



Informe Perspectivas

Julio 2010

KPMG EN ESPAÑA

El **Informe Perspectivas** es un informe semestral realizado por KPMG que recoge la opinión de directivos españoles sobre la situación económica actual y sus perspectivas a corto y medio plazo. En cada número se analizan distintos aspectos de la gestión empresarial en función de la coyuntura de mercado.

Esta segunda edición se basa en una encuesta realizada en dos oleadas, una entre febrero y marzo, y la otra entre mayo y junio de 2010, en la que se analiza la evolución de las opiniones de los directivos de los tres últimos trimestres e incluye también un análisis de los ajustes efectuados por las empresas españolas durante el año 2010 y los cambios que podrían influenciar más en la actividad de las empresas. En este número se ha contado con la opinión de más de 450 directivos.

La elaboración de la presente encuesta ha coincidido con un periodo en el que se han realizado grandes ajustes estructurales. A pesar de que en el primer trimestre del año algunos datos como el PIB eran más positivos, el aumento del déficit, la bajada de rating de la deuda española, el riesgo de contagio de la crisis griega y el incremento del paro hicieron que durante el segundo trimestre el gobierno anunciara y pusiera en marcha medidas de recorte del déficit y planes de austeridad del gasto público. Asimismo, el sistema financiero está inmerso en un proceso de reestructuración.

Perspectivas económicas

En el primer trimestre de 2010 el PIB español empezó a crecer obteniendo un 0,5% sobre el último trimestre de 2009. La destrucción de empleo no se detuvo, alcanzó la tasa del 20,05% al cierre de marzo, pero frenó su ritmo de caída. Estos datos más positivos ayudaron a que la percepción sobre la situación económica mejorara en este periodo. La crisis griega y las noticias constantes sobre los desequilibrios de la economía española y de otros países europeos junto con los anuncios de grandes ajustes y reestructuraciones hicieron que la percepción volviera a empeorar en el segundo trimestre del año actual.

Según los directivos encuestados, la valoración de la situación de la economía era mucho mejor en el primer trimestre del año 2010 que en el segundo. Un 14% de los encuestados en el mes de febrero y marzo indicaron que la situación económica era buena y un 48% que la situación era mala o muy mala. Los acontecimientos acaecidos durante el segundo trimestre han hecho que la valoración sobre el entorno económico español empeorara. El 87% de los encuestados entre mayo y junio opinaron que el escenario económico era malo o muy malo. En ese segundo trimestre sólo un 1% opinaba que la situación era buena. La valoración en el segundo trimestre de 2010 cayó a unos niveles parecidos a los del cierre de 2009. **Gráfico 1.**

En cuanto a las perspectivas de mejora del entorno en 6 meses, durante el primer trimestre del año se observó una leve mejoría de las expectativas pasando del 32% al 28% de los encuestados en valorar que la economía empeorará en ese periodo. Esta valoración dio un giro durante el segundo trimestre del año al contestar un 38% de los encuestados que sus perspectivas sobre la situación económica en seis meses era peor o mucho peor. **Gráfico 2.**

Gráfico 1

Valoración de la situación actual de la economía española

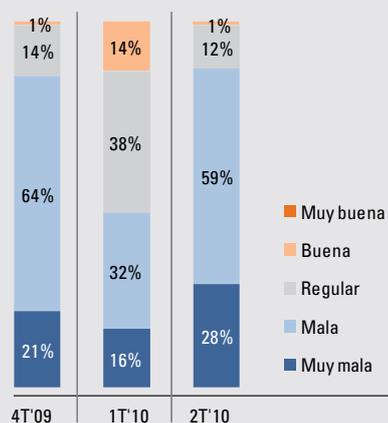
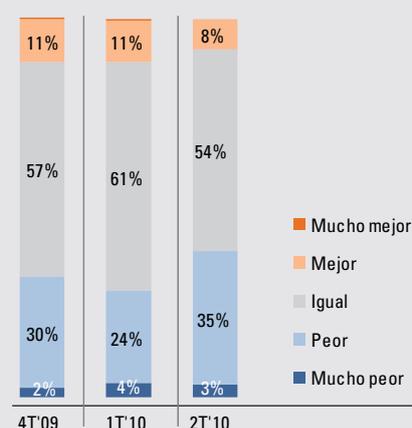


Gráfico 2

Perspectivas de la situación económica española en 6 meses



Durante el primer trimestre de 2010, un 14% de los encuestados era optimista sobre la situación de la economía española a un año, en el segundo ese optimismo ascendió a un 37%. **Gráfico 3.** Pese a que en el segundo trimestre los directivos sentían que la economía española estaba mal y no veían muy probable que mejorara en 6 meses, tenían muchas expectativas de que la situación mejorara en un año.

El 40% de los directivos encuestados entre febrero y marzo esperaban que las ventas netas de 2010 crecieran con respecto a 2009. Este porcentaje descendió ligeramente en el segundo trimestre, cuando los ejecutivos habían visto la evolución de sus empresas y sectores en los 5-6 primeros meses del año. El número de encuestados que estimaron que sus ventas disminuirán también se redujo pasando del 37% en

el primer trimestre al 34%. **Gráfico 4.** Pese a la reducción del porcentaje de encuestados que estimaron en el segundo trimestre que sus ventas netas crecerán en 2010, hubo un incremento en el porcentaje de ejecutivos que opinaron que su crecimiento superaría el 5%. **Gráfico 5.**

Gráfico 3
Perspectivas de la situación económica española en 1 año

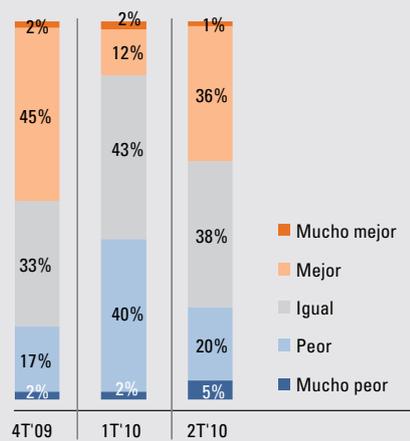


Gráfico 4
Perspectivas de crecimiento de las ventas netas en 2010 con respecto a 2009

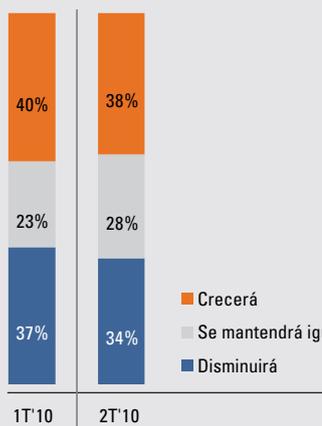
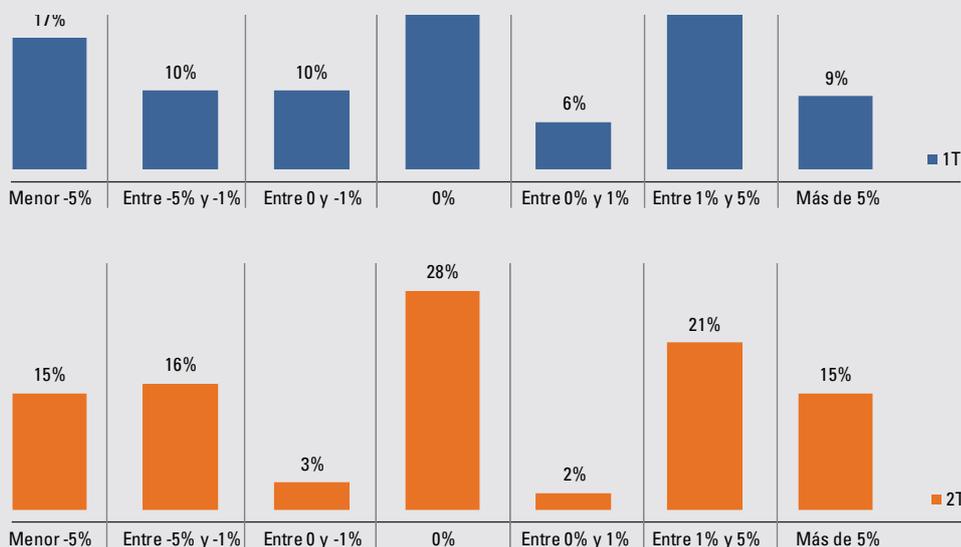


Gráfico 5
Perspectivas de crecimiento de las ventas netas en 2010 con respecto a 2009



71%

DE LOS DIRECTIVOS
ENCUESTADOS REALIZARÁN
AJUSTES EN 2010

En la encuesta realizada en el último trimestre de 2009, el 50% de los encuestados expusieron que realizarían ajustes en sus empresas en 2010. El 71% de los directivos encuestados en 2010 comentaron que realizarán o han realizado cambios durante el año.

Gráfico 6.

Mientras que en 2009 el ajuste más ejecutado era la reducción de plantilla, un 46%, en 2010 ha sido la reducción de costes. Un 26% de los directivos encuestados en el primer trimestre y un 24% de los encuestados en el segundo, realizaron reducciones de plantilla. Un descenso en el número de empresas reduciendo el número de empleados ha ayudado a que la tasa de paro no se incremente a ritmos similares a los de 2009. **Gráfico 7.**

Gráfico 6

Realización de ajustes empresariales en 2010

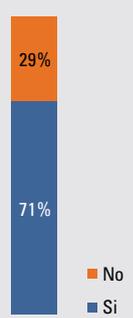


Gráfico 7

Ajustes realizados en 2010



Hay cambios en el entorno que influyen directamente en la evolución de las empresas. Estos cambios pueden generar tanto oportunidades como perjuicios en la marcha de los negocios. Para más del 27% de los encuestados, las modificaciones en la regulación son los cambios que más afectan a su negocio. Para un 25% de los encuestados el cambio en los hábitos de consumo es también estratégico. Dentro de otras opciones recalcan la evolución del entorno económico como muy relevante. **Gráfico 8.**

La variabilidad en los hábitos de consumo afecta fuertemente también al crecimiento de las empresas. En un contexto como el actual, los factores que condicionan la compra de productos en los consumidores cambia. Para estos el precio de los productos es siempre uno de los factores de compra más decisivos, pero en época de crisis esa sensibilidad es aún mayor. Según más del 50% los directivos encuestados, durante los dos trimestres del año la sensibilidad al precio era el factor más determinante de sus

clientes. Otros factores importantes, pero según los datos más secundarios, eran en el primer trimestre la confianza y la calidad de los productos. Durante el segundo trimestre, estos agentes cambiaron. La confianza seguía siendo el segundo factor y el servicio se imponía por encima de la calidad.

Gráfico 9.

Gráfico 8

Opinión sobre los cambios que afectará más al negocio

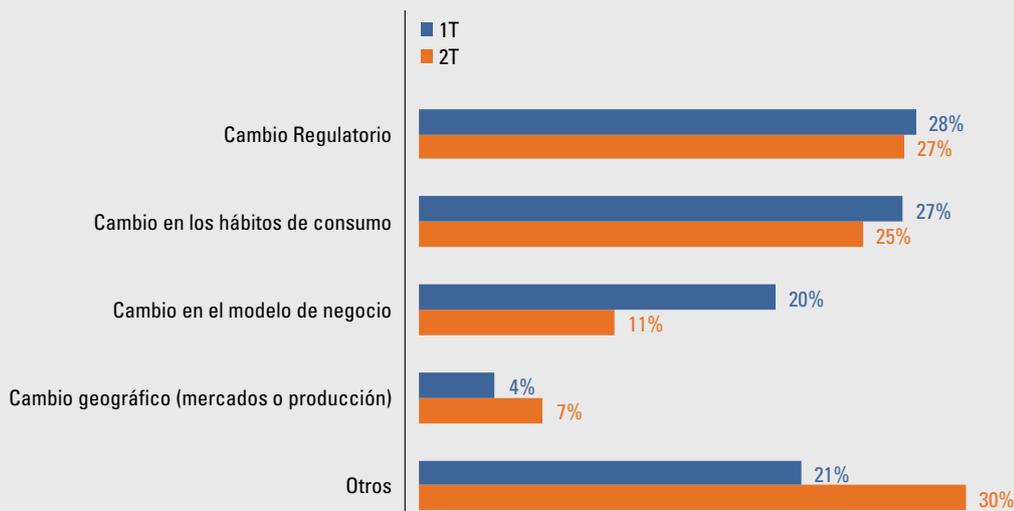
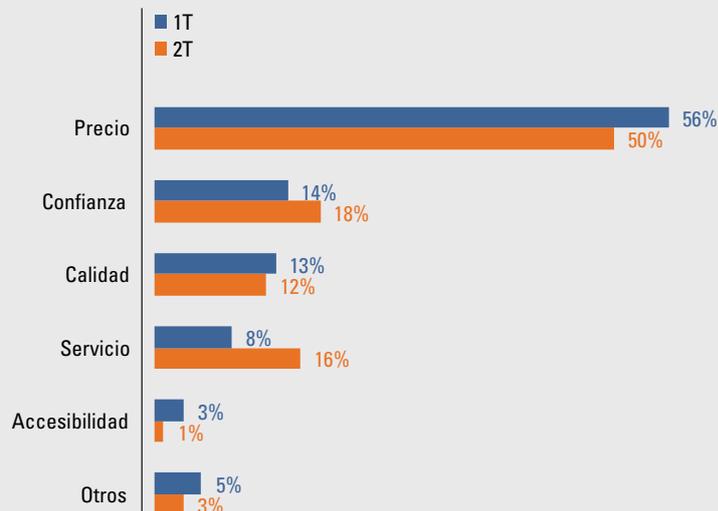


Gráfico 9

Valoración de los factores a los que los consumidores van a ser más sensibles



Perspectivas sectoriales

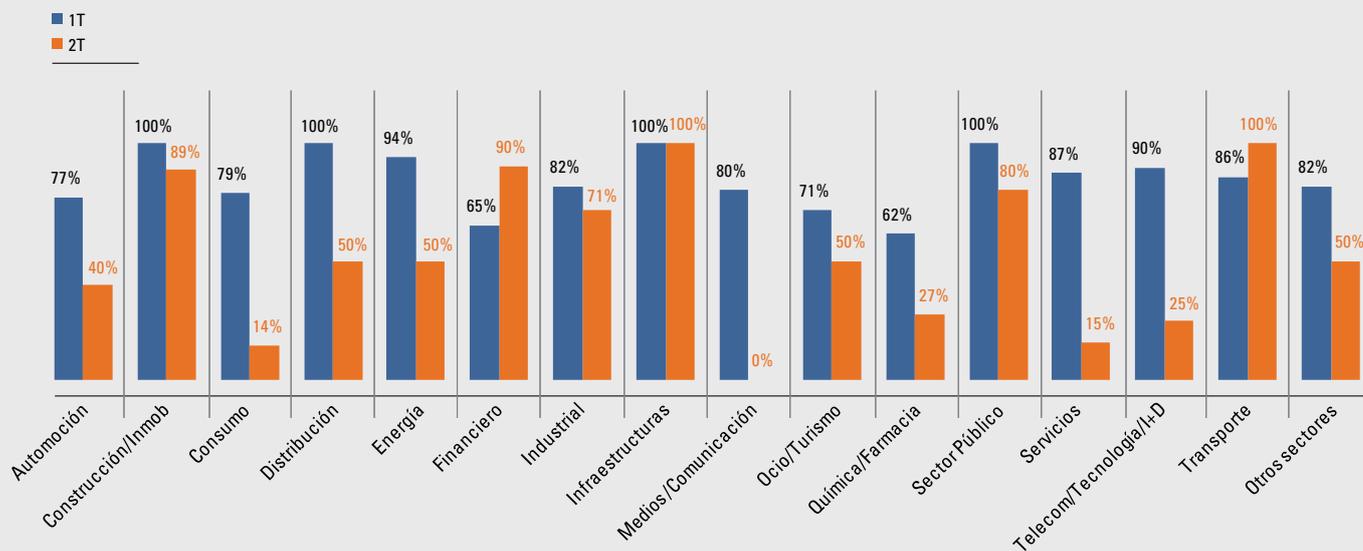
La crisis económica ha afectado de manera desigual a los distintos sectores. Esto ha hecho que el contexto al que se han tenido que enfrentar las empresas y las herramientas con las que contaban hagan que su evolución sea dispar.

En el primer trimestre del año, más del 62% de los directivos encuestados de todos los sectores opinaban que la situación de su sector era mala o muy mala. Los sectores en los que se percibía en el segundo trimestre un mayor deterioro del escenario eran en el sector financiero y en el transporte. El sector financiero especialmente en ese

periodo ha vivido reestructuraciones, ajustes y fusiones motivo por el 90% de los directivos del sector opinaron que la situación del mismo era malo o muy malo. **Gráfico 10.**

Gráfico 10

Porcentaje de encuestados que opinan que la situación de su sector en España es mala o muy mala



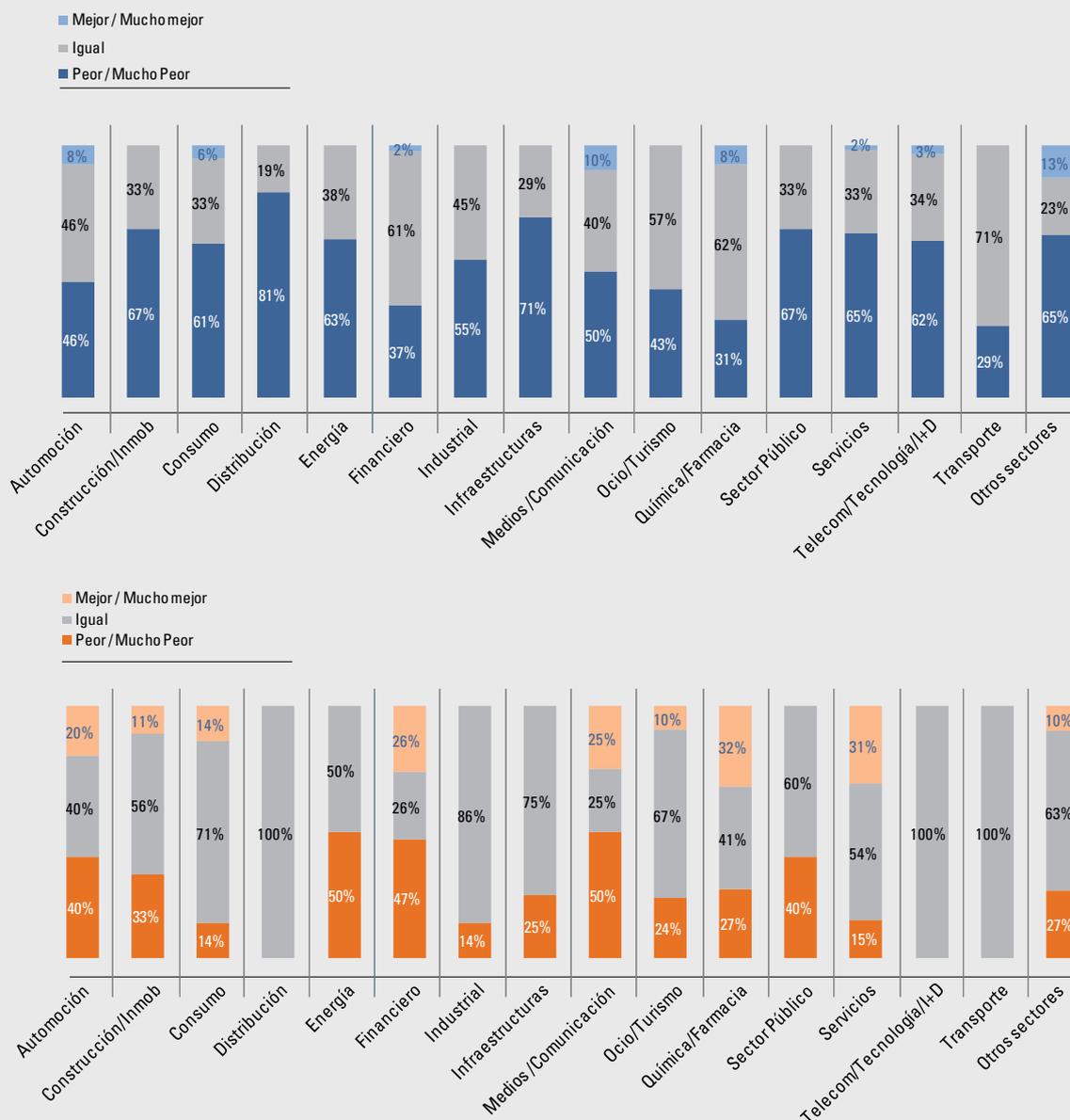
EL 90% DE LOS DIRECTIVOS DEL SECTOR FINANCIERO OPINARON QUE LA SITUACIÓN DEL MISMO ERA MALA O MUY MALA

Durante el primer trimestre del año, los ejecutivos que mayores perspectivas tenían de mejora de la situación de su sector en 6 meses eran medios y comunicación (10%) junto con el agrupado de otros sectores (13%). En el segundo trimestre, las perspectivas para la evolución sectorial a corto plazo

mejoraron. Los sectores que mayor incremento de optimismo tuvieron fueron el sector servicios, con un aumento de los encuestados que valoraban positivamente la evolución en un 29%, y los sectores química/farmacia y financiero en un 24%. **Gráfico 11.**

Gráfico 11

Perspectivas de la situación del sector en 6 meses

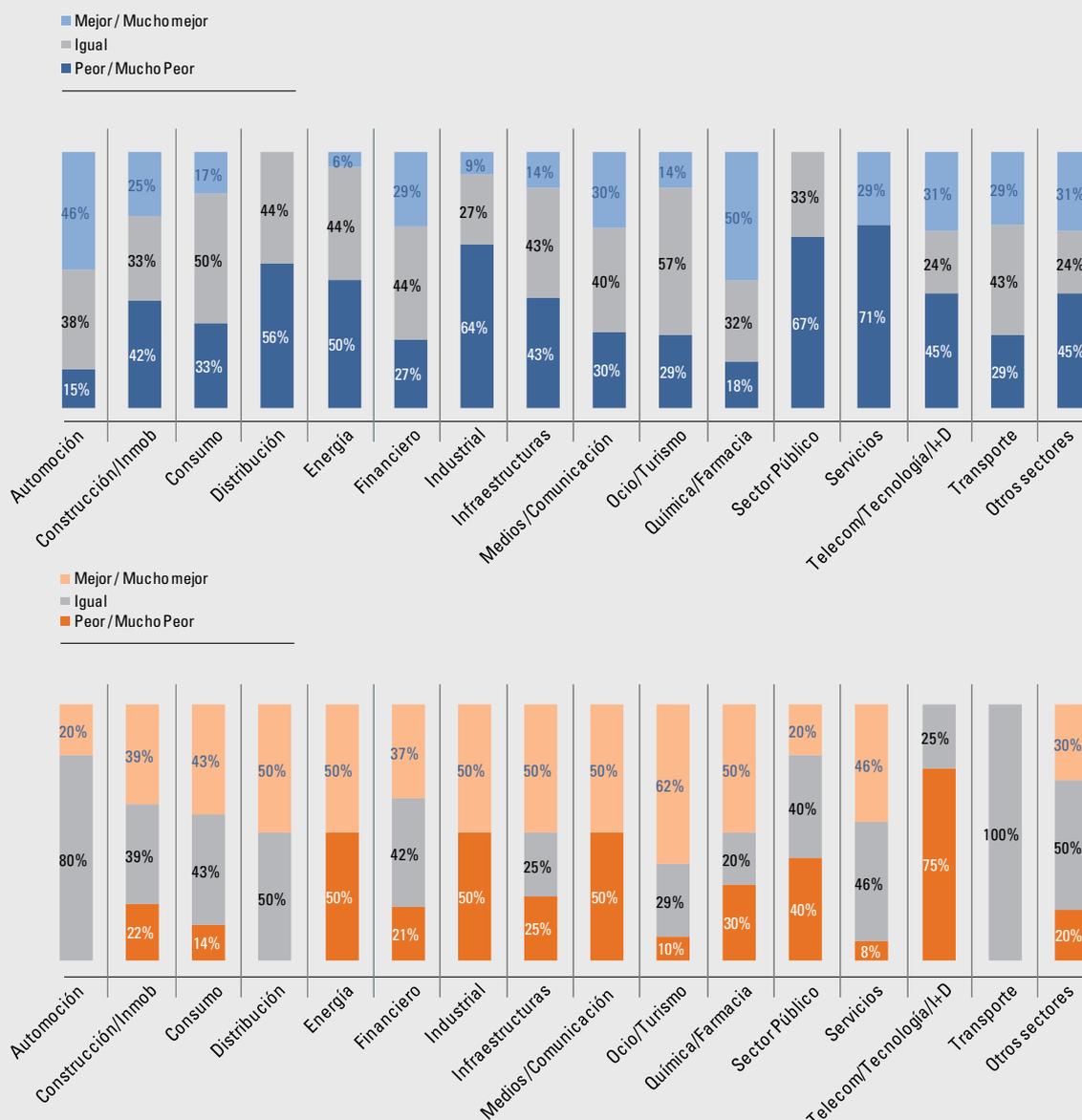


En cuanto a las perspectivas a un año, casi la mitad de los encuestados de los sectores de química/farmacia y automoción opinaban en el primer trimestre del año que a principios de 2011 la situación de sus sectores será mejor o mucho mejor que la de principios de 2010. Los más pesimistas eran los directivos del sector servicios y de distribución. Las perspectivas a un

año de este último sector cambiaron. En el segundo trimestre, un 50% de los ejecutivos del sector distribución comentaron que sus perspectivas para mediados de 2011 mejoraban. Los encuestados en mayo y junio más pesimistas eran los directivos del sector automoción y el sector público, que tan sólo un 20% veía mejoría. **Gráfico 12.**

Gráfico 12

Perspectivas de la situación del sector en 1 año



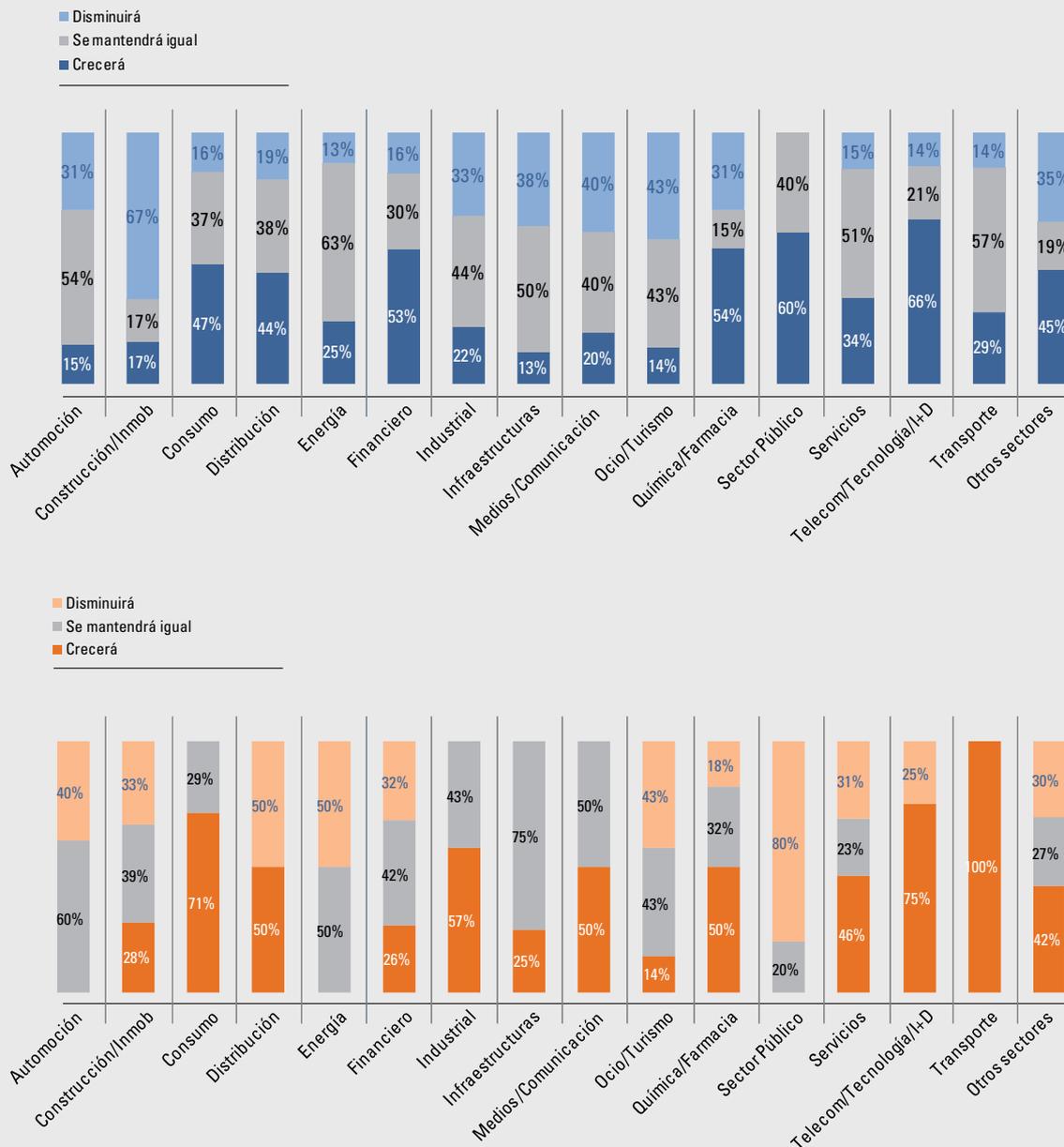
Pese a que el 90% de los directivos encuestados del sector de telecomunicaciones, tecnología e I+D opinaron que la situación de su sector está mal, el 66% en el primer trimestre y el 75% del segundo opinaron que las ventas netas de 2010 crecerán con respecto a 2009. Las perspectivas de crecimiento de ventas en el sector consumo también se incrementaron en

el segundo trimestre. Mientras que en la encuesta realizada entre febrero y marzo de 2010, el 47% de los ejecutivos consideraron un crecimiento en sus ventas, en la efectuada entre mayo y junio lo hacía el 71%. En el segundo trimestre, el 100% de los directivos del sector transporte estimaban un crecimiento en sus ventas netas del año.

Gráfico 13.

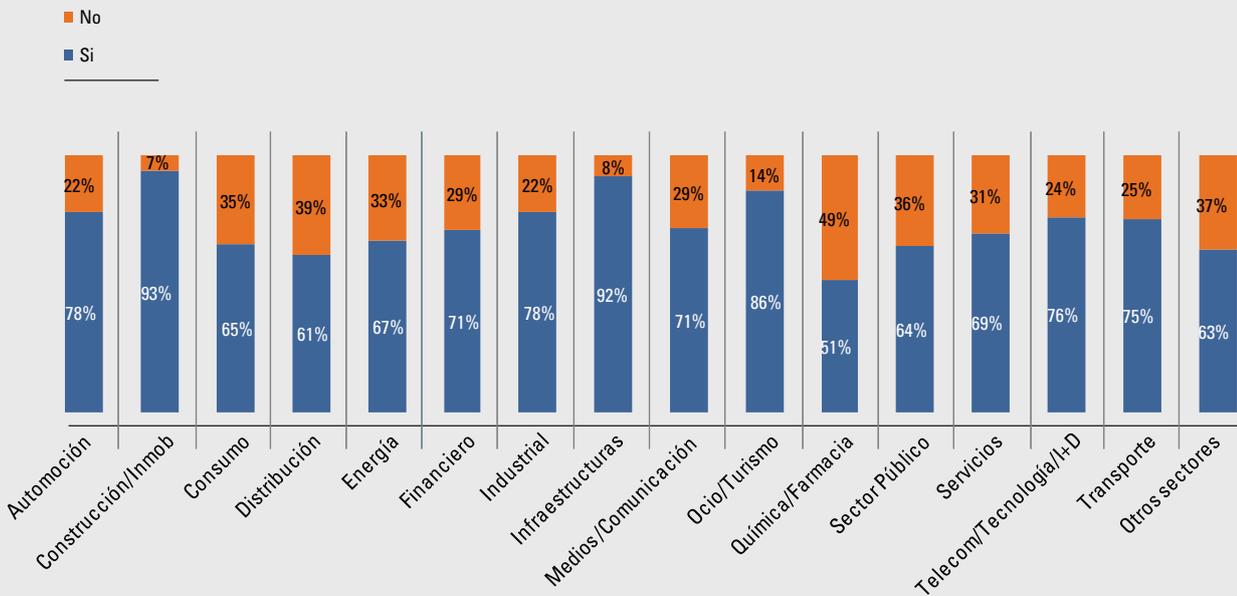
Gráfico 13

Perspectivas de crecimiento de las ventas netas en 2010 con respecto a 2009



Pero para poder obtener los resultados estimados, el 71% de las empresas han tenido que acometer ajustes. El sector que según los directivos ha realizado más ajustes es el de la construcción e inmobiliario, seguido del sector infraestructuras con un 92%. El sector químico/farmacéutico es el que menos ajustes ha realizado en 2010. **Gráfico 14.**

Gráfico 14
Realización de ajustes empresariales en 2010



EL SECTOR QUE MÁS AJUSTES HA REALIZADO HA SIDO EL DE CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIO, SEGUIDO DE INFRAESTRUCTURAS CON UN

92%



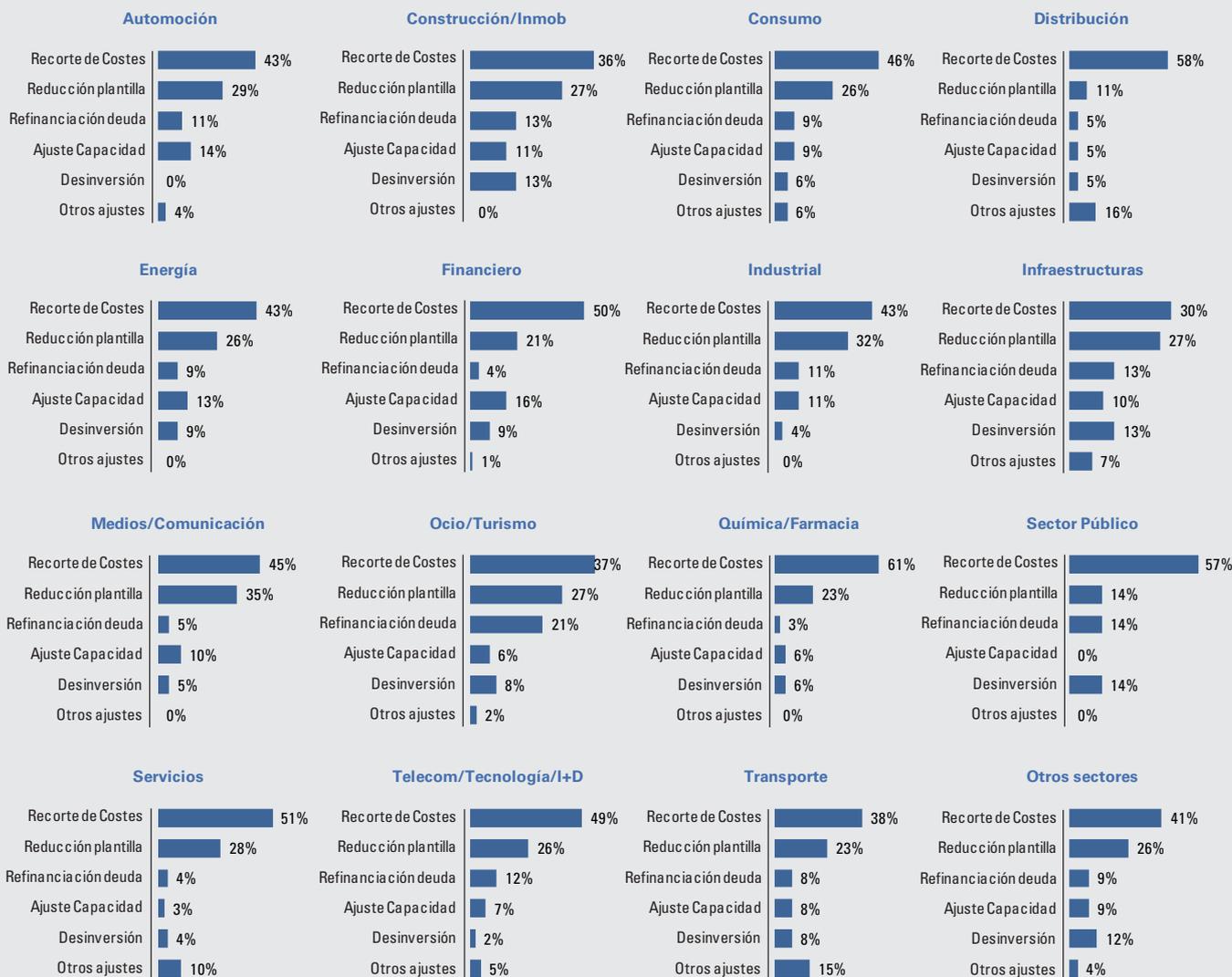


En 2010 el ajuste más realizado en todos los sectores, según datos de la encuesta, ha sido el recorte de costes seguido de la reducción de plantilla.

El sector de medios y comunicación junto con el industrial han sido los que más han ajustado el número de empleados, con un 35% y un 32% de los directivos señalándolo como ajuste realizado en el año. Los sectores que más han

acometido una refinanciación de deuda han sido el sector de ocio y turismo y el público, con un 21% y un 14% respectivamente. El ajuste de capacidad se ha realizado principalmente en el sector financiero (16%), en el de automoción (14%) y energía (13%), mientras que la desinversión se ha acometido especialmente en el sector público (14%). **Gráfico 15.**

Gráfico 15
Ajustes realizados en 2010



Las características de cada sector hacen que la sensibilidad a determinados cambios afecte de distinta manera a las empresas que lo componen. Los sectores

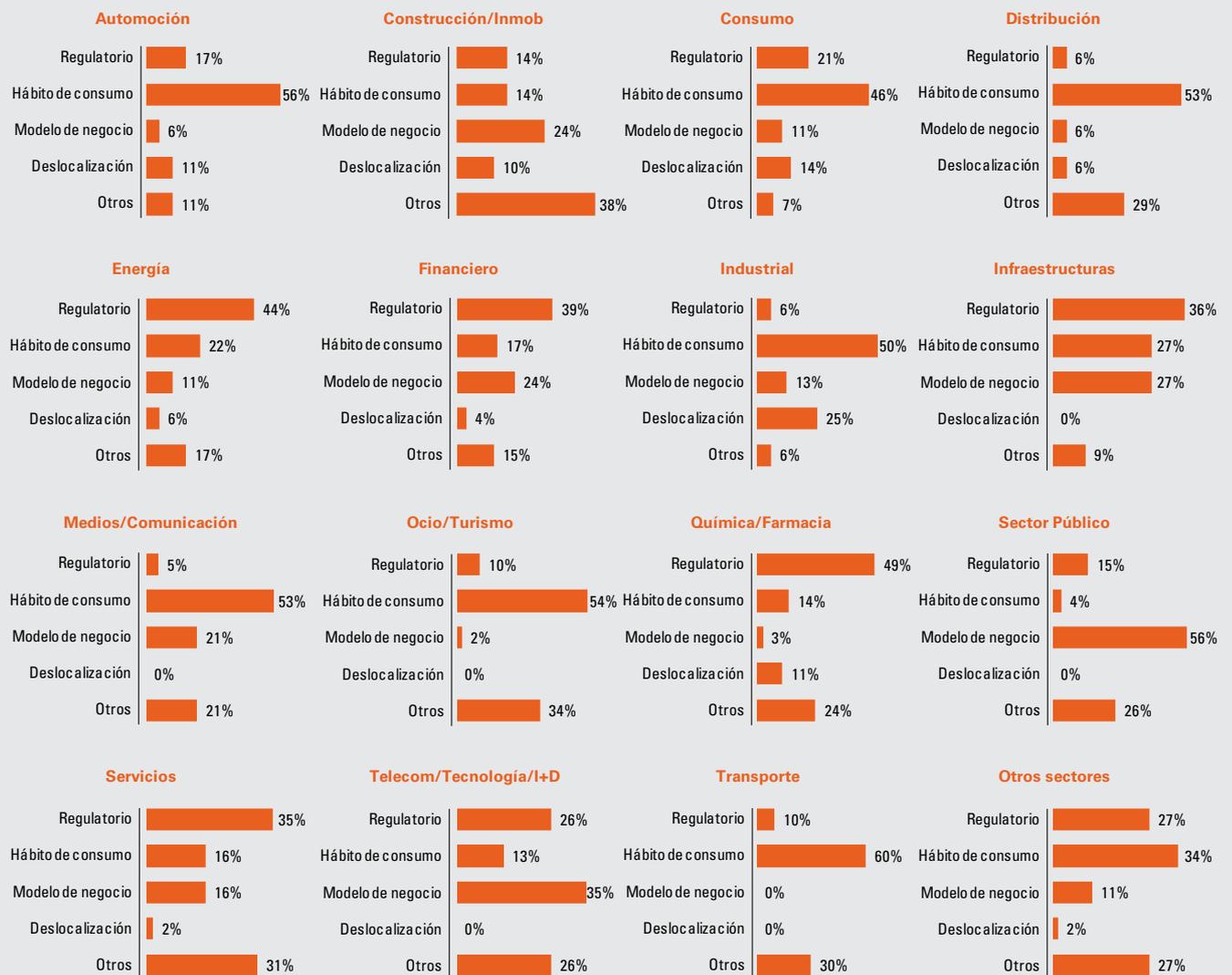
químico/farmacéutico, el energético y el sector de infraestructuras son los que mayor sensibilidad a un cambio regulatorio demostraron, con un 49%, 44% y 36% de sus directivos señalando

éste como un factor determinante. Para los sectores de consumo, distribución, ocio/turismo, comunicación, automoción y transporte el cambio que afecta más a su negocio es el giro en los hábitos de los consumidores. El 56% de los directivos encuestados del sector público identificaron el cambio en el modelo de negocio como la alteración que podía afectar más a su negocio. Aunque para

ninguno de los sectores parece que el cambio geográfico de mercado o de producción sea algo en lo que preocuparse actualmente, para más del 10% de los directivos del sector industrial, de consumo, química/farmacia y automoción, este cambio afectará mucho a su negocio. **Gráfico 16.**

Gráfico 16

Opinión sobre los cambios que afectarán más al negocio



En un contexto como el actual el precio y la confianza son los factores a los que más sensibles son los consumidores.

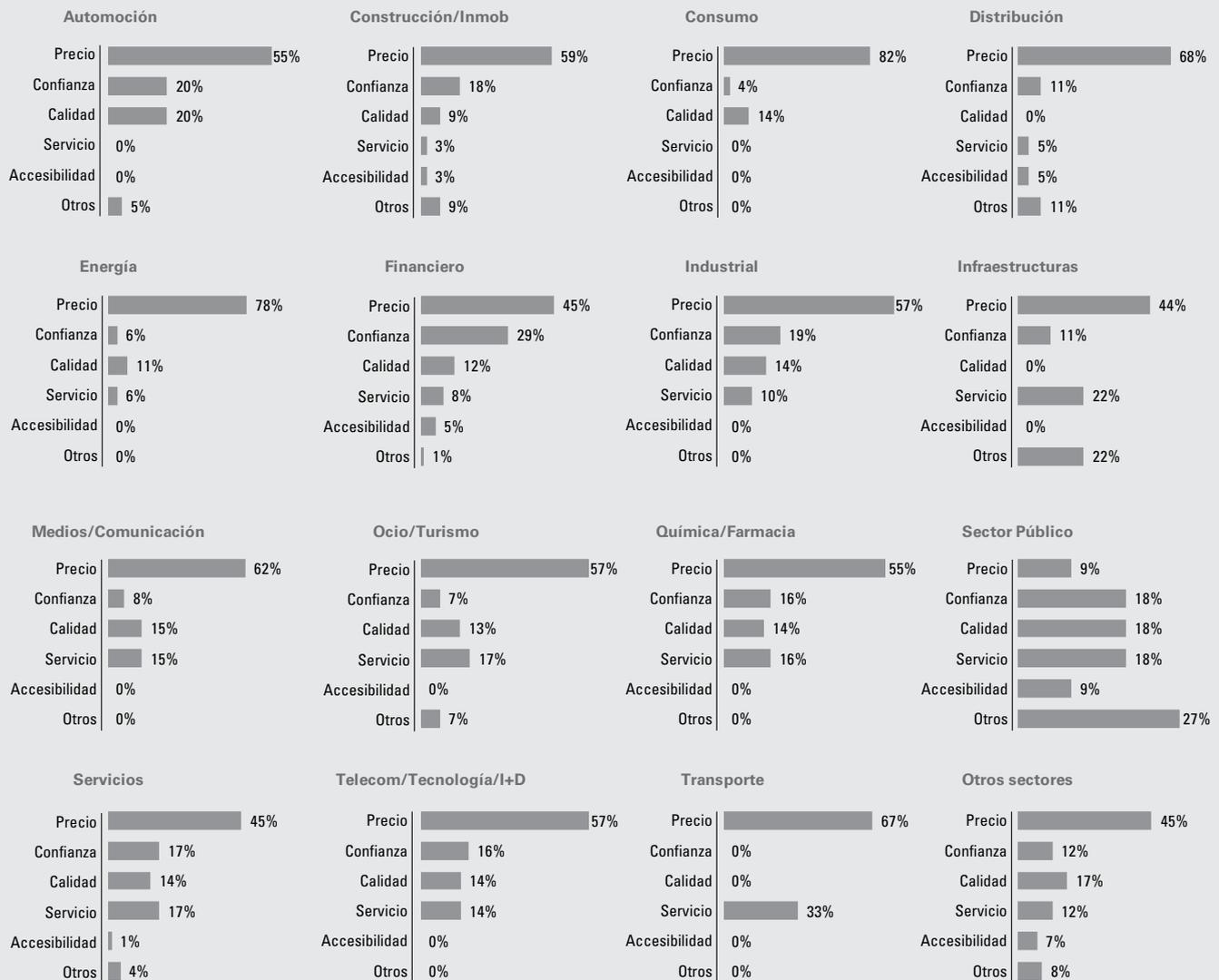
Para todos los sectores, excepto para los directivos del sector público, sus clientes son principalmente sensibles al precio. Para los directivos del sector público es más importante la confianza, la calidad o el servicio. Los sectores en los que la confianza pesa más, según sus

directivos, son el sector financiero y el de automoción. Asimismo, según el 20% de los encuestados del sector de automoción sus clientes son sensibles también a la calidad. En cuanto al servicio, el comportamiento de los clientes de los sectores de transporte, infraestructuras y ocio y turismo se mueve por el servicio ofrecido.

Gráfico 17.

Gráfico 17

Valoración de los factores a los que los consumidores van a ser más sensibles



Conclusiones

A medida que el año 2010 avanza los directivos encuestados valoran peor el estado de la economía española. A cierre de 2009, el 85% de los encuestados para el primer Informe Perspectivas opinaba que el entorno era malo o muy malo. En el primer trimestre de 2010 este número se redujo al 48% para luego en el segundo volver a aumentarse hasta llegar al 87%. Las perspectivas de empeoramiento de la coyuntura a 6 meses siguió la misma tendencia mientras que las expectativas a un año eran más optimistas, un 37% de los directivos cree que a mediados de 2011 la situación económica será mejor o mucho mejor.

En cuanto al estado de los sectores de actividad, los directivos del sector químico/farmacéutico y los ejecutivos del sector financiero eran los que mejor percepción tenían sobre su entorno, aunque la valoración de estos últimos empeoró en el segundo

trimestre. La percepción del estado de los sectores de consumo y servicio mejoró de un trimestre a otro.

A pesar de la valoración negativa sobre la situación económica, un 38% de los encuestados entre mayo y junio espera que su empresa tenga crecimiento de ventas netas positivas en 2010, y un 28% que se mantengan.

En el cuarto trimestre de 2009, el 50% de los encuestados indicaron que realizarían ajustes en 2010. A mediados del 2010 el 71% de las empresas habían implementado algún tipo de ajuste, según datos de la encuesta. El número de empresas que indicaron que habían reducido plantilla (46%) en 2009 era mayor que los que indicaban que en 2010 habían optado por esta reorganización, aproximadamente un 25%. A nivel sectorial, los directivos que indicaron que habían realizado menos ajustes eran los del sector químico/farmacéutico. El ajuste que

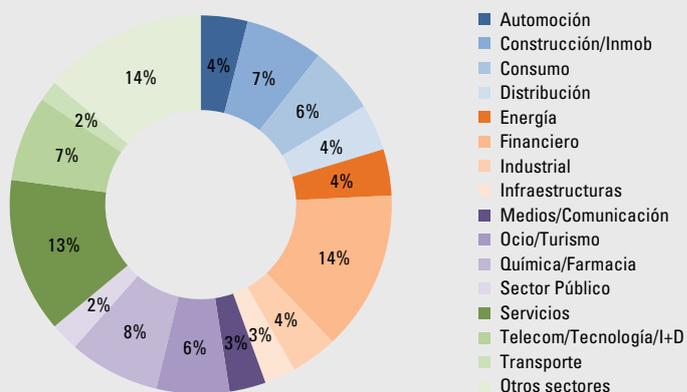
más se ha realizado en 2010 ha sido el de recorte de costes, ejecutado por casi la mitad de las empresas.

Dada la coyuntura actual, la mayoría de sectores están experimentando cambios regulatorios. Este es, según los encuestados, el cambio que más puede afectar a sus negocios. Para los sectores de la automoción, consumo, distribución, comunicación, ocio/turismo, transporte y otros, un cambio en el hábito de consumo es clave en la marcha de sus empresas.

En la encuesta realizada se les preguntó a los directivos por el factor al que sus clientes van a ser más sensibles y aproximadamente el 46% contestó que sus consumidores eran muy sensibles al precio.

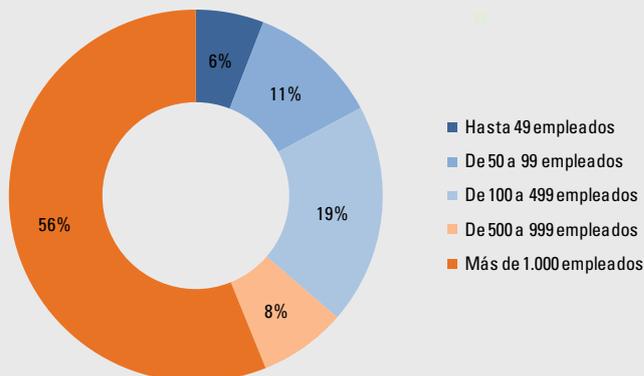
Muestra

Muestra por sectores



La encuesta incluye a 454 directivos que han sido agrupados en 16 sectores empresariales de actividad. El 56% de los encuestados trabaja en empresas con más de 1.000 empleados, mientras que el 61% factura más de 100 millones de euros. Los encuestados tienen un perfil de directivo (directores financieros, directores legales, directores generales y consejeros delegados).

Muestra por número de empleados de las empresas encuestadas

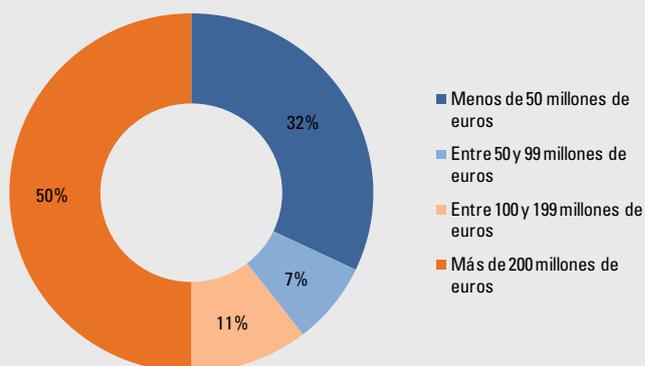


454
DIRECTIVOS

56%

TRABAJAN EN EMPRESAS CON
MÁS DE 1.000 EMPLEADOS

Muestra por facturación de las empresas encuestadas





La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

© 2010 KPMG, S.A., sociedad anónima española, es una filial de KPMG Europe LLP y miembro de la red KPMG de firmas independientes, miembros de la red KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International, sociedad suiza.