.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi ²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
NORMALMENT, QUIN ÉS L'HORARI DE LA FÀBRICA	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Matí i tarda	77,4	73,1	90,0	80,0	66,6	62,5	100,0	33,3	100,0	100,0	66,7	100,0	100,0
Les 24 hores	12,7	17,9	10,0	0,0	11,1	12,5	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Només matí	9,7	8,6	0,0	20,0	22,2	25,0	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0
NO PERTINENT (no tenen fàbrica)	13,6	2,9	---	9,1	10,0	11,1	77,8	57,1	33,3	---	---	---	75,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Si	No
NORMALMENT, QUIN ÉS L'HORARI DE LA FÀBRICA	154	70	84
Matí i tarda	77,4	77,6	77,2
Les 24 hores	12,7	10,4	15,1
Només matí	9,7	11,9	7,6
NO PERTINENT (no tenen fàbrica)	13,6	4,3	21,4

¹ Recordi's que dins serveis hi ha "serveis informàtics", "immobiliaris" i instal·lacions.

II.1.2b) Oficines

"Normalment, quin és l'horari laboral de les oficines?"

- El 92,0% de les oficines de les empreses ubicades a Mataró obren pel matí i per la tarda; un 6,7% només obren durant el matí (bàsicament en el sector químic, metall, alimentació, ceràmica i vidre), i finalment, un 1,3% de les empreses tenen les seves oficines obertes només en horari de tarda (bàsicament, empreses del sector químic i plàstic).

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
NORMALMENT, QUIN ES L'HORARI DE LES OFICINES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Matí i tarda	92,0	94,0	100,0	100,0	70,0	77,8	88,9	100,0	100,0	75,0	66,7	100,0	100,0
Només matí	6,7	4,4	0,0	0,0	20,0	22,2	11,1	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0
Només tarda	1,3	1,6	0,0	0,0	>10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
NO PERTINENT (no tenen oficines)	2,6	2,9	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>16,7	0,0	0,0	0,0	0,0

% Verticals amb marca Jhi²	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
NORMALMENT, QUIN ES L'HORARI DE LES OFICINES	154	70	84
Matí i tarda	92,0	92,9	91,3
Només matí	6,7	5,7	7,5
Només tarda	1,3	1,4	1,2
NO PERTINENT (no tenen oficines)	2,6	0,0	4,8

II.1.3 Estacionalitat de la demanda habitual

“Quina és l'estacionalitat de la demanda del seu negoci?”

- ☐ Quasi la meitat de les empreses ubicades a Mataró consideren que tenen una estacionalitat de la demanda estable durant tot l'any (48,7%). Aquesta estabilitat en l'evolució de la demanda s'incrementa entre les empreses del sector serveis (100,0%), metall (77,8%), material per la construcció (72,7%), electrònica de consum, alimentació i arts gràfiques (66,7% respectivament), junt amb empreses del sector de la màquina-eina (65,0%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUINA ÉS L'ESTACIONALITAT DE LA DEMANDA DEL SEU NEGOCI?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Demanda estable tot l'any	48,7	<30,4	65,0	72,7	20,0	77,8	>100,0	42,9	66,7	50,0	66,7	66,7	50,0
Demanda a l'octubre	14,3	18,8	20,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	33,3	0,0	25,0
Demanda al novembre	13,0	20,3	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	16,7	0,0	33,3	0,0	25,0
Demanda al gener	13,0	20,3	15,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0
Demanda al setembre	12,3	15,9	15,0	0,0	20,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	33,3	0,0	25,0
Demanda al desembre	11,0	17,4	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	16,7	25,0	33,3	0,0	0,0
Demanda al juliol	9,7	5,8	20,0	9,1	10,0	11,1	0,0	14,3	0,0	25,0	0,0	33,3	25,0
Demanda al març	9,7	11,6	5,0	0,0	20,0	11,1	0,0	14,3	0,0	0,0	33,3	0,0	25,0
No hi ha una periodicitat establerta	8,4	13,0	0,0	9,1	>30,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0
Demanda al febrer	7,1	7,2	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	33,3	33,3	25,0
Demanda al juny	7,1	2,9	10,0	9,1	20,0	11,1	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	33,3	25,0
Demanda al maig	7,1	5,8	0,0	9,1	10,0	11,1	0,0	14,3	16,7	0,0	33,3	0,0	25,0
Demanda a l'agost	5,2	5,8	0,0	0,0	10,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	25,0
Demanda a l'abril	5,2	7,2	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0	25,0
Dues estacions de l'any	11,7	18,8	5,0	9,1	10,0	11,1	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Una estació de l'any	3,2	2,9	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	>28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tres estacions de l'any	0,6	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta múltiple)

- ☐ Entre el 51,3% de les empreses que sí que indiquen una certa estacionalitat en la demanda, destaquen com a **mesos de més demanda el període que va de setembre a gener** (14,3% l'octubre; 13,0% novembre i gener respectivament; i 12,3% setembre).

- ☐ Altres dades d'interès, és que hi ha un 8,4% de les empreses que consideren que el seu sector els increments de la demanda, tot i existir, no estan prefixats de forma clara en una corba d'estacionalitat de la demanda (bàsicament això es dona en el sector químic, el vidre i la ceràmica, i en menor mesura, també entre algunes empreses del tèxtil).
- ☐ **Entre les empreses que exporten a mercats internacionals, s'incrementa l'estabilitat de la demanda durant tot l'any** (54,3%), i entre les que sí que experimenten canvis significatius de la seva demanda segons l'època de l'any, respecte les dades del conjunt, d'una banda hi ha **més estabilitat relativa en la demanda per mesos**, i en tot cas, **el període de més demanda oscil·la de setembre a novembre i el mes de gener** (en aquest cas el desembre no és rellevant): 12,9% al setembre i octubre respectivament, i 10,0% al novembre i gener, també respectivament.

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Sí	No
QUINA ÉS L'ESTACIONALITAT DE LA DEMANDA DEL SEU NEGOCI?	154	70	84
Demanda estable tot l'any	48,7	54,3	44,0
Demanda a l'octubre	14,3	12,9	15,5
Demanda al novembre	13,0	10,0	15,5
Demanda al gener	13,0	10,0	15,5
Demanda al setembre	12,3	12,9	11,9
Demanda al desembre	11,0	4,3	16,7
Demanda al juliol	9,7	8,6	10,7
Demanda al març	9,7	11,4	8,3
No hi ha una periodicitat establerta	8,4	5,7	10,7
Demanda al febrer	7,1	8,6	6,0
Demanda al juny	7,1	10,0	4,8
Demanda al maig	7,1	5,7	8,3
Demanda a l'agost	5,2	7,1	3,6
Demanda a l'abril	5,2	7,1	3,6
Dues estacions de l'any	11,7	12,9	10,7
Una estació de l'any	3,2	5,7	1,2
Tres estacions de l'any	0,6	1,4	0,0

(Resposta múltiple)

III.1.3a) Estacionalitat de la demanda per mercats internacionals

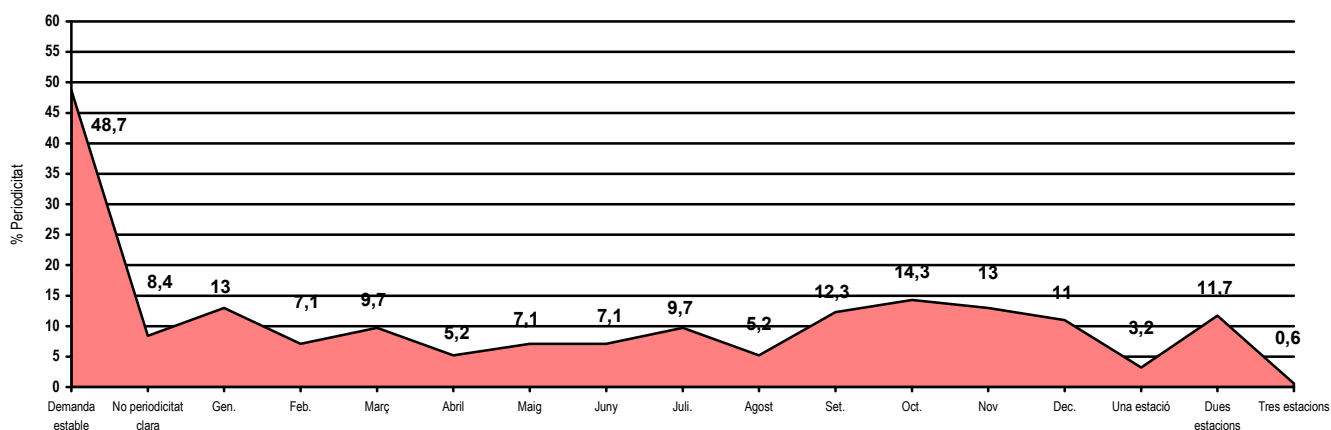
"Respecte als mercats exteriors, quina és l'estacionalitat de la demanda del seu negoci?"

- ☐ **Menys estacionalitat de la demanda.** Entre les empreses que exporten a mercats internacionals la sensació que la seva demanda es manté estable durant tot l'any s'incrementa fins el 55,7%; això es dona més entre les empreses que exporten del sector del metall, l'electrònica de consum, la construcció de màquina-eina i el sector químic.
- ☐ I un altre **12,9% considera que li és impossible establir un període clar de major demanda, atès que aquesta és "imprevisible"** (aquesta circumstància es dona més entre les empreses que exporten dels sectors relacionats amb el material de la construcció, el transport i la distribució, i també, la ceràmica i el vidre).

I ESPECIFICAMENT RESPECTE ELS MERCATS EXTERIORS, QUINA ÉS L'ESTACIONALITAT DE LA DEMANDA DEL SEU NEGOCI?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Demanda estable tot l'any	55,7	43,2	83,3	33,3	71,4	100,0	0	0,0	100,0	50,0	0	0	0,0
No hi ha una periodicitat establerta	12,9	8,1	8,3	>66,7	14,3	0,0	0	50,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Demanda al març	7,1	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Demanda a l'abril	7,1	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Demanda al gener	7,1	13,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda a l'octubre	5,7	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda al desembre	5,7	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda al setembre	4,3	8,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda al novembre	4,3	8,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda al juliol	4,3	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Demanda al febrer	4,3	8,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda a l'agost	2,9	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Demanda al juny	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Demanda al maig	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Dues estacions de l'any	8,6	13,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0	>50,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Una estació de l'any	5,7	8,1	0,0	0,0	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Tres estacions de l'any	1,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

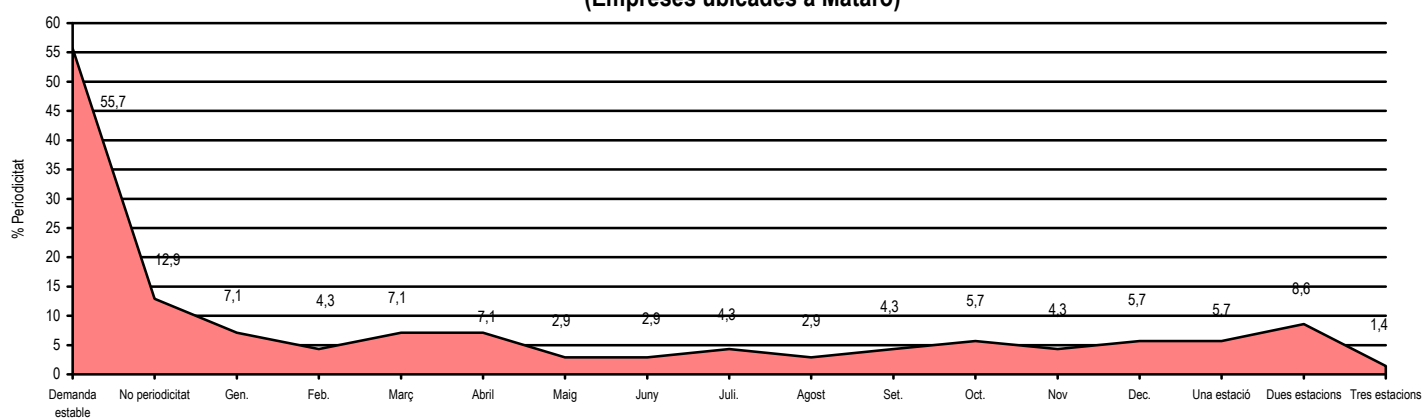
Gràfic nº 8

**ESTACIONALITAT DE LA DEMANDA
(MERCAT INTERIOR)
(Empreses ubicades a Mataró)**



Gràfic nº 9

**ESTACIONALITAT DE LA DEMANDA
(MERCAT EXTERIOR)
(Empreses ubicades a Mataró)**



II.2 Perfil del personal responsable

II.2.1 Formació màxim responsable instal·lacions de la fàbrica

"Respecte al màxim responsable del departament de producció, quin és el seu nivell de formació?"

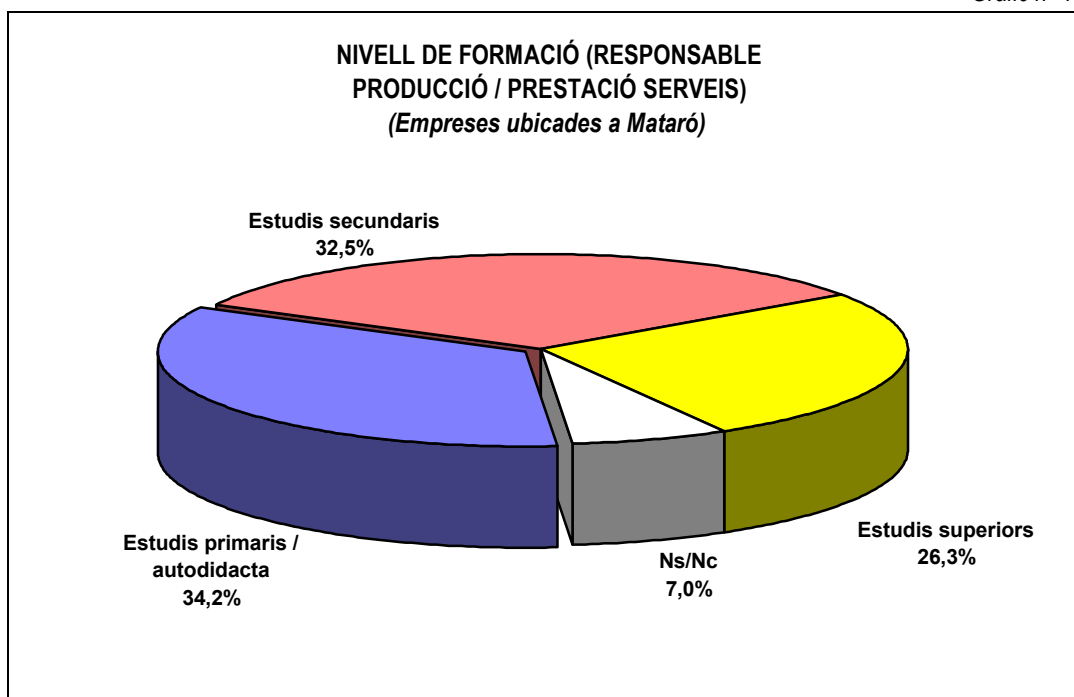
- ☐ Entre les empreses ubicades a Mataró que tenen fàbrica, el perfil del màxim responsable del departament de producció és el d'una persona, que:
- ✓ En **un 34,2% té un nivell baix de formació reglada**: ja sigui perquè només té estudis primaris (18,4%), o és un autodidacta que porta molt anys d'experiència (8,8%), o bé, seguint aquest mateix raonament, un altre 7,0% ha realitzat cursos específics per cobrir el lloc que ocupa actualment.
 - ✓ Un altre **32,5% dels responsables del departament de producció tenen estudis de nivell mitjà** i/o secundari.
 - ✓ I finalment, **un 26,3% tenen estudis superiors**: concretament, un 18,4% han cursat alguna diplomatura universitària, un 7,0% alguna llicenciatura i un altre 0,9% han realitzat algun curs de postgraduat.

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): NIVELL DE FORMACIÓ	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	114	65	12	6	10	8	1	0	4	3	2	3	1
Estudis primaris	18,4	20,0	25,0	0,0	10,0	12,5	0,0	0	25,0	0,0	50,0	33,3	0,0
Autodidacta / anys d'experiència	8,8	12,3	0,0	>33,3	10,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Realització de cursos específics	7,0	9,2	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Estudis de nivell mitjà / secundaris	32,5	40,0	16,7	50,0	10,0	50,0	0,0	0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0
Estudis superiors (diplomatura universitària)	18,4	<7,7	33,3	0,0	>50,0	12,5	100,0	0	50,0	33,3	0,0	33,3	100,0
Estudis superiors (llicenciatura universitària)	7,0	3,1	16,7	16,7	10,0	0,0	0,0	0	25,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Estudis superiors (màsters / doctorat)	0,9	0,0	>8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,0	7,7	0,0	0,0	10,0	12,5	0,0	0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0

- Entre les empreses que tenen una presència internacional, el perfil del màxim responsable de producció, es capgiren els percentatges, de forma que, **en primer terme se situen els universitaris amb un 33,9%** (21,0% diplomats; 11,3% llicenciats i 1,6% estudis de post-grau), segueixen amb un pes idèntic al conjunt de les empreses ubicades a Mataró, els responsables amb **estudis de nivell mig** (32,3%), i finalment, s'ubiquen les persones amb **estudis primaris i autodidactes** (24,3%).

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): NIVELL DE FORMACIÓ	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	114	62	52
Estudis primaris	18,4	11,3	26,9
Autodidacta / anys d'experiència	8,8	6,5	11,5
Realització de cursos específics	7,0	6,5	7,7
Estudis de nivell mitjà / secundaris	32,5	32,3	32,7
Estudis superiors (diplomatura universitària)	18,4	21,0	15,4
Estudis superiors (llicenciatura universitària)	7,0	11,3	1,9
Estudis superiors (màsters / doctorat)	0,9	1,6	0,0
Ns/Nc	7,0	9,7	3,8

Gràfic n° 10



II.2.1a) Anys d'experiència en el sector

"Respecte al màxim responsable del departament de producció, quants anys té d'experiència en el sector?"

- ☐ El màxim responsable del departament de producció té una mitjana d'anys en el sector de 24.59 (no hi ha diferència segons l'empresa exporti o no), i porta uns 19.25 anys en aquella empresa (més anys si l'empresa exporta: 21.62).

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	24.59	24.98	30.08	29.00	24.67	19.75	16.00	---	22.00	21.67	22.50	10.50	16.00

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Mitjana	24.59	24.47	24.75

II.2.1b) Anys d'experiència en l'empresa

"Respecte al màxim responsable del departament de producció, quants anys té d'experiència en l'empresa?"

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	19.25	18.94	22.58	24.17	21.89	19.00	16.00	---	13.25	21.67	13.50	10.50	13.00

MÀXIM RESPONSABLE DE PRODUCCIÓ / PRESTACIÓ DE SERVEIS (FÀBRICA): ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Mitjana	19.25	21.62	16.36

II.2.2 Formació màxim responsable departament d'administració

"Respecte al màxim responsable del departament d'administració, quin és el seu nivell de formació?"

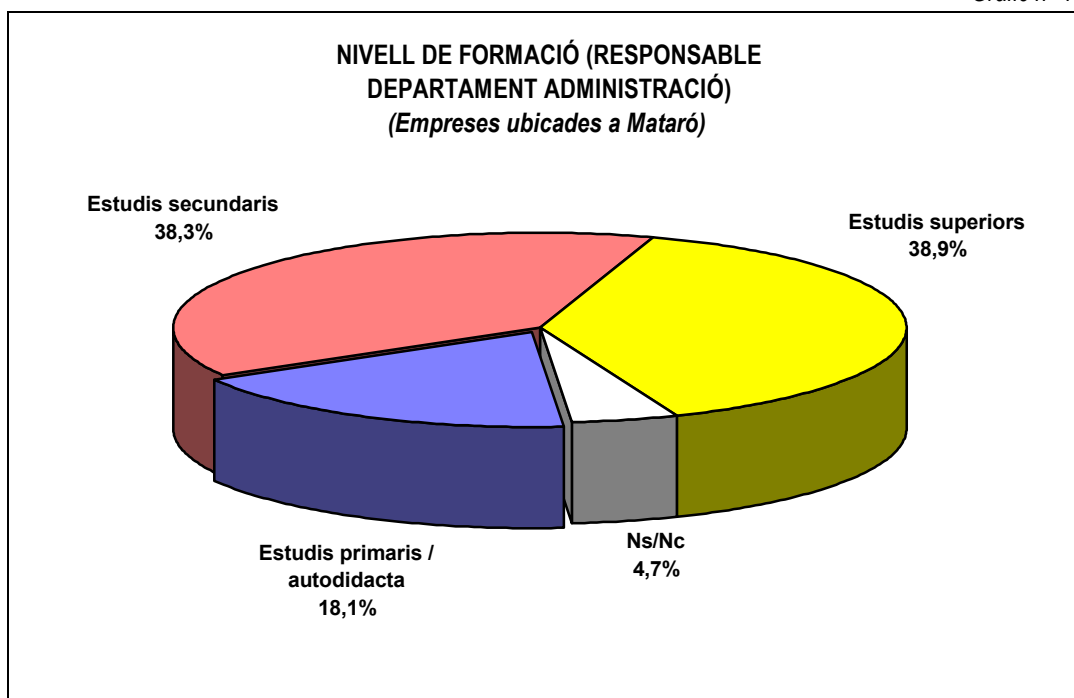
- ❑ Entre les empreses ubicades a Mataró, el perfil del màxim responsable del departament d'administració és el d'una persona, que:
- ✓ El **38,9% dels responsables del departament d'administració tenen estudis superiors**: concretament, un 21,5% han cursat alguna diplomatura universitària, un 15,4% alguna llicenciatura i un altre 2,0% han realitzat algun curs de postgraduat.
 - ✓ Amb igualtat de pes, se situa un **38,3% dels responsables del departament d'administració que tenen estudis de nivell mitjà i/o secundari**.
 - ✓ I finalment, el **18,1% d'aquests responsables tenen un nivell baix de formació reglada**: ja sigui perquè només han cursat estudis primaris (9,4%), o és un autodidacta que porta molt anys d'experiència (4,7%), o bé, seguint aquest mateix raonament, un altre 4,0% ha realitzat cursos específics per cobrir el lloc que ocupa actualment.

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: NIVELL DE FORMACIÓ	149	67	20	11	9	8	9	6	6	4	3	3	4
Estudis primaris	9,4	10,4	10,0	0,0	22,2	12,5	0,0	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0
Autodidacta / anys d'experiència	4,7	7,5	5,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Realització de cursos específics	4,0	3,0	5,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	16,7	>25,0	0,0	0,0	0,0
Estudis de nivell mitjà / secundaris	38,3	44,8	20,0	54,5	22,2	50,0	44,4	33,3	50,0	0,0	0,0	33,3	25,0
Estudis superiors (diplomatura universitària)	21,5	13,4	20,0	27,3	22,2	12,5	44,4	50,0	16,7	25,0	33,3	33,3	50,0
Estudis superiors (llicenciatura universitària)	15,4	16,4	30,0	0,0	11,1	12,5	11,1	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	25,0
Estudis superiors (màsters / doctorat)	2,0	0,0	5,0	9,1	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	4,7	4,5	5,0	9,1	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0

- Entre les empreses que tenen una presència internacional, el perfil del màxim responsable del departament d'administració, **accentua la formació universitària amb un 45,4%** (22,7% llicenciats, 18,2% diplomats i 4,5% estudis de post-grau), segueixen amb un pes idèntic al conjunt de les empreses ubicades a Mataró, els responsables amb **estudis de nivell mig** (39,4%), i finalment, s'ubiquen les persones amb **estudis primaris i autodidactes** (12,0%).

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: NIVELL DE FORMACIÓ	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Estudis primaris	9,4	3,0	14,5
Autodidacta / anys d'experiència	4,7	4,5	4,8
Estudis de nivell mitjà / secundaris	38,3	39,4	37,3
Estudis superiors (diplomatura universitària)	21,5	18,2	24,1
Estudis superiors (licenciatura universitària)	15,4	22,7	9,6
Estudis superiors (màsters / doctorat)	2,0	4,5	0,0
Realització de cursos específics	4,0	4,5	3,6
Ns/Nc	4,7	3,0	6,0

Gràfic nº 11



II.2.2a) Anys d'experiència en el sector

"Respecte al màxim responsable del departament d'administració, quants anys té d'experiència en el sector?"

- ☐ El màxim responsable del departament d'administració té una mitjana d'anys en el sector de **21.02** (no hi ha diferència segons l'empresa exporti o no), i porta uns **15.72** anys en aquella empresa (més anys si l'empresa exporta: 16.91).

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	21.02	20.50	23.84	24.00	25.00	18.50	18.78	14.50	17.50	23.75	16.67	23.00	20.25

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Mitjana	21.02	21.25	20.84

II.2.2b) Anys d'experiència en l'empresa

"Respecte al màxim responsable del departament d'administració, quants anys té d'experiència en l'empresa?"

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	15.72	15.68	14.65	18.27	19.00	17.25	13.78	11.67	11.83	22.50	13.33	15.00	14.50

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Mitjana	15.72	16.91	14.76

II.2.3 Formació màxim responsable departament comercial

“Respecte al màxim responsable del departament comercial, quin és el seu nivell de formació?”

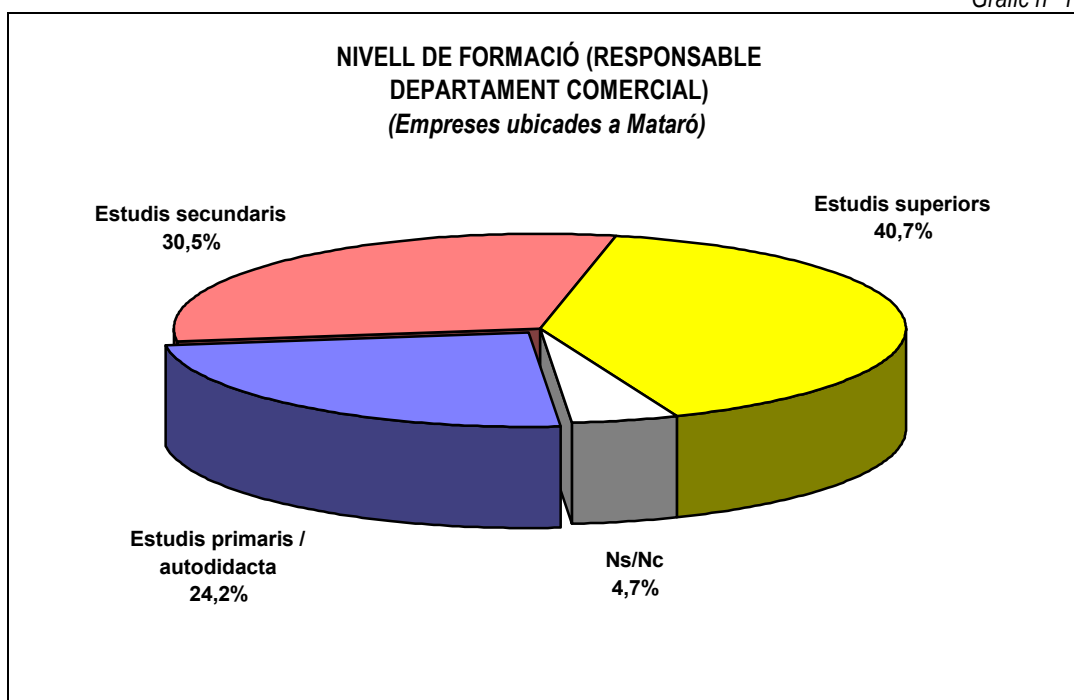
- ❑ Entre les empreses ubicades a Mataró amb un departament comercial, el perfil del màxim responsable d'aquest departament és el d'una persona, que:
- ✓ El **40,7% dels responsables del departament comercial tenen estudis superiors**: concretament, un 25,8% han cursat alguna diplomatura universitària, un 14,1% alguna llicenciatura i un altre 0,8% han realitzat algun curs de postgraduat.
 - ✓ En segon terme se situa un **30,5% dels responsables del departament comercial que tenen estudis de nivell mitjà** i/o secundari.
 - ✓ I finalment, el **24,2% d'aquests responsables tenen un nivell baix de formació reglada**: ja sigui perquè només té estudis primaris (14,8%), o bé, és un autodidacta que porta molt anys d'experiència (3,1%), o bé, seguint aquest mateix raonament, un altre 6,3% ha realitzat cursos específics per cobrir el lloc que ocupa actualment.

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: NIVELL DE FORMACIÓ	128	58	18	11	9	6	8	5	4	3	2	3	2
Estudis primaris	14,8	17,2	11,1	18,2	22,2	0,0	12,5	0,0	25,0	0,0	50,0	0,0	0,0
Realització de cursos específics	6,3	6,9	5,6	9,1	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Autodidacta / anys d'experiència	3,1	3,4	5,6	9,1	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Estudis de nivell mitjà / secundaris	30,5	32,8	27,8	45,5	11,1	50,0	25,0	40,0	0,0	0,0	0,0	33,3	50,0
Estudis superiors (diplomatura universitària)	25,8	24,1	22,2	18,2	33,3	16,7	25,0	40,0	25,0	33,3	50,0	33,3	50,0
Estudis superiors (licenciatura universitària)	14,1	10,3	16,7	0,0	22,2	16,7	37,5	0,0	50,0	33,3	0,0	0,0	0,0
Estudis superiors (màsters / doctorat)	0,8	0,0	>5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	4,7	5,2	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0

- Entre les empreses que tenen una presència internacional, el perfil del màxim responsable del departament comercial, **accentua la formació universitària amb un 53,3%** (33,3% diplomats; 18,3% llicenciats i 1,7% estudis de post-grau), segueixen amb un pes superior al del conjunt de les empreses ubicades a Mataró, els responsables amb **estudis de nivell mig** (30,0%), i finalment, s'ubiquen les persones amb **estudis primaris i autodidactes** (15,1%).

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: NIVELL DE FORMACIÓ	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	128	60	68
Estudis primaris	14,8	6,7	22,1
Realització de cursos específics	6,3	6,7	5,9
Autodidacta / anys d'experiència	3,1	1,7	4,4
Estudis de nivell mitjà / secundaris	30,5	30,0	30,9
Estudis superiors (diplomatura universitària)	25,8	33,3	19,1
Estudis superiors (llicenciatura universitària)	14,1	18,3	10,3
Estudis superiors (màsters / doctorat)	0,8	1,7	0,0
Ns/Nc	4,7	1,7	7,4

Gràfic n° 12



II.2.3a) Anys d'experiència en el sector

"Respecte al màxim responsable del departament comercial, quants anys té d'experiència en el sector?"

- ☐ El màxim responsable del departament comercial té una mitjana d'anys en el sector de **22.50** (no hi ha diferència segons l'empresa exporti o no), i porta uns **16.38** anys en aquella empresa (tampoc hi ha diferències significatives segons l'empresa exporti o no).

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	22.50	22.95	22.53	21.09	28.62	19.83	19.38	17.40	28.25	21.67	28.50	23.00	15.00

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN EL SECTOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Mitjana	22.50	21.98	22.95

II.2.3b) Anys d'experiència en l'empresa

"Respecte al màxim responsable del departament comercial, quants anys té d'experiència en l'empresa?"

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	16.38	16.82	14.17	15.91	20.44	17.17	13.25	15.20	19.50	21.67	28.50	15.00	6.50

MÀXIM RESPONSABLE DEL DEPARTAMENT COMERCIAL: ANYS D'EXPERIÈNCIA EN L'EMPRESA	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Mitjana	16.38	15.80	16.91

II.3 Estructura comercial

II.3.1 Responsable de relacions comercials

"Normalment, qui porta les relacions comercials amb els clients de cada àmbit geogràfic?" (Mercat Interior // La Unió Europea // Altres zones del món)

- ☐ Habitualment, les relacions comercials amb els clients del mercat espanyol per part de les empreses ubicades a Mataró es porten **directament des de Gerència** (36,4%), o bé, específicament per part del **màxim responsable del Departament comercial** i/o de vendes (30,5%).

En un segon nivell d'importància relativa, se situa un 12,3% de les empreses, on **el màxim responsable de les relacions comercials són la pròpia xarxa comercial**.

- ☐ Finalment, en un tercer nivell d'importància, hi ha empreses on el màxim responsable de les relacions comercials és el Departament d'Administració (7,8%), el diferents representants de la marca / empresa (7,1%) o el propietari de l'empresa (5,8%).

També, en un 2,6% de les empreses el màxim responsable de les relacions comercials amb els clients del mercat espanyol és el Departament tècnic, i un altre 1,3% ho delega a les franquícies.

(Màxim responsable de les relacions comercials, pel mercat interior)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUI PORTA LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS DEL MERCAT INTERIOR?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Gerència	36,4	40,6	25,0	18,2	60,0	22,2	33,3	14,3	33,3	75,0	0,0	33,3	75,0
Responsable departament comercial / cap de vendes	30,5	26,1	>55,0	27,3	40,0	44,4	33,3	28,6	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0
Xarxa de comercials	12,3	8,7	15,0	27,3	20,0	11,1	11,1	28,6	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Administració	7,8	10,1	0,0	9,1	0,0	0,0	11,1	0,0	16,7	0,0	33,3	33,3	0,0
Representants	7,1	13,0	0,0	0,0	0,0	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
El propietari	5,8	5,8	10,0	18,2	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Departament tècnic	2,6	2,9	5,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Franquícies	1,3	2,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

- ☐ Entre les empreses que tenen presència internacional, guanya pes la figura del cap del departament comercial i/o de vendes (41,4%), la xarxa comercial (17,1%) i els representants (11,4%), en detriment de la resta de perfils responsables de la relació amb els clients del mercat espanyol.

En aquest grup d'empreses, el nivell de professionalització en relació amb els clients és superior, i el departament comercial supera a Gerència (30,0%) com a màxim responsable de la relació amb els clients, **si bé, és cert que Gerència encara té un pes molt important.**

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Si	No
QUI PORTA LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS DEL MERCAT INTERIOR?	154	70	84
Gerència	36,4	30,0	41,7
Responsable departament comercial / cap de vendes	30,5	41,4	21,4
Xarxa de comercials	12,3	17,1	8,3
Administració	7,8	4,3	10,7
Representants	7,1	11,4	3,6
El propietari	5,8	1,4	9,5
Departament tècnic	2,6	4,3	1,2
Franquícies	1,3	2,9	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

- ☐ Com s'observa en la pàgina següent, **entre les empreses que tenen presència comercial en els països de la UE, el màxim responsable de mantenir relacions amb els clients és el cap del Departament comercial i/o de vendes (30,0%), amb igual protagonisme que Gerència (28,3%), o bé, hi ha una delegació de funcions a favor de la xarxa comercial (20,0%) o els representants en la zona (10,0%), i finalment, en un 11,7% dels casos existeix la figura del Cap de vendes d'exportació.**
- ☐ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals fora de la UE, creix la importància del cap del Departament comercial i/o de vendes (44,2%), superant clarament el protagonisme de Gerència (23,3%), seguit del rol preeminent de la pròpia xarxa de comercials a la zona (16,3%), o la figura del Cap de vendes d'exportació (9,3%).

(Màxim responsable de les relacions comercials, pel mercat europeu)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUI PORTA LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS DE LA UNIÓ EUROPEA?	60	33	11	3	6	5	---	---	1	1	---	---	1
Responsable departament comercial / cap de vendes	30,0	30,3	36,4	33,3	16,7	40,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Gerència	28,3	27,3	27,3	0,0	33,3	0,0	---	---	100,0	100,0	---	---	100,0
Xarxa de comercials	20,0	15,2	27,3	66,7	16,7	20,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Cap de vendes d'exportació	11,7	15,2	18,2	0,0	16,7	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Representants	10,0	12,1	0,0	0,0	0,0	>40,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Administració	5,0	6,1	0,0	0,0	16,7	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Departament tècnic	5,0	3,0	9,1	0,0	0,0	20,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Franquícies	1,7	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
El propietari	1,7	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

(Màxim responsable de les relacions comercials, pel mercat internacional extra-europeu)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUI PORTA LES RELACIONS COMERCIALS AMB ELS CLIENTS D'ALTRES ZONES DEL MÓN?	43	21	8	---	4	4	---	2	1	2	---	---	1
Responsable departament comercial / cap de vendes	44,2	38,1	50,0	---	50,0	75,0	---	50,0	0,0	50,0	---	---	0,0
Gerència	23,3	28,6	12,5	---	0,0	0,0	---	50,0	100,0	0,0	---	---	100,0
Xarxa de comercials	16,3	14,3	25,0	---	25,0	25,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0
Cap de vendes exportació	9,3	14,3	12,5	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0
Administració	7,0	4,8	0,0	---	25,0	0,0	---	0,0	0,0	>50,0	---	---	0,0
Representants	7,0	14,3	0,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0
Departament tècnic	4,7	0,0	12,5	---	0,0	25,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0
Franquícies	2,3	4,8	0,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0
El propietari	2,3	4,8	0,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

II.3.2 Canals de comercialització habituals

"Normalment, quins canals utilitzen per comercialitzar / vendre / distribuir els seus productes?" (Mercat Interior // La Unió Europea // Altres zones del mon)

- ❑ **En primer terme, el contacte directe o a través de la pròpia xarxa comercial.** El canal d'intermediació amb la demanda interna del mercat espanyol que utilitzen les empreses ubicades a Mataró, presenta el següent perfil:
- ✓ En primer terme se situa un mixt entre el **contacte directe amb el client final** (31,2%), o bé, a través d'una **xarxa d'agents comercials propis** (30,5%).
 - ✓ En un segon nivell d'importància relativa com a canal per comercialitzar el producte i/o servei, se situa la figura dels **representants per zones** (17,5%), o bé, a partir d'**intermediaris i/o distribuïdors** (15,6%).
 - ✓ **En tercer terme es situa Internet** (12,3%) com a canal útil per arribar als clients finals i comercialitzar els productes; **per davant del clàssic catàleg**, publicacions i revistes d'empresa (8,4%).
 - ✓ Finalment, el 4,5% de les empreses de Mataró han creat una xarxa de franquícies per arribar al client final.

(Canals de comercialització habituals dins el mercat interior)

QUINS CANALS UTILITZEN PER COMERCIALITZAR / VENDRE / DISTRIBUIR ELS SEUS PRODUCTES / SERVEIS AL MERCAT INTERIOR (CATALUNYA I/O ESPANYA)	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Directament al client final	31,2	26,1	30,0	36,4	50,0	33,3	55,6	28,6	33,3	25,0	33,3	0,0	50,0
Agents comercials propis	30,5	26,1	40,0	9,1	30,0	22,2	33,3	42,9	16,7	50,0	66,7	>100,0	25,0
Representants per zones	17,5	>33,3	5,0	0,0	0,0	22,2	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
A través d'intermediaris / distribuïdors	15,6	15,9	15,0	36,4	30,0	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	25,0
Internet	12,3	5,8	20,0	27,3	0,0	11,1	11,1	14,3	33,3	0,0	0,0	>66,7	25,0
Catàlegs / publicacions en revistes	8,4	4,3	10,0	>27,3	0,0	11,1	11,1	0,0	>33,3	0,0	0,0	33,3	0,0
Establiments / franquícies	4,5	4,3	5,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	16,7	25,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

- ❑ Entre les empreses que exporten a mercats internacionals, el contacte directe amb el client intern espanyol es canalitza molt més a través d'agents comercials propis (37,1%), seguit d'una xarxa de representants per zones (24,3%), i segueix, en un tercer nivell d'importància, el contacte directe amb el client final (18,6%) amb igual pes que els intermediaris i distribuïdors de zona.

Entre aquestes empreses que tenen una estructura comercial més professional i difusa, el pes d'Internet (5,7%) com a canal de comunicació amb els clients del mercat interior és significativament inferior al conjunt de les empreses de Mataró.

QUINS CANALS UTILITZEN PER COMERCIALITZAR / VENDRE / DISTRIBUIR ELS SEUS PRODUCTES / SERVEIS AL MERCAT INTERIOR (CATALUNYA I/O ESPANYA)	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		SI	No
	154	70	84
Directament al client final	31,2	18,6	41,7
Agents comercials propis	30,5	37,1	25,0
Representants per zones	17,5	24,3	11,9
A través d'intermediaris / distribuïdors	15,6	18,6	13,1
Internet	12,3	5,7	17,9
Catàlegs / publicacions en revistes	8,4	4,3	11,9
Establiments / franquícies	4,5	5,7	3,6

(Resposta múltiple i espontània)

- ❑ Com s'observa en la pàgina següent, entre les empreses que tenen presència comercial en els països de la UE, el canal clarament més utilitzat per accedir als seus clients del mercat exterior és a través d'agents comercials propis (41,3%). En segon terme, se situen els intermediaris i/o distribuïdors (27,0%) i els representants a la zona (25,4%).

La resta de canals d'accés al client final ubicat en països de la UE és molt menys important: 11,1% Internet; 9,5% accés directe al client; franquícies i catàleg (4,8% respectivament).

- ❑ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals fora de la UE, creix molt la importància dels representants a la zona (36,8%), en detriment dels agents comercials propis (31,6%). En canvi, el pes dels intermediaris i/o distribuïdors és similar a tot el comerç exterior (26,3%), així com l'accés directe al client final (10,5%) i l'ús d'Internet (també un 10,5%) com a mecanisme de comercialització útil.

(Canals de comercialització habituals dins la UE)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUINS CANALS UTILITZEN PER COMERCIALITZAR / VENDRE / DISTRIBUIR ELS SEUS PRODUCTES / SERVEIS A LA UNIÓ EUROPEA	63	34	12	3	6	6	---	---	1	1	---	---	1
Agents comercials propis	41,3	44,1	41,7	0,0	33,3	33,3	---	---	100,0	0,0	---	---	100,0
A través d'intermediaris / distribuïdors	27,0	26,5	16,7	>100,0	50,0	16,7	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Representants per zones	25,4	35,3	25,0	0,0	0,0	16,7	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Internet	11,1	5,9	>33,3	33,3	0,0	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0
Directament al client final	9,5	5,9	8,3	0,0	16,7	16,7	---	---	0,0	0,0	---	---	>100,0
Establiments / franquícies	4,8	2,9	0,0	0,0	0,0	16,7	---	---	0,0	>100,0	---	---	0,0
Catàlegs / publicacions en revistes	4,8	2,9	8,3	>33,3	0,0	0,0	---	---	0,0	0,0	---	---	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

(Canals de comercialització habituals en mercats exteriors extra-europeus)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
QUINS CANALS UTILITZEN PER COMERCIALITZAR / VENDRE / DISTRIBUIR ELS SEUS PRODUCTES / SERVEIS A ALTRES ZONES DEL MÓN	38	20	8	---	4	3	---	1	1	1	---	---	---
Representants per zones	36,8	45,0	37,5	---	0,0	33,3	---	1	0,0	0,0	---	---	---
Agents comercials propis	31,6	40,0	25,0	---	25,0	0,0	---	100,0	100,0	0,0	---	---	---
A través d'intermediaris / distribuïdors	26,3	30,0	0,0	---	50,0	33,3	---	0,0	0,0	100,0	---	---	---
Directament al client final	10,5	5,0	12,5	---	25,0	33,3	---	0,0	0,0	0,0	---	---	---
Internet	10,5	0,0	>50,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	---
Establiments / franquícies	2,6	5,0	0,0	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	---
Catàlegs / publicacions en revistes	2,6	0,0	12,5	---	0,0	0,0	---	0,0	0,0	0,0	---	---	---

(Resposta múltiple i espontània)

II.3.3 Canals habituals per rebre comandes (mercat interior)

"Normalment, a través de quin conducte els hi arriben les comandes?"

- ☐ En quasi la meitat dels casos (49,0%) les comandes procedents del mercat espanyol les trameten els propis clients; només en un 18,8% les comandes són recollides en exclusiva per la xarxa comercial (major proporció entre les empreses dels sectors de l'electrònica de consum, transport i distribució i tèxtil), i en una de cada tres ocasions (32,9%) les comandes es realitzen indistintament pels propis clients i per la xarxa comercial.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
NORMALMENT, A TRAVÉS DE QUIN CONDUCTE ELS HI ARRIBEN LES COMANDES DEL MERCAT INTERIOR?	149	67	20	10	9	9	9	7	6	4	3	3	3
Les passen els mateixos clients	49,0	40,3	70,0	80,0	44,4	66,7	66,7	42,9	0,0	50,0	33,3	66,7	33,3
Les dues opcions indistintament	32,9	37,3	15,0	20,0	33,3	33,3	11,1	28,6	66,7	50,0	66,7	33,3	33,3
Les recullen els comercials	18,8	25,4	10,0	0,0	22,2	0,0	22,2	28,6	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3
Altres mitjans	3,4	4,5	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
NORMALMENT, A TRAVÉS DE QUIN CONDUCTE ELS HI ARRIBEN LES COMANDES DEL MERCAT INTERIOR?	149	70	79
Les passen els mateixos clients	49,0	45,7	51,9
Les dues opcions indistintament	32,9	31,4	34,2
Les recullen els comercials	18,8	24,3	13,9
Altres mitjans	3,4	4,3	2,5

II.3.3a) Accions per reforçar la política comercial (mercat interior)

"Durant aquest any 2005, han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis? En què han consistit?"

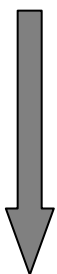
- ☐ Una mica més de la meitat de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis dins el mercat espanyol (52,6%).

- ✓ Aquesta proporció s'incrementa entre les empreses d'electrònica de consum (83,3%), química i plàstics (70,0%), alimentació (66,7%) i construcció de màquina-eina (60,0%).
- ✓ En canvi, els sectors menys pro-actius per reforçar la seva xarxa de comercialització interior han estat les empreses d'arts gràfiques, vidre i ceràmica, serveis i transports i distribució.

DURANT AQUEST ANY 2005, HAN REALITZAT ALGUNA ACCIÓ PER REFORÇAR LA COMERCIALIZACIÓ DELS SEUS PRODUCTES I/O SERVEIS AL MERCAT INTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	52,6	53,6	60,0	45,5	70,0	55,6	33,3	42,9	83,3	25,0	66,7	0,0	50,0
No	47,4	46,4	40,0	54,5	30,0	44,4	66,7	57,1	16,7	75,0	33,3	100,0	50,0

DURANT AQUEST ANY 2005, HAN REALITZAT ALGUNA ACCIÓ PER REFORÇAR LA COMERCIALIZACIÓ DELS SEUS PRODUCTES I/O SERVEIS AL MERCAT INTERIOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	52,6	68,6	39,3
No	47,4	31,4	60,7

- Entre el 52,6% de les empreses que durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes en el mercat interior, bàsicament ha passat per:

- 
- ✓ “Assistir a Fires i Congressos” (21,0%).
 - ✓ “Més inversió en publicitat” (18,5%).
 - ✓ “Accions de merchandising per millorar la imatge dels establiments, la marca i l'empresa” (18,5%).
 - ✓ “Ampliar els efectius de la xarxa comercial” (17,3%).
 - ✓ “Millores i modificacions en els catàlegs” (13,6%).
 - ✓ “Incrementar el pla de visites als clients” (11,1%), combinat amb un increment del “mailings als clients” (8,6%).
 - ✓ “Millores en la pàgina web de l'empresa i accions comercials a través de la xarxa d'Internet” (11,1%).
 - ✓ Realitzar tasques de prospecció per trobar nous clients i segments de mercat (3,7%).
 - ✓ Realitzar “ofertes de producte” (3,7%).

EN QUÈ HAN CONSISTIT LES MESURES PER REFORÇAR EL MERCAT INTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	81	37	12	5	7	5	3	3	5	1	2	0	2
Assistència a Fires i Congressos	21,0	13,5	33,3	40,0	28,6	40,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0	50,0
Més inversió en publicitat	18,5	13,5	16,7	40,0	14,3	40,0	0,0	0,0	40,0	0,0	50,0	0	0,0
Millorar imatge establiments / marca / empresa	18,5	18,9	16,7	0,0	14,3	20,0	66,7	0,0	20,0	0,0	0,0	0	50,0
Ampliar la xarxa comercial	17,3	29,7	0,0	0,0	14,3	20,0	0,0	33,3	20,0	0,0	0,0	0	0,0
Modificar els catàlegs	13,6	8,1	16,7	0,0	28,6	0,0	0,0	33,3	40,0	>100,0	0,0	0	0,0
Més visites als clients	11,1	13,5	8,3	20,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	50,0
Millorar pàgina Web / accions per Internet	11,1	2,7	16,7	20,0	28,6	20,0	0,0	0,0	40,0	0,0	0,0	0	0,0
Enviament de mailings als clients	8,6	8,1	8,3	20,0	0,0	0,0	33,3	0,0	20,0	0,0	0,0	0	0,0
Buscar nous mercats / segments de clients	3,7	5,4	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
Ofertes dels productes	3,7	0,0	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0	0,0	>50,0	0	0,0

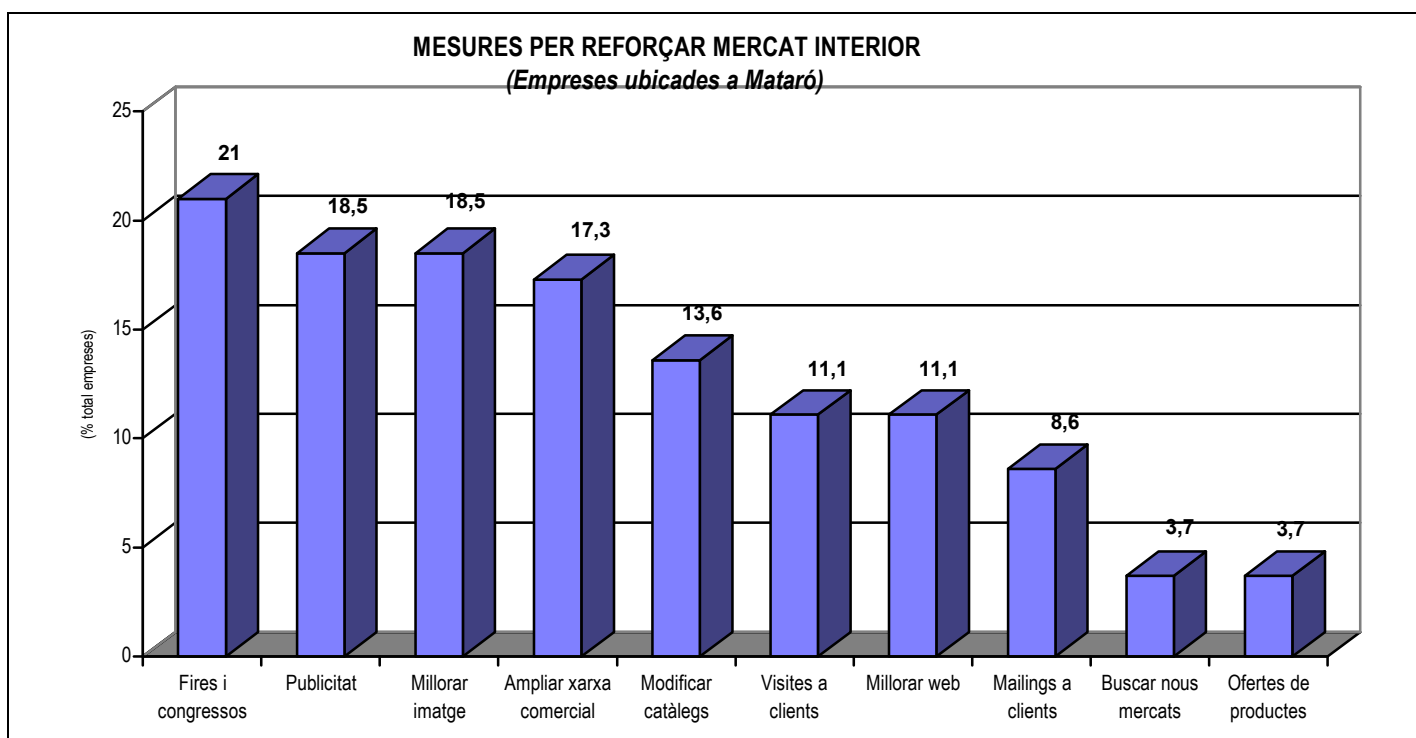
(Resposta múltiple i espontània)

- ❑ Entre les empreses que exporten i que diuen que durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dins el mercat espanyol, respecte el perfil de les accions realitzades en termes globals, bàsicament es mantenen les mateixes accions, amb tres excepcions: d'una banda, té **més pes l'assistència a Fires i Congressos** (33,3%), en detriment de **menys presència relativa de la inversió en publicitat i accions de merchandising** per millorar la imatge de l'establiment, l'empresa i la marca (12,5% respectivament).

EN QUÈ HAN CONSISTIT LES MESURES PER REFORÇAR EL MERCAT INTERIOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	81	48	33
Assistència a Fires i Congressos	21,0	33,3	<3,0
Més inversió en publicitat	18,5	12,5	27,3
Millorar imatge establiments / marca / empresa	18,5	12,5	27,3
Ampliar la xarxa comercial	17,3	18,8	15,2
Modificar els catàlegs	13,6	14,6	12,1
Més visites als clients	11,1	10,4	12,1
Millorar pàgina Web / accions per Internet	11,1	12,5	9,1
Enviament de mailings als clients	8,6	8,3	9,1
Buscar nous mercats / segments de clients	3,7	2,1	6,1
Ofertes dels productes	3,7	2,1	6,1

(Resposta múltiple i espontània)

Gràfic nº13



II.3.4 Canals habituals per rebre comandes (mercat exterior)

"Normalment, a través de quin conducte els hi arriben les comandes?"

- ☐ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals, igual com passa en el mercat espanyol, en quasi la meitat dels casos (48,6%) les comandes les trameten els propis clients.

Igual com passava en el mercat interior, només en un 20,8% les comandes són recollides en exclusiva per la xarxa comercial (en el sector tèxtil aquesta proporció arriba al 31,6%), i finalment, en el 29,2% de les ocasions les comandes es realitzen indistintament pels propis clients i per la xarxa comercial.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
NORMALMENT, A TRAVÉS DE QUINS CONDUCTES ELS ARRIBEN LES COMANDES DEL MERCAT EXTERIOR	72	38	11	4	8	5	0	2	1	2	0	0	2
Les passen els mateixos clients	48,6	42,1	63,6	75,0	62,5	60,0	0	50,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Les dues opcions indistintament	29,2	31,6	18,2	25,0	12,5	40,0	0	50,0	100,0	50,0	0	0	0,0
Les recullen els comercials	20,8	31,6	9,1	0,0	12,5	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	50,0
Altres mitjans	6,9	5,3	9,1	0,0	12,5	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>50,0

(Empreses que exporten)

II.3.4a) Accions per reforçar la política comercial (mercat exterior)

"Durant aquest any 2005, han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis? En què han consistit?"

- ☐ Quasi sis de cada deu de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis dins els mercats internacionals (59,0%).

➔ Es constata que, malgrat que només el 45,5% de les empreses tenen presència real en els mercats estrangers, els intents per entrar en aquests mercats, i per tant, fer accions per reforçar la comercialització exterior arriba al 59,0% dels casos.

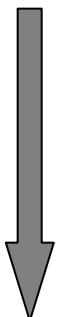
- ✓ Aquesta proporció s'incrementa entre les empreses de material de construcció (100,0%), el sector del metall (80,0%) i del sector químic (71,4%).

- ☐ Entre les empreses que actualment ja exporten, en el 69,1% dels casos durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització en el mercat exterior, però també ho han fet el 13,3% de les empreses ubicades a Mataró i que actualment no exporten.

DURANT AQUEST ANY 2005, HAN REALITZAT ALGUNA ACCIÓ PER REFORÇAR LA COMERCIALIZACIÓ DELS SEUS PRODUCTES I/O SERVEIS AL MERCAT EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	83	46	14	4	7	5	0	2	3	2	0	0	1
Sí	59,0	52,2	64,3	100,0	71,4	80,0	0	50,0	33,3	0,0	0	0	100,0
No	41,0	47,8	35,7	0,0	28,6	20,0	0	50,0	66,7	100,0	0	0	0,0

DURANT AQUEST ANY 2005, HAN REALITZAT ALGUNA ACCIÓ PER REFORÇAR LA COMERCIALIZACIÓ DELS SEUS PRODUCTES I/O SERVEIS AL MERCAT EXTERIOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	83	68	15
Sí	59,0	69,1	<13,3
No	41,0	30,9	>86,7

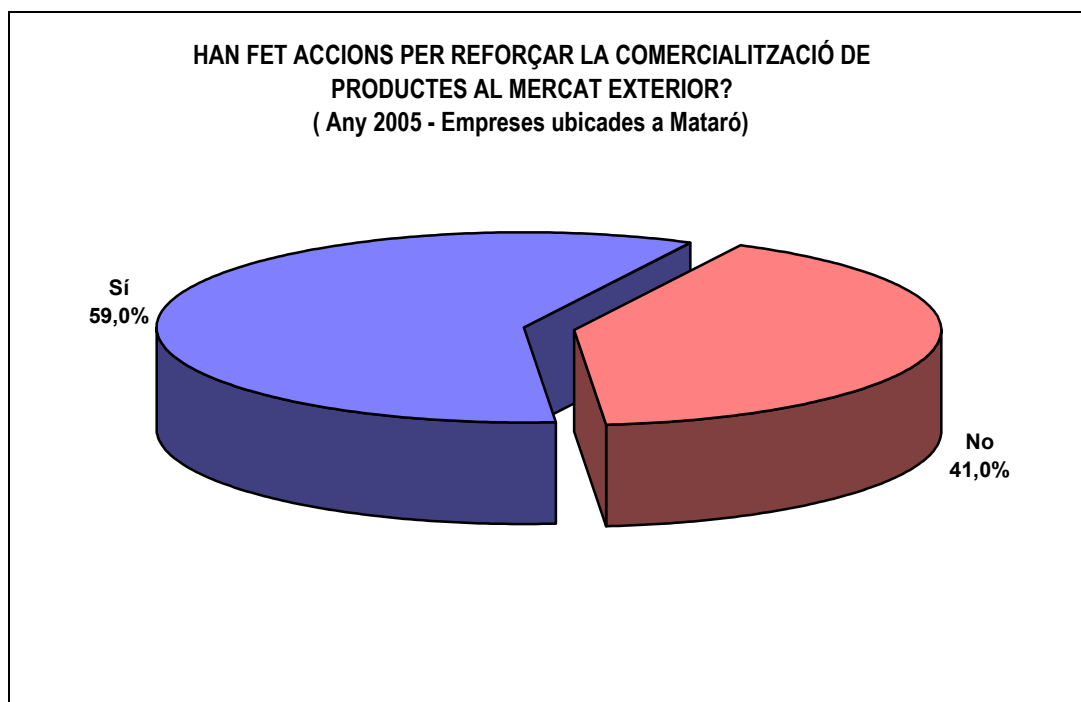
- ❑ Entre el 59,0% de les empreses que durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes en els mercats exteriors, bàsicament ha passat per:

- 
- ✓ “Assistir a Fires i Congressos” (37,0%).
 - ✓ “Ampliar els efectius de la xarxa comercial” (19,6%).
 - ✓ “Milliores i modificacions en els catàlegs” (13,0%).
 - ✓ “Milliores en la pàgina web de l'empresa i accions comercials a través de la xarxa d'Internet” (10,9%).
 - ✓ “Incrementar el pla de visites als clients” (8,7%), combinat amb un increment del “mailings als clients” (6,5%).
 - ✓ “Més inversió en publicitat” (8,7%).
 - ✓ Realitzar tasques de **prospecció per trobar nous clients i segments de mercat** (8,7%).
 - ✓ “Accions de **merchandising** per millorar la imatge dels establiments, la marca i l'empresa” (8,7%).
 - ✓ Realitzar “**ofertes de producte**” (2,2%).

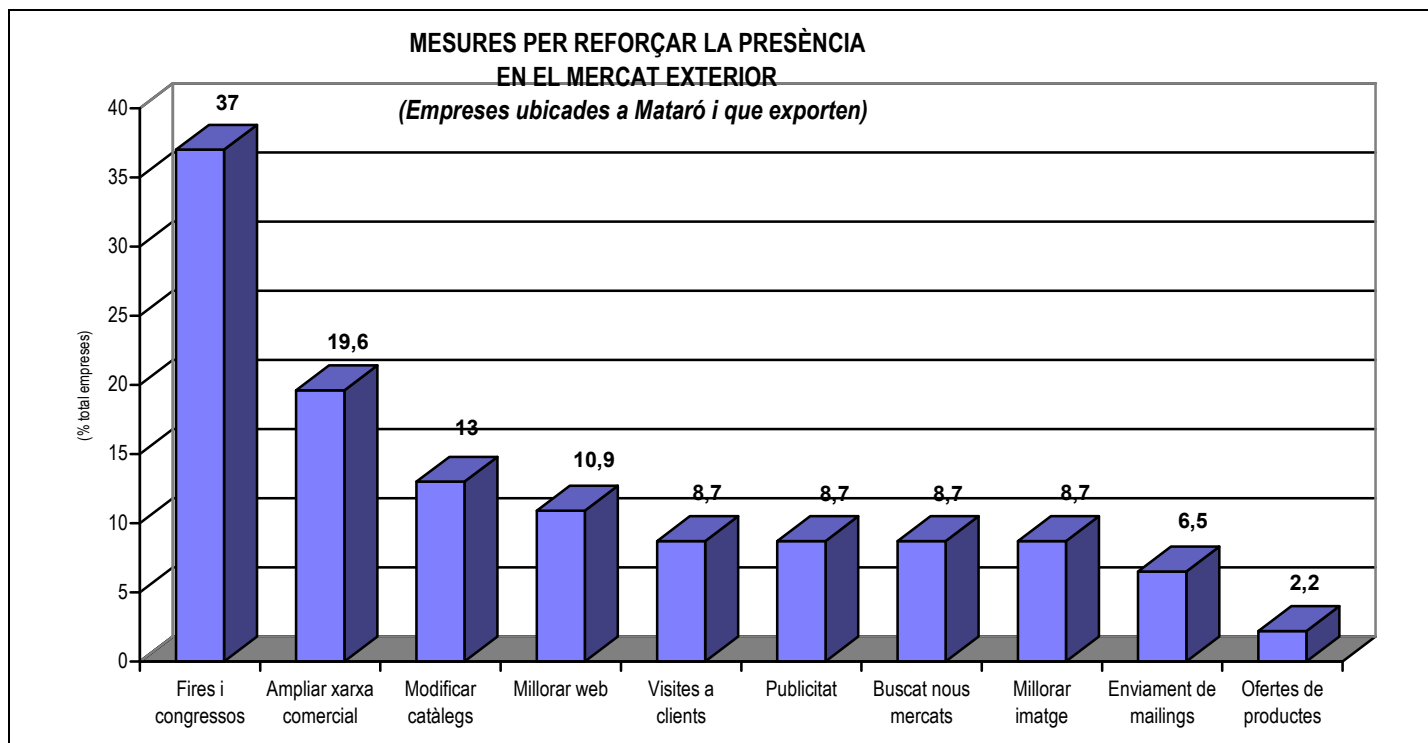
EN QUÈ HAN CONSISTIT LES MESURES PER REFORÇAR EL MERCAT EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	46	23	9	3	5	3	0	1	1	0	0	0	1
Assistència a Fires i Congressos	37,0	26,1	55,6	66,7	40,0	33,3	0	0,0	0,0	0	0	0	100,0
Amplia la xarxa comercial	19,6	34,8	0,0	0,0	0,0	33,3	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Modificar els catàlegs	13,0	4,3	22,2	0,0	20,0	0,0	0	>100,0	>100,0	0	0	0	0,0
Millorar pàgina Web / accions per Internet	10,9	0,0	22,2	33,3	20,0	0,0	0	0,0	>100,0	0	0	0	0,0
Més visites als clients	8,7	8,7	0,0	0,0	20,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	>100,0
Més inversió en publicitat	8,7	8,7	11,1	0,0	0,0	33,3	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Buscar nous mercats / segments de clients	8,7	8,7	11,1	0,0	20,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Millorar imatge establiments / marca / empresa	8,7	13,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Enviament de mailings als clients	6,5	4,3	11,1	33,3	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Ofertes dels productes	2,2	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

Gràfic nº14a



Gràfic nº14b



II.3.5 Estructura comercial i àrea geogràfica

II.3.5a) Pes dels clients del mercat interior

“Quin és el nombre aproximat de clients en la seva base de dades?”

- ☐ El 42,9% de les empreses ubicades a Mataró tenen menys de 250 clients espanyols (i un 22,8% fins i tot tenen menys de 50 clients).

En un segon nivell se situa el 32,9% de les empreses que tenen una cartera de clients espanyols que oscil·la entre 251 a 1000 clients.

Finalment, només el 24,1% de les empreses tenen més de 1.000 clients, i específicament, un 13,4% tenen més de 2.000 clients.

- ☐ Respecte a la relació amb el mercat espanyol, les empreses de Mataró amb una cartera de clients més gran són les del sector de material per la construcció, el transport i la distribució, i l'alimentació.

NOMBRE APROXIMAT DE CLIENTS EN LA BASE DE DADES DEL MERCAT INTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	149	67	20	11	9	9	9	6	6	4	3	3	3
Menys de 50	22,8	>34,3	15,0	18,2	22,2	0,0	0,0	33,3	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
De 50 a 250	20,1	22,4	15,0	18,2	22,2	22,2	22,2	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3	0,0
De 251 a 500	18,1	11,9	>40,0	0,0	22,2	33,3	33,3	0,0	33,3	25,0	0,0	0,0	33,3
De 501 a 1000	14,8	13,4	5,0	9,1	11,1	22,2	22,2	16,7	16,7	25,0	0,0	33,3	>66,7
De 1001 a 2000	10,7	7,5	10,0	18,2	11,1	11,1	11,1	33,3	16,7	0,0	0,0	33,3	0,0
Més de 2000	13,4	10,4	15,0	>36,4	11,1	11,1	11,1	16,7	0,0	0,0	>66,7	0,0	0,0

NOMBRE APROXIMAT DE CLIENTS EN LA BASE DE DADES DEL MERCAT INTERIOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	149	68	81
Menys de 50	22,8	16,2	28,4
De 50 a 250	20,1	20,6	19,8
De 251 a 500	18,1	17,6	18,5
De 501 a 1000	14,8	17,6	12,3
De 1001 a 2000	10,7	11,8	9,9
Més de 2000	13,4	16,2	11,1

II.3.5b) Pes dels clients del mercat exterior

“Quin és el nombre aproximat de clients en la seva base de dades?”

- ☐ Entre les empreses ubicades a Mataró que realitzen exportacions dels seus productes i/o serveis, **en el 55,9% dels casos tenen menys de 50 clients internacionals.**

- ☐ En un segon nivell se situa el 20,6% de les empreses que tenen una cartera de clients internacionals, que oscil·la entre els 50 i els 250 clients. És a dir, **el 76,5% de les empreses amb clients internacionals, aquests no arriben a 250.**

Entre aquestes empreses que exporten, un 8,8% tenen en la seva cartera de clients un total de 251 a 1000 clients estrangers.

- ☐ Finalment, només el 10,3% de les empreses amb presència internacional, tenen més de 1.000 clients, i específicament, un 5,9% tenen més de 2.000 clients en el mercat exterior.

- ☐ Respecte a la relació amb els mercats internacionals, les empreses de Mataró amb una cartera de clients més gran són les del sector de material per la construcció i les del sector tèxtil.

NOMBRE APROXIMAT DE CLIENTS EN LA SEVA BASE DE DADES EN EL MERCAT EXTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	68	35	11	4	6	6	2	1	1	2	0	0	1
Menys de 50	55,9	57,1	63,6	50,0	83,3	50,0	0,0	100,0	0,0	50,0	0	0	0,0
De 50 a 250	20,6	17,1	18,2	25,0	16,7	16,7	0,0	0,0	100,0	50,0	0	0	100,0
De 251 a 500	4,4	5,7	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
De 501 a 1000	4,4	5,7	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
De 1001 a 2000	4,4	5,7	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Més de 2000	5,9	8,6	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

II.3.5c) Percentatge clients habituals (mercat interior)

“Quin % dels seus clients considera vostè que són habituals?”

- ❑ En termes generals, les empreses ubicades de Mataró consideren que una mica més de la meitat dels seus clients, tant del mercat interior com exterior, es poden considerar com a habituals (54,47% entre els clients del mercat intern, i 56,59% respecte els clients dels mercats exteriors).

Es dona una major relativa percepció de fidelització dels clients, entre les empreses del sectors d'alimentació, químic i màquina-eina (pel que fa al mercat intern), i se suma electrònica de consum pel que fa al mercat exterior.

QUIN % DELS SEUS CLIENTS CONSIDERA VOSTÈ QUE SÓN HABITUALS AL MERCAT INTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	4	3	3
Mitjana	54,47	54,76	60,30	49,64	67,00	46,13	47,25	54,00	41,67	40,00	78,33	52,67	51,83

QUIN % DELS SEUS CLIENTS CONSIDERA VOSTÈ QUE SÓN HABITUALS AL MERCAT INTERIOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Mitjana	54,47	61,84	48,20

II.3.5d) Percentatge clients habituals (mercat exterior)

“Quin % dels seus clients considera vostè que són habituals?”

QUIN % DELS SEUS CLIENTS CONSIDERA VOSTÈ QUE SÓN HABITUALS AL MERCAT EXTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	4	3	3
Mitjana	56,59	57,00	69,45	35,50	79,50	25,50	---	---	90,00	40,50	---	---	15,00

QUIN % DELS SEUS CLIENTS CONSIDERA VOSTÈ QUE SÓN HABITUALS AL MERCAT EXTERIOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Mitjana	56,59	60,64	11,20

II.3.5e) Percentatge de captació de nous clients (mercat interior)

"Aproximadament, respecte el nombre de clients habituals, quin % de clients nous capten cada any?"

- ☐ En termes globals, el 63,3% de les empreses de Mataró, cada any capten com a molt un 5,0% de nous clients dins el mercat espanyol; un 19,8% de les empreses capten entre un 6 i un 10% de nous clients per any, i finalment, un privilegiat 16,8% de les empreses diuen que cada any capten més d'un 10% de nou clients.
- Entre les empreses que exporten, millora lleugerament els percentatges de nous client per any.

- ☐ Els sectors més actius en la captació de nous clients dins el mercat interior són, les empreses de serveis, transport i distribució, electrònica de consum i material de construcció.

APROXIMADAMENT, RESPECTE EL NOMBRE DE CLIENTS HABITUALS, QUIN % DE CLIENTS NOUS CAPTEN CADA ANY AL MERCAT INTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	131	55	18	11	9	9	8	5	6	4	2	2	3
Menys del 2%	28,2	34,5	27,8	9,1	44,4	33,3	25,0	20,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Del 2% al 5%	35,1	34,5	33,3	45,5	44,4	44,4	12,5	20,0	50,0	25,0	0,0	100,0	33,3
Del 6% al 10%	19,8	20,0	22,2	18,2	11,1	22,2	37,5	0,0	0,0	25,0	>100,0	0,0	0,0
Més del 10%	16,8	10,9	16,7	27,3	0,0	0,0	25,0	>60,0	>50,0	0,0	0,0	0,0	>66,7

APROXIMADAMENT, RESPECTE EL NOMBRE DE CLIENTS HABITUALS, QUIN % DE CLIENTS NOUS CAPTEN CADA ANY AL MERCAT INTERIOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	131	62	69
Menys del 2%	28,2	24,2	31,9
Del 2% al 5%	35,1	37,1	33,3
Del 6% al 10%	19,8	22,6	17,4
Més del 10%	16,8	16,1	17,4

II.3.5f) Percentatge de captació de nous clients (mercat exterior)

"Aproximadament, respecte el nombre de clients habituals, quin % de clients nous capten cada any?"

- ☐ En termes globals, el 66,1% de les empreses de Mataró, cada any capten com a molt un 5,0% de nous clients dins els mercats internacionals; un 16,9% de les empreses capten entre un 6 i un 10% de nous clients per any, i finalment, un 16,9% de les empreses diuen que cada any capten més d'un 10% de nou clients.
- ☐ El sector més actius en la captació de nous clients dins el mercat exterior són, les empreses tèxtils.

APROXIMADAMENT, RESPECTE EL NOMBRE DE CLIENTS HABITUALS, QUIN % DE CLIENTS NOUS CAPTEN CADA ANY AL MERCAT EXTERIOR	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	59	32	10	4	4	5	0	1	1	2	0	0	1
Menys del 2%	42,4	40,6	30,0	50,0	75,0	60,0	0	0,0	100,0	50,0	0	0	0,0
Del 2% al 5%	23,7	15,6	40,0	50,0	25,0	40,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Del 6% al 10%	16,9	25,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Més del 10%	16,9	18,8	10,0	0,0	0,0	0,0	0	>100,0	0,0	50,0	0	0	>100,0

APROXIMADAMENT, RESPECTE EL NOMBRE DE CLIENTS HABITUALS, QUIN % DE CLIENTS NOUS CAPTEN CADA ANY AL MERCAT EXTERIOR	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	59	55	4
Menys del 2%	42,4	40,0	75,0
Del 2% al 5%	23,7	23,6	25,0
Del 6% al 10%	16,9	18,2	0,0
Més del 10%	16,9	18,2	0,0

II.3.6 Contractació d'alguna assegurança de risc comercial

II.3.6a) Mercat interior

"La seva empresa té contractada alguna assegurança de risc comercial, tipus Crédito y Caución o similar?"

- ☐ Només quatre de cada deu empreses de Mataró tenen contractada alguna assegurança de risc comercial pel mercat interior (39,6%).

Entre les empreses que exporten, s'incrementa fins el 45,7% les empreses que tenen contractada una assegurança de risc comercial pel mercat interior.

- ☐ Per sectors d'activitat, són les empreses dels sectors de l'alimentació, el material per la construcció, el vidre i la ceràmica i del sector tèxtil, allí on el percentatge de contractació d'una pòlissa de risc comercial pel mercat interior augmenta més.

LA SEVA EMPRESA TÉ CONTRACTADA ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC COMERCIAL, TIPUS CRÉDITO Y CAUCIÓN O SIMILAR (MERCAT INTERIOR)?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	39,6	47,8	25,0	63,6	20,0	11,1	44,4	42,9	16,7	50,0	66,7	33,3	25,0
No	55,8	49,3	70,0	36,4	60,0	77,8	44,4	57,1	83,3	50,0	33,3	66,7	75,0
Ns/Nc	4,5	2,9	5,0	0,0	>20,0	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

LA SEVA EMPRESA TÉ CONTRACTADA ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC COMERCIAL, TIPUS CRÉDITO Y CAUCIÓN O SIMILAR (MERCAT INTERIOR)?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	39,6	45,7	34,5
No	55,8	50,0	60,7
Ns/Nc	4,5	4,3	4,8

II.3.6a) Mercat exterior

“La seva empresa té contractada alguna assegurança de risc comercial, tipus Crèdit i Cauçió o similar?”

- ☐ Entre les empreses que exporten o han exportat en un passat, **el 40,0% tenen contractada alguna assegurança de risc comercial pel mercat exterior.**

Entre les empreses que exporten actualment, només el 43,3% tenen contractada una assegurança de risc comercial per mercats exteriors, però també, un hi ha un 23,1% d'empreses que actualment no exporten però que ho han fet, que actualment mantenen la contractació d'una pòlissa de risc comercial per mercats exteriors.

- ☐ Per sectors d'activitats, són les empreses dels sectors de material de la construcció i el tèxtil, allí on el percentatge de contractació d'una pòlissa de risc comercial pel mercat exterior augmenta més.

LA SEVA EMPRESA TÉ CONTRACTADA ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC COMERCIAL, TIPUS CRÉDITO Y CAUCIÓN O SIMILAR (MERCAT EXTERIOR)?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	80	41	14	5	6	5	1	2	3	2	0	0	2
Sí	40,0	48,8	28,6	60,0	33,3	40,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0	0	0,0
No	60,0	51,2	71,4	40,0	66,7	60,0	100,0	50,0	100,0	50,0	0	0	100,0

LA SEVA EMPRESA TÉ CONTRACTADA ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC COMERCIAL, TIPUS CRÉDITO Y CAUCIÓN O SIMILAR (MERCAT EXTERIOR)?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	80	67	13
Sí	40,0	43,3	23,1
No	60,0	56,7	76,9

II.4 Presència en fires internacionals

II.4.1 Presència de l'empresa en alguna fira sectorial internacional

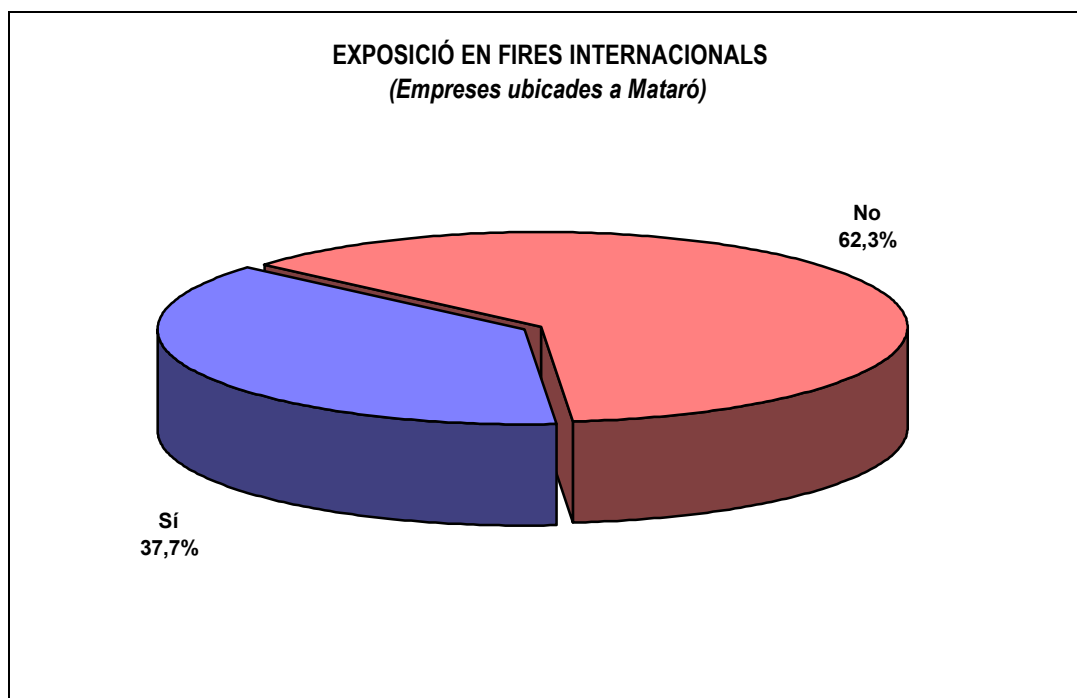
"La seva empresa ha exposat alguna vegada en alguna fira internacional del seu sector?"

- ☐ El 37,7% de les empreses ubicades a Mataró han participat alguna vegada en alguna Fira internacional del seu sector d'activitat; aquest percentatge lògicament puja entre les empreses que actualment estan presents en mercats internacionals (62,9%), però també el 16,7% de les empreses que actualment no exporten han exposat alguna vegada en una fira internacional.

LA SEVA EMPRESA HA EXPOSAT ALGUNA VEGADA EN ALGUNA FIRA INTERACIONAL DEL SEU SECTOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	37,7	34,8	60,0	27,3	30,0	55,6	33,3	42,9	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0
No	62,3	65,2	40,0	72,7	70,0	44,4	66,7	57,1	50,0	50,0	100,0	100,0	100,0

LA SEVA EMPRESA HA EXPOSAT ALGUNA VEGADA EN ALGUNA FIRA INTERACIONAL DEL SEU SECTOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	37,7	>62,9	<16,7
No	62,3	<37,1	>83,3

Gràfic nº15



II.4.2 Visita d'alguna fira sectorial internacional

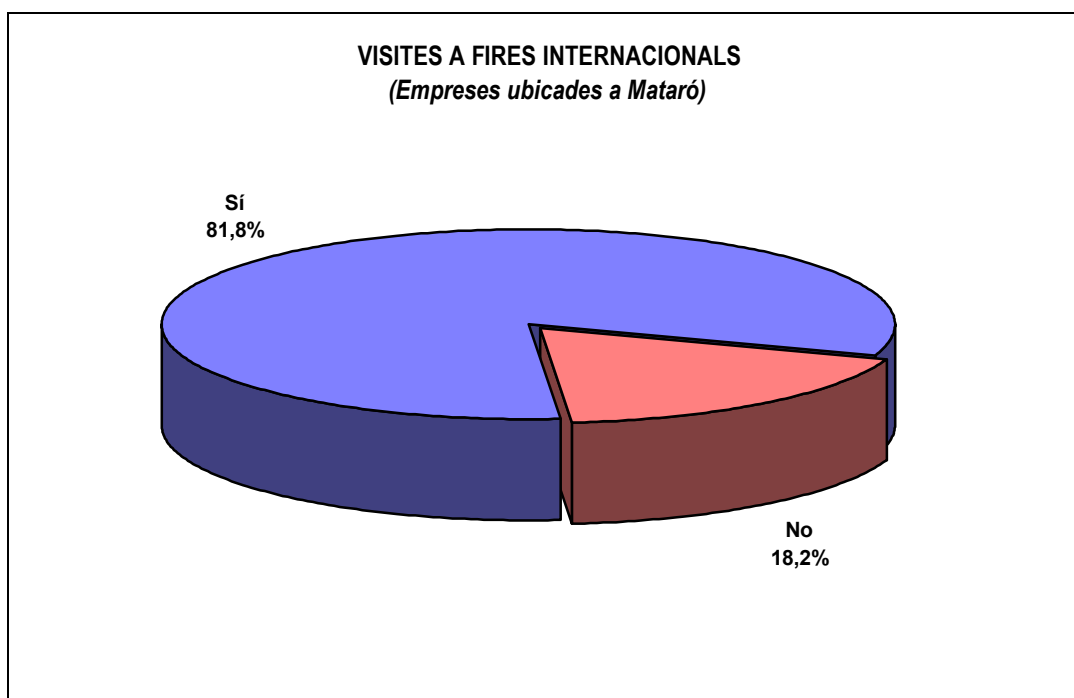
"La seva empresa ha visitat alguna vegada alguna fira internacional del seu sector?"

- ☐ El 81,8% de les empreses ubicades a Mataró han visitat alguna vegada en alguna Fira internacional del seu sector d'activitat; aquest percentatge lògicament puja entre les empreses que actualment estan presents en mercats internacionals (84,3%), però de forma molt significativa destaca com també el 79,8% de les empreses que actualment no exporten, en alguna ocasió han visitat una fira internacional.

LA SEVA EMPRESA HA VISITAT ALGUNA VEGADA ALGUNA FIRA INTERNACIONAL DEL SEU SECTOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	81,8	82,6	95,0	81,8	90,0	66,7	88,9	57,1	83,3	50,0	100,0	33,3	100,0
No	18,2	17,4	5,0	18,2	10,0	33,3	11,1	42,9	16,7	50,0	0,0	>66,7	0,0

LA SEVA EMPRESA HA VISITAT ALGUNA VEGADA ALGUNA FIRA INTERNACIONAL DEL SEU SECTOR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	81,8	84,3	79,8
No	18,2	15,7	20,2

Gràfic nº16



II.5 Capacitat

II.5.1 Percentatge habitual d'ocupació de la fàbrica

“Un mes normal, quin percentatge d'ocupació tenen les instal·lacions / infraestructura productiva?”

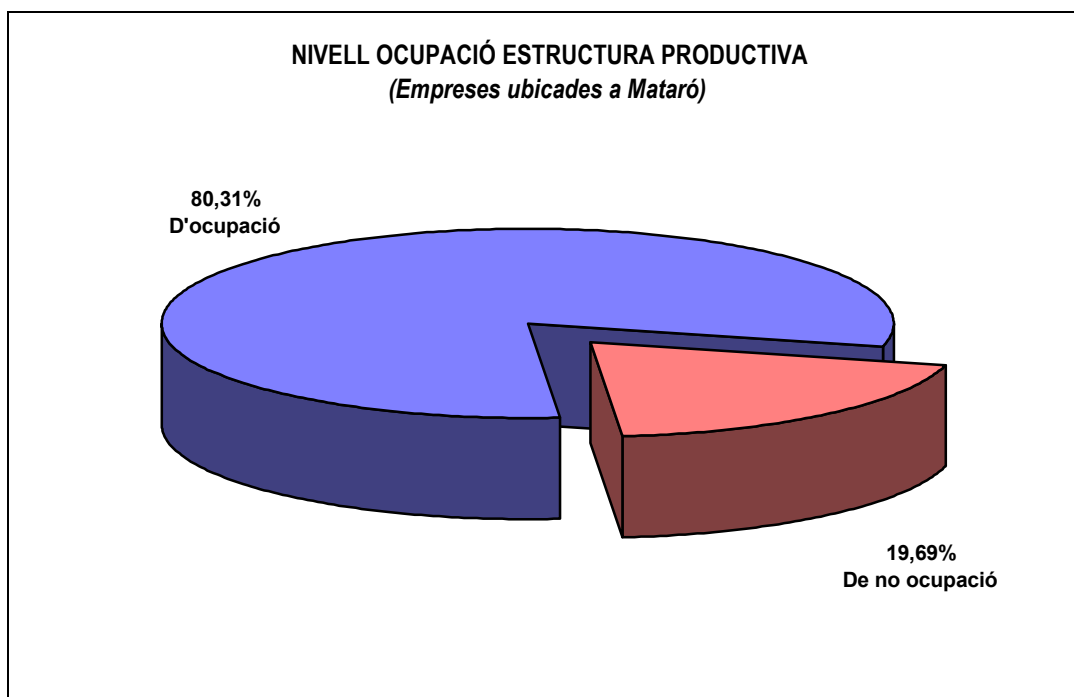
- ☐ En un mes normal, **el percentatge d'ocupació de la capacitat productiva de les empreses ubicades a Mataró és del 80,31%.**

De forma habitual, tenen un nivell d'ocupació superior, les empreses del sector de la distribució i el transport, seguit dels serveis i el material de construcció. En canvi, **les empreses del sector tèxtil (74,44%) són les que tenen un nivell d'ocupació mitjà inferior.**

UN MES NORMAL, QUIN % D'OCUPACIÓ TENEN LES INSTAL·LACIONS / INFRASTRUCTURA PRODUCTIVA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	80,31	74,44	86,67	98,00	83,89	88,57	100,00	100,00	78,75	85,00	85,00	85,00	85,00

UN MES NORMAL, QUIN % D'OCUPACIÓ TENEN LES INSTAL·LACIONS / INFRASTRUCTURA PRODUCTIVA	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Mitjana	80,31	78,60	82,05

Gràfic nº17



II.5.1a) Fàbrica i capacitat per adaptar l'oferta a canvis sobtats

“Quina és la capacitat d'adaptar la producció de productes / prestació de serveis a canvis sobtats en la demanda?”

- ☐ **Divisió d'opinions davant la capacitat per adaptar la producció a canvis sobtats de la demanda:** una mica més de la meitat de les empreses de Mataró consideren que tenen una alta capacitat d'elasticitat per adaptar-se a canvis imprevistos de la demanda (51,9%); un 19,5% considera que aquesta capacitat d'adaptació només és “regular”, i un altre 6,5% que és baixa. Paral·lelament, hi ha un altre 22,1% de gerents o màxims responsables de l'empresa que no saben què opinar al respecte.

Major percepció de bona adaptació a canvis sobtats de la demanda, entre les empreses amb presència en mercats internacionals (60,0%).

- ☐ Per sectors d'activitat, es registra un major nivell d'incertesa davant possibles canvis no previstos de la demanda, en empreses relacionades amb el material per la construcció, distribució i transport, alimentació i construcció de màquina-eina.

En canvi, hi ha major cultura d'adaptació a irregularitats de la demanda entre les empreses relacionades amb el vidre i la ceràmica, el sector químic, l'electrònica de consum, el tèxtil i el metall.

CAPACITAT D'ADAPTAR LA PRODUCCIÓ A CANVIS SOBTATS EN LA DEMANDA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Alta	51,9	59,4	35,0	36,4	70,0	55,6	11,1	42,9	66,7	100,0	33,3	66,7	50,0
Regular	19,5	26,1	20,0	18,2	10,0	33,3	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0
Baixa	6,5	10,1	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0
Ns/Nc	22,1	<4,3	40,0	45,5	10,0	11,1	>77,8	>57,1	33,3	0,0	33,3	0,0	50,0

CAPACITAT D'ADAPTAR LA PRODUCCIÓ A CANVIS SOBTATS EN LA DEMANDA	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Alta	51,9	60,0	45,2
Regular	19,5	20,0	19,0
Baixa	6,5	5,7	7,1
Ns/Nc	22,1	14,3	28,6

II.5.1b) Com solucionar increments sobtats de la demanda

“Quan es produeix un increment de la demanda no prevista que supera la capacitat productiva / prestació de serveis normal, com ho han solucionat? (relatar darrer cas)”

- ☐ **Subcontractació externa, hores extres i ETT.** Entre les empreses que tenen en algun moment canvis no previstos en el comportament de la seva demanda, l'adaptació a aquesta demanda irregular es produeix a partir de recórrer a la subcontractació externa a tallers de la zona (29,2%), en segon terme, es situen les hores extres (20,1%), i en tercer nivell de respostes, es recorre als serveis d'una empresa de treball temporal (19,5%).
- ✓ La subcontractació externa és molt més habitual entre les empreses del sector tèxtil (42,0%). Les hores extres les han citat molt més les empreses de serveis (44,4%) i del sector químic (50,0%). En canvi, recórrer als serveis d'una ETT ha estat més citat entre les empreses del metall (44,4%), l'electrònica de consum i les arts gràfiques (33,3% respectivament), i el sector químic (30,0%).
- ☐ **Només el 5,8% de les empreses tenen un nivell d'stock suficient per fer front a canvis imprevistos de la demanda** (més habitual en arts gràfiques i paper, material per la construcció i tèxtil); i per contra, **en un altre 4,5% dels casos, es considera que seria impossible atendre un increment sobtat de la demanda** (més habitual en les empreses dels sectors de material de construcció, tèxtil i màquina-eina).

QUAN ES PRODUÏX UN INCREMENT DE LA DEMANDA NO PREVISTA QUE SUPERA LA CAPACITAT PRODUCTIVA NORMAL, COM HO HA SOLUCIONAT?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Subcontractant (tallers externs)	29,2	>42,0	20,0	27,3	0,0	11,1	11,1	28,6	33,3	25,0	0,0	33,3	25,0
Hores extres	20,1	11,6	20,0	18,2	>50,0	33,3	44,4	28,6	16,7	25,0	33,3	0,0	0,0
Contractació de personal (ETT)	19,5	15,9	20,0	18,2	30,0	44,4	22,2	28,6	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0
Tenen stock	5,8	8,7	0,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	25,0
Impossibilitat d'atendre la comanda	4,5	7,2	5,0	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No hi ha increment de demanda	17,5	18,8	25,0	9,1	10,0	11,1	22,2	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	50,0
Ns/Nc	8,4	2,9	10,0	9,1	10,0	11,1	0,0	14,3	>33,3	>50,0	33,3	0,0	0,0

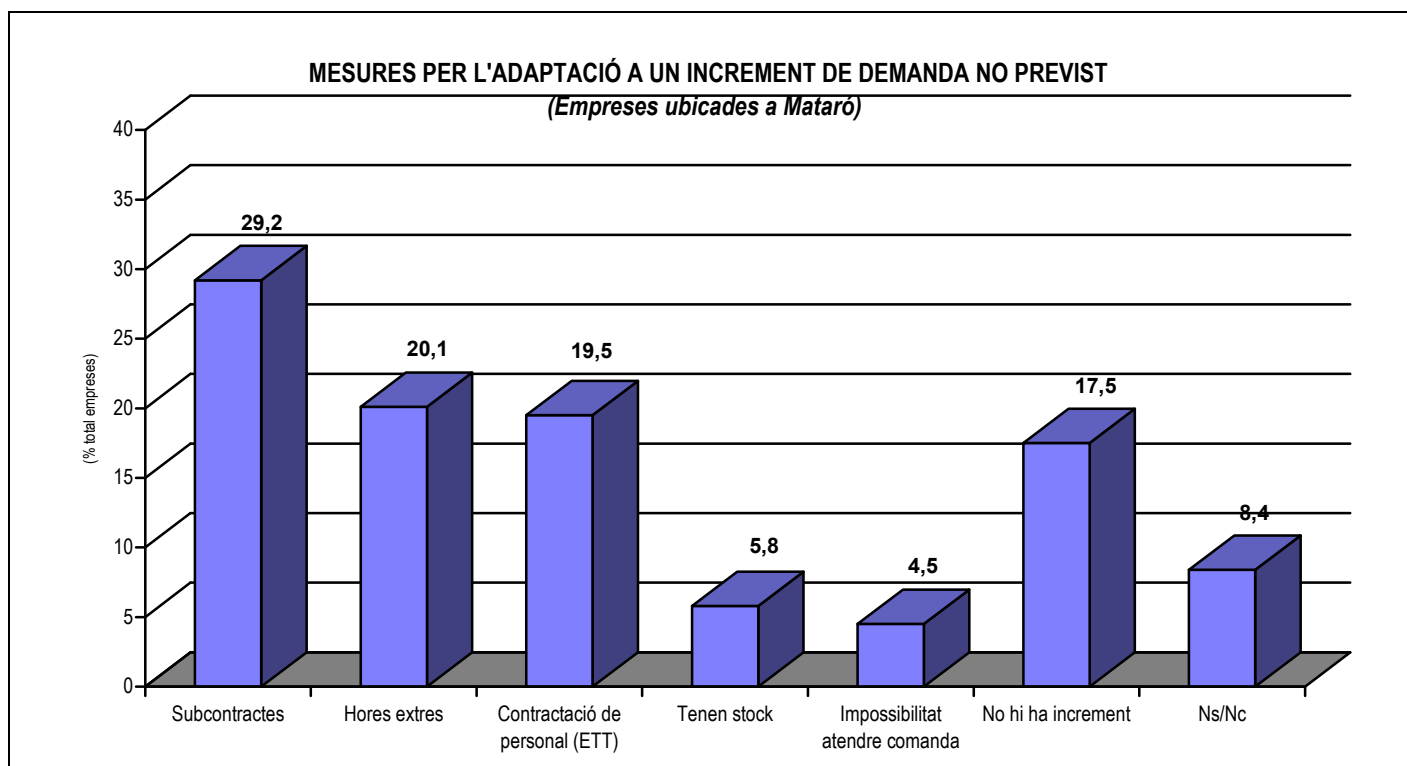
(Resposta múltiple i espontània)

QUAN ES PRODUÏX UN INCREMENT DE LA DEMANDA NO PREVISTA QUE	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No

SUPERA LA CAPACITAT PRODUCTIVA / PRESTACIÓ DE SERVEIS NORMAL, COM HO HA SOLUCIONAT?	154	70	84
Subcontractant (tallers externs)	29,2	27,1	31,0
Hores extres	20,1	17,1	22,6
Contractació de personal (ETT)	19,5	20,0	19,0
Tenen stock	5,8	7,1	4,8
Impossibilitat d'atendre la comanda	4,5	1,4	7,1
No hi ha increment de demanda	17,5	22,9	13,1
Ns/Nc	8,4	8,6	8,3

(Resposta múltiple i espontània)

Gràfic nº18



II.5.2 Temps promig per servir les comandes

“En condicions normals, quan triguen a servir el producte / servei des del moment que han rebut la comanda?”

- ❑ El perfil de la resposta al temps mitjà en el lliurament de les comandes, per part de les empreses ubicades a Mataró, mostra la següent relació:

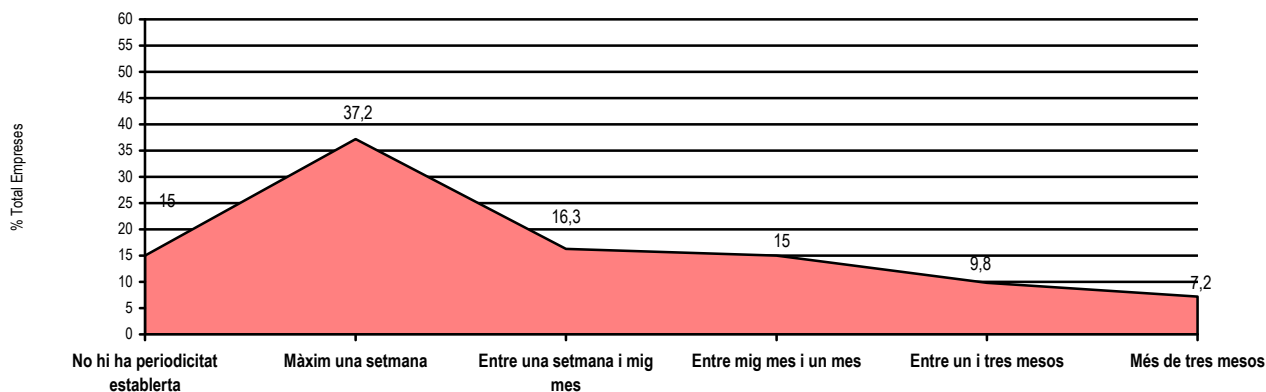
- 
- ✓ **No hi ha una periodicitat establerta** (15,0%); molt més citat entre les empreses del sector serveis.
 - ✓ **Màxim una setmana** (37,2%).
 - ✓ **Entre una setmana i mig mes** (16,3%)
 - ✓ **Entre mig més i un mes** (15,0%)
 - ✓ **Entre un i tres mesos** (9,8%)
 - ✓ **Més de tres mesos** (7,2%)

EN CONDICIONS NORMALS, QUAN TRIGUEN A SERVIR EL PRODUCTE / SERVEI DES DEL MOMENT QUE HAN REBUT LA COMANDA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq- eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen- tació	Arts graf.	Altres
	153	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	3
No hi ha una periodicitat establerta	15,0	11,6	15,0	18,2	20,0	11,1	>44,4	0,0	16,7	0,0	33,3	0,0	33,3
Menys d'una setmana	29,4	20,3	40,0	18,2	10,0	22,2	33,3	>71,4	50,0	50,0	66,7	33,3	66,7
Una setmana	7,8	4,3	5,0	18,2	20,0	22,2	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0
Entre una i dues setmanes	16,3	23,2	0,0	18,2	20,0	11,1	0,0	28,6	16,7	25,0	0,0	33,3	0,0
Entre tres i quatre setmanes	12,4	13,0	15,0	9,1	30,0	22,2	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Un mes	2,6	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>25,0	0,0	0,0	0,0
Entre un i dos mesos	5,2	8,7	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dos mesos	1,3	1,4	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre dos i tres mesos	1,3	1,4	0,0	>9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tres mesos	2,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre tres i quatre mesos	0,7	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Quatre mesos	1,3	1,4	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Més de quatre mesos	5,2	4,3	10,0	9,1	0,0	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

EN CONDICIONS NORMALS, QUAN TRIGUEN A SERVIR EL PRODUCTE / SERVEI DES DEL MOMENT QUE HAN REBUT LA COMANDA?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	153	70	83
No hi ha una periodicitat establerta	15,0	12,9	16,9
Menys d'una setmana	29,4	18,6	38,6
Una setmana	7,8	7,1	8,4
Entre una i dues setmanes	16,3	20,0	13,3
Entre tres i quatre setmanes	12,4	15,7	9,6
Un mes	2,6	4,3	1,2
Entre un i dos mesos	5,2	10,0	1,2
Dos mesos	1,3	0,0	2,4
Entre dos i tres mesos	1,3	0,0	2,4
Tres mesos	2,0	2,9	1,2
Entre tres i quatre mesos	0,7	0,0	1,2
Quatre mesos	1,3	2,9	0,0
Més de quatre mesos	5,2	5,7	4,8

Gràfic nº19

TEMPS PROMIG EN SERVIR EL PRODUCTE / SERVEI DES DE QUE HAN REBUT LA COMANDA
(Empreses ubicades a Mataró)



II.5.3 Trencament d'stocs (any 2005)

"Durant aquest últim any 2005, aproximadament en quantes ocasions han servit alguna comanda més tard que el termini habitual?"

- ☐ El 54,4% de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 en algun moment han tingut algun trencament d'stocs.

En el 47,1% dels casos es considera que aquest trencament d'stocs és quelcom excepcional, però **en el 7,3% de les empreses aquesta situació és habitual**; aquesta circumstància és relativament més habitual entre les empreses del sector del metall, la construcció de màquina-eina i el material per la construcció.

DURANT AQUEST ÚLTIM ANY 2005, APROXIMADAMENT EN QUANTES OCASIONS HAN SERVIT ALGUNA COMANDA MÉS TARD QUE EL TERMINI ABANS DESCRIT?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	153	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	3
Mai o quasi mai	45,1	43,5	45,0	63,6	40,0	11,1	66,7	57,1	33,3	50,0	66,7	33,3	33,3
Alguna vegada, però es l'excepció	47,1	47,8	45,0	27,3	50,0	66,7	33,3	42,9	66,7	50,0	33,3	66,7	66,7
Sovint, però els clients hi estan acostumats	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sovint, i hi estem treballant per solucionar-ho	3,3	2,9	5,0	9,1	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entre el 6 i el 12% de les ocasions	3,3	4,3	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	0,7	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

DURANT AQUEST ÚLTIM ANY 2005, APROXIMADAMENT EN QUANTES OCASIONS HAN SERVIT ALGUNA COMANDA MÉS TARD QUE EL TERMINI ABANS DESCRIT?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	153	70	83
Mai o quasi mai	45,1	40,0	49,4
Alguna vegada, però es l'excepció	47,1	51,4	43,4
Sovint, però els clients hi estan acostumats	0,7	0,0	1,2
Sovint, i hi estem treballant per solucionar-ho	3,3	4,3	2,4
Entre el 6 i el 12% de les ocasions	3,3	4,3	2,4
Ns/Nc	0,7	0,0	1,2

III. Conjuntura i perspectives

III. Conjuntura i perspectives

III.1 Perspectiva evolució dels sectors en els darrers 3 anys

"Com considera vostè que ha evolucionat la demanda en el seu sector durant els últims 3 anys?"

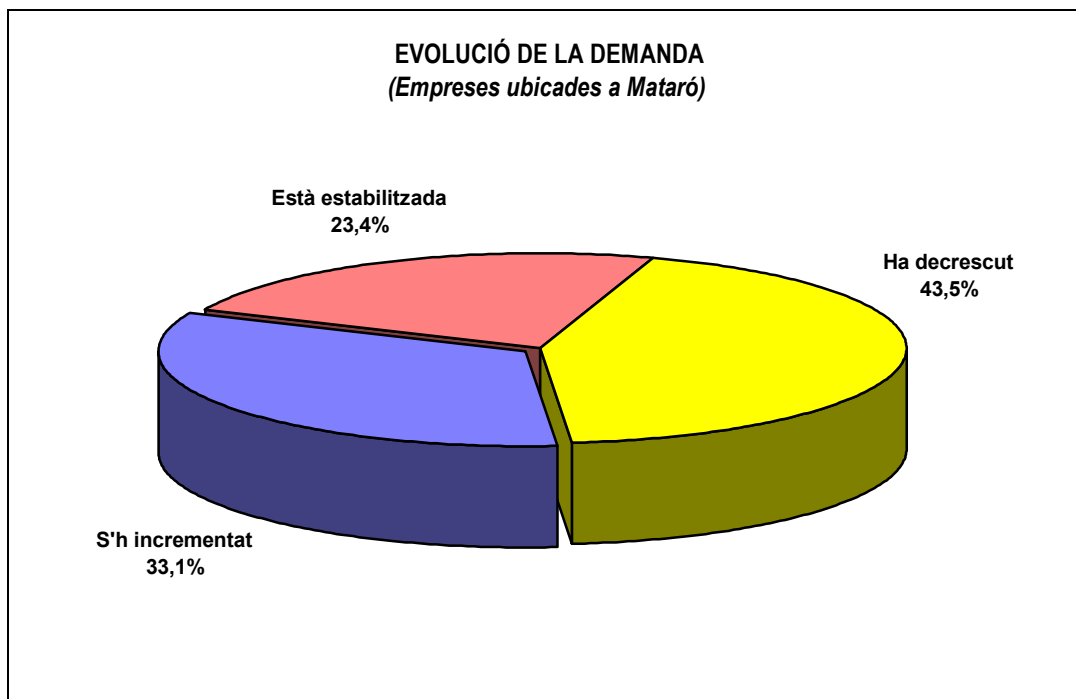
- ❑ En termes globals, **pèrdua estructural i selectiva de clients**. El 43,5% de les empreses ubicades a Mataró consideren que en els darrers tres anys han perdut clients, ja que la seva demanda ha decrescut entre bastant i molt; paral·lelament, un altre 23,4% de les empreses consideren que la demanda s'ha mantingut estabilitzada durant els darrers 3 anys, i per contra, una de cada tres empreses considera que darrerament s'ha incrementat la demanda dels seus productes i/o serveis (33,1%).
- ❑ Per sectors industrials, s'incrementa la percepció que s'ha reduït la seva demanda en els darrers 3 anys, entre les empreses de Mataró dels sectors de l'alimentació (66,6%), el tèxtil (60,8%), el sector químic i plàstics (60,0%) i la construcció de màquina-eina (55,0%). En canvi, les empreses que consideren que han incrementat la seva demanda, provenen de forma principal del sector serveis (77,8%), l'electrònica de consum (66,7%) i el material per la construcció (63,7%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
COM CONSIDERA VOSTÈ QUE HA EVOLUCIONAT LA DEMANDA EN EL SEU SECTOR DURANT ELS ÚLTIMS 3 ANYS?	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
S'ha incrementat molt	5,8	1,4	5,0	18,2	0,0	11,1	>22,2	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
S'ha incrementat bastant	27,3	<14,5	20,0	45,5	20,0	33,3	55,6	28,6	50,0	50,0	33,3	33,3	>100,0
S'ha mantingut estabilitzada	23,4	23,2	20,0	27,3	20,0	>55,6	0,0	28,6	33,3	25,0	0,0	33,3	0,0
Ha decrescut bastant	28,6	36,2	50,0	9,1	20,0	0,0	22,2	28,6	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0
Ha decrescut molt	14,9	>24,6	5,0	0,0	>40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0

- ❑ No s'estableix una relació causal clara entre el fet que una empresa exporti o no exporti, i l'evolució de la seva demanda, de forma que si bé és cert que entre les empreses que exporten hi ha una relativa major percepció que la seva demanda s'ha incrementat en els darrers 3 anys (35,7% enfront el 31,0% de la mateixa opinió entre les empreses que no exporten), el grup majoritari d'empreses opinen que la seva demanda més aviat s'ha reduït entre molt i bastant (41,4% enfront el 45,3% de la mateixa opinió entre les empreses que no exporten).

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Si	No
COM CONSIDERA VOSTÈ QUE HA EVOLUCIONAT LA DEMANDA EN EL SEU SECTOR DURANT ELS ÚLTIMS 3 ANYS?	154	70	84
S'ha incrementat molt	5,8	8,6	3,6
S'ha incrementat bastant	27,3	27,1	27,4
S'ha mantingut estabilitzada	23,4	22,9	23,8
Ha decrescut bastant	28,6	30,0	27,4
Ha decrescut molt	14,9	11,4	17,9

Gràfic n°20



III.2 Principals canvis en els clients / compradors finals

“També durant els últims 3 anys, quins canvis destacaria en el comportament dels seus clients o compradors finals?”

□ Globalment, **canvis estructurals en el perfil dels compradors finals: menys demanda, més especialitzada, amb més valor afegit i menys marges comercials.**

- ✓ Només el 19,5% de les empreses considera que en els darrers 3 anys no hi ha hagut canvis significatius en el comportament de la demanda final dels seus compradors / consumidors, si bé com a sector, l'estabilitat ; això es dona més en el sector del metall i els serveis (44,4% respectivament), en la distribució i el transport (42,9%) i en el sector del material per la construcció (36,4%).
- ✓ I un 11,0% considera que en els darrers 3 anys se li ha incrementat la cartera de clients, bàsicament entre les empreses del vidre i la ceràmica (50,0%), l'electrònica de consum (33,3%) i material per la construcció (27,3%).

QUINS CANVIS DESTACARIA EN EL COMPORTAMENT DELS SEUS CLIENTS O COMPRADORS FINALS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Estabilitat / tot es manté igual / no hi ha canvis	19,5	<5,8	20,0	36,4	20,0	44,4	44,4	42,9	33,3	25,0	0,0	33,3	25,0
Increment de les compres	11,0	5,8	5,0	27,3	0,0	11,1	22,2	14,3	33,3	>50,0	0,0	0,0	25,0
Menys demanda / menys clients	19,5	27,5	15,0	0,0	30,0	0,0	11,1	14,3	0,0	25,0	66,7	0,0	0,0
Demanda de productes especialitzats / més valor afegit	14,3	13,0	25,0	27,3	0,0	11,1	11,1	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	25,0
Menys marges comercials / el preu és més decisiu	13,6	14,5	15,0	9,1	20,0	22,2	0,0	0,0	16,7	0,0	33,3	33,3	0,0
Més compres al mercat exterior en general	9,7	>18,8	5,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Crisi en el sector / pèrdua de clients	7,1	13,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Demanda de més rapidesa en el servei	5,8	4,3	10,0	0,0	10,0	11,1	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0
Més compres impulsives	2,6	2,9	0,0	9,1	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Més centralització de compres	1,9	1,4	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>25,0
Més compres als mercats asiàtics en particular	1,9	2,9	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

❑ La radiografia dels principals canvis que s'han produït en els darrers anys entorn al clients finals, obeeix al següent perfil:

1. En primer terme, **reducció de la demanda** per part dels clients finals (19,5%), i de forma especial en les empreses ubicades a Mataró procedents dels sectors químic (30,0%) i tèxtil (27,5%).
2. **Demanda de productes cada vegada més especialitzats i amb més valor afegit** (14,3%), i de forma més evident entre el sector del material per la construcció (27,3%) i la màquina-eina (25,0%).
3. **Reducció dels marges comercials** en un entorn on el factor preu cada vegada és més determinant per decidir la compra (13,6%), això ho detecten de forma més dràstica les empreses d'alimentació i paper i arts gràfiques (33,3% respectivament), seguit de les del sector del metall (22,2%) i químic (20,0%).
4. **Increment de les compres que realitzen els clients finals al mercat exterior** –en general- (9,7%), i de forma particular als mercats asiàtics (1,9%). El desviament de les compres a mercats internacionals per part dels seus clients, afecta de forma molt més important a les empreses del sector químic (20,0%) i tèxtil (18,8%); i específicament als mercats asiàtics afecta més a les empreses de construcció de màquina-eina (5,0%).
5. **Crisi sectorial**, en termes globals aquesta argumentació descriptiva dels canvis en el comportament dels clients finals la cita el 7,1% de les empreses ubicades a Mataró, però bàsicament prové de les empreses del sector tèxtil (13,1%) i de construcció de màquina-eina (10,0%).
6. **Demanda de més rapidesa en el servei (*just in time*)**, això ho cita el 5,8% de les empreses, i de forma més significativa entre les empreses de distribució i transports (14,3%), les del sector del metall (11,1%), i dels sectors químics i de construcció de màquina-eina (10,0% respectivament).
7. **Increment de les compres impulsives** (2,6%); més citat entre les empreses de serveis (11,1%) i material per la construcció (9,1%).
8. **Increment de la centralització de les compres i les decisions** (1,9%); aquest factor clarament relacionat amb la globalització es cita més entre les empreses ubicades a Mataró del sector del metall (5,0%).

- ☐ Entre les empreses que actualment exporten part de la seva producció, es manifesta un perfil molt similar a l'expressat pel conjunt del teixit industrial de Mataró, amb tres excepcions:
1. Menys percepció d'estabilitat per part dels seus clients finals (12,9%).
 2. Percepció per contra que s'ha reduït el nombre de clients reals, menys demanda (14,3%).
 3. I més percepció que s'han reduït els marges comercials (18,6%).

ELS ÚLTIMS 3 ANYS, QUINS CANVIS DESTACARIA EN EL COMPORTAMENT DELS SEUS CLIENTS O COMPRADORS FINALS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		SI	No
	154	70	84
Estabilitat / tot es manté igual / no hi ha canvis	19,5	12,9	25,0
Increment de les compres	11,0	12,9	9,5
Menys demanda / menys clients	19,5	14,3	23,8
Demanda de productes especialitzats / més valor afegit	14,3	15,7	13,1
Menys marges comercials / el preu és més decisiu	13,6	18,6	9,5
Més compres al mercat exterior en general	9,7	12,9	7,1
Crisi en el sector / pèrdua de clients	7,1	10,0	4,8
Demanda de més rapidesa en el servei	5,8	2,9	8,3
Més compres impulsives	2,6	2,9	2,4
Més centralització de compres	1,9	2,9	1,2
Més compres als mercats asiàtics en particular	1,9	1,4	2,4

(Resposta espontània i múltiple)

III.3 Principals canvis en els intermediaris

“Quins canvis destacaria en relació als clients intermediaris que té la seva empresa? (si en té)”

- ❑ Primera consideració: **quasi dos de cada tres empreses ubicades a Mataró (64,9%) no té intermediaris en l'estructura del seu canal de comercialització.**
- ✓ Entre el 35,1% de les empreses que sí que tenen clients intermediaris, en un 11,0% **no es registren canvis significatius** en els darrers anys (això representa quasi una de cada tres d'aquestes empreses amb intermediaris).
 - ✓ En la resta de casos restants (entorn el 24,1% de les empreses de Mataró), el principal problema rau en que **els intermediaris progressivament desapareixen** (8,4% del total de les empreses, i de forma més accentuada en el sector del transports i la distribució – 28,6%-, el metall –11,1%- i la màquina eina –10,0%-).
 - ✓ En segon terme, **aquests intermediaris generen menys demanda** (5,2%); bàsicament més citat pel 11,6% de les empreses del sector tèxtil.
 - ✓ **Menys marges comercials**, més importància del factor preu, ho citen el 4,5% de les empreses de Mataró però arriba al 22,2% entre les empreses del sector del metall.
 - ✓ **Major centralització de les decisions de compra** (1,3% en termes globals, però fins el 10% en el sector químic).

QUINS CANVIS DESTACARIA EN RELACIÓ ALS CLIENTS INTERMEIDARIS QUE TÉ LA SEVA EMPRESA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
No té clients intermitjos	64,9	65,2	60,0	63,6	70,0	55,6	77,8	71,4	50,0	75,0	100,0	66,7	50,0
Estabilitat / tot es manté igual / no hi ha canvis	11,0	13,0	10,0	9,1	10,0	11,1	0,0	0,0	16,7	25,0	0,0	33,3	0,0
Desaparició de molts intermediaris	8,4	7,2	10,0	9,1	0,0	11,1	0,0	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	>50,0
Menys demanda	5,2	>11,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Increment de les compres	5,2	0,0	15,0	18,2	0,0	0,0	>22,2	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Menys marges comercials / el preu és més decisiu	4,5	1,4	10,0	0,0	10,0	>22,2	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Més centralització de compres	1,3	1,4	0,0	0,0	>10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

- ☐ I una dada positiva, **un 5,2% de les empreses ubicades a Mataró consideren que en els darrers tres anys els seus intermediaris han incrementat la demanda**, i aquest fet s'ha donat més entre les empreses del sector serveis (22,2%), seguit de l'electrònica de consum (16,7%), i en alguns casos d'empreses de material per la construcció (18,2%) i màquina-eina (15,0%), si bé en aquests dos darrers sectors també és cert, com s'ha vist, que d'altres empreses realitzen valoracions menys positives al considerar els canvis en els intermediaris; dependrà dels mercats on actuïn i el tipus de producte que fabriquin.
- ☐ Finalment indicar que, **entre les empreses que exporten, en aquest cas fins el 45,7% sí que tenen clients intermediaris en el canal de distribució dels seus productes i/o serveis**, i només destacar que, en major proporció que la mitjana de les empreses ubicades a Mataró **perceben que han perdut intermediaris (11,4%) i que els marges comercials són menors (10,0%)**.

QUINS CANVIS DESTACARIA EN RELACIÓ ALS CLIENTS INTERMEIDARIS QUE TÉ LA SEVA EMPRESA?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
No té clients intermitjos	64,9	54,3	73,8
Estabilitat / tot es manté igual / no hi ha canvis	11,0	12,9	9,5
Desaparició de molts intermediaris	8,4	11,4	6,0
Menys demanda	5,2	5,7	4,8
Increment de les compres	5,2	4,3	6,0
Menys marges comercials / el preu és més decisiu	4,5	>10,0	0,0
Més centralització de compres	1,3	2,9	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

III.4 Principals canvis en el seu entorn competitiu

“Com considera vostè que ha evolucionat la seva competència durant els últims 3 anys? (justifiqui la resposta)

- ☐ **Molta incertesa i cert pessimisme en la descripció de l'entorn: menys clients, menys volum de demanda, més especialització, menys marges comercials, i ara, més competidors.** Fins aquest moment l'evolució de l'entorn competitiu de les empreses ubicades a Mataró havia vingut determinat per la percepció que, en termes globals, (1) hi ha una pèrdua estructural i selectiva de clients; (2) canvis estructurals en el perfil dels compradors finals motivats per una menor demanda final; (3) més especialitzada, amb més valor afegit; (4) menys marges comercials, i respecte als intermediaris, certa desaparició d'alguns d'ells i (5) menys demanda.

I ara, quan s'avalua la percepció sobre com ha evolucionat l'estructura de la competència, hi ha una clara percepció que, o bé s'ha incrementat (42,9%), o bé es manté estabilitzada (33,1%); només un 24,0% de les empreses creuen que en els darrers 3 anys han vist reduït el nombre de competidors.

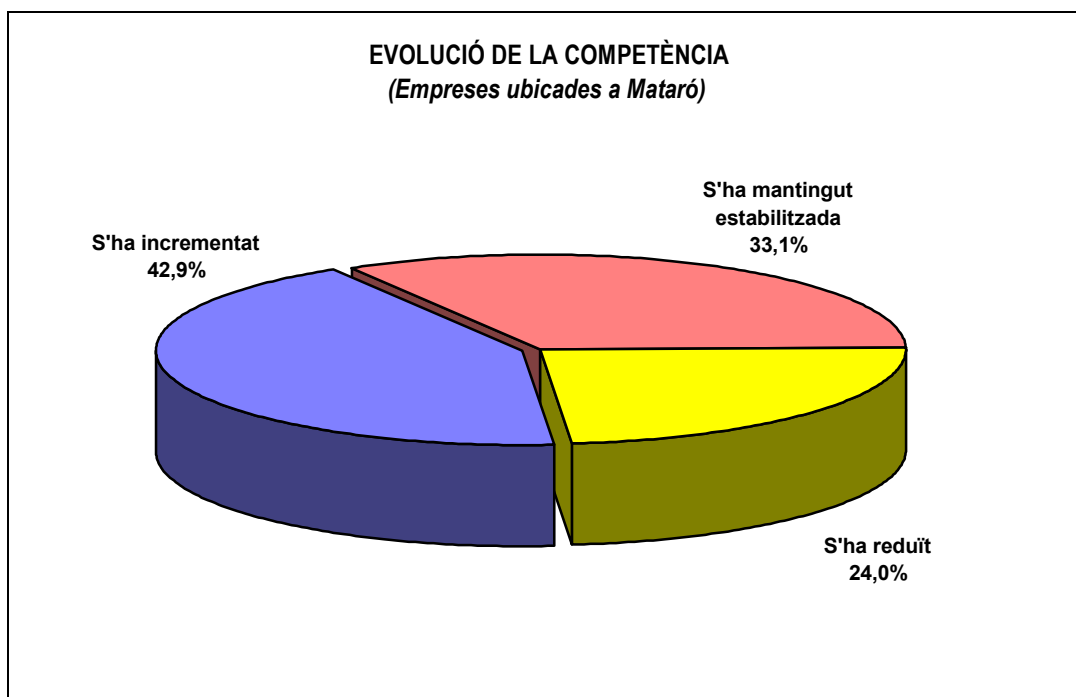
COM CONSIDERA VOSTÈ QUE HA EVOLUCIONAT LA SEVA COMPETÈNCIA DURANT ELS ÚLTIMS 3 ANYS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
S'ha incrementat	42,9	34,8	25,0	63,6	30,0	44,4	77,8	57,1	66,7	50,0	100,0	66,7	25,0
S'ha mantingut estabilitzada	33,1	27,5	45,0	36,4	60,0	33,3	22,2	14,3	33,3	50,0	0,0	33,3	75,0
S'ha reduït	24,0	>37,7	30,0	0,0	10,0	22,2	0,0	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

- ☐ Els sectors que perceben que en els darrers anys consideren que s'ha incrementat la seva competència, destaquen les empreses de serveis (77,8%), l'electrònica de consum (66,7%) i el material per la construcció (63,6%).
- ☐ En canvi, entre el 24,0% d'empreses que en els darrers anys consideren que s'ha reduït la seva competència, sobresurten les empreses del sector tèxtil (37,7%), la construcció de màquina-eina (30,0%) i el transport i la distribució (28,6%).

- ❑ La relació entre empreses que exporten i la percepció de com ha evolucionat l'entorn competitiu aporta una dada d'interès estratègic, així, mentre que les empreses que no exporten en un 47,6% consideren que ara tenen més competidors i només en un 17,9% perceben que tenen menys competidors; entre les empreses que exporten –en termes comparatius- es redueix notablement la percepció que ara tenen més competidors (37,1%), i en canvi augmenta la sensació que tenen menys competidors (31,4%).

COM CONSIDERA VOSTÈ QUE HA EVOLUCIONAT LA SEVA COMPETÈNCIA DURANT ELS ÚLTIMS 3 ANYS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
S'ha incrementat	42,9	37,1	47,6
S'ha mantingut estabilitzada	33,1	31,4	34,5
S'ha reduït	24,0	31,4	17,9

Gràfic nº21



- ❑ **La globalització està en la base del increment de la competència.** Entre el 42,9% de les empreses ubicades a Mataró que creuen que en els darrers 3 anys s'ha incrementat la seva competència, el motiu bàsic per fonamentar aquesta opinió és l'entrada en escena de nous mercats, i això s'explica de diferents maneres: "més competidors per efecte de la globalització dels mercats" (19,7%) + "entrada de nous competidors que tenen menys costos estructurals i treballen amb menys marges" (13,6% i arriba al 29,2% entre les empreses del sector tèxtil) + "marques procedents de països asiàtics" (10,6% i arriba al 40,0% entre les empreses de construcció de màquina-eina i al 25,0% entre el sector del metall) + "entrada en vigor de normatives que diversifiquen i liberalitzen el sector" (9,1% i arriba al 20,8% entre les empreses del sector tèxtil).
- ❑ **En segon terme: un mercat en expansió.** En segon terme, entre les empreses que creuen que s'ha incrementat el nombre de competidors, en un 47,0% consideren que aquest fet es deu a l'evolució positiva que ha tingut el seu sector en els darrers anys; això ho expressen de forma més accentuada les empreses de material de construcció i dels sector serveis (85,7% respectivament), seguit de les de transport i distribució i electrònica de consum (75,0% respectivament).

Entre el 42,9% de les empreses que creuen que ha incrementat la seva competència:	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PER QUÈ HO CREU?	66	24	5	7	3	4	7	4	4	2	3	2	1
Atracció de noves empreses per una evolució positiva del sector	47,0	<12,5	40,0	85,7	33,3	50,0	85,7	75,0	75,0	100,0	66,7	50,0	0,0
Efecte de la globalització dels mercats	19,7	20,8	20,0	14,3	66,7	0,0	14,3	25,0	25,0	0,0	0,0	50,0	0,0
Entrada de competidors amb menys costos i menys marges	13,6	>29,2	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>100,0
Entrada de marques asiàtiques	10,6	16,7	>40,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Diversificació / liberalització del sector	9,1	20,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

- Entre el 37,1% de les empreses que exporten i que consideren que en els darrers anys s'ha incrementat la seva competència, en temes comparatius, perd pes la percepció sobre la bona evolució del sector com a factor d'atracció de noves empreses (26,9%), i en canvi guanya pes la percepció d'entrada de nous competidors per raons de la globalització i la diferent normativa laboral de països on els costos i els marges són més baixos (23,1% respectivament).

En canvi, entre el 47,6% d'empreses que no exporten i que consideren que s'ha incrementat el nombre de competidors, sobretot tenen la percepció que la bona evolució del sector ha atret nous competidors.

Entre el 42,9% de les empreses que creuen que ha incrementat la seva competència:	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
PER QUÈ HO CREU?	66	26	40
Atracció de noves empreses per una evolució positiva del sector	47,0	26,9	60,0
Efecte de la globalització dels mercats	19,7	23,1	17,5
Entrada de competidors amb menys costos i menys marges	13,6	23,1	7,5
Entrada de marques asiàtiques	10,6	23,1	2,5
Diversificació / liberalització del sector	9,1	3,8	12,5

(Resposta espontània i múltiple)

- ❑ **Queden els “supervivents: menys competidors com a símptoma de problemes estructurals greus del sector.** Entre el 24,0% de les empreses que consideren que més aviat s’ha reduït el nombre de competidors en els darrers anys, el motiu principal és la desaparició física de la competència per un tancament de fàbriques (59,5%), seguit d’un “no poder fer front als baixos preus dels productes importats” (21,6%).
- ❑ De forma quasi testimonial, un 10,8% de les empreses que creuen que s’ha reduït la seva competència en els darrers tres anys, aporten dues argumentacions divergents i contradictòries (és clar que depèn del mercat des d’on s’opini), d’una banda hi ha un 10,8% de les empreses que consideren que “no tenen realment competència” en funció del seu producte / servei (alguna empresa de màquina-eina i transport), i per contra, un altre 10,8% consideren que la reducció de la seva competència es deu a una “menor fortalesa de la demanda final” (també alguna empresa de transports i distribució, i alguna del sector metall).

Entre el 24,0% de les empreses que creuen que ha s’ha reduït la seva competència:	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PER QUÈ HO CREU?	37	26	6	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0
Tancament de fàbriques locals	59,5	65,4	50,0	0	100,0	50,0	0	0,0	0	0	0	0	0
Entrada de productes importats (més barats)	21,6	26,9	16,7	0	0,0	0,0	0	0,0	0	0	0	0	0
No tenen competència	10,8	3,8	33,3	0	0,0	0,0	0	50,0	0	0	0	0	0
Menys demanda	10,8	7,7	0,0	0	0,0	50,0	0	50,0	0	0	0	0	0

(Resposta espontània i múltiple)

Entre el 24,0% de les empreses que creuen que ha s’ha reduït la seva competència:	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
PER QUÈ HO CREU?	37	22	15
Tancament de fàbriques locals	59,5	54,5	66,7
Entrada de productes importats (més barats)	21,6	22,7	20,0
No tenen competència	10,8	13,6	6,7
Menys demanda	10,8	9,1	13,3

(Resposta espontània i múltiple)

III.5 Competència estrangera

“Considera vostè que la seva empresa actualment té **competidors que tenen la seva seu en un país estranger**? De forma principal, de quins països són? Com qualificaria l'estil competitiu dels seus **competidors internacionals directes**?”

- ☐ **Dos de cada tres empreses ubicades a Mataró consideren que tenen competidors amb seu a països fora de l'Estat espanyol** (64,9%). Excepte en els sectors del transport i distribució (28,6%), els serveis i les arts gràfiques (33,3%) i el material per la construcció (45,5%), en la resta de sectors sempre més de la meitat de les empreses tenen la percepció que competeixen contra empreses amb seu a l'estranger.

És obvi que entre les empreses que exporten s'incrementi fins el 82,9% el nombre d'empreses que consideren que la seu de molts deus seus competidors està fora de l'Estat espanyol, però també la meitat de les empreses ubicades a Mataró i que no exporten, consideren que tenen competidors amb seu en d'altres països.

LA SEVA EMPRESA ACTUALMENT TÉ COMPETIDORS QUE TENEN LA SEVA SEU EN UN PAÍS ESTRANGER?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	64,9	81,2	70,0	45,5	70,0	66,7	33,3	28,6	50,0	50,0	0,0	33,3	50,0
No	31,2	<17,4	25,0	54,5	30,0	22,2	66,7	57,1	33,3	50,0	>100,0	33,3	50,0
No ho sap	3,9	1,4	5,0	0,0	0,0	11,1	0,0	14,3	16,7	0,0	0,0	>33,3	0,0

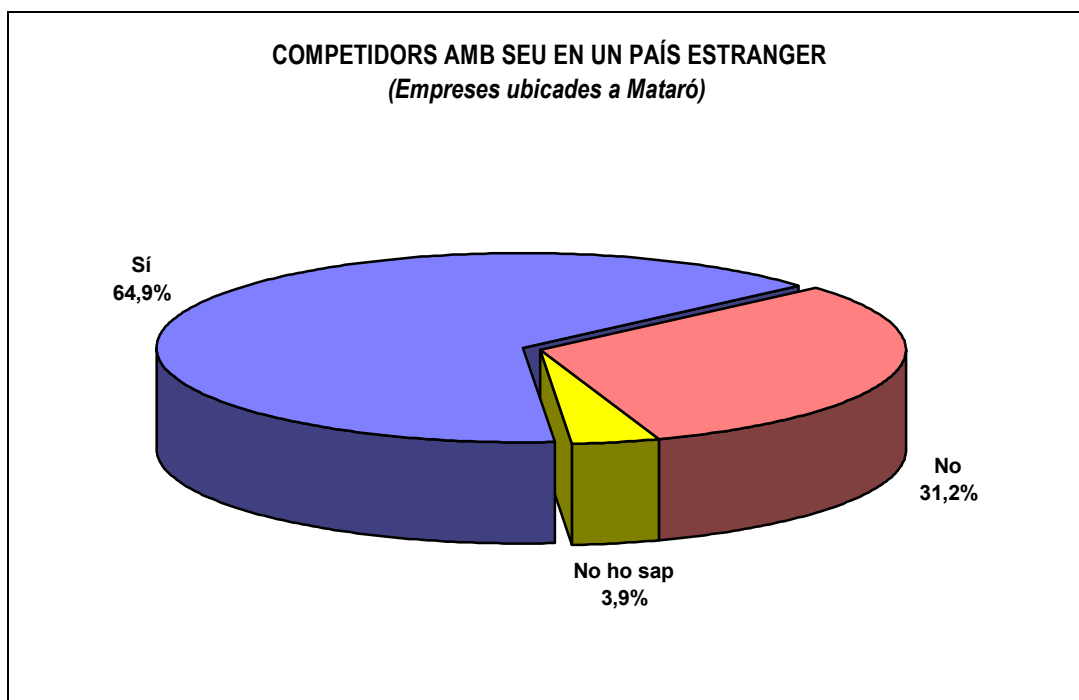
LA SEVA EMPRESA ACTUALMENT TÉ COMPETIDORS QUE TENEN LA SEVA SEU EN UN PAÍS ESTRANGER?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	64,9	82,9	50,0
No	31,2	<14,3	>45,2
No ho sap	3,9	2,9	4,8

- ☐ **Xina i països asiàtics en general i Índia en primer terme.** Entre el 64,9% de les empreses que tenen la percepció de tenir competidors amb centres de direcció ubicats, en primer terme consideren que els seus **principals competidors provenen del mercat xinès** (42,4%), i això encara s'incrementa més entre les empreses del sector químic (71,4%) i tèxtil (60,0%). I junt amb Xina, es cita també específica **Índia** (18,2%) –33,3% entre les empreses del metall, 28,6% en el sector químic i 25,5% entre les empreses del sector tèxtil-, i també respecte el

mercat asiàtic com a origen de molts dels competidors de les empreses ubicades a Mataró, se citen un **conjunt d'altres països asiàtics** –menys Xina i Índia- (22,2%) –més important entre el 28,6% les empreses del sector químic i el 27,3% del tèxtil de Mataró-.

- Després del continent asiàtic com a primer punt d'origen de molts dels competidors de les empreses ubicades a Mataró, en segon terme, se cita **França** (23,2% en termes generals i arriba al 66,7% en electrònica de consum i serveis, i el 40% entre el material per la construcció), seguit d'**Itàlia** (20,2%, que arriba al 35,7% entre les empreses de màquina-eina), **països de l'Europa de l'est** (17,2% globalment però arriba al 33,3% pel sector del metall i 21,8% respecte el tèxtil) i **Alemanya** (14,1%; sobretot entre el 42,9% de les empreses de màquina eina i el 40,0% de material de construcció).

Gràfic n°22



Entre el 64,9% d'empreses que tenen competidors amb seu a l'estranger	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
DE FORMA PRINCIPAL, DE QUINS PAÏSOS SÓN?	99	55	14	5	7	6	3	2	3	2	0	1	2
Xina	42,4	>60,0	<7,1	20,0	71,4	33,3	0,0	50,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
França	23,2	18,2	28,6	40,0	0,0	0,0	66,7	0,0	66,7	50,0	0	100,0	50,0
Altres països asiàtics (excepte Xina i Índia)	22,2	27,3	21,4	0,0	28,6	16,7	0,0	50,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
Itàlia	20,2	20,0	35,7	20,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	50,0	0	0,0	50,0
Índia	18,2	25,5	0,0	0,0	28,6	33,3	0,0	50,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
Est d'Europa	17,2	21,8	14,3	0,0	0,0	33,3	0,0	50,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
Alemanya	14,1	<3,6	>42,9	40,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0	0	0,0	0,0
Altres països de l'Europa occidental	11,1	9,1	14,3	20,0	0,0	0,0	>66,7	0,0	0,0	0,0	0	>100,0	0,0
Turquia	8,1	12,7	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
EE.UU	8,1	1,8	14,3	0,0	14,3	16,7	33,3	0,0	33,3	0,0	0	0,0	>50,0
Europa (sense especificar)	6,1	1,8	7,1	0,0	14,3	16,7	0,0	0,0	33,3	0,0	0	0,0	>50,0
Altres zones del món	5,1	7,3	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0

Entre el 64,9% d'empreses que tenen competidors amb seu a l'estranger	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
DE FORMA PRINCIPAL, DE QUINS PAÏSOS SÓN?	99	57	42
Xina	42,4	42,1	42,9
França	23,2	24,6	21,4
Altres països asiàtics (excepte Xina i Índia)	22,2	21,1	23,8
Itàlia	20,2	24,6	14,3
Índia	18,2	21,1	14,3
Est d'Europa	17,2	14,0	21,4
Alemanya	14,1	17,5	9,5
Altres països de l'Europa occidental	11,1	8,8	14,3
Turquia	8,1	8,8	7,1
EE.UU	8,1	7,0	9,5
Europa (sense especificar)	6,1	8,8	2,4
Altres zones del món	5,1	5,3	4,8

- ❑ **Entorn competitiu molt agressiu.** La percepció que tenen les empreses de Mataró sobre la forma de fer de les empreses competidores amb seu a l'estranger, òbviament varia segons el país d'origen d'aquesta empresa, però en termes generals, però predominen les negatives en el sentit de considerar-los "molt agressius" (24,7%), amb "preus molt baixos" (13,6%), que "no compleixen les normatives vigents a la UE" (9,1%) i amb "poca qualitat dels seus productes" (3,9%).

Entre les empreses que exporten, s'incrementa la percepció d'agressivitat (28,6%) i que han de lluitar contra preus molt baixos (21,4%).

COM QUALIFICARIA L'ESTIL COMPETITIU DELS SEUS COMPETIDORS INTERNACIONALS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
		154	69	20	11	10	9	7	6	4	3	3	4
Molt agressius	24,7	23,2	30,0	18,2	30,0	33,3	11,1	28,6	50,0	0,0	33,3	0,0	25,0
El mateix estil que el nostre / OK	18,8	15,9	25,0	27,3	10,0	11,1	33,3	14,3	50,0	0,0	0,0	0,0	25,0
No ho sap	16,9	17,4	10,0	9,1	10,0	33,3	11,1	0,0	0,0	50,0	33,3	>66,7	25,0
Preus molt baixos	13,6	>23,2	0,0	18,2	10,0	11,1	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No tenen competència	10,4	2,9	15,0	9,1	20,0	11,1	>33,3	28,6	0,0	>50,0	0,0	0,0	0,0
No compleixen normatives vigents. Comp. deslleial	9,1	13,0	0,0	18,2	10,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0
Més potents financerament	5,8	5,8	15,0	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0
Poca qualitat dels productes	3,9	7,2	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mà d'obra molt barata	1,9	1,4	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

COM QUALIFICARIA L'ESTIL COMPETITIU DELS SEUS COMPETIDORS INTERNACIONALS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
		70	84
Molt agressius	24,7	28,6	21,4
El mateix estil que el nostre / OK	18,8	21,4	16,7
No ho sap	16,9	15,7	17,9
Preus molt baixos	13,6	21,4	7,1
No tenen competència	10,4	2,9	16,7
No compleixen normatives vigents a Espanya / UE. Competència deslleial	9,1	4,3	13,1
Més potents financerament	5,8	5,7	6,0
Poca qualitat dels productes	3,9	7,1	1,2
Mà d'obra molt barata	1,9	2,9	1,2

(Resposta espontània i múltiple)

III.6 Perspectiva evolució dels sectors en els propers 3 anys

“Pensant en els propers 3 anys, com avalua les perspectives de la seva empresa? Per quin motiu?”

- ❑ **Malgrat l'increment de les dificultats en l'entorn competitiu, es registra un nivell acceptable d'optimisme respecte les perspectives de futur de les empreses de Mataró:** el 55,2% de les empreses avaluen les seves perspectives durant els propers tres anys de forma entre “bones i molt bones”, un altre 20,1% considera que les seves perspectives com empresa són “regulars”, i finalment, un altre 20,1% considera que les perspectives són “dolentes o molt dolentes”. O dit d'una altra forma, **el 55,2% de les empreses expressen opinions entre molt i bastant favorables respecte l'evolució de la seva empresa en els propers tres anys, i un altre 40,2% expressa opinions entre “regular” i “dolentes i molt dolentes”.**
- ❑ Les empreses que expressen uns nivells més alts d'optimisme són les relacionades amb el transport i la distribució (el 85,7% considera que les perspectives de l'empresa són entre molt bones i bones), els serveis (77,8%), la construcció de màquina-eina (70,0%) i el material de construcció (63,6%).

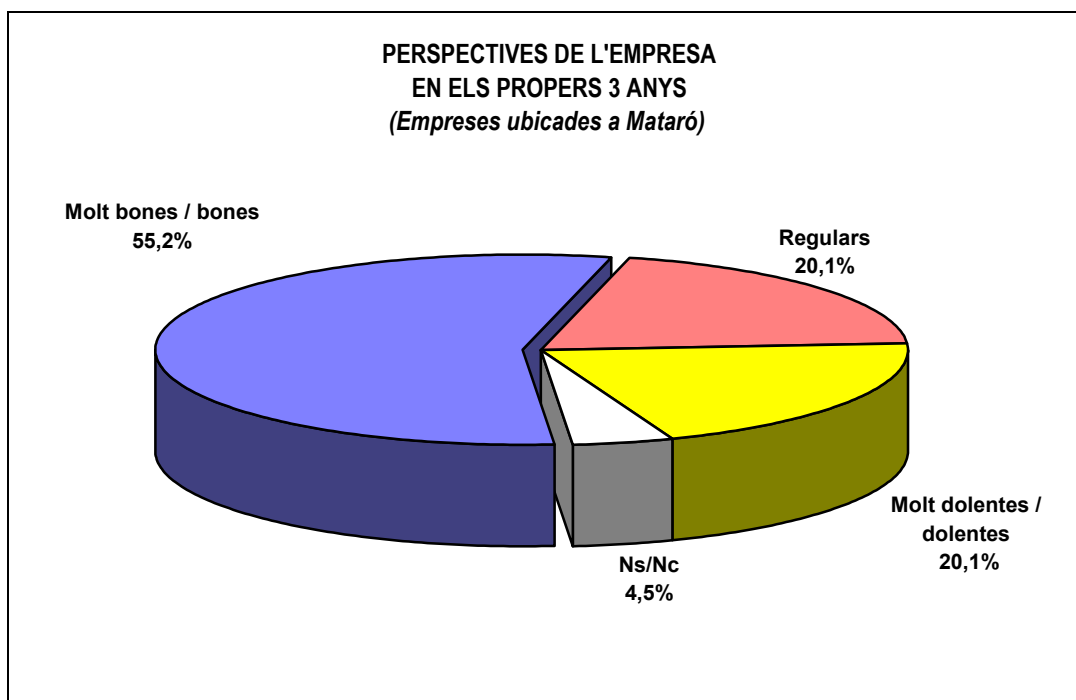
PENSANT EN ELS PROPER 3 ANYS, COM AVALUA LES PERSPECTIVES DE LA SEVA EMPRESA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Molt bones	5,8	2,9	15,0	9,1	0,0	0,0	11,1	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0
Bones	49,4	33,3	55,0	54,5	50,0	77,8	66,7	71,4	100,0	50,0	33,3	66,7	50,0
Regulars	20,1	21,7	20,0	27,3	30,0	22,2	11,1	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	25,0
Dolentes	11,7	18,8	5,0	0,0	0,0	0,0	11,1	14,3	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0
Molt dolentes	8,4	>15,9	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	4,5	7,2	0,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>33,3	0,0

- ❑ En canvi, són les empreses relacionades amb el sector tèxtil les que en major proporció expressen un alt pessimisme respecte les seves perspectives de futur com empresa (el 34,7% considera que les expectatives són entre dolentes i molt dolentes).

- ❑ Incertesa. Un 30,0% de les empreses del sector químic i un 27,3% del sector de material per la construcció expressen nivells de confiança en el futur de la seva empresa de forma “regular” (entre les empreses de material per la construcció hi ha dues polaritats, les que expressen un alt nivell d’expectatives respecte el futur i els que es posicionen en termes de major incertesa).
- ❑ El fet que l’empresa exporti o no exporti no és una variable rellevant per avaluar les perspectives de futur, la clau està en el sector d’activitat on està ubicada l’empresa.

PENSANT EN ELS PROPERS 3 ANYS, COM AVALUA LES PERSPECTIVES DE LA SEVA EMPRESA?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Molt bones	5,8	7,1	4,8
Bones	49,4	50,0	48,8
Regulars	20,1	17,1	22,6
Dolentes	11,7	14,3	9,5
Molt dolentes	8,4	5,7	10,7
Ns/Nc	4,5	5,7	3,6

Gràfic nº23



- ❑ **Pro-activitat en un sector en expansió.** Entre el 55,2% de les empreses que expressen opinions optimistes sobre les seves perspectives en els propers anys, hi ha dos grups d'opinions per sustentar aquesta opinió, que són:

1. **Pro-activitat per adaptar-se i anticipar-se als canvis.** En primer terme es destaca la suma de diferents accions, totes elles encaminades a guanyar una millor posició en el mercat: "reorganització de l'empresa per adaptar-se als canvis" (20,0% en termes però molt més citat pel 60,0% de les empreses del sector químic i el 40,0% del sector tèxtil); "tenir un producte molt bo, competitiu" (15,3%); "obrir nous canals de comercialització i venda" (12,9%), i finalment, realitzar accions per "segmentar millor la cartera de clients per aconseguir una millor especialització i guanyar valor afegit" (8,2%, i s'arriba al 28,6% entre les empreses del sector del metall i el 21,4% entre el sector de la màquina eina).
2. **Estar en un mercat en expansió** (43,5%), això ho citen més les empreses de serveis (85,7%), del sector químic (71,4%) i de l'electrònica de consum (66,7%).

Entre el 55,2% de les empreses amb altes expectatives sectorials positives	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PER QUINS MOTIUS POSITIUS?	85	25	14	7	5	7	7	6	6	2	1	2	3
És un mercat en expansió	43,5	<16,0	42,9	71,4	20,0	42,9	85,7	50,0	66,7	100,0	0,0	50,0	66,7
S'han reorganitzat per adaptar-se als canvis del mercat	20,0	>40,0	7,1	14,3	>60,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0
Producte molt bo	15,3	24,0	7,1	14,3	20,0	14,3	14,3	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Obren nous canals de venda / comercialització	12,9	16,0	21,4	0,0	0,0	14,3	0,0	16,7	0,0	0,0	>100,0	0,0	33,3
Han canviat de tipus de clients / millor segmentació / especialització	8,2	4,0	21,4	0,0	0,0	28,6	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

Entre el 55,2% de les empreses amb altes expectatives sectorials positives	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
PER QUINS MOTIUS POSITIUS?	85	41	44
És un mercat en expansió	43,5	39,0	47,7
S'han reorganitzat per adaptar-se als canvis del mercat	20,0	26,8	13,6
Producte molt bo	15,3	7,3	22,7
Obren nous canals de venda / comercialització	12,9	14,6	11,4
Han canviat de tipus de clients / millor segmentació / especialització	8,2	12,2	4,5

(Resposta espontània i múltiple)

- ☐ **Re-organització i segmentació eficient.** Entre el 57,1% de les empreses que exporten i que avaluen positivament les seves perspectives de futur, pesa relativament menys la sensació d'estar en un mercat en expansió (39,0%), i en canvi, pugen les respostes entorn a "haver-se reorganitzat per adaptar-se millor als canvis del mercat" (26,8%) i "segmentar millor la cartera de clients" (12,2%).
- ☐ **Incertesa. Canvis estructurals en la demanda i en costos.** Entre el 40,2% de les empreses que expressen opinions negatives o simplement "regulars" sobre les seves perspectives en els propers anys, bàsicament fonamenten aquestes opinions per la combinació entre "incertesa sobre com evolucionarà el sector" (28,3%) i constatació que ha disminuït la demanda perquè el seu client final perd pes o desapareix per canvis estructurals (26,7%). En segon terme, se situa la percepció sobre les "estratègies agressives de la competència" (18,3%), perquè, no es pot competir en preu davant els productes procedents del mercat asiàtic (16,7%), perquè els costos estructurals que tenen les empreses locals són massa alts (10,0%).

40,2% d'empreses amb expectatives regulars i dolentes	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PER QUINS MOTIUS NEGATIUS	60	37	6	3	4	2	2	1	0	2	2	0	1
Gran incertesa sobre l'evolució del sector	28,3	27,0	16,7	33,3	25,0	0,0	50,0	0,0	0	50,0	50,0	0	100,0
Menys demanda: el client directe perd pes / desapareix	26,7	29,7	33,3	33,3	25,0	0,0	0,0	100,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Competència molt agressiva	18,3	18,9	33,3	0,0	25,0	0,0	50,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Baixos preus en productes del mercat asiàtic	16,7	18,9	16,7	33,3	0,0	50,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Massa costos estructurals	10,0	5,4	0,0	0,0	25,0	50,0	0,0	0,0	0	50,0	50,0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

40,2% d'empreses amb expectatives regulars i dolentes	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
PER QUINS MOTIUS NEGATIUS	60	24	36
Gran incertesa sobre l'evolució del sector	28,3	16,7	36,1
Menys demanda: el client directe perd pes / desapareix	26,7	29,2	25,0
Competència molt agressiva	18,3	20,8	16,7
Baixos preus en els productes procedents del mercat asiàtic	16,7	20,8	13,9
Massa costos estructurals	10,0	12,5	8,3

(Resposta espontània i múltiple)

IV. Internacionalització actual de les empreses de Mataró

IV. Internacionalització actual empreses de Mataró

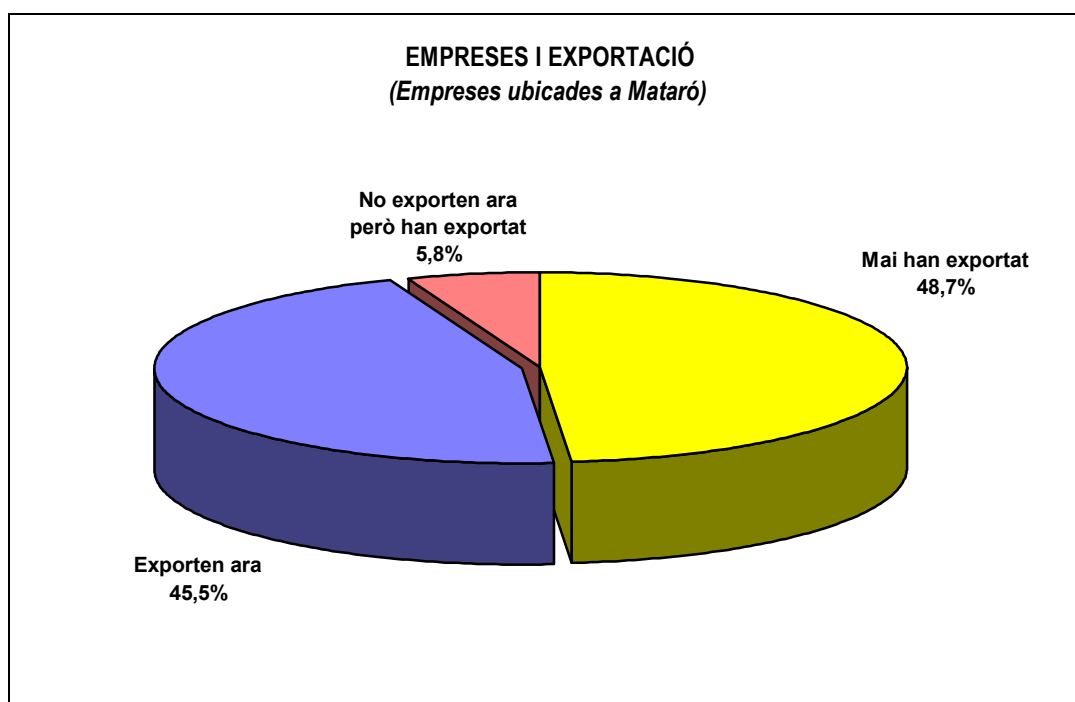
IV.1 Empresa i exportació

- ❑ **Divisió d'opinions.** El 51,3% de les empreses de Mataró en algun moment han exportat, concretament, un 45,5% actualment exporten, un altre 5,8% ho ha fet en un passat, i finalment, un altre 48,7% mai han exportat.

Entre les empreses ubicades a Mataró, els majors nivells d'exportació es registren entre les empreses del sector químic (70,0%), el metall (66,7%) i el tèxtil (53,6%). En canvi, es dona una menor presència internacional entre les empreses d'alimentació (100,0%), el serveis (88,9%), l'electrònica de consum (83,3%), el material de la construcció (72,7%) i el transport i la distribució (71,4%).

EMPRESSES I EXPORTACIÓ	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Exporten ara	45,5	53,6	60,0	27,3	70,0	66,7	<0,0	28,6	16,7	50,0	0,0	0,0	25,0
No exporten ara però ha exportat	5,8	8,7	0,0	0,0	10,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0
Mai han exportat	48,7	37,7	40,0	72,7	20,0	33,3	88,9	71,4	83,3	50,0	100,0	100,0	50,0

Gràfic nº24



IV.2 Possibilitat d'internacionalització activitat econòmica

“Respecte les possibilitats d'internacionalització de la seva empresa, pensant en els propers tres anys, com avalua les perspectives de la seva empresa? // Per quin motiu?”

- ☐ Tres de cada quatre empreses de Mataró consideren que tenen bones o molts bones possibilitats d'estar presents en mercats internacionals a curt termini (31,2%), un altre 10,4% considera que les possibilitats d'internacionalització són “regulars”.

En canvi, un altre 33,1% de las empreses considera que les seves possibilitats d'internacionalització a curt termini són escasses, o bé, en un 25,3% de les ocasions ni s'ho han plantejat.

- ☐ Per sectors d'activitat, entre les empreses ubicades a Mataró, allí on hi ha un **major potencial i predisposició per exportar** és entre les **empreses del metall** (55,6%) i el **sector químic** i de la **màquina-eina** (40,0% respectivament); es situen entorn la mitjana, les empreses del tèxtil (33,3%), i en la resta de sectors, es registra menor predisposició relativa a exportar a curt termini: empreses relacionades amb l'alimentació, el paper i les arts gràfiques, els serveis, el material per la construcció, el vidre i la ceràmica, l'electrònica de consum i el transport i la distribució.

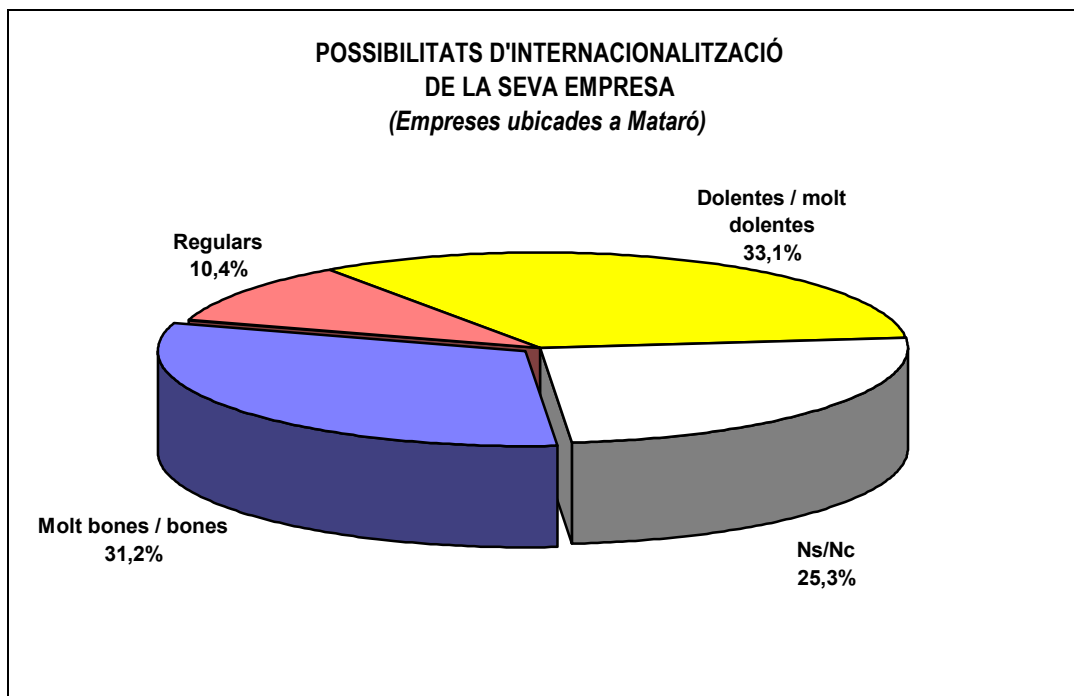
POSSIBILITATS D'INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA, EN ELS PROPER 3 ANYS	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Molt bones	5,2	4,3	15,0	0,0	>20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bones	26,0	29,0	25,0	18,2	20,0	55,6	0,0	28,6	33,3	25,0	0,0	0,0	25,0
Regulars	10,4	13,0	5,0	9,1	30,0	11,1	0,0	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dolentes	18,8	23,2	30,0	0,0	0,0	11,1	11,1	28,6	0,0	25,0	0,0	33,3	25,0
Molt dolentes	14,3	15,9	10,0	9,1	10,0	11,1	33,3	0,0	33,3	25,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	25,3	14,5	15,0	>63,6	20,0	11,1	55,6	14,3	33,3	25,0	>100,0	66,7	50,0

- ☐ Entre el 45,5% de les empreses que actualment exporten, en el 60,0% dels casos consideren que les seves perspectives per seguir exportant a curt i mig termini són **altes**, un 17,1% considera que les possibilitats de seguir el procés d'internacionalització són “regulars”, i finalment, un altre 17,1% d'aquestes empreses creu que tindrà problemes.

- Entre el 54,5% de les empreses que actualment no exporten, hi ha un 7,2% de casos que consideren que en els propers 3 anys tenen altes possibilitats d'estar presents en mercats internacionals, i un altre 4,8% valora aquestes possibilitats com a "regulars".

POSSIBILITATS D'INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA, EN ELS PROPER 3 ANYS	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Molt bones	5,2	10,0	1,2
Bones	26,0	>50,0	<6,0
Regulars	10,4	17,1	4,8
Dolentes	18,8	10,0	26,2
Molt dolentes	14,3	7,1	20,2
Ns/Nc	25,3	<5,7	>41,7

Gràfic n°25



- ❑ **Mercats en expansió, saturació del mercat interior i canvi d'imatge.** Entre el 31,2% d'empreses que consideren que tenen altes probabilitats d'internacionalitzar la seva activitat en els propers anys, i una part del 10,4% que les avalua com a "regular", els motius per justificar aquesta opinió és que "ja exporten i cada vegada tenen més demanda" (34,5%); "estan en un mercat encara en creixement" (21,8%), o bé, "estan entrant en nous mercats emergents" (16,4%).
- ✓ Una segona línia argumental, es troba en aquell grup d'empreses en que la motivació no rau tant en aprofitar una conjuntura i un entorn favorable, sinó tot el contrari, empreses que troben que el mercat nacional està saturat i han d'optar per buscar nous mercats exteriors (14,5%).
 - ✓ I finalment, apareix un grup d'empreses que troben que optar per estar presents en mercats internacionals implica un canvi d'imatge positiu (12,7%).

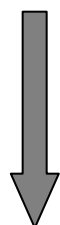
MOTIUS POSITIVS PER AVALUAR LES BONES PERSPECTIVES	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	55	28	8	3	4	5	0	3	2	1	0	0	1
Ja exporten i cada vegada tenen més demanda externa	34,5	39,3	0,0	0,0	50,0	40,0	0	66,7	50,0	100,0	0	0	0,0
És un mercat en expansió	21,8	7,1	50,0	66,7	0,0	60,0	0	33,3	0,0	0,0	0	0	0,0
Estan trobant mercats emergents (més fàcils)	16,4	28,6	12,5	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
El mercat nacional està saturat, ha de sortir fora per força	14,5	17,9	12,5	33,3	25,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
S'han organitzat per poder-ho fer / canvi d'imatge	12,7	7,1	25,0	0,0	25,0	0,0	0	0,0	50,0	0,0	0	0	>100,0

(Resposta espontània i múltiple)

MOTIUS POSITIVS PER AVALUAR LES BONES PERSPECTIVES PER QUINS MOTIUS POSITIVS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
Ja exporten i cada vegada tenen més demanda externa	34,5	38,3	12,5
És un mercat en expansió	21,8	19,1	37,5
Estan trobant mercats emergents (més fàcils)	16,4	17,0	12,5
El mercat nacional està saturat, ha de sortir fora per força	14,5	14,9	12,5
S'han organitzat per poder-ho fer / canvi d'imatge	12,7	10,6	25,0

(Resposta espontània i múltiple)

- Entre el 33,1% d'empreses que consideren que tenen baixes probabilitats d'internacionalitzar la seva activitat en els propers anys, i una part del 10,4% que les avalua com a "regular", els motius per tenir aquesta opinió van en cinc direccions:



1. El **producte i/o servei no és exportable** (38,3%).
2. **Dimensió de l'empresa**: l'empresa és massa petita (31,7%), hi ha la percepció que la dimensió de l'empresa no és adequada actuar en un entorn internacional controlat per empreses propietàries de grans marques.
3. **Mercat madur i copat**: percepció d'actuar sobre un mercat europeu molt saturat (13,3%).
4. **Competència deslleial de les normatives dels països asiàtics**. (11,7%).
5. **No existència d'un suport institucional**, o bé, l'empresa catalana no té autonomia per decidir sobre política de comercialització (5,0% respectivament).

MOTIUS NEGATIUS PER AVALUAR LES BONES PERSPECTIVES	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq- eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen- tació	Arts graf.	Altres
	60	31	9	1	4	3	4	3	2	2	0	1	1
El producte / servei no és exportable	38,3	22,6	33,3	100,0	0,0	66,7	>100,0	66,7	100,0	0,0	0	100,0	100,0
L'empresa és massa petita / no poden competir contra les grans marques	31,7	>51,6	22,2	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
Hi ha molta competència europea	13,3	9,7	22,2	0,0	25,0	0,0	0,0	33,3	0,0	50,0	0	0,0	0,0
No poden competir amb els països asiàtics (preus)	11,7	16,1	11,1	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
No tenen suports institucionals	5,0	6,5	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0
L'empresa catalana depèn d'una altra i no tenen llibertat d'acció	5,0	0,0	0,0	0,0	25,0	>33,3	0,0	0,0	0,0	>50,0	0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

MOTIUS NEGATIUS PER AVALUAR LES BONES PERSPECTIVES	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	60	19	41
El producte / servei no és exportable	38,3	<5,3	53,7
L'empresa és massa petita / no poden competir contra les grans marques	31,7	31,6	31,7
Hi ha molta competència europea	13,3	>31,6	4,9
No poden competir amb els països asiàtics (preus)	11,7	15,8	9,8
No tenen suports institucionals	5,0	10,5	2,4
L'empresa catalana depèn d'una altra i no tenen llibertat d'acció	5,0	10,5	2,4

(Resposta espontània i múltiple)

IV.3 Responsable de la decisió d'exportar

"Qui ha pres / hauria de prendre la decisió d'exportar?"

- ☐ **Gerència i expansió a remolc dels clients.** Entre les empreses que exporten, després del gerent (45,7%), ha estat el "director gerent" (14,3%), i en tercer terme, han pres la decisió d'exportar perquè els propis clients els hi ho han facilitat (11,4%).

QUI HA PRES / HAURIA DE PRENDRE LA DECISIÓ D'EXPORTAR?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Si	No
	154	70	84
Gerent	47,4	45,7	48,8
Director general	7,8	14,3	2,4
Propietari	7,1	7,1	7,1
Clients / Mercats	6,5	11,4	2,4
Administrador gerent	5,8	4,3	7,1
Socis fundadors	4,5	5,7	3,6
Consell administratiu / administradors	4,5	7,1	2,4
Departament comercial	0,6	1,4	0,0
Ns/Nc	15,6	<4,3	>25,0

QUI HA PRES / HAURIA DE PRENDRE LA DECISIÓ D'EXPORTAR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq- eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen- tació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Gerent	47,4	52,2	40,0	45,5	20,0	33,3	55,6	42,9	50,0	50,0	66,7	66,7	50,0
Director general	7,8	8,7	20,0	0,0	10,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Propietari	7,1	7,2	10,0	9,1	0,0	11,1	0,0	0,0	16,7	25,0	0,0	0,0	0,0
Clients / Mercats	6,5	2,9	0,0	18,2	>30,0	11,1	0,0	>42,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Administrador gerent	5,8	8,7	5,0	9,1	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Socis fundadors	4,5	2,9	>15,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Consell administratiu / administradors	4,5	4,3	0,0	0,0	>20,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	25,0
Departament comercial	0,6	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	15,6	11,6	10,0	18,2	10,0	33,3	33,3	14,3	0,0	25,0	33,3	33,3	25,0

IV.4 Frens a la internacionalització

“Què creu que frena actualment la possible internacionalització de la seva empresa?”

- ☐ Entre el 54,5% de les empreses de Mataró que actualment no exporten, els motius per no fer-ho actualment, són de tres tipus, que s'ordenen de la següent manera:
- ✓ **Problemes estructurals i de capacitat de l'empresa**, expressat com “no poden exportar” (22,6%), “tenen problemes de logística i infraestructura” (11,9%), “no tenen preus competitiu” (7,1%), “impossibilitat de competir a l'estranger” i “no tenen suficient producció pròpia” (4,8% respectivament).
 - ✓ **Decisió estratègica de l'empresa**: han decidit que ara “no volen exportar” (19,0%), “tenen altres prioritats” (14,3%), “han tingut experiències negatives” o bé primer volen “consolidar l'empresa en el mercat nacional” (1,2% respectivament).
 - ✓ **Estan en procés d'internacionalització**: encara “no han trobat el mercat adequat” però l'estan buscant (9,5%), “només falta decidir per on començar” (1,2%).

QUÈ FRENA ACTUALMENT LA POSSIBLE INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	84	32	8	8	3	3	9	5	5	2	3	3	3
No poden exportar	22,6	9,4	12,5	37,5	0,0	33,3	>66,7	0,0	20,0	>100,0	0,0	0,0	66,7
No volen exportar	19,0	9,4	>50,0	12,5	66,7	0,0	0,0	40,0	20,0	0,0	66,7	0,0	33,3
Tenen altres mercats prioritaris	14,3	18,8	12,5	12,5	0,0	0,0	11,1	40,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0
Temes de logística / infraestructura	11,9	12,5	0,0	0,0	33,3	33,3	11,1	0,0	20,0	0,0	33,3	33,3	0,0
No troben el mercat / client adequat	9,5	18,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	33,3	0,0	0,0
No té preus competitiu	7,1	9,4	12,5	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0
Impossibilitat de competir en l'estranger	4,8	9,4	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Producció pròpia insuficient	4,8	3,1	0,0	>25,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Experiències negatives	1,2	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Primer, consolidació de l'empresa en el mercat nacional	1,2	0,0	0,0	>12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Només falta decidir per on començar	1,2	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ja estan en procés de fer-ho	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>20,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	3,6	6,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

IV.5 Perfil de les empreses que exporten

IV.5.1 Any inici exportacions

“Quin any va començar a exportar?”

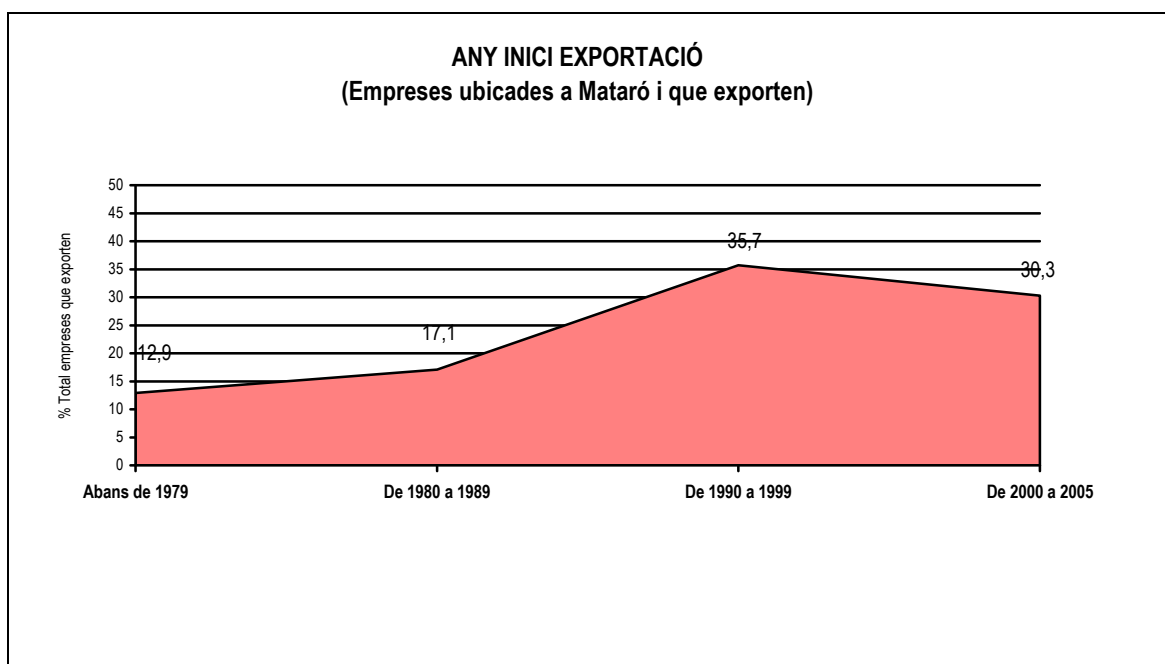
- ☐ La internacionalització de l'economia de Mataró s'accelera a partir de l'any 1990: dos de cada tres empreses que exporten hi fan des de l'any 1990.

Període 1990-1999 (35,7%), essent en aquest cas les empreses de construcció de màquina-eina les que en major proporció varen iniciar les exportacions (50,0%), i en segon terme se situa el 30,0% de les empreses que varen començar a exportar a partir de l'any 2000, i en aquest cas, no es registren diferències per sectors d'activitat.

Les empreses amb més anys de presència en mercats internacionals són les del sector tèxtil, seguides de les químiques.

ANY INICI EXPORTACIÓ	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Abans de 1979	12,9	13,5	8,3	0,0	14,3	0,0	0	50,0	0,0	50,0	0	0	0,0
De 1980 a 1989	17,1	21,6	8,3	33,3	14,3	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
De 1990 a 1999	35,7	32,4	50,0	33,3	28,6	33,3	0	0,0	100,0	0,0	0	0	100,0
De 2000 a 2005	30,0	29,7	33,3	33,3	28,6	33,3	0	50,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Ns/Nc	4,3	2,7	0,0	0,0	14,3	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

Gràfic nº26



IV.5.2 Presència estable a l'exterior

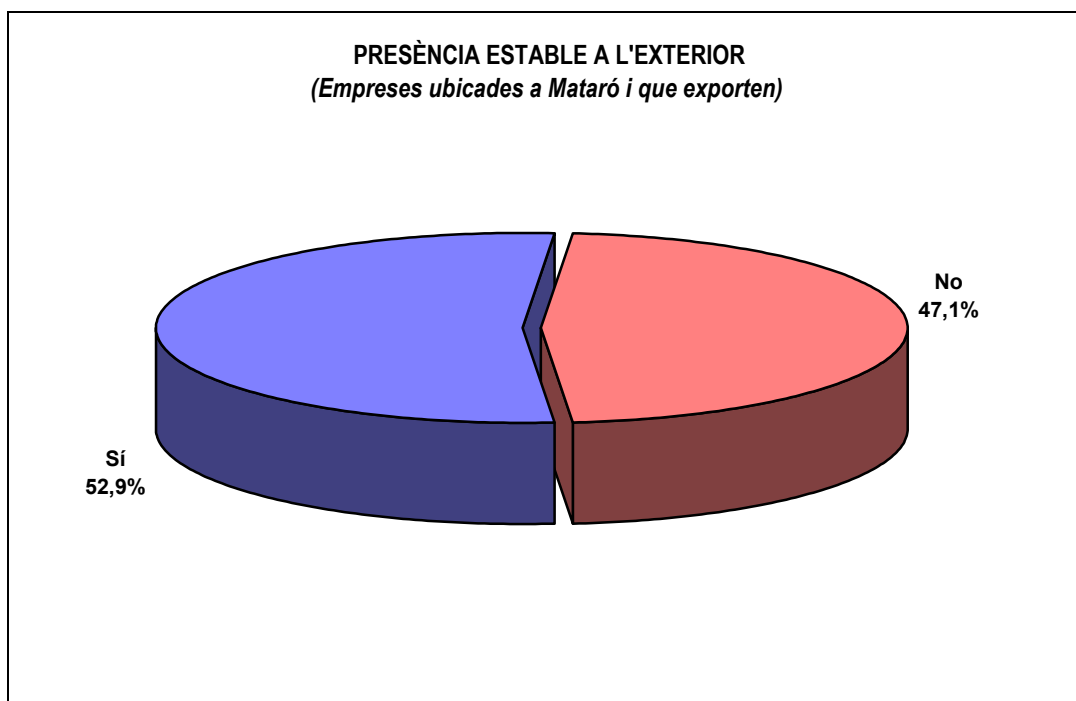
"Considera que tenen una presència estable a l'exterior?"

- ☐ Poc més de la meitat de les empreses que exporten (52,9%) consideren que la seva presència exterior és estable i està consolidada. O dit d'una altra forma, el 47,1% de les empreses de Mataró que exporten, consideren que no tenen una presència estable en el mercat exterior. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, **només el 24,0% tenen una presència estable a l'estranger**.

Es dona una major fortalesa de la presència exterior (més estable) entre les empreses del metall (66,7%) i de la màquina-eina (58,3%). I per contra, es registra una menor estabilitat en la presència exterior entre les empreses del transport i la distribució, i de material per la construcció (100,0%), i també, major feblesa entre el sector químic (57,1%).

CONSIDERA QUE LA SEVA EMPRESA TÉ UNA PRESENCIA ESTABLE A L'EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	52,9	56,8	58,3	0,0	42,9	66,7	0	0,0	0,0	50,0	0	0	100,0
No	47,1	43,2	41,7	100,0	57,1	33,3	0	100,0	100,0	50,0	0	0	0,0

Gràfic nº27



IV.5.3 Instal·lacions productives a l'exterior

"Tenen actualment instal·lacions productives a l'exterior?"

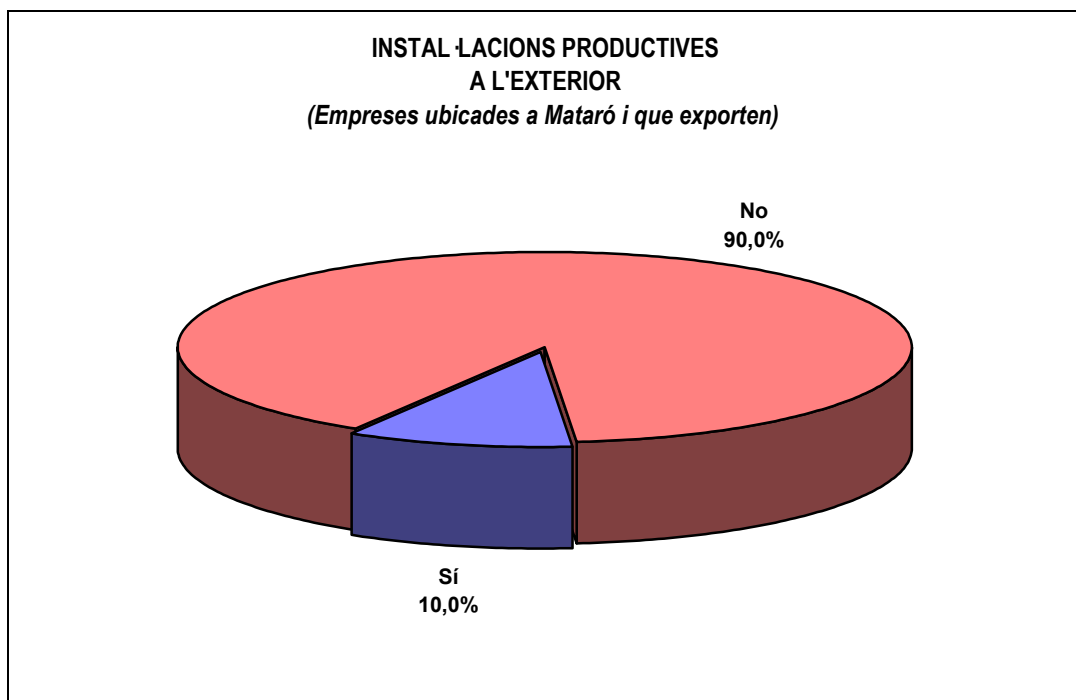
☐ Poques empreses de Mataró tenen instal·lacions industrials fora de l'Estat espanyol.

Només el 10,0% de les empreses de Mataró que tenen presència en els mercats internacionals tenen instal·lacions productives a l'estranger. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, **només el 4,5% tenen instal·lacions productives a l'estranger.**

Es dona una relativa major presència d'instal·lacions productives a l'estranger entre les empreses del sector del metall (33,3%).

% Verticals amb marca Jhi²	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
TENEN ACTUALMENT INSTAL·LACIONS PRODUCTIVES A L'EXTERIOR?	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	10,0	5,4	0,0	0,0	14,3	33,3	0	0,0	>100,0	50,0	0	0	0,0
No	90,0	94,6	100,0	100,0	85,7	66,7	0	100,0	0,0	50,0	0	0	100,0

Gràfic nº28



IV.5.4 Instal·lacions comercials a l'exterior

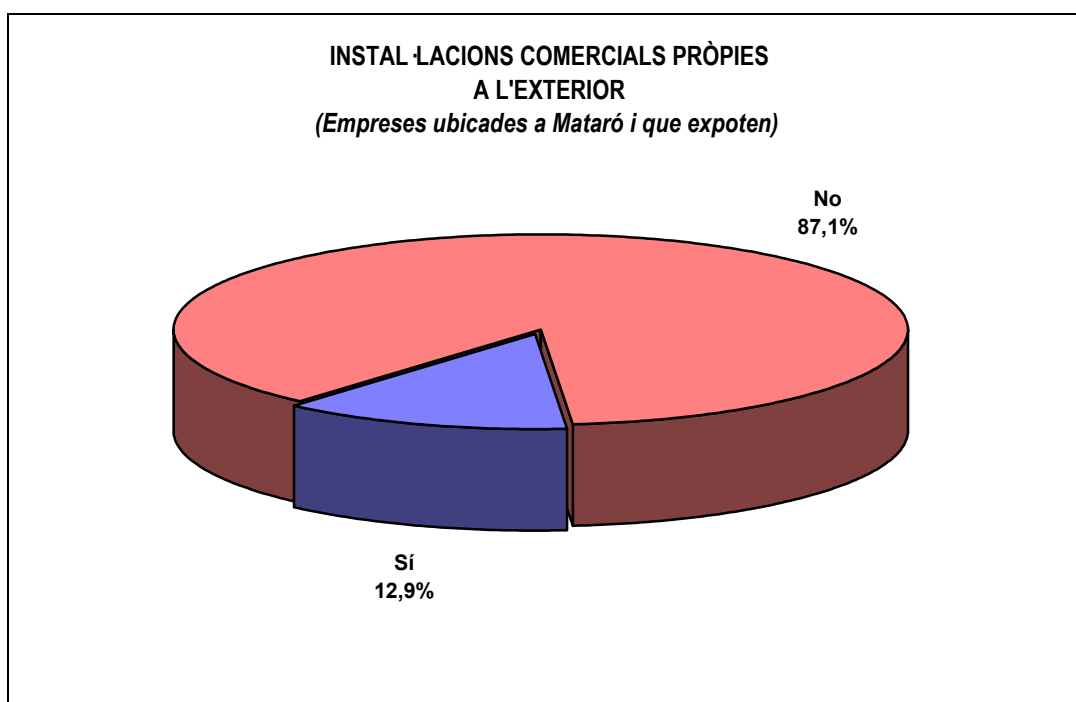
"Tenen actualment instal·lacions comercials pròpies a l'exterior?"

- ❑ **També, poques empreses de Mataró tenen instal·lacions comercials fora de l'Estat espanyol.** Només el 12,9% de les empreses de Mataró que tenen presència en els mercats internacionals tenen instal·lacions comercials pròpies a l'estranger. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, **només el 5,86% tenen instal·lacions comercials pròpies a l'estranger.**

Es dona una relativa major presència d'instal·lacions comercials pròpies a l'estranger entre les empreses del sector del metall (50,0%) i de la construcció de màquina-eina (25,0%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
TENEN ACTUALMENT INSTAL·LACIONS COMERCIALS PRÒPIES A L'EXTERIOR?	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Si	12,9	2,7	25,0	0,0	14,3	>50,0	0	0,0	0,0	50,0	0	0	0,0
No	87,1	97,3	75,0	100,0	85,7	50,0	0	100,0	100,0	50,0	0	0	100,0

Gràfic nº29



IV.5.5 Posicionament com empresa

“Quin considera que és el posicionament de l'empresa a l'exterior?”

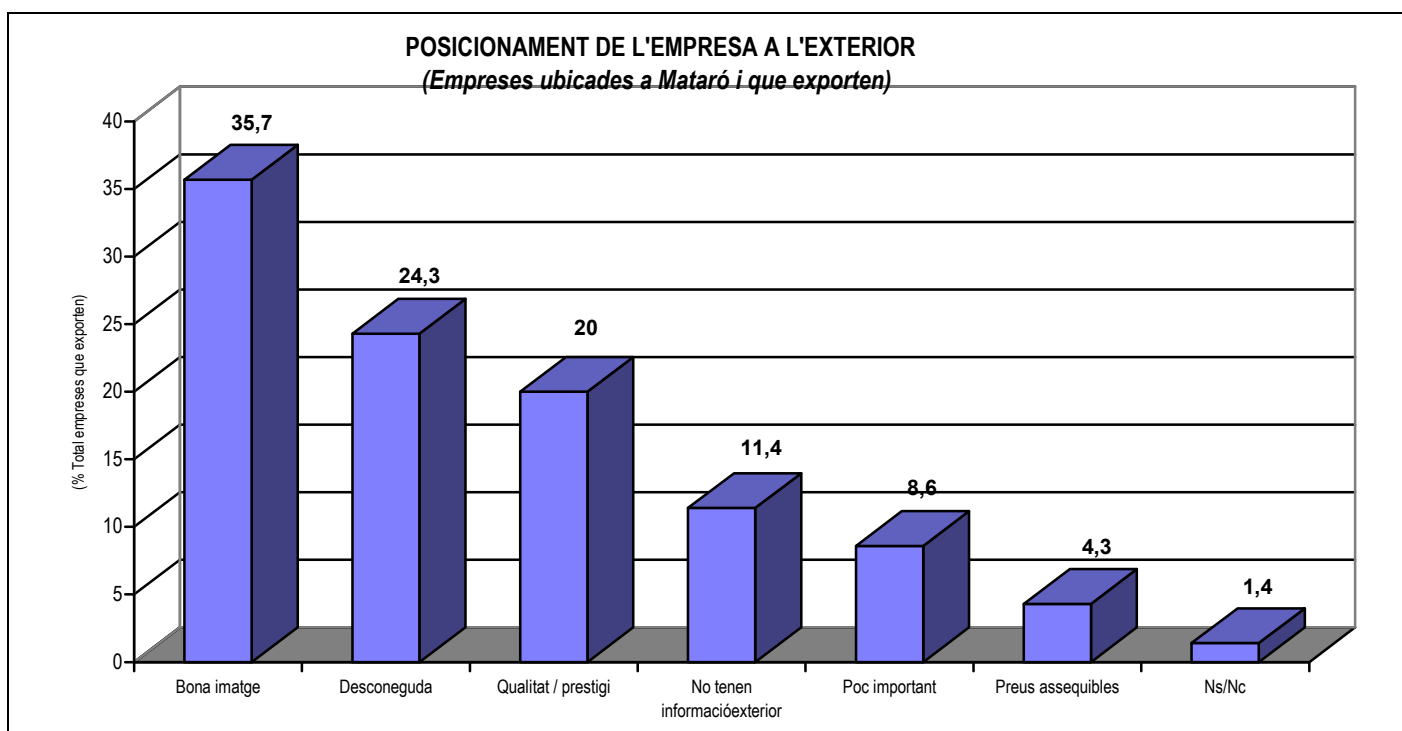
- ❑ **Entre la bona imatge i el desconeixement.** Entre les empreses de Mataró amb presència internacional, quan han d'avaluar el seu posicionament a nivell exterior, hi ha una dualitat d'opinions: (1) **Qualitat – prestigi**, o bé, (2) **Desconeguts – poc rellevants**.

La percepció que tenen les empreses de sí mateixes en termes de com els veuen a nivell internacional, denota una barreja de “bon producte / servei i creació de valor”, però també, “inseguretat i feblesa estructural”, dimensió reduïda, desconeixement, poc importants.

POSICIONAMENT DE L'EMPRESA A L'EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Empresa amb bona imatge	35,7	<16,2	50,0	33,3	42,9	83,3	0	100,0	100,0	50,0	0	0	0,0
Empresa desconeguda	24,3	35,1	25,0	0,0	14,3	0,0	0	0,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Empresa de qualitat / prestigi	20,0	24,3	16,7	0,0	42,9	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
No tenen informació exterior	11,4	13,5	0,0	33,3	14,3	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Empresa poc important	8,6	8,1	8,3	33,3	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Empresa a preus assequibles	4,3	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Ns/Nc	1,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

Gràfic nº30



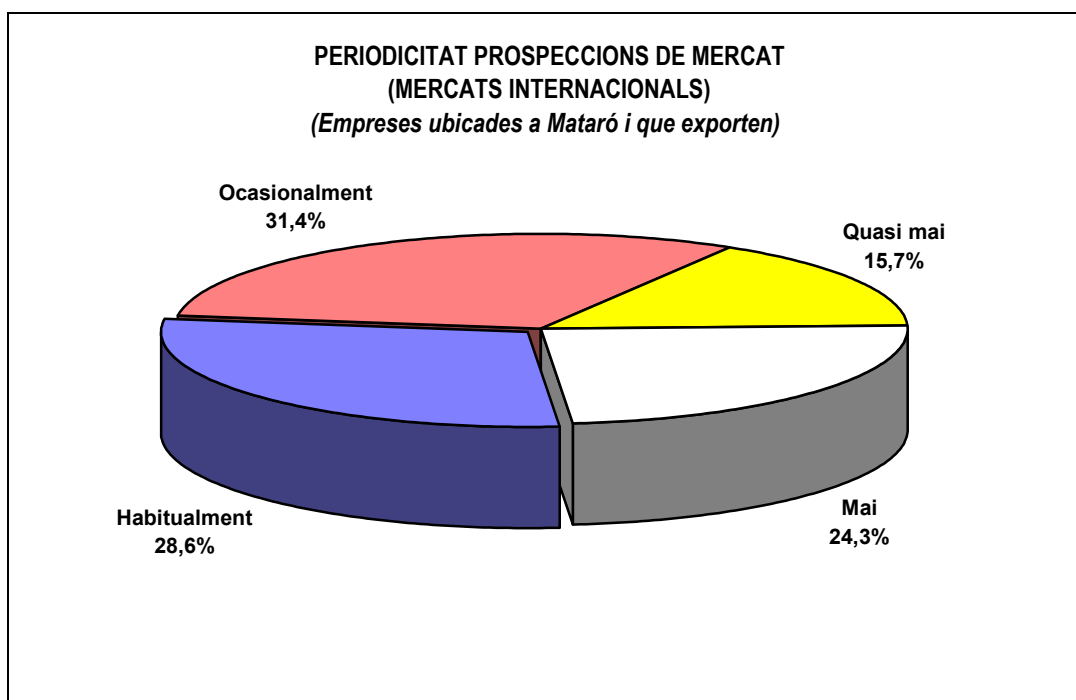
IV.5.6 Periodicitat prospecció mercats internacionals

“Amb quina periodicitat realitzen prospeccions de mercats en relació als mercats internacionals?”

- ❑ **Escassa prospecció de mercats: no és una pràctica encara majoritària.** Només el 28,6% de les empreses de Mataró amb presència internacional habitualment realitzen prospeccions de mercats (aquesta proporció augmenta entre les empreses del sector del metall i el químic). I un altre 31,4% de les empreses que exporten, de forma ocasional també reconeixen de fan alguna prospecció (més en els sectors del metall i la màquina-eina), és a dir, **entre les empreses de Mataró amb presència en mercats internacionals, el 60,0% de forma ocasional o habitual fan prospeccions de mercat.**

PERIODICITAT DE LES PROSPECCIONS DE MERCATS EN RELACIÓ ALS MERCATS INTERNACIONALS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Habitualment	28,6	27,0	16,7	0,0	42,9	50,0	0	0,0	0,0	50,0	0	0	100,0
Ocasionalment	31,4	32,4	41,7	33,3	14,3	50,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Quasi mai	15,7	13,5	25,0	33,3	0,0	0,0	0	0,0	>100,0	50,0	0	0	0,0
Mai	24,3	27,0	16,7	33,3	42,9	0,0	0	>100,0	0,0	0,0	0	0	0,0

Gràfic nº31



IV.5.6a Selecció de mercats

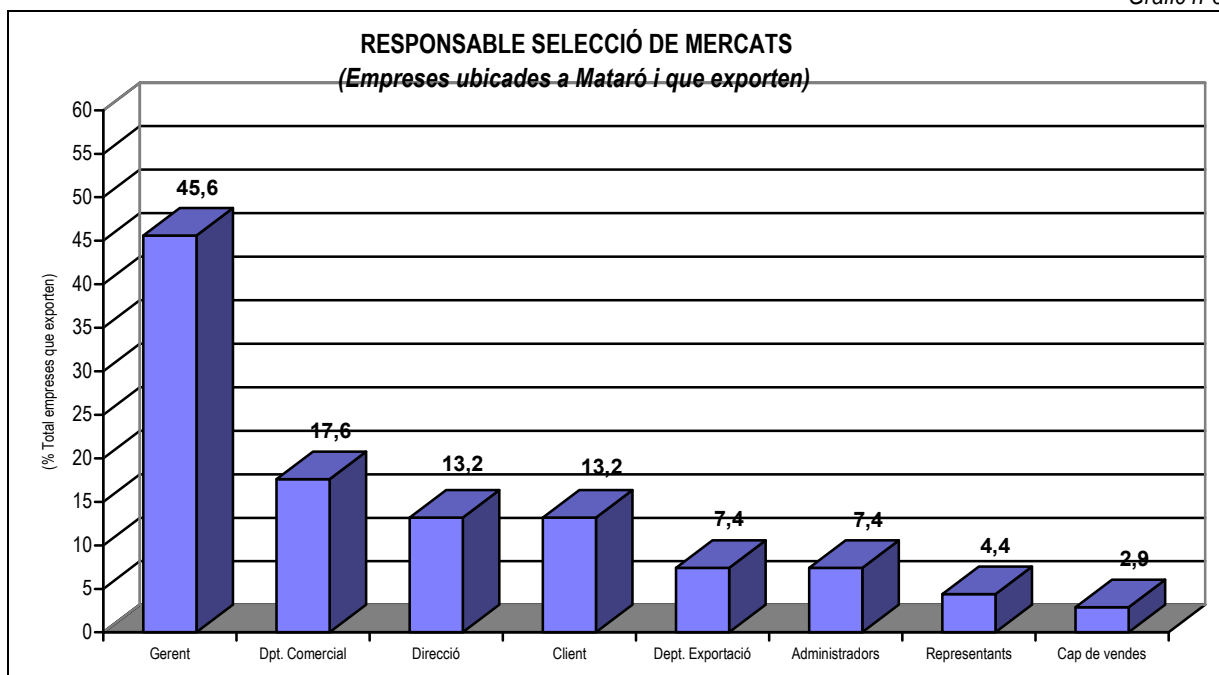
“Normalment, qui fa la selecció dels mercats on es vol intervenir?”

- ☐ **El gerent decideix.** De forma molt majoritària, és la figura del gerent (45,6%) el càrrec de l'empresa que decideix la selecció dels mercats on de forma estratègica es vol intervenir (gerència i en general la “direcció” –13,2%-). **El mercat exterior és més una qüestió d'estratègia d'empresa que no estrictament una decisió comercial.** El departament comercial només decideix el mercat exterior a intervenir en un 17,6% de les empreses (i en un 7,4% ho fa el departament d'exportació).

NORMALMENT, QUI FA LA SELECCIÓ DELS MERCATS ON ES VOL INTERVENIR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	68	36	12	3	7	6	0	2	1	1	0	0	1
Gerent	45,6	44,4	66,7	66,7	14,3	50,0	0	0,0	0,0	100,0	0	0	0,0
Departament comercial	17,6	25,0	16,7	0,0	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Direcció	13,2	11,1	8,3	0,0	14,3	>50,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Client	13,2	8,3	8,3	33,3	28,6	0,0	0	>100,0	>100,0	0,0	0	0	0,0
Departament d'exportació	7,4	11,1	8,3	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Consell administratiu / administradors	7,4	5,6	0,0	0,0	>28,6	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Representants	4,4	5,6	8,3	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Cap de vendes	2,9	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

Gràfic nº32



IV.5.6b Fonts d'informació utilitzades

"Fonts d'informació habituals per determinar els nous mercats internacionals"

- ☐ **Pluralitat de fons d'informació per decidir els nous mercats internacionals: en primer lloc el contacte continuat amb els clients, la pròpia xarxa comercial, i només de forma menys rellevant, la informació facilitada per institucions oficials.**
- ☐ **Fonts primàries internes.** En un primer nivell d'importància relativa, fins ara, entre les empreses de Mataró que exporten, ha estat la informació facilitada pels propis clients la principal font d'informació per determinar l'interès per decidir sobre nous mercats (18,6%), seguit en segon lloc, de la informació facilitada per la xarxa de representants de l'empresa (15,7%), l'experiència durant anys d'estar en el mercat (14,3%).
- ☐ **Fonts secundàries externes.** En un segon ordre d'importància relativa, les empreses de Mataró que en algun moment han hagut de decidir entrar o no en un mercat internacional, s'ha emprat la informació facilitada per diferents institucions (10,0% Cambra de Comerç i assistència a Fires –respectivament–; 7,1% informació facilitada per gremis i associacions sectorials; 5,7% informació facilitada per l'ICEX; un 2,9% per revistes i/o webs especialitzades i un 1,4% pel COPCA). Les fonts primàries externes (estudis de mercat) fins ara han tingut un rol decisorí molt menor (5,7%).

FONTS D'INFORMACIÓ PER FIXAR NOUS MERCATS	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Clients	18,6	27,0	8,3	33,3	14,3	0,0	0	0,0	0,0	50,0	0	0	0,0
Xarxa de representants	15,7	21,6	16,7	0,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Experiència pròpia	14,3	10,8	33,3	0,0	0,0	0,0	0	0,0	>100,0	0,0	0	0	>100,0
Cambra de comerç	10,0	13,5	0,0	33,3	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Fires	10,0	5,4	25,0	0,0	28,6	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Associacions / gremis	7,1	8,1	8,3	0,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
ICEX	5,7	8,1	8,3	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Estudis de mercat	5,7	5,4	8,3	0,0	0,0	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Prensa especialitzada (revistes, pàgines webs)	2,9	0,0	0,0	>33,3	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
COPCA	1,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Ns/Nc	21,4	13,5	8,3	0,0	28,6	>66,7	0	>100,0	0,0	50,0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

IV.6 Personal dedicat a l'exportació

(Febrer 06) Potencial d'internacionalització de les empreses de Mataró

“Aproximadament, del total de la seva empresa, quantes persones es dediquen al comerç exterior?”

- ☐ Entre les empreses que exporten, de mitjana, quasi 5 persones es dediquen a activitats relacionades amb el comerç exterior (menys entre les empreses del sector de material per la construcció, la ceràmica i el vidre i l'electrònica de consum; se situen entorn la mitjana les empreses de construcció de màquina-eina i del sector tèxtil; una mica per sobre la mitjana se situen les empreses del metall, i molt per sobre, les empreses de transport, que per motius obvis la gran majoria de la seva plantilla es dedica al mercat exterior).

APROXIMADAMENT, DEL TOTAL DE LA SEVA EMPRESA, QUANTES PERSONES ES DEDIQUEN AL COMERÇ EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Mitjana	4,64	4,24	3,73	1,67	3,71	5,83	---	25,00	2,00	1,50	---	---	1,00

IV.6.1 Formació ad-hoc per l'exportació

“Aquests treballadors, han rebut alguna formació específica en relació a l'exportació?”

- ☐ Quasi quatre de cada deu empreses que exporten (38,6%), han implementat algun programa de formació adreçat específicament al personal relacionat amb el comerç exterior; més entre les empreses de material de construcció (66,7%), el tèxtil (43,2%) i la construcció de màquina-eina (41,7%).

AQUESTS TREBALLADORS, HAN REBUT ALGUNA FORMACIÓ ESPECÍFICA EN RELACIÓ A L'EXPORTACIÓ?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	38,6	43,2	41,7	66,7	28,6	33,3	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
No	50,0	43,2	50,0	33,3	42,9	66,7	0	50,0	100,0	100,0	0	0	100,0
Ns/Nc	11,4	13,5	8,3	0,0	28,6	0,0	0	50,0	0,0	0,0	0	0	0,0

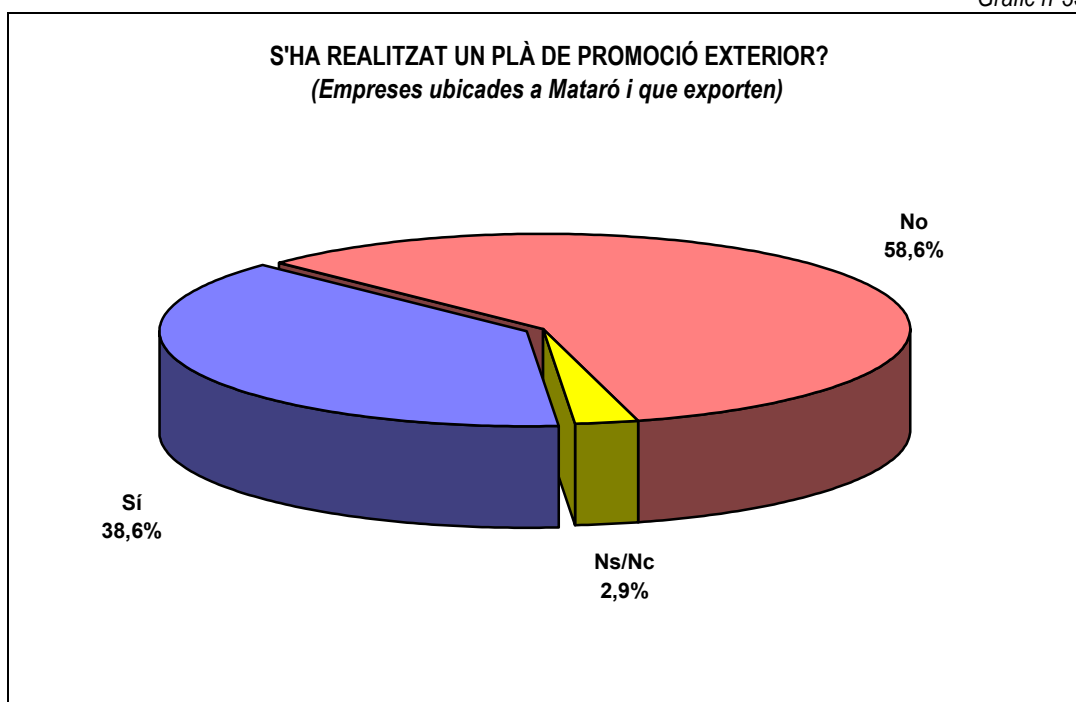
IV.7 Planificació del procés d'internacionalització

"Aquest procés d'internacionalització de la seva empresa, s'ha fet d'acord a un pla prèviament dissenyat de promoció exterior?"

- ☐ Entre les empreses que exporten, el 38,6% deu el seu procés d'internacionalització a un pla de promoció exterior; més entre les empreses del sector del metall i transport i distribució (50% respectivament), sector químic (42,9%) i de la màquina-eina (41,7%). Destaca entre les empreses que no han realitzat un pla de promoció exterior (58,6%) els sectors del material per la construcció (100%) i tèxtil (59,5%).

AQUEST PROCÉS D'INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA, S'HA FET D'ACORD A UN PLA PRÈVIAMENT DISSENYAT DE PROMOCIÓ EXTERIOR?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	38,6	37,8	41,7	0,0	42,9	50,0	0	50,0	0,0	0,0	0	0	100,0
No	58,6	59,5	58,3	100,0	57,1	33,3	0	50,0	100,0	100,0	0	0	0,0
Ns/Nc	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	>16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

Gràfic nº33



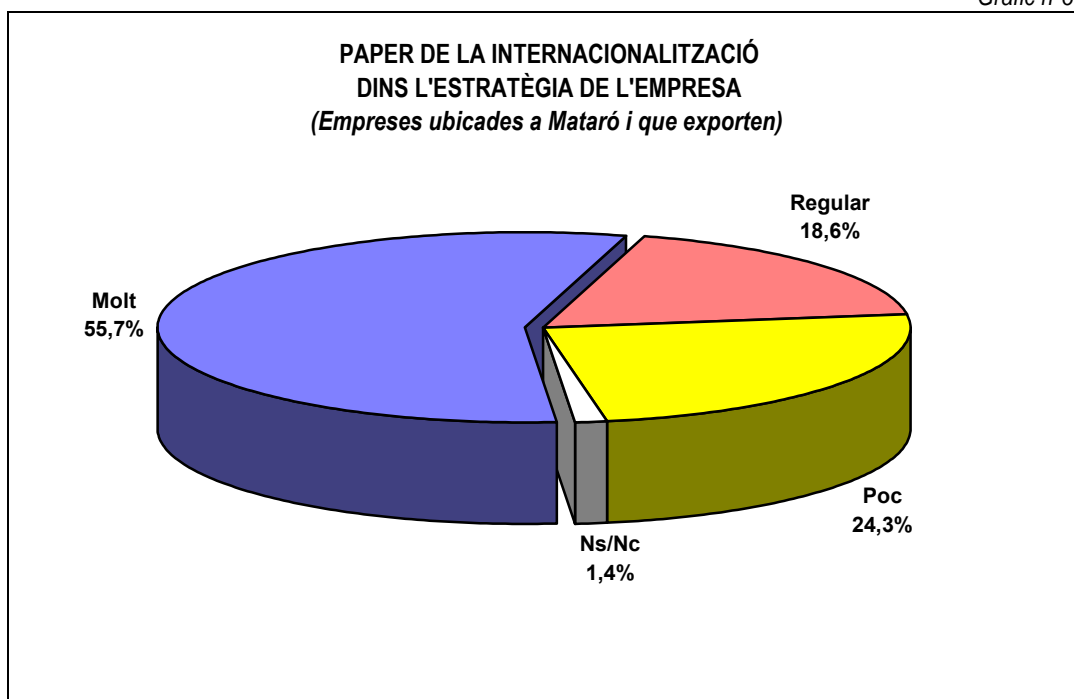
IV.7.1 Internacionalització i estratègia empresarial

“En relació a la seva activitat exportadora, quin grau d'importància li dóna a vostè a... El paper de la internacionalització dins l'estratègia general de la seva empresa”

- ❑ **Més de la meitat de les empreses amb presència internacional (55,7%) considera molt important la internacionalització com a estratègia general de l'empresa;** aquesta proporció augmenta entre les empreses del sector del metall (66,7%), màquina-eina (58,3%) i sector químic (57,1%). En canvi, un altre 24,3% considera poc important aquesta estratègia, on destaquen el sector del vidre i la ceràmica (100%), i els transport i la distribució (50%).

QUIN GRAU D'IMPORTÀNCIA LI DÓNA VOSTÈ A: EL PAPER DE LA INTERNACIONALITZACIÓ DINS L'ESTRATÈGIA GENERAL DE LA SEVA EMPRESA	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Molt	55,7	56,8	58,3	33,3	57,1	66,7	0	50,0	100,0	0,0	0	0	100,0
Regular	18,6	18,9	16,7	33,3	42,9	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Poc	24,3	21,6	25,0	33,3	0,0	33,3	0	50,0	0,0	>100,0	0	0	0,0
Ns/Nc	1,4	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

Gràfic nº34



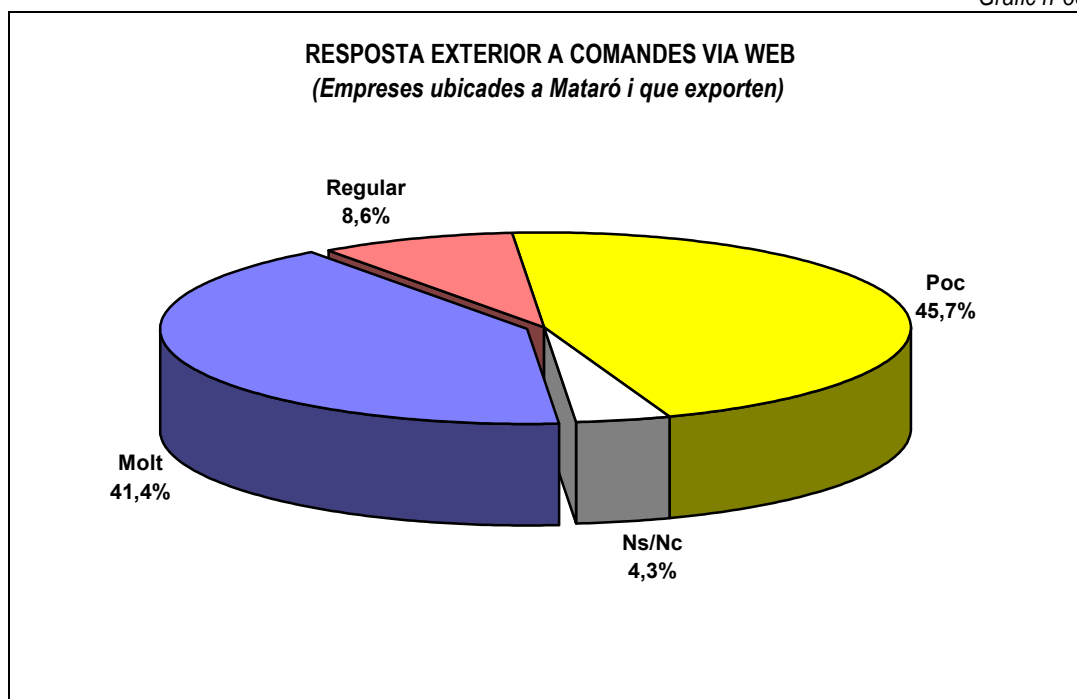
IV.7.2 Importància web

“En relació a la seva activitat exportadora, quin grau d'importància li dóna a vostè a... Resposta a comandes de l'exterior via web”

- ❑ **Divisió d'opinions en el grau d'importància en la resposta a comandes de l'exterior per la web.** El 41,4% de les empreses que exporten de Mataró considera molt important donar resposta a aquestes comandes rebudes via web; destaquen sobretot els sectors del material per la construcció (66,7%), el tèxtil (51,4%) i la construcció de màquina-eina (50%). Per contra, el 45,7 % de les empreses considera poc important donar aquesta resposta a través de la web; aquest fet es dóna més entre les empreses del sector del vidre i la ceràmica (100%), transport i distribució (50%), i entre les empreses del sector del metall (83,3%).

QUIN GRAU D'IMPORTÀNCIA LI DONA VOSTÈ A: RESPOSTA A COMANDES DE L'EXTERIOR VIA WEB	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Molt	41,4	51,4	50,0	66,7	42,9	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Regular	8,6	8,1	8,3	0,0	14,3	16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Poc	45,7	37,8	41,7	33,3	42,9	83,3	0	50,0	100,0	100,0	0	0	0,0
Ns/Nc	4,3	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0	>50,0	0,0	0,0	0	0	>100,0

Gràfic nº35



IV.8 Subvencions a l'exportació

"Ha tingut alguna subvenció relacionada amb la internacionalització? // De quina / es institucions?"

- ☐ **Poques subvencions relacionades amb la internacionalització de les empreses.** Només el 27,1% de les empreses que exporten de Mataró ha rebut alguna subvenció per la internacionalització de l'activitat de la seva empresa -aquesta proporció augmenta entre les empreses del sector químic (42,9%), metall (33,3%) i tèxtil (29,7%)-. Això realment representa que només el 12,33% del total d'empeses de Mataró han rebut alguna subvenció per ajudar-les a exportar.
- ☐ **Sobretot el Copca.** Del 27,1% d'empeses que han rebut alguna subvenció per l'exportació, una mica més de la meitat (52,4%) l'han rebut del COPCA –sobretot entre sector químic (100%) i construcció de màquina-eina (66,7%)-; en segon terme, amb un 33,3% la subvenció ha facilitat l'ICEX –destaca el sector tèxtil amb un 51,7%-; i finalment, en el 9,5% del casos les empreses que han rebut alguna subvenció, aquesta ha estat del IMPEM –ho cita exclusivament el sector tèxtil amb un 16,7%-.

HA TINGUT ALGUNA SUBVENCIÓ RELACIONADA AMB LA INTERACIONALITZACIÓ?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	27,1	29,7	25,0	0,0	42,9	33,3	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
No	70,0	67,6	75,0	100,0	57,1	50,0	0	100,0	100,0	100,0	0	0	100,0
Ns/Nc	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	>16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

ENTRE EL 27,1% D'EMPRESSES QUE HAN REBUT UNA SUBVENCIÓ PER L'EXPORTACIÓ	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
DE QUINA / ES INSTITUCIONS?	21	12	3	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0
Copca	52,4	41,7	66,7	0	100,0	33,3	0	0	0	0	0	0	0
ICEX	33,3	41,7	33,3	0	0,0	33,3	0	0	0	0	0	0	0
IMPEM	9,5	16,7	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0	0	0	0
Altres	9,5	8,3	33,3	0	0,0	0,0	0	0	0	0	0	0	0
Ns/Nc	9,5	8,3	0,0	0	0,0	33,3	0	0	0	0	0	0	0

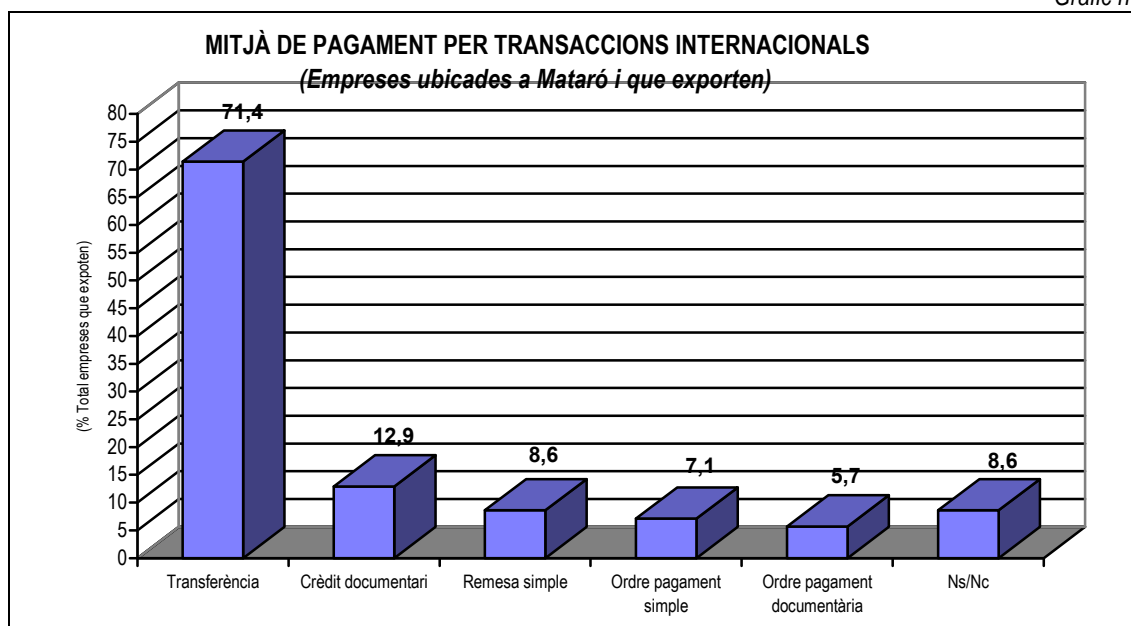
IV.9 Mecanismes de cobrament transaccions internacionals

“Normalment, en les transaccions internacionals, quin tipus de mitjà de pagament utilitzen?”

- ❑ **Sobretot transferències.** Entre les empreses amb presència internacional de Mataró, de forma molt majoritària s'utilitza com a mitjà de pagament les transferències (71,4%), i això és dóna més entre les empreses dels sectors del vidre i la ceràmica, el material per la construcció i l'electrònica de consum (100% respectivament) i la màquina-eina (83,3%).
- ❑ En un segon terme s'utilitza el crèdit documentari (12,9%) com a mitjà de pagament, seguit de la remesa simple en el 8,6% dels casos; l'ordre de pagament simple (7,1%) i finalment l'ordre de pagament documentària entre el 5,7% de les empreses que exporten (i exclusivament la citen les empreses del sector tèxtil amb un 10,8%).

NORMALMENT, EN LES TRANSACCIONS INTERNACIONALS, QUIN TIPUS DE MITJÀ DE PAGAMENT UTILITZEN?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Transferència	71,4	73,0	83,3	100,0	57,1	66,7	0	0,0	100,0	100,0	0	0	0,0
Crèdit documentari	12,9	18,9	0,0	0,0	28,6	0,0	0	50,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Remesa simple	8,6	10,8	0,0	0,0	28,6	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Ordre de pagament simple	7,1	5,4	8,3	0,0	14,3	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	>100,0
Ordre de pagament documentària	5,7	10,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
Ns/Nc	8,6	5,4	8,3	0,0	0,0	>33,3	0	>50,0	0,0	0,0	0	0	0,0

Gràfic n°36



IV.9.1 Contractació d'alguna assegurança de risc financer

"La seva empresa té contractada alguna assegurança de risc financer?"

- ☐ Una de cada tres empreses que exporten de Mataró té contractada alguna assegurança de risc financer (34,3%); es dona de forma més rellevant entre les empreses del sector del material per la construcció (66,7%) i el sector tèxtil (45,9%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
LA SEVA EMPRESA TÉ CONTRACTADA ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC FINANCER?	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	34,3	45,9	16,7	66,7	28,6	33,3	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0
No	62,9	51,4	83,3	33,3	71,4	50,0	0	100,0	100,0	100,0	0	0	100,0
Ns/Nc	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	>16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

IV.9.2 Contractació d'una assegurança per risc segons el país a exportar

"Alguna assegurança per risc segons el país on s'exporta / risc per situació política de la zona?"

- ☐ Només dues de cada deu empreses (21,4%) que exporten de Mataró utilitza una assegurança de risc segons el país on s'exporta; es dona sobretot en el sector del material per la construcció i la màquina i eina (33,3% respectivament) i entre les empreses del sector químic (28,6%).

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
ALGUNA ASSEGURANÇA DE RISC SEGONS EL PAÍS ON S'EXPORTA / RISC PER SITUACIÓ POLÍTICA DE LA ZONA?	70	37	12	3	7	6	0	2	1	2	0	0	1
Sí	21,4	18,9	33,3	33,3	28,6	16,7	0	50,0	0,0	0,0	0	0	0,0
No	75,7	78,4	66,7	66,7	71,4	66,7	0	50,0	100,0	100,0	0	0	100,0
Ns/Nc	2,9	2,7	0,0	0,0	0,0	>16,7	0	0,0	0,0	0,0	0	0	0,0

V. Potencial i factors de motivació per la internacionalització de l'activitat

V. Potencial i motivació d'internacionalització de l'activitat

V.1 Interès en exportar

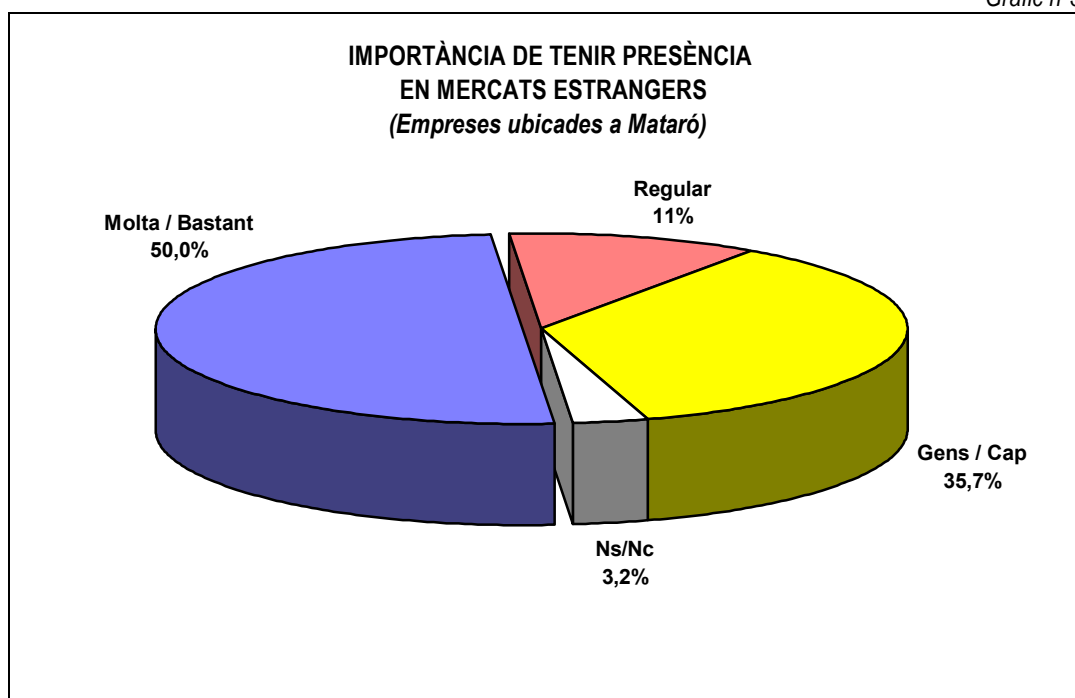
"Fins quin punt considera importat pel futur de la seva empresa tenir una presència en mercats estrangers?"

- ❑ **La meitat de les empreses de Mataró manifesten entre bastant i molt interès en tenir presència en mercats estrangers en un futur** (50,0%); en canvi, paral·lelament hi ha un 35,7% d'empreses que no tenen interès en tenir presència en mercats internacionals, i un altre 11,0% només manifesten un interès "regular".

Entre les empreses que actualment ja tenen una certa presència en mercats estrangers, l'alt interès en continuar-hi essent en un futur se situa en el 80,0% dels casos, i només en un 10,0% dels casos expressa poc o gens interès en tenir presència internacional en un futur.

I una altra dada d'interès, **entre els empreses que actualment no exporten, una de cada quatre manifesta bastant o molt interès (25,0%) en tenir en un futur presència en el mercat internacional.**

Gràfic nº37



- ☐ Per sectors d'activitat, els que manifesten un nivell més alt d'interès per tenir presència en mercats internacionals, són les relacionades amb el **sector químic** (70,0%), **l'electrònica de consum** (66,7%), el **tèxtil** (62,3%) i la **construcció de màquina-eina** (60,0%).

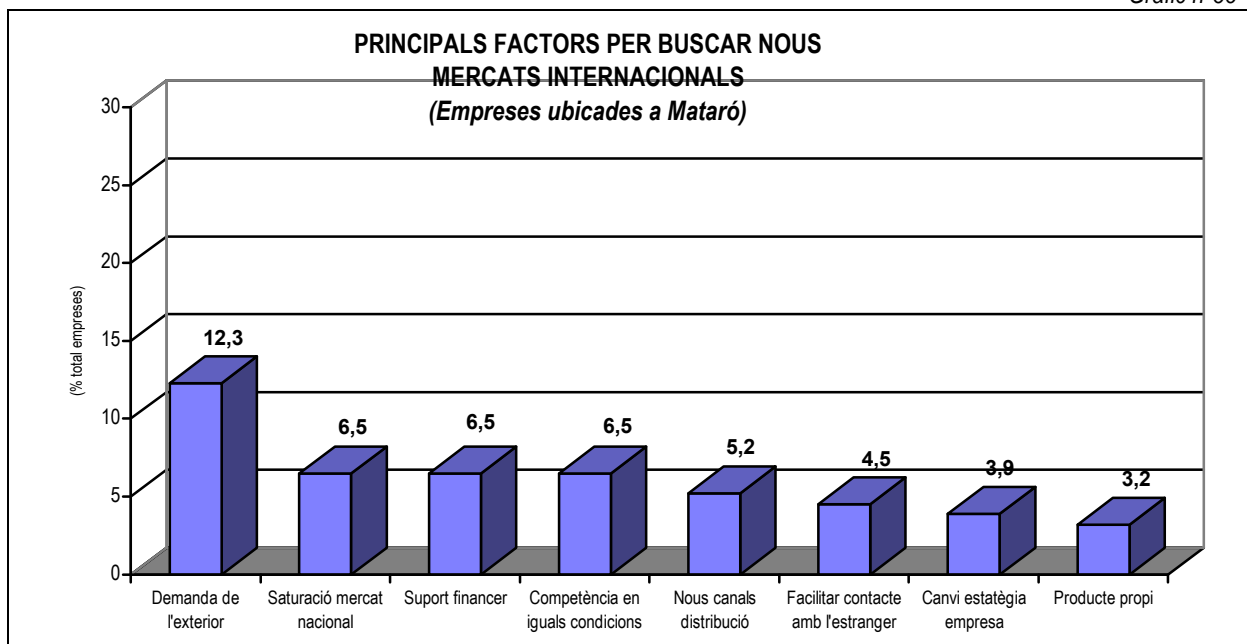
FINS A QUIN PUNT CONSIDERA IMPORTANT PEL FUTUR DE LA SEVA EMPRESA TENIR UNA PRESENCIA EN MERCATS ESTRANGERS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Molta	34,4	39,1	40,0	0,0	60,0	44,4	0,0	28,6	50,0	25,0	0,0	0,0	75,0
Bastant	15,6	23,2	20,0	18,2	10,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Regular	11,0	7,2	15,0	>36,4	10,0	11,1	11,1	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Gens	13,6	13,0	15,0	18,2	0,0	11,1	22,2	28,6	0,0	0,0	0,0	33,3	25,0
Cap	22,1	17,4	10,0	27,3	10,0	22,2	>55,6	28,6	16,7	>75,0	66,7	33,3	0,0
Ns/Nc	3,2	0,0	0,0	0,0	10,0	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	>33,3	>33,3	0,0

FINS A QUIN PUNT CONSIDERA IMPORTANT PEL FUTUR DE LA SEVA EMPRESA TENIR UNA PRESENCIA EN MERCATS ESTRANGERS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	174		
Molta	34,4	>58,6	<14,3
Bastant	15,6	21,4	10,7
Regular	11,0	10,0	11,9
Gens	13,6	5,7	20,2
Cap	22,1	<4,3	>36,9
Ns/Nc	3,2	0,0	6,0

Quins factors considera que podrien animar a la seva empresa a buscar nous mercats internacionals?"

- ❑ **Accions en positiu, pro-actives, relacionades amb una estratègia empresarial a partir d'informació i d'una organització *ad-hoc* per reeixir.** De forma espontània, els factors principals que se citen com a fonamentals que podrien impulsar a una empresa a entrar en mercats internacionals, és **que es percebi que hi ha una demanda exterior** (12,3%), a partir de descobrir un segment de mercat no cobert, de forma especial aquesta "descoberta d'una oportunitat" la citen les empreses del sector del transports i la distribució (42,9%) i l'electrònica de consum (50,0%).

Gràfic n°38



Segurament, aquesta mentalitat pro-activa de cercar noves oportunitats de mercats, estarà correlacionat també, amb la idea de:

- 1.2 **Trobar nous canals de distribució** (5,2%) als habituals; i de forma especial això es cita entre les empreses de construcció de màquina-eina (15,0%) i el metall (11,1%).
- 1.3 O bé, que d'alguna forma **algú els hi faciliti un contacte internacional amb empreses de l'estranger** (4,5%) –arriba al 16,7% entre les empreses d'electrònica de consum-; o dit d'una altra forma, **disposar d'informació del mercat estranger** (1,3%) –que arriba al 20,0% entre les empreses del sector químic-.

- 1.4 Contemplar el procés d'internacionalització dins un **canvi més en profunditat d'estratègia empresarial** (3,9%); bàsicament es contempla aquesta circumstància entre els empreses del sector de la màquina-eina (10,0%).
- 1.5 **Disposar d'un producte propi** (3,2%), i lògicament aquest fet d'alguna forma implica també, tots els punts anteriors (trobar nous mercats; nous distribuïdors; nous contactes amb l'estranger, i en la definició de tots aquests elements, una estratègia empresarial prèvia).
- 1.6 Afrontar l'abaratiment de costos i la reducció dels marges amb una estratègia de buscar **generar economies d'escala** (2,6%) –sectors de la màquina-eina i el tèxtil-, de forma que el fet de tenir una presència internacional es vegi com una part d'una estratègia de reducció de costos; créixer per abaratir costos i millors preus en l'adquisició de matèria primera en funció de volums més grans de demanda. Economies d'escala que, per altra banda, sovint es generen també a partir de **l'agrupació i la creació de clusters** (demanda del 1,4% de les empreses del tèxtil).

□ Junt amb les accions pro-actives, també es citen **accions estrictament defensives, en la línia d'internacionalitzar-se per subsistir**. Les situacions més normals en que la majoria d'empreses estan relacionades amb factors negatius del mercat intern que obliguen a les empreses nacionals a trobar nous mercats internacionals com única possibilitat per continuar l'activitat, i això expressat de diferents maneres:

0. **Saturació del mercat intern** (6,5%); es cita de forma especial entre les empreses relacionades amb el sector del metall.
1. **Competir amb les altres empreses amb igualtat de condicions** (6,5%), és a dir, d'alguna forma és la competència qui marca l'obligació d'estar presents en altres mercats; bàsicament és un tema citat per les empreses del sector químic, i en menor mesura, també entre el sector tèxtil (10,1%) i la construcció de màquina-eina (5,1%).
2. O dit d'una altra forma, estar presents en mercats internacionals per **necessitat de l'empresa** (2,6%), no tant com una qüestió voluntària i d'estratègia pro-activa, sinó com element defensiu davant la saturació del mercat intern i l'entrada de nous competidors externs.

- ❑ I sempre queda, la demanda que hi hagi un **suport financer des de l'Administració** (6,5%), més citat per les empreses del sector químic (20,0%) i el tèxtil (10,1%) com a factor determinant per animar a una empresa a sortir a buscar nous mercats internacionals; o bé, específicament **subvencions al transport** (1,9%) –també més citat entre les empreses dels sectors químic, 10,0%, i del material per la construcció, 9,1%-.
 - ✓ Sector químic: (1) existència d'una demanda exterior; (2) nous canals de distribució i (3) canvi d'estratègia de l'empresa.
 - ✓ Sector de l'electrònica de consum: (1) existència d'una demanda exterior; (2) tenir un contacte amb l'estranger.
 - ✓ Sector tèxtil: (1) saturació del mercat intern + rebre un suport financer / subvencions + competir en igualtat de condicions.
 - ✓ Sector de construcció de la màquina-eina: (1) existència d'una demanda exterior; (2) nous canals de distribució i (3) canvi d'estratègia de l'empresa.

- ❑ De la relació anterior, s'observa que els factors decisors per impulsar a entrar en mercats internacionals difereixen segons la situació del sector, de forma que entre les empreses del sector químic, l'electrònica de consum i la construcció de màquina-eina, la clau estar en percebre segments de mercats atractius i trobar nous canals de distribució, mentre que les empreses del sector tèxtil més que voler tenir presència a l'estranger es veuen obligats a fer-ho per saturació del mercat intern, i són les úniques que demanden subvencions directes, a diferència de les altres que, **més que subvencions, demanen que es creïn per circumstàncies, el marc i l'entorn propi.**

QUINS FACTORS PODRIEN ANIMAR A LA SEVA EMPRESA A BUSCAR NOUS MERCATS INTERNACIONALS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq- eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen- tació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
	Cap factor	25,3	15,9	25,0	36,4	10,0	11,1	44,4	28,6	33,3	>100,0	33,3	66,7
No podem exportar	6,5	7,2	0,0	9,1	0,0	0,0	22,2	>28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Demanda de l'exterior del producte / servei	12,3	7,2	20,0	0,0	0,0	33,3	11,1	>42,9	>50,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Saturació del mercat nacional	6,5	10,1	0,0	9,1	0,0	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suport financer / subvencions	6,5	10,1	5,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Competència en igualtat de condicions	6,5	10,1	5,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nous canals de distribució	5,2	5,8	15,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Facilitar el contacte amb l'estranger	4,5	7,2	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Canvi d'estratègia de l'empresa	3,9	4,3	10,0	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Producte propi	3,2	0,0	5,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>50,0
Generar economies d'escala	2,6	4,3	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Necessitat de l'empresa	2,6	5,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Subvencions al transport	1,9	2,9	0,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Informació del mercat estranger	1,3	0,0	0,0	0,0	>20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Agrupació / clusters d'empreses	0,6	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	14,9	13,0	15,0	18,2	20,0	22,2	22,2	0,0	0,0	0,0	>66,7	33,3	0,0

(Resposta múltiple i espontània)

QUINS FACTORS CONSIDERA QUE PODRIEN ANIMAR A LA SEVA EMPRESA A BUSCAR NOUS MERCATS INTERNACIONALS?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
		70	84
Cap factor	25,3	<11,4	>36,9
No podem exportar	6,5	<0,0	11,9

Demanda de l'exterior del producte / servei	12,3	11,4	13,1
Saturació del mercat nacional	6,5	7,1	6,0
Suport financer / subvencions	6,5	10,0	3,6
Competència en igualtats de condicions	6,5	7,1	6,0
Nous canals de distribució	5,2	10,0	1,2
Facilitar el contacte amb l'estranger	4,5	>10,0	0,0
Canvi d'estratègia de l'empresa	3,9	2,9	4,8
Producte propi	3,2	0,0	6,0
Generar economies d'escala	2,6	4,3	1,2
Necessitat de l'empresa	2,6	4,3	1,2
Subvencions al transport	1,9	4,3	0,0
Informació del mercat estranger	1,3	1,4	1,2
Agrupació / clusters d'empreses	0,6	1,4	0,0
Ns/Nc	14,9	18,6	11,9

(Resposta múltiple i espontània)

V.2 Motivacions per exportar

“A part del que ja ha dit, considera que alguns d'aquests factors podrien animar / han animat (si exporten) a la seva empresa a buscar nous mercats internacionals?”

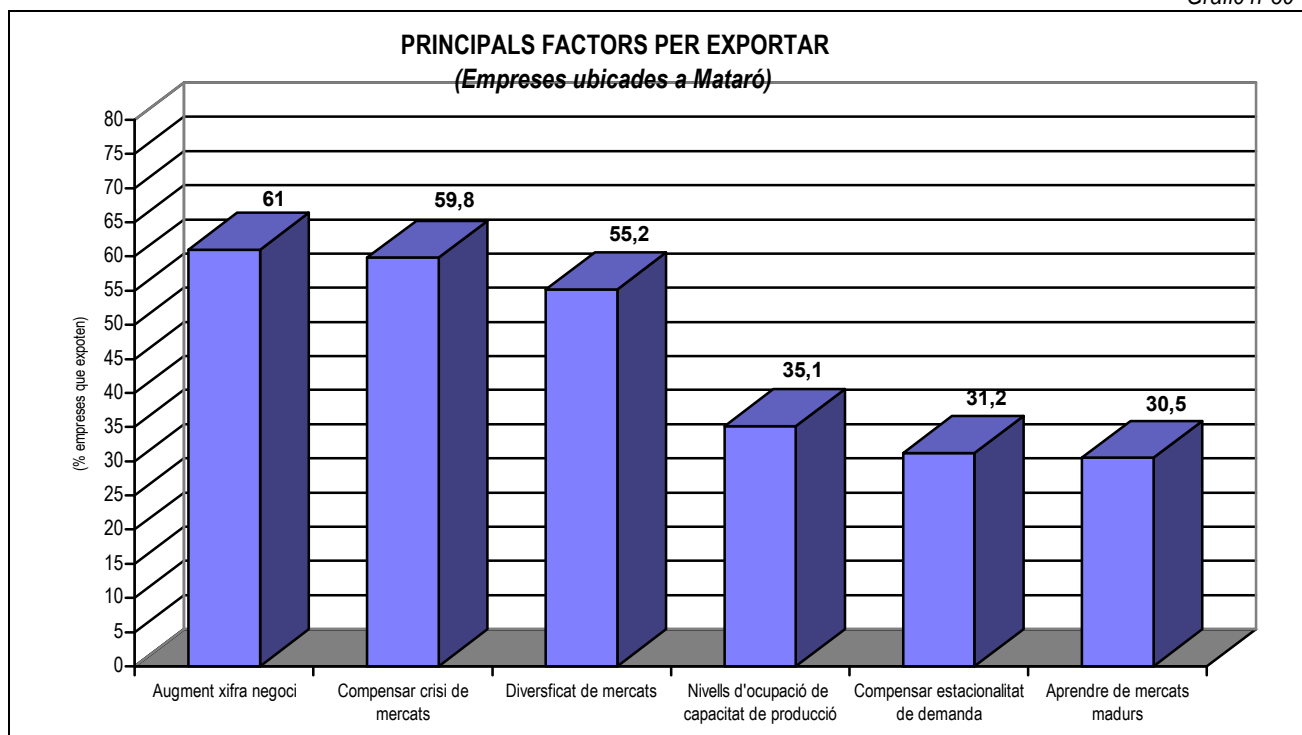
- ❑ Com ja s'ha vist en el capítol anterior, a partir de les respostes espontànies dels màxims responsables de les empreses analitzades, que una empresa opti per entrar en mercats internacionals és un **mixt entre factors pro-actius lligats a una planificació i estratègia empresarial, sumats a factors d'entorn adversos que en certa forma obliguin a buscar nous mercats i nous canals**.

- ❑ De forma suggerida, s'han plantejat sis situacions per tal que les empreses indiquin quines d'elles serien considerades com a factors que podrien animar (o han animat si ja ho fan) a exportar; per ordre de major a menor percepció d'importància tres d'elles queden clarament posicionades com a decisives, que són:
 0. **Voluntat d'incrementar la xifra de negoci** (61,0%), és a dir, un factor positiu vinculat a una **estratègia de creixement de l'empresa**; i s'incrementa fins el 77,1% entre les empreses que avui ja tenen presència internacional.
 1. En segon terme, un element de conjuntura econòmica adversa com és, la **necessitat de compensar una situació de crisi dels mercats tradicionals** (59,7%), però que arriba al 71,4% dels casos entre les empreses que avui ja exporten.
 2. La combinació dels dos factors anteriors, porta a establir una estratègia empresarial que tendeixi a organitzar-se per tal de **diversificar els mercats** (55,2%), que de fet, aquest ha estat el segon element entre les empreses que avui ja exporten (74,3%). O dit d'una altra forma, diversificar per fer-se més adaptable a circumstàncies canviants en un dels entorns on s'està present.

- ❑ Els tres factors anteriors, són els que realment susciten un molt ampli consens entre les empreses que actualment ja exporten, mentre que els altres tres escenaris proposats tenen nivells d'acceptació molt menors i no presenten diferències significatives en funció de si l'empresa exporta o no, i són els següents:

- Millorar els nivells d'ocupació de la capacitat de producció / prestació de serveis (35,1%); però molt citat entre les empreses dels transports i la distribució (57,1%) i de màquina-eina (50,0%).
- Compensar períodes d'estacionalitats de la demanda (31,2%); més acusat entre les empreses relacionades amb l'electrònica de consum (50,0%), el transport i la distribució (42,9%) i la màquina-eina (40,0%).
- Aprendre de mercats més madurs (30,5%); més citat entre les empreses de l'electrònica de consum (66,7%), el material per la construcció (45,5%), el transport (42,9%) i la màquina-eina (40,0%).

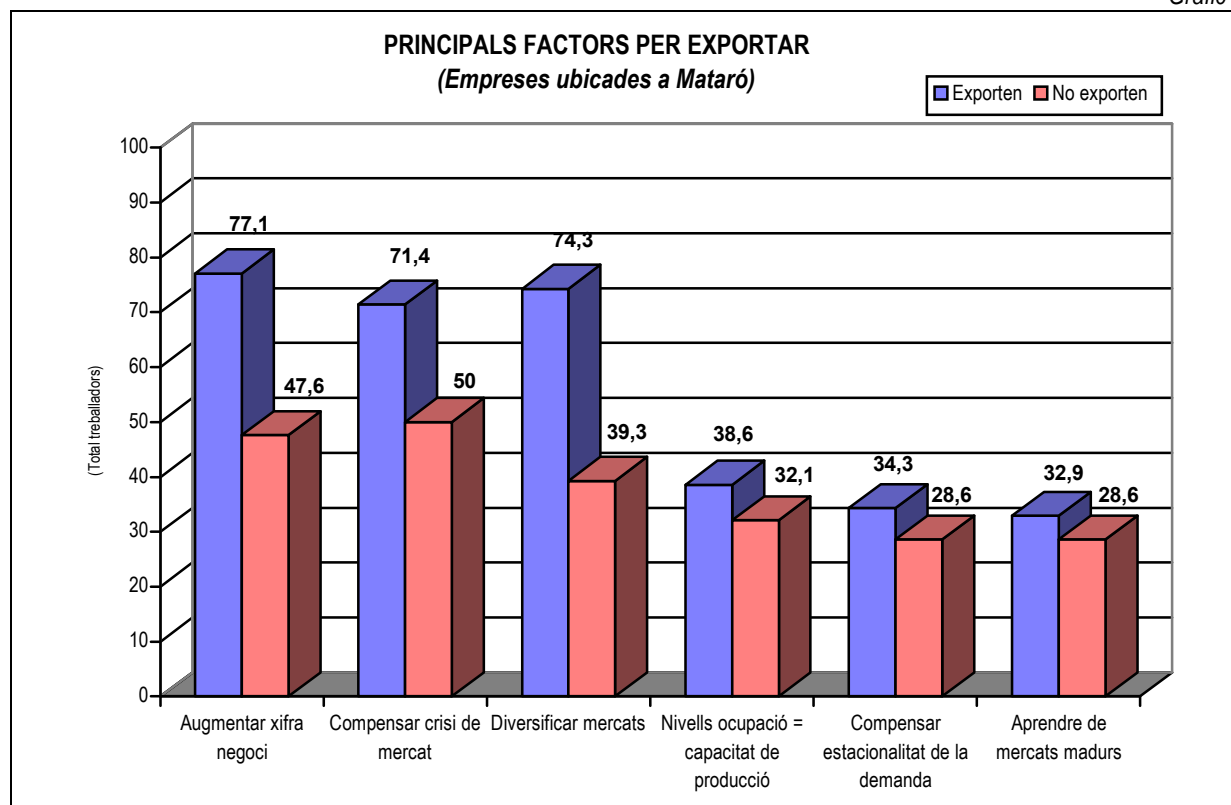
Gràfic n°39



ALGUNS D'AQUESTS FACTORS PODRIEN ANIMAR A LA SEVA EMPRESA A BUSCAR NOUS MERCATS INTERNACIONALS?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Augmentar la xifra del negoci	61,0	68,1	70,0	45,5	70,0	44,4	33,3	57,1	83,3	25,0	33,3	33,3	75,0
Compensar la crisi dels mercats tradicionals	59,7	73,9	50,0	36,4	70,0	66,7	11,1	57,1	66,7	25,0	33,3	33,3	75,0
Diversificar els mercats	55,2	63,8	75,0	36,4	60,0	33,3	11,1	57,1	66,7	25,0	33,3	0,0	75,0
Millorar els nivells d'ocupació de la capacitat de producció / prestació de serveis	35,1	34,8	50,0	36,4	40,0	11,1	11,1	57,1	33,3	25,0	33,3	0,0	50,0
Compensar estacionalitats de la demanda	31,2	36,2	40,0	27,3	20,0	0,0	11,1	42,9	50,0	50,0	33,3	0,0	0,0
Aprendre de mercats més madurs	30,5	30,4	40,0	45,5	10,0	0,0	11,1	42,9	66,7	0,0	33,3	0,0	75,0
Sense interès a exportar	7,8	5,8	10,0	9,1	0,0	11,1	0,0	14,3	0,0	>50,0	33,3	0,0	0,0
Cap factor	5,8	<0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	>44,4	14,3	16,7	0,0	0,0	>33,3	25,0
Altres	3,2	2,9	0,0	0,0	0,0	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>25,0
Ns/Nc	7,8	5,8	5,0	>27,3	0,0	0,0	11,1	14,3	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0

(Resposta suggerida i espontània)

Gràfic n°40



V.3 Tendència de les accions per internacionalitzar l'empresa

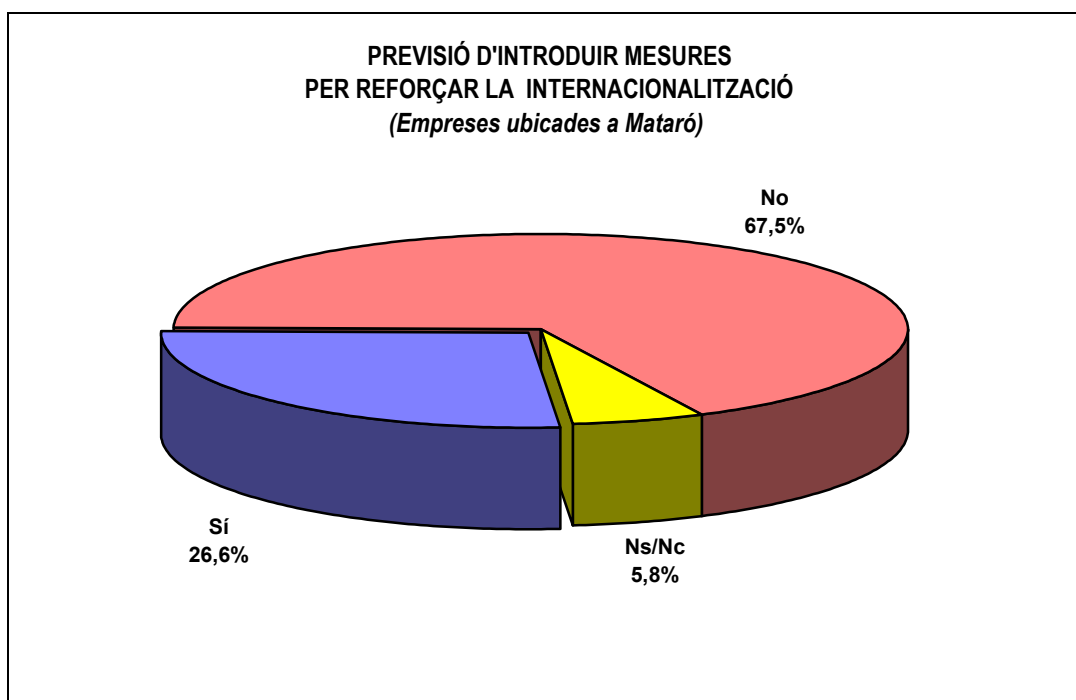
"En els dos / tres propers anys tenen previst incorporar més recursos per iniciar / reforçar la internacionalització de la seva empresa? Amb quins recursos està pensant?" (resposta suggerida i múltiple)

- ❑ Una de cada quatre empreses de Mataró manifesten que en els propers dos o tres anys tenen previst incorporar més recursos per reforçar la internacionalització de les seves activitats (26,6%).

La voluntat d'incorporar més recursos per fomentar la internacionalització a curt termini, s'incrementa entre les empreses de l'electrònica de consum (50,0%), el tèxtil (36,2%) i el sector químic (30,0%); de forma similar a la mitjana ho diuen les empreses relacionades amb la construcció de màquina-eina (25,0%), i lleugerament per sota, les empreses del sector metall (22,2%).

- ❑ Entre el 45,5% de les empreses que actualment ja exporten, només el 45,7% (una mica menys de la meitat) manifesten la intenció d'incorporar més recursos en els propers dos o tres anys per donar més suport a la internacionalització de la seva activitat empresarial; i el mateix ho diu, només el 10,7% de les empreses de Mataró que avui no exporten.

Gràfic nº41



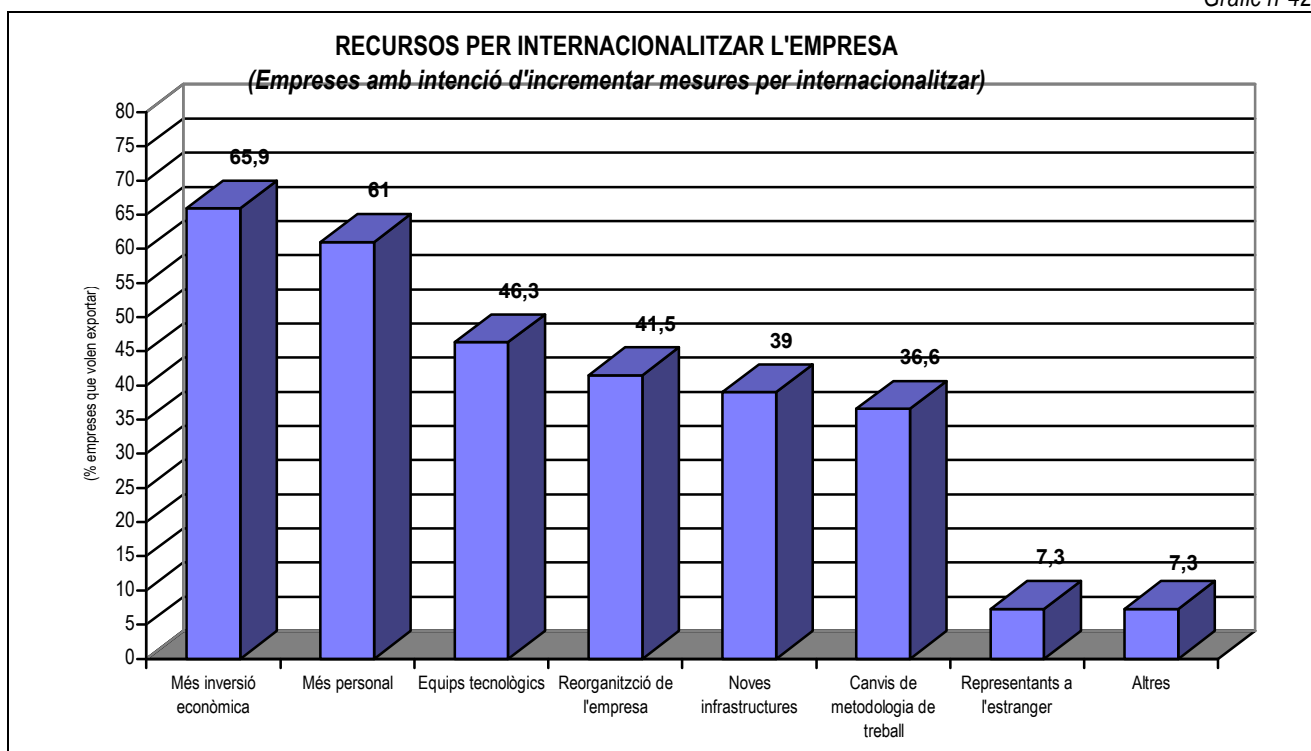
EN ELS DOS / TRES PROPERES ANYS TENEN PREVIST INCORPORAR MÉS RECURSOS PER INICIAR / REFORÇAR LA INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA?	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	26,6	36,2	25,0	9,1	30,0	22,2	0,0	14,3	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0
No	67,5	60,9	70,0	72,7	60,0	55,6	88,9	85,7	50,0	100,0	100,0	100,0	50,0
Ns/Nc	5,8	2,9	5,0	18,2	10,0	>22,2	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

EN ELS DOS / TRES PROPERES ANYS TENEN PREVIST INCORPORAR MÉS RECURSOS PER INICIAR / REFORÇAR LA INTERNACIONALITZACIÓ DE LA SEVA EMPRESA?	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Sí	26,6	>45,7	<10,7
No	67,5	<45,7	>85,7
Ns/Nc	5,8	8,6	3,6

"Amb quins recursos està pensant per internacionalitzar l'empresa?"

- ☐ Entre el 26,6% de les empreses que manifesten la voluntat d'incorporar recursos per reforçar la internacionalització de la seva activitat, aquests recursos són –citats de forma espontània–:
0. En primer terme, realitzar **més inversió econòmica** (65,9%).
 1. **Increment del nombre de personal** (61,0%).
 2. **Invertir en nous equips tecnològics** (46,3%).
 3. **Reorganització de l'empresa** (41,5%), i específicament, introducció de **canvis en la metodologia de treball** (36,6%).
 4. Construcció / adquisició de **noves infraestructures** (39,0%).
 5. Increment del nombre de representants a l'estranger (7,3%).

Gràfic n°42



- ☐ **Créixer en dimensió, innovació tecnològica i eficiència en l'organització.** Com es pot observar de la relació de mesures i recursos que de forma espontània han estat citats pel 26,6% d'empreses que tenen previst introduir mesures per reforçar la internacionalització de la seva economia, es constata que més enllà de la inversió econòmica i del increment en el nombre de personal, cal que aquests dos elements vagin relacionats a inversions paral·leles en tecnologia i la recerca de la màxima eficiència en l'organització i els mètodes de treball.

Que una empresa exporti o no exporti indica una voluntat estratègia de créixer i professionalitzar-se, que va més enllà de la xifra de negoci estricta, és un indicador de voluntat d'estar present en el mercat a mig i llarg termini.

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi ²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
AMB QUINS RECURSOS ESTÀ PENSANT?	41	25	5	1	3	2	0	1	3	0	0	0	2
Més inversió econòmica	65,9	64,0	80,0	0,0	100,0	50,0	0	0,0	66,7	0	0	0	100,0
Més personal	61,0	52,0	100,0	100,0	33,3	50,0	0	100,0	66,7	0	0	0	50,0
Nous equips tecnològics	46,3	48,0	40,0	0,0	33,3	0,0	0	0,0	66,7	0	0	0	100,0
Reorganització de l'empresa	41,5	44,0	60,0	0,0	66,7	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	50,0
Noves infraestructures	39,0	44,0	20,0	0,0	100,0	50,0	0	0,0	0,0	0	0	0	50,0
Canvis en la metodologia del treball	36,6	36,0	40,0	0,0	66,7	50,0	0	0,0	33,3	0	0	0	0,0
Representants a l'estranger	7,3	12,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0
Altres	7,3	8,0	0,0	0,0	0,0	>50,0	0	0,0	0,0	0	0	0	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Si	No
AMB QUINS RECURSOS ESTÀ PENSANT?	41	32	9
Més inversió econòmica	65,9	65,6	66,7
Més personal	61,0	59,4	66,7
Nous equips tecnològics	46,3	46,9	44,4
Reorganització de l'empresa	41,5	46,9	22,2
Noves infraestructures	39,0	43,8	22,2
Canvis en la metodologia del treball	36,6	37,5	33,3
Representants a l'estranger	7,3	9,4	0,0
Altres	7,3	9,4	0,0

(Resposta espontània i múltiple)

V.4 Demandes a les administracions

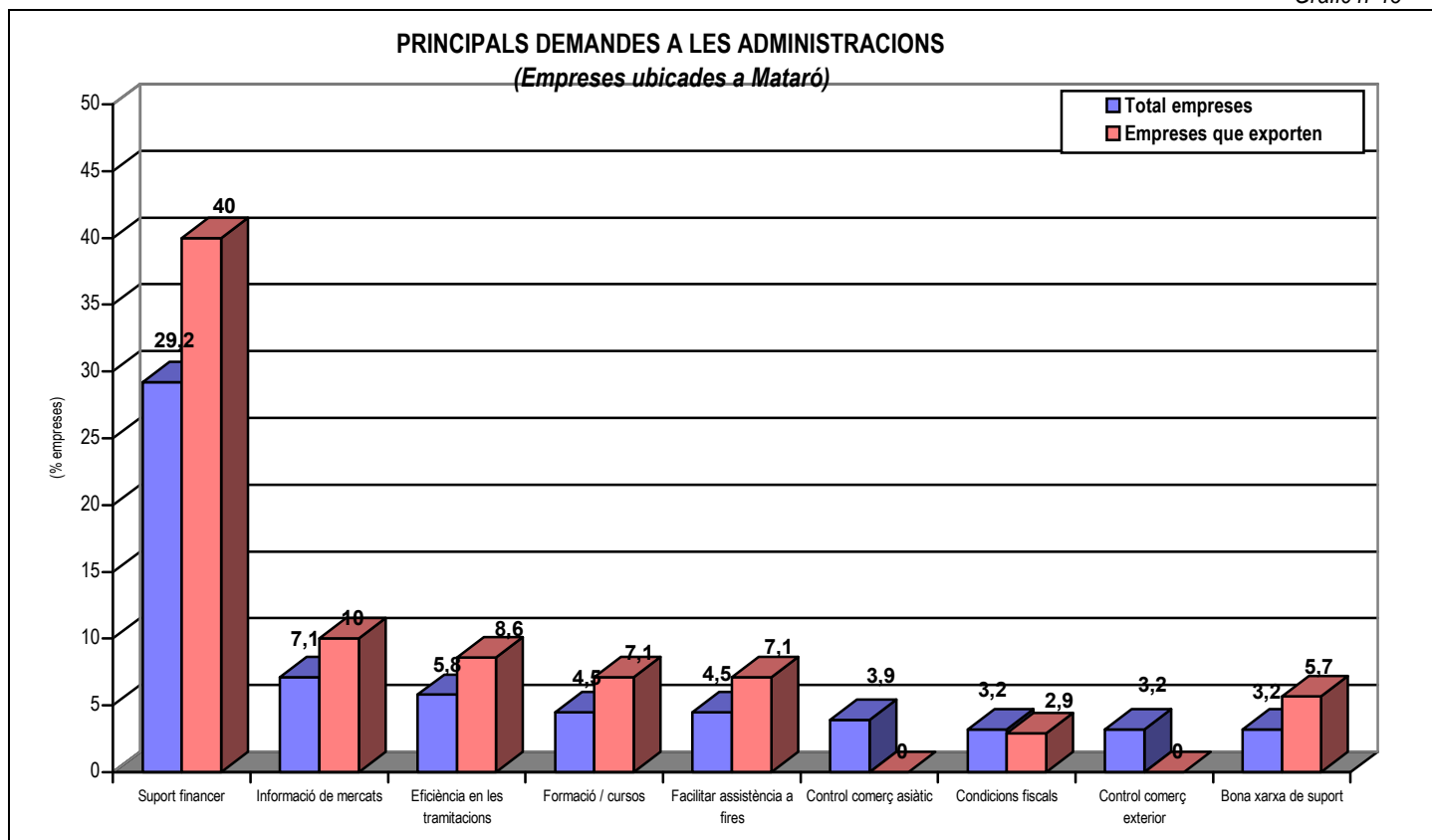
“Quin tipus de recolzament demanaria a les Administracions públiques per fer més factible un possible procés d'internacionalització de la seva empresa?”

- ❑ **Més enllà del suport financer i les subvencions** (29,2%), en un segon nivell d'importància relativa, les empreses realitzen les següents demandes a les administracions públiques perquè els ajudin a fer més fàcil el procés d'internacionalització:

0. **Informació dels mercats** (7,1%).
1. Mesures per **agilitzar l'eficiència i la rapidesa en els tràmits i cobraments de les exportacions** (5,8%).
2. **Formació i cursos** per orientar i gestionar l'activitat exportadora (4,5%).
3. **Facilitar l'assistència a Fires** (4,5%).
4. Mesures per controlar els productes procedents dels països asiàtics (3,9%), i en general, **millor control de tot el comerç exterior** (3,2%) –que hagin de complir realment les normatives que regeixen a les empreses europees-.
5. **Millores en les condicions fiscals** que ajudin i aportin incentius per l'exportació (3,2%).
6. **Creació d'una xarxa de suport a la exportació** (3,2%), que de fet, seria la combinació dels punts anteriors, és a dir, una planificació integral des de les administracions per afavorir la internacionalització de l'economia (subvencions, incentius fiscals, agilització de tràmits, informació sectorial, formació i cursos *ad-hoc*, assistència a fires, igualtat i control de la normativa sobre les empreses, locals i internacionals.

- ❑ Entre les empreses que actualment exporten, s'incrementa molt la demanda directa de més suport financer i subvencions (40,0%), i en menor mesura també posen més èmfasi en rebre informació dels mercats (10,0%), agilitat i eficiència en els tràmits i cobraments (8,6%), cursos i formació *ad-hoc* i suport per accedir a fires (7,1% respectivament), i en general, establir una xarxa de suport ampli a la internacionalització (5,1%).

Gràfic n°43



Recolzament que es demana a les Administracions	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
		Sí	No
	154	70	84
Suport financer / subvencions	29,2	40,0	20,2
Informació de mercats	7,1	10,0	4,8
Eficiència en els tràmits / cobraments d'exportació	5,8	8,6	3,6
Formació / Cursos	4,5	7,1	2,4
Facilitar l'assistència a fires	4,5	7,1	2,4
Control del comerç asiàtic	3,9	0,0	7,1
Bones condicions fiscals	3,2	2,9	3,6
Control del comerç exterior	3,2	0,0	6,0
Una bona xarxa de suport	3,2	5,7	1,2
Competència en igualtats de condicions	2,6	2,9	2,4
Suport publicitari	1,9	1,4	2,4
No poden ni volen exportar	5,2	0,0	9,5
No necessiten recolzament	6,5	8,6	4,8
Ja hi ha suficient recolzament	1,3	2,9	0,0
Ns/Nc	32,5	20,0	42,9

(Resposta múltiple i espontània)

Recolzament que es demana a les Administracions	Total	SECTOR ACTIVITAT											
		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
		154	69	20	11	10	9	7	6	4	3	3	4
Suport financer / subvencions	29,2	34,8	15,0	0,0	60,0	33,3	11,1	14,3	66,7	25,0	66,7	0,0	0,0
Informació de mercats	7,1	11,6	5,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eficiència en els tràmits d'exportació	5,8	2,9	15,0	0,0	10,0	11,1	0,0	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Formació / Cursos	4,5	4,3	5,0	0,0	10,0	0,0	0,0	14,3	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0
Facilitar l'assistència a fires	4,5	7,2	0,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Control comerç asiàtic	3,9	>8,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bones condicions fiscals	3,2	1,4	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Control del comerç exterior	3,2	5,8	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Una bona xarxa de suport	3,2	2,9	5,0	9,1	10,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Competència en igualtats de condicions	2,6	4,3	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suport publicitari	1,9	2,9	0,0	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No necessiten recolzament	6,5	4,3	15,0	9,1	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	0,0
No poden ni volen exportar	5,2	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	>44,4	0,0	16,7	0,0	0,0	>33,3	25,0
Ja hi ha suficient recolzament	1,3	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>25,0
Ns/Nc	32,5	29,0	30,0	63,6	0,0	44,4	44,4	42,9	16,7	25,0	0,0	66,7	50,0

(Resposta múltiple i espontània)

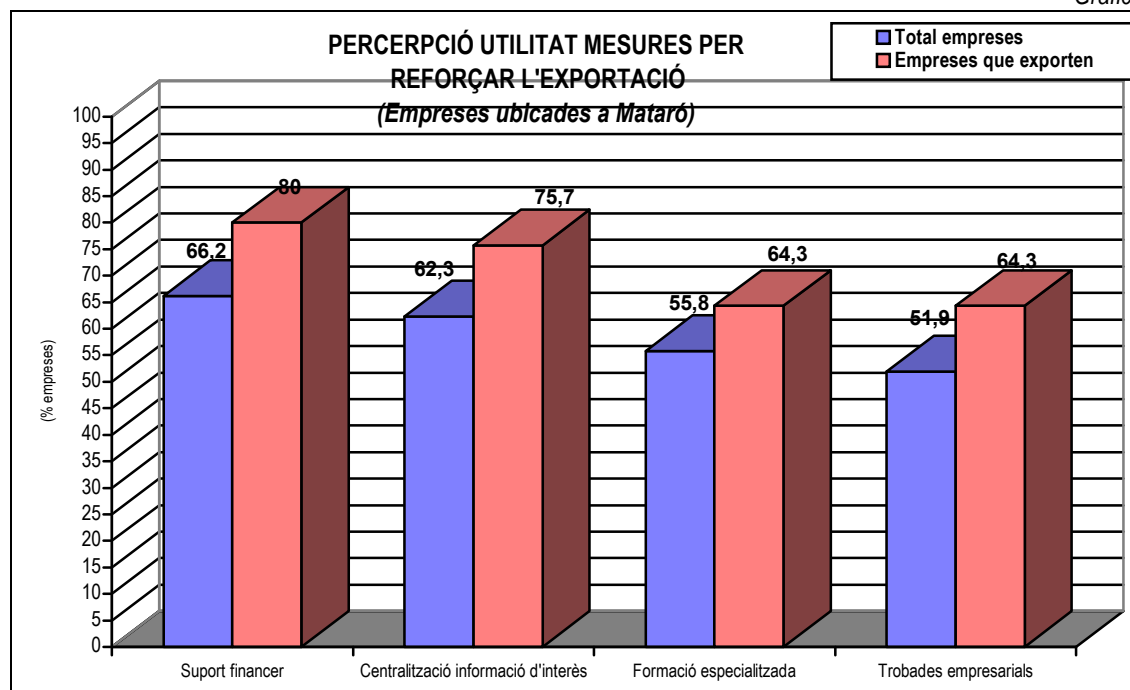
V.5 Demanda de mesures puntuals per reforçar el potencial d'exportació

"Fins quin punt trobaria útil per la seva empresa les possibilitats d'entrar / continuar en mercats estrangers, que les administracions públiques li facilitessin ...?"

❑ **Subvencions i Informació.** Com ja s'ha apuntat en el capítol anterior a partir de les respostes espontànies, les principals demandes que fan les empreses a les administracions perquè les ajudin en la internacionalització de la seva activitat, és:

0. **Suport financer** (66,2%, que s'incrementa fins 80,0% el entre les empreses que actualment ja exporten).
1. **Centralització informació d'interès** (62,3%; arriba al 75,7% entre les empreses que ja exporten).
2. De forma relativament menys important, **demanda de formació especialitzada** per fer front a la nova conjuntura i els nous mercats (55,8%; puja fins el 64,3% entre les empreses que ha exporten).
3. I finalment, demanda que des de l'administració es promoguin **trobades empresarials** (51,9% en termes globals pel conjunt d'empreses, i 64,3% entre les que ja exporten).

Gràfic n°44



(Suport financer)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi ²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
SUPORT FINANCER	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	66,2	75,4	65,0	63,6	80,0	66,7	22,2	57,1	66,7	50,0	100,0	0,0	50,0
No	27,9	21,7	30,0	27,3	20,0	22,2	44,4	28,6	33,3	50,0	0,0	>100,0	50,0
Ns/Nc	5,8	2,9	5,0	9,1	0,0	11,1	>33,3	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Sí	No
SUPORT FINANCER	154	70	84
Sí	66,2	80,0	54,8
No	27,9	20,0	34,5
Ns/Nc	5,8	<0,0	10,7

(Centralització d'informació d'interès)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi ²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
CENTRALITZACIÓ D'INFORMACIÓ D'INTERÈS	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	62,3	72,5	70,0	63,6	70,0	44,4	22,2	28,6	66,7	25,0	100,0	0,0	75,0
No	29,9	21,7	25,0	27,3	30,0	44,4	44,4	57,1	33,3	50,0	0,0	>100,0	25,0
Ns/Nc	7,8	5,8	5,0	9,1	0,0	11,1	>33,3	14,3	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Sí	No
CENTRALITZACIÓ D'INFORMACIÓ D'INTERÈS	154	70	84
Sí	62,3	75,7	51,2
No	29,9	22,9	35,7
Ns/Nc	7,8	1,4	13,1

(Formació Especialitzada)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
FORMACIÓ ESPECIALITZADA	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	55,8	63,8	45,0	63,6	70,0	44,4	22,2	42,9	66,7	25,0	100,0	0,0	75,0
No	35,7	30,4	50,0	27,3	30,0	33,3	44,4	42,9	33,3	50,0	0,0	100,0	25,0
Ns/Nc	7,8	4,3	5,0	9,1	0,0	22,2	>33,3	14,3	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
FORMACIÓ ESPECIALITZADA	154	70	84
Sí	55,8	64,3	48,8
No	35,7	32,9	38,1
Ns/Nc	7,8	2,9	11,9

(Trobades empresarials)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimen-tació	Arts graf.	Altres
TROBADES EMPRESARIALS	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	51,9	53,6	55,0	72,7	70,0	44,4	22,2	42,9	50,0	25,0	66,7	0,0	50,0
No	40,3	40,6	40,0	18,2	30,0	44,4	44,4	42,9	33,3	75,0	33,3	100,0	50,0
Ns/Nc	7,8	5,8	5,0	9,1	0,0	11,1	>33,3	14,3	16,7	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
TROBADES EMPRESARIALS	154	70	84
Sí	51,9	64,3	41,7
No	40,3	35,7	44,0
Ns/Nc	7,8	<0,0	>14,3

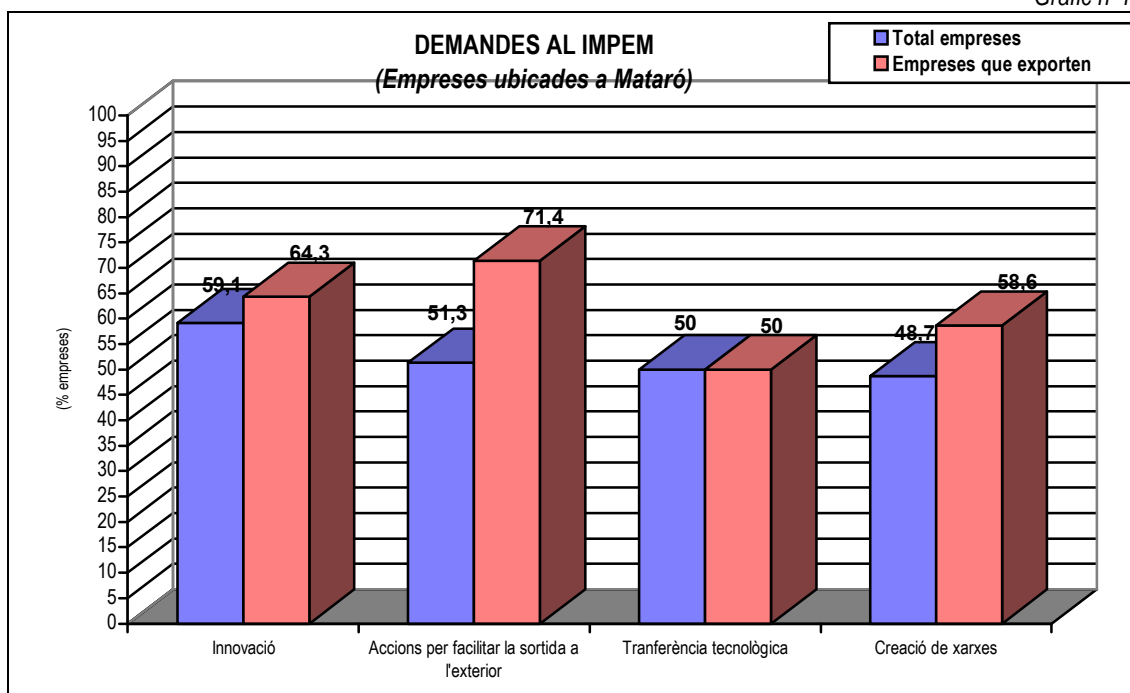
V.6 Demandes al IMPEM

"Li interessaria a vostè participar en accions promogudes per l'IMPEM en relació a...?"

❑ **Polítiques per afavorir la innovació i accions per facilitar la sortida a l'exterior.** Des del punt de vista de les empreses ubicades a Mataró, de les quatre accions que l'Institut Municipal de Promoció Econòmica (IMPEM) podria realitzar per ajudar-les en el procés d'internacionalització, n'hi han dues que tenen més acceptació que les altres, amb una diferència en funció si l'empresa ja exporta o encara no, així;

0. En primer terme, major demanda a l'IMPEM perquè realitzi **accions per fomentar la innovació** (59,1% pel conjunt de les empreses de Mataró, que puja fins el 64,3% entre les empreses que ja exporten).
1. En segon terme, **demanda d'accions per facilitar la sortida a l'exterior**, aquestes mesures de tipus més pràctic i d'acompanyament, en termes generals ho demana poc més de la meitat de les empreses de Mataró (51,3%), però entre les empreses que ha exporten arriba al 71,4% de suport.
2. En tercer terme se situa la demanda **d'accions per afavorir la transferència tecnològica** (50,0%, tant pel conjunt de les empreses com per les que ja exporten).
3. Finalment, menys demanda relativa **d'accions per crear xarxes** (48,7% d'interès pel conjunt de les empreses, i puja al 58,6% entre les que exporten).

Gràfic nº45



(Innovació)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: INNOVACIÓ	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	59,1	56,5	70,0	45,5	60,0	44,4	66,7	42,9	83,3	50,0	66,7	33,3	100,0
No	34,4	39,1	25,0	27,3	40,0	44,4	22,2	42,9	16,7	50,0	33,3	66,7	0,0
Ns/Nc	6,5	4,3	5,0	>27,3	0,0	11,1	11,1	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: INNOVACIÓ	154	70	84
Sí	59,1	64,3	54,8
No	34,4	31,4	36,9
Ns/Nc	6,5	4,3	8,3

(Accions per facilitar la sortida a l'exterior)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: ACCIONS PER FACILITAR LA SORTIDA A L'EXTERIOR	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	51,3	59,4	70,0	18,2	80,0	55,6	11,1	28,6	33,3	50,0	33,3	0,0	50,0
No	43,5	36,2	30,0	63,6	20,0	33,3	77,8	57,1	66,7	50,0	66,7	100,0	50,0
Ns/Nc	5,2	4,3	0,0	18,2	0,0	11,1	11,1	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: ACCIONS PER FACILITAR LA SORTIDA A L'EXTERIOR	154	70	84
Sí	51,3	>71,4	<34,5
No	43,5	<24,3	>59,5
Ns/Nc	5,2	4,3	6,0

(Transferència tecnològica)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: TRANSFERÈNCIA TECNOLÒGICA	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	50,0	52,2	45,0	27,3	50,0	44,4	55,6	42,9	66,7	50,0	66,7	33,3	75,0
No	40,9	42,0	40,0	45,5	50,0	44,4	22,2	42,9	33,3	50,0	33,3	66,7	25,0
Ns/Nc	9,1	5,8	15,0	>27,3	0,0	11,1	22,2	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: TRANSFERÈNCIA TECNOLÒGICA	154	70	84
Sí	50,0	50,0	50,0
No	40,9	42,9	39,3
Ns/Nc	9,1	7,1	10,7

(Creació de xarxes)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: CREACIÓ DE XARXES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	48,7	53,6	40,0	18,2	80,0	33,3	55,6	42,9	50,0	50,0	33,3	33,3	75,0
No	43,5	39,1	55,0	54,5	20,0	55,6	33,3	42,9	50,0	50,0	66,7	66,7	25,0
Ns/Nc	7,8	7,2	5,0	>27,3	0,0	11,1	11,1	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
PARTICIPACIÓ EN ACCIONS PROMOGUDES PER L'IMPEM EN: CREACIÓ DE XARXES	154	70	84
Sí	48,7	58,6	40,5
No	43,5	34,3	51,2
Ns/Nc	7,8	7,1	8,3

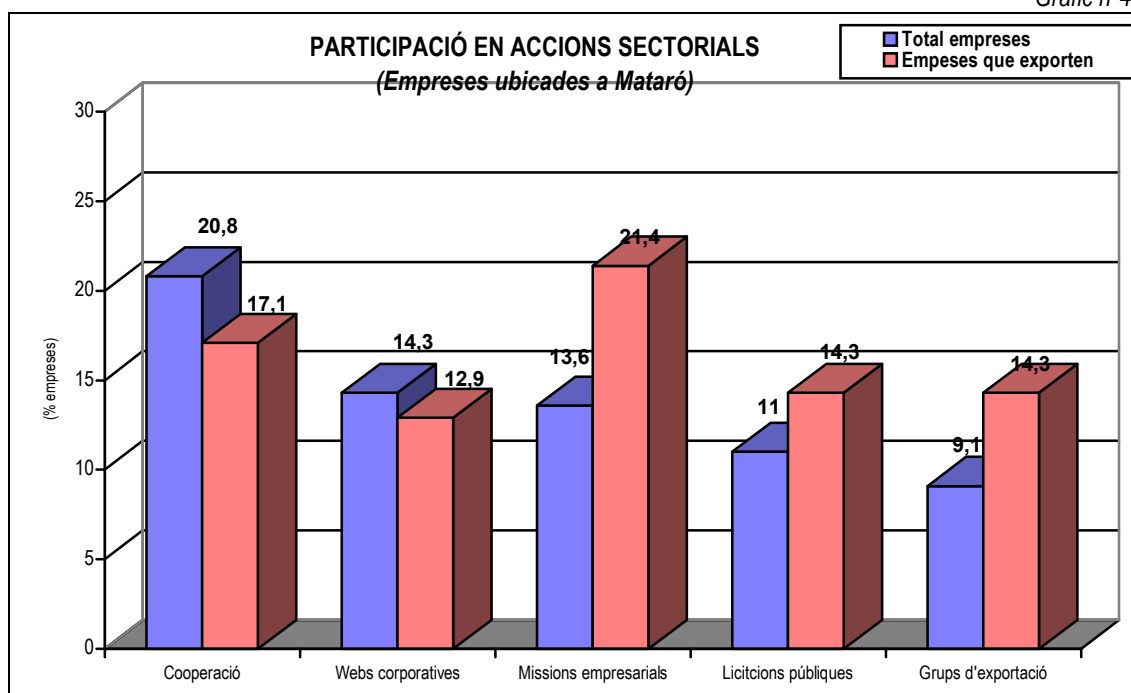
V.7 Participació en accions sectorials

"A participat alguna vegada en...?"

❑ **Individualisme.** Escassa participació de les empreses de Mataró en diferents accions que tendeixen a reforçar el teixit empresarial i crear sinèrgies entre empreses amb criteris d'eficiència i de compartir costos. Així, de major a menor importància:

- ✓ **Un 20,8% de les empreses han participat en grups de cooperació** (17,1% entre les empreses que exporten i 23,8% entre les empreses que actualment no exporten).
- ✓ **Un 14,3% ha participat en webs corporatives** (12,9% entre les empreses que exporten i 15,5% entre les empreses que actualment no exporten).
- ✓ **Un 13,6% ha participat alguna vegada en missions empresarials** (21,4% entre les empreses que exporten i 7,1% entre les empreses que actualment no exporten).
- ✓ **Un 11,0% de les empreses han participat en licitacions públiques** (14,3% entre les empreses que exporten i 8,3% entre les empreses que actualment no exporten).
- ✓ I finalment, **només un 9,1% de les empreses han participat en grups d'exportació** (14,3% entre les empreses que exporten i 4,3% entre les empreses que actualment no exporten).

Gràfic n°46



(Cooperació)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: COOPERACIÓ	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	20,8	15,9	25,0	9,1	40,0	11,1	>55,6	14,3	50,0	25,0	0,0	0,0	25,0
No	77,3	82,6	75,0	90,9	60,0	77,8	44,4	71,4	50,0	75,0	100,0	100,0	75,0
Ns/Nc	1,9	1,4	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	>14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: COOPERACIÓ	154	70	84
Sí	20,8	17,1	23,8
No	77,3	81,4	73,8
Ns/Nc	1,9	1,4	2,4

(Webs corporatives)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: WEBS CORPORATIVES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	14,3	11,6	20,0	0,0	20,0	0,0	>44,4	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	50,0
No	83,8	87,0	80,0	100,0	80,0	88,9	55,6	85,7	66,7	100,0	100,0	100,0	50,0
Ns/Nc	1,9	1,4	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	>14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: WEBS CORPORATIVES	154	70	84
Sí	14,3	12,9	15,5
No	83,8	85,7	82,1
Ns/Nc	1,9	1,4	2,4

(Missions empresarials)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: MISSIONS EMPRESARIALS	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	13,6	13,0	10,0	9,1	30,0	22,2	11,1	0,0	0,0	25,0	33,3	0,0	25,0
No	84,4	85,5	90,0	90,9	70,0	66,7	88,9	85,7	100,0	75,0	66,7	100,0	75,0
Ns/Nc	1,9	1,4	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	>14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(P66.4)	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: MISSIONS EMPRESARIALS	154	70	84
Sí	13,6	21,4	7,1
No	84,4	77,1	90,5
Ns/Nc	1,9	1,4	2,4

(Licitacions públiques)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi²		Tèxtil	Maquina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: LICITACIONS PÚBLIQUES	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	11,0	5,8	25,0	9,1	20,0	11,1	22,2	0,0	16,7	0,0	0,0	0,0	25,0
No	86,4	91,3	75,0	90,9	80,0	77,8	77,8	85,7	83,3	100,0	100,0	100,0	75,0
Ns/Nc	2,6	2,9	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi²		Sí	No
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: LICITACIONS PÚBLIQUES	154	70	84
Sí	11,0	14,3	8,3
No	86,4	84,3	88,1
Ns/Nc	2,6	1,4	3,6

(Grups d'exportació)

	Total	SECTOR ACTIVITAT											
% Verticals amb marca Jhi ²		Tèxtil	Maq-eina	Construc.	Químic	Metall	Serveis	Transport	Elec. consum	Vidre i Ceràm.	Alimentació	Arts graf.	Altres
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: GRUPS D'EXPORTACIÓ	154	69	20	11	10	9	9	7	6	4	3	3	4
Sí	9,1	11,6	15,0	0,0	10,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0
No	89,0	87,0	85,0	100,0	90,0	77,8	100,0	85,7	100,0	100,0	100,0	100,0	75,0
Ns/Nc	1,9	1,4	0,0	0,0	0,0	>11,1	0,0	>14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

	TOTAL	EXPORTA / NO EXPORTA	
% Verticals amb marca Jhi ²		Sí	No
HA PARTICIPAT ALGUNA VEGADA EN: GRUPS D'EXPORTACIÓ	154	70	84
Sí	9,1	14,3	4,8
No	89,0	84,3	92,9
Ns/Nc	1,9	1,4	2,4

Conclusions

Conclusions

I. Perfil de les empreses de Mataró

- ❑ Es registra un major nivell d'internacionalització entre les empreses constituïdes en el període 1990-1999 (32,9%), seguit del 1980-1989 (25,7%). L'assignatura pendent estaria en les empreses amb data de constitució abans de 1970; en les de més recent constitució, i sobretot, en el grup majoritari d'aquelles empreses que, tot i haver-se constituït en el període 1980-1999, i tenir suficient experiència i implantació, encara no han fet el salt per entrar en mercats internacionals.
- ❑ Entre les empreses que exporten el 50,0% són "societats anònimes" (26,1% entre les que no exporten).
- ❑ En 9 de cada 10 ocasions, les empreses que exporten són del sector tèxtil (52,9%), la màquina-eina (17,1%), el sector químic i plàstic (10,0%), i el sector del metall (8,6%).
- ❑ Una mica més del total de les empreses ubicades a Mataró (54,5%) tenen un producte i/o servei propi; entre les empreses que exporten aquesta relació s'incrementa fins el 75,7%.
- ❑ Una mica menys de la meitat de les empreses de Mataró tenen una marca pròpia registrada (46,1%); aquesta proporció s'incrementa entre les empreses que exporten (61,4%).
- ❑ Només el 18,2% de les empreses de Mataró disposen d'alguna patent; aquesta proporció s'incrementa fins el 30,0% entre les empreses que exporten. Però, només en 7,1% del total de les empreses de Mataró disposen de patents útils per operar fora d'Europa.
- ❑ Les empreses ubicades a Mataró que disposen de fàbrica tenen una plantilla mitjana de 25,10 treballadors fixes i 12,23 d'eventuals; aquesta dimensió mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten (mitjana de: 38,44 treballadors fixes i 18,92 d'eventuals).
- ❑ Les empreses que disposen d'oficines tenen una plantilla mitjana de 6,70 treballadors fixes i 1,80 d'eventuals; aquesta dimensió mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten (mitjana: 10,81 de treballadors fixes i els 2 d'eventuals).
- ❑ Les empreses que disposen de xarxa comercial pròpia tenen una plantilla mitjana de 10,33 treballadors fixes i 50,43 d'eventuals; aquesta mitjana s'incrementa entre les empreses que exporten (mitjana: 17,60 treballadors fixes i els 50,43 d'eventuals).

- ❑ El 45,5% de les empreses de Mataró actualment exporten els seus productes i/o serveis fora de l'Estat espanyol, i un altre 5,8% ho ha fet en alguna ocasió. És a dir, entre el 45,5% i el 51,3% de les empreses de Mataró o exporten ara o han exportat en un passat.
El 42,2% de les empreses tenen presència en la zona de la UE. I un 20,78% de les empreses de Mataró tenen presència en mercats fora de la UE.
- ❑ Però malgrat la presència internacional, en termes globals, el 88,59% de la facturació de les empreses ubicades a Mataró prové del mercat espanyol.
- ❑ Entre les empreses que exporten a països de la UE, 6 de cada 10 exportacions són de roba de consum personal (31,8%), seguit de màquina-eina (18,2%) i roba i teixits per consum industrial (10,6%).
- ❑ Aquestes exportacions europees, bàsicament es concentren en unes proporcions molt destacades a França (60,9%); segueix en un segon ordre d'importància relativa, el mercat d'Itàlia (37,5%), Alemanya (32,8%) i Portugal (29,7%).
- ❑ Entre les empreses que exporten a països fora de la UE, 6 de cada 10 exportacions són de roba de consum personal (33,3%) i de roba i teixits per consum industrial (24,4%). I aquestes exportacions fora de l'àrea de la UE, es concentren en primer lloc al centre i sud Amèrica, seguit dels països asiàtics i Àfrica; i en darrer terme, els EE.UU i Canadà.

II. Organització, estructura comercial i capacitat de l'empresa

II.1 Organització

- ❑ Quasi la meitat de les empreses ubicades a Mataró consideren que tenen una estacionalitat de la demanda estable durant tot l'any (48,7%). Entre el 51,3% de les empreses que sí que indiquen una certa estacionalitat en la demanda, destaquen com a mesos de més demanda el període que va de setembre a gener (14,3% l'octubre; 13,0% novembre i gener respectivament; i 12,3% setembre). Entre les empreses que exporten la sensació que la seva demanda es manté estable durant tot l'any s'incrementa fins el 55,7%.

II.2 Perfil del personal responsable

- ❑ Entre les empreses que tenen una presència internacional, el perfil del màxim responsable de producció s'accentua la presència de llicenciats universitaris (33,9%), segueixen amb un pes idèntic al conjunt de les empreses ubicades a Mataró, els responsables amb estudis de nivell mig (32,3%), i finalment, s'ubiquen les persones amb estudis primaris i autodidactes (24,3%).
- ❑ Entre les empreses que tenen una presència internacional, el perfil del màxim responsable del departament d'administració, accentua la formació universitària amb un 45,4%, segueixen amb un pes idèntic al conjunt de les empreses ubicades a Mataró, els responsables amb estudis de nivell mig (39,4%), i finalment, s'ubiquen les persones amb estudis primaris i autodidactes (12,0%).

II.3 Estructura comercial

- ❑ Entre les empreses que tenen presència internacional, guanya pes la figura del cap del departament comercial i/o de vendes (41,4%), la xarxa comercial (17,1%) i els representants (11,4%), en detriment de la resta de perfils responsables de la relació amb els clients del mercat espanyol. En aquest grup d'empreses, el nivell de professionalització en relació amb els clients és superior, i el departament comercial supera a Gerència (30,0%) com a màxim responsable de la relació amb els clients.
- ❑ Entre les empreses que tenen presència comercial en els països de la UE, el màxim responsable de mantenir relacions amb els clients és el cap del Departament comercial i/o de vendes (30,0%), amb igual protagonisme que Gerència (28,3%), o bé, hi ha una delegació de funcions a favor de la xarxa comercial (20,0%) o els representants en la zona.
- ❑ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals fora de la UE, creix la importància del cap del Departament comercial i/o de vendes (44,2%), superant clarament el protagonisme de Gerència (23,3%), seguit del rol preeminent de la pròpia xarxa de comercials a la zona (16,3%), o la figura del Cap de vendes d'exportació (9,3%).
- ❑ Entre les empreses que exporten, el contacte directe amb el client intern espanyol es canalitza molt més a través d'agents comercials propis (37,1%), seguit d'una xarxa de

representants per zones (24,3%), i segueix, en un tercer nivell d'importància, el contacte directe amb el client final (18,6%) amb igual pes que els intermediaris i distribuïdors de zona.

- ❑ Entre les empreses que tenen presència comercial en els països de la UE, el canal clarament més utilitzat per accedir als seus clients del mercat exterior és a través d'agents comercials propis (41,3%). En segon terme, se situen els intermediaris i/o distribuïdors (27,0%) i els representants a la zona (25,4%)

- ❑ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals fora de la UE, creix molt la importància dels representants a la zona (36,8%), en detriment dels agents comercials propis (31,6%).

- ❑ Una mica més de la meitat de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis dins el mercat espanyol (52,6%).

Entre les empreses que exporten, té més pes l'assistència a Fires i Congressos (33,3%), en detriment de menys presència relativa de la inversió en publicitat i accions de *merchandising* per millorar la imatge de l'establiment, l'empresa i la marca.

- ❑ Entre les empreses que tenen presència en mercats internacionals, igual com passa en el mercat espanyol, en quasi la meitat dels casos (48,6%) les comandes les trameten els propis clients.

Igual com passava en el mercat interior, només en un 20,8% les comandes són recollides en exclusiva per la xarxa comercial, i finalment, en el 29,2% de les ocasions les comandes es realitzen indistintament pels propis clients i per la xarxa comercial.

- ❑ Quasi sis de cada deu de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis dins els mercats internacionals (59,0%).

Es constata que, malgrat que només el 45,5% de les empreses tenen presència real en els mercats estrangers, els intents per entrar en aquests mercats, i per tant, fer accions per reforçar la comercialització exterior arriba al 59,0% dels casos.

- ☐ Entre el 76,5% de les empreses amb clients internacionals, aquests no arriben a 250.
- ☐ Només quatre de cada deu empreses de Mataró tenen contractada alguna assegurança de risc comercial pel mercat interior (39,6%). Entre les empreses que exporten, s'incrementa fins el 45,7% les empreses que tenen contractada una assegurança de risc comercial pel mercat interior.
- ☐ Entre les empreses que exporten el 40,0% tenen contractada alguna assegurança de risc comercial pel mercat exterior.

II.4 Presència en fires internacionals

- ☐ El 37,7% de les empreses ubicades a Mataró han participat alguna vegada en alguna Fira internacional del seu sector d'activitat.
- ☐ El 81,8% de les empreses ubicades a Mataró han visitat alguna vegada en alguna Fira internacional del seu sector d'activitat.

II.5 Capacitat

- ☐ Divisió d'opinions davant la capacitat per adaptar la producció a canvis sobtats de la demanda: una mica més de la meitat de les empreses de Mataró consideren que tenen una alta capacitat d'elasticitat per adaptar-se a canvis imprevistos de la demanda (51,9%); major percepció de bona adaptació a canvis sobtats de la demanda, entre les empreses amb presència en mercats internacionals (60,0%).
- ☐ El 54,4% de les empreses ubicades a Mataró durant l'any 2005 en algun moment han tingut algun trencament d'stocks.

III. Conjuntura i perspectives

- ☐ En termes globals, pèrdua estructural i selectiva de clients. El 43,5% de les empreses ubicades a Mataró consideren que en els darrers tres anys han perdut clients.

- ❑ Entre les empreses que actualment exporten: (1) Menys percepció d'estabilitat per part dels seus clients finals; (2) Percepció per contra que s'ha reduït el nombre de clients reals, menys demanda; (3) i més percepció que s'han reduït els marges comercials.
- ❑ Quasi dos de cada tres empreses ubicades a Mataró (64,9%) no té intermediaris en l'estructura del seu canal de comercialització. Entre el 35,1% de les empreses que sí que tenen clients intermediaris, els intermediaris progressivament desapareixen; aquests intermediaris generen menys demanda; menys marges comercials; i major centralització de les decisions de compra.
- ❑ Molta incertesa i cert pessimisme en la descripció de l'entorn: menys clients, menys volum de demanda, més especialització, menys marges comercials, i ara, més competidors. I ara, quan s'avalua la percepció sobre com ha evolucionat l'estructura de la competència, hi ha una clara percepció que, o bé s'ha incrementat (42,9%), o bé es manté estabilitzada (33,1%); només un 24,0% de les empreses creuen que en els darrers 3 anys han vist reduït el nombre de competidors.
- ❑ La globalització està en la base del increment de la competència. Entre el 42,9% de les empreses ubicades a Mataró que creuen que en els darrers 3 anys s'ha incrementat la seva competència, el motiu bàsic per fonamentar aquesta opinió és l'entrada en escena de nous mercats, i això s'explica de diferents maneres: "més competidors per efecte de la globalització dels mercats" + "entrada de nous competidors que tenen menys costos estructurals i treballen amb menys marges" + "marques procedents de països asiàtics" + "entrada en vigor de normatives que diversifiquen i liberalitzen el sector.
- ❑ Dos de cada tres empreses ubicades a Mataró consideren que tenen competidors amb seu a països fora de l'Estat espanyol (64,9%). En primer terme consideren que els seus principals competidors provenen del mercat xinès; Índia i conjunt d'altres països asiàtics. Després del continent asiàtic com a primer punt d'origen de molts dels competidors de les empreses ubicades a Mataró, en segon terme, se cita França, seguit d'Itàlia, països de l'Europa de l'est i Alemanya.

- ❑ Entorn competitiu molt agressiu. Entre les empreses que exporten, s'incrementa la percepció d'agressivitat (28,6%) i que han de lluitar contra preus molt baixos (21,4%).
- ❑ Malgrat l'increment de les dificultats en l'entorn competitiu, es registra un nivell acceptable d'optimisme respecte les perspectives de futur de les empreses de Mataró: el 55,2% de les empreses expressen opinions entre molt i bastant favorables respecte l'evolució de la seva empresa en els propers tres anys, i un altre 40,2% expressa opinions entre "regular" i "dolentes i molt dolentes".
- ❑ El fet que l'empresa exporti o no exporti no és una variable rellevant per avaluar les perspectives de futur, la clau està en el sector d'activitat on està ubicada l'empresa.
- ❑ Pro-activitat en un sector en expansió. Entre el 55,2% de les empreses que expressen opinions optimistes sobre les seves perspectives en els propers anys, hi ha dos grups d'opinions per sustentar aquesta opinió, que són: (1) Pro-activitat per adaptar-se i anticipar-se als canvis i (2) Estar en un mercat en expansió.
- ❑ Re-organització i segmentació eficient. Entre el 57,1% de les empreses que exporten i que avaluen positivament les seves perspectives de futur, pesa relativament menys la sensació d'estar en un mercat en expansió (39,0%), i en canvi, pugen les respostes entorn a "haver-se reorganitzat per adaptar-se millor als canvis del mercat" (26,8%) i "segmentar millor la cartera de clients" (12,2%).

IV. Internacionalització actual de les empreses de Mataró

- ❑ Divisió d'opinions. El 51,3% de les empreses de Mataró en algun moment han exportat, concretament, un 45,5% actualment exporten, un altre 5,8% ho ha fet en un passat, i finalment, un altre 48,7% mai han exportat.
- ❑ Tres de cada quatre empreses de Mataró consideren que tenen bones o moltes bones possibilitats d'estar presents en mercats internacionals a curt termini (31,2%), un altre 10,4% considera que les possibilitats d'internacionalització són "regulars".

- ☐ Entre el 45,5% de les empreses que actualment exporten, en el 60,0% dels casos consideren que les seves perspectives per seguir exportant a curt i mig termini són altes.
- ☐ Mercats en expansió, saturació del mercat interior i canvi d'imatge. Entre el 31,2% d'empreses que consideren que tenen altes probabilitats d'internacionalitzar la seva activitat en els propers anys, els motius per justificar aquesta opinió és que "ja exporten i cada vegada tenen més demanda" (34,5%); "estan en un mercat encara en creixement" (21,8%), o bé, "estan entrant en nous mercats emergents" (16,4%).
- ☐ Entre el 33,1% d'empreses que consideren que tenen baixes probabilitats d'internacionalitzar la seva activitat en els propers anys, els motius per tenir aquesta opinió van en tres direccions: (1) El producte i/o servei no és exportable; (2) Dimensió de l'empresa; (3) Mercat madur i copat; (4) Competència deslleial de les normatives dels països asiàtics; i de forma molt menor (6) No existència d'un suport institucional.
- ☐ Gerència i expansió a remolc dels clients. Entre les empreses que exporten, després del gerent (45,7%), ha estat el "director gerent" (14,3%), i en tercer terme, han pres la decisió d'exportar perquè els propis clients els hi ho han facilitat (11,4%).
- ☐ Entre el 54,5% de les empreses de Mataró que actualment no exporten, els motius per no fer-ho actualment, són de tres tipus, que s'ordenen de la següent manera: (1) Problemes estructurals i de capacitat de l'empresa; (2) Decisió estratègica de l'empresa i (3) Estan en procés d'internacionalització.
- ☐ La internacionalització de l'economia de Mataró s'accelera a partir de l'any 1990: dos de cada tres empreses que exporten hi fan des de l'any 1990.
- ☐ Poc més de la meitat de les empreses que exporten (52,9%) consideren que la seva presència exterior és estable i està consolidada. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, només el 24,0% tenen una presència estable a l'estranger.
- ☐ Només el 10,0% de les empreses que tenen presència en els mercats internacionals tenen instal·lacions productives a l'estranger. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, només el 4,5% tenen instal·lacions productives a l'estranger.

- ☐ Només el 12,9% de les empreses que tenen presència en els mercats internacionals tenen instal·lacions comercials pròpies a l'estranger. Això implica que, sobre el total d'empreses de Mataró, només el 5,86% tenen instal·lacions comercials pròpies a l'estranger.
- ☐ La percepció que tenen les empreses de sí mateixes en termes de com els veuen a nivell internacional, denota una barreja de "bon producte / servei i creació de valor", però també, "inseguretat i feblesa estructural", dimensió reduïda, desconeixement i sentir-se poc importants.
- ☐ Només el 28,6% de les empreses de Mataró amb presència internacional habitualment realitzen prospeccions de mercats.
- ☐ El gerent decideix. De forma molt majoritària, és la figura del gerent (45,6%) el càrrec de l'empresa que decideix la selecció dels mercats on de forma estratègica es vol intervenir (gerència i en general la "direcció" –13,2%-). El mercat exterior és més una qüestió d'estratègia d'empresa que no estrictament una decisió comercial.
- ☐ Pluralitat de fons d'informació per decidir els nous mercats internacionals: en primer lloc el contacte continuat amb els clients, la pròpia xarxa comercial, i només de forma menys rellevant, la informació facilitada per institucions oficials.
- ☐ Entre les empreses que exporten, de mitjana, quasi 5 persones es dediquen a activitats relacionades amb el comerç exterior.
- ☐ Quasi quatre de cada deu empreses que exporten (38,6%), han implementat algun programa de formació adreçat específicament al personal relacionat amb el comerç exterior.
- ☐ Entre les empreses que exporten, el 38,6% deu el seu procés d'internacionalització a un pla de promoció exterior.
- ☐ Més de la meitat de les empreses amb presència internacional (55,7%) considera molt important la internacionalització com a estratègia general de l'empresa.
- ☐ Divisió d'opinions en el grau d'importància en la resposta a comandes de l'exterior per la web.

- ☐ Només el 27,1% de les empreses que exporten de Mataró ha rebut alguna subvenció per la internacionalització de l'activitat de la seva empresa; això realment representa que només el 12,33% del total d'empeses de Mataró.
- ☐ Entre les empreses amb presència internacional de Mataró, de forma molt majoritària s'utilitza com a mitjà de pagament les transferències (71,4%).
- ☐ Una de cada tres empreses que exporten té contractada alguna assegurança de risc financer.
- ☐ Només dues de cada deu empreses que exporten utilitza una assegurança de risc segons el país on s'exporta.

V. Potencial i factors de motivació per la internacionalització de l'activitat

- ☐ La meitat de les empreses de Mataró manifesten entre bastant i molt interès en tenir presència en mercats estrangers en un futur. Entre els empreses que actualment no exporten, una de cada quatre manifesta bastant o molt interès (25,0%) en tenir en un futur presència en el mercat internacional.

Per sectors d'activitat, manifesten més interès per tenir presència en mercats internacionals: sector químic, l'electrònica de consum, el tèxtil i la construcció de màquina-eina.

- ☐ Que una empresa opti per entrar en mercats internacionals és un mixt entre factors pro-actius lligats a una planificació i estratègia empresarial, sumats a factors d'entorn adversos que en certa forma obliguin a buscar nous mercats i nous canals.
- ☐ Una de cada quatre empreses de Mataró manifesten que en els propers dos o tres anys tenen previst incorporar més recursos per reforçar la internacionalització de les seves activitats (26,6%). Es dona més entre les empreses de l'electrònica de consum, el tèxtil i el sector químic, i també, les empreses relacionades amb la màquina-eina i el metall.
- ☐ Créixer en dimensió, innovació tecnològica i eficiència en l'organització. Entre les empreses que manifesten la voluntat d'incorporar recursos per reforçar la internacionalització: (1) en primer terme citen, realitzar més inversió econòmica; (2) Increment del nombre de personal;

(3) Invertir en nous equipaments tecnològics; (4) Reorganització de l'empresa i específicament, introducció de canvis en la metodologia de treball; (5) Construcció / adquisició de noves infraestructures.

❑ Més enllà del suport financer i les subvencions, en un segon nivell d'importància relativa, les empreses realitzen les següents demandes a les administracions públiques perquè les ajudin a fer més fàcil el procés d'internacionalització: (2) Informació dels mercats; (3) Mesures per agilitzar l'eficiència i la rapidesa en els tràmits i cobraments de les exportacions; (4) Formació i cursos per orientar i gestionar l'activitat exportadora; (5) Facilitar l'assistència a Fires; (6) Mesures per controlar els productes procedents dels països asiàtics i en general, millor control de tot el comerç exterior; (7) Millores en les condicions fiscals que ajudin i aportin incentius per l'exportació, i en general, (8) Creació d'una xarxa de suport a l'exportació.

❑ Subvencions i Informació. Com ja s'ha apuntat anteriorment a partir de les respostes espontànies, les principals demandes que fan les empreses a les administracions perquè les ajudin en la internacionalització de la seva activitat, són: (1) Suport financer i (2) Centralització d'informació d'interès.

❑ Polítiques per afavorir la innovació i accions per facilitar la sortida a l'exterior per par del IMPEM: (1) en primer terme, major demanda perquè es realitzin accions per fomentar la innovació; (2) seguit, de la demanda d'accions per facilitar la sortida a l'exterior.

❑ Individualisme. Escassa participació de les empreses de Mataró en diferents accions que tendeixen a reforçar el teixit empresarial i crear sinèrgies entre empreses amb criteris d'eficiència i de compartir costos. Així, de major a menor importància: Participar en grups de cooperació (20,8%); webs corporatives (14,3%); missions empresarials (13,6%); licitacions públiques (11,0%); i només un 9,1% de les empreses han participat en grups d'exportació.

❑ Que una empresa exporti o no exporti indica una voluntat estratègia de créixer i professionalitzar-se, que va més enllà de la xifra de negoci estricta, és un indicador de voluntat d'estar present en el mercat a mig i llarg termini.

ANNEX: Qüestionari

0.2 Dades identificació bàsica de l'empresa

Nom: _____

Nom comercial: _____

Adreça: _____

Ciutat: _____ Cd: _____

Tf: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Web empresa: _____

Sector d'activitat: CSIC:

(anotar) _____

CNAE:

0.3 Altres dades de classificació

Exactament, què fabrica / comercialitza l'empresa?

☐ Tenen un producte / servei propi?
Sí.....1 No.....2

☐ Tenen marca pròpia registrada?
Sí.....1 No.....2

☐ Disposen d'alguna patent?
Sí.....1 No.....2



☐ En quins països pot operar amb aquesta patent?

Codi empresa:

Exporta ara.....1	Ha exportat.....3
No exporta ara2	Mai ha exportat.....4

COMENTARIS / PERCEPCIÓ DE L'ENTREVISTADOR

(dispersos / interessats pel tema / respostes dubitatives etc.)

Dia de la setmana: _____

Hora de resposta: _____

0.1 INICI - Qüestionari de captació

Bon dia / tarda, estem trucant de part del IMPEM i voldríem parlar amb el sr. _____

Contacte efectiu	No contacte
Com vostè sap, l'IMPEM està realitzant un estudi per ajudar les empreses de Mataró perquè puguin exportar (citar carta), i ens faria falta disposar d'algunes dades de la seva empresa per poder-lo ajudar millor. Tota la informació que ens facilitarà és confidencial, i només serà tractada a efectes estadístics.	Motiu: Data / hora nou intent (fins 5 intents):

Enviament per e-mail / fax (data):

Data retorn: _____

Tf de seguiment:

Data: _____

Data: _____

Data: _____

Data: _____

I. Fitxa empresa

P1. Quin càrrec ocupa vostè dins l'empresa:

- ☐ Propietari.....1
☐ Gerent.....2
☐ Administrador gerent.....3
☐ Director comercial.....4
☐ Altre: _____

P2. Quina és la raó social completa de l'empresa:

P3. Any de constitució de l'empresa:

(Si continua una activitat anterior)

Any aproximat inici activitat anterior:

P4. Forma jurídica actual de l'empresa:

- ☐ Societat limitada.....1
☐ Societat anònima.....2
☐ Cooperativa.....3
☐ Altra (quina): _____

P5. Verificar el sector d'activitat (0.1)

P6. Omplir informació de 0.2 i 0.3

II. Conjuntura i perspectivesP7. Com considera vostè que ha **evolucionat la demanda en el seu sector** durant els últims 3 anys:

- ☐ S'ha incrementat molt.....1
☐ S'ha incrementat bastant.....2
☐ S'ha mantingut estabilitzada.....3
☐ Ha decrescut bastant.....4
☐ Ha decrescut molt.....5
☐ (No llegir) Ns/nc.....6

P8. També durant els últims 3 anys, quins canvis destacaria en el comportament dels seus clients o compradors finals?

P9. I quins canvis destacaria en relació als **clients intermediaris** que té la seva empresa? (si en té)

No té clients intermitjos.....0

P10. Com considera vostè que ha **evolucionat la seva competència** durant els últims 3 anys:

- ☐ S'ha incrementat.....1
☐ S'ha mantingut estabilitzada.....2
☐ S'ha reduït.....3

P11. (Només codis 1 i 3). Per què considera que (s'ha incrementat) // (s'ha reduït) la seva competència?

P12. Considera vostè que la seva empresa actualment té **competidors que tenen la seva seu en un país estranger**?

- ☐ Sí.....1
☐ No.....2 (passar a P14)
☐ (No llegir) No ho sap.....3 (passar a P14)

P13. De forma principal, de quins països són?

P14. Com qualificaria l'estil competitiu dels seus **competidors internacionals** directes?

P15. Pensant en els propers 3 anys, com avalua les perspectives de la seva empresa?

- ☐ Molt bones1
☐ Bones.....2
☐ Regulars.....3
☐ Dolentes.....4
☐ Molt dolentes5
☐ (No llegir) Ns.....6

P16. Per quin motiu?

P17. I respecte les possibilitats d'internacionalització de la seva empresa, pensant en els propers 3 anys, com avalua les perspectives de la seva empresa?

- ☐ Molt bones1
☐ Bones.....2
☐ Regulars.....3
☐ Dolentes.....4
☐ Molt dolentes5
☐ (No llegir) Ns.....6

P18. Per quin motiu?

III. Capacitats de l'empresa

P19. Normalment, quin és l'horari laboral de:

	Horari:	No pertinent
La fàbrica		99
Les oficines		99

P20. Hi ha algun moment de l'any que l'empresa està totalment tancada?

	NO	Sí	P21. Quan?
La fàbrica	1	2	
Les oficines	1	2	

P22. Aproximadament, quin percentatge de la seva facturació es distribueix en aquests àmbits geogràfics:

(es poden acceptar intervals)	% facturació
Mercat interior (Cat. i/o Esp)	
La Unió Europea	
Altres zones del món	

(Només pels àmbits amb facturació pertinents)

P23. Aquesta empresa, aproximadament, quants anys porta de presència comercial a...

(En anys)	< 5 anys	5-10	11-15	16-20	> 20
Mercat interior	1	2	3	4	5
La Unió Europea	1	2	3	4	5
Altres zones del món	1	2	3	4	5

P24. I per tipus de producte / servei hi exporten:

	Producte	P25. Països
UE		
Altres zones		

P26. Normalment, **quins canals utilitzen comercialitzar / vendre / distribuir els seus productes / serveis, a...**

Mercat interior (Catalunya i/o Espanya)	Np 99
La Unió Europea	Np 99
Altres zones del món	Np 99

P27. Normalment, **qui porta les relacions comercials amb els clients de cada àmbit geogràfic?**

Mercat interior (Catalunya i/o Espanya)	Np 99
La Unió Europea	Np 99
Altres zones del món	Np 99

P28. Quina és l'estacionalitat de la demanda del seu negoci?

☐ Demanda estable tot l'any0

☐ Més demanda els mesos de:

G	F	Mç	Ab	Mg	Jn	Jl	Ag	St	Oc	Nov	Des
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

☐ Altres períodes:

(NOMÉ SI EXPORTEN)

P29. I específicament respecte els mercats exteriors, quina és l'estacionalitat de la demanda del seu negoci

☐ Demanda estable tot l'any0

☐ Més demanda els mesos de:

G	F	Mç	Ab	Mg	Jn	Jl	Ag	St	Oc	Nov	Des
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

☐ Altres períodes:

P30. Pensant en les dimensions i capacitats actuals de la seva empresa:

Fàbrica / prestació de serveis (any 2005)			
Nº treb. fixes		Puntualment, nº treb. eventuais	
Respecte el màxim responsable del dept. de producció / prestació de serveis...	Anys experiència sector: _____ Anys exp. en l'empresa: _____ Nivell de formació: _____		
Capacitat d'adaptar la producció de productes / prestació de serveis a canvis sobtats en la demanda: ☐ Alta.....1 ☐ Regular.....2 ☐ Baixa.....3			
Un mes normal, quin % d'ocupació tenen les instal·lacions / infraestructura productiva: _____			

Quan es produeix un increment de la demanda no prevista que supera la capacitat productiva / prestació de serveis normal, com ho han solucionat? (relatar darrer cas)

Oficines / xarxa comercial (any 2005)

<u>Oficines</u>		Puntualment, nº treb. eventuais	
Nº treb. fixes			
<u>Xarxa comercial</u>		Puntualment, nº treb. eventuais	
Nº treb. fixes			

Respecte el màxim responsable del <u>departament d'Administració</u>	Anys experiència sector:	
	Anys exp. en l'empresa:	
	Nivell màxim de formació:	

Respecte el màxim responsable del <u>departament Comercial</u>	Anys experiència sector:	
	Anys exp. en l'empresa:	
	Nivell de formació:	

Nombre aproximat de clients en la seva base de dades:

<u>Mercat interior (Cat / Esp)</u>	<u>Mercats exteriors</u>
☐ Menys de 50.....1	1
☐ De 50 a 250.....2	2
☐ De 251 a 500.....3	3
☐ De 501 a 1000.....4	4
☐ De 1001 a 2000.....5	5
☐ Més de 2000.....6	6

Quin % dels seus clients considera vostè que són habituals:

<u>Mercat interior (Cat / Esp)</u>	<u>Mercats exteriors</u>
_____	_____
(o bé, indicat en números absoluts)	

Aproximadament, respecte el nombre de clients habituals, aproximadament, quin % de clients nous capten cada any?

<u>Mercat interior (Cat / Esp)</u>	<u>Mercats exteriors</u>
☐ Menys del 2%.....1	1
☐ Del 2 al 5%.....2	2
☐ Del 6 al 10%.....3	3
☐ Més del 10%.....4	4

P31. Normalment, a través de quin conducte els hi arriben les comandes?

	<u>Mercat int.</u>	<u>Mercats ext.</u>
☐ Les passen els mateixos clients.....	1	1
☐ Les recullen els comercials.....	2	2
☐ Les dues opcions indistintament.....	3	3
☐ Altres mitjans (<i>m.interior</i>).....		
☐ Altres mitjans (<i>m.exterior</i>).....		

P32. Durant aquest any 2005, han realitzat alguna acció per reforçar la comercialització dels seus productes i/o serveis?

	<u>Mercat int.</u>	<u>Mercats ext.</u>
☐ No.....	1	1
☐ Sí.....	2	2

P33. En què han consistit? (*mercat interior*)

P34. En què han consistit? (*mercat exterior*)

P35. En condicions normals, quan triguen a servir el producte / servei des del moment que han rebut la comanda?

P36. Durant aquest últim any 2005, aproximadament en quantes ocasions han servit alguna comanda més tard que el termini abans descrit:

- ☐ Mai o quasi mai..... 1
☐ Alguna vegada, però és l'excepció 2
☐ Sovint, però els clients hi estan acostumats 3
☐ Sovint, i hi estem treballant per solucionar-ho 4
☐ Altres comentaris

P37. La seva empresa té contractada alguna assegurança de risc comercial, tipus *Crédito y Caución* o similar?

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <u>Mercat int.</u> | <u>Mercats ext.</u> |
| ☐ Sí.....1 | ☐ Sí..... 1 |
| ☐ No.....2 | ☐ NO.....2 |

P38. La seva empresa ha exposat alguna vegada en alguna fira internacional del seu sector?

- ☐ Sí..... 1
☐ No 2 (passar a P40)

P39. En quina / quines?

Nom	País	Any

P40. La seva empresa ha visitat alguna vegada alguna fira internacional del seu sector?

- ☐ Sí..... 1
☐ No 2 (passar a P42)

P41. En quina / quines?

Nom	País	Any

IV. Oportunitat de negoci

P42. La seva empresa, actualment exporta productes / serveis fora d'Espanya?

- ☐ Sí..... 1 (Passar a P44)
☐ No 2

P43. Què creu que frena actualment la possible internacionalització de la seva empresa?:

- ☐ Res, s'està ja en procés..... 1
☐ Res, només falta decidir per on començar..... 2
☐ Tenim altres mercats prioritaris..... 3
☐ Hem tingut experiències negatives..... 4
☐ Considera que els hi falta...

(Text segons P42)

P44. Qui ha pres / hauria de prendre la decisió d'exportar?

NOMÉS SI EXPORTEN (segons P42) sino... P63

P45. Quin any van començar a exportar:

P46. Tenen actualment instal·lacions productives a l'exterior?

- ☐ Sí.....1 No.....2

P47. Tenen actualment instal·lacions comercials pròpies a l'exterior?

- ☐ Sí.....1 No.....2

P48. Considera que tenen una presència estable a l'exterior?

- ☐ Sí.....1 No.....2

P49. Quin considera que és el posicionament de l'empresa a l'exterior? (com és vista)

P50. Amb quina periodicitat realitzen prospeccions de mercats en relació als mercats internacionals?

- ☐ Habitualment..... 1
☐ Ocasionalment 2
☐ Quasi mai 3
☐ Mai..... 4

P51. En relació a la seva activitat exportadora, quin grau d'importància li dona vostè a...

(Rotar l'ORDRE)	Molt	Regular	Poc	Ns
Resposta a comandes de l'exterior via web	1	2	3	4
El paper de la internacionalització dins l'estratègia general de la seva empresa	1	2	3	4

P52. Aquest procés d'internacionalització de la seva empresa, s'ha fet d'acord a un pla prèviament dissenyat de promoció exterior?

- ☐ Sí.....1 No.....2

P53. Normalment, qui fa la selecció dels mercats on es vol intervenir?

P54. I normalment, quines fonts d'informació utilitzen per determinar aquests mercats

P55. Ha tingut alguna subvenció relacionada amb la internacionalització?

☐ Sí.....1 No.....2 (Passar a P57)

P56. De quina / es institucions?

Copca1

ICEX2

Altres (precisar)

P57. Normalment, en les transaccions internacionals, quin tipus de mitjà de pagament utilitzen?:

- ☐ Transferència1
- ☐ Ordre de pagament simple2
- ☐ Ordre de pagament documentària3
- ☐ Remesa simple4
- ☐ Remesa documentària5
- ☐ Crèdit documentari6

P58. La seva empresa té contractada alguna assegurança de risc financer?

☐ Sí.....1 No.....2

P59. Alguna assegurança per risc segons el país on s'exporta / risc per situació política de la zona?

☐ Sí.....1 No.....2

P60. Aproximadament, del total de la seva empresa, quantes persones es dediquen al comerç exterior?

☐ Cap.....1 (Passar a P63)

☐ Nombre:

P61. Aquests treballadors, en quins idiomes estrangers tenen capacitat per comunicar-se?

- ☐ Anglès1
- ☐ Francès2
- ☐ Alemany3
- ☐ Altres (precisar):

P62. Aquests treballadors, han rebut alguna formació específica en relació a l'exportació?

- ☐ Sí1
- ☐ No2

Per tots igual...

P63. Quin tipus de recolzament demanaria a les Administracions públiques per fer més factible un possible procés d'internacionalització de la seva empresa?

P64. Fins quin punt trobaria útil per la seva empresa i les possibilitats d'entrar / continuar en mercat estrangers, que les administracions públiques li facilitessin:

(Rotar l'ordre)	Sí	No	Ns/nc
Formació especialitzada	1	2	3
Trobades empresarials	1	2	3
Suport financer	1	2	3
Centralització d'informació d'interès	1	2	3

P65. Li interessaria a vostè participar en accions promogudes per l'IMPEM en relació a:

(Rotar l'ordre)	Sí	No	Ns/nc
Transferència tecnològica	1	2	3
Innovació	1	2	3
Creació de xarxes	1	2	3
Accions per facilitar la sortida a l'exterior	1	2	3

P66. A participat alguna vegada en...

(Rotar l'ordre)	Sí	No	Ns/nc
Grups d'exportacions	1	2	3
Cooperació	1	2	3
Webs corporatives	1	2	3
Missions empresarials	1	2	3
Licitacions públiques	1	2	3

V. Motivació

P67. Fins quin punt considera important pel futur de la seva empresa tenir una presència en mercats estrangers?

- ☐ Molta1
- ☐ Bastant2
- ☐ Regular3
- ☐ Gens4
- ☐ Cap5
- ☐ (No llegir) Ns.....6

P68. Quins factors considera que podrien animar a la seva empresa a buscar nous mercats internacionals?

P69. A part del que ja ha dit, considera que alguns d'aquests factors podrien animar a la seva empresa a buscar nous mercats internacionals?

(Si exporten: ...han animat...)

- ☐ Compensar la crisi dels mercats tradicionals 1
- ☐ Augmentar la xifra de negoci 2
- ☐ Diversificar els mercats 3
- ☐ Compensar estacionalitats de la demanda 4
- ☐ Millorar els nivells d'ocupació de la capacitat de producció / prestació de serveis 5
- ☐ Aprendre de mercats més madurs 6
- ☐ Altres factors, com...

P70. En els dos / tres propers anys tenen previst incorporar més recursos per iniciar / reforçar la internacionalització de la seva empresa?

- ☐ Sí 1
- ☐ No 2 (final)
- ☐ (No llegir) No ho sap 3 (final)

P71. Amb quins recursos està pensant?:

(resposta suggerida i múltiple)

- ☐ Més personal 1
- ☐ Més inversió econòmica 2
- ☐ Noves infraestructures 3
- ☐ Nous equips tecnològics 4
- ☐ Reorganització de l'empresa 5
- ☐ Canvis en la metodologia de treball 6
- ☐ Altres tipus de canvis / recursos:

Des del punt de vista de la seva empresa, vol fer alguna consideració que podria ésser d'utilitat tenir en compte davant la possibilitat d'obrir-se a mercats internacionals, o bé, reforçar la seva presència en aquest àmbit

Revisar si falta alguna dada de classificació (0.2 / 0.3)

Moltes gràcies per la seva col·laboració.