

Instituto Aragonés de Fomento

Barómetro de las Empresas Aragonesas 2022-2023

Laboratorio Aragonés de Innovación y Mejora en la
Gestión Empresarial

Barómetro de las empresas aragonesas 2022-2023: resultados y expectativas

Febrero 2023



Estudio realizado por Pilar Rivera Torres, Vicente Salas Fumás y Concepción Garcés Ayerbe, por parte de la Universidad de Zaragoza, y, Adrián España Ara y Jesús López Cabeza, por parte del Instituto Aragonés de Fomento (IAF). Los autores agradecen los comentarios, las propuestas y las sugerencias del grupo de expertos que participó en el pretest de la encuesta, así como a aquellas personas del IAF que han participado de manera directa e indirecta en este proyecto.

Este estudio ha sido realizado con la aportación de los fondos del Programa Investigo financiado por la Unión Europea - Next Generation EU en el marco del Laboratorio Aragonés de Innovación y Mejora Empresarial. El contenido del texto es de responsabilidad única de sus autores.



INDICE

Resumen	3
Presentación	4
1. La encuesta	5
2. Características de las empresas que responden al cuestionario	6
3. Las expectativas y viabilidad de las empresas	9
3.1. Facturación, empleo e inversión	10
3.2. Precios, costes y márgenes	14
4. El efecto de los factores coyunturales y la respuesta de las empresas	18
5. Medidas y actuaciones de apoyo de la Administración Pública	22
ANEXO	25



INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta	6
Cuadro 2. Empresas que responden a las encuestas por sectores de actividad	7
Cuadro 3. Empresas que responden a las encuestas por clases de tamaño.....	7
Cuadro 4. Expectativas en: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa	11
Cuadro 5. Expectativas en: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa por clases de tamaño.....	12
Cuadro 6. Expectativas: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa por sectores de actividad	13
Cuadro 7. Motivos para mantener/modificar precios, y razones del aumento de costes por clases de tamaño	16
Cuadro 8. Motivos para mantener/modificar precios, y razones del aumento de costes por sectores de actividad	17
Cuadro 9. Valoración de la empresa del efecto de la actual coyuntura económica en su actividad por clases de tamaño	18
Cuadro 10. Valoración de la empresa de efecto de la actual coyuntura económica en su actividad por sectores de actividad.....	19
Cuadro 11. Respuesta de la empresa a la coyuntura económica por clases de tamaño	20
Cuadro 12. Respuesta de la empresa a la coyuntura económica por sectores de actividad.....	21
Cuadro 13. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos	22
Cuadro 14. Valoración de la utilidad de medidas públicas por clases de tamaño	23
Cuadro 15. Valoración de la utilidad de medidas públicas por sectores de actividad.....	24
Cuadro 1A. Antigüedad y titularidad-propiedad por clases de tamaño.....	25
Cuadro 2A. Comercialización y mercados por clases de tamaño	26
Cuadro 3A. La digitalización por clases de tamaño	27
Cuadro 4A. La responsabilidad medioambiental y social por clases de tamaño.....	28
Cuadro 5A. Expectativas: Periodo medio de cobro a clientes y de pago a proveedores, e Inventarios de materias primas y de productos terminados.....	29
Cuadro 6A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por tamaño	30
Cuadro 7A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por sectores de actividad (I)	31
Cuadro 7A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por sectores de actividad (II).....	32
Cuadro 8A. Valoración de la utilidad de la formación por tamaño.....	33
Cuadro 9A. Valoración de la utilidad de la formación por sector de actividad	34
Cuadro 10A. Priorización de medidas/actuaciones dentro de bloques: Digitalización, Innovación, Emprendimiento, Responsabilidad social y Responsabilidad medioambiental	35



Resumen

El Instituto Aragonés de Fomento (IAF) publica los resultados del Barómetro de las Empresas en Aragón realizado telemáticamente entre los días 9 y 28 de noviembre de 2022. Responden al cuestionario 499 empresas de una población total de 6.622, todas ellas participantes en algún programa o servicio prestado por el IAF. La encuesta trata de conocer las previsiones de actividad, precios y márgenes de las empresas para los ejercicios de 2022 y 2023. Así mismo, se pregunta a las empresas sobre el impacto de las perturbaciones externas por el encarecimiento de la energía, alza de tipos de interés, riesgos de recesión económica, sobre su actividad productiva y comercial, y las iniciativas que ponen en marcha en respuesta a esos impactos. Con una notable variabilidad por sectores de actividad y por clases de tamaño, en promedio, las empresas estiman un cierre del año 2022 con un crecimiento de la facturación, del empleo y de la inversión, respectivamente, del 6,2%, 4,2% y 4,5% con respecto al año 2021. Para el ejercicio de 2023 con respecto a 2022, en promedio, los crecimientos previstos en facturación, empleo e inversión son 4,6%, 2,8% y 1,1%, de nuevo con una notable variabilidad sectorial y por clases de tamaño. Las empresas en Aragón anticipan una contracción de la actividad en 2023 con respecto a 2022, en línea con las previsiones de crecimiento para la economía española y la mayoría de las economías en el mundo, pero en términos anuales al menos, no se perciben señales de recesión. La subida media de precios de venta de bienes y servicios por las empresas de la muestra es del 7,7% en 2022, mientras que para 2023 se prevé una subida media más moderada del 5%. La subida media de precios de venta en los dos años está por debajo de las subidas medias previstas en los costes de producción, 18,6% y 10,6%, respectivamente, lo que supone un descenso esperado en los márgenes empresariales en los dos años. El principal factor al que las empresas responsabilizan del incremento de costes es el encarecimiento de la energía, aunque también reconocen la influencia de otros factores como las dificultades para cubrir vacantes en determinados puestos de trabajo, el acceso y coste de la financiación, las presiones inflacionistas, distorsiones en las cadenas de suministro... En general, las empresas se muestran preparadas para responder a las perturbaciones externas negativas con más eficiencia energética, aumentos en la productividad, innovación en productos y procesos y penetración en nuevos mercados.



Presentación

Este documento presenta los resultados de la encuesta recientemente realizada a las empresas que han participado en algún programa o servicio prestado por el del Instituto Aragonés de Fomento. Esta encuesta es la primera del proyecto Barómetro de las Empresas en Aragón, impulsado por el IAF en colaboración con un equipo de investigadores de la Universidad de Zaragoza, con el objetivo de obtener información directa de las propias empresas sobre la evolución de su actividad, las amenazas y oportunidades del entorno. La información del Barómetro, además de proporcionar una instantánea cuantitativa y cualitativa de la realidad del tejido empresarial aragonés, es de gran ayuda para el diseño de los programas de apoyo empresarial del IAF en sus ámbitos de competencia.

La encuesta cuyos resultados se presentan en este texto es la tercera de una secuencia que se inició en abril de 2020, en plena crisis sanitaria y económica causada por la pandemia de la COVID19. En aquel momento el IAF quería tener información de primera mano sobre el impacto de la pandemia en el día a día de las empresas aragonesas en un periodo de gran dificultad y lleno de incertidumbre. La segunda actuación tuvo lugar en febrero de 2021, casi un año después de la primera, con el objetivo en este caso de conocer los daños provocados por la pandemia y valorar la efectividad de algunos de los programas de apoyo a las empresas y a las familias puestos en marcha por las autoridades públicas, por ejemplo, el programa ERTE de apoyo al empleo, y las ayudas financieras a la liquidez empresarial a través de los préstamos con la garantía del ICO. Fue el momento también de recoger las impresiones y las valoraciones que hacían las empresas de las principales líneas y programas que el gobierno de España había elegido como prioritarias para la inversión de los fondos procedentes del programa Next Generation EU.

La tercera edición, en noviembre de 2022, está marcada por el encarecimiento de la energía, como consecuencia inmediata del corte de los suministros de gas y petróleo desde Rusia al resto de Europa en represalia a las sanciones impuestas por la invasión de Ucrania. La subida de los precios de la energía ha dado lugar a un fuerte pico inflacionario al que los bancos centrales han respondido con una subida fuerte y acelerada de los tipos de interés. La inestabilidad geopolítica, la incertidumbre sobre la recuperación post pandémica de China y la amenaza de una recesión económica en las economías desarrolladas justifican plenamente volver a preguntar a las empresas aragonesas sobre el cierre del ejercicio del año 2022 y acerca de las expectativas para el año 2023 en términos de facturación, empleo, inversión, precios, costes y márgenes, así como sobre algunos aspectos más estructurales también relevantes a la hora de formular políticas públicas; por ejemplo la digitalización y la sostenibilidad de las empresas en el marco del programa NGEU.

La exposición posterior se estructura del siguiente modo. Primero se describe la encuesta y seguidamente se presentan las principales características de la muestra. En tercer lugar, se describen las expectativas de las empresas en cuanto a evolución de su actividad, precios, costes y márgenes por clases de tamaño y sectores de actividad. El cuarto apartado se dedica al análisis del efecto de los factores coyunturales y las respuestas de las empresas, y el quinto a las medidas y actuaciones de apoyo de la Administración Pública. El texto se complementa con un Anexo en el que se presentan cuadros resumen del Barómetro de las Empresas 2022-2023.



1. La encuesta

La encuesta se estructura en tres bloques. En el primero se solicita a las empresas información sobre sus características estructurales como tamaño por facturación y número de empleados, sector de actividad, forma de propiedad, antigüedad y mercados en los que operan. Atendiendo a la actualidad del programa NGEU y los objetivos del mismo de contribuir a una Europa más digital, más sostenible e inclusiva, el cuestionario incluye un subapartado con preguntas referidas a la penetración de medios y usos en la digitalización de las empresas en Aragón, y relativas a las actuaciones de las empresas de la Comunidad en los ámbitos de la responsabilidad medioambiental y social.

En el segundo bloque se les pregunta a las empresas acerca de la coyuntura económica actual. Las cuestiones de este apartado hacen referencia a sus previsiones sobre la evolución de su actividad, tanto en el corto plazo, la evolución del año 2022 respecto al 2021, como en el medio plazo, 2023 respecto a 2022. Los aspectos sobre los que se demanda información son: facturación, empleo, inversión, precios, costes, márgenes, periodos de cobro a clientes y de pago a proveedores, y niveles de inventario de materias primas y productos terminados. Asimismo, se cuestiona a las empresas por los principales motivos, si es el caso, que han dado lugar a variaciones, aumentos o disminuciones, en los niveles de precios y costes en el año 2022 respecto al 2021.

El tercer bloque está dedicado al impacto que han tenido en la actividad los principales shocks que han afectado a las economías de todo el mundo durante el año 2022: crisis energética, inflación, encarecimiento y escasez de materias primas, subida de tipos, endurecimiento de las condiciones financieras, depreciación del euro, gestión de los recursos humanos, consecuencias de la pandemia, entre otros. Además, se incluyen una serie de cuestiones acerca de cómo han respondido las empresas ante dichos retos. Dada la relevancia coyuntural y estructural, se ha dedicado un apartado específico para preguntar a las empresas sobre las actuaciones de gestión con las que han tratado de dar respuesta al aumento de los costes de la energía, y a preguntar sobre sus opiniones acerca de posibles medidas económicas para la contención de la inflación. Por último, se reservan una serie de cuestiones sobre cuál debería ser, en opinión de las empresas, el papel y las actuaciones por parte de la administración pública en general, y del IAF en particular, en esta situación de crisis.

El acceso a la encuesta estuvo disponible entre los días 9 y 28 de noviembre de 2022. Como en los estudios anteriores, el IAF coordinó el envío telemático del cuestionario a un colectivo de unas 6.622 empresas. La participación de las empresas fue voluntaria y las respuestas al cuestionario eran confidenciales. Accedieron a la encuesta un total de 753 empresas, aunque la muestra



final la componen un total de 499 empresas con información válida para los análisis¹ (en el Cuadro 1 se presenta la ficha técnica). La tasa de respuesta es por lo tanto de aproximadamente un 8%, y el margen de error es inferior al 5%. Para finalizar la encuesta, se ofrece a las empresas participantes la posibilidad de recibir un informe personalizado con los resultados de la encuesta, debiendo prestar su consentimiento expreso para ello. Aproximadamente el 70% de las empresas que han cumplimentado el cuestionario han solicitado un informe personalizado de los resultados de la encuesta.

Cuadro 1. Ficha técnica de la encuesta

Población encuestada: 6.622 direcciones de correo de empresas que participan en los programas de Aragón Empresa y Emprender en Aragón, así como proveedores del Instituto Aragonés de Fomento.

Trabajo de campo: Del 9 al 28 de noviembre de 2022 (encuesta online mediante la plataforma Qualtrics).

Promedio de tiempo necesario para completarlo por persona: 15 minutos

Número de respuestas válidas: 499 empresas

El tamaño de la muestra sobre las empresas en Aragón (89.376) implica lo siguiente:

Nivel de confianza: 95% **Margen de error:** +/- 4,37%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

2. Características de las empresas que responden al cuestionario

Las empresas que responden al cuestionario se distribuyen por sectores de actividad y clases de tamaño según se muestra en los Cuadros 2 y 3 respectivamente. En dichos cuadros se da cuenta simultáneamente de la información descriptiva de las dos encuestas realizadas anteriormente por el IAF, en 2020 y 2021. En la última columna del Cuadro 2 se muestra el peso relativo de cada uno de los sectores de la economía según su número de afiliados a la Seguridad Social a principios del año 2020. Por otro lado, en el Cuadro 3, bajo el epígrafe Aragón, se muestra su distribución en números relativos por clases de tamaño; finalmente, las dos columnas España 2019 indican la distribución por tamaño de las empresas en España y la distribución, también para España y para las mismas clases de tamaño, de los ocupados en esas empresas.

¹ Se reciben un total de 753 entradas en la encuesta online. Se eliminan aquellas entradas en las que la empresa no contesta a la pregunta de sector de actividad (103) y no señala el tamaño (18). Seguidamente se eliminan las entradas que abandonan la encuesta en las variables antigüedad (24) y titularidad (13), y se eliminan 61 entradas que van abandonando la encuesta tras cumplimentar las preguntas iniciales (sector, tamaño, antigüedad y titularidad). Finalmente, se descartan 35 entradas que no cumplimentan el módulo completo de expectativas a corto plazo, 2022 respecto a 2021, facturación, empleo, inversión, producción/actividad, precios, costes y márgenes (disminuye, se mantiene o aumenta).



Cuadro 2. Empresas que responden a las encuestas por sectores de actividad

	IAF2020		IAF2021		IAF2022		Peso sector
	N	%	N	%	N	%	
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	17	2,1%	27	5,1%	26	5,2%	6,2%
Industria manufacturera/extractivas	180	22,6%	92	17,3%	75	15,0%	16,3%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	13	1,6%	12	2,3%	7	1,4%	1,1%
Construcción	35	4,4%	33	6,2%	35	7,0%	6,1%
Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor	91	11,4%	40	7,5%	47	9,4%	14,7%
Transporte y almacenamiento	16	2,0%	20	3,8%	10	2,0%	5,4%
Hostelería	47	5,9%	44	8,3%	22	4,4%	6,7%
Información y comunicaciones	32	4,0%	23	4,3%	23	4,6%	1,9%
Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas	19	2,4%	17	4,7%	27	5,4%	2,1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	67	8,4%	44	8,3%	58	11,6%	3,8%
Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales	8	1,0%	3	0,6%	7	1,4%	6,8%
Educación	49	6,2%	24	4,5%	25	5,0%	4,1%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	34	4,3%	24	4,5%	27	5,4%	9,3%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	-	-	21	3,9%	20	4,0%	-
Otros servicios	188	23,6%	101	18,9%	90	18,0%	15,6%
Total	796	100%	533	100%	499	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta IAF-Covid19, IAF2021, IAF2022 y Boletín-01 del Equipo de Apoyo Técnico del Grupo Asesor de Economía Covid-19 del Gobierno de Aragón

Cuadro 3. Empresas que responden a las encuestas por clases de tamaño

	IAF2020		IAF2021		IAF2022		Aragón		España*	
	N	%	N	%	N	%	% Emp,	% Emp,	% Ocu,	
Micro (1-9)	495	62,2%	283	53,1%	294	58,9%	95,2%	93,2%	31,0%	
Pequeña (10-49)	187	23,5%	157	29,5%	134	26,9%	4,0%	5,5%	19,0%	
Mediana (50-249)	77	9,7%	59	11,1%	52	10,4%	0,6%	0,9%	15,0%	
Grande (250 o más)	37	4,6%	34	6,4%	19	3,8%	0,2%	0,2%	35,0%	
Total	796	100%	533	100%	499	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta IAF-Covid19 e INE (DIRCE)

* Tamaño según el empleo promedio en el año 2021



De acuerdo con el Cuadro 2, en 2022, todos los sectores se encuentran representados, aunque la representación es ligeramente desigual entre ellos. Mientras que algunos de los sectores se encuentran claramente sobrerrepresentados, véase el sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas o el de información y comunicaciones, otros se encuentran infrarrepresentados, especialmente la Administración Pública y el sector del comercio. A pesar de estas diferencias, podemos valorar que la distribución obtenida constituye una aceptable representación de la economía aragonesa. Debemos advertir de nuevo que la población de empresas a las que se ha enviado la encuesta viene limitada por su condición de ser usuarias de servicios prestados por el IAF, por lo que los resultados podrían adolecer de falta de representatividad en relación al conjunto de empresas de la población aragonesa. No obstante, la rapidez, nivel de respuestas y fiabilidad de la información recogida convierten a esta encuesta en un elemento valioso para el conocimiento del entorno competitivo, de las estrategias y toma de decisiones por parte de las empresas y la administración pública ante los impactos y perturbaciones que se están produciendo o anticipando en la actividad económica. Los resultados individualizados de la encuesta se facilitan a las empresas que han participado en la misma y así lo solicitan.

Comparando con la distribución relativa de empresas por tamaños, se observa que las microempresas están infrarrepresentadas en los tres estudios (62,2%, 53,1% y 58,5% frente al 95,2% y 93,2% que representan en la economía real de Aragón y España respectivamente); mientras las pequeñas, medianas y grandes empresas tienen un mayor peso en la muestra obtenida que en la realidad económica aragonesa y española. El Cuadro 3 pone de manifiesto (con datos de España, pero extrapolables a Aragón) que, aunque la proporción de empresas disminuye muy significativamente al aumentar de clase de tamaño, los trabajadores ocupados se distribuyen en proporciones muy similares entre las diferentes clases de tamaño (microempresas, 31%, pequeñas y medianas, 34%, y grandes empresas, 35%).

Tal y como se puede observar en el Cuadro 1A, aproximadamente el 22% de las empresas de la muestra son empresas jóvenes, con menos de 6 años de antigüedad, mientras que el 44,7% son empresas ya consolidadas, superando los 20 años de actividad. Este porcentaje es mucho mayor entre las empresas más grandes llegando a alcanzar un 95%. El perfil de la empresa pequeña y mediana es relativamente similar, aproximadamente el 90% de estas empresas tienen más de 10 años, y más del 67% se sitúan en más de los 20 años de antigüedad.

En cuanto a la propiedad, lo más frecuente entre las empresas de nuestra muestra es que estas pertenezcan a una sola persona física. Prácticamente la mitad de las empresas pequeñas y medianas se caracterizan por ser de propiedad mayoritariamente familiar, mientras que en las empresas grandes este porcentaje constituye un nada desdeñable 37%. La participación en grupos empresariales nacionales o internacionales de las micro y pequeñas empresas es prácticamente residual en tanto que de nuevo un 37% de las grandes empresas declararon pertenecer a uno de estos grupos.



El 46,7% de las empresas de la muestra se dedican exclusivamente al sector servicios, siendo mayor esta proporción entre las microempresas (52,4%). La mayoría de las empresas grandes se especializan en ofrecer productos o prestar servicios a sus clientes, pero únicamente el 15,8% opta por dedicarse a ambos tipos de mercados (véase Cuadro 2A). La opción más habitual es que las empresas vendan directamente a otras empresas (73,3%, porcentaje que aumenta hasta el 81,3% en el caso de las pequeñas empresas y un 88,5% en el de las medianas), seguida de la venta directa al consumidor (54,7%). El 88,8% de los encuestados declaró que parte de sus clientes se encontraban en Aragón mientras que en el caso de los proveedores esta cifra se reduce al 78,6%. Como cabría esperar, son las microempresas aquellas que más se centran en el mercado regional y nacional. Un 26,3% de las empresas de la muestra son exportadoras frente al 37,9% que se declaran importadoras.

Los resultados en el ámbito de la digitalización se muestran en el Cuadro 3A. Un 64,7% de las empresas de la muestra utilizan en sus procesos productivos la tecnología de computación en la nube, un 33,5% usan dispositivos inteligentes y un 29,9% sistemas de ciberseguridad. Las tecnologías más avanzadas como podrían ser la IA o el “big data” están lógicamente más presentes en las grandes empresas. No obstante, la intensidad de uso tanto de los ordenadores como de aparatos de robótica es mucho mayor en las microempresas. Las empresas encuestadas emplean los medios digitales principalmente para realizar trámites con la administración pública, mejorar sus procesos productivos, comprar por internet y comunicarse ya sea con sus empleados o con otros grupos de interés.

El Cuadro 4A da cuenta de los resultados en los ámbitos de la responsabilidad social y medioambiental. El 100% de las grandes empresas declara reciclar o reutilizar materiales mientras que este porcentaje es del 86% cuando ampliamos el foco a la totalidad de la muestra. En términos de responsabilidad social, la gran mayoría (hasta un 90%) de las pequeñas, medianas y grandes empresas realizan actividades encaminadas a mejorar las condiciones de trabajo de sus empleados. El fomento del trabajo en equipo es también mayor en este tipo de empresas que en las empresas más pequeñas. En términos generales, existen diferencias significativas entre las microempresas y el resto de empresas a la hora de acometer acciones focalizadas en el aumento de la responsabilidad social.

3. Las expectativas y viabilidad de las empresas

En este apartado se describen las expectativas de las empresas en cuanto a evolución de su actividad (facturación, empleo e inversión), precios, costes y márgenes por clases de tamaño y sectores de actividad. La variable viabilidad representa el nivel teórico que debería alcanzar la caída en el caso de la facturación o el aumento en el caso de los costes para que la empresa dejará de ser viable desde un punto de vista estático, es decir, suponiendo que el resto de las variables que



están bajo el control de la empresa se mantuviesen constantes. Esta información se sintetiza en los Cuadros 4 (muestra total), 5 (por clases de tamaño), y 6 (por sector de actividad), y mediante Gráficos que combinan dicha información y están disponibles en un documento adjunto. Cuando se hace referencia al total ponderado, dicha ponderación ha sido llevada a cabo teniendo en cuenta el porcentaje de ocupados que representan cada uno de los tipos de empresas, valores que se pueden encontrar en la última columna del Cuadro 3.

En lo que respecta a la medición de las previsiones, sobre la evolución de actividad (facturación, empleo e inversión), precios, costes y márgenes, en primer lugar, se preguntó a las empresas sobre si el nivel de cada una de dichas variables: “ha disminuido/disminuirá”, “se ha mantenido/se mantendrá” o “ha aumentado/aumentará”, atendiendo al horizonte temporal considerado (previsiones/expectativas desde noviembre de 2022). Tras ello, aquellas empresas que habían seleccionado disminuir o aumentar, podían concretar dichos cambios, seleccionando uno de los 6 intervalos que se le proponían. Posteriormente, con el objetivo de poder cuantificar dichas previsiones se asocian las marcas de clase a cada intervalo [$< 5\%$ (2,5%), 5–10% (7,5%), 10–15% (12,5%), 15–30% (22,5%), 30–50% (40%) y $> 50\%$ (60%)], bien en sentido positivo o negativo, y se reserva el 0% para aquellas empresas que consideran la opción de no cambio (mantener). Para medir la variable viabilidad se utiliza la misma escala de intervalo, y su cuantificación se basa en las mismas marcas de clase.

3.1. Facturación, empleo e inversión

En términos generales podemos observar que la facturación de las empresas de la muestra aumentará en el año 2022 respecto a las cifras alcanzadas en el año 2021 con las únicas excepciones del sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca y el comercio. Las expectativas para el año 2023 son por lo general también positivas con un aumento del 4,6%, aunque el crecimiento de la facturación se prevé menor que el acontecido durante el año 2022, el cual llegó a alcanzar un 6,2%. Durante el año 2022 son las pequeñas y medianas empresas las que han experimentado un mayor crecimiento de su facturación mientras que para el año 2023 son las microempresas las que tienen unas expectativas más positivas. Por sectores, destaca el elevado aumento de la facturación en el sector de energía y agua, saneamientos y residuos. Los sectores de información y comunicaciones y el de actividades profesionales, científicas y técnicas también experimentaron incrementos notables. En la vertiente negativa encontramos varios sectores que esperan que su facturación descienda durante el transcurso del año 2023, estos son: el sector de la construcción, el del transporte y almacenamiento y la hostelería. Sin embargo, se puede observar como en todos los sectores los valores obtenidos se encuentran lejos de aquellos que provocarían el cese de la actividad.



Cuadro 4. Expectativas en: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa

	2022 con respecto al año 2021				2023 con respecto al año 2022				Viabilidad
	Dismi.	Mante.	Aume.	Total	Dismi.	Mante.	Aume.	Total	
Facturación									
N	100	149	250	499	100	195	203	498	
%	20,0%	29,9%	50,1%	100%	20,1%	39,2%	40,8%	100%	
N-invalido*	97	149	250	496	97	195	203	495	463
Media	-18,4%	0%	19,5%	6,2%	-13,8%	0%	17,7%	4,6%	-29,7%
Empleo									
N	56	269	174	499	58	312	127	497	
%	11,2%	53,9%	34,9%	100%	11,7%	62,8%	25,6%	100%	
N-invalido	54	269	173	496	55	312	125	492	
Media	-16,5%	0%	17,3%	4,2%	-14,6%	0%	17,3%	2,8%	
Inversión									
N	89	218	192	499	97	263	137	497	
%	17,8%	43,7%	38,5%	100%	19,5%	52,9%	27,6%	100%	
N-invalido	86	218	190	494	95	263	137	495	
Media	-26,3%	0%	23,6%	4,5%	-25,1%	0%	21,4%	1,1%	
Precios									
N	12	173	314	499	24	200	253	477	
%	2,4%	34,7%	62,9%	100%	5,0%	41,9%	53,0%	100%	
N-invalido	12	173	306	491	23	200	246	469	
Media	-13,8%	0%	12,9%	7,7%	-13,3%	0%	10,8%	5,0%	
Costes									
N	2	34	463	499	17	113	346	476	
%	0,4%	6,8%	92,8%	100%	3,6%	23,7%	72,7%	100%	
N-invalido	2	34	455	491	16	113	342	471	461
Media	-17,5%	0%	20,1%	18,6%	-10,3%	0%	15,1%	10,6%	30,2%
Márgenes									
N	314	152	33	499	214	210	52	476	
%	62,9%	30,5%	6,6%	100%	45,0%	44,1%	10,9%	100%	
N-invalido	309	152	32	493	212	210	51	473	
Media	-12,8%	0%	12,7%	-7,2%	-10,8%	0%	14,1%	-3,3%	

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Variaciones en 2022 respecto a 2021, expectativas para el 2023 respecto al 2022 y umbrales de viabilidad

Respuesta: Seleccionar una opción: Disminuyen/Se mantienen/Aumentan; y posteriormente cuantificar la variación
Disminuciones (*negativos*): <5% = - 2.5%, 5-10% = -7.5%, 10-15% = -12.5%, 15-30% = -22.5%, 30-50% = - 40% y > 50% = - 60%; Se mantienen: 0%; Aumentos (*positivos*): <5% = 2.5%, 5-10% = 7.5%, 10-15% = 12.5%, 15-30% = 22.5%, 30-50% = 40% y > 50% = 60%

* El valor "N-válido" da cuenta del número de empresas que proporcionan información sobre la variación



Cuadro 5. Expectativas en: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
2022 respecto 2021					
Facturación	5,0%	8,4%	7,8%	6,3%	6,2%
Empleo	3,9%	5,0%	6,4%	-1,1%	4,2%
Inversión	3,7%	4,7%	7,7%	6,7%	4,5%
Precios	6,2%	9,6%	11,7%	7,0%	7,7%
Costes	17,6%	19,5%	21,0%	21,1%	18,6%
Márgenes	-6,8%	-6,1%	-11,9%	-8,8%	-7,2%
2023 respecto 2022					
Facturación	5,9%	3,1%	1,8%	2,1%	4,6%
Empleo	3,0%	2,6%	2,1%	1,8%	2,8%
Inversión	1,7%	-0,5%	2,4%	-0,3%	1,1%
Precios	5,0%	6,0%	4,3%	0,7%	5,0%
Costes	11,9%	9,4%	7,6%	8,1%	10,6%
Márgenes	-3,5%	-2,7%	-3,4%	-5,4%	-3,3%
Viabilidad					
Facturación	-30,9%	-28,4%	-30,1%	-21,2%	-29,7%
Costes	31,3%	30,3%	27,4%	21,0%	30,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Variaciones en 2022 respecto a 2021, expectativas para el 2023 respecto al 2022 y umbrales de viabilidad

Respuesta: Seleccionar una opción: Disminuyen/Se mantienen/Aumentan; y posteriormente cuantificar la variación
Disminuciones (*negativos*): <5% = - 2.5%, 5-10% = -7.5%, 10-15% = -12.5%, 15-30% = -22.5%, 30-50% = - 40% y > 50% = - 60%; Se mantienen: 0%; Aumentos (*positivos*): <5% = 2.5%, 5-10% = 7.5%, 10-15% = 12.5%, 15-30% = 22.5%, 30-50% = 40% y > 50% = 60%

En el cuadro se presentan los **valores medios** de cada variable calculados mediante las marcas de clase.



Cuadro 6. Expectativas: Facturación, Empleo, Inversión, Precios, Costes y Márgenes, y Viabilidad de la empresa por sectores de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
2022 respecto 2021																
Facturación	-4,3%	9,3%	13,6%	3,1%	-0,4%	13,5%	2,1%	10,2%	4,0%	8,4%	4,3%	6,7%	7,9%	6,8%	8,6%	6,2%
Empleo	-1,0%	3,2%	17,1%	0,6%	2,6%	8,5%	7,4%	6,8%	3,8%	6,7%	6,1%	4,6%	8,8%	0,1%	3,9%	4,2%
Inversión	-2,9%	8,2%	15,0%	-1,1%	7,1%	2,0%	1,4%	12,2%	0,4%	4,1%	3,8%	5,3%	5,4%	-1,9%	4,8%	4,5%
Precios	9,2%	11,3%	10,0%	13,4%	11,8%	15,3%	6,8%	2,9%	0,6%	2,7%	11,7%	3,8%	4,3%	6,8%	7,9%	7,7%
Costes	21,7%	22,7%	25,4%	25,3%	20,5%	25,3%	21,4%	14,8%	9,9%	17,3%	14,6%	13,1%	14,5%	19,1%	16,0%	18,6%
Márgenes	-9,8%	-9,5%	-16,8%	-9,1%	-5,2%	-7,2%	-13,7%	-6,1%	-4,0%	-6,1%	-10,4%	-11,2%	-3,3%	-5,6%	-4,7%	-7,2%
2023 respecto 2022																
Facturación	3,0%	6,0%	20,0%	-1,5%	1,6%	-1,8%	-1,5%	8,9%	2,5%	9,1%	1,4%	6,3%	5,1%	1,5%	5,4%	4,6%
Empleo	3,3%	2,0%	8,2%	0,7%	0,9%	3,0%	-1,6%	3,9%	0,3%	5,9%	1,8%	4,9%	2,8%	6,6%	2,7%	2,8%
Inversión	4,0%	-0,5%	11,8%	-2,6%	-0,3%	-7,0%	-4,0%	7,3%	-1,0%	4,3%	-1,1%	-0,3%	-3,8%	1,0%	4,1%	1,1%
Precios	6,4%	2,9%	5,4%	7,6%	4,7%	5,6%	9,4%	7,9%	2,7%	3,2%	16,3%	5,1%	5,7%	6,0%	4,6%	5,0%
Costes	8,6%	6,6%	12,9%	11,2%	10,0%	8,3%	18,3%	10,8%	8,4%	13,7%	22,5%	9,7%	10,0%	12,9%	11,0%	10,6%
Márgenes	-5,4%	-0,8%	-8,6%	-3,5%	-3,2%	-4,7%	-11,1%	-1,6%	-3,5%	-3,4%	-14,0%	-1,8%	-2,4%	-5,0%	-2,8%	-3,3%
Viabilidad																
Facturación	-27,4%	-29,1%	-47,5%	-27,2%	-30,7%	-34,7%	-25,4%	-24,1%	-32,4%	-33,3%	-44,2%	-27,0%	-27,4%	-37,2%	-28,3%	-29,7%
Costes	28,1%	29,5%	33,9%	31,4%	30,6%	31,7%	26,3%	27,3%	33,2%	32,5%	60,0%	26,7%	28,5%	33,4%	29,4%	30,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Variaciones en 2022 respecto a 2021, expectativas para el 2023 respecto al 2022 y umbrales de viabilidad // **Respuesta:** Seleccionar una opción: Disminuyen/Se mantienen/Aumentan; y posteriormente cuantificar la variación // Disminuciones (*negativos*): <5% = - 2.5%, 5-10% = -7.5%, 10-15% = -12.5%, 15-30% = -22.5%, 30-50% = - 40% y > 50% = - 60%; Se mantienen: 0%; Aumentos (*positivos*): <5% = 2.5%, 5-10% = 7.5%, 10-15% = 12.5%, 15-30% = 22.5%, 30-50% = 40% y > 50% = 60%; En el cuadro se presentan los **valores medios** de cada variable calculados mediante las marcas de clase.

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



Los resultados en el empleo son por lo general positivos. Durante el año 2022 el número de trabajadores de las empresas encuestadas ha aumentado un 4,2% respecto al año 2021. No obstante, el crecimiento del empleo verá reducido su ritmo en el año 2023, quedando limitado a un 2,8%. El sector que más empleo ha generado en el año 2022 en términos relativos ha sido el de la energía y agua, saneamiento y residuos, seguido del sector de actividades sanitarias y de servicios sociales y el del transporte y almacenamiento. El único sector en el que número de trabajadores descendió es el de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, aunque las empresas de este sector prevén una leve recuperación durante el próximo año. Por otra parte, los resultados obtenidos muestran que el sector de la hostelería tendrá problemas para mantener los niveles de empleo actuales, produciéndose una reducción de un 1,6%.

En lo que respecta a la inversión el comportamiento es algo más dispar, si bien, se mantiene la tendencia que apunta a que el aumento de la inversión será menor durante el año 2023 de lo que lo ha sido durante el año 2022 (1,1% frente al 4,5% respectivamente). De hecho, las grandes y las pequeñas empresas esperan invertir menos en 2023 de lo que lo hicieron en 2022. Por sectores, es de nuevo el sector de la energía y agua, saneamiento y residuos el que presenta los resultados más positivos. Este sector aumentó su inversión un 15% y espera hacerlo en un 11,8% en el año 2023. En el lado contrario son varios los sectores con tasas de crecimiento de la inversión negativas para el año 2023: construcción, transporte y almacenamiento, hostelería, actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, la Administración Pública y las actividades sanitarias y de servicios sociales.

En resumen, los resultados de las principales variables económicas de actividad son positivos según las empresas de la muestra. Para el año 2022 se espera un aumento tanto de la facturación como del empleo y la inversión, incremento que se verá en cierta medida frenado durante el año 2023 aunque sin alcanzar en ningún momento signos negativos. El crecimiento observado en las variables facturación y producción/actividad es mayor que el de la variable empleo, lo que denota que todavía existiría cierto margen para la creación de nuevos puestos de trabajo.

3.2. Precios, costes y márgenes

En los anteriores Cuadros 4, 5 y 6 se sintetizan también los resultados obtenidos sobre las expectativas de variación de precios, costes y márgenes, tanto en términos globales como atendiendo a la clase de tamaño y al sector de actividad. El procedimiento seguido a la hora de recabar la información fue exactamente el mismo que el utilizado para calcular los resultados de las variables de actividad con la única diferencia que aquí también se les preguntó por los motivos de la variación en precios y costes en función del signo indicado en su respuesta previa.

Según las empresas encuestadas los precios en el año 2022 aumentaron un 7,7% respecto al año 2021 y se prevé que esta subida sea algo menor en el año 2023 respecto al 2022, llegando a



alcanzar una variación interanual del 5%. Las pequeñas y medianas empresas son las que más han aumentado los precios de sus productos durante el año 2022. En lo que respecta al 2023, las grandes empresas esperan que se produzca una subida de únicamente un 0,7%. A pesar de que la subida general de los precios fue de un 7,7% en el año 2022, hay varios sectores en los que los precios aumentaron más de un 10%: industria, construcción, comercio, transporte y Administración Pública. Aunque por lo general el aumento de los precios previsto para el año 2023 es menor, esto no ocurre en algunos sectores como son el de la hostelería, el de la información y comunicaciones, educación, actividades sanitarias y de servicios sociales y la propia Administración Pública. Aún en la espiral inflacionista en la que nos hemos visto inmersos, hay sectores donde los precios apenas aumentaron como es el caso de las actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas.

El aumento de los precios es consecuencia inmediata del aumento que se ha producido en los costes. La variación interanual general en el año 2022 fue de hasta un 18,6%, porcentaje que espera verse reducido en 2023 hasta un 10,6%. Ambos valores están bastante por encima del aumento en precios indicado por las empresas encuestadas. De nuevo, y a pesar del elevado incremento de los costes no hay ningún sector que se encuentre cerca de los niveles que obligarían a parar la actividad productiva.

En el Cuadro 7 se muestran en una escala de 1 a 10 las valoraciones medias dadas por las empresas a los diferentes motivos para mantener/modificar precios, y razones del aumento de costes por clases de tamaño, mientras que en el Cuadro 8 se presentan por sectores de actividad. Según las empresas de la muestra han sido los costes energéticos el motivo principal por el que estas se han visto obligadas a subir sus precios, seguido del aumento del coste de las materias primas, factor que sin duda también se vio influido por el incremento del coste de la energía. Entre aquellas empresas que optaron por mantenerlos, las razones atendían especialmente a aspectos de la demanda tales como la exigencia de los contratos ya suscritos con sus clientes, sobre todo en las empresas más grandes, y el no ver afectada su cuota de mercado.

Los sectores que más han sufrido este aumento de los costes han sido agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, industria, energía y agua, saneamiento y residuos, construcción, comercio, transporte y hostelería, todos ellos con aumentos mayores al 20%. Todos los sectores con la excepción de la Administración Pública esperan que el aumento de los costes sea menor durante el año 2023 aunque con cifras que superarán el 10% en la mayoría de los casos. Por último, cabe destacar que durante el año 2022 han sido las grandes empresas las más perjudicadas por la subida de los costes, mientras que las expectativas son que en el año 2023 se giren las tornas y sean las empresas más pequeñas las que soporten un mayor aumento.

Como resultado directo de lo expuesto las expectativas en cuanto a los márgenes son en todo caso negativas. Las empresas de la muestra esperan que sus márgenes caigan hasta un 7,2% respecto el año 2021 y un 3,3% en 2023 tomando como referencia la disminución que se produjo un 2022.



La caída en los márgenes fue especialmente pronunciada en los sectores de energía y agua, saneamiento y residuos, hostelería y educación. Por tamaño de las empresas, son las medianas las que han sufrido una mayor disminución de sus márgenes, sin embargo, en el año 2023, son las empresas más grandes las que a priori sufrirán un mayor descenso.

Cuadro 7. Motivos para mantener/modificar precios, y razones del aumento de costes por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Mantener los precios de venta					
Los costes se han mantenido	5,0	4,7	3,3	8,1	5,0
Los competidores han mantenido precios	5,7	6,2	5,1	6,3	5,8
Mantener la cuota de mercado	7,3	8,0	6,5	7,9	7,4
Lo exigen los contratos con clientes	5,9	7,6	8,2	8,9	6,5
Aumentar los precios de venta					
Los costes han aumentado	8,9	9,6	9,6	9,4	9,2
Los competidores han aumentado precios	4,3	4,4	3,9	4,8	4,3
Mantener ingresos ante descensos en la demanda	5,4	4,1	5,1	4,1	4,9
La calidad del producto/servicio ha mejorado	6,3	5,2	5,3	4,9	5,8
Aumento de los costes					
Aumento de la producción	4,5	4,0	3,7	3,8	4,2
Aumento de costes laborales	6,6	6,9	7,5	7,4	6,8
Aumento de costes de materias primas	7,5	8,6	8,7	7,8	7,9
Aumento de costes de la energía	8,4	9,0	8,9	9,3	8,6
Aumento de costes de otros inputs intermedios	6,9	7,3	7,5	7,4	7,1
Aumento de costes financieros	5,6	5,3	5,2	4,4	5,4
Reestructuración de la empresa	3,8	3,7	3,4	2,9	3,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Importancia de los siguientes motivos en la decisión de aumentar/mantener los precios de venta de sus productos y/o servicios y del incremento de los costes en 2022. Esta pregunta estaba condicionada a la respuesta de la variación en sus precios/costes. **Respuesta:** Seleccionar un valor, desde 0 “Nada importante” a 10 “Muy importante”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador



Cuadro 8. Motivos para mantener/modificar precios, y razones del aumento de costes por sectores de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Mantener los precios de venta																
Los costes se han mantenido	5,3	4,6	2,5	5,4	5,6	,	5,3	3,2	4,8	4,8	2,3	6,3	7,3	6,3	4,8	5,0
Los competidores han mantenido precios	6,0	6,3	4,0	5,4	7,0	,	5,5	6,1	6,4	6,3	4,0	4,1	6,2	5,9	5,1	5,8
Mantener la cuota de mercado	7,4	8,9	5,0	5,7	8,0	,	8,5	7,8	7,9	7,5	4,3	6,8	7,4	6,4	7,2	7,4
Lo exigen los contratos con clientes	7,7	6,0	5,5	8,4	6,2	,	3,8	6,6	7,3	6,4	8,0	6,8	7,5	6,4	5,4	6,5
Aumentar los precios de venta																
Los costes han aumentado	8,4	9,7	9,2	9,3	9,3	9,6	9,4	9,3	8,2	9,0	4,0	9,6	9,8	9,1	9,2	9,2
Los competidores han aumentado precios	3,0	3,8	3,5	5,5	4,8	5,6	4,7	3,4	4,2	4,2	1,7	3,5	4,2	4,7	4,4	4,3
Mantener ingresos ante descensos en la demanda	4,5	4,6	2,5	5,3	5,4	4,0	6,2	4,9	5,3	4,4	4,0	5,5	3,0	4,9	5,0	4,9
La calidad del producto/servicio ha mejorado	5,1	4,9	7,3	5,9	4,9	7,0	7,8	6,1	6,7	6,1	2,0	5,2	6,6	7,1	6,3	5,8
Aumento de los costes																
Aumento de la producción	3,5	3,8	3,7	4,1	3,9	5,0	4,4	4,3	4,0	3,6	3,8	3,7	4,4	5,3	5,3	4,2
Aumento de costes laborales	6,1	6,4	4,4	7,5	6,9	8,1	7,4	6	7,1	6,7	4,5	6,3	8,0	6,4	7,3	6,8
Aumento de costes de materias primas	9,0	9,3	9,0	9,3	9,0	9,4	9,5	6,6	4,4	6,0	6,8	7,9	7,2	8,0	7,4	7,9
Aumento de costes de la energía	9,0	9,0	8,0	9,0	9,3	9,4	9,6	7,9	7,5	7,9	9,3	8,7	8,8	8,4	8,3	8,6
Aumento de costes de otros inputs intermedios	7,8	7,0	5,2	7,8	7,8	7,4	7,3	6,2	5,9	6,9	8,3	7,7	6,0	7,8	6,9	7,1
Aumento de costes financieros	5,6	4,6	5,8	7,1	6,5	6,7	6,4	3,7	3,8	4,7	3,3	5,5	5,9	5,8	5,6	5,4
Reestructuración de la empresa	2,9	2,9	3,1	4,9	3,5	3,3	4,1	3,9	3,5	3,0	1,3	4,3	4,1	4,7	4,2	3,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Importancia de los siguientes motivos en la decisión de aumentar/mantener los precios de venta de sus productos y/o servicios y del incremento de los costes en 2022. Esta pregunta estaba condicionada a la respuesta de la variación en sus precios/costes. // **Respuesta:** Seleccionar un valor, desde 0 “Nada importante” a 10 “Muy importante”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



4. El efecto de los factores coyunturales y la respuesta de las empresas

Con el objetivo de medir el efecto de los factores coyunturales del mercado y del entorno general se formuló a las empresas de la muestra la siguiente cuestión: efecto que están teniendo los siguientes factores del mercado/entorno general en la actividad de su empresa. Nótese que en este caso la escala va de 1 a 7, siendo este último valor el que denota el efecto más negativo. De nuevo, para facilitar la comprensión al lector se presentan las puntuaciones medias tanto por tamaño de empresa como por categorías sectoriales en los Cuadros 9 y 10 respectivamente.

Tras los costes energéticos y salariales, las empresas valoran negativamente otros factores del mercado como la disponibilidad de mano de obra, el acceso a la financiación y el funcionamiento de las cadenas de suministro. En cuanto a los factores del entorno general, son la inflación, las expectativas sobre la política económica, la normativa tributaria y el crecimiento económico los que por este orden más preocupan a las empresas encuestadas mientras que los tipos de interés y el tipo de cambio reciben las puntuaciones más bajas lo que no significa que no tengan un efecto negativo en su actividad y que por lo tanto no los consideren como aspectos a tener en cuenta.

Cuadro 9. Valoración de la empresa del efecto de la actual coyuntura económica en su actividad por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Factores de mercado					
Estado de la competencia	4,3	4,3	4,3	4,7	4,3
La demanda de sus clientes	3,6	3,6	3,2	4,1	3,6
Estado de cobro a clientes	4,0	4,1	4,1	4,1	4,0
Funcionamiento de la cadena suministro	4,3	4,7	4,8	4,7	4,5
Disponibilidad de mano de obra	4,6	5,2	5,2	5,0	4,8
Costes salariales	4,8	5,1	5,4	5,6	5,0
Costes energéticos	5,5	6,0	6,1	6,2	5,7
Acceso a financiación	4,7	4,4	4,4	3,9	4,5
Factores del entorno general					
Tipos de interés	4,8	5,0	5,1	4,3	4,9
Inflación	5,7	5,9	6,0	6,2	5,8
Tipo de cambio del euro	4,6	4,4	4,7	4,1	4,5
Normativa tributaria	5,2	5,2	5,0	4,9	5,1
Normativa medioambiental	4,3	4,6	4,2	4,3	4,4
Expectativas sobre crecimiento económico	4,9	5,1	4,8	4,8	5,0
Expectativas sobre política económica	5,1	5,3	5,1	5,1	5,2
Expectativas sobre evolución COVID-19	4,1	4,1	3,9	3,6	4,1

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Efecto que están teniendo los siguientes factores en la actividad de su empresa

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 1 “Muy positivo” a 7 “Muy negativo”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador



Cuadro 10. Valoración de la empresa de efecto de la actual coyuntura económica en su actividad por sectores de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Factores de mercado																
Estado de la competencia	4,3	4,3	4,1	4,2	4,4	4,3	4,4	4,1	4,2	4,2	3,8	4,1	4,0	4,6	4,5	4,3
La demanda de sus clientes	3,5	3,8	2,9	3,4	4,0	3,2	4,1	3,6	3,6	3,6	3,8	3,9	2,9	3,7	3,3	3,6
Estado de cobro a clientes	4,1	4,1	3,6	3,9	4,1	3,8	3,7	4,2	4,0	4,4	4,0	4,1	3,5	3,7	3,9	4,0
Funcionamiento de la cadena suministro	4,4	5,0	4,1	4,5	5,1	4,7	4,3	4,1	4,0	4,5	3,6	4,0	4,2	4,4	4,1	4,5
Disponibilidad de mano de obra	4,7	5,1	4,9	5,5	4,8	5,1	5,1	4,6	4,7	4,9	3,8	4,6	4,7	4,2	4,7	4,8
Costes salariales	4,9	5,3	4,6	5,3	5,0	5,1	5,4	5,0	5,1	4,9	3,8	4,5	5,3	4,8	4,8	5,0
Costes energéticos	6,2	6,2	5,3	5,7	6,1	6,0	6,8	5,5	5,5	5,3	4,2	5,0	5,8	5,6	5,5	5,7
Acceso a financiación	5,1	4,5	4,3	4,5	4,5	4,1	4,8	4,3	4,8	4,7	3,6	4,5	4,3	4,7	4,4	4,5
Factores del entorno general																
Tipos de interés	5,5	4,9	5,1	5,0	5,2	5,6	5,3	4,5	4,9	4,6	4,2	4,8	5	4,2	4,7	4,9
Inflación	6,1	6,0	5,6	5,8	5,9	6,2	6,5	5,8	5,6	5,6	5,3	5,9	5,8	5,5	5,7	5,8
Tipo de cambio del euro	4,9	4,4	4,7	4,4	4,9	5,3	4,5	4,6	4,4	4,5	3,8	4,5	4,4	4,8	4,5	4,5
Normativa tributaria	5,5	5,2	4,7	5,2	5,1	5,0	5,8	5,0	5,1	5,2	4,8	5,0	5,1	5,1	5,0	5,1
Normativa medioambiental	5,3	4,4	4,3	4,7	4,4	4,0	4,3	4,3	4,6	4,1	4,2	4,0	4,5	4,1	4,3	4,4
Expectativas sobre crecimiento económico	5,3	4,9	3,3	5,2	5,0	4,6	5,5	5,2	4,9	5,0	4,3	4,7	5,0	4,8	5,0	5,0
Expectativas sobre política económica	5,3	5,2	3,8	5,5	5,2	4,9	5,6	5,2	5,0	5,2	4,2	4,9	5,1	4,9	5,2	5,2
Expectativas sobre evolución COVID-19	4,3	3,9	3,7	4,3	4,0	3,8	3,8	4,0	4,1	3,9	4,5	4,0	4,6	3,6	4,2	4,1

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Efecto que están teniendo los siguientes factores en la actividad de su empresa// **Respuesta:** Seleccionar un valor, desde 1 “Muy positivo” a 7 “Muy negativo”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



Tal y como se muestra en el Cuadro 11, en respuesta a estos problemas las empresas planean llevar a cabo acciones positivas para la economía tales como mejorar la productividad, desarrollar nuevo productos o servicios o explorar nuevos mercados antes que optar por reducir la producción y ajustar el empleo y las remuneraciones. En este caso, el 0 sería que la estrategia en cuestión no es nada relevante para la empresa en tanto que el 10 significaría todo lo contrario. No obstante, de entre todos los tipos de empresas, son las empresas grandes las que más prevén tener que llevar a cabo modificaciones tales como reducir la plantilla o realizar ajustes en los salarios. Por supuesto, las empresas de la muestra han manifestado su intención de tratar de reducir sus costes, especialmente las medianas y grandes. En lo que respecta a las actuaciones financieras, el reducir la inversión es la opción a la que más relevancia le asignan las empresas de la muestra. Por su parte, las empresas medianas son las que más declaran que van a intentar ampliar sus líneas de financiación. Algunas acciones como la renegociación de la deuda, el aplazamiento de las deudas tributarias o concretar ampliaciones de capital no parecen tener gran relevancia entre las empresas encuestadas. En el Cuadro 12 se presenta la respuesta de empresa por sectores de actividad.

Cuadro 11. Respuesta de la empresa a la coyuntura económica por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Actuaciones económicas					
Desarrollar nuevos productos/servicios	6,6	6,8	7,5	7,0	6,8
Abrir nuevos mercados	6,4	6,9	7,2	6,7	6,6
Reducir costes	6,5	6,9	7,5	7,8	6,7
Reducir la producción	2,9	3,3	3,3	4,9	3,1
Mejorar la productividad	7,2	7,4	8,1	8,4	7,4
Ajustar el empleo vía ERTE	1,6	2,3	2,0	3,9	1,9
Reducir la plantilla	1,8	3,2	2,7	4,2	2,4
Ajustar los salarios	2,7	3,8	4,4	6,8	3,3
Actuaciones financieras					
Reducir inversiones	4,6	4,9	4,2	5,8	4,7
Ampliar líneas de financiación	3,6	4,4	5,4	3,8	4,0
Renegociar la deuda	2,7	3,5	3,4	2,9	3,0
Aplazar deudas tributarias	2,9	3,0	2,5	2,3	2,8
Ampliar capital	2,8	2,5	2,5	2,8	2,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Actuaciones económicas/financieras de su empresa como respuesta a la actual coyuntura económica

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 0 “Nada relevante” a 10 “Muy relevante”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador



Cuadro 12. Respuesta de la empresa a la coyuntura económica por sectores de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Actuaciones económicas																
Desarrollar nuevos productos/servicios	4,3	6,7	6,4	6,1	6,5	5,7	6,3	7,6	6,2	7,1	6,0	8,5	7,3	8,0	7,1	6,8
Abrir nuevos mercados	5,6	7,2	6,3	6,4	7,0	6,2	4,3	7,0	5,3	6,7	3,6	8,2	6,8	7,2	6,9	6,6
Reducir costes	6,7	7,4	6,7	6,9	7,0	7,4	7,8	6,8	6,5	5,6	4,6	7,2	6,2	6,5	6,5	6,7
Reducir la producción	4,3	3,0	3,1	4,2	2,6	3,2	4,8	3,3	2,0	2,8	3,6	3,0	2,2	3,5	3,3	3,1
Mejorar la productividad	6,4	7,7	7,7	7,7	7,3	7,0	7,8	7,8	6,9	7,0	6,6	7,9	7,8	7,8	7,3	7,4
Ajustar el empleo vía ERTE	1,5	2,1	2,0	3,6	2,0	3,4	2,1	1,7	1,9	1,0	3,0	3,0	0,8	1,3	1,8	1,9
Reducir la plantilla	1,9	2,5	1,6	4,2	2,9	3,4	3,6	2,2	2,3	1,2	3,0	4,0	1,8	0,9	2,1	2,4
Ajustar los salarios	2,7	3,8	2,7	4,8	2,7	3,9	4,0	2,8	3,3	2,6	2,8	4,6	3,7	2,3	3,1	3,3
Actuaciones financieras																
Reducir inversiones	4,7	4,4	2,0	5,4	4,4	5,8	7,0	4,5	3,7	4,1	5,4	4,6	5,1	5,3	4,8	4,7
Ampliar líneas de financiación	4,5	4,2	6,7	5,3	4,3	5,1	3,0	3,0	3,5	3,6	5,5	4,6	3,9	2,6	3,8	4,0
Renegociar la deuda	3,6	2,9	6,2	4,7	3,3	4,1	3,8	1,9	2,3	2,4	3,2	3,6	3,1	1,8	2,4	3,0
Aplazar deudas tributarias	2,4	2,4	4,0	4,2	2,6	3,3	3,8	2,2	2,0	2,8	3,2	3,8	2,5	1,5	3,1	2,8
Ampliar capital	2,0	2,3	5,7	3,5	2,2	2,8	3,7	2,2	2,5	2,4	1,4	3,6	2,8	2,1	3,2	2,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Actuaciones económicas/financieras de su empresa como respuesta a la actual coyuntura económica

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 0 “Nada relevante” a 10 “Muy relevante”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



Como muestra el Cuadro 13, a la hora de enfrentarse a la subida de los costes energéticos las empresas valoran particularmente tratar de reducir su consumo, regular la climatización de sus edificios y promover la eficiencia y el autoconsumo energético. Más de la mitad de las empresas no tienen ni siquiera previsto reducir la producción ni el cierre de instalaciones no esenciales como método de afrontar el incremento del coste de la energía y solo el 0,7% y el 6,3% de las empresas han indicado una elevada implementación de estas dos últimas medidas. La reducción del consumo energético es notable sobre todo en las medianas y grandes empresas como consecuencia de su mayor escala. Asimismo, son las medianas y grandes empresas quienes en mayor medida no tienen previsto reducir su producción ni recurrir al cierre de instalaciones y las que más apuestan por la eficiencia energética (véase Cuadro 6A). Por su parte las empresas más pequeñas indican una elevada implementación del fomento al teletrabajo como método de combatir la escala de costes energéticos si bien el porcentaje no es demasiado elevado (16,9% frente al 13,9% general).

Cuadro 13. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos

	<i>No aplica</i>	No previsto	Previsto CP	Previsto MP	Baja Implan,	Media Implan,	Elevada Implan,
Reducir el consumo energético	5,1%	11,1%	12,0%	8,9%	14,3%	23,4%	25,2%
Regular la climatización y/o calefacción	7,6%	10,0%	13,1%	4,5%	10,5%	23,2%	31,2%
Reducir la producción	18,3%	55,5%	2,9%	1,1%	16,7%	4,7%	0,7%
Cerrar instalaciones no esenciales	21,1%	51,1%	3,4%	2,0%	10,8%	5,4%	6,3%
Promover la eficiencia energética	8,2%	9,6%	9,3%	7,3%	10,4%	23,6%	31,6%
Promover el autoconsumo energético	13,8%	31,3%	6,9%	9,2%	9,6%	8,5%	20,8%
Reestructurar los turnos de trabajo	20,6%	48,5%	3,6%	2,0%	10,1%	8,1%	7,2%
Fomentar el teletrabajo	17,7%	44,3%	2,7%	3,1%	9,4%	8,9%	13,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Nivel de implantación de actuaciones como respuesta al aumento de los costes energéticos

Respuesta: Seleccionar una opción entre 7 posibles (No aplica, No prevista, Prevista a corto, Prevista a medio, Baja implantación, Media implantación y Elevada implantación)

5. Medidas y actuaciones de apoyo de la Administración Pública

Según se presenta en el Cuadro 14, en cuanto a la utilidad de las medidas y políticas públicas, las empresas, especialmente las medianas y grandes, coinciden en que son la digitalización y la innovación los ámbitos en los que más hincapié se debería hacer desde la Administración, también desde el punto de vista de la formación. A su vez, existe un gran consenso acerca de que la Administración debería hacer más por simplificar los trámites administrativos. Las pequeñas, medianas y grandes empresas dieron valoraciones altas al hecho de adaptar la formación a las



actuales necesidades laborales de las organizaciones. Por otro lado, al aspecto que más importancia dan las empresas más grandes es a la flexibilización de los contratos laborales. Por último, a la hora de combatir la inflación, los encuestados dotan de la valoración más alta a la aplicación de medidas fiscales que reduzcan la carga impositiva y, en segundo lugar, a la intervención de los precios de la energía. Al mismo tiempo consideran que medidas tales como el incremento de los tipos de interés o acciones que estén encaminadas a desestimular la demanda no son demasiado útiles para atajar este problema. Existen diferencias significativas entre los distintos tipos de empresas a la hora de valorar un posible pacto de rentas patronal-sindicatos; las medianas y grandes empresas le otorgan una mayor valoración a esta posibilidad en comparación con las empresas más pequeñas de la muestra. En el Cuadro 15 se presenta las valoraciones dadas por las empresas por sectores de actividad.

Cuadro 14. Valoración de la utilidad de medidas públicas por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Fomentar en la empresa:					
La digitalización	7,2	7,6	8,0	8,5	7,5
La innovación	7,0	7,6	8,2	8,6	7,4
El emprendimiento	6,6	6,3	7,2	6,2	6,6
El autoconsumo y la eficiencia energética	6,2	7,3	8,0	7,5	6,7
La responsabilidad medioambiental	5,9	6,3	6,9	7,2	6,2
La responsabilidad social	6,3	6,4	7,1	7,2	6,5
Medidas dirigidas a:					
Flexibilizar los contratos laborales	6,1	8,1	8,8	9,7	7,1
Facilitar acogerse a regulación de empleo (ERTE)	3,8	5,4	6,2	6,5	4,6
Adaptar la formación necesidad/actual laboral	6,9	8,4	8,9	8,9	7,6
Simplificar los trámites administrativos	8,6	9,0	9,1	8,1	8,7
Intervenir los precios de bienes básicos	5,5	4,6	4,6	4,5	5,1
Facilitar el acceso a financiación	6,8	7,5	7,1	5,2	6,9
Medidas contrarrestar la inflación:					
Incremento de los tipos de interés	3,8	4,0	4,7	4,8	4,0
Intervención de los precios de la energía	7,3	7,0	7,1	7,9	7,2
Pacto de rentas patronal-sindicatos	5,8	6,5	7,3	7,5	6,2
Medidas fiscales que reduzcan la carga impositiva	7,9	8,7	8,4	8,5	8,2
Ayudas directas a los hogares	6,4	5,9	6,1	5,9	6,2
Medidas fiscales que desestimen la demanda	4,7	4,0	3,9	4,1	4,4
Intervención de precios de otros bienes básicos	5,5	4,4	4,3	4,7	5,0

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: En la situación actual, valore hasta qué punto serían útiles para su empresa las medidas públicas de apoyo en los siguientes apartados (por ej.: subvenciones, formación, ventajas fiscales, ...) y para luchar contra la inflación

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 0 "Nada útil" a 10 "Muy útil"; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador



Cuadro 15. Valoración de la utilidad de medidas públicas por sectores de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Fomentar en la empresa:																
La digitalización	5,0	7,2	8,7	6,9	8,2	8,8	4,8	8,8	7,3	7,1	9,2	7,6	7,6	8,1	8,2	7,5
La innovación	5,8	7,8	9,0	6,5	7,3	8,7	5,4	9,0	6,7	7,2	7,7	7,2	7,9	7,7	7,6	7,4
El emprendimiento	5,1	6,2	5,8	6,7	6,8	7,7	5,2	7,4	6,3	6,4	6,5	7,5	6,4	7,7	7,1	6,6
El autoconsumo/eficiencia energética	6,7	7,6	8,2	7,3	7,5	8,3	8,2	6,3	5,7	5,4	8,8	6,3	6,2	6,9	6,1	6,7
La responsabilidad medioambiental	6,2	6,4	9,5	6,8	6,4	7,7	7,0	6,2	5,3	4,7	8,5	5,8	5,6	6,7	6,3	6,2
La responsabilidad social	5,9	6,2	8,5	7,0	6,7	7,8	7,4	6,4	5,9	5,3	8,3	6,8	6,1	7,3	6,6	6,5
Medidas dirigidas a:																
Flexibilizar los contratos laborales	4,6	7,7	6,8	8,8	7,0	7,6	7,4	7,0	6,2	7,0	5,6	8,8	7,6	5,3	6,7	7,1
Facilitar regulación de empleo (ERTE)	2,8	5,7	4,0	5,6	4,7	7,3	3,7	5,0	5,1	3,7	4,0	6,0	3,1	3,2	4,3	4,6
Adaptar la formación a las actuales necesidades	5,3	7,6	7,5	8,5	7,3	9,1	7,2	8,0	7,5	8,0	8,3	8,7	7,9	7,5	7,2	7,6
Simplificar los trámites administrativos	8,4	8,5	9,2	8,9	7,8	9,7	9,0	8,7	8,3	9,0	8,8	9,5	9,2	9,6	8,7	8,7
Intervenir los precios de bienes básicos	4,5	4,0	6,2	5,4	5,6	5,1	6,3	4,7	4,8	4,5	7,0	5,0	6,0	6,5	5,6	5,1
Facilitar el acceso a financiación	7,4	6,5	6,8	7,7	7,3	8,4	6,7	6,7	7,5	6,1	7,8	7,5	6,0	7,1	7,2	6,9
Medidas contrarrestar la inflación:																
Incremento de los tipos de interés	2,9	4,2	5,0	3,3	4,0	2,9	4,1	4,8	4,5	3,9	4,0	4,2	4,1	4,3	4,1	4,0
Intervención de los precios de la energía	8,1	7,1	8,8	7,1	7,4	8,2	8,7	7,1	6,1	6,4	9,0	6,7	8,1	7,9	7,2	7,2
Pacto de rentas patronal-sindicatos	5,5	6,5	6,5	6,3	6,5	6,4	6,7	6,3	6,4	5,7	6,4	6,5	6,4	6,6	5,9	6,2
Medidas fiscales reduzcan carga impositiva	8,3	8,4	6,8	8,4	8,2	9,3	8,7	8,0	7,1	8,3	6,8	8,3	8,3	8,1	8,1	8,2
Ayudas directas a los hogares	7,1	5,7	6,7	6,5	6,4	6,2	7,2	6,7	5,8	5,3	5,6	6,4	6,1	6,6	6,5	6,2
Medidas fiscales desestimen la demanda	4,3	4,3	5,2	4,8	4,6	3,0	4,2	5,1	4,8	3,0	5,8	3,8	3,0	4,8	5,1	4,4
Intervención de precios de otros bienes básicos	4,6	4,1	6,0	5,7	5,6	4,0	5,5	5,1	4,7	4,8	7,6	4,3	4,8	7,0	5,2	5,0

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022 *Escala de tipo Likert: desde 0 “Nada importante” a 10 “Muy importante”

Pregunta: En la situación actual, valore hasta qué punto serían útiles para su empresa las medidas públicas de apoyo en los siguientes apartados (por ej.: subvenciones, formación, ventajas fiscales, ...) y para luchar contra la inflación // **Respuesta:** Seleccionar un valor, desde 0 “Nada útil” a 10 “Muy útil”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



ANEXO

Cuadro 1A. Antigüedad y titularidad-propiedad por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Antigüedad de la empresa:					
Menos de 6 años	33,7%	3,0%	3,8%	5,3%	21,2%
Entre 6 y 10 años	21,1%	9,0%	3,8%	0,0%	15,2%
Entre 10 y 20 años	18,7%	20,9%	21,2%	0,0%	18,8%
Más de 20 años	26,5%	67,2%	71,2%	94,7%	44,7%
Propiedad*					
De una sola persona física	47,6%	14,2%	3,8%	0,0%	32,3%
De más de una persona física	26,5%	32,8%	13,5%	5,3%	26,1%
Mayoritariamente familiar	16,3%	43,3%	42,3%	36,8%	27,1%
Conjunta de sus miembros	3,4%	3,7%	5,8%	0,0%	3,6%
Participada:					
Por una entidad pública	3,1%	4,5%	1,9%	0,0%	3,2%
Por una sociedad capital-riesgo	1,0%	1,5%	0,0%	10,5%	1,4%
Parte de un grupo empresarial nacional/internacional	2,0%	4,5%	17,3%	36,8%	5,6%
Otra	6,5%	8,2%	17,3%	15,8%	8,4%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

* **Pregunta:** En términos de titularidad, su empresa es // **Respuesta** de selección múltiple, el encuestado tiene la posibilidad de seleccionar más de un tipo de titularidad (Propiedad de una sola persona física, Propiedad de más de una persona física, Propiedad mayoritariamente familiar, Propiedad conjunta de sus miembros, Participada por una entidad pública, Participada por una sociedad de capital-riesgo, Parte de un grupo empresarial nacional o internacional, Otra)



Cuadro 2A. Comercialización y mercados por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
¿Su empresa vende productos o servicios?					
Productos	14,3%	20,1%	26,9%	42,1%	18,2%
Servicios	52,4%	39,6%	34,6%	42,1%	46,7%
Productos y servicios	33,3%	40,3%	38,5%	15,8%	35,1%
Su empresa vende sus productos y/o servicios a:*					
Directamente al consumidor	60,2%	50,0%	42,3%	36,8%	54,7%
A otras empresas	67,3%	81,3%	88,5%	68,4%	73,3%
A fundaciones, ONG...	19,7%	14,2%	15,4%	5,3%	17,2%
A la administración pública	33,3%	29,9%	36,5%	31,6%	32,7%
Los clientes de su empresa están localizados en:*					
Aragón	90,5%	86,6%	86,5%	84,2%	88,8%
Resto de España	52,7%	61,9%	75,0%	63,2%	57,9%
Otros países de la UE	14,3%	32,1%	53,8%	52,6%	24,6%
Otros países fuera de la UE	9,5%	20,9%	40,4%	36,8%	16,8%
La empresa exporta **	16,0%	33,6%	55,8%	52,6%	26,3%
Los proveedores de su empresa están localizados en:*					
Aragón	78,2%	77,6%	80,8%	84,2%	78,6%
Resto de España	63,3%	81,3%	86,5%	89,5%	71,5%
Otros países de la UE	24,8%	44,8%	69,2%	57,9%	36,1%
Otros países fuera de la UE	11,2%	19,4%	40,4%	42,1%	17,6%
La empresa importa **	26,9%	46,3%	71,2%	57,9%	37,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

* **Preguntas** de respuesta/selección múltiple, el encuestado puede seleccionar más de una alternativa

** Para calcular el porcentaje se agregan las empresas que seleccionaron algunas de las opciones de Otros países



Cuadro 3A. La digitalización por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Medios digitales*					
Robótica	5,4%	15,7%	32,7%	52,6%	12,8%
Computación en la nube (Cloud Computing)	56,1%	72,4%	86,5%	84,2%	64,7%
Inteligencia artificial	5,8%	11,2%	7,7%	42,1%	8,8%
Dispositivos inteligentes	19,4%	50,0%	61,5%	57,9%	33,5%
Análisis de macrodatos (Big Data)	5,8%	12,7%	25,0%	47,4%	11,2%
Infraestructura de alta velocidad	8,5%	23,9%	21,2%	42,1%	15,2%
Cadena de bloques (Blockchain)	1,4%	3,7%	1,9%	10,5%	2,4%
Sistemas de ciberseguridad	17,3%	43,3%	51,9%	68,4%	29,9%
Ninguna de las anteriores	5,1%	2,2%	0,0%	0,0%	3,6%
Otras	2,4%	1,5%	1,9%	0,0%	2,0%
Intensidad: Ordenadores**	72,4	62,5	56,8	49,7	67,2
Intensidad: Robótica***	44,1	17,9	13,8	14,0	22,9
Usos digitales*					
Vender productos y/o servicios por internet	55,1%	55,2%	46,2%	52,6%	54,1%
Comprar productos y/o servicios por internet	58,5%	62,7%	61,5%	47,4%	59,5%
Realizar trámites con la administración pública	78,6%	88,8%	90,4%	84,2%	82,8%
Mejorar los procesos y/o prestación de servicios	52,4%	63,4%	82,7%	89,5%	59,9%
Medir el desempeño de los empleados	15,3%	44,8%	61,5%	52,6%	29,5%
Coordinar el trabajo de los empleados	36,4%	67,2%	75,0%	78,9%	50,3%
Comunicación con los empleados	45,2%	70,1%	88,5%	94,7%	58,3%
Comunicación con otros grupos de interés	53,7%	60,4%	82,7%	73,7%	59,3%
Ninguno de los anteriores	3,7%	0,7%	0,0%	0,0%	2,4%
Otros	1,7%	0,0%	0,0%	5,3%	1,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

* **Preguntas** de selección múltiple a las siguientes cuestiones:

- En términos de digitalización, ¿cuáles de las siguientes tecnologías digitales ha implantado su empresa?

- En su empresa, ¿cuáles de los siguientes usos son facilitados por las tecnologías digitales?

** Porcentaje medio de empleados que utilizan ordenadores para desempeñar sus tareas diarias, calculado mediante las marcas de clase de las escalas de proporciones

*** Porcentaje medio de empleados que desempeñan sus tareas diarias junto a robots, calculado a partir de las marcas de clase de las escalas de proporciones



Cuadro 4A. La responsabilidad medioambiental y social por clases de tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Responsabilidad medioambiental*					
Reciclar y/o reutilizar materiales	81,3%	91,8%	92,3%	100,0%	86,0%
Reducir el consumo de agua, energía y otros recursos naturales	63,6%	77,6%	90,4%	89,5%	71,1%
Utilizar fuentes de energía sostenibles	21,1%	36,6%	50,0%	84,2%	30,7%
Autoconsumo energético	14,3%	30,6%	42,3%	31,6%	22,2%
Desarrollar productos y/o servicios sostenibles	24,5%	37,3%	53,8%	68,4%	32,7%
Desarrollar procesos de producción sostenibles	15,3%	26,9%	38,5%	68,4%	22,8%
Desarrollar canales de suministro-distribución sostenibles	9,2%	6,7%	19,2%	42,1%	10,8%
Vender a terceros los subproductos y/o residuos de su empresa	6,1%	26,9%	53,8%	47,4%	18,2%
Comprar subproductos y/o residuos de terceros	4,4%	8,2%	13,5%	26,3%	7,2%
Ninguna de las anteriores	7,5%	2,2%	1,9%	0,0%	5,2%
Otras	1,7%	0,7%	0,0%	5,3%	1,4%
Intensidad: Autoconsumo**	41,8%	28,3%	20,8%	15,8%	31,3%
Responsabilidad social*					
Mejorar las condiciones de trabajo de sus empleados	65,3%	90,3%	96,2%	89,5%	76,2%
Fomentar la autonomía en el trabajo	57,5%	61,2%	67,3%	68,4%	59,9%
Impulsar el trabajo en equipo	58,8%	84,3%	86,5%	89,5%	69,7%
Facilitar la formación continua	60,2%	82,8%	90,4%	89,5%	70,5%
Implicar a los empleados en la gestión de la empresa	40,5%	58,2%	71,2%	78,9%	49,9%
Promover y mejorar la diversidad y la igualdad en el lugar de trabajo	45,6%	67,2%	84,6%	94,7%	57,3%
Mejorar el impacto de su empresa en la sociedad	50,7%	56,0%	78,8%	89,5%	56,5%
Ninguna de las anteriores	5,8%	2,2%	0,0%	0,0%	4,0%
Otras	0,7%	2,2%	0,0%	5,3%	1,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

* **Preguntas** de selección múltiple a la cuestión de en términos de responsabilidad medioambiental/social, ¿cuáles de las siguientes acciones está llevando a cabo su empresa?

** Porcentaje medio que representa el autoconsumo sobre el consumo total energético



Cuadro 5A. Expectativas: Periodo medio de cobro a clientes y de pago a proveedores, e Inventarios de materias primas y de productos terminados

	2022 con respecto al año 2021				2023 con respecto al año 2022			
	Dismi.	Mante.	Aume.	Total	Dismi.	Mante.	Aume.	Total
PMC.								
Clien.								
N	34	352	108	494	39	365	93	497
%	6,9%	71,3%	21,9%	100%	7,8%	73,4%	18,7%	100%
PMP.								
Prove.								
N	35	390	69	494	23	417	55	495
%	7,1%	78,9%	14,0%	100%	4,6%	84,2%	11,1%	100%
INVE-								
M/P.*								
N	37	158	58	253	49	180	28	257
%	14,6%	62,5%	22,9%	100%	19,1%	70,0%	10,9%	100%
INVE-								
P/T.*								
N	36	162	60	258	45	175	38	258
%	14,0%	62,8%	23,3%	100%	17,4%	67,8%	14,7%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Variaciones en 2022 respecto a 2021 y expectativas para el 2023 respecto al 2022

Respuesta: Seleccionar una opción: Disminuyen/Se mantienen/Aumentan

* Pregunta condicionada a la comercialización de productos y/o productos y servicios



Cuadro 6A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por tamaño

	<i>No aplica</i>	No previsto	Previsto CP	Previsto MP	Baja Implan.	Media Implan.	Elevada Implan.
Reducir el consumo energético	5,1%	11,1%	12,0%	8,9%	14,3%	23,4%	25,2%
<i>Micro</i>	8,1%	15,5%	13,2%	9,7%	15,5%	19,4%	18,6%
<i>Pequeña</i>	1,6%	5,7%	12,2%	8,9%	11,4%	30,1%	30,1%
<i>Mediana</i>	0,0%	6,0%	8,0%	6,0%	18,0%	20,0%	42,0%
<i>Grande</i>	0,0%	0,0%	5,6%	5,6%	5,6%	44,4%	38,9%
Regular climatización/calefacción	7,6%	10,0%	13,1%	4,5%	10,5%	23,2%	31,2%
<i>Micro</i>	10,9%	12,8%	14,7%	5,8%	10,9%	18,6%	26,4%
<i>Pequeña</i>	3,3%	8,9%	11,4%	3,3%	11,4%	29,3%	32,5%
<i>Mediana</i>	0,0%	2,0%	12,0%	0,0%	8,0%	34,0%	44,0%
<i>Grande</i>	11,1%	0,0%	5,6%	5,6%	5,6%	16,7%	55,6%
Reducir la producción	18,3%	55,5%	2,9%	1,1%	16,7%	4,7%	0,7%
<i>Micro</i>	20,7%	52,3%	3,1%	2,0%	16,0%	5,5%	0,4%
<i>Pequeña</i>	15,8%	58,3%	2,5%	0,0%	19,2%	3,3%	0,8%
<i>Mediana</i>	12,2%	63,3%	4,1%	0,0%	16,3%	4,1%	0,0%
<i>Grande</i>	16,7%	61,1%	0,0%	0,0%	11,1%	5,6%	5,6%
Cerrar instalaciones no esenciales	21,1%	51,1%	3,4%	2,0%	10,8%	5,4%	6,3%
<i>Micro</i>	26,6%	47,7%	3,1%	2,3%	10,2%	4,3%	5,9%
<i>Pequeña</i>	16,3%	53,7%	3,3%	1,6%	11,4%	5,7%	8,1%
<i>Mediana</i>	6,1%	61,2%	4,1%	2,0%	12,2%	8,2%	6,1%
<i>Grande</i>	16,7%	55,6%	5,6%	0,0%	11,1%	11,1%	0,0%
Promover eficiencia energética	8,2%	9,6%	9,3%	7,3%	10,4%	23,6%	31,6%
<i>Micro</i>	13,2%	14,0%	9,3%	8,5%	10,5%	17,8%	26,7%
<i>Pequeña</i>	1,6%	4,1%	10,6%	4,1%	14,6%	29,3%	35,8%
<i>Mediana</i>	0,0%	2,0%	5,9%	9,8%	2,0%	39,2%	41,2%
<i>Grande</i>	5,6%	5,6%	11,1%	5,6%	5,6%	22,2%	44,4%
Promover autoconsumo energético	13,8%	31,3%	6,9%	9,2%	9,6%	8,5%	20,8%
<i>Micro</i>	20,7%	38,7%	4,7%	7,4%	9,4%	6,3%	12,9%
<i>Pequeña</i>	4,9%	25,2%	10,6%	10,6%	10,6%	9,8%	28,5%
<i>Mediana</i>	3,9%	13,7%	9,8%	13,7%	9,8%	13,7%	35,3%
<i>Grande</i>	5,6%	16,7%	5,6%	11,1%	5,6%	16,7%	38,9%
Reestructurar turnos de trabajo	20,6%	48,5%	3,6%	2,0%	10,1%	8,1%	7,2%
<i>Micro</i>	27,0%	50,4%	2,0%	2,0%	8,2%	6,6%	3,9%
<i>Pequeña</i>	14,6%	48,8%	6,5%	2,4%	9,8%	8,1%	9,8%
<i>Mediana</i>	4,0%	42,0%	4,0%	2,0%	20,0%	12,0%	16,0%
<i>Grande</i>	16,7%	38,9%	5,6%	0,0%	11,1%	16,7%	11,1%
Fomentar el teletrabajo	17,7%	44,3%	2,7%	3,1%	9,4%	8,9%	13,9%
<i>Micro</i>	22,0%	40,4%	1,6%	3,9%	7,1%	8,2%	16,9%
<i>Pequeña</i>	14,6%	49,6%	5,7%	2,4%	8,9%	9,8%	8,9%
<i>Mediana</i>	2,0%	54,9%	0,0%	2,0%	19,6%	9,8%	11,8%
<i>Grande</i>	22,2%	33,3%	5,6%	0,0%	16,7%	11,1%	11,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Nivel de implantación de actuaciones como respuesta al aumento de los costes energéticos

Respuesta: Seleccionar una opción entre 7 posibles (No aplica, No prevista, Prevista a corto, Prevista a medio, Baja implantación, Media implantación y Elevada implantación)



Cuadro 7A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por sectores de actividad (I)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Reducir el consumo energético																
<i>No aplica</i>	4,5%	2,7%	0,0%	12,5%	6,8%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	9,8%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%	6,4%	5,1%
<i>No previsto</i>	18,2%	12,3%	0,0%	6,3%	6,8%	11,1%	5,0%	20,0%	0,0%	25,5%	0,0%	14,3%	8,3%	12,5%	7,7%	11,1%
<i>Previsto CP</i>	9,1%	8,2%	0,0%	6,3%	11,4%	11,1%	20,0%	15,0%	22,2%	9,8%	0,0%	9,5%	12,5%	31,3%	12,8%	12,0%
<i>Previsto MP</i>	9,1%	8,2%	16,7%	21,9%	9,1%	22,2%	15,0%	5,0%	7,4%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	11,5%	8,9%
<i>Baja Implan.</i>	0,0%	12,3%	33,3%	18,8%	9,1%	22,2%	10,0%	15,0%	22,2%	15,7%	0,0%	9,5%	25,0%	6,3%	16,7%	14,3%
<i>Media Implan.</i>	27,3%	21,9%	0,0%	6,3%	29,5%	22,2%	20,0%	20,0%	33,3%	21,6%	66,7%	33,3%	29,2%	18,8%	21,8%	23,4%
<i>Elevada Implan.</i>	31,8%	34,2%	50,0%	28,1%	27,3%	11,1%	30,0%	20,0%	14,8%	15,7%	33,3%	23,8%	25,0%	18,8%	23,1%	25,2%
Regular climatización/calefacción																
<i>No aplica</i>	22,7%	6,8%	16,7%	9,4%	6,8%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	9,8%	0,0%	9,5%	4,2%	6,3%	7,7%	7,6%
<i>No previsto</i>	18,2%	17,8%	0,0%	6,3%	11,4%	11,1%	5,0%	10,0%	0,0%	13,7%	0,0%	4,8%	4,2%	18,8%	6,4%	10,0%
<i>Previsto CP</i>	4,5%	11,0%	0,0%	15,6%	9,1%	0,0%	30,0%	5,0%	18,5%	13,7%	0,0%	4,8%	12,5%	25,0%	17,9%	13,1%
<i>Previsto MP</i>	0,0%	1,4%	16,7%	3,1%	9,1%	0,0%	5,0%	10,0%	7,4%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%	6,4%	4,5%
<i>Baja Implan.</i>	4,5%	12,3%	0,0%	18,8%	11,4%	0,0%	5,0%	5,0%	14,8%	5,9%	0,0%	19,0%	16,7%	0,0%	11,5%	10,5%
<i>Media Implan.</i>	27,3%	20,5%	16,7%	25,0%	20,5%	44,4%	15,0%	25,0%	22,2%	31,4%	50,0%	23,8%	29,2%	6,3%	19,2%	23,2%
<i>Elevada Implan.</i>	22,7%	30,1%	50,0%	21,9%	31,8%	44,4%	40,0%	35,0%	37,0%	21,6%	50,0%	38,1%	33,3%	37,5%	30,8%	31,2%
Reducir la producción																
<i>No aplica</i>	9,1%	12,3%	16,7%	16,1%	27,9%	22,2%	15,0%	15,0%	18,5%	25,5%	0,0%	20,0%	20,8%	18,8%	18,4%	18,3%
<i>No previsto</i>	59,1%	69,9%	33,3%	45,2%	44,2%	55,6%	30,0%	55,0%	66,7%	56,9%	40,0%	65,0%	62,5%	56,3%	51,3%	55,5%
<i>Previsto CP</i>	0,0%	0,0%	16,7%	9,7%	4,7%	0,0%	10,0%	5,0%	3,7%	2,0%	0,0%	0,0%	4,2%	6,3%	0,0%	2,9%
<i>Previsto MP</i>	9,1%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%	0,0%	1,1%
<i>Baja Implan.</i>	18,2%	12,3%	16,7%	12,9%	20,9%	11,1%	30,0%	15,0%	7,4%	11,8%	20,0%	10,0%	12,5%	12,5%	27,6%	16,7%
<i>Media Implan.</i>	4,5%	1,4%	16,7%	16,1%	2,3%	11,1%	15,0%	10,0%	3,7%	2,0%	20,0%	5,0%	0,0%	0,0%	2,6%	4,7%
<i>Elevada Implan.</i>	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Cerrar instalaciones no esenciales																
<i>No aplica</i>	18,2%	12,3%	16,7%	18,8%	25,0%	22,2%	25,0%	25,0%	18,5%	35,3%	0,0%	20,0%	20,8%	12,5%	22,1%	21,1%
<i>No previsto</i>	68,2%	67,1%	50,0%	50,0%	50,0%	55,6%	25,0%	50,0%	63,0%	43,1%	60,0%	40,0%	45,8%	62,5%	41,6%	51,1%
<i>Previsto CP</i>	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%	4,5%	0,0%	10,0%	5,0%	3,7%	5,9%	0,0%	0,0%	12,5%	0,0%	1,3%	3,4%
<i>Previsto MP</i>	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,5%	2,0%
<i>Baja Implan.</i>	4,5%	9,6%	16,7%	12,5%	13,6%	11,1%	10,0%	10,0%	7,4%	7,8%	0,0%	5,0%	12,5%	12,5%	15,6%	10,8%
<i>Media Implan.</i>	9,1%	4,1%	0,0%	3,1%	2,3%	0,0%	10,0%	10,0%	3,7%	2,0%	20,0%	25,0%	8,3%	6,3%	2,6%	5,4%
<i>Elevada Implan.</i>	0,0%	6,8%	16,7%	6,3%	4,5%	11,1%	15,0%	0,0%	3,7%	2,0%	20,0%	10,0%	0,0%	6,3%	10,4%	6,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: Nivel de implantación de actuaciones como respuesta al aumento de los costes energéticos // **Respuesta:** Seleccionar una opción entre 7 posibles (No aplica, No prevista, Prevista a corto, Prevista a medio, Baja implantación, Media implantación y Elevada implantación)



Cuadro 7A. Respuesta de la empresa al aumento de los costes energéticos por sectores de actividad (II)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Promover eficiencia energética																
<i>No aplica</i>	9,1%	5,4%	16,7%	9,4%	9,1%	0,0%	10,0%	10,0%	11,1%	9,8%	0,0%	5,0%	0,0%	6,3%	11,4%	8,2%
<i>No previsto</i>	18,2%	1,4%	0,0%	6,3%	11,4%	0,0%	0,0%	10,0%	7,4%	21,6%	0,0%	5,0%	8,3%	18,8%	12,7%	9,6%
<i>Previsto CP</i>	9,1%	10,8%	0,0%	3,1%	11,4%	0,0%	20,0%	10,0%	3,7%	7,8%	0,0%	0,0%	12,5%	18,8%	11,4%	9,3%
<i>Previsto MP</i>	4,5%	9,5%	0,0%	9,4%	9,1%	0,0%	5,0%	5,0%	14,8%	3,9%	0,0%	5,0%	8,3%	6,3%	7,6%	7,3%
<i>Baja Implan.</i>	4,5%	6,8%	0,0%	15,6%	15,9%	11,1%	10,0%	20,0%	7,4%	13,7%	16,7%	5,0%	20,8%	6,3%	6,3%	10,4%
<i>Media Implan.</i>	13,6%	24,3%	16,7%	21,9%	25,0%	22,2%	30,0%	20,0%	33,3%	21,6%	50,0%	40,0%	25,0%	12,5%	19,0%	23,6%
<i>Elevada Implan.</i>	40,9%	41,9%	66,7%	34,4%	18,2%	66,7%	25,0%	25,0%	22,2%	21,6%	33,3%	40,0%	25,0%	31,3%	31,6%	31,6%
Promover autoconsumo energético																
<i>No aplica</i>	13,6%	5,4%	16,7%	6,3%	18,2%	0,0%	10,0%	20,0%	14,8%	25,5%	0,0%	10,0%	8,3%	12,5%	19,5%	13,8%
<i>No previsto</i>	22,7%	18,9%	0,0%	25,0%	29,5%	33,3%	20,0%	40,0%	44,4%	49,0%	16,7%	50,0%	29,2%	37,5%	31,2%	31,3%
<i>Previsto CP</i>	9,1%	8,1%	0,0%	9,4%	11,4%	0,0%	10,0%	5,0%	0,0%	3,9%	16,7%	0,0%	12,5%	6,3%	6,5%	6,9%
<i>Previsto MP</i>	13,6%	16,2%	0,0%	9,4%	4,5%	11,1%	20,0%	5,0%	11,1%	2,0%	0,0%	5,0%	12,5%	6,3%	7,8%	9,2%
<i>Baja Implan.</i>	0,0%	4,1%	16,7%	9,4%	9,1%	22,2%	0,0%	15,0%	7,4%	7,8%	33,3%	5,0%	25,0%	12,5%	13,0%	9,6%
<i>Media Implan.</i>	0,0%	9,5%	16,7%	12,5%	9,1%	0,0%	10,0%	10,0%	7,4%	3,9%	33,3%	30,0%	0,0%	12,5%	5,2%	8,5%
<i>Elevada Implan.</i>	40,9%	37,8%	50,0%	28,1%	18,2%	33,3%	30,0%	5,0%	14,8%	7,8%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%	16,9%	20,8%
Reestructurar turnos de trabajo																
<i>No aplica</i>	22,7%	9,5%	16,7%	18,8%	20,5%	33,3%	35,0%	20,0%	14,8%	31,4%	0,0%	25,0%	20,8%	18,8%	22,1%	20,6%
<i>No previsto</i>	50,0%	56,8%	33,3%	46,9%	40,9%	33,3%	35,0%	55,0%	48,1%	56,9%	60,0%	35,0%	45,8%	43,8%	49,4%	48,5%
<i>Previsto CP</i>	4,5%	1,4%	0,0%	6,3%	4,5%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	3,9%	20,0%	0,0%	8,3%	12,5%	1,3%	3,6%
<i>Previsto MP</i>	0,0%	4,1%	0,0%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	2,0%
<i>Baja Implan.</i>	4,5%	9,5%	16,7%	12,5%	13,6%	11,1%	10,0%	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%	10,0%	12,5%	6,3%	19,5%	10,1%
<i>Media Implan.</i>	9,1%	9,5%	16,7%	12,5%	4,5%	22,2%	5,0%	10,0%	14,8%	3,9%	20,0%	15,0%	0,0%	18,8%	2,6%	8,1%
<i>Elevada Implan.</i>	9,1%	9,5%	16,7%	3,1%	6,8%	0,0%	5,0%	10,0%	22,2%	0,0%	0,0%	15,0%	12,5%	0,0%	3,9%	7,2%
Fomentar el teletrabajo																
<i>No aplica</i>	27,3%	13,5%	0,0%	25,8%	20,5%	22,2%	60,0%	5,0%	7,4%	13,7%	33,3%	15,0%	16,7%	6,3%	15,6%	17,7%
<i>No previsto</i>	63,6%	59,5%	33,3%	41,9%	52,3%	33,3%	40,0%	35,0%	44,4%	31,4%	16,7%	30,0%	37,5%	50,0%	41,6%	44,3%
<i>Previsto CP</i>	0,0%	4,1%	0,0%	3,2%	4,5%	0,0%	0,0%	5,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	0,0%	2,6%	2,7%
<i>Previsto MP</i>	4,5%	1,4%	0,0%	3,2%	2,3%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	7,8%	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%	5,2%	3,1%
<i>Baja Implan.</i>	4,5%	10,8%	0,0%	6,5%	13,6%	33,3%	0,0%	5,0%	14,8%	5,9%	16,7%	5,0%	8,3%	12,5%	10,4%	9,4%
<i>Media Implan.</i>	0,0%	5,4%	33,3%	9,7%	2,3%	0,0%	0,0%	15,0%	11,1%	11,8%	16,7%	25,0%	8,3%	18,8%	9,1%	8,9%
<i>Elevada Implan.</i>	0,0%	5,4%	33,3%	9,7%	4,5%	11,1%	0,0%	30,0%	18,5%	29,4%	16,7%	25,0%	20,8%	6,3%	15,6%	13,9%

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



Cuadro 8A. Valoración de la utilidad de la formación por tamaño

	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Formación en:					
Comercialización y ventas	6,7	7,0	6,8	6,5	6,8
Marketing online	6,9	6,4	6,6	5,4	6,6
Logística	4,4	5,6	6,8	7,2	5,1
Gestión procesos	6,2	7,3	8,5	7,7	6,8
Gestión de personas	5,8	7,6	8,4	8,2	6,7
Contabilidad y finanzas	6,5	6,8	6,9	6,1	6,6
Digitalización	7,3	7,7	8,7	8,7	7,6
Innovación	7,3	7,6	8,7	8,6	7,6
Internacionalización	4,5	5,1	6,0	6,4	4,9
Estrategia empresarial	6,7	7,7	7,7	7,6	7,1
Responsabilidad medioambiental	5,5	6,2	6,7	7,4	5,9
Modelos de gestión integral (EFQM)	5,5	6,6	7,8	7,1	6,1

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: En la situación actual, valore hasta qué punto es/sería útil para su empresa la formación en los siguientes ámbitos/temáticas

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 0 “Nada útil” a 10 “Muy útil”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador en la clase de tamaño correspondiente



Cuadro 9A. Valoración de la utilidad de la formación por sector de actividad

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
Formación en:																
Comercialización y ventas	5,7	6,4	6,8	5,8	8,3	8,6	5,6	7,6	6,6	6,2	2,6	7,5	6,5	8,3	7,3	6,8
Marketing online	5,4	5,5	7,5	5,1	7,7	6,9	6,4	7,6	6,6	6,9	2,6	8,0	6,7	8,1	7,3	6,6
Logística	5,1	6,7	5,7	5,6	7,0	9,7	3,9	4,2	3,6	2,8	4,4	4,0	4,4	4,9	4,9	5,1
Gestión procesos	5,9	7,4	7,8	6,9	6,8	9,0	5,7	7,0	7,0	6,3	7,2	6,1	6,8	6,1	6,9	6,8
Gestión de personas	4,1	7,0	8,2	7,1	6,6	9,0	6,7	7,0	7,0	6,1	8,5	7,5	7,8	4,9	6,7	6,7
Contabilidad y finanzas	5,7	6,1	7,0	6,8	7,2	7,8	6,6	6,5	7,2	6,3	6,0	6,0	7,0	7,3	6,7	6,6
Digitalización	5,3	7,3	8,7	7,2	8,4	9,0	6,6	7,9	8,1	7,2	8,8	7,7	7,5	7,9	8,2	7,6
Innovación	6,5	7,7	8,7	7,1	7,9	8,9	5,9	9,2	7,5	7,1	7,8	7,6	8,0	7,5	7,8	7,6
Internacionalización	4,4	6,6	5,2	4,2	5,1	6,0	4,2	6,8	2,9	4,8	3,0	5,3	4,2	5,1	4,4	4,9
Estrategia empresarial	5,9	7,3	7,5	7,2	7,7	8,8	4,6	8,0	7,0	6,9	6,6	7,0	7,8	7,3	7,3	7,1
Responsabilidad medioambiental	5,9	6,5	8,3	6,3	6,3	7,9	5,9	5,3	5,5	4,8	8,2	6,3	6,1	4,3	5,5	5,9
Modelos de gestión integral (EFQM)	5,3	6,1	6,8	6,9	5,9	6,7	4,4	6,4	6,3	5,0	6,8	6,2	7,8	5,7	6,5	6,1

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: En la situación actual, valore hasta qué punto es/sería útil para su empresa la formación en los siguientes ámbitos/temáticas

Respuesta: Seleccionar un valor, desde 0 “Nada útil” a 10 “Muy útil”; en el cuadro se presentan los **valores medios** de cada indicador en el sector correspondiente

Sectores de actividad: 1: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 2: Industria manufacturera/extractivas, 3: Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado/agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, 4: Construcción, 5: Comercial por mayor y al por menor; reparación de vehículos a motor, 6: Transporte y almacenamiento, 7: Hostelería, 8: Información y comunicaciones, 9: Actividades financieras, seguros, inmobiliarias y administrativas, 10: Actividades profesionales, científicas y técnicas, 11: Administración pública y defensa; Seguridad Social obligatoria/organismos extraterritoriales, 12: Educación, 13: Actividades sanitarias y de servicios sociales, 14: Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y 15: Otros servicios.



Cuadro 10A. Priorización de medidas/actuaciones dentro de bloques: Digitalización, Innovación, Emprendimiento, Responsabilidad social y Responsabilidad medioambiental

	1 ^{er}	2 ^o	3 ^{er}	4 ^o	5 ^o	Media*
Digitalización						
Programas de asesoramiento personalizado	23%	30%	30%	12%	6%	2
Subvenciones/bonificaciones para fomentar el teletrabajo	5%	12%	16%	25%	41%	4
Subvenciones para la compra de hardware y software	31%	28%	22%	13%	5%	2
Programas para favorecer el comercio online	8%	14%	19%	33%	28%	4
Disponibilidad de fibra óptica en todo el territorio	33%	16%	14%	16%	20%	3
Innovación						
Subvenciones para proyectos de I+D+i	41%	23%	16%	14%	6%	2
Asesoría para la búsqueda de sectores novedosos y de mayor valor añadido	15%	24%	27%	22%	13%	3
Colaboración con las universidades y otros centros formativos	10%	18%	25%	27%	20%	3
Inversión pública en I+D+i	14%	19%	15%	22%	29%	3
Redes de apoyo entre profesionales del mismo sector	20%	16%	16%	16%	32%	3
Emprendimiento						
Disponibilidad de viveros de empresas	17%	21%	24%	20%	18%	3
Asesoramiento en trámites administrativos	29%	25%	26%	14%	6%	2
Facilitar fusiones y absorciones de pequeñas empresas	11%	9%	13%	32%	34%	4
Líneas de financiación circulante	24%	19%	18%	18%	21%	3
Redes de apoyo entre profesionales del mismo sector	19%	26%	20%	15%	20%	3
Responsabilidad social						
Flexibilización horaria	23%	31%	26%	18%	2%	2
Pacto de rentas patronal-sindicatos	22%	20%	23%	19%	16%	3
Fomento del teletrabajo	6%	8%	19%	24%	42%	4
Lucha contra la economía sumergida	34%	18%	16%	17%	15%	3
Reconocimiento social	15%	22%	16%	23%	25%	3
Responsabilidad medioambiental						
Campañas de consumo responsable	19%	26%	26%	20%	9%	3
Mayores sanciones por incumplimiento de la normativa medioambiental	13%	12%	17%	24%	34%	4
Fomentar el consumo de proximidad	31%	23%	20%	15%	11%	3
Ventajas fiscales a la utilización de energías renovables	30%	22%	18%	20%	11%	3
Reconocimiento a las empresas menos contaminantes	7%	17%	20%	21%	35%	4

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta IAF2022

Pregunta: A continuación, se presenta una serie de cuestiones sobre medidas de apoyo en los ámbitos: Digitalización, Innovación, Emprendimiento y Responsabilidad Social y Medioambiental. En cada epígrafe, ordene de mayor a menor importancia dichas medidas para su empresa, arrastrando con el cursor o en su defecto mediante la pantalla táctil.

Respuesta: Escalas de orden: desde 1 “Más importante” a 5 “Menos importante”