



**Informe de Expectativas Empresariales 2011**

**Resumen ejecutivo**

**ildefefe**

**León, enero 2012**

## **Informe de Expectativas empresariales**

### **Expectativas económicas**

Analizando las opiniones recogidas por parte de 100 empresarios de diferentes sectores empresariales de empresas ubicadas en León y Alfoz podemos destacar los siguientes aspectos:

- La mayor parte del tejido empresarial local entrevistado (el 89%) es pesimista a la hora de valorar la situación empresarial y la actividad económica de su entorno en el ejercicio 2011. Solo un 1%, se ha manifestado con cierto optimismo en estos aspectos.
- Comparando estas opiniones con las recibidas en el año 2010, los responsables empresariales entrevistados han incrementado aún más la negativa percepción que había sobre la situación económica local. Hace un año el 81% de las personas entrevistadas dieron una valoración pesimista del ejercicio (frente al 89% de este ejercicio) y un 2% pensaban que en su entorno la situación invitaba al optimismo (frente al 1% de este año).
- Un 76% del panel seleccionado cree que en este momento estamos en un periodo de estancamiento, y que la situación económica durante el año 2012 va a permanecer en niveles similares a los actuales. El 13% de los entrevistados piensa que el próximo año la situación empeorará, y el 11% espera con cierto optimismo que los próximos doce meses surja un cambio de escenario en la situación económica y empresarial.
- Estas expectativas que tienen los empresarios respecto a como será el próximo ejercicio, a pesar del pesimismo generalizado, si que muestran una ligera mejora respecto a las manifestadas el año pasado. En el año 2010 ningún empresario esperaba que la situación para el 2011 mejorase, frente al momento actual en el que un 11% si lo esperan.

### **Expectativas empresariales**

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

- Los niveles de venta en general o se han visto reducidos (un 48% de los encuestados) o han permanecido estables (para un 35%). El 17% de los encuestados afirmaron que su nivel de ventas se habían incrementado, aunque este incremento sea en general poco relevante en términos relativos en la mayoría de los casos analizados.
- La mayor parte de las empresas han intentado mantener sus plantillas y esperan poder seguir igual en el año 2012. Este hecho se entiende partiendo del supuesto de que parte de los entrevistados ya han hecho ajustes laborales para adaptarse a la situación actual.
- Por último en el capítulo de inversiones sólo en el 30% de las empresas han realizado inversiones en inmovilizado en 2011 (9 puntos menos que hace un año), cifra que se ve aún mas reducida cuando se pregunta si tiene previsto realizar inversiones en 2012.

En general la sensación percibida en las entrevistas realizadas es que la actividad económica, después de varios años de crisis, aún no se va a recuperar, pudiendo incluso empeorar en 2012, en función de los ajustes del sector público, el acceso al crédito y el momento en que el consumo interno pueda despegar de nuevo. Las expectativas de salida de la crisis se sitúan en un marco temporal a dos ó tres años vista. Todo esto ha llevado a que aquellas empresas que quieren

acometer nuevos proyectos los mantienen en fase de espera al menos en el corto plazo. Tampoco se tiene previsto hacer nuevos ajustes laborales significativos.

### **Actuaciones de futuro por parte de las empresas**

Las empresas, por diferentes motivos, piensan que no es el momento de hacer una apuesta arriesgada en cuanto a ampliar los mercados geográficos en los que se mueven o de plantearse renovar su cartera de productos o servicios. Sólo una de cada dos empresas ha incorporado nuevas referencias y sólo un 11% ha intentado abrir nuevos mercados geográficos.

Estos datos aunque muestran una clara reticencia por parte de las empresas a intentar desarrollar su cartera de productos/servicios o de entrar en nuevos mercados si que suponen una pequeña mejoría sobre el año pasado, aunque en porcentajes bastante alejados de los manifestados hace dos años.

### **Oportunidades y amenazas que los empresarios ven en el corto plazo**

#### **Oportunidades**

- La crisis crea la necesidad de buenos productos en el mercado, con calidad para que duren más años.
- 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. Esto deriva en una mayor utilización de Internet y sus posibles vertientes anexas como herramienta para la especialización. 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 más oportunidades en el sector.
- Se necesita ampliar la vida útil de los bienes adquiridos: esto es positivo para actividades relacionadas con reparaciones, arreglos, venta de utillaje y artículos de ferretería y productos relacionados.
- Cambio en la mentalidad de la sociedad a consecuencia de la recesión económica actual: mayor uso del transporte público
- Disminuyen las compras pero aumentan los usos por alquiler.
- Mejorar el trato al cliente final: mayor conciencia del trabajo bien hecho.
- Incremento de la demanda de formación especializada.
- Incremento de las acciones de promoción local, lo que abre posibles oportunidades a proveedores locales.
- En muchos sectores, la crisis produce depuración de sectores: desaparecen competidores, otros se concentran y ello revierte en un orden de los mercados necesario y positivo.
- 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.

**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: transporte, transformación, etc.
- Desánimo del sector agropecuario, por su baja rentabilidad económica. Ello hace muy difícil la renovación generacional en el campo.
- El consumidor retrasa la compra, sin un motivo concreto: prefiere ahorrar en previsión de que empeoren las cosas. Este estancamiento dificulta la reactivación del consumo.
- Surge competencia desleal, agresividad en acciones estratégicas para captación de clientes y acciones de publicidad muy agresivas.
- Aumento de la morosidad de los clientes.
- Miedo a consumir por parte del público general y conservadurismo a la hora de invertir en las empresas.
- Dificultades para obtener financiación bancaria, lo que lleva a reducir la producción, limitar la logística y el crecimiento.
- Ralentización en la contratación pública y retrasos en los pagos por parte de las Administraciones Públicas.
- Absorción de pequeñas empresas que no sobreviven a esta etapa por parte de grandes cadenas.
- El tejido empresarial se transforma. Los centros de decisión se van fuera de la provincia.
- Subida de impuestos, en general.
- Entrada de grandes empresas nacionales en el mercado local. Antes, las multinacionales les interesaban los contratos grandes. Ahora con la crisis también entran a competir por contratos pequeños, aunque no les sean rentables.

ildedefe