



TERCERA EDICIÓN

# Informe Perspectivas

[kpmg.es](http://kpmg.es)

**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 tercera edición se basa en una encuesta realizada en dos oleadas, una entre julio y septiembre, y la otra entre octubre y diciembre de 2010, en la que se analiza la evolución de las opiniones de los directivos en los cinco últimos trimestres, los ajustes efectuados por las empresas españolas en el año 2010 y los cambios que podrían afectar al funcionamiento de sus empresas en 2011. En el informe también se incluye un análisis sectorial de los resultados. En este número se ha contado con la opinión de más de 215 directivos.

Durante la elaboración de la presente encuesta el Gobierno español, presionado por los mercados internacionales y los datos macroeconómicos, ha continuado poniendo en marcha medidas de recorte del déficit, planes de austeridad del gasto público y ha dado término a algunas medidas de estímulo. Desde mayo se adoptaron medidas para cumplir con los compromisos de la Unión Europea por lo que el tejido empresarial y social empezó en este periodo a absorber dichos recortes, influyendo en la evolución económica del país.

El PIB español después de el tercer trimestre del 2010 se estancó creciendo

a un ritmo del 0,2% interanual. El paro sigue siendo uno de los mayores problemas del país con una tasa que asciende en el cuarto trimestre del año al 20,33% hasta un total de 4.696.000 desempleados.

La bolsa española sufrió una gran volatilidad en 2010 con una variación entre el máximo y mínimo del 38%, y cerró el año con una caída aproximadamente del 17%. Los continuos anuncios de bajada de rating de la deuda española así como la desconfianza sobre la economía del país dispararon el diferencial de la deuda pública española con respecto a la alemana que marcó máximos históricos. También la crisis griega, seguida por la irlandesa, contribuyó a la desconfianza sobre la reestructuración de economías como la española.

2011 será un año en el que las medidas de ajuste deberán empezar a reflejarse en los datos económicos del país, y otras reformas, como la de pensiones, se aprobarán para restablecer la confianza de los mercados.

Todos estos factores se ven reflejados en las perspectivas y valoraciones de los empresarios encuestados en el segundo semestre de 2010.

## Perspectivas económicas

2010 ha sido para España un año con grandes ajustes económicos. Aunque la tasa de paro ha disminuido ligeramente desde el primer trimestre del año, un 0,26%, ésta ha alcanzado en el tercer trimestre el 19,79%. El PIB español empezó 2010 con un crecimiento interanual del 0,5% en el primer trimestre, aunque el crecimiento volvió a decelerarse en el tercer trimestre, con un incremento del 0,2%.

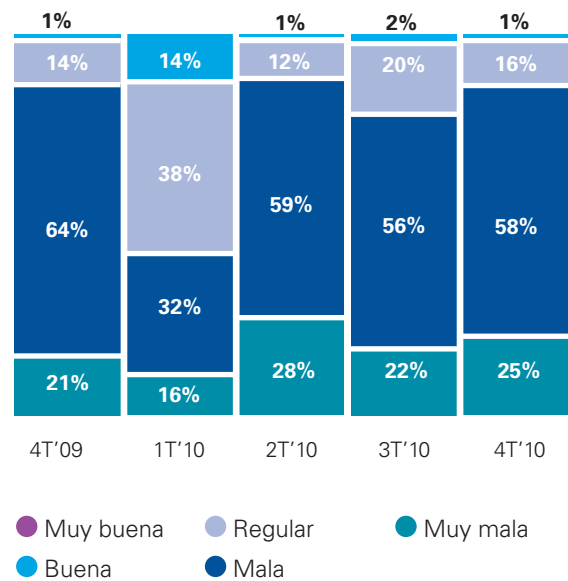
Los vaivenes del mercado, así como de la confianza, se han notado en la valoración que los encuestados han realizado de la situación de la economía. Los datos económicos ligeramente positivos del primer trimestre se reflejaron en que el 14% de los encuestados consideró entonces la situación económica como buena. La crisis griega y las noticias de los constantes desequilibrios de la economía española así como los primeros anuncios de ajustes hicieron que ese 14% cayera a un 1% en el trimestre siguiente y que un 87% de los encuestados pensara que la situación era mala o muy mala. Tras un verano en el que el paro no siguió cayendo y la actividad económica se activó ligeramente en especial por el efecto estacional, los datos sobre el sentimiento de la situación empezaron a mejorar ligeramente para luego volver a los niveles anteriores también influenciados por la crisis irlandesa y portuguesa. **Gráfico 1.**

La economía española a corto plazo tiene que absorber el efecto contractivo de las medidas implementadas por el Gobierno, motivo por el que un 64% de los encuestados cree que la situación va a ser igual dentro de seis meses; un porcentaje pequeño, el 6%, espera que a mediados de 2011 la situación haya mejorado. **Gráfico 2.**

2011 va a ser un año en el que a nivel económico deberán empezar a moderarse los desequilibrios y avanzar en las reformas estructurales. A pesar del gran esfuerzo que eso implica, la encuesta refleja un ligero optimismo en cuanto a las perspectivas a un año. El 28% de los encuestados cree que a finales de 2011 la situación económica en España habrá mejorado, el 22% cree que habrá empeorado y el 50%

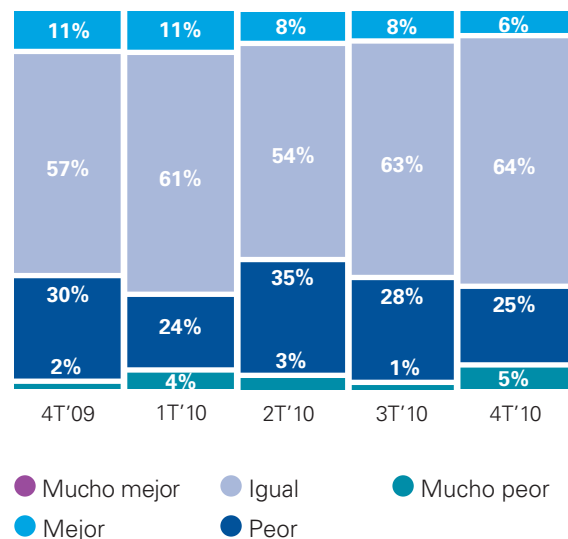
**Gráfico 1**

Valoración de la situación actual de la economía española



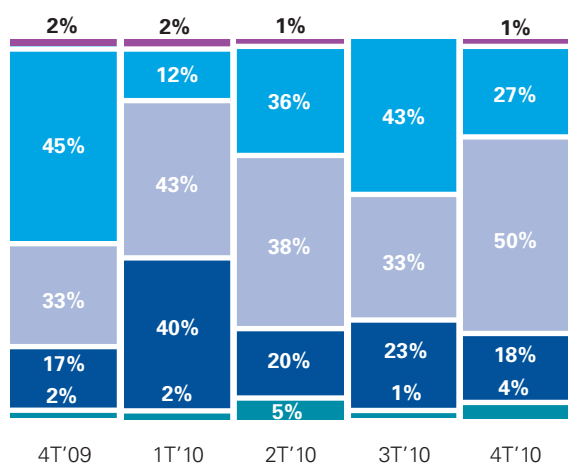
**Gráfico 2**

Perspectivas de la situación económica española en 6 meses



**Gráfico 3A**

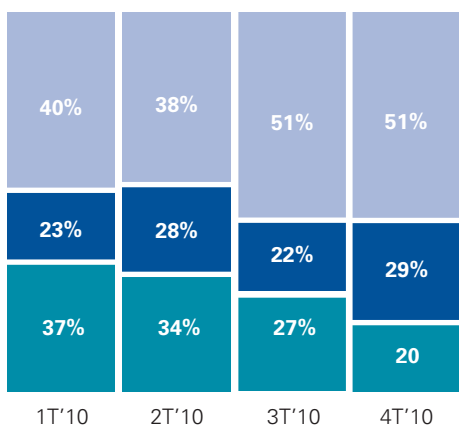
Perspectivas de la situación económica española a 1 año



● Mucho mejor    ● Igual    ● Mucho peor  
● Mejor    ● Peor

**Gráfico 4**

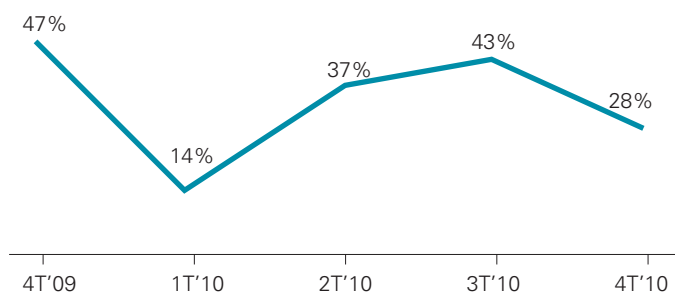
Perspectivas de crecimiento de las ventas netas en 2010 con respecto a 2009



● Crecerá    ● Se mantendrá igual    ● Disminuirá

**Gráfico 3B**

Porcentaje de encuestados cuyas perspectivas sobre la situación económica a un año son mejores que las actuales



cree que se mantendrá como en la actualidad. **Gráfico 3A.** El optimismo sobre la evolución económica a un año también ha variado entre trimestres pasando del 14% en el primer trimestre, al 37% en el segundo, el 43% en el tercero para acabar el último trimestre con una perspectiva más pesimista. **Gráfico 3B.**

Mientras que la percepción de la situación económica se vio empeorada a lo largo del año, las perspectivas de crecimiento de las ventas en 2010 fueron creciendo a medida que pasaban los meses. En el cuarto trimestre, el 51% de los encuestados espera que los datos de ventas al final de año sean positivos. Sólo un 20% de la muestra opina que sus ventas decrecerán. **Gráfico 4.**

## Según los directivos, los consumidores siguen siendo sensibles principalmente al precio más que al servicio y la calidad.

Realizando una media de las expectativas de crecimiento, en el primer trimestre del año se esperaba un aumento de las ventas netas del 0,06%. Este dato mejoró a medida que llegaba el cierre de año pasando por el 0,15% en el segundo trimestre y el 0,84% en el tercero, para acabar en el 1,09% de media en el cuarto trimestre. En este último trimestre las expectativas de crecer en ventas netas más de un 5% aumentaron con respecto al trimestre anterior, mientras que las de crecer entre un 1% y un 5% disminuyeron en 11 puntos porcentuales. **Gráfico 5.**

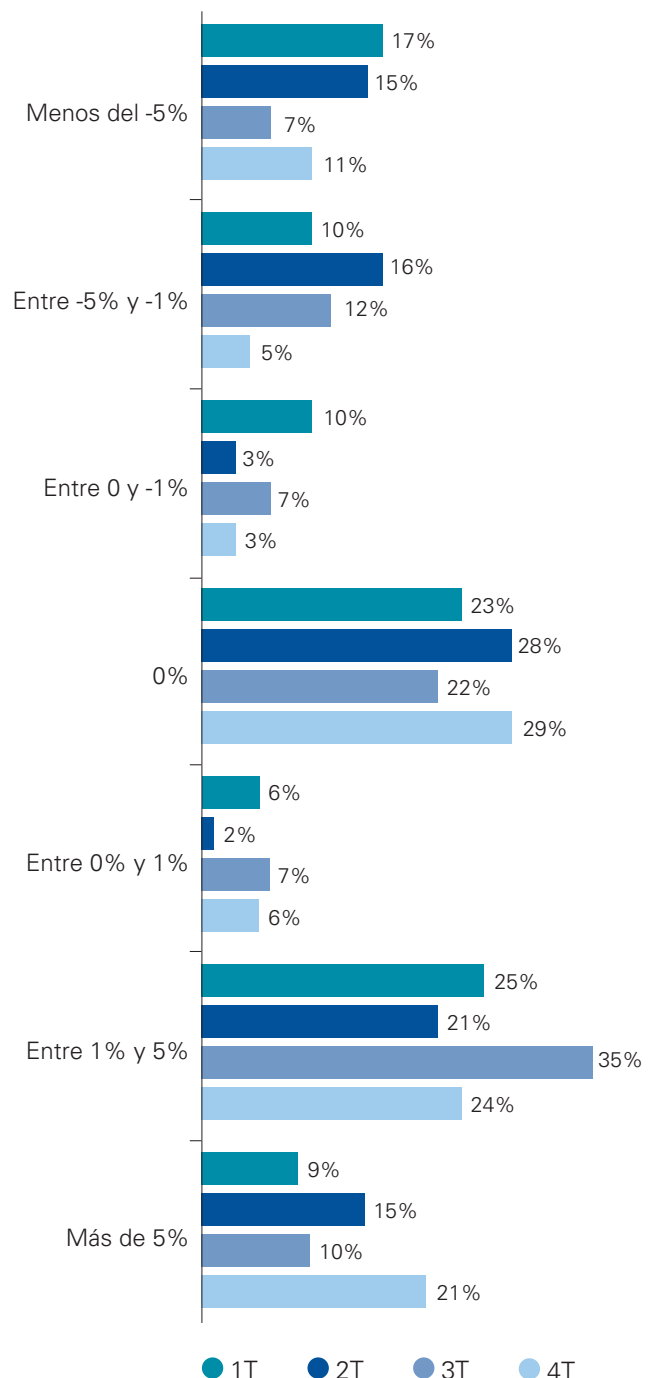
Las empresas españolas siguen llevando a cabo procesos de ajuste para poder combatir los efectos de la crisis que continúa azotando. Aproximadamente el 73% de los encuestados realizó ajustes empresariales en 2010. **Gráfico 6.** La mayor parte de estos ajustes fueron dirigidos a recortar costes y reducir plantilla. Según la encuesta realizada, aproximadamente un 28% del total de las empresas despidió a parte de su personal en 2010, cifra que representa un 4% menos que el año anterior. **Gráfico 7.** Otros ajustes importantes fueron la desinversión, refinanciación de deuda y el ajuste de capacidad.

Para los empresarios, cualquier cambio en el entorno puede significar un empeoramiento o una mejora de la situación de su empresa. Según los encuestados, el principal cambio que puede afectar a su negocio es el que afecta a los hábitos de consumo, seguido del cambio regulatorio. En el último trimestre, los empresarios dieron poca importancia a los cambios geográficos tanto en lo que respecta a sus mercados como a la producción, factor que sí resultaba importante a finales de 2009. **Gráfico 8.**

Al final de la cadena, los consumidores son los que deciden si un producto tiene éxito o no. Dada la coyuntura económica es razonable que el 63% de los encuestados sienta que los consumidores son más sensibles al precio. En cuanto al resto de empresarios encuestados, los factores que los directivos consideran que afectarán más a sus clientes, el 22% respondió que el servicio es crucial para sus clientes y el 15% que lo es la calidad. Estos datos son muy parecidos a los obtenidos en el tercer trimestre del año. **Gráfico 9.**

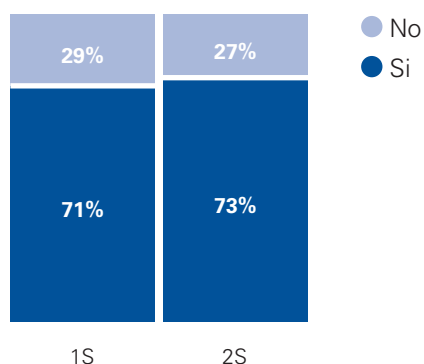
**Gráfico 5**

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



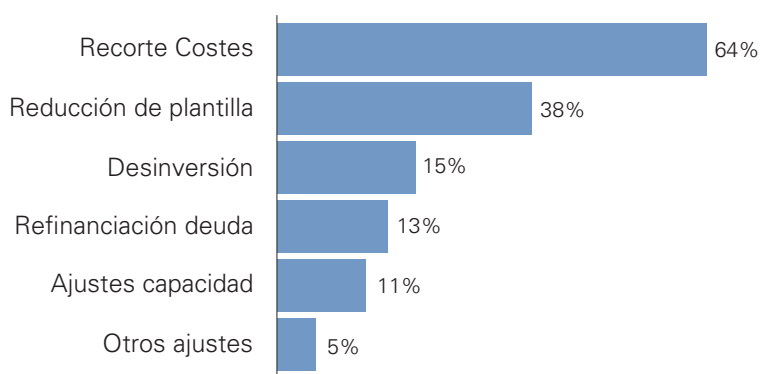
**Gráfico 6**

Realización de ajustes empresariales en 2010



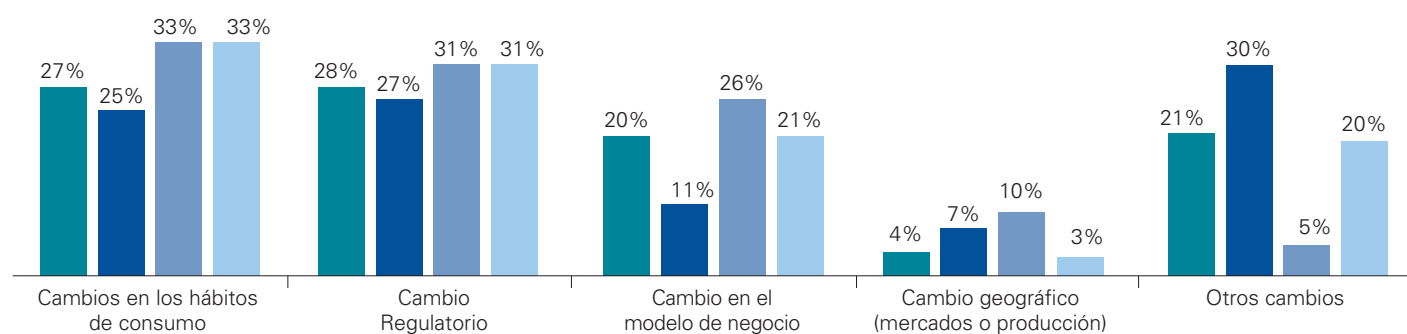
**Gráfico 7**

Ajustes realizados en 2010



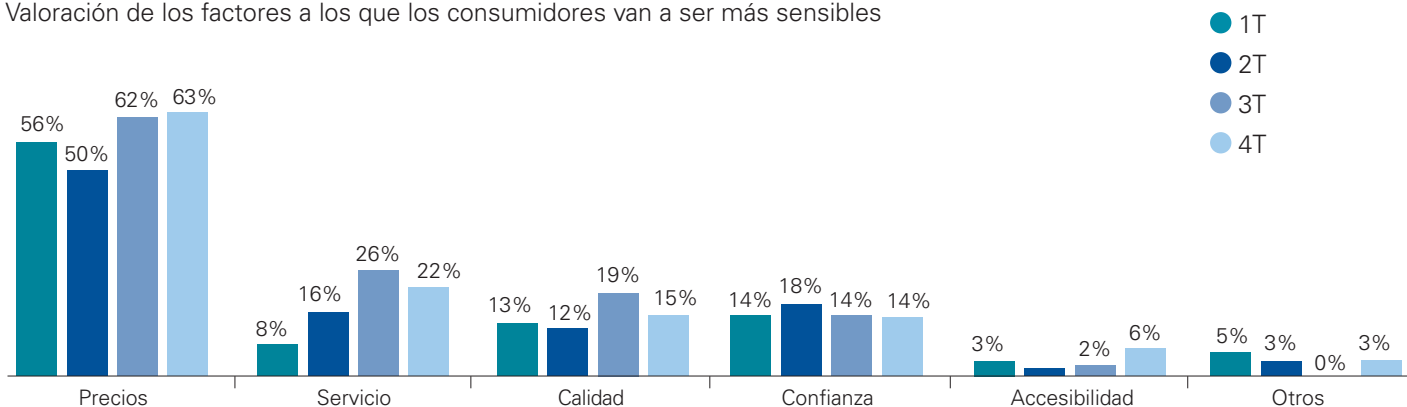
**Gráfico 8**

Opinión sobre los cambios que podrían afectar más a las empresas



**Gráfico 9**

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



## Perspectivas sectoriales

2010 ha sido un año con grandes diferencias en el comportamiento sectorial. Sectores como el farmacéutico, históricamente anticíclico, empezaron el año positivos y lo han cerrado con grandes incógnitas. La finalización de la ayuda para la compra de vehículos también cambió la situación del sector de la automoción en 2010.

Mientras que en el primer semestre los sectores más pesimistas eran los de *construcción e inmobiliario*, *distribución* y *sector público*, en el segundo semestre los encuestados de los sectores de *medios y comunicación*, *automoción* y *construcción* han sido los que peor valoración han otorgado a la situación de su sector en ese momento. **Gráfico 10.**

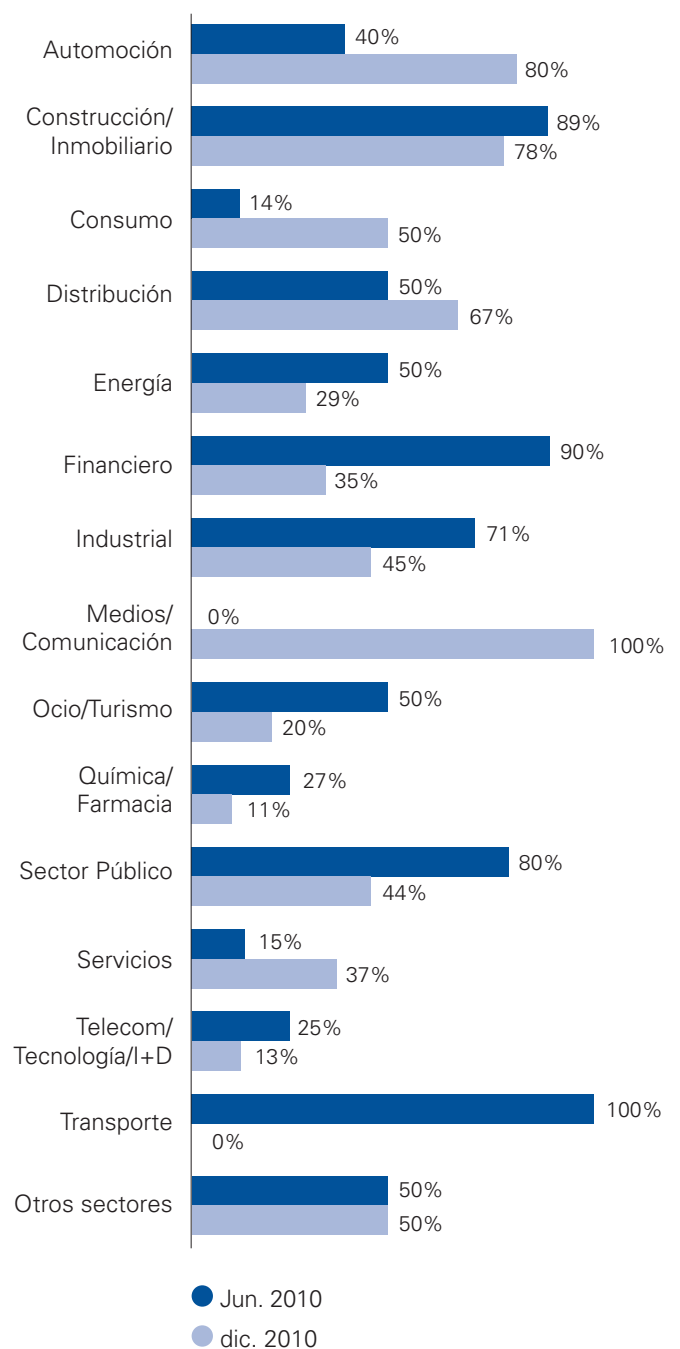
Según el 38% de los empresarios encuestados del sector de *telecomunicaciones, tecnología e I+D*, así como el 18% de los del sector *industrial*, la situación de su industria mejorará en los próximos seis meses. Ese optimismo no se refleja en el 43% de los encuestados del sector *turístico*, el 35% del sector de la *construcción* y el 22% del sector de *distribución* y sector *público*, que ven empeorar su entorno.

### Gráfico 11.

La perspectiva de mejora de la situación de los sectores a un año es generalizada entre los encuestados. La industria *farmacéutica* ha resistido bien las crisis históricamente sin embargo, la intensidad y globalidad de la actual crisis está empezando a hacer mella. Este hecho hace que las perspectivas a un año de los empresarios del sector sean peores. Otro sector con perspectivas más negativas a un año que a seis meses es el sector *servicios*. **Gráfico 12.**

### Gráfico 10

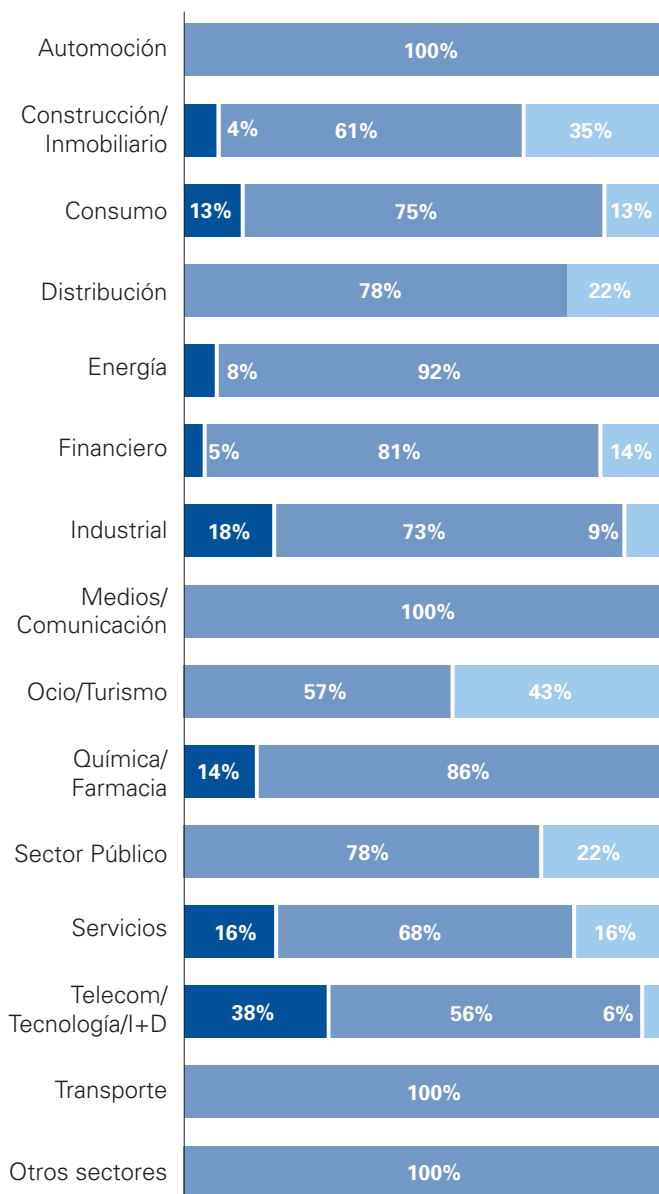
Porcentaje de encuestados que opinan que la situación de su sector es mala o muy mala





**Gráfico 11**

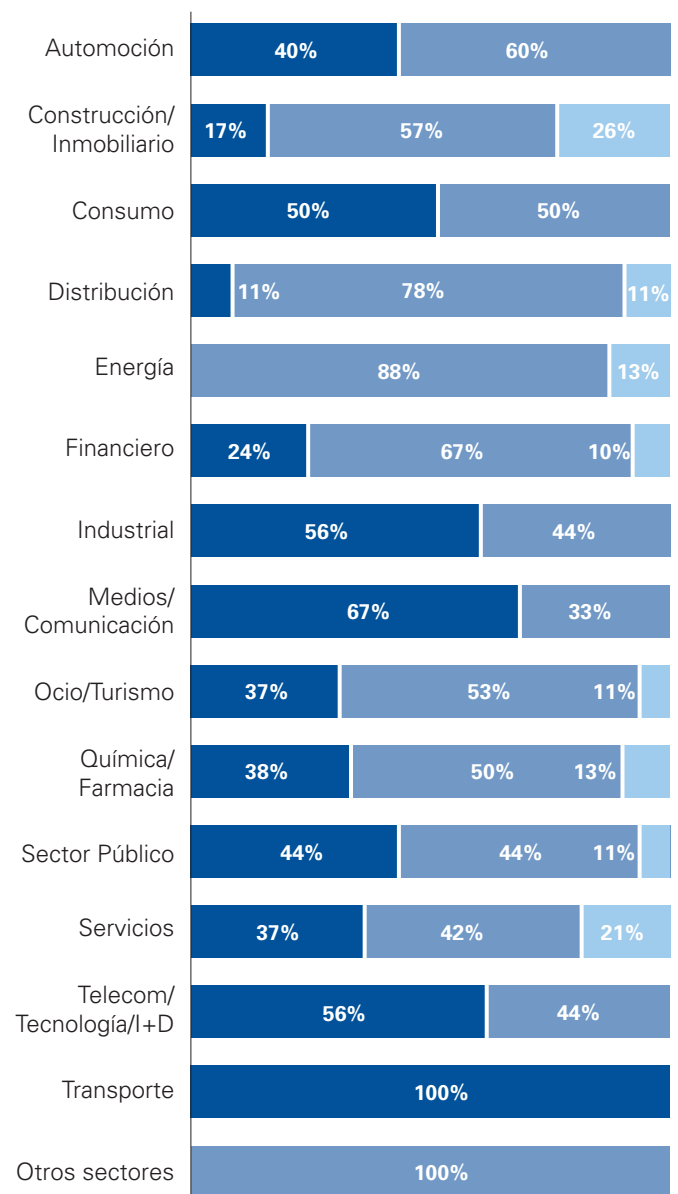
Perspectivas de la situación del sector a 6 meses



● Peor / Mucho Peor  
 ● Igual  
 ● Mejor / Mucho Mejor

**Gráfico 12**

Perspectivas de la situación del sector a 1 año



● Peor / Mucho Peor  
 ● Igual  
 ● Mejor / Mucho Mejor

A medida que el año ha transcurrido las perspectivas empresariales han ido mejorando, principalmente en los sectores de *automoción, energía, industrial, transporte y ocio/turismo*.

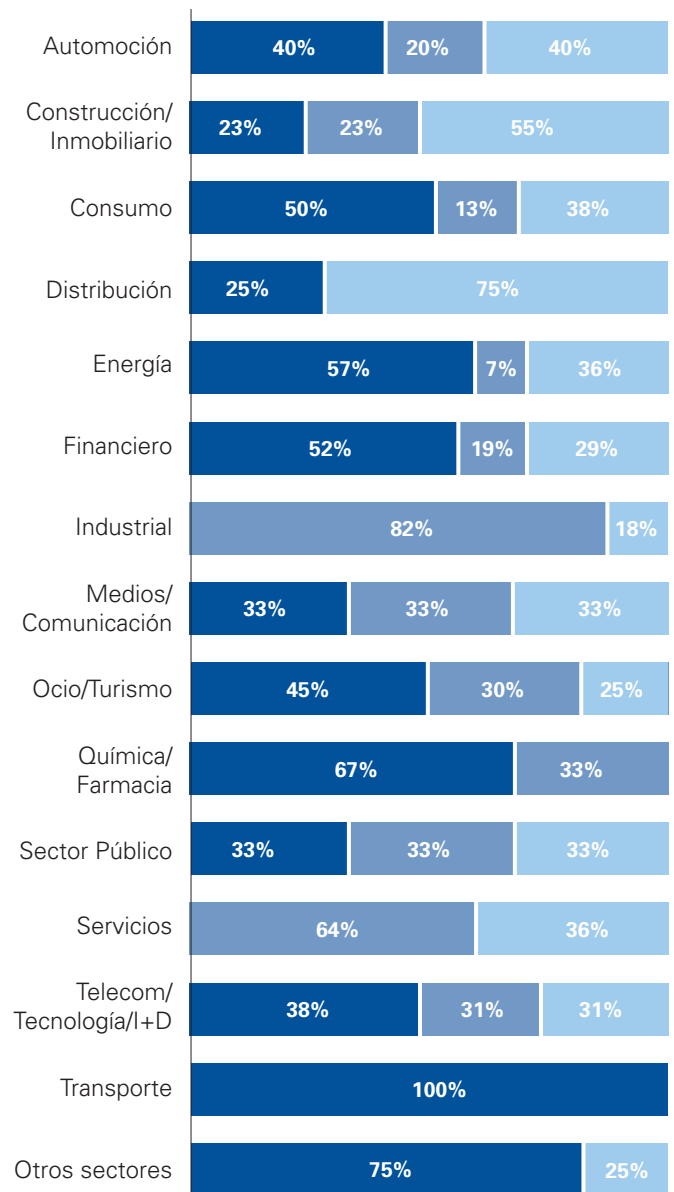
Mientras que la totalidad de los encuestados del sector transporte cree que sus ventas netas crecerán, el 75% de los empresarios de distribución espera ver reducir sus comercializaciones. **Gráfico 13.**

A medida que el año ha transcurrido las perspectivas empresariales han ido mejorando, principalmente en los sectores de *automoción, energía, industrial, transporte y ocio/turismo*. Las expectativas del *turismo* a finales del primer semestre no eran muy positivas pero se vieron mejoradas tras la temporada estival. En septiembre de 2010 el Banco de España publicaba un aumento en los ingresos por turismo del 7,3% sobre el año anterior. El sector *químico / farmacéutico* ve mejorar también sus números aunque los empresarios dudan de la evolución en 2011. Los sectores que ajustan sus expectativas negativamente son el sector de *distribución*, el sector *público*, y los de *servicios y telecomunicaciones, tecnología e I+D*.

La totalidad de las empresas de *automoción, distribución y de medios/comunicación* han realizado ajustes empresariales en 2010. Para un gran porcentaje de las empresas, los ajustes han sido necesarios para poder continuar con su actividad empresarial. **Gráfico 15.**

**Gráfico 13**

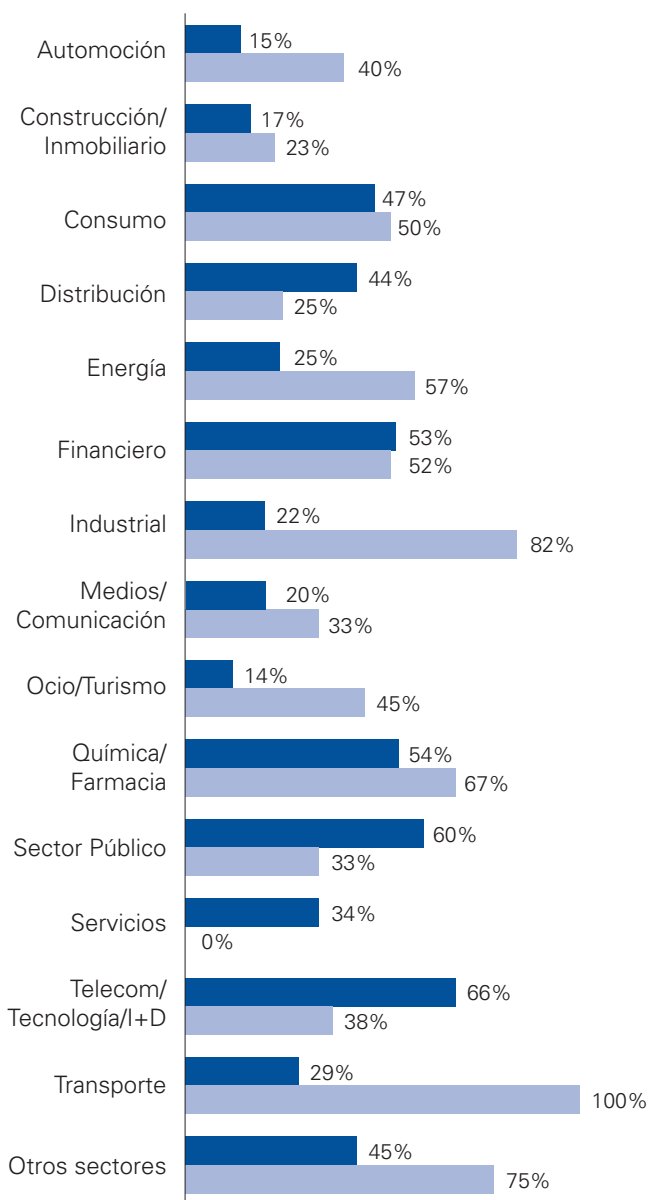
Expectativas de crecimiento de las ventas netas en 2010 con respecto a 2009



- Disminuirá
- Se mantendrá igual
- Crecerá

**Gráfico 14**

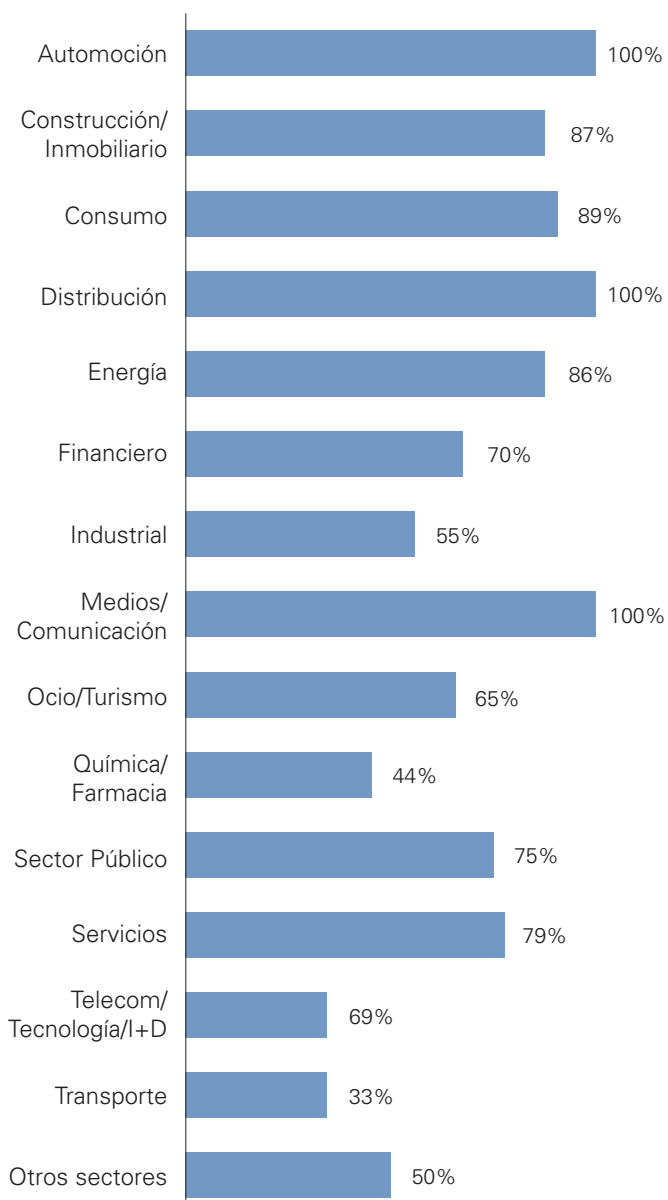
Porcentaje de encuestados que opinan sus empresas tendrán crecimiento en las ventas en 2010 con respecto a 2009



● 1er Semestre  
● 2º Semestre

**Gráfico 15**

Realización de ajustes empresariales en 2010

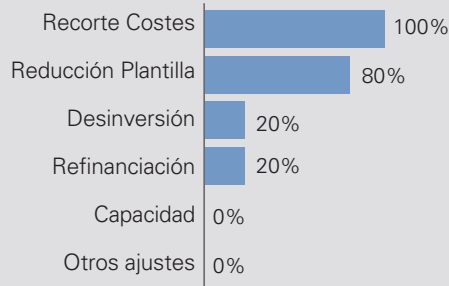


La evolución del sector y el estado del mismo antes de la crisis, así como la situación de la empresa, ha sido esencial para determinar el tipo de medida a poner en marcha. Para la totalidad, excepto el sector de *medios y comunicación*, el recorte de costes ha sido la medida más aplicada. El 70% de las empresas del sector *construcción e inmobiliario* han tenido que reducir plantilla. El sector de *distribución y transporte* ha dado mayor importancia que el resto a la desinversión mientras que los de *telecomunicaciones, tecnología e I+D* lo han dado a la reducción de la capacidad. **Gráfico 16.**

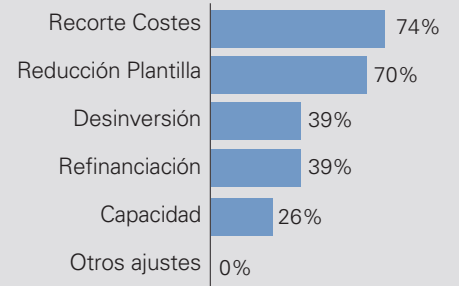
**Gráfico 16**

Principales ajustes realizados en 2010 por sector

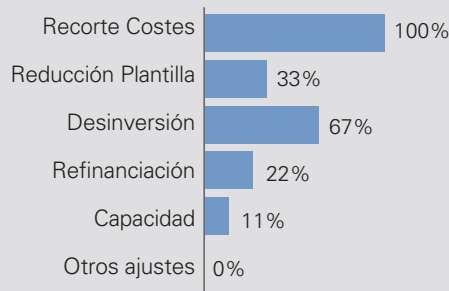
**Automoción**



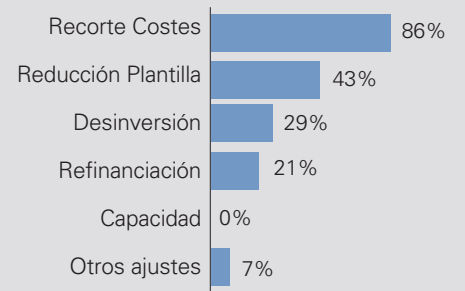
**Construcción / Inmobiliario**



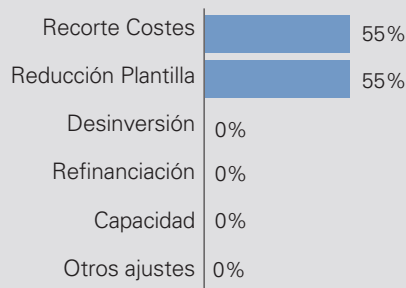
**Distribución**



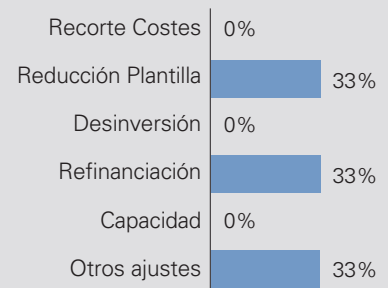
**Energía**



**Industrial**



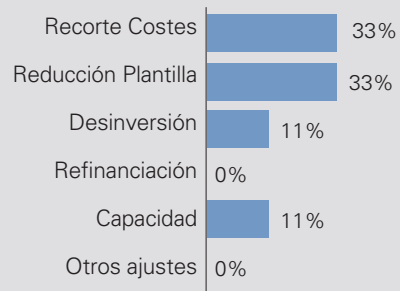
**Medios / Comunicación**



## Consumo



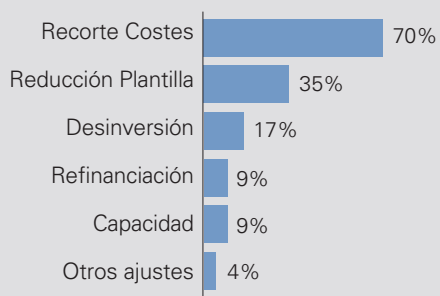
## Química / Farmacia



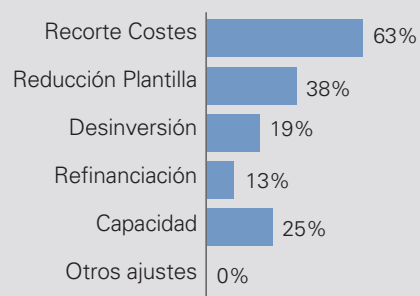
## Transporte



## Financiero



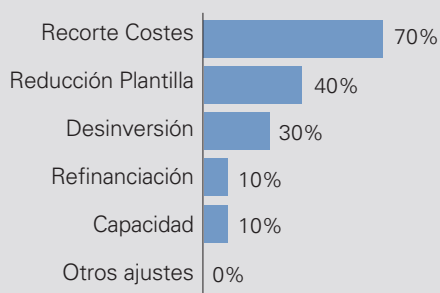
## Telecom / Tecnología / I+D



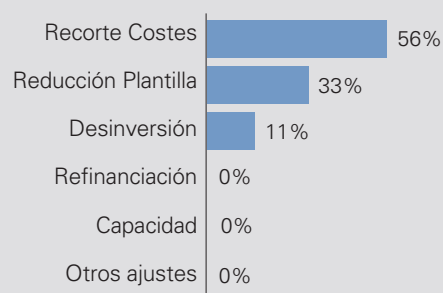
## Servicios



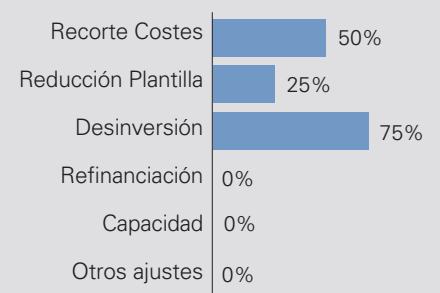
## Ocio / Turismo



## Sector Público



## Otros sectores

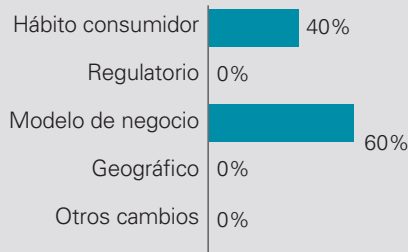


En general, una variación en los hábitos del consumidor genera un cambio que afecta directamente a cualquier negocio, pero hay sectores y empresas mucho más dependientes del mismo. Para la práctica totalidad del sector de *consumo* y *distribución* un cambio en las costumbres del comprador, transforma su negocio. Hay sectores en los que el cambio regulatorio influye enormemente. Para los empresarios de los sectores *energético*, *financiero* o *farmacéutico* estos cambios influyen directamente en los productos, en el modelo de negocio y por tanto en la cuenta de resultados. **Gráfico 17.**

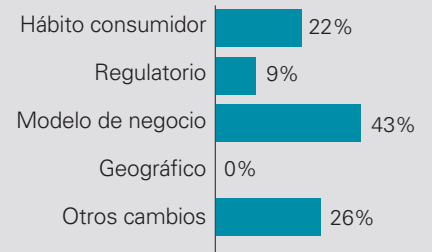
**Gráfico 17**

Opinión sobre los cambios que podrían afectar más a las empresas por tipo de sector

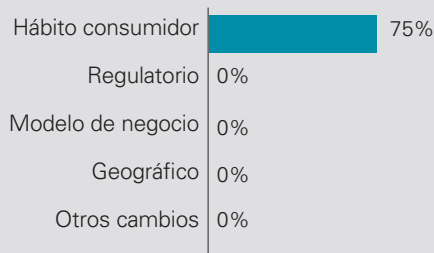
**Automoción**



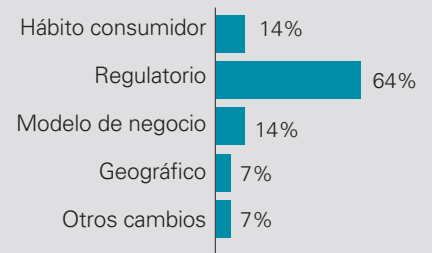
**Construcción / Inmobiliario**



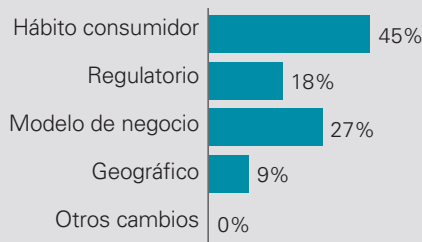
**Distribución**



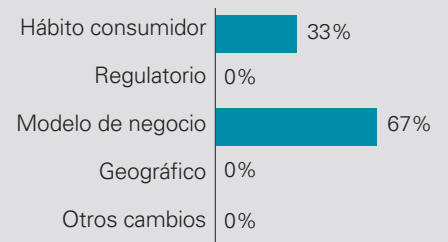
**Energía**



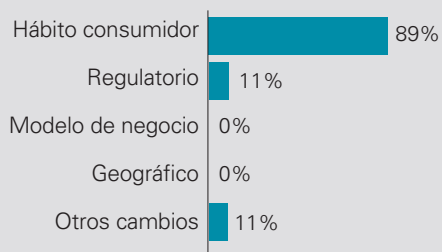
**Industrial**



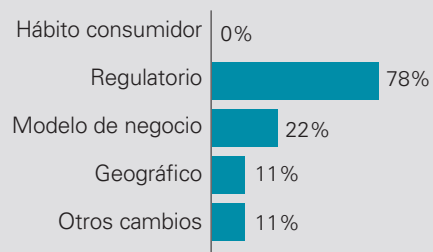
**Medios / Comunicación**



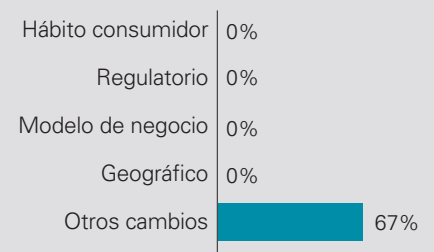
## Consumo



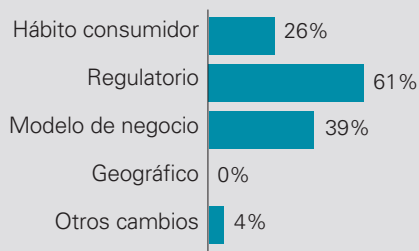
## Química / Farmacia



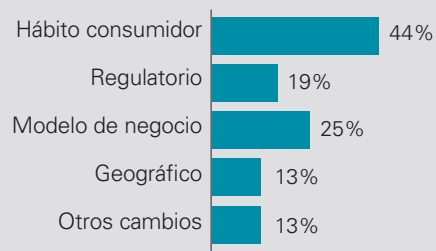
## Transporte



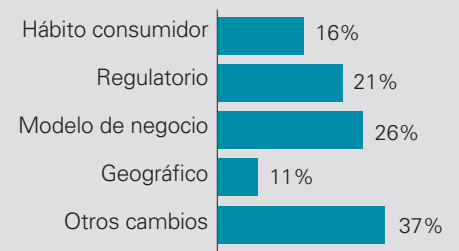
## Financiero



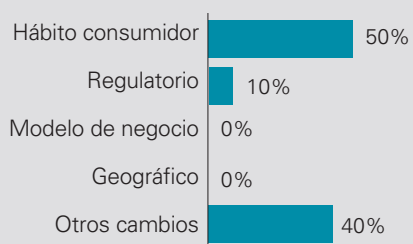
## Telecom / Tecnología / I+D



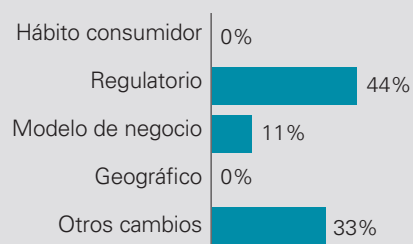
## Servicios



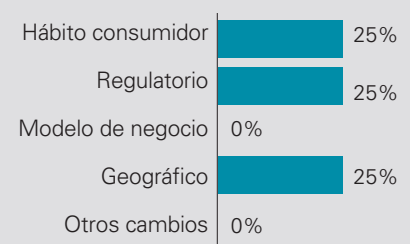
## Ocio / Turismo



## Sector Público



## Otros Sectores

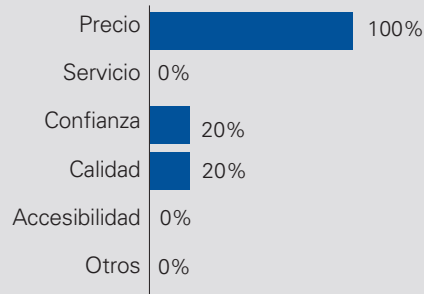


En la coyuntura económica actual, los clientes son muy sensibles al precio. En el sector de la *construcción e inmobiliario* y en el *energético*, la sensibilidad al factor calidad ha dado paso al factor confianza. Después del precio, el servicio es un factor importante para los clientes de los siguientes sectores: *energético, financiero, distribución, ocio y turismo, servicios, telecomunicaciones, tecnología e I+D*. El financiero es el que mayor importancia otorga a la accesibilidad, entre los factores a los que sus clientes son más sensibles. **Gráfico 18.**

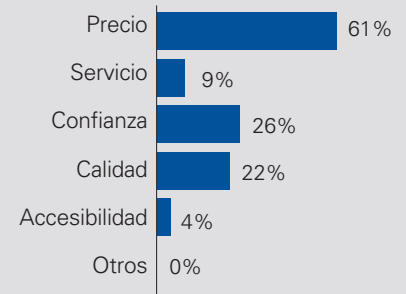
**Gráfico 18**

Valoración de los factores a los que va a ser más sensible el cliente

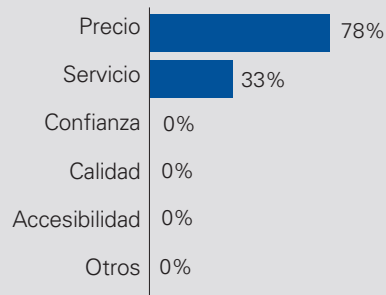
**Automoción**



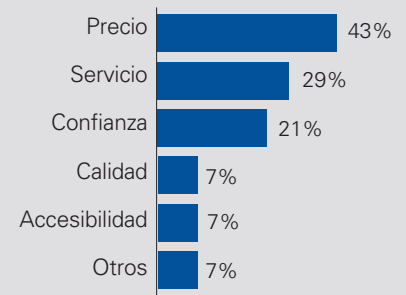
**Construcción / Inmobiliario**



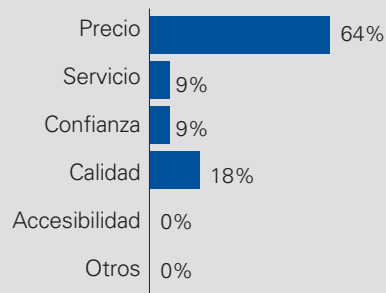
**Distribución**



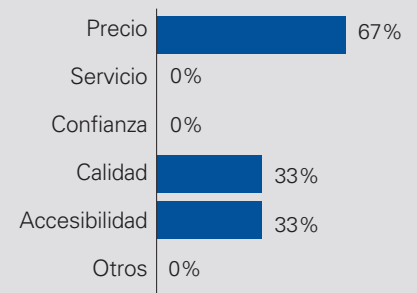
**Energía**



**Industrial**

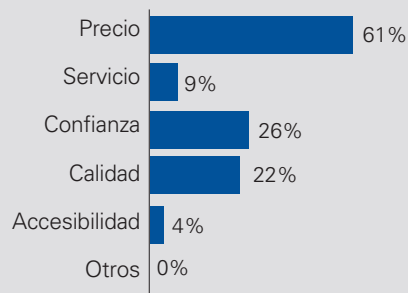


**Medios / Comunicación**

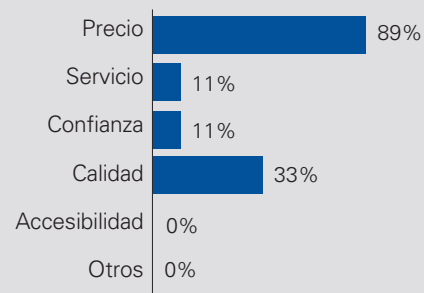




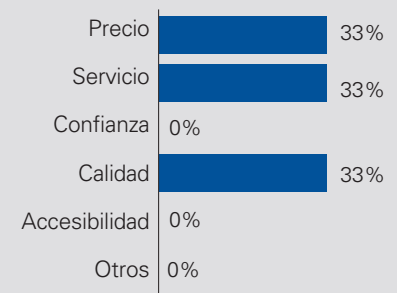
## Consumo



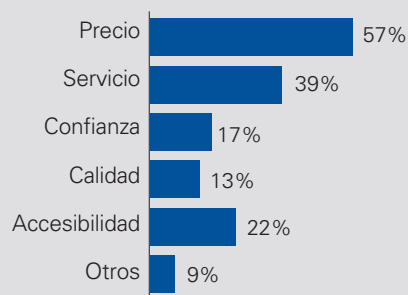
## Química / Farmacia



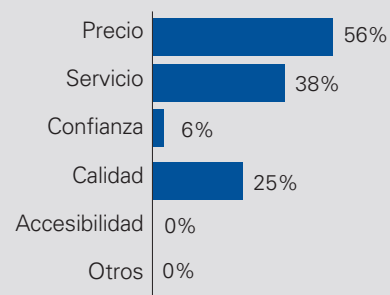
## Transporte



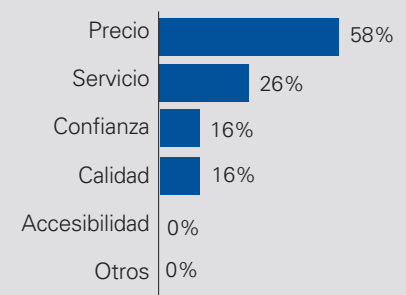
## Financiero



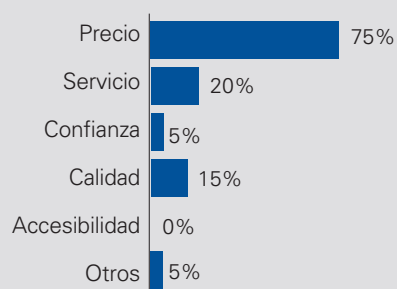
## Telecom / Tecnología / I+D



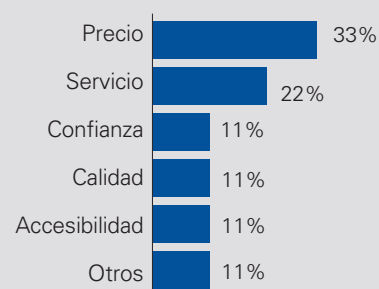
## Servicios



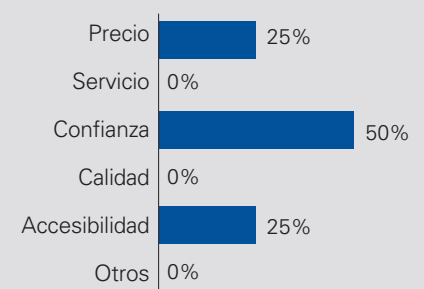
## Ocio / Turismo



## Sector Público



## Otros Sectores



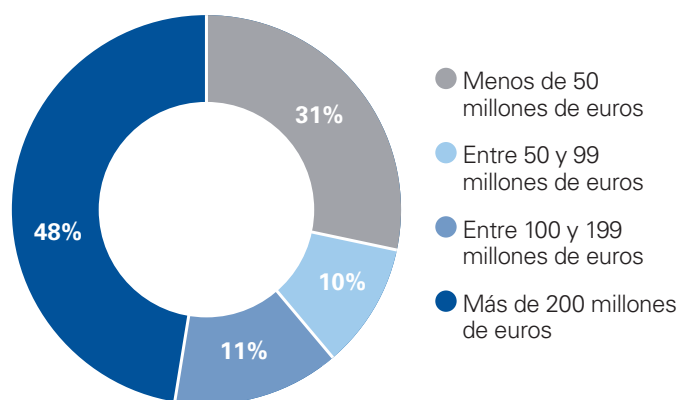


## Conclusiones

Para España el año 2010 ha sido un periodo de grandes ajustes y datos fundamentales débiles. La situación de algunos mercados periféricos afectó negativamente al sentimiento de los inversores sobre la capacidad de España para refinanciar su deuda pública. Las empresas españolas, según los resultados de anteriores ediciones del Informe Perspectivas, llevan ya más de dos años reajustándose. Estas reestructuraciones han hecho que, según los encuestados, la situación de las mismas sea más favorable que la del país aunque la evolución de cada sector es muy diferente. Según las perspectivas para dentro de un año, sectores como el financiero seguirán con la presión de la reestructuración por lo que el sentimiento general de los directivos (tal y como muestra el 60% de las respuestas) es que ésta continuará como en la actualidad. Los directivos de otros sectores como el energético y el de transportes esperan para finales de este nuevo año que su situación mejore. Los cambios en el entorno son constantes; no obstante, los empresarios encuestados indican que los cambios que afectarían en mayor medida a la evolución de las empresas serían aquellos que transformarían los hábitos de los consumidores y las novedades regulatorias. Las empresas españolas en la actualidad tienen dos principales catalizadores, el crecimiento y los márgenes. Para el 63% de las empresas, el margen estaría más constreñido al creer que sus clientes son principalmente sensibles a una variación en el precio.

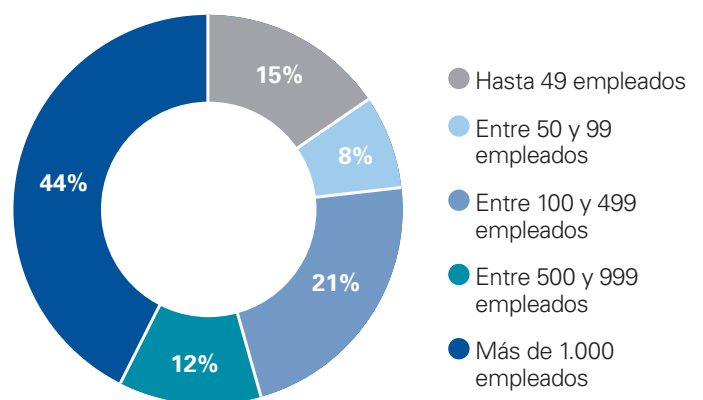
### Muestra 1

Muestra por tipo de empresa



### Muestra 2

Muestra por número de empleados



### Muestra 3

Muestra por sector



Nota: 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. Este informe tiene un valor representativo de la tendencia general del mercado, no tiene un valor estadístico exhaustivo.



© 2011 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, el logotipo de KPMG y "cutting through complexity" son marcas registradas o comerciales de KPMG International.

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.