

Informe de Expectativas Empresariales 2014

a.- Metodología aplicada y perfil de las empresas entrevistadas

b.- Resultados obtenidos

León, enero de 2015

Informe de Expectativas empresariales 2014

a.- Metodología aplicada y perfil de las empresas entrevistadas

ILDEFE, agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León, edita trimestralmente un Estudio del Mercado Laboral de León y su Alfoz que, a partir del año 2009, se complementa coincidiendo con la publicación del cuarto trimestre del ejercicio con este Informe de Expectativas Empresariales.

El informe refleja las opiniones de diferentes empresarios pertenecientes al ámbito geográfico de estudio, que reflejan su visión sobre la situación actual de sus negocios y sus perspectivas.

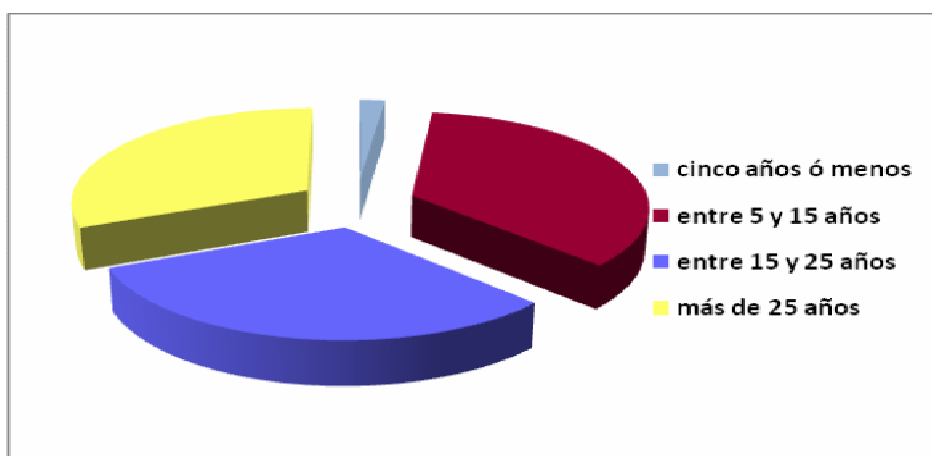
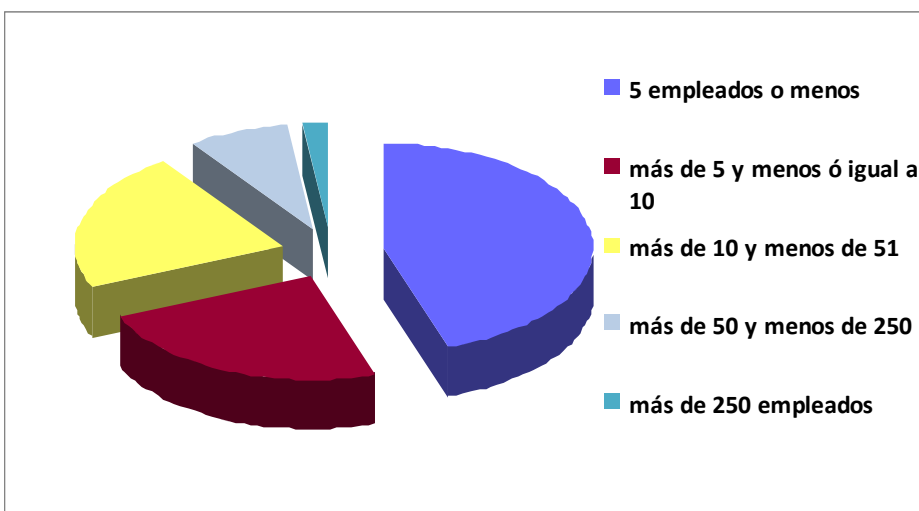
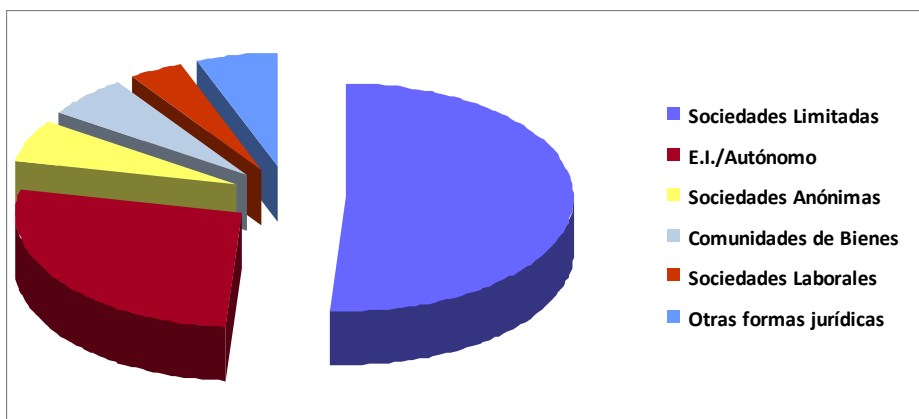
Se seleccionó un panel de empresas con los diferentes sectores de actividad presentes en el área metropolitana de la ciudad de León, de modo que se pudiera obtener una opinión lo más completa y representativa posible. El informe incluye las conclusiones obtenidas en la realización de **51** entrevistas.

Resulta obligado expresar nuestro agradecimiento a todas las personas individuales, empresas e instituciones que con su imprescindible colaboración desinteresada han posibilitado la realización del presente trabajo.

Para seleccionar la composición de la muestra se ha tenido en cuenta la importancia de cada sector económico privado en la generación de empleo y en el número de actividades empresariales en el área de estudio (León y Alfoz), que mostramos a continuación:

Sector de actividad	Entrevistas
Comercio al por menor	13
Hostelería	9
Otras actividades empresariales	5
Servicios a personas	3
Construcción	2
Venta y reparación de vehículos	2
Educación	2
Sector financiero/seguros	2
Actividades informáticas	2
Industria	2
Comercio al por mayor	1
Actividades inmobiliarias	1
Actividades recreativas	1
Asociaciones	1
Silvicultura	1
Industria agroalimentaria	1
Artes gráficas	1
Actividades sanitarias	1
Talleres artesanos	1
Total	51

Las entrevistas se realizaron durante el último trimestre del año 2014. La tipología de empresa se corresponde con una sociedad limitada (52% de los negocios entrevistados), de carácter familiar (75% del total), una plantilla de 10 o menos empleados (70% de los encuestados) y una vida empresarial para el 65% de las empresas seleccionadas de más de 15 años de funcionamiento. El empleo total de todas las empresas participantes asciende a unos 1650 trabajadores. El detalle de estos datos aparece reflejado en los siguientes gráficos:



b.- Resultados obtenidos

b.1.- Expectativas económicas y empresariales.

La siguiente tabla recoge los principales resultados del observatorio:

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA 2014. (opiniones del año 2014).	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración empresarial ejercicio 2014	4%	18%	78%
Expectativas del próximo ejercicio	18%	80%	2%
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2014	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Año actual respecto año anterior	24%	51%	25%
Expectativas en próximos ejercicios	29%	69%	2%
INVERSIONES inmovilizado (opiniones 2014)	SI	NO	
Realizadas en año actual	23%	77%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	25%	75%	
INVERSIONES I+D (opiniones 2014)	SI	NO	
Realizadas en año actual	23%	77%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	25%	75%	
EMPLEO (opiniones 2014)	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Variación de la plantilla 2014/2013	8%	74%	18%
Tendencia en el futuro	10%	86%	4%

El año pasado los datos obtenidos fueron los siguientes

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA 2013. (opiniones del año 2013).	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración empresarial ejercicio 2013	5%	15%	80%
Expectativas del próximo ejercicio	17%	75%	8%
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2013	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Año actual respecto año anterior	15%	46%	39%
Expectativas en próximos ejercicios	12%	75%	13%
INVERSIONES 2013 (opiniones 2013)	SI	NO	
Realizadas en año actual	33%	67%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	17%	83%	
INVERSIONES I+D (opiniones 2013)	SI	NO	
Realizadas en año actual	20%	80%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	9%	91%	
EMPLEO (opiniones 2013)	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Variación de la plantilla 2013/2012	9%	69%	22%
Tendencia en el futuro	5%	85%	10%

Año 2012

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración del ejercicio 2012	4%	8%	88%
Expectativas del próximo ejercicio	4%	71%	25%

Como principales conclusiones de los anteriores cuadros podemos destacar los siguientes aspectos:

- En primer lugar, un año más, la mayor parte del tejido empresarial local entrevistado (el 78%) es pesimista a la hora de valorar la situación empresarial y la actividad económica de su entorno a lo largo del ejercicio 2014. Únicamente un 4% del total tiene una percepción optimista de cómo ha ido la evolución del ejercicio económico.
- Si comparamos esta opinión, con las recibidas en los años 2013 y 2012, la percepción es similar, aunque se ha suavizado ligeramente la percepción negativa sobre la situación económica de nuestro entorno. En el pasado año el 80% de las empresas entrevistadas era pesimista sobre la situación empresarial, y en el año 2012 dicho porcentaje ascendía a un 88% del total de la muestra.
- Sobre las expectativas de futuro que tienen las empresas para el año 2015, se refleja un poco más de optimismo que hace un año, y se espera que en este ejercicio que empieza la crisis económica haya tocado fondo, aunque ello no suponga que la recuperación económica vaya a despegar con fuerza. Así, el 18% de los entrevistados consideran que la situación en 2015 será mejor que en el ejercicio que acaba de finalizar, frente al 17% del año pasado. El 80% de las empresas considera que la situación durante el año 2015 será igual a la del año anterior (frente al 75% del 2013) y únicamente un 2% considera que la situación va a empeorar este ejercicio (frente al 8% de 2013).

Estas valoraciones globales son trasladadas por los encuestados a la hora analizar la situación de sus empresas respecto a los principales indicadores de la actividad económica de las mismas.

- Analizando el capítulo de las ventas se percibe por segundo año una modesta mejoría respecto a los datos del ejercicio anterior. En el año 2014 un 24% de las empresas manifiestan que sus ventas se han incrementado respecto a los datos de 2013 (aunque en general de forma más bien tímida), un 51% han conseguido mantener la facturación y un 25% la ha visto disminuir. El año anterior sólo un 15% de las empresas manifestó que sus ventas se habían incrementado y un 39% que habían disminuido.

En cuanto a las expectativas que se tienen para el año entrante, un 68% de los entrevistados indica que van a mantener las ventas, un 30% esperan una mejoría y solamente un 2% opina que va 2015 a ser peor que en 2014.

- La mayor parte de las empresas han mantenido sus plantillas (el 75% de las mismas) y esperan poder seguir igual en el año 2015, concretamente el 86%. Para poder contextualizar este dato, es necesario recordar que estamos tratando con una muestra en que las micropymes son mayoritarias, y son empresas en las que las reducciones de plantilla son muy difíciles de hacer o suponen cambios importantes. Además, una buena parte de los entrevistados ya han ido realizando los ajustes pertinentes en años precedentes. Por otra parte, aunque las expectativas puedan ser más positivas –un 20% espera poder incrementar la plantilla–, hay mucha precaución a la hora de plantearse nuevas contrataciones.
- Por último, en el capítulo de inversiones, el 77% de las empresas no han realizado inversiones en inmovilizado en 2014, lo que mantiene niveles muy similares al del pasado ejercicio. Nuevamente, un dato que no resulta positivo es la inversión en I+D, donde solamente un 23% de las empresas han hecho un esfuerzo inversor, dato que aún así refleja una pequeña mejoría sobre la situación del ejercicio anterior.

El año pasado al analizar la información obtenida en este estudio había la sensación de que después de varios años marcados por la crisis, existían algunas expectativas de que durante 2014 iba a mejorar levemente la situación de las empresas y de nuestro entorno económico más cercano, y en definitiva que 2014 podría ser el año de inicio de la recuperación. Al final del ejercicio podemos decir que esta situación no se ha producido ya que el 78% de los encuestados es pesimista sobre la situación existente en el clima empresarial de su entorno. Sin embargo, hay algunos datos que nos hacen pensar que 2015 sí se puede iniciar la salida de la crisis, como el hecho de que solo un 2% de los empresarios piense que 2015 va a ser peor que 2014, o que en 2014 más del 75% de las empresas haya conseguido mantener la facturación o incluso mejorarla ligeramente.

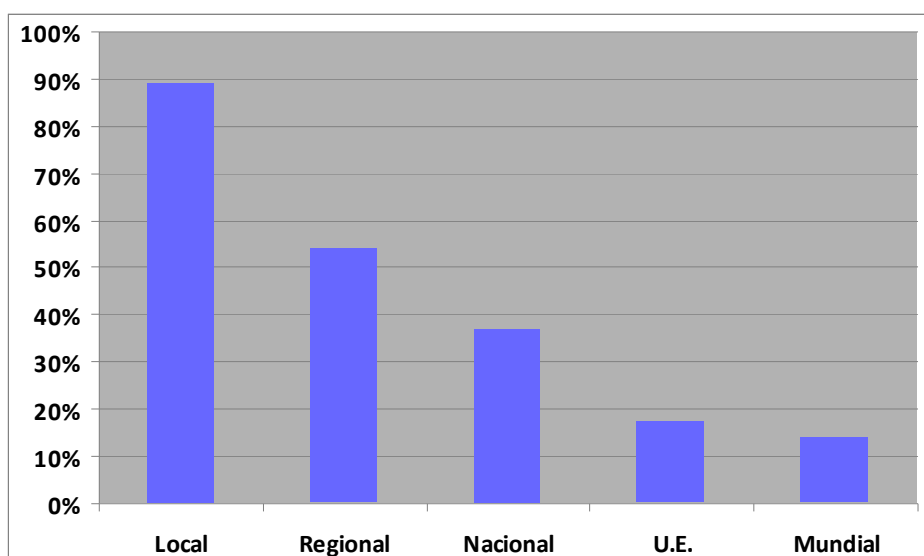
También se percibe la sensación de que el entorno económico es el que es, y que es necesario hacer algo internamente en las empresas para poder superar esta situación, por lo que está dejando de ser una opción la idea de postergar las decisiones hasta que la situación mejore. No obstante, las incertidumbres persisten sobre el futuro empresarial, de manera que las decisiones se toman con grandes dosis de precaución aún a pesar de ser conscientes de la necesidad de acometer nuevos proyectos e inversiones.

A nivel nacional la actividad económica parece que está iniciando la senda de la recuperación, aunque de momento a unos niveles modestos, pero suficientes como para que se traduzca en creación de empleo, lo que evidentemente va a acabar repercutiendo de forma positiva en nuestro entorno más cercano. Además, el sector financiero parece que va a relajar algo los requisitos para otorgar crédito a las empresas, con lo que es probable que puedan surgir nuevos proyectos que ayuden a mejorar la situación.

Ámbito de actuación comercial de las empresas.

Para poder valorar el entorno empresarial en el que se mueven las empresas encuestadas vamos a detallar el ámbito geográfico de actuación de las mismas.

- El 89% de las empresas entrevistadas venden en el mercado local/provincial. De este total, un 45% trabaja en exclusividad en este ámbito.
- A nivel nacional, un 37% de los entrevistados manifiesta realizar operaciones comerciales.
- Respecto al mercado total de la Unión Europea, el 17% de los empresarios entrevistados indica que realizan ventas en el exterior, representando estas ventas en el exterior entre un 10-20% del total de sus ventas.
- En el resto del mundo, únicamente el 13% de los entrevistados tiene alguna actividad comercial.



Cambios en los productos o lanzamiento de nuevos productos o nuevos espacios geográficos

GAMA PRODUCTOS	2010	2011	2012	2013	2014
Cambios en productos y servicios	47%	52%	48%	50%	45%
Expectativas cambios próximo año	42%	45%	34%	43%	31%
MERCADOS GEOGRÁFICOS	SI	SI	SI	SI	SI
Ampliación mercados de venta	9%	11%	14%	17%	15%
Previsión ampliación próximo año	14%	14%	16%	14%	12%

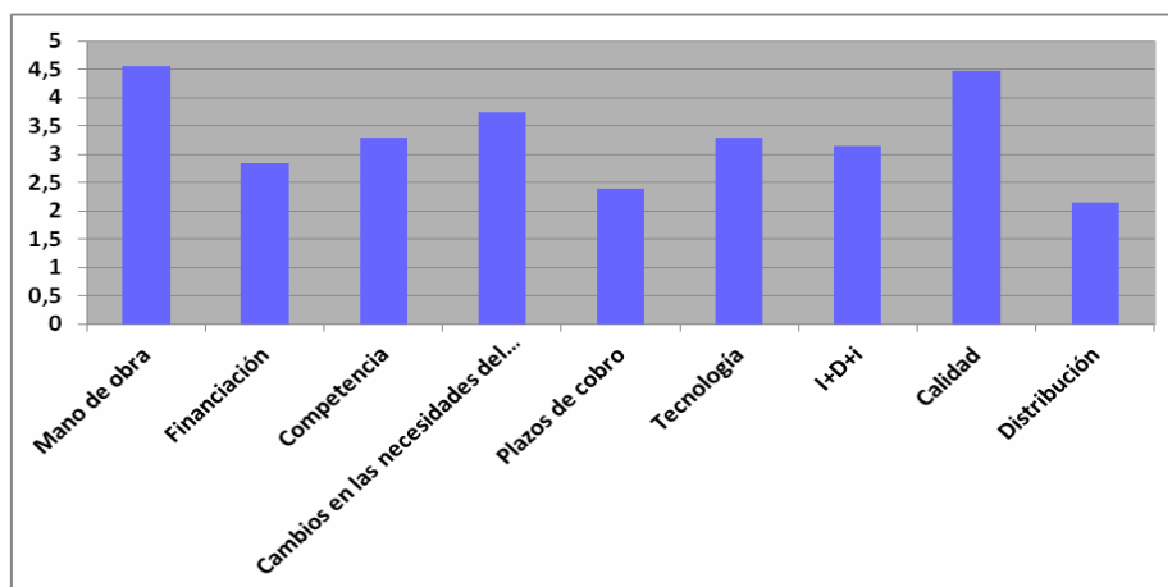
Un 45% de las empresas han realizado cambios en su gama de productos intentando adaptarse a los nuevos tiempos, o a las nuevas demandas, porcentaje que se reduce al 31% de ellos cuando se les pregunta sobre lo que piensan hacer en el año 2015. El hecho de que las empresas cuenten cada vez con recursos más limitados hace que se comporten de manera conservadora a la hora de plantearse nuevos retos, o que se sea más conservador en el ámbito de la innovación del producto/servicio.

Respecto a la posibilidad de ampliar mercados desde un punto de vista geográfico aunque la opinión generalizada es que es complicado salir fuera, si que hay un grupo de empresas que se plantean abrir nuevos mercados geográficos según suceden los años. En este año 2014 un 15% indicaron que sí ampliaron mercados de venta y un 12% de los empresarios manifestaron que para el año que viene está entre sus objetivos ampliar su ámbito geográfico de actuación.

Medios y canales de distribución y ventas.

De las empresas entrevistadas el 93% utilizan la venta propia como medio y canal de distribución y venta. El 5% utilizan una fuerza de ventas externa a la empresa. La presentación de propuestas a concursos públicos se emplea habitualmente por el 5%. Otro 3% alude a diferentes tipos de intermediarios como agencias y centrales de ventas/reserva.

Factores influyentes en la gestión empresarial



Aún siendo importantes todos los elementos reflejados en el gráfico, dos siguen siendo los aspectos que destacan sobre el resto a la hora de valorar una buena gestión empresarial: disponer de mano de obra cualificada y calidad del producto/servicio ofrecido y la mejora continua. Como factores menos relevantes aparecen los plazos de cobro y la financiación, dato que puede suponer una mejora en este ámbito empresarial respecto a los ejercicios preferentes. En cuanto a los aspectos de tecnología e innovación, en estos años se percibe más como un coste que como una inversión, por lo que no aparece en un lugar destacado.

Oportunidades y amenazas que los empresarios ven en el corto plazo

Seguidamente ofrecemos un listado de oportunidades y amenazas planteadas por los empresarios entrevistados que afecta directamente a sus negocios. El listado recoge reflexiones a una pregunta abierta y, en caso de tener respuestas coincidentes o muy próximas en cuanto a su contenido se han unificado en una única línea:

Oportunidades: factores externos que pueden influir positivamente en el futuro de sus empresas

- La reducción de la renta de los hogares por la crisis motiva que se necesite ampliar la vida útil de los bienes: esto es positivo para actividades relacionadas con reparaciones, arreglos, venta de piezas de repuesto y artículos relacionados.
- La especialización se refleja como un valor positivo. Al incrementar la personalización del producto adaptada a las necesidades de los clientes, se consigue la fidelización del cliente y ello puede ayudar a aumentar el mercado.
- La mayor utilización de Internet y sus posibles vertientes anexas como herramienta para la especialización, la posibilidad de acceder a un mercado geográficamente más amplio. Crea una estrategia diferenciadora, y se incrementa el acceso a potenciales clientes.
- La situación económica en la actualidad sirve para depurar el mercado en muchos sectores de actividad, al hacer desaparecer a las empresas menos eficientes. Se producirá un aumento de la profesionalización.
- Los cambios que se producen en las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) pueden abrir oportunidades en el sector.
- Cambio en la mentalidad de la sociedad a consecuencia de la recesión económica actual: mayor uso del transporte público, búsqueda de productos en entornos cercanos que no requieran desplazamientos, valorar más el factor precio o la vida útil del producto entre otras cosas hace que los criterios de consumo cambien y se abran nuevas oportunidades.
- Disminuyen las compras de productos pero aumentan los usos por alquiler.
- Incremento de la demanda de formación especializada.
- Incremento de las acciones de promoción local, lo que abre posibles oportunidades a proveedores locales.
- La crisis genera nuevas necesidades o bien adaptación de nuevas demandas de productos y servicios: el ocio de cercanía, más asequible en precio, aumento de reparaciones en automoción frente a nuevas ventas, surgen las opciones de los arreglos, aumenta la demanda de productos ecológicos, no prescindir e incluso aumentar la adquisición de ciertos productos de primera necesidad.
- El auge del deporte, del uso de la bicicleta y otros cambios en los hábitos del consumidor crean oportunidades relacionadas con dichos subsectores.
- El mercado exterior va ofreciendo más alternativas a la reducción del consumo interno y abre posibilidades para crecer.
- El sector agrario en estos momentos también aparece como una fuente de oportunidades de negocio. La vuelta de parte de la población al campo abre un abanico de potenciales oportunidades.
- La crisis ha provocado una reorganización de los mercados y concentración de competidores, algo necesario para arrancar de nuevo el dinamismo en el consumo.

Amenazas -factores externos que influirán negativamente para las empresas según las opiniones vertidas por los empresarios-.

- La crisis económica y financiera actual es la amenaza más repetida en las entrevistas realizadas. Como consecuencia de la misma viene la pérdida de poder adquisitivo de los clientes, la disminución en la capacidad de ahorro de las familias, el aumento del número de personas en situación de paro laboral, y el descenso del consumo.
- La situación de estancamiento del sector de la construcción y del mercado inmobiliario, afectando a actividades anexas: proveedores, transporte, transformación, etc.
- La reducción de inversión por parte del sector público, que ha contraído determinados sectores de forma importante disminuyendo de forma significativa el tamaño del mercado.
- Poca innovación empresarial.
- Surge la competencia desleal, agresividad en acciones estratégicas para captación de clientes y acciones de publicidad muy agresivas. Hay una importante reducción de márgenes.

- La oferta global de productos a bajo precio en Internet. El cliente va al comercio a informarse sobre el producto pero la compra la realiza online.
- Aumento de la morosidad de los clientes.
- La despoblación rural y el envejecimiento en nuestra provincia.
- Miedo a consumir por parte del público general y conservadurismo a la hora de invertir en la empresa.
- Dificultades para obtener financiación bancaria, lo que lleva a reducir la producción, limitar la logística y el crecimiento.
- La presión fiscal existente y la subida de impuestos, en general.
- Se ha incrementado la rivalidad entre las empresas. Con la crisis entran a competir por contratos pequeños empresas a las que antes no les era rentable, por estar alejados de su área de influencia.

La reducción de la renta disponible, la vulnerabilidad de las empresas, la disminución de márgenes y el aumento de la morosidad, competencia desleal y la opción de ciertos clientes de buscar menos calidad en ciertos productos para disminuir sus gastos, son las constantes de los últimos años analizados. Sin embargo parece que la financiación bancaria está empezando a facilitar más recursos a las empresas, aunque no de manera generalizada.

Cooperación empresarial

El 61% de los empresarios entrevistados manifiestan pertenecer a asociación o grupo empresarial, frente al 39% que no lo están de forma activa.

Procedencia de las compras

El 39% de las empresas realizan la mayor parte de sus compras en el ámbito local, y un 19% más adquieren en este ámbito hasta un porcentaje igual a la mitad de sus aprovisionamientos globales; un 21% de los encuestados realizan a nivel regional adquisiciones, y el 51% a nivel nacional. El 19% realiza importaciones de la Unión europea y el 17% del resto del mundo. Las empresas que realizan adquisiciones fuera de nuestro entorno lo hacen bien por la naturaleza de la actividad –el producto en sí no se encuentra o si se encuentra el precio no es competitivo- o por pertenecer a empresas con centros de decisión fuera de la provincia.

Por citar algunos ejemplos de respuestas concretas que nos indican los tipos de materiales, maquinaria o servicios que se demandan fuera de nuestro entorno tenemos algunos plásticos y embalajes, maquinaria industrial con sus repuestos y servicios de mantenimiento, piezas de maquinaria, mecanismos de impresión especializados y servicios técnicos para artes gráficas, determinados servicios de consultoría profesional –incluyendo formación especializada-, productos de óptica, materiales de precisión para laboratorios de prótesis dental, productos estéticos y medicinales, marcas de cosmética de calidad, y evidentemente pescados, vinos u otros productos agroalimentarios de fuera de nuestro entorno.

b.2.- Expectativas de gestión e innovación

Preguntados sobre cuáles de los siguientes aspectos se planteaban realizar alguna mejora en 2014, las respuestas recogidas se pueden resumir en la siguiente tabla:

Actuación a realizar próximo ejercicio	Encuesta 2009	Encuesta 2010	Encuesta 2011	Encuesta 2012	Encuesta 2013	Encuesta 2014
Cooperación empresarial	17%	6%	7%	7%	6%	6%
Implantación de sistemas de Calidad y otros modelos de gestión	36%	17%	21%	21%	17%	10%
Medio Ambiente	19%	7%	8%	8%	4%	6%
Nuevas tecnologías	39%	17%	19%	19%	12%	20%

Las respuestas obtenidas reflejan la misma tendencia e intención que en el ejercicio anterior; es decir, la situación económica imperante hace que se reduzcan costes en proyectos futuros no urgentes relacionados con la gestión empresarial. Las intenciones previstas de actuación en los ámbitos reflejados en la tabla siguen siendo las menores desde el inicio de la serie.

b.3.- Capital humano, empleo y formación

Perfil del equipo directivo de las empresas participantes

En general, la dirección de las empresas entrevistadas está integrada mayoritariamente por hombres (en el 35% de los casos sólo son hombres frente a un 19% de empresas sólo con mujeres). La edad media de los responsables empresariales entrevistados está entre 35 y 50 años (78% del total), con estudios universitarios como perfil mayoritario (45% del total).

Sexo/Porcentaje	Sólo Hombres	90-60% de Hombres	60%-40% hombres y mujeres	60-90% mujeres	Sólo Mujeres
Equipo directivo	35%	23%	19%	4%	19%

Edad media de los equipos directivos

Variable	Menor 35 años	Entre 35 y 50 años	Mayor 50 años
Edad media equipo dirección	10%	78%	12%

Nivel formativo del equipo directivo de las empresas participantes

Variable	Superior	F. profesional	Secundaria	G. Escolar	No contesta
% empresas con directivos de esta formación	45%	12%	15%	12%	16%

Perfil de la plantilla de las empresas participantes

La composición de las plantillas de las empresas entrevistadas presenta una distribución similar a la reflejada en las estadísticas de años anteriores.

% de empresas con un 100% de hombres	% de Empresas con 90-60% de hombres	% de empresas con un 60%-40% hombres-mujeres	% de empresas con un 60-90% de mujeres	% de empresas con un 100% de mujeres
16%	14%	27%	26%	17%

Otras variables

Variable	Porcentaje de empresas 2010	Porcentaje de empresas 2011	Porcentaje de empresas 2012	Porcentaje de empresas 2013	Porcentaje de empresas 2014
Empresas con trabajadores inmigrantes	15%	17%	17%	15%	12%
Empresas con trabajadores discapacitados	8%	9%	9%	7%	8%
Empresas con personal en prácticas/ becarios	34%	30%	30%	26%	23%

A la hora de interpretar estos datos hay que tener en cuenta que la mayor parte de la muestra se corresponde con empresas de reducido tamaño. No obstante se observa cierta tendencia a la reducción tanto de inmigrantes como de personal en prácticas en empresa.

Tipo de contratación

Año 2014	Más del 75% de la plantilla con contrato indefinido	Entre 50 y 75% de plantilla con contrato indefinido	Menos del 50% de la plantilla con contrato indefinido	NS/NC
Tipo de contrato	71%	11%	8%	10%

Los ajustes de personal realizados en los últimos ejercicios han producido una reducción en la temporalidad laboral en las empresas de la muestra.

Nivel formativo de la plantilla de las empresas participantes

Los trabajadores de las empresas participantes tienen formación académica básica en un 32% del total de las plantillas, un 22% tiene una formación profesional reglada, un 14% con estudios secundarios, y un 32% con formación superior.