

ESTUDIO DEL SECTOR DE TECNOLOGÍA SANITARIA Y EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO EN ESPAÑA



Club de Exportadores
e Inversores Españoles



Índice ►

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESUMEN EJECUTIVO	5
3. DESCRIPCIÓN SECTOR DE TECNOLOGÍA SANITARIA Y EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	9
TIPO Y NÚMERO DE EMPRESAS	9
ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS	9
CAPITAL SOCIAL DE LAS EMPRESAS	10
RENTABILIDAD DEL SECTOR	10
CONCENTRACIÓN DEL SECTOR EN CATALUÑA Y MADRID	10
SECTORES DE ACTIVIDAD	14
ACTIVIDAD EN OTROS SECTORES	15
4. IMPORTANCIA DEL SECTOR DE TECNOLOGÍA SANITARIA Y EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO	17
EMPLEO	17
CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS POR NÚMERO DE EMPLEADOS	18
NECESIDADES DE FORMACIÓN	19
DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD	20
VOLUMEN DE FACTURACIÓN EN EL SECTOR	20
CLASIFICACIÓN POR VOLUMEN DE FACTURACIÓN	21
EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN	22
EMPRESAS FABRICANTES	23
VOLUMEN DE FABRICACIÓN NACIONAL	23
GASTO Y EMPLEO EN I+D+i	25
AYUDAS Y PROGRAMAS DE I+D+i	27
EL SAT (SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA)	27
EXPORTACIÓN SECTORIAL	28
PROGRAMAS DE AYUDA AL DESARROLLO Y AGRUPADORAS	32
PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES	34
5. SISTEMA NACIONAL DE SALUD (VISTO POR LA INDUSTRIA)	35
FRAGMENTACIÓN DEL MERCADO	35
SISTEMA PÚBLICO DE COMPRA	36
EXCESIVA BUROCRACIA	36
6. VALORACIONES CUALITATIVAS DEL ESTUDIO	37
SISTEMA NACIONAL DE SALUD, VENTAJAS Y DEFECTOS	37
DAFO DE LA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR	38
7. RECOMENDACIONES FINALES	39
8. METODOLOGÍA	41
METODOLOGIA	41
ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS	42
TRABAJO DE CAMPO	42

Introducción



El presente estudio, realizado por la consultora Agerón Internacional, se pone en marcha por iniciativa de la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (Fenin) y por el Club de Exportadores e Inversores, con apoyo del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

El principal objetivo ha sido proporcionar una visión actualizada y fidedigna del sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario en España. Este objetivo general se ha concretado después en diversos objetivos específicos, a los que trata de dar respuesta el presente estudio:

- **Evaluar la importancia del sector**, en lo que se refiere a su contribución a la riqueza del país, como reflejo de las ventas agregadas, la generación de empleo y su aportación a las exportaciones españolas.
- **Presentar de manera sistemática la actividad del sector**, para poner de relieve la presencia internacional de España, así como su peso en el componente de mayor valor añadido que supone la I+D+i (Investigación+Desarrollo+innovación).
- **Elaborar un análisis a partir de la visión del propio sector**, que permita poner de relieve las fortalezas y debilidades del mismo, para poder sugerir la toma de acciones correctoras.
- Adicionalmente, aprovechar para **contrastar la visión del sistema sanitario español**

por la propia industria, sus características y requerimientos, intentando validar la afirmación de si el mismo es un modelo de referencia mundial en la gestión de sistemas nacionales de salud.

Para conseguir estos objetivos ha sido necesario, previamente, obtener datos del conjunto del sector. Este primer paso ha resultado ser un reto sí mismo, ya que no existe información completa, actualizada y en detalle del mismo, a pesar de diversas y valiosas estimaciones. La primera tarea era, por tanto, realizar una investigación en profundidad, para obtener esos datos del conjunto del sector. Este documento pretende contribuir al conocimiento del sector a través de la información que aquí se presenta, fruto de la investigación realizada durante seis meses, con un análisis de las más de 1.200 empresas que integran el sector; punto de partida para el estudio posterior del perfil y los datos de las 718 que componen el núcleo principal del mismo.

Además de los datos estadísticos, se han entrevistado a 183 ejecutivos, de primer y segundo nivel de responsabilidad, de 175 empresas representativas de todo el sector, y que suponen el 44% de las ventas del mismo. A todos ellos se agradece la información aportada al estudio, ya que, sin su inestimable ayuda, no hubiera sido posible elaborar una imagen fiel del sector; siendo sólo nuestros los errores y omisiones.

Resumen ejecutivo

2

El sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario es muy heterogéneo. La actividad, los procesos, la fabricación, la comercialización, la exportación, etc. son muy diferentes entre un apósito de algodón y un sistema para obtener una imagen médica, así como entre los distintos tipos de empresas. En cualquier caso, no es el objeto de este estudio realizar un análisis pormenorizado de cada uno de los subsectores, sino presentar una imagen global del sector.

El sector de Tecnología y Equipamiento Hospitalario está compuesto por más de **1.200 empresas**. Para la realización de este estudio se han tenido en cuenta **718 empresas**, aquellas que cumplen unos determinados criterios:

- Que sus datos sean públicos y accesibles a través de los canales habituales de investigación de mercado.
- Que las empresas se encuentren plenamente activas.
- Que hayan depositado sus cuentas en el Registro Mercantil en los últimos ejercicios.
- Que tengan actividad comercial en alguno de los subsectores de la Tecnología Sanitaria.

De estas 718 empresas, el 72% tienen depositadas sus cuentas del ejercicio de 2005 en el Registro Mercantil, y si tenemos en cuenta el ejercicio de 2004, el porcentaje asciende hasta 96%. Esto

nos da un buen indicador de la solvencia de la selección realizada y de la validez de los datos obtenidos.

Para la realización del presente estudio **se ha contactado al 97% de las empresas que configuran la base de datos del sector**. Se puede afirmar que, técnicamente, todas las empresas del mismo han tenido la oportunidad de participar.

Las empresas que operan en este sector tienen un volumen de facturación real de más de 14.100 millones de euros. Sin embargo, como las mismas también están presentes en otros sectores, hay que discriminar la parte correspondiente. De esta cantidad, **el volumen de facturación imputable, exclusivamente, a las empresas de Tecnología y Equipamiento Hospitalario es de 7.400 millones de euros** (52% del total) en 2005. El resto de la facturación corresponde a otros sectores. Las empresas vinculadas a Fenin y al Club de Exportadores e Inversores, representan el 75% de la facturación del total, es decir 5.400 millones de euros.

Estas 718 empresas dan **empleo directo** a 50.700 personas, de las que **32.000 personas son imputables al sector** estudiado (**63%**). Esto supone una media de 45 empleados por empresa. Según distintos expertos de las empresas de tecnología sanitaria, el empleo indirecto podría estar en una relación de entre 2,5 a 5

personas por cada empleo directo, por lo que **el empleo indirecto del sector estaría entre 80.000 y 160.000 personas adicionales.**

Las **empresas fabricantes (77%) absorben el 75% de todos los empleos** directos del sector. A su vez, **las pymes** (o sea, las pequeñas y medianas empresas) **son responsables del 50%** de todo el empleo directo. Si este análisis lo realizamos en las pymes fabricantes, el porcentaje sube hasta el 52% del empleo.

Casi **el 88% del volumen de facturación del sector está concentrado** en las empresas cuya **sede social está en las comunidades de Cataluña (50%), básicamente la provincia de Barcelona, y la Comunidad de Madrid (38%).**

Cuando el indicador se refiere al **empleo** que mantienen las empresas ubicadas en estas dos comunidades autónomas, el porcentaje baja hasta el **82%**. Analizado el dato en detalle se observa que el empleo en Cataluña mantiene un porcentaje similar al peso de las ventas (50%). Sin embargo, en la Comunidad de Madrid el peso del empleo baja hasta el 31% (7 puntos menos).

En **número de empresas**, las **Comunidades Autónomas (CC.AA.) de Cataluña y Madrid acaparan el 71%**, lo que también indica que tanto su volumen de facturación como el de empleo son muy superiores a las empresas del resto del país. Además de las ventas, tienen la sede social en estas dos comunidades el 68% de los fabricantes, lo que indica, de manera indirecta, la preferencia de las multinacionales por estas dos CC.AA.

Para la clasificación de las empresas por tamaño, se ha seguido la clasificación de la Unión Europea, en vigor desde enero de 2005. Se trata de una distinción de las empresas en orden a dos criterios: el número de empleados y el rango de su volumen facturación. Si no cumplen ambos criterios, se dirigen a la clasificación superior.

Según este filtro, el **92% de las empresas son pymes** (micro, pequeñas y medianas empresas), **pero** son responsables de, **tan sólo el 43% del volumen de ventas total.** Las grandes empresas, por tanto, representan **el 8% del total y su volumen de facturación asciende hasta el 57% del total del sector.**

El **promedio de facturación es 10,3 millones de €.** Pero, dada la disparidad de las cifras de facturación, está cifra no tiene gran relevancia. Por ello, se ha considerado necesario detallar cada uno de los segmentos, para analizar cifras más ajustadas de facturación por tamaño:

Tabla 1.

CLASIFICACIÓN	RANGO	PROMEDIO FACTURACIÓN
Microempresa	Menos de 2 mill. de €.	0,7 mill. €
Pequeña empresa	De 2.000.000 a 9.999.999 €.	3,0 mill. €
Mediana empresa	De 10.000.000 a 49.999.999 €	16,0 mill. €
Gran empresa	50 mill. de € en adelante.	

Se puede estimar, de manera conservadora, un volumen de **inversión total en I+D+i de 225 millones de € en España**, que se calcula a partir del volumen absoluto de inversión en I+D+i recogido en el exhaustivo trabajo de campo y extrapolado al conjunto de empresas, lo que representaría **un 3% sobre el total de las ventas del sector.** Un 41% de las empresas declara invertir y participar en programas de I+D+i. Hay también una cantidad similar de empresas que declaran no invertir en I+D+i. Desglosando por segmentos, los principales resultados son los siguientes:

1. Empresas que no invierten ningún recurso: aproximadamente, el **50%** de las empresas que responden, **declara no invertir.**

2. Empresas que invierten recursos importantes en innovación, pero de muy difícil cuantificación: algunas de las empresas, fundamentalmente medianas y pequeñas empresas, declaran invertir un alto porcentaje, pero en mejoras de producto y procesos. Reconocen también que es difícil cuantificar esta inversión, pero admiten que es alta y continúa. Al ser encuestadas, responden que alrededor del **1% de su facturación** sería una cifra aproximada a la realidad.
3. Empresas con una alta inversión en I+D+i, pero menor al 10% de sus ventas: poco más de la mitad de aquellos que declaran que su empresa invierte en I+D+i, facilitan una cifra por debajo del 10%. El promedio de la misma es del **3,6%**.
4. Empresas tecnológicas, una de cuyas actividades básicas es la Investigación (inversión igual o superior al 10%) que dan cifras por encima de lo esperado que no se pueden ignorar.
5. Multinacionales: la mayoría afirma que la investigación se hace en los países de origen o en otras localizaciones, pero declaran tener pequeños proyectos de ajuste, innovación o desarrollo (por ejemplo de software, en diagnóstico y en electromedicina).

El 48% de los responsables de las empresas manifiesta tener departamento de I+D+i, y el promedio son 12 personas. Nuevamente el dato aparece **distorsionado** por las empresas que pertenecen al segmento 4 y 5 arriba mencionado, y en las que una parte de su actividad es la Investigación. Las empresas con departamentos pequeños son **las más numerosas (73%)**, tienen un **promedio de 3 empleados** y dan empleo al **16% de los trabajadores** totales de este departamento.

Las empresas con grandes departamentos de investigación y desarrollo son una cuarta parte (27%) de las que declaran tenerlos. Sin embargo emplean **al 84% de los investigadores** y tienen un **promedio de 38 empleados por departamento**.

El **34%** de las empresas afirma recibir **ayudas de I+D+i**. El 36% declara no recibirlas y el resto (30%) no sabe/no contesta. El importe total de ayudas recibidas por aquellas empresas que han sabido concretar alguna cantidad asciende a 7.135.000 Euros, procedentes del CDTI (Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial), del PROFIT (Programa para el Fomento de la Innovación Tecnológica), del CIDEM (Centre d'innovació y desarrollo empresarial) y de otros.

En lo que se refiere a exportación, las principales conclusiones indican que **el 62% de las empresas exporta**. El volumen de las exportaciones, incluyendo a las empresas agrupadoras de exportación, es de alrededor de 1.130 millones de €, un 15,5% del total de las ventas del sector; ó un 29,2% de lo fabricado en España. Esta última cifra resulta muy significativa sobre el grado de competitividad exterior española.

La mayoría de las empresas utilizan la colaboración de distribuidores y agentes locales en destino, con visitas de personal propio a los mismos. Tan sólo un **7% afirma exportar a través de agrupadoras**. Lo que sí que ha perdido volumen e interés para la mayoría de los fabricantes son las ventas a través de los créditos FAD (Fondos de Ayuda al Desarrollo), de los que tan sólo el 18% los utiliza de forma regular; y un 2% de manera esporádica.

Aunque el Servicio de Asistencia Técnica (**SAT**) es valorado como diferenciador e imprescindible por la mayoría de las empresas, el mismo no parece ser un problema en el exterior; ya que las empresas que no tienen presencia propia realizan acuerdos **con sus distribuidores o con las agrupadoras**.

Entre los **destinos** de exportación más mencionados por los encuestados destacan **Europa UE15 con un 66%**, **Iberoamérica con 35%** y **Oriente Medio con un 32%**. Siendo **Europa UE15 el área de mayor potencial (27%)**,

junto a Oriente Medio (19%) y Europa del Este (13%). Señalar que para el análisis de la actividad exportadora, se computan las ventas a países de la UE, a pesar de tratarse de un mercado único.

Las **principales barreras e impedimentos** para la exportación de las empresas españolas son las **homologaciones** (registros, certificados y homologaciones propiamente dichas) con un **36%** del total, y **el precio**, con un **35%**, seguido por **aranceles (14%)**, dificultades **financieras (9%)**, y **tamaño de empresa e imagen país** (ambas con un 8,52 %).

La internacionalización del sector ha ido mucho más allá de la mera exportación. En primer lugar, hay internacionalización inversa, con compras en el exterior, con unos **3.550 millones de importación** a precios de venta, realizada tanto por grupos multinacionales, como por empresas de capital español, que pone de relieve un **déficit de balanza comercial importante**.

Estas cifras coinciden con los estudios previos realizados por Fenin, basados en el análisis de las partidas arancelarias que fijan una importación en 2005 de 2.969 millones de euros. Se trataría de una cifra similar ya que este importe sería a precios de coste, frente al cálculo a precios de venta, realizado en el presente estudio.

Como se venía indicando, la balanza comercial, es decir la diferencia entre las exportaciones y las importaciones, resulta negativa en el sector. Según los datos del estudio el déficit que no cubren las exportaciones es de 2.420 millones de euros. Es decir, las exportaciones cubren un tercio (32%) de las importaciones, mientras que

en España la tasa de cobertura general es dos tercios (66%), más del doble que en el Sector de Tecnología Sanitaria.

Tabla 2.

AÑO	BALANZA COMERCIAL		TASA DE COBERTURA	
	Sector	España	Sector	España
2005	-2.420	-77.950	32%	66%

Datos: Millones de euros (Fuente: Aduanas y Estudio Agerón)

Como las importaciones no parece probable que disminuyan, es necesario que se siga **fomentando la exportación**, ya que hasta un **38 % de empresas** del sector **no se ha planteado exportar**.

Los orígenes de estas compras provienen, principalmente de **Europa (9%)**, y, en mucha menor medida de Asia, productos de alto valor agregado, como en Japón (1%), como los que compiten por precio, como China (4%) e India.

En segundo lugar, una parte importante ha dado el siguiente paso en la internacionalización, con la apertura de delegaciones, filiales comerciales y otras fórmulas. El **28%** de las empresas declara haber abierto **algún tipo de representación comercial, principalmente filiales**.

Esta estrategia garantiza una **presencia más estable a futuro**, y demuestra, una vez más, el **nivel competitivo de la tecnología española**. No obstante, y siendo importantes estas cifras, la mayoría de las pymes siguen con un sistema de exportaciones a través de distribuidoras en el país de destino, lo que está reclamando ayuda adicional para posibilitar la exportación directa al cliente final.

Descripción del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario en España

3

El Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario es el sector que agrupa a los productos sanitarios y otro equipamiento, excluidos los medicamentos. El presente estudio se ha centrado en la parte hospitalaria. Todos los datos mencionados se refieren al ejercicio 2005 salvo que se indique otro ejercicio.

TIPO Y NÚMERO DE EMPRESAS

Se trata de un sector concentrado en un **número pequeño de empresas**, pero de una **importancia capital** por ocuparse de productos imprescindibles para la salud y bienestar de la población. Un total aproximado de **1.200 empresas**, plenamente activas, lo componen. Algunas de estas empresas, incluidas en un primer momento, se desestimaron por distintos motivos, que se explicarán en la Metodología. La cifra sería incluso mayor; si se tuviera en cuenta a los establecimientos de comercio al por menor de los productos y servicios del sector; como los de ayudas ortopedia y ayudas técnicas. No obstante, el presente trabajo se centra en el estudio de una selección de 718 empresas.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Este sector se caracteriza por la **estabilidad de los agentes** presentes en el mismo. Como lo demuestra que el **80%** de las empresas se constituyeron **hace más de 10 años** y su **edad media es de cerca de 20 años** (19,6). Hay casi un 40% de empresas con más de 20 años.

Por otra parte, **los nuevos entrantes**, las empresas constituidas **hace menos de 5 años**, **representan un 5%** del total.

Tabla 3. EDAD DE LAS EMPRESAS

RANGO	Nº	% S/Total
Menor 5 años	37	5%
Más 5 y menos 10	105	15%
Más 10 y menos 20	290	41%
Más 20 y menos 50	260	36%
Mayor de 50 años	24	3%
TOTAL	716	100%
Sin datos de edad	2	-
SUMA EMPRESAS	718	-

Tabla 4.

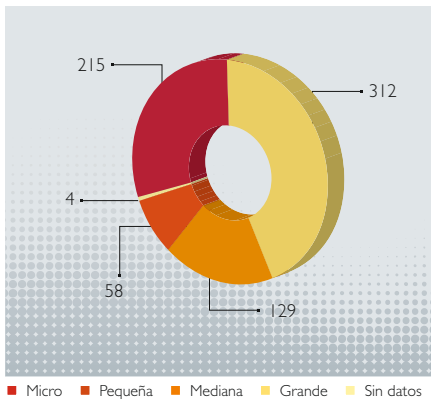
CAPITAL SOCIAL	Empresa	Capital Social Prom. €	Prom. Capital/ Prom.Ventas
Micro	215	76.037 €	10%
Pequeña	312	281.432 €	9%
Mediana	129	1.855.047 €	12%
Grande	58	12.966.003 €	18%
TOTAL	714	1.534.405,33 €	15%
Sin datos	4	-	-
SUMA EMPRESAS	718	-	-

CAPITAL SOCIAL DE LAS EMPRESAS

El sector es muy heterogéneo en tamaño y perfil de las empresas. Un primer elemento es la presencia de multinacionales y de empresas de capital español. Se ha clasificado, en función del capital social, con independencia de su propiedad, a 714 empresas de las que se dispone de esta información (Tabla nº 4).

El ratio del capital social promedio y la media de ventas es del 15%, oscilando entre el 9-10% de las pequeñas y microempresas y el 12-18% de las medianas y grandes empresas.

Gráfico 1. N° DE EMPRESAS POR TAMAÑO



RENTABILIDAD DEL SECTOR

Otro parámetro de importancia al realizar un análisis en detalle del sector es el de la rentabilidad. El depósito de cuentas del Registro Mercantil permite analizar los resultados del último ejercicio, por lo que los datos son muy fiables (Tabla nº 5).

De este análisis se observa que: el 17% de las empresas del sector tienen resultados negativos. Curiosamente el porcentaje es el mismo (17%) que el de las empresas que tienen resultados superiores al 10%. Casi un tercio de las empresas (30%) tienen resultados por debajo del 2%. Casi la mitad (47%), resultados por debajo del 2% o pérdidas. Una quinta parte de las empresas (21%) se encuentra con rendimientos por encima del 2% y por debajo del 5%. La rentabilidad entre 5 y 10% la comparten un 16% del total de las empresas del sector. Por encima del 5%, un tercio de las empresas.

CONCENTRACIÓN DEL SECTOR EN CATALUÑA Y MADRID

Lo primero que destaca al abordar este estudio es la fuerte concentración del sector en Cataluña y en Madrid.

Gráfico 2. EMPLEADOS VS. VOLUMEN DE VENTAS

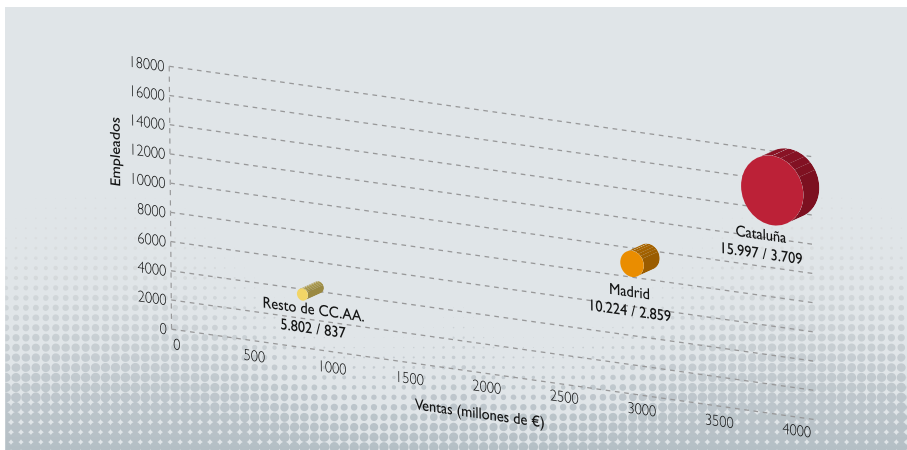


Tabla 6. VENTAS, EMPRESAS Y FABRICANTES POR CC.AA.

CC.AA.	Ventas €	%*	Empresas	%*	Fabricantes	%*	%**	No fabricantes	%*	%***
Cataluña	3.708.774.188	50	270	38	213	41	79	57	29	21
Madrid	2.859.300.013	39	235	33	143	27	61	92	47	39
C. Valenciana	314.648.309	4	66	9	51	10	77	15	8	23
País Vasco	110.925.704	1	26	4	22	4	85	4	2	15
Castilla y León	102.057.269	1	9	1	7	1	78	2	1	22
Castilla-La Mancha	67.460.345	1	14	2	12	2	86	2	1	14
Aragón	55.518.643	1	19	3	15	3	79	5	2	21
Andalucía	48.015.789	1	28	4	19	4	68	9	5	32
Galicia	37.878.113	1	13	2	9	2	69	4	2	31
Asturias	29.396.323	0	11	2	10	2	91	1	1	9
Extremadura	20.470.061	0	5	1	3	1	60	2	1	40
Murcia	19.022.851	0	7	1	4	1	57	3	2	43
Navarra	15.266.359	0	8	1	7	1	88	1	1	13
Islas Canarias	12.922.210	0	3	0	2	0	67	1	1	33
Cantabria	1.485.844	0	1	0	1	0	100	0	0	0
La Rioja	945.028	0	1	0	1	0	100	0	0	0
Islas Baleares	651.893	0	2	0	2	0	100	0	0	0
Ceuta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Melilla	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL NACIONAL	7.404.738.942	100	718	100	521	100	73	197	100	27

* % sobre el total Nacional. ** % Fabricantes sobre Empresas. *** % No Fabricantes sobre Empresas

Tabla 5.

RENTABILIDAD ÚLTIMO EJERCICIO	Empresas	%
Negativa	110	17%
Menor de 2%	196	30%
Entre 2-4,9%	137	21%
Entre 5-9,9%	107	16%
Más de 10%	110	17%
TOTAL	660	100%
Sin datos de edad	58	-
SUMA EMPRESAS	718	-

Una buena imagen del sector la ofrece una matriz de doble entrada en la que uno de los ejes es el total de empleados de cada comunidad autónoma y en el otro el volumen total de ventas en el sector. A su vez figura cada comunidad autónoma en un tamaño representativo de su volumen de ventas (Gráfico nº 2) (Tabla nº 6).

Cataluña, tanto en ventas (50%), como en número de empresas con sede social en la comunidad (38%), como en número de empresas fabricantes (41%), es líder del sector desde hace años.

La Comunidad de Madrid lidera el sector de en empresas No Fabricantes, con casi la mitad de todas las que tienen este perfil (47%) en el territorio nacional.

Midiendo la concentración conjunta de las comunidades de Cataluña y de Madrid se puede notar que dicha concentración es muy importante, ya que suponen juntas el 88% del volumen del total de las ventas, el 71% de las empresas tienen la sede social en su comunidad, así como el 68% de los fabricantes, como se aprecia en la Tabla nº 7. Como se verá en mayor detalle más adelante, estas dos comunidades concentran también el 82% del empleo.

Tabla 7. COMPARATIVA CONCENTRACIÓN INDUSTRIAL: INDUSTRIA TEH: INDUSTRIA DE TECNOLOGÍA Y EQUIPAMIENTO HOSPITALARIO VS. INDUSTRIA GENERAL POR CC.AA

CC.AA.	Industrias TEH	%	Industrias General	%*	Concentración
Cataluña	213	41%	49.176	20%	101%
Madrid	143	27%	27.498	11%	141%
Comunidad Valenciana	51	10%	30.380	13%	-22%
País Vasco	22	4%	14.412	6%	-29%
Andalucía	19	4%	33.190	14%	-73%
Aragón	15	3%	7.729	3%	-10%
Castilla-Mancha	12	2%	13.218	5%	-58%
Galicia	10	2%	15.014	6%	-69%
Asturias	9	2%	4.373	2%	-4%
Castilla León	7	1%	12.973	5%	-75%
Navarra	7	1%	3.906	2%	-17%
Murcia	4	1%	7.738	3%	-76%
Extremadura	3	1%	5.150	2%	-73%
Canarias	2	0%	6.316	3%	-85%
Baleares	2	0%	5.425	2%	-83%
Rioja	1	0%	2.848	1%	-84%
Cantabria	1	0%	2.414	1%	-81%
Ceuta Y Melilla	0	0%	174	0%	-100%
Cataluña + Madrid	356	68%	76.674	32%	116%
ESPAÑA	521	100%	241.934	100%	0%

Fuente: Estudio AGERÓN y Cámaras de Comercio a partir de datos del DIRCE

En la Tabla nº 7 se presenta la comparativa entre la industria general y la particular del sector, repartida por Comunidades Autónomas.

Cabe mencionar que al aproximarse al estudio del sector de productos de tecnología sanitaria y equipamiento hospitalario, al contrario de lo

Gráfico 3. INDUSTRIA GENERAL VS. INDUSTRIA TEH

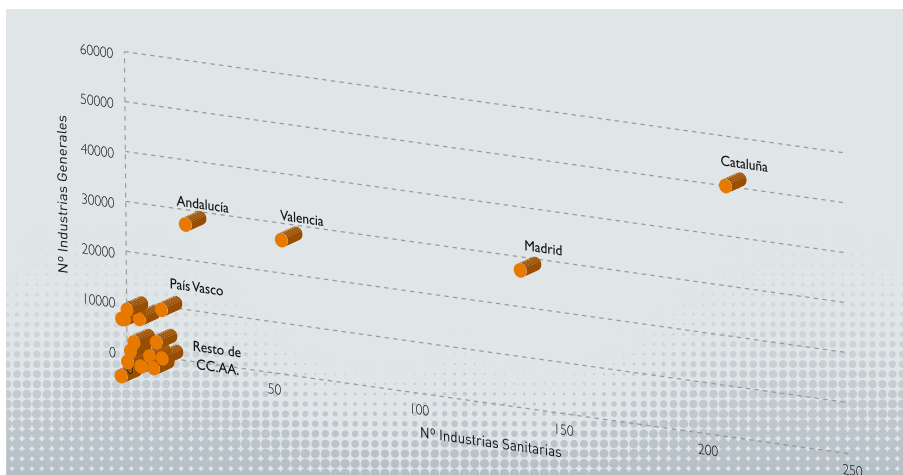


Tabla 8. COMPARATIVA SECTORES DE ACTIVIDAD

ÁREA INTERNACIONAL DE FENIN	SECTORES ESTUDIO	FENIN GENERAL
Electromedicina, Tecnología Médica y accesorios	1 Electromedicina, Tecnología Médica y accesorios	Electromedicina
Laboratorio, Diagnóstico	2 Equipamiento y productos de Laboratorio	
	3 Diagnóstico In Vitro	Diagnóstico In Vitro
Mobiliario y equipamiento médico	4 Mobiliario y equipamiento médico	Fabricantes y exportadores
Productos de un solo uso	5 Productos de un solo uso (+textil y calzado)	Productos sanitarios de un solo uso
Ortopedia, rehabilitación y ayudas técnicas	6 Ortopedia, rehabilitación y ayudas técnicas	Ortopedia técnica
Prótesis, Implantes, otros	7 Prótesis, implantes, otros	Implantes
Dental	8 Dental (equipo, desechables, implantes)	Dental
Ambulancias, equipos de emergencia y Primeros Auxilios	9 Ambulancias, equipos de emergencia y Primeros Auxilios	
	10 Oxigenoterapia	Oxigenoterapia y otras terapias respiratorias
Informática	11 Informática	
Desinfección, higiene, limpieza, tratamiento residuos	12 Desinfección, higiene, limpieza, tratamiento residuos	
	13 Óptica y Oftalmología	Oftalmología
	14 Otros servicios	
Proyectos Integrales de Salud	15 Proyectos Integrales de Salud	
	16 Otros sectores no hospitalarios	
	Multisector	
		Efectos y accesorios
		Cardiovascular, Neurocirugía y Tratamiento del dolor
		Nefrología

que pudiera pensarse, el mapa de localización geográfica de los fabricantes del sector no coincide tampoco con el total de la industria nacional general (Tabla nº 7).

El 68% de los fabricantes del sector están localizados en las comunidades de Cataluña y Madrid. Estas comunidades sólo representan el 32% de la industria general en España. Estas comunidades desproporcionadamente sobre representadas: más del doble de su peso en la industria nacional en el caso de Cataluña y dos veces y media en el caso de la Comunidad de Madrid. Andalucía, que ocupa el segundo lugar con el 14% de la industria general, apenas tiene radicados en su territorio el 4% de los fabricantes de Tecnología Sanitaria. El País Vasco, Galicia, Castilla-León y Castilla-La Mancha también

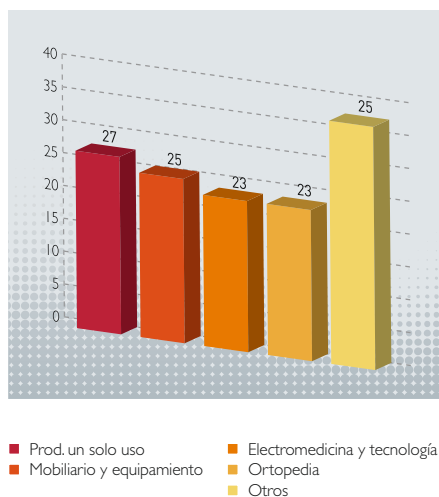
pierden protagonismo en esta industria, lo que podría sugerir políticas territoriales específicas.

Una matriz de doble entrada (número de industrias generales y número de industrias del sector de tecnología y equipamiento hospitalario) sirve para visualizar la actividad industrial en las Comunidades Autónomas (Gráfico nº 3).

En el cuadrante de alta industria general y alta industria sanitaria, están únicamente las Comunidades Autónomas de Cataluña y Madrid. En el cuadrante de alta industria general y baja industria sanitaria, están Andalucía y Valencia.

El cuadrante más numeroso es el de baja industria general y baja industria sanitaria, donde se encuen-

Gráfico 4. PRINCIPALES SUBSECTORES (%)



tran el resto de las Comunidades Autónomas. Ninguna CC.AA. se encuentra en el cuadrante de baja industria general y alta industria sanitaria.

Finalmente, el estudio ha detectado la tendencia a la deslocalización de parte de la producción. Esta tendencia parece más acusada en sectores intensivos en mano de obra, en los de baja tecnología y en productos sanitarios de un solo uso. Son los propios fabricantes de estas áreas quienes están acelerando este proceso, formando a fabricantes externos en la producción de sus productos y guiándoles para su introducción en el mercado español.

La dificultad radica también en definir la calidad del fabricante, ya que se entiende por tal la realización de cualquier parte del proceso de fabricación. Se han detectado numerosas industrias que estando registradas en actividades económicas de fabricante y/o con fabricación incluida en el objeto social, e incluso ubicadas en naves industriales, no parecen como tales o en la actualidad ya no fabrican, o realizan algún proceso de ensamblaje o similar que pueda computar la actividad como fabricación nacional.

Tabla 9.

SUBSECTORES POR N° DE EMPRESAS	Empresas	%
Productos de un solo uso (+textil y calzados)	193	27%
Mobiliario y equipamiento médico	180	25%
Electromedicina, tecnología médica y accesorios	168	23%
Ortopedia, rehabilitación y ayudas técnicas	163	23%
Equipamiento y productos de laboratorio	113	16%
Diagnóstico in vitro	81	11%
Dental (equipo, desechables, implantes)	70	10%
Desinfección, higiene, limpieza, tratamiento residuos	57	8%
Otros sectores no hospitalarios	55	8%
Prótesis, implantes, otros	52	7%
Informática	36	5%
Óptica y oftalmología	34	5%
Ambulancias, equipos de emergencia y primeros auxilios	33	5%
Otros servicios	32	4%
Proyectos integrales de salud	29	4%
Oxigenoterapia	23	3%
MULTISECTOR	337	47%
Media de sectores de las empresas multisector	2,8	
EMPRESAS CON ACTIVIDAD MARCADA	718	100%

A efectos del presente estudio, se entienden como 'fabricantes' a todas aquellas empresas que así lo declaran en su objeto social, que están dadas de alta en un CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas de España) de fabricación, y que la investigación posterior no lo ha desestimado. El resto de las empresas son consideradas 'no fabricantes'.

SECTORES DE ACTIVIDAD

Lo primero que hay que destacar es la heterogeneidad y dispersión de la actividad del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario. Por ello, a la hora de clasificar la actividad de la industria se han establecido distintos sectores

de actividad. Estos subsectores se han definido ex-profeso para el presente estudio, a partir de los subsectores con los que trabaja Fenin y el Departamento de Internacional en Fenin (Fenin EXPORT) (Tabla n° 8).

El subsector de cada empresa se ha determinado por los CNAE en los que está inscrita su empresa, por la actividad declarada en el objeto social, por las actividades que se publicitan en la página web de las propias empresas y por la respuesta a esta pregunta en los cuestionarios realizados. La realidad nos dice que casi la mitad de las empresas está presente en más de una actividad, y es por eso que nos encontramos con porcentajes que suman más de 100%.

En España, los subsectores con un mayor número de empresas son (Gráfico n° 4):

- 27% Productos de un solo uso y textil.
- 25% Mobiliario y equipamiento médico.
- 23% Electromedicina y tecnología médica.
- 23% Ortopedia, rehabilitación y ayudas técnicas.
- 16% Equipamiento y productos de laboratorio.
- 11% Diagnóstico in vitro.
- 10% Dental (equipos, desechables implantables).

Se destaca que un porcentaje importante de empresas, (47%), son "multi-sector", es decir, tienen actividad en más de 1 subsector. La media de subsectores en los que estas empresas están presentes es de 2,8. Esto indica la necesidad de muchas de ellas de ofrecer productos complementarios y

accesorios del producto principal, y el desarrollo que se ha producido, a partir de una gama de producto inicial, en otra más compleja, en su afán de dar servicio y soluciones, siguiendo a las necesidades y deseos de sus clientes. Es probable que esta actividad multisector esté también relacionada con el promedio de muchos años de actividad de las empresas en el sector, que es de 20 años.

A continuación, en la Tabla n° 9, se presenta el detalle de la participación por subsector:

ACTIVIDAD EN OTROS SECTORES

Las investigaciones llevadas a cabo evidencian que las empresas tienen un 52% de actividad en el sector objeto del estudio, y la otra mitad de actividad en otros sectores. Algunos están muy cerca del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario y otros no lo están tanto. Nos encontramos con sectores muy cercanos como: Farmacéutico, Estético, Veterinario, Parafarmacia, Químico. Otros también cercanos entre los que destacan: Alimentario, Cosmético, Fotografía, Puericultura, Homeopatía, Dietética, Mobiliario. Otras actividades desarrollan productos y servicios en sectores no tan cercanos como Limpieza e Higiene en el hogar, Inmobiliario, Informática de consumo, Telefonía y Telecomunicaciones, Energía, etc., dando una relevancia incluso mayor a la estabilidad necesaria en el tejido empresarial del sector, por su mayor impacto, indirecto, en la economía.

Importancia del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario

4

EMPLEO

El empleo directo en las empresas, imputable al Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario teniendo en cuenta a las empresas denominadas agrupadoras, es de **32.000 personas**.

Según indican distintos ejecutivos y expertos de esta industria el multiplicador de puestos indirectos dependientes estaría en 2,5 y 5. Por tanto, **el empleo indirecto se cifra entre 80.000 y 160.000 empleos más**, que habría que añadir a los empleos directos generados.

La media de empleados por empresa es de 46 en los fabricantes y de 40 en los no fabricantes. **Es decir, los fabricantes emplean por término medio un 17% más de empleados que las empresas que no tienen producción.**

Las pymes son responsables del 50% de todo el empleo, a pesar de sólo manejar el 43% de las ventas totales. Si este análisis lo realizamos en las pymes fabricantes, el porcentaje sube hasta el 52% del empleo. Las grandes empresas, a pesar de ser responsables del 67% de las ventas del sector, emplean para obtenerlas tan solo al 50% del total de empleados.

Las empresas fabricantes, por su parte, que son responsables del **69% de las ventas**, absorben sin embargo el **75% de los empleos**. Los no fabricantes (cerca de 200 empresas) son responsables del 31% de todas las ventas del sector y para conseguirlas emplean al 25% de los empleados totales (Tabla nº 10).

Para adjudicar los empleos imputables exclusivamente al sector, se han tomado los empleos declarados en el Registro Mercantil y se les ha

Tabla 10. EMPLEADOS POR EMPRESAS FABRICANTES Y NO FABRICANTES

EMPLEADOS	Totales	%	Fabricantes	%	% Fabricantes/ Totales	No Fabricantes	%	% No Fabricantes/ Totales
Micro	867	3%	592	2%	68%	275	3%	32%
Pequeña	5.595	17%	4.430	18%	79%	1.165	15%	21%
Mediana	9.550	30%	7.505	31%	79%	2.045	26%	21%
Grande	16.012	50%	11.533	48%	72%	4.479	56%	28%
TOTAL	32.023	100%	24.059	100%	75%	7.964	100%	25%
Empresas	718	100%	518		72%	200		28%
Promedio empleos por empresa	45		46		117%	40		100%

aplicado el mismo factor de corrección que se impuso a las ventas, es decir, se ha obtenido el número de empleados en el sector, en función del porcentaje de la actividad en el ámbito sanitario de cada empresa.

La distribución de los empleos por Comunidades Autónomas, sigue las mismas pautas generales observadas en este estudio: fuerte concentración en las empresas radicadas **en Cataluña que con el 50% de las ventas proporcionan también el 50% del empleo.** En Madrid, por esa fuerte presencia de empresas no fabricantes el porcentaje de empleo baja con respecto a las ventas. Las empresas cuya sede social está en **Madrid generan unas ventas en el sector del 39% pero con el 32% del empleo total.**

Se presenta, a continuación, la tabla resumen de empleados por Comunidades autónomas:

Tabla 11. EMPLEADOS POR CC.AA.

CC.AA.	Empleos Totales	% S/Total
Cataluña	15.997	50%
Madrid	10.224	32%
Comunidad Valenciana	1.711	5%
Galicia	1.030	3%
País Vasco	943	3%
Andalucía	458	1%
Aragón	426	1%
Castilla-La Mancha	425	1%
Castilla y León	220	1%
Asturias	215	1%
Murcia	117	0%
Navarra	110	0%
Extremadura	91	0%
Islas Canarias	35	0%
Islas Baleares	10	0%
Cantabria	9	0%
La Rioja	2	0%
Ceuta	0	0%
Melilla	0	0%
TOTAL	32.023	100%

Fuente: Elaboración propia

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS POR NÚMERO DE EMPLEADOS

Según datos del Registro Mercantil, **el 94% de las sociedades en activo son pymes y microempresas**, si se atiende exclusivamente al criterio de número de empleados.

Sin embargo, en el presente estudio todos los datos están referidos al criterio de clasificación europeo, que tiene en cuenta tanto el tamaño en empleos, como el criterio del volumen de ventas. Siguiendo esta clasificación de doble criterio, las microempresas y las pymes serían el 92% de las empresas. Pero la mitad del empleo está en las grandes empresas (50%), con un promedio de 276 empleos.

Tabla 12. EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS

SEGMENTACIÓN EMPRESAS POR NO EMPLEADOS	Nº empresas	%
Microempresa (<10)	217	31%
Pequeña empresa (10-49)	311	45%
Mediana empresa (50-249)	121	18%
Gran empresa (250 Y MÁS)	40	6%
TOTAL	689	100%
Sin datos de empleados	29	-
SUMA EMPRESAS	718	-

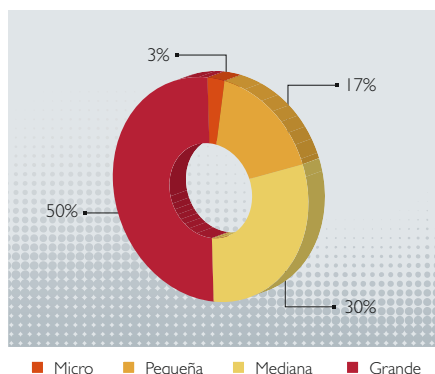
Fuente: Elaboración propia

El tamaño de la empresa del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario es muy pequeño. **Tres de cada cuatro empresas son microempresas o pequeñas empresas** (Tabla nº 13) (Gráfico nº 5).

Siguiendo los criterios de la Unión Europea, un tercio de las empresas son microempresas, ya que tienen menos de 10 empleados (30%). En total, estas empresas dan empleo al 3% del sector y tienen un promedio de 4 empleados en su plantilla.

El segmento de la pequeña empresa es el más grande en número de empresas, con el 44% de

Gráfico 5. EMPLEOS EN EL SECTOR SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



ellas, que tienen entre 10 y 49 trabajadores. Dan empleo al 17% de los trabajadores del sector y tiene un promedio de 18 empleados en el mismo.

Entre las micro y las pequeñas empresas representan el 74% de las sociedades en activo (74%) y 20% del sector:

Las medianas empresas representan el 18% del total, con empleo del más de 50 trabajadores y menos de 250, y dan empleo al 30% del sector. Su promedio de empleados es de 79.

Como ya se ha dicho, la gran empresa da empleo al 50% del sector; más de 16.000 trabajadores, pero proporcionado tan sólo por el 8% de las sociedades en activo.

NECESIDADES DE FORMACIÓN

Finin y el Club de Exportadores e Inversores ya habían detectado que las empresas asociadas tenían necesidades de formación, valorando las ayudas y apoyos que pudieran recibir en este campo. Si bien es cierto que muchas empresas ya tienen contratados cursos externos o imparten formación interna, **la demanda sigue siendo alta**, ya que las empresas valoran la formación como una herramienta estratégica de mejora de su competitividad.

Sorprendentemente, a pesar de las cifras de exportación, sigue habiendo una **carencia en idiomas** y por tanto una necesidad de formar en este ámbito a sus empleados. **El 52% de las empresas requieren formación en este campo**, siendo lo más demandado.

Después de los idiomas, el segundo campo de formación más solicitado es el de **Comercio Exterior, reclamado por la mitad de las empresas (49%)**. Hay escasez de técnicos de comercio exterior y existen muchos profesionales con carencias en este aspecto concreto, fundamental para el crecimiento de las exportaciones.

A cierta distancia de estas dos necesidades principales en formación, se encuentra formación en **ventas**, que solicitan casi un tercio de las empresas **(29%)**. Se trata de **cursos de ventas, habilidades comerciales, gestión de clientes**, etc.

Tabla 13. EMPLEOS POR TAMAÑO DE EMPRESA

CLASE	Empresas s/ Clasificación UE	%	Empleos Sector	%	Promedio Empleados Sector
Micro	215	30%	867	3%	4
Pequeña	312	44%	5.595	17%	18
Mediana	129	18%	9.550	30%	74
Grande	58	8%	16.012	50%	276
TOTAL	714	100%	32.023	100%	45
Sin datos	4	-	-	-	-
Suma empresas	718	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. NECESIDADES DE FORMACIÓN

ÁREA	%
1 Idiomas	52%
2 Comercio exterior	49%
3 Ventas	29%
4 Tecnología	19%
5 Producto	19%
6 Marketing	6%
7 No les interesa	2%

Aunque muchas empresas estiman que estas capacidades deberían formar parte de las personas que contratan para sus departamentos de exportación, tanto los idiomas como la formación en Comercio Exterior; no siempre es así. También se han detectado profesionales que, trabajando ya en la empresa, han hecho algún curso de Comercio Exterior en las Cámaras, o en Escuelas de Negocios. Esto indica la **necesidad de ofrecer formación específica y muy práctica en comercio exterior** adaptada para empresas que están empezando a exportar.

DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

Se ha realizado un resumen con el reparto de la media estadística de los departamentos de una empresa. Se trata por tanto de una **distribución teórica por departamentos**, basada en los promedios de las empresas que tienen personal en esas áreas, realizada sobre una empresa fabricante tipo (Tabla nº 15).

La tabla se ha elaborado tomando como referencia el porcentaje de aquellas empresas que tienen esos departamentos activos. El otro dato obtenido es el promedio del personal de las empresas fabricantes: 46 empleados.

Como se puede observar **más de una cuarta parte** de los empleados se concentran en el **área de producción (27%)**. El resto se divide prácticamente en tres áreas de parecido peso: Ventas (13%), SAT (12%) y de Logística (11%). Cabe destacar el número aparentemente alto de

Tabla 15. DISTRIBUCIÓN MEDIA EMPLEADOS POR DEPARTAMENTOS

DEPARTAMENTOS	Promedio empleados	%
1 Producción	13	27%
2 Ventas	6	13%
3 SAT (Servicio de Asistencia Técnica)	5	12%
4 Logística	5	11%
5 Administración	4	9%
6 Investigación y Desarrollo	4	9%
7 Almacén	2	5%
8 Marketing	2	4%
9 Otros	2	4%
10 Informática	1	2%
11 Exportación	1	2%
12 Diseño	0	1%
13 Calidad	0	1%
TOTAL	46	100%

personas empleadas (5) en el departamento de Logística.

Después, administración e I+D+i contarían con 4 empleados cada uno de promedio. El siguiente escalón estaría compuesto de Almacén, Marketing y otros con 2 personas en cada uno. Informática y Exportación son dos departamentos especializados con un solo empleado en cada uno de ellos. Diseño y Calidad no reúnen entidad suficiente todavía para convertirse en un departamento con entidad propia y, en muchos casos, están integrados en Producción o en I+D+i.

VOLUMEN DE FACTURACIÓN EN EL SECTOR

Uno de los retos más interesantes de este estudio es el de dibujar un panorama actualizado del sector. Para ello es imprescindible, como se explicará en detalle, elaborar una base de datos actualizada del mismo. Una vez realizada, se obtuvo un resultado de algo más de 1.200 empresas activas con un volumen de facturación real en España de casi 14.100 millones de € en 2005, basada en la facturación de las cuentas anuales y en los ratios de crecimiento durante

tres ejercicios, todos los datos procedentes de las cuentas depositadas en el Registro Mercantil Central.

Es importante pensar que, a todos los efectos, las empresas del sector objeto de este estudio tienen un volumen de facturación en 2005 de 14.100 millones de euros, que en 2006 rondarán seguramente los 15.500 millones de euros. Este es el indicador económico más importante del que disponemos, junto con los 50.700 empleos.

Dicho esto, también hay que tener en cuenta que este dato incluye la facturación de las grandes multinacionales del sector; pero al que sólo se le puede imputar una pequeña parte de su facturación. Además el "mix" de actividades es diferente en cada una de ellas.

El siguiente reto es deducir qué parte de este enorme **volumen de facturación corresponde al Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario**. Finalmente, el análisis la investigación llevada a cabo en este estudio ha dado como resultado que la facturación total del está en torno a los 7.400 millones de euros, que supone el 52% de la facturación totales de las empresas consideradas en el estudio que tienen actividad en otros sectores.

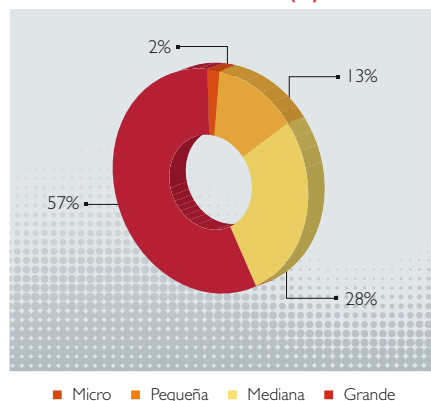
CLASIFICACIÓN POR VOLUMEN DE FACTURACIÓN

El siguiente criterio comunitario corresponde a la facturación. Según se indica en este criterio, el

volumen de negocios de las grandes empresas es igual o superior a 50 millones de euros. Las medianas empresas están en el rango entre 10 y 50 millones de euros. Las pequeñas empresas ocupan el segmento entre 2 y 10 millones. Por último, las microempresas se definen porque su volumen de facturación es inferior a 2 millones de euros.

Teniendo en cuenta este indicador, y tomando como base la facturación en 2005 (ejercicio de referencia en este estudio) el número de microempresas y de pymes sería exactamente el mismo que según el criterio de empleados, alcanzando el 92% de las empresas (Tabla nº 16) (Gráfico nº 6).

Gráfico 6. VOLUMEN DE FACTURACIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA (%)



Según el criterio de facturación, **más de la mitad de la facturación del sector procede de 60 grandes empresas que facturan más de 4.200 millones de euros**. El resto

Tabla 16. FACTURACIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA

TAMAÑO	Empresas s/ Clasificación UE	%	Facturación 2005 €	%
Microempresa (<2 M €)	215	30%	157.283.466	2%
Pequeña (Entre 2-9,9 M €)	312	44%	939.796.681	13%
Mediana (Entre 10- 49,9 M €)	129	18%	2.050.941.856	28%
Grande (>50 M €)	58	8%	4.237.216.667	57%
TOTAL	714	100%	7.385.238.670	100%
Sin datos de facturación	4	-	-	-
Suma empresas	718	-	-	-

de las ventas están en manos de las pymes y microempresas. Destaca la mediana empresa que con el 18% de las sociedades produce el 28% de la facturación, más de 2.000 millones de euros. El restante 15% de la facturación se distribuye entre las pequeñas empresas (13%) y las microempresas (2%).

Es decir, pequeñas y microempresas, con el 74% de las sociedades con una facturación por debajo de los 10 millones de euros, manejan el 15% de la facturación total del sector; 1.100 millones de euros.

La clasificación que se utiliza es la **clasificación de empresas según la nueva directiva de la Unión Europea**, en vigor desde 2005, que define a las mismas en función de un doble criterio: empleados y su volumen de ventas.

- Por **gran empresa** se entiende aquella que supera bien el número de 250 empleados, bien un volumen de facturación superior a los 50 millones de euros, o bien ambos criterios.
- Se define a una **mediana empresa** como una empresa que ocupa a entre 50 y 249 personas y cuyo volumen de negocio anual se sitúa entre los 10 y los 49,9 millones de euros, o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros.
- Se define a una **pequeña empresa** como una empresa que ocupa a entre 10 y 49 personas y cuyo volumen de negocio anual o cuyo balance general anual se sitúa entre los 2 y los 9,9 millones de euros.

- Se define a una **microempresa** como una empresa que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocio anual o cuyo balance general anual no supera los 2 millones de euros.

Tabla 17. CLASIFICACIÓN EMPRESAS SEGÚN DOBLE CRITERIO UE

TAMAÑO	Empresas	%
Micro	215	30%
Pequeña	312	44%
Mediana	129	18%
Grande	58	8%
TOTAL	714	100%
Sin datos	4	-
Suma empresas	718	-

Cuando se tienen en cuenta los dos criterios conjuntamente, se observa que las empresas no son tan pequeñas, ya que muchas de ellas no cumplen alguno de los dos criterios, facturación y empleados, y pasan al escalón superior.

El 30% de las empresas de este sector son microempresas. Casi la mitad de ellas (44%) son pequeñas empresas. El 18% se podrían catalogar como medianas y tan sólo un 8% como grandes. Es decir, el 92% de las empresas del sector estarían incluidas entre las pymes y micros.

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN

La evolución de la facturación muestra un sector en crecimiento, con importantes ratios: 10,3 % de crecimiento en el ejercicio de 2004 sobre el de 2003, y de 8,5% en 2005 sobre 2004.

Tabla 18.

Crecimiento	Empresas	%	2005	2004	Crec. 05/04	2003	Crec. 04/03
Micro	163	29%	131.441.709€	119.445.820€	10,0%	120.325.885€	-0,7%
Pequeña	253	45%	868.073.324€	783.396.866€	10,8%	726.674.288€	7,8%
Mediana	97	17%	1.721.126.175€	1.658.505.749€	3,8%	1.657.428.283€	0,1%
Grande	46	8%	9.580.289.010€	8.779.456.795€	9,1%	7.780.460.093€	12,8%
Total Datos	559	100%	12.300.932.218€	11.340.805.229€	8,5%	10.284.888.549€	10,3%
Ventas totales	718	-	14.139.209.511€	13.035.601.237€	8,5%	11.821.885.940€	10,3%
Ventas Sector	718	-	7.385.238.670€	6.808.798.347€	8,5%	6.174.846.559€	10,3%

Tabla 19. FACTURACION DE EMPRESAS DEL SECTOR SEGÚN PERFILES

PERFIL	Facturación	%	Empresa	%
Fabricante	4.989.266.252	68,0%	522	73%
Distribuidor	2.205.203.987	30,0%	173	24%
Agrupadora	105.416.019	1,4%	11	1,5%
Servicios	85.352.412	1,2%	12	1,7%
TOTAL	7.385.238.670	100%	718	100%

No obstante, como en apartados anteriores, se ha querido desglosar estos crecimientos, clasificándolos por tamaños de empresa, según la normativa europea.

El crecimiento en 2004 se basó en un fortísimo incremento de la facturación en las grandes empresas, cercano al 13%. En este periodo tanto las empresas micro como las medianas empresas no crecieron nada, es decir 0%. La pequeña empresa creció, sin embargo, casi un 8%.

En 2005, el crecimiento ha sido más equilibrado, entre un 9 y un 11%, salvo en las medianas empresas que han seguido muy rezagadas con un crecimiento de 3,8%.

EMPRESAS FABRICANTES

Según los datos del estudio, el 68% del volumen de facturación corresponde a las empresas fabricantes. Estas empresas productoras venden 5.000 millones de euros, de los cuales el 23% (1.129.839.440 €) se realiza a través de las exportaciones y el 77% (3.859.426.811 €) corresponde al mercado nacional.

Los distribuidores, entre los que se incluyen empresas fabricantes en otros países, pero no en España, e incluso empresas fabricantes en España pero de

productos de otros sectores, representan el 30% de la facturación, hasta los 2.200 millones (Tabla nº 19).

Las empresas denominadas *agrupadoras de exportación* con 105 millones de euros (1,4%) y las empresas de servicios con 85 millones (1,2%), completan el panorama empresarial del sector:

Casi tres cuartas partes de las empresas (73%) del sector se declaran fabricantes, en su objeto social, en los códigos de la clasificación CNAE en los que están dados de alta fiscalmente, o en sus páginas web.

Las empresas, tanto de capital nacional como multinacional, que se declaran fabricantes, son responsables del 68% de las ventas del sector; es decir 5.000 millones de euros. De estas ventas, **fabrican localmente** el 75%, es decir más de **3.750 millones de euros fabricados en España**, como se detallará más detenidamente en el siguiente capítulo.

El 78% de las empresas fabricantes tienen su sede social en tan sólo tres comunidades autónomas, que son Cataluña (41%), Madrid (27%) y Comunidad Valenciana (10%).

VOLUMEN DE FABRICACIÓN NACIONAL

Como se ha venido observando, en el Sector de Tecnología y Equipamiento Hospitalario, el volumen de ventas que manejan las empresas fabricantes es de un poco más de dos tercios (68%). Es decir, prácticamente 5.000 millones de euros. Son el 73% de las empresas del sector y dan empleo al 75% del total de los empleos directos (Tabla nº 20).

No obstante, es imprescindible determinar qué parte de este volumen de facturación es pro-

Tabla 20. VENTAS POR PERFIL DE FABRICACIÓN (año 2005)

PERFIL	Ventas €	%	Empresas	%	Empleos	%
Fabricantes	4.989.266.252 €	68%	521	73%	24.059	75%
No fabricantes	2.395.972.418 €	32%	197	27%	7.964	25%
TOTAL	7.385.238.670 €	100%	718	100%	32.023	100%

ducido a nivel local y qué parte procede de la importación.

En cualquier sector productivo es vital conocer la importancia, el peso, de la industria nacional sobre el total del sector. Las empresas fabricantes emplean un mayor número de personas de un modo directo y generan muchos más empleos de modo indirecto. Se relacionan con otros sectores generando mayor riqueza para el conjunto del país. Por estas razones, uno de los objetivos del presente estudio es mostrar la realidad de la fabricación nacional en el Sector de Tecnología y Equipamiento Hospitalario.

DEFINICIÓN DE FABRICANTE A EFECTOS DEL ESTUDIO

No se trata de una tarea sencilla, ya que la información nominal y legal a la que se puede acceder, no coincide siempre con la realidad. Es fácil encontrar industrias cuyo **objeto social habla como primera actividad de “Fabricación”**, que se encuentran **dadas de alta en el CNAE** (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) correspondiente a la fabricación de los productos que vende, y que incluso está ubicada en un polígono industrial con una nave para la fabricación, pero que ya no fabrica prácticamente nada en España. O que fabrica poco, o ampara la fabricación nacional del producto con algún proceso menor realizado localmente. Conocer esta realidad en profundidad se trata de una tarea ardua de investigación.

Lejos de esta aproximación, se ha preferido enfocar la tarea en la **información facilitada por los propios responsables de las empresas**. Después se han proyectado los resultados obtenidos, por tamaño de empresa, al resto de fabricantes.

Por lo tanto, a efectos del presente estudio, se ha considerado **Fabricantes** a todas aquellas empresas que responden a los criterios siguientes:

- El **Objeto Social** menciona la actividad de **fabricación o producción**.
- La página corporativa en Internet declara que la empresa desarrolla actividad de fabricación.
- La empresa está dada de alta en el CNAE.
- Tiene una planta de fabricación activa en España.
- Los responsables han confirmado que la actividad de su empresa, en su totalidad o en parte, está dedicada a la fabricación.

La fabricación en territorio nacional representa alrededor del 53% de la facturación, es decir cerca de **3.750 millones de €**.

Esta cantidad parece una cifra todavía importante, habida cuenta de que la **deslocalización de la producción** es un fenómeno constante, rápido e imparable.

Son los mismos fabricantes quienes están externalizando su producción, en todo o en parte, “exportando” know-how, tecnología o maquinaria hacia países emergentes y en desarrollo, empujados principalmente por la falta de competitividad, la carestía de nuestros factores de producción y por un sistema de compras público que, en la mayoría de los productos, a excepción de la alta tecnología, tan solo valora el factor precio. Esto hace que, en algunos de los subsectores, se busquen alternativas más económicas en productos del exterior que, aunque sacrifiquen ciertas prestaciones, permitan seguir compitiendo.

Las consecuencias de este proceso, que según los expertos del sector, lleva ya una década, son perceptibles: fabricantes que se están convirtiendo en comercializadoras, distribuidores que se están convirtiendo en importadores y grandes multinacionales que adquieren empresas fabricantes para adquirir cuota de mercado e introducirse en el sistema sanitario público, potenciando las redes de venta e incorporando sus propias marcas.

Como se señaló ya anteriormente, dentro del sector la percepción es unánime en cuanto a la

pérdida permanente y constante de tejido productivo nacional. La producción nacional ha perdido competitividad, especialmente vía precios. Al igual que hace unas décadas la producción de las grandes industrias se deslocalizó y vino a España atraída por unos costes menores, se puede observar como son las propias industrias las que hoy nos están abandonando, buscando fuera de España las mismas ventajas que un día se les ofrecieron aquí.

Resulta difícil mantener la producción en España, incluso para las grandes multinacionales cuyas plantas locales tienen que defenderse permanentemente frente a las pretensiones de las sedes corporativas de deslocalizar la producción hacia áreas geográficas más competitivas. El nuevo sistema de gestión de estas grandes empresas hace que, cada centro de producción haya de concursar y competir globalmente con todos los demás, para obtener la adjudicación de la fabricación de algún producto, en exclusiva para todo el mundo.

En los productos en los que la tecnología es intensiva y decisiva, los más importantes por volumen de facturación, el **criterio de compra principal** no es el precio, sino otros factores que incluyen la capacidad de ofrecer servicio y mantenimiento, los beneficios ampliados, las posibilidades de comunicación e imagen a la prensa y por tanto de “venta” a los usuarios, el posicionamiento en la “carrera autonómica” de avances en medicina y salud, etc.

Las características definidas en el sector lo hace poco atractivo para los nuevos entrantes, que han sido detectados en escaso número durante el estudio. Aquí también se hace patente la “asimetría” que caracteriza a este sector: Por la parte de **productos y sistemas de alta tecnología la entrada desde el exterior es atractiva, rápida e inmediata**, siempre que los desarrollos sean realmente innovadores y sus aplicaciones aporten un beneficio amplio al sistema. No obstante, **prácticamente todos los**

grandes actores en estos desarrollos ya se encuentran aquí instalados, **son multinacionales**. Son, en realidad, muy pocas empresas, las mismas a nivel mundial. Los únicos con capacidad de desarrollo, de servicio y de distribución global.

Los **nuevos entrantes** que han sido detectados **proceden** principalmente de **otros sectores**, vienen de **grandes grupos industriales punteros tecnológicamente**, en sectores mucho más abiertos, competitivos y maduros, que derivan una parte de sus excedentes de recursos, en desarrollos de tecnología sanitaria, con la expectativa de mayores márgenes. Suelen ser microempresas, con muy poco personal pero de muy alta cualificación y una importante inversión en tecnología, así como una fuerte orientación fundacional hacia los mercados internacionales.

Por ejemplo, un grupo consolidado en tornillería de precisión, con buena implantación en el exterior, ha comenzado un “start-up” en el sector de implantes. Otro tipo de nuevo entrante procede de organismos autonómicos, departamentos universitarios, institutos de investigación, con resultados en investigaciones aplicadas en biotecnología. También se han identificado algunos entrantes del sector metalmecánico, que han utilizado su experiencia y capacidad industrial en construcción de mobiliario de hospital. Lógicamente hay algunos entrantes vinculados con el sector farmacéutico, pero que por su proximidad de negocio, no se han tenido en cuenta a la hora de analizar a los nuevos entrantes de sectores ajenos.

GASTO Y EMPLEO EN I+D+i

Dentro del ámbito del presente estudio, uno de los apartados a investigar es el referido a la inversión y personal dedicado a Investigación, Desarrollo e Innovación.

Existe una dificultad objetiva en medir la inversión en I+D+i. Se trata de la ausencia de criterios homologados de medición de la inversión, similares para todas las empresas. En definitiva, cada

una de las empresas tiene unos criterios particulares a la hora de medir su inversión en I+D+i. Unos incluyen el gasto en el personal dedicado a esta tarea, o una parte del tiempo de empleados de otros departamentos, o tan solo la inversión directa en este epígrafe.

Otra dificultad importante radica en que, al contrario de lo que ocurre en las empresas fabricantes o exportadoras, no hay ningún registro completo de empresas investigadoras. No se dispone de un registro de empresas a partir de las cuales se pueda realizar una proyección. No resulta posible, por tanto, ofrecer cifras globales de la inversión en I+D+i.

Ante este reto, la aproximación del estudio ha sido distinta. Se han elaborado perfiles de empresas distintas en función de su relación con el I+D+i.

1. Empresas que no invierten ningún recurso.
2. Empresas que invierten recursos importantes en innovación, pero de muy difícil cuantificación económica.
3. Empresas con una alta inversión en I+D+i, inferior al 10% de sus ventas.
4. Empresas tecnológicas, de las que se podría decir que una de sus actividades básicas es la Investigación (inversión igual o superior al 10%).
5. Multinacionales que realizan actividades de Investigación en nuestro país, bien en centros de referencia mundiales o en proyectos con universidades o profesionales médicos.

Según las conclusiones del presente estudio, la mayor parte de las empresas lo que realizan es la "i pequeña", es decir innovación, mejoran las materias con las que producen, los procesos y los productos y servicios.

Se puede deducir, de manera conservadora, un volumen de **inversión total en I+D+i de 225 millones de € en España**, que se calcula a partir del volumen absoluto de inversión

en I+D+i recogido en el exhaustivo trabajo de campo y extrapolado al conjunto de empresas, lo que representaría **un 3% sobre el total de las ventas del sector**.

Un 41% de las empresas declara invertir y participar en programas de I+D+i. Hay también una cantidad superior de empresas que declaran no invertir en I+D+i. Desglosado por segmentos, los principales resultados son los siguientes:

1. Empresas que no invierten ningún recurso: aproximadamente, el **50%** de las empresas, **declara no invertir**.
2. Las que invierten recursos importantes en innovación, pero de muy difícil cuantificación: algunas de las empresas, fundamentalmente medianas y pequeñas empresas, declaran invertir mucho, pero en mejoras de producto y de procesos. Reconocen también que es de **difícil cuantificación** esta inversión, pero admiten que es alta y continua. Al ser preguntadas, acaban respondiendo que alrededor del **1% de su facturación** sería una cifra.
3. Empresas con una **alta inversión** en I+D+i, pero menor al 10% de sus ventas: poco más de la mitad de aquellos que declaran que su empresa invierte en I+D+i, facilitan una cifra por debajo del 10%. El promedio de la misma es del **3,6%**.
4. Empresas **tecnológicas**, una de cuyas actividades básicas es la Investigación (inversión igual o superior al 10%).
5. Multinacionales: en realidad, la mayoría afirma que la investigación se hace en los países de origen o en otras localizaciones, pero afirman tener pequeños proyectos de ajuste, innovación o desarrollo (por ejemplo de software, en diagnóstico y en electromedicina).

El 48% de los responsables de las empresas declara tener departamento de I+D+i, y el promedio son 12 personas. Nuevamente el dato aparece **distorsionado** por las empresas que pertenecen a los segmentos 4 y 5 arriba mencionados, y en las que una parte de su actividad es la

Tabla 21. EMPLEOS EN DEPARTAMENTOS DE I+D+i

DEPARTAMENTOS I+D+i	% dept. de I+D+i	% Empleos en I+D+i	Promedio empleados en el dept. I+D+i
DPTO. I+D (menos de 10 empleados)	73%	16%	3
DPTO. I+D (más de 10 empleados)	27%	84%	38
TOTAL	100%	100%	12

Investigación. Se segmenta, en aquellas empresas que declaran tener departamento de I+D+i, las que declaran hasta 9 empleados y las que declaran 10 ó más empleados (Tabla nº 21).

Las empresas con departamentos pequeños son las más numerosas (73%), tienen un promedio de 3 empleados y dan empleo al 16% de los investigadores totales.

Las empresas con grandes departamentos de investigación y desarrollo son una cuarta parte (27%) de las que declaran tenerlos. Sin embargo emplean al 84% de los investigadores y tienen un promedio de 38 empleados por departamento.

AYUDAS Y PROGRAMAS DE I+D+i

Sólo el **34%** de las empresas afirma recibir **ayudas de I+D+i**. El 36% declara no recibirlas y el resto (30%) no sabe/no contesta. Los programas de los que se reciben más ayudas son el de CDTI (10%) y el Profit (7%).

El total de ayudas recibidas, declaradas por las empresas que han sabido concretar la cantidad, **asciende a 7.135.000 euros** (Tabla nº 22).

EL Servicio De Asistencia Técnica

Lo primero que hay que reseñar es que el Servicio de Asistencia Técnica (SAT) es un departa-

mento de mucha importancia en las empresas del Sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento hospitalario. A continuación habría que aclarar que muchas empresas no lo tienen por que no lo necesitan para sus productos. Nuevamente, aparece la "asimetría" (empresas con y sin SAT) que nos dice que en aquellas empresas en las que hay departamento de SAT, su importancia es crítica.

Del total de las **empresas que declaran tener departamento de asistencia técnica (SAT)**, la situación, con respecto al empleo y al tamaño promedio de este departamento, en la Tabla nº 23.

Por tanto, de nuevo resulta haber dos tipos de empresas. Aquellas en que la actividad del Servicio de Asistencia Técnica es una parte muy importante del negocio, con grandes departamentos. Son también un número de empresas pequeño (17%), pero que emplea al 35% de estos técnicos, con un promedio de 33 empleos.

Tabla 22. ¿RECIBE AYUDAS DE I+D+i? ¿EN QUÉ PROGRAMAS?

Respuestas	%	Programas	%
SI	34%	CDTI	10%
NO	36%	PROFIT	7%
NS/NC	30%	CIDEM	4%
TOTAL	100%	INESCOP	1%
		OTROS	14%

Tabla 23. EMPLEOS EN DEPARTAMENTOS DE S.A.T.

EMPRESAS CON EMPLEADOS EN SAT	% Empresas	% Total empleos en SAT	Promedio empleados en S.A.T.
Menos de 10 empleados	83%	65%	13
Más de 10 empleados	7%	35%	33
TOTAL	100%	100%	17

Por otra parte está el 83% de las empresas, que declaran tener departamento de SAT y que concretan su número, que emplean al 65% del total, con un promedio de 13 empleados en el departamento.

Finalmente, es posible concluir que no disponer de SAT no está siendo un problema para la exportación y apertura al exterior; ya que en muchos casos, al exportar **a través de los distribuidores** locales, son ellos quienes están prestando este tipo de servicio a clientes finales.

EXPORTACIÓN SECTORIAL

Las fuentes disponibles que informan sobre actividades de exportación, matizadas por la investigación realizada en el presente estudio, indican que el **62% de las empresas del sector exportan**.

El volumen de ventas en el exterior de estas empresas exportadoras del sector, incluyendo a las empresas agrupadoras, es de unas **exportaciones totales de 1.130 millones de €, un 15,5% del total de las ventas** en el sector; ó un **29,2% de lo fabricado** en España.

Según un estudio basado en partidas arancelarias realizado por Fenin, "Comercio Exterior del Sector Hospitalario" la cifra de exportación del sector en 2005 es de 1.292 millones de euros. La diferencia entre las cifras obtenidas por los dos estudios se explica porque el estudio de Fenin incluye algunas "exportaciones" que son entre filiales de la misma empresa, transferencias y devoluciones de producto que, aún figurando en las partidas arancelarias, no se han computado en el presente estudio por no entenderlas como "exportación real".

VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DEL SECTOR

La exportación es, junto con la fabricación, uno de los objetivos prioritarios de la presente investigación. Se trata de conocer tanto el volumen de exportación como otros factores: barreras, mo-

delo de salida al exterior; valoración de ayudas y organismos de promoción exterior; etc.

En cualquier caso, tal y como se hizo para la fabricación, se analiza en detalle y por tamaños de empresa su comportamiento frente a la exportación. Los volúmenes de exportación son muy diferentes en función del tamaño de la empresa.

Tabla 24. ÍNDICE DE EXPORTACIÓN DE CADA SEGMENTO (Ventas Exportación/ Total Ventas)

TAMAÑO EMPRESA EXPORTADORA	% Exportación
Micro	49%
Pequeña	48%
Mediana	38%
Grande	9%

El promedio de volumen de la microempresa que afirma exportar es muy alto (49%), así como el de la pequeña empresa exportadora (48%). El porcentaje de exportación baja (38%) en la mediana empresa exportadora y a un 9% en la gran empresa.

Al enfrentarse a estos datos chocan dos cosas: el alto porcentaje exportador de la microempresa y el bajo de la gran empresa. Hay que aclarar que no es que las microempresas exporten el 49% de sus ventas. Es que las microempresas que exportan lo hacen, de media, en ese tanto por ciento. La explicación de la gran empresa exportadora es distinta. Una parte importante de las grandes empresas del sector; instaladas en nuestro país, están vinculadas o son filiales de grandes multinacionales, no son fabricantes y ejercen en España de distribuidores. Sus casas matrices no les permiten exportar fuera de los límites establecidos para la filial, salvo casos contados.

Una vez aplicado el factor de exportación por tamaño de empresa, se obtiene un volumen de 1.130 millones de euros de exportación en 2005, lo que supone un **15,5% del total de las ventas en el**

sector. Conviene, no obstante, realizar un **análisis más detallado** de las exportaciones, tanto por volumen como por número de empresas y enfrentarlo a la totalidad del sector (Tabla nº 25).

Lo primero que destaca es que, en el segmento de las grandes empresas, las exportaciones representan solo el 7% de sus propias ventas. Supone, sin embargo, casi un tercio de las ventas de las microempresas (29%), una parte similar de la venta de las pequeñas empresas (30%) y un cuarto del volumen total de ventas de las medianas empresas (25%).

Si el análisis se realiza por volúmenes absolutos de exportación, es la mediana empresa la que lleva el peso de la exportación en el sector, con casi la mitad de las exportaciones totales (46%). Otras dos cuartas partes de las exportaciones se las reparten la pequeña empresa (25%) y la gran empresa (25%). El volumen económico de las exportaciones de las microempresas es residual (4%).

Es lógico que, ante la pérdida de protagonismo de la gran empresa en la exportación, sea la mediana empresa la que tome el relevo, pues es la que tiene una mayor capacidad humana, técnica, de productos y tecnología, así como financiera, para acometer acciones comerciales en el exterior.

Otra conclusión importante del estudio, es que hay un área de trabajo y mejora en la ayuda a la exportación de las empresas, ya **que un 38% de ellas no exportan** y, la mayoría de ellas, confiesan que **ni se lo plantean**. A la luz de estos datos, parece adecuada esta promoción sobre todo en la mediana y en la pequeña empresa.

Como parece lógico, hay una relación entre la tecnología de los productos y las barreras a la exportación. Es una relación inversa: **cuánto más alta es la tecnología, menores barreras encuentra en su salida hacia el exterior**. El propio producto abre o cierra el mercado exterior. Las mayores barreras percibidas a la exportación son las relativas a la **homologación y registro de los productos (37%)** y **aquellas relativas al precio (35%)**. También el apartado de Otras barreras es importante (32%) con barreras impuestas por la propia matriz que no permite la exportación y las de incrementos de costes logísticos por productos con mucho volumen y poco precio.

Tabla 26.

BARRERAS A LA EXPORTACIÓN		%
1	Homologación - Registros	37%
2	Precio	35%
3	Otras barreras	32%
4	Aranceles	15%
5	Financieras	9%
6	Tamaño de empresa	9%
7	Imagen país	9%
8	Falta de personal cualificado	7%
9	Cambio euro-dólar.	5%
10	Posibilidad de ofrecer s.a.t.	2%
11	Calidad	1%
12	Tecnológicas	1%

ESTRUCTURA DE LA EXPORTACIÓN

El **57% de las empresas exportadoras**, enfoca su exportación **a través de distribuidores**, y el **39% lo hace con personal propio** desde la casa matriz.

Tabla 25. FACTURACION DE EXPORTACIÓN SOBRE TOTAL

TAMAÑO	Total Ventas	%	Ventas Export.	%	% Exportaciones/ Total Ventas
Micro	157.283.466	2%	45.062.530	4%	29%
Pequeña	939.796.681	13%	284.307.036	25%	30%
Mediana	2.050.941.856	28%	521.606.877	46%	25%
GRANDE	4.237.216.667	57%	278.862.997	25%	7%
TOTAL	7.385.238.670	100%	1.129.839.440	100%	15%

Las empresas **buscan y piden ayuda, fundamentalmente, para encontrar a estos distribuidores.** Se trata de encontrar “socios en el exterior”, solventes y especializados en sus productos, o al menos en el Sector de las Tecnologías Sanitarias. Es el modelo de exportación más habitual y buscado por las empresas españolas del sector.

Las grandes multinacionales se quejan de la falta de ejecutivos españoles en sus organizaciones corporativas. Dicen que nuestro país está infrarrepresentado en sus estructuras, por la **reticencia de los ejecutivos nacionales a expatriarse.**

Esta característica sociográfica puede explicar también una parte de las razones por las que el modelo de exportación de la empresa española busca un “socio en el exterior”. Por la dificultad objetiva que encuentra en enviar, fuera de nuestro país, ejecutivos de confianza de su propia empresa. La consulta encargada del estudio, también ha detectado en otros sectores de la actividad industrial española.

Tabla 27.

MODO DE EXPORTACIÓN	% empresas
A través de distribuidores o agentes comerciales externos	57%
SEGÚN LOS PAÍSES	19%
NO EXCLUSIVO	13%
EXCLUSIVO	12%
Con personal propio de la casa matriz	39%
Mediante un agrupador	7%
Creación de canales de distribución propios	7%
Acuerdos con empresas para distribución recíproca	3%
Joint-ventures con fabricantes locales	1%
Compra de fábricas locales	0%
Traslado de la producción al extranjero	0%

El 52% de las empresas no tiene filial propia en el extranjero, pero hay un 28% que sí dicen tenerla. Los destinos más mencionados son los siguientes: Portugal (10%), Francia (6%) y luego EE.UU. (6%). Llama la atención que un 5% de las empresas declaren tener filiales en China.

Tabla 28. ¿TIENE FILIALES EN EL EXTRANJERO?

1	NO	52%
2	SI	28%
	No sabe/No contesta	20%
TOTAL		100%

El 63% de las empresas dicen conocer a su cliente final. Éste pertenece al sector privado en un 55% de los casos, pero también tienen clientes del sector público en un 43% de los casos. Muchas veces ocurre que tienen los dos tipos de clientes, razón por la que el porcentaje es mayor que 100%. Tan solo un 5% de empresas declara no conocer a su cliente en el exterior.

Tabla 29. ¿CONOCE A SU CLIENTE FINAL?

SI	63%
NO	5%
SECTOR PÚBLICO	43%
SECTOR PRIVADO	55%
No sabe/No contesta	33%

DESTINOS DE EXPORTACIÓN

El área prioritaria de exportación para las empresas entrevistadas es la UE 15 que aparece el doble de veces nombrada en los primeros puestos que el siguiente destino, que es Sudamérica.

Sumando todas las posiciones, los tres destinos más mencionados por los encuestados son la UE 15 (66%), Sudamérica (35%) y Oriente Medio (32%) (Tabla nº 30).

Nota: Al poder señalar las empresas varias áreas geográficas prioritarias de exportación, y no un único destino excluyente, la suma de los porcentajes es superior a 100%.

Respecto a las zonas de mayor potencial para las empresas exportadoras entrevistadas, la primera es la UE (27%). La siguiente área de oportunidad es Oriente Medio (19%) y después Europa del Este (13%).

Europa (UE15 + Este), por tanto, sería el área de oportunidad, con el 40% de las preferencias. Ade-

Tabla 30.

ÁREAS DE EXPORTACIÓN PRIORITARIAS (cada empresa ha podido señalar varias áreas)	% Total
Unión Europa I5	66%
Sudamérica	35%
Oriente medio	32%
Norte África	23%
Resto Europa del este	22%
Norteamérica	20%
Sudeste Asiático	18%
Centroamérica	13%
Extremo Oriente	12%
África Subsahariana	11%
Otros	3%
Oceanía	2%

más de Oriente Medio, luego habría un trío de mercados con un interés similar: Sudamérica (11%), Sudeste asiático (11%) y Norteamérica (10%) (Tabla n° 31).

Las áreas de mayor crecimiento de las exportaciones son la UE I5 (24% de los casos) y Oriente Medio (21%) (Tabla n° 32).

POLÍTICA DE PROMOCIÓN EXTERIOR

Algunos ejecutivos de referencia apuntan a que hay una desalineación entre los intereses de las

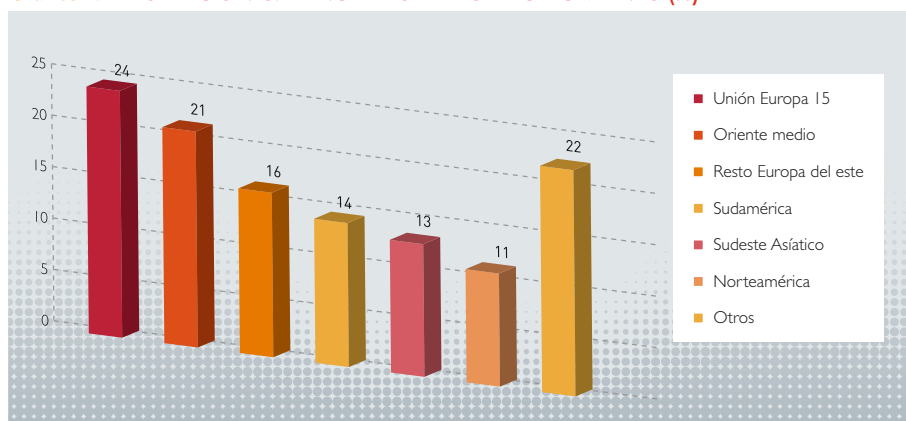
Tabla 31. ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA EXPORTACIÓN

1	Unión Europa I5	27%
2	Oriente medio	19%
3	Resto Europa del este	13%
4	Sudamérica	11%
5	Sudeste Asiático	11%
6	Norteamérica	10%
7	Extremo Oriente	9%
8	Norte África	5%
9	África Subsahariana	3%
10	Centroamérica	2%
11	Otros	1%
12	Oceanía	0%

Tabla 32. ÁREAS DE MAYOR CRECIMIENTO DE EXPORTACIÓN

1	Unión Europa I5	24%
2	Oriente medio	21%
3	Resto Europa del este	16%
4	Sudamérica	14%
5	Sudeste Asiático	13%
6	Norteamérica	11%
7	Norte África	7%
8	Extremo Oriente	7%
9	África Subsahariana	4%
10	Centroamérica	3%
11	Oceanía	1%
12	Otros	0%

Gráfico 7. EXPORTACIONES: PRINCIPALES ÁREAS DE CRECIMIENTO (%)



distintas administraciones y los intereses de las empresas. En los países objetivo, en los tiempos de toma de decisiones, en los temas de importancia estratégica, en los procedimientos administrativos, en los importes, en el lenguaje, en todo. Son conscientes de que la responsabilidad no es de una sola de las partes. Sugieren que debería haber una **mayor coordinación**, o incluso un solo organismo, **en la Promoción Exterior**.

AYUDAS A LA EXPORTACIÓN

Se deduce del estudio que se debieran establecer dos niveles en las ayudas a la exportación. Las ayudas e instrumentos de **ayuda a la promoción exterior actuales**, en opinión de las empresas, **están bien orientadas para aquellas compañías que todavía no exportan** y que están tomando la decisión o se hallan en un estadio muy inicial de exportación.

Sin embargo, afirman, son de menor utilidad para aquellas empresas que ya tienen una cierta experiencia en la exportación o están realmente experimentadas en el comercio exterior. Incluso muchas de ellas no pueden acceder a las ayudas convencionales por estar fuera de los requisitos.

Este tipo de empresas solicita una **2ª generación de ayudas**, más orientadas a lo que las empresas precisan en esa fase más avanzada de la exportación o implantación. Aunque el comentario es válido, también hay que señalar que habitualmente existe desconocimiento sobre la amplia oferta de ayudas existentes.

OFICINAS COMERCIALES EN EL EXTERIOR

Un porcentaje de las empresas encuestadas, con experiencia exportadora, manifiesta un cierto descontento con la actividad de dichas Oficinas Comerciales Españolas en el exterior; a las que dan notas de evaluación no demasiado altas. Estas empresas insisten, por ejemplo, en la necesidad de que la atención prestada en las Oficinas

se rija por un modelo preestablecido, objetivo, que redujese los criterios subjetivos al mínimo.

Otra petición de los directivos del sector es un nivel **mayor de profundización y de especialización en los instrumentos y herramientas de ayuda a la exportación**: fundamentalmente en la información de mercados y distribuidores, en las ferias seleccionadas o en las misiones que se decidan.

Desde nuestro punto de vista, la labor que han desarrollado y desarrollan las Oficinas Comerciales de España en el exterior es fundamental para la promoción exterior de nuestras empresas y ha contribuido de manera importante al desarrollo exponencial de las exportaciones españolas en los últimos 25 años. No obstante, es una realidad indiscutible que en los últimos años se ha producido una explosión de la **información comercial, económica** y sobre países disponible **en Internet y fácilmente accesible a todas las empresas**, lo que conlleva la necesidad de **evaluar un posible cambio del modelo** de atención de las Oficinas a las empresas. Sería deseable que se las dotase de los suficientes recursos para poder ofrecer un servicio más personalizado y especializado que permitiese proporcionar a las empresas información a la que no tendrían acceso de otra manera, incluso aunque ello supusiera un coste para las compañías.

En este sentido, ya se ha puesto en marcha un programa piloto de ayudas y servicios a la medida, que ofrece atención especializada en una serie de Oficinas Comerciales seleccionadas, que, aunque lleva poco tiempo funcionando, seguro que demostrará su eficacia y utilidad para las empresas.

PROGRAMAS DE AYUDA AL DESARROLLO Y AGRUPADORAS

La atomización del Sector de Equipamiento y Tecnología Hospitalaria, y la complejidad de las necesidades hospitalarias, hacen que los clientes (Ministerio de Salud y organismos de la Seguridad Social de países

extranjeros, etc...) soliciten cubrir sus necesidades mediante proyectos integrales "llave en mano", en los que intervienen múltiples fabricantes.

Esto ha llevado a que surjan en el mercado empresas integradoras o agrupadoras, que han canalizado en muchos casos las primeras exportaciones de productos del sector. A estos efectos, se ha utilizado el Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD), y en general créditos a la exportación, actualmente muy disminuidos en su utilización. La razón por la que el FAD se ha utilizado mucho por parte de las agrupadoras es que este fondo sólo permite financiar proyectos de equipamiento de tipo social y que no sean rentables comercialmente (salud, educación, infraestructuras...).

Este tipo de proyectos realizados por agrupadoras ha sido durante muchos años una fuente importante de ingresos para el sector y una oportunidad de "exportar", con la mediación de una empresa experta en comercio exterior y sin prácticamente riesgos.

Hasta un **7% de las empresas han declarado que realizan su actividad exportadora mediante un agrupador**. No obstante, muchas más han declarado haberlo hecho en el pasado, pero no en la actualidad, ya que este tipo de proyectos había decaído bastante en los últimos años.

La cooperación al desarrollo es crítica en un sector tan básico como el de Salud. Se trata de un desarrollo clave y estratégico para estos países, ya que de su funcionamiento dependen muchos otros sectores y proyectos.

Por este motivo, se deberían seguir potenciando estos proyectos, ya que además suponen, en mu-

chos casos, la primera experiencia exportadora, de fácil acceso, para muchos fabricantes españoles.

Según los datos del presente estudio, 11 empresas se dedican a la actividad de agrupación de exportaciones y tienen un volumen de facturación, en el sector sanitario, de 105 millones de euros anuales.

Las empresas denominadas "agrupadoras de exportaciones" son aquellas sociedades especializadas en aportar un valor añadido, mediante las funciones de coordinación y agrupación de proveedores, para proyectos llave en mano. Los países emergentes no disponen de personal especializado para definir cuáles son sus necesidades para poner en marcha estos proyectos, saber qué proveedores en el mercado las pueden satisfacer y a qué precios.

Generalmente son este tipo de empresas quienes trabajan para estos países en desarrollo, aportando el valor añadido de coordinación y agrupación de sus proyectos sanitarios y educativos. Las empresas agrupadoras suelen acudir a créditos a la exportación para la ejecución de estos proyectos y, cada vez más, participando en proyectos financiados por organismos multilaterales, donde el precio juega un factor clave.

Los agrupadores muestran su preferencia por trabajar con fabricantes nacionales, dado que el entendimiento es más fácil con ellos y por tanto el trabajo es más cómodo, rápido y eficaz. Sin embargo, en ocasiones y en algunos productos, han de buscar proveedores entre los fabricantes extranjeros, ya que los nacionales o no son competitivos en precios o no cubren toda la gama de los productos demandados (Tabla nº 34).

Tabla 34. CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS AGRUPADORAS

PERFIL	No Empresas	% s/Total Empresas	Crecimiento Ventas 04/03	Crecimiento Ventas 05/04	Crecimiento acumulado 05/03
AGRUPADORAS	11	1,5%	-12%	-14%	-24%

Según los datos disponibles y tomando la referencia de la facturación de nueve de las once agrupadoras de las que se encontraron disponibles datos contables de entre 2003 y 2005, la facturación de estas empresas cayó un 12% en 2004 con respecto a 2003, y un 14% en 2005 con respecto a 2004. El decrecimiento acumulado, por tanto, entre 2003 y 2005, es de del 24%. El dato confirma la percepción que transmitían los ejecutivos que opinaron sobre este tema.

En cualquier caso, la facturación de este tipo de empresas oscila bastante de un ejercicio a otro, ya que trabajan con grandes proyectos, que duran varios ejercicios, con unos tiempos largos de maduración y de ejecución.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES

Según la opinión de las empresas, la feria **Médica** de Düsseldorf es la más importante del sector; sin ninguna duda. En la edición celebrada en noviembre de 2007, España fue el 7º país por número de stands. En el pabellón conjunto español participaron 77 empresas y muchas otras asistieron como visitantes, ya que la mayor parte de las empresas que exportan del sector; aprovechan para quedar allí y ver a sus clientes internacionales. Sirve también como escaparate de referencia de la industria de tecnología sanitaria.

Otra feria que está creciendo de manera importante, año tras año, es **Arab Health**, que se celebró en Dubai (Emiratos Árabes Unidos) a finales de enero de 2008. En dicha edición asistieron 44 empresas con el pabellón conjunto español de ICEX, organizado por Fenin.

Algunas empresas creen que el sistema de pabellones conjuntos no es del todo acertado, ya que sus posibles clientes no van buscando la tecnología sanitaria española, sino las empresas de implantes o a los fabricantes de una determinada tecnología o subsector; más que búsqueda de países. En cualquier caso comentan que esto es así porque tampoco tenemos una imagen exterior como proveedor de tecnología sanitaria. A esta afirmación se le podría responder que precisamente la acción de pabellón conjunto trata de trabajar en esa dirección de crear una imagen de país como proveedor de tecnología sanitaria.

En cualquier caso, la investigación realizada en el presente estudio indica que las empresas se dividen por igual, al 50%, entre las que prefieren las ferias con **pabellones agrupados** y las que prefieren las **misiones empresariales**. Se trata pues de una cuestión de enfoque relacionada probablemente con la necesidad de enseñar el producto o con la de encontrar un distribuidor. Lo que parece evidente es que los dos instrumentos son necesarios y bien valorados por las empresas.

Buena muestra de ello es que el número de participantes, en las acciones del plan sectorial de Fenin, se ha multiplicado prácticamente por cinco, pasando de 62 participaciones en 1997 hasta las 300 que se han producido en 2006. Fenin ha realizado en este tiempo 104 acciones. Ha participado en 21 ferias tanto con pabellón agrupado, pabellón oficial o stand informativo. Además, ha realizado misiones comerciales directas a 58 países.

Sistema Nacional de Salud (visto por la industria)

5

Este sector se encuentra fuertemente mediatizado por las características especiales de las compras en el **Sistema Nacional de Salud (SNS)**, que es mayoritario frente a la todavía escasa sanidad privada. De alguna manera el mercado es casi **monopolio de la demanda, con muy pocos compradores**. Al mismo tiempo, en algunos productos de alta tecnología es también un **oligopolio de la oferta**, con muy pocos vendedores de esos productos, sistemas o servicios.

Esta especial característica produce una especie de **“asimetría” de la visión**, de la información y de las estrategias, por la diversidad y heterogeneidad de sectores y de productos, que abarca el presente estudio. Es decir, **hay fabricantes globales a quienes les beneficia el sistema**, al estar del lado del oligopolio de la oferta. Hay muchos otros, entre ellos **pequeños fabricantes locales**, a los que el monopolio de la demanda **les perjudica enormemente** por la presión en los precios, sobre todo en productos de alto consumo y de mucha rotación, o en aquellos de escasa diferenciación, o en los que la oferta empresarial es muy amplia.

El Sistema Nacional de Salud está compuesto por 18 actores: las 17 comunidades autonómicas con competencias en sanidad y el Ministerio de Sanidad y Consumo, que además de regulador es organismo notificado, es decir, evalúa la conformidad de los productos sanitarios según la legislación específica

de aplicación a este sector empresarial. También es responsable el Sistema Nacional de Salud de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

FRAGMENTACIÓN DEL MERCADO

La fragmentación del mercado, con 18 actores, con mayor o menor capacidad normativa, reguladora y compradora, **es el tema que probablemente más preocupe a los empresarios y directivos**. Se opina que es un mercado muy pequeño para atender 18 regulaciones distintas, 18 catálogos y referencias diferentes de los mismos productos, 18 sistemas de compras, concursos y criterios de adjudicaciones distintos, etc. Por todas estas razones el sector demanda una mayor coordinación y cohesión.

Existe una complejidad creciente en atender **este mercado fragmentado, que tan solo es asumible por las grandes, y algunas medianas empresas**, que están bien implantadas, con buenas redes de venta y con delegaciones en las distintas Comunidades Autónomas. Dentro de esta “asimetría” de visión, para ellos, esta fragmentación del mercado es muy buena, pues supone una magnífica barrera de entrada para nuevos entrantes. Para muchas pymes productoras esta dispersión obliga a entregar su comercialización a grandes distribuidoras, que en consecuencia se llevan una parte importante del margen.

Una de las mayores críticas al Sistema Nacional de Salud son las demoras en los pagos. La ley de

morosidad 3/2004 y la legislación de contratación pública permiten a las empresas reclamar el pago de intereses de demora, con un valor de 7 puntos por encima del tipo de interés de financiación del BCE, a las Administraciones que paguen a sus proveedores en plazos superiores a los 60 días. Esto ha provocado que algunos servicios autonómicos de salud hayan mejorado sus plazos de pago y se encuentren ahora dentro o próximos a los plazos legales.

SISTEMA PÚBLICO DE COMPRA

Otro grupo de críticas recurrentes son las relacionadas con el sistema de compras por concurso de los servicios autonómicos de salud. Se valora como muy positivas la transparencia y la accesibilidad del Sistema: cualquiera puede participar y puede entrar. Por el contrario, se critica que no se utilice el sistema de compras como una herramienta estratégica para hacer política industrial y empresarial.

Una de las críticas más extendidas es que, año tras año, **se recortan los precios de los concursos, manteniendo los requisitos de calidad y prestaciones** de los productos. Se quejan los empresarios de que, a pesar de que los mensajes desde las autoridades favorecen siempre las ideas de innovación, inversión y desarrollo, después, a la hora de comprar el producto, estos criterios no se valoran y se realizan estos concursos por criterios exclusivos, o al menos prioritariamente, de precio y siempre a la baja. Además de no tener en cuenta las subidas de los precios, o de las materias se exige que se apliquen grandes descuentos. Esto

se percibe como un freno a la innovación y un incentivo a la importación.

También se perciben por parte de los ejecutivos un número creciente de obstáculos a la hora de mantener una relación fluida entre la industria y los profesionales sanitarios. En el Sector de Tecnología Sanitaria se entiende que este contacto con el profesional es imprescindible para la innovación de los productos, mientras que la Administración tiende a minimizarlo por considerar que puede conducir a prácticas abusivas, lo cual es injusto, pero, sobre todo, muy negativo en áreas como innovación y desarrollo, o en investigación aplicada.

EXCESIVA BUROCRACIA

Otra crítica recurrente a las Administraciones es la excesiva **burocracia necesaria para poder optar al sistema de ayudas y subvenciones**, como también para los concursos, lo que desanima a las pymes, pues no pueden dedicar recursos, sobre todo de tiempo de sus empleados, a la elaboración de la cantidad de documentación exigida.

Se percibe, por parte de las pequeñas empresas, que estas ayudas favorecen a **las grandes y medianas empresas**, acostumbradas a manejarse en el complejo costoso y caro mundo de la burocracia. Estas empresas sí que disponen de **departamentos con especialistas en la Administración y con recursos humanos y financieros suficientes** para los largos procesos de solicitud, adjudicación y cobro efectivo de las ayudas.

Valoraciones cualitativas del estudio

6

Se adjuntan a continuación algunas otras valoraciones cualitativas respecto a los siguientes temas:

- Sistema Nacional de Salud, ventajas y defectos.
- DAFO de la empresa exportadora española (o sea, una matriz analítica de sus Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

SISTEMA NACIONAL DE SALUD, VENTAJAS Y DEFECTOS

Ventajas del sistema sanitario:

- Sistema previsible, fiable y consolidado.
- Cobertura universal, acceso universal a las tecnologías.
- Buena capacitación y formación de profesionales.
- Infraestructuras y equipamiento tecnológico modernos.
- Iniciativa política dinámica, competencia tecnológica entre CC.AA.
- Sector en constante crecimiento.
- Muy buena calidad asistencial.
- Sistema de licitación abierto y limpio, accesible a las empresas.
- Sector privado en gran crecimiento por 'driver' de la tecnología.

Defectos del sistema sanitario:

- Masificación que deriva en déficit y en insostenibilidad del Sistema.
- Monopolio del comprador con capacidad para fijar precios.
- Excesiva burocracia
- Ausencia de eliminación a largo plazo.
- Sistema fragmentado y heterogéneo en 17 CC.AA.: diferentes regulaciones, prestaciones, catálogos, precios, etc.
- Ausencia de coordinación en el Sistema.
- Gasto excesivo y escasa inversión.
- No se utiliza la compra como herramienta estratégica de política industrial.
- Demoras de pago que desincentivan la inversión y la innovación.
- Lentitud de trámites en aprobación de nuevos productos.
- Mala conexión y diálogo con la industria.
- Falta de reconocimiento al I+D+i de las empresas.
- Barreras a la colaboración industria-profesionales sanitarios.
- Presión continua de precios, como único criterio de compra.
- Facilidad de entrada de nuevos productos sin garantías.
- Sistema que desincentiva la fabricación local y tiende a la concentración en grandes distribuidores y multinacionales.

DAFO DE LA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR

Tabla 35. DAFO DE LA EMPRESA EXPORTADORA DEL SECTOR

DEBILIDADES INTERNAS	AMENAZAS EXTERNAS
Necesidad de contar con intermediarios en el exterior.	Concentración del mercado.
Escasa competitividad en precio en función de mercados y productos.	Competencia de multinacionales de gran tamaño y potencial
Carencia de distribuidores en el exterior; y especialmente de SAT.	Productos asiáticos de bajo coste.
Falta imagen de país tecnológico.	Inversión en I+D+i más importante por parte de empresas extranjeras
Es un sector que requiere mucha inversión.	
Falta catálogo y gama de productos.	
Excesiva dependencia del mercado interno	
FORTALEZAS INTERNAS	OPORTUNIDADES EXTERNAS
Alta capacidad de respuesta (Pymes).	Demanda de productos sanitarios al alza.
Percepción de producto europeo de calidad (Certificaciones CE).	Nuevas patologías = nuevas tecnologías Envejecimiento de la población.
Flexibilidad y orientación al cliente.	Nuevos mercados: Oriente Medio, Europa del Este, Asia, etc.
Innovación y mejora continua de producto.	Nuevos productos/servicios en Health Care, Home Care, Estética y Cosmética.

Recomendaciones finales

7

Una vez realizado el presente estudio *del Sector en España de Tecnología y Equipamiento Hospitalario*, la recomendación final sería la de propiciar una reflexión y proponer un análisis, de parte de los propios protagonistas.

Esta investigación ha pretendido mostrar el estado actual del sector; con especial énfasis en la situación de la fabricación y de la exportación.

Deberían ser ahora sus principales actores, las organizaciones empresariales, las propias empresas participantes, así como las Administraciones

y los organismos implicados, quienes a partir de los datos aquí proporcionados, realizarán su propia valoración, orientada a buscar las claves que permitan el fortalecimiento y la supervivencia del sector a medio plazo.

El Sector de Tecnología y Equipamiento Hospitalario en España es a la vez estratégico para la economía española como imprescindible para la sostenibilidad del Sistema Sanitario y la calidad de vida de los ciudadanos. Un análisis en profundidad permitirá establecer las líneas maestras de lo que el propio sector quiera ser en un futuro próximo.

Metodología

8

METODOLOGIA

El primer objetivo del trabajo ha sido la elaboración de una puesta al día, una “fotografía actualizada”, del sector de Tecnología Sanitaria y Equipamiento Hospitalario”. Esto se concreta en una base de datos del sector; actualizada con las empresas en activo que la componen.

Se elaboró un primer listado de 1.216 empresas incluidas en el sector sanitario. Este listado se confeccionó, seleccionando datos de empresas de distintas fuentes solventes:

- De fuentes e investigaciones propias.
- De autoridades nacionales y autonómicas.
- Del Registro Mercantil Central.
- De Fenin.
- Del Club de Exportadores e Inversores.
- De Internet y de otras fuentes públicas.
- De publicaciones especializadas.
- De bases de datos empresariales.

Una vez recopiladas todas las fuentes, estas empresas de la lista se filtraron con los siguientes criterios:

- Que estuviesen operativas y en activo.
- Que no hubiese duplicidades por distintas denominaciones, nombres de empresa, marcas, grupos, etc.
- Que perteneciesen al sector de Tecnología y Equipamiento Hospitalario.

- Que tuviesen, al menos, uno de estos perfiles: fabricante, distribuidor, agrupador y/o exportador.
- Que tuviesen depositadas las cuentas anuales en el Registro Mercantil Central. Es decir, se seleccionaron aquellas empresas que tienen presentadas y depositadas oficialmente sus cuentas, al menos hasta 2003. Tratándose de un sector cuyo primer comprador es el sector público, este criterio era relevante.
- Que hubiese información disponible para obtener datos adicionales.

El filtrado de esta lista dio como resultado una base de datos del sector (BDS) compuesta de una selección del núcleo principal: 718 empresas “activas”.

Tabla 36.

EJERCICIO	BALANCE DISPONIBLE	Nº empresas	%
2006		2	0%
2005		519	72%
2004		174	24%
2003		12	2%
<2003		7	1%
NO		4	1%
TOTAL		718	100%

La investigación posterior recomendó mantener algunas empresas que no cumplían el requisito de depósito de cuentas hasta 2003, pues se en-

tendía que había que considerarlas. No obstante su peso es tan solo del 1,6% del total.

ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS

Al mismo tiempo que se elaboraba esta base de datos del sector, se comenzó a trabajar en la elaboración de un Cuestionario para el trabajo de campo. Posteriormente se elaboró una Adaptación para el envío por correo electrónico a aquellas empresas que no hubiesen sido entrevistadas presencialmente y que tuviesen una dirección válida de correo en Internet.

El contenido del Cuestionario se dividía en 4 grandes áreas:

- 1. Perfil de Empresa.** Seis preguntas sobre localización, sectores, fabricación y productos.
- 2. La Empresa frente a la exportación.** Catorce preguntas sobre exportación: enfoque, áreas geográficas, países y áreas con potencial, tecnología, barreras, valoración de las actuaciones y organismos de promoción.
- 3. Otras cuestiones relevantes.** Seis preguntas sobre RRHH, Formación e I+D+i.
- 4. El Sistema Sanitario español.** Siete preguntas sobre el Sistema Nacional de Salud (SNS) y DAFO de la empresa para competir en el exterior:

De las treinta y tres preguntas que incluía el cuestionario, veintiséis eran de índole cuantitativa, con respuesta cerrada y alternativas sugeridas. Muchas de estas preguntas incluían a su vez sub-preguntas que profundizaban en el tema. Siete de las preguntas eran abiertas, más valorativas y cualitativas, sobre las bondades y defectos del SNS, sobre el DAFO de la empresa para la exportación y sobre las sugerencias para ayudar a las empresas a exportar e internacionalizarse.

En la adaptación del cuestionario para el envío por correo electrónico se decidió no incluir el apartado 4, "El Sistema Sanitario Español", es de-

cir, las preguntas de la 27 a la 33. La razón por la que se decidió no incluir estas cuestiones era porque se trataba de preguntas abiertas, de índole cualitativa y de cierta confidencialidad, sobre el Sistema Sanitario y sobre el análisis DAFO de la empresa. Eran más adecuadas para la entrevista presencial, pero de más difícil contestación en frío y para enviar por Internet. Otra razón importante era tratar de reducir la longitud del cuestionario para envío por correo electrónico. La experiencia demuestra que el índice de respuesta disminuye cuánto mayor es el número de preguntas.

TRABAJO DE CAMPO

A partir de la selección de 718 empresas activas, se procedió a elaborar una muestra representativa de esta selección. El objetivo era contactar con todas las empresas posibles, para que tuviesen oportunidad de participar en el estudio, lo cual se ha cubierto con creces.

Adicionalmente, estaba previsto entrevistar entre 130 y 170 empresas, para entrevistar a una muestra de, al menos, el 20% de la selección.

Finalmente se han entrevistado a 175 empresas, (de las que se han elaborado 183 cuestionarios, ya que en algunas empresas contestaron dos ejecutivos distintos por dos canales distintos), lo que representa un 24% del total de empresas del sector. Sin embargo, si se tiene en cuenta el volumen de facturación de las empresas entrevistadas representarían un 44% del total de

Tabla 37.

PROCEDENCIA CUESTIONARIOS	Sector	%
Entrevista presencial feria Arab Health	41	22%
Entrevista presencial sede empresa	96	52%
Canal presencial	137	75%
Entrevista personal por teléfono	15	8%
Entrevista recibida canal correo-e	31	17%
Otros canales	46	25%
TOTAL CUESTIONARIOS ESTUDIO	183	100%

las ventas del sector y un 48% de las ventas agregadas, si se incluyeran los otros negocios en otros sectores.

Por lo tanto, se puede afirmar que las conclusiones de este estudio están avaladas por las opiniones de los responsables de las empresas que suponen casi la mitad del volumen de las ventas.

Una vez concluido el presente estudio, éste ha sido objeto de una detenida lectura y análisis por parte del Club de Exportadores e Inversores y de Fenin. En ningún caso se han introducido modificaciones sobre los datos que aporta el estudio y sus conclusiones, pero estas lecturas sí han llevado a completar algunos aspectos de carácter general.

federación española
de empresas de
fenin **TECNOLOGÍA SANITARIA**

Juan Bravo, 10, 3º • 28006 Madrid
Tel.: 91 575 98 00 • Fax: 91 435 34 78
fenin@fenin.es • www.fenin.es



Club de Exportadores
e Inversores Españoles

Príncipe de Vergara 203, esc. izq., 2º dcha. • 28002 Madrid
Tel.: 91 515 97 64 • Fax: 91 561 33 67
club@clubexportadores.org • www.clubexportadores.org



españa,
technology
for life.

Patrocinado por ICEX
www.spainbusiness.com

Indice