



SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LA PUBLICIDAD

AGEP/FNEP
Noviembre de 2008

1. Contexto económico de las empresas del sector de la publicidad

La situación económica en la que nos encontramos es una realidad conocida por todos y marcada por unos valores en los indicadores macroeconómicos que reflejan unos escenarios económicos y de mercado claramente negativos y con unas previsiones preocupantes. Bien sea por una caída en el mercado inmobiliario o por un descenso en el valor de los activos financieros en propiedad de Bancos y Cajas, lo cierto es que nos encontramos en una crisis que afecta, no solo al mercado financiero, sino a la situación económica general.

La subida en los niveles de desempleo, un 3,3% en el último año según Eurostat, y el freno que se está produciendo en la actividad económica y empresarial son algunas de las consecuencias más llamativas de esta situación de crisis. Por otra parte, el consumo minorista también está experimentando un descenso notable en nuestro país, con una caída del 5,8% en el último año, frente al 0,2% en el conjunto de la UE.

Y lo más preocupante de todo es que, atendiendo a los datos y previsiones que circulan en los entornos oficiales, económicos y empresariales, la situación tiende a empeorar en 2009 e, incluso en años posteriores. Echando un vistazo a la propuesta de presupuestos generales del Estado para 2009 se puede apreciar esta tendencia.

En el ámbito empresarial, la evolución de las diferentes variables macroeconómicas producen, a nivel general, entre otros efectos los siguientes:

- una carencia de financiación para las empresas
- un cierto colapso en los niveles de liquidez y de endeudamiento
- un incremento del desempleo como consecuencia de la necesidad de adaptación de las estructuras organizativas
- un descenso del consumo de los hogares al aumentar el nivel de endeudamiento, el desempleo y la desconfianza frente al futuro
- una desconfianza empresarial que se traduce en un descenso en los niveles de emprendimiento

Dentro de este contexto, el Sector de las Empresas de Publicidad no queda exento de influencias negativas que podrían llegar a ser considerables. En los últimos años, el Sector ha estado inmerso en una realidad marcada por la bonanza, con incrementos anuales en las inversiones de los anunciantes superiores al incremento general de la economía.



Sin embargo, durante el presente año 2008, las cifras comienzan a reflejar lo que parece lógico pensar: *un menor crecimiento en las inversiones publicitarias como consecuencia del entorno de crisis económica señalado anteriormente*. En este sentido, INFOADEx señala una caída de las inversiones publicitarias de un 6,5% en el primer semestre de 2008, con descensos generalizados prácticamente para todos los medios, salvo Internet y canales temáticos de TV.

Esta situación podrá resultar más llamativa en 2009, como consecuencia de una previsible reducción drástica en la partida de inversión publicitaria por parte de los principales sectores anunciantes. A modo de ejemplo, entre los veinte anunciantes con mayores inversiones publicitarias en 2007, se encuentran 7 empresas del sector del automóvil, sector que está experimentando un notable descenso de cifra de negocio que ha alcanzado el 40% en este mes de octubre.

Con el fin de analizar la realidad actual del sector y las previsiones para el próximo ejercicio, AGEP (Asociación General de Empresas de Publicidad) ha realizado durante el mes de octubre una consulta a las principales empresas del sector, en la que han participado 71 empresas repartidas por todo el territorio nacional y con diferentes estructuras organizativas.

2. Situación actual de las empresas del sector de la publicidad

Situación económica y de actividad

La consulta realizada refleja que, a nivel general, los empresarios del sector de la publicidad confirman las sensaciones expuestas anteriormente y manifiestan **encontrarse en una peor situación en la actualidad que en la que se encontraban en el semestre anterior**. La crisis afecta también a las empresas de publicidad e, incluso, en mayor medida que a otros sectores.

Este empeoramiento de la situación empresarial se manifiesta principalmente en los siguientes aspectos:

- **unos menores niveles de rentabilidad** en el negocio, con el 70% de las empresas consultadas que afirma que el negocio es menos rentable ahora que hace seis meses.
- **unos menores niveles de actividad comercial**, que se traduce en un 60% de empresas que afirma haber disminuido su actividad comercial.
- **unos menores niveles de actividad productiva**, con una reducción del número de trabajos pendientes y de nuevos trabajos

Frente a esta realidad, **los costes empresariales no han experimentado cambios e, incluso, han aumentado en algunos casos**. En este sentido, el 60% de las empresas consultadas afirman no haber variado sus costes, siendo incluso superiores en el 22% de los casos.

Los datos que, en concreto, se han obtenido sobre las opiniones empresariales en relación con la comparativa de la situación actual del sector con respecto al semestre anterior han sido los siguientes:

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior % de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 12,68 | 22,54 | 5,63 | 5,63 | 7,04 | 8,57 |
| Sin cambios | 26,76 | 60,56 | 52,11 | 23,94 | 23,94 | 28,57 |
| Inferior | 60,56 | 16,90 | 42,25 | 70,42 | 69,01 | 62,86 |
| TOTAL | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Base: Total muestra (71)

Por situación geográfica de la empresa, considerando Madrid y Resto de España, se obtienen los siguientes resultados:

- Las *empresas madrileñas* califican la situación actual del sector por debajo de la media nacional en los siguientes aspectos:
 - Actividad comercial
 - Nuevos trabajos
 - Trabajos pendientes
 - Precios de venta

Por el contrario, la opinión sobre la situación actual de la rentabilidad, aunque calificada como inferior a la del semestre anterior, es menos acentuada que entre las empresas del resto de España.

Estos datos resultan lógicos si se tiene en cuenta que aproximadamente la mitad de las inversiones publicitarias se realizan en Madrid, donde están radicadas las sedes de empresas muy representativas. En la medida que el entorno económico afecta a estas empresas, se producen efectos adversos en el sector de las empresas de publicidad. Por el contrario, aunque se produzca un descenso acusado de la rentabilidad, también es cierto que en Madrid se desarrollan grandes campañas con niveles de rentabilidad más elevados que en el resto de zonas.

- Para las *empresas del resto de España*, resulta especialmente significativa la opinión en relación con los costes medios y con la rentabilidad global del negocio. En ambos casos se refleja una valoración más negativa de la situación actual en relación con la existente en el anterior semestre.

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior
Empresas de MADRID
% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 7,14% | 19,05% | 4,76% | 9,52% | 9,52% | 4,76% |
| Sin cambios | 26,19% | 57,14% | 47,62% | 23,81% | 16,67% | 26,19% |
| Inferior | 66,67% | 23,81% | 47,62% | 66,67% | 73,81% | 69,05% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas de Madrid (42)

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior
Empresas de RESTO DE ESPAÑA
% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 20,69% | 27,59% | 6,90% | 0,00% | 3,45% | 14,29% |
| Sin cambios | 27,59% | 65,52% | 58,62% | 24,14% | 34,48% | 32,14% |
| Inferior | 51,72% | 6,90% | 34,48% | 75,86% | 62,07% | 53,57% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas Resto de España (29)

Analizando las respuestas **por tamaño de empresa**, se obtienen las siguientes valoraciones generales:

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior
Empresas con MENOS DE 10 TRABAJADORES
% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 12,50% | 31,25% | 9,38% | 0,00% | 3,13% | 12,90% |
| Sin cambios | 28,13% | 56,25% | 56,25% | 31,25% | 31,25% | 35,48% |
| Inferior | 59,38% | 12,50% | 34,38% | 68,75% | 65,63% | 51,61% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas menos de 10 trabajadores (32)

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior
Empresas ENTRE 11 Y 25 TRABAJADORES
% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 9,09% | 13,64% | 0,00% | 9,09% | 9,09% | 4,55% |
| Sin cambios | 31,82% | 68,18% | 54,55% | 22,73% | 9,09% | 9,09% |
| Inferior | 59,09% | 18,18% | 45,45% | 68,18% | 81,82% | 86,36% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas entre 11 y 25 trabajadores (22)

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior Empresas ENTRE 26 Y 90 TRABAJADORES

% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 8,33% | 8,33% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 8,33% |
| Sin cambios | 25,00% | 66,67% | 33,33% | 16,67% | 33,33% | 25,00% |
| Inferior | 66,67% | 25,00% | 66,67% | 83,33% | 66,67% | 66,67% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas entre 26 y 90 trabajadores (12)

Comparación de la situación actual de las empresas con respecto al semestre anterior Empresas de MÁS DE 90 TRABAJADORES

% de respuesta

| | Actividad comercial | Costes medios | Precios medios | Rentabilidad global | Nuevos trabajos | Trabajos pendientes |
|-------------|---------------------|---------------|----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
| Superior | 40,00% | 40,00% | 20,00% | 40,00% | 40,00% | 0,00% |
| Sin cambios | 0,00% | 40,00% | 60,00% | 0,00% | 20,00% | 80,00% |
| Inferior | 60,00% | 20,00% | 20,00% | 60,00% | 40,00% | 20,00% |
| TOTAL | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Base: Empresas más de 90 trabajadores (5)

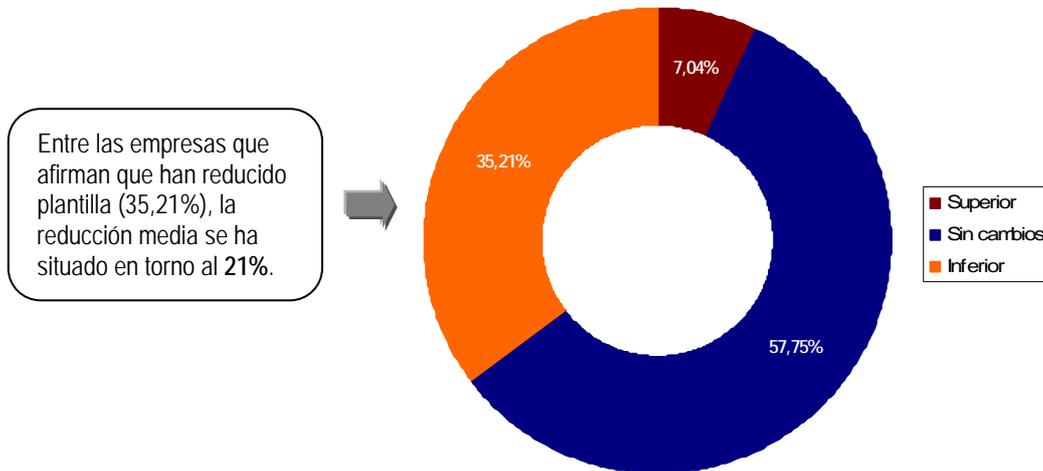
A la vista de los datos anteriores se puede concluir lo siguiente:

- No se aprecian grandes diferencias de valoración de la situación entre empresas de diferente tamaño. En general, las valoraciones de los diferentes ítems analizados para medir la situación actual de las empresas son similares a las que se obtienen a nivel general de la muestra.
- Únicamente es destacable una menor valoración de la rentabilidad y del nivel de trabajo, tanto nuevo como pendiente, entre las empresas con menor número de trabajadores. Las empresas más pequeñas acusan en mayor medida el descenso de actividad que se produce puesto que los grandes anunciantes suelen mantener su actividad con sus proveedores habituales que son frecuentemente las empresas de mayor tamaño.
- Por tanto, la consulta efectuada parece reflejar que **las pequeñas empresas están acusando la crisis en mayor medida que las grandes**, con matices, puesto que depende en gran medida de las carteras de clientes y el tipo de campañas a las que dediquen su actividad.

Situación actual del empleo en el sector

Con respecto a la situación actual del empleo en el sector, más de la mitad de las empresas consultadas (57,75%) afirma no haber experimentado modificaciones de plantilla con respecto a la que tenían en el último semestre. Frente a éstas, un 35,21% de las empresas ha disminuido el número de trabajadores.

Comparación del nivel actual de empleo en las empresas con respecto al semestre anterior



Base: Total muestra (71)

Aunque los datos son dispersos, se puede hablar de una **reducción media del 21% de plantilla** en el último semestre entre las empresas que afirman haber reducido.

Estas cifras reflejan que **el sector de las empresas de publicidad se sitúa en línea con el resto de sectores económicos**, a juzgar por las cifras oficiales de crecimiento del desempleo por el que está atravesando España. La necesidad de adaptar las estructuras de las empresas a unos niveles de actividad más reducidos es la explicación más coherente para este fenómeno de reducción de empleo.

A pesar de esta tendencia, **se puede hablar de un elevado nivel de estabilidad en las plantillas**, con una mayoría de empresas que, por el momento, no han reducido su número de trabajadores. Esta situación tiene que ver en cierta medida con la estructura media de las empresas del Sector en el que abundan las empresas pymes e, incluso las microempresas. Lógicamente, las empresas más pequeñas cuentan con plantillas "ya optimizadas" para abordar los proyectos que acometen, no resultando, en ocasiones, factible una reducción de personal. Sin embargo, son las empresas medianas y grandes las que deben adaptarse a la nueva realidad del mercado, reduciendo costes y equilibrando su capacidad productiva. Es en estos casos en los que se producen las reducciones de plantilla.

A nivel geográfico el porcentaje de empresas que han experimentado una reducción de plantilla durante el último semestre es superior en Madrid que en el resto de España, con un 40,48% de las empresas madrileñas que contestaron a la consulta y un 27,59% de las empresas del resto de zonas de España. Posiblemente, **el mayor tamaño medio de las empresas radicadas en Madrid justifica en cierta medida esta tendencia**.

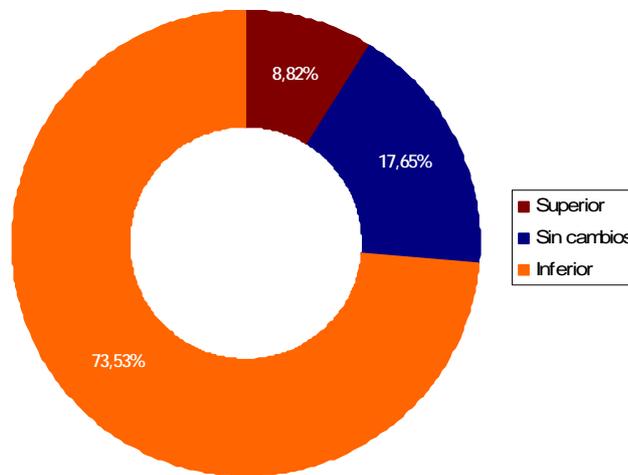
De hecho, analizando los **resultados en función del tamaño de la empresa**, son las empresas con un menor número de trabajadores las que presentan una mayor estabilidad en el empleo con

respecto al último semestre, como consecuencia de disponer de unas plantillas, por defecto, mejor dimensionadas en número en momentos de crisis.

3. Previsiones de futuro

Los resultados de la encuesta reflejan, a nivel general, una **visión pesimista de las empresas del sector con respecto al futuro**. En este sentido, **un 75,53% de las empresas consultadas opina que la situación de negocio dentro de un año será inferior a la actual**. Solo un 8,82% se afirma optimista, confiando en una situación más positiva.

Previsiones de futuro



Base: Total muestra. Responden 68

Las empresas del sector son ya conscientes de que se está produciendo un descenso en los niveles de actividad publicitaria, como se ha puesto de manifiesto en los apartados anteriores. Los datos macroeconómicos a la baja y los datos de inversiones publicitarias proporcionados por INFOADEX así lo reflejan.

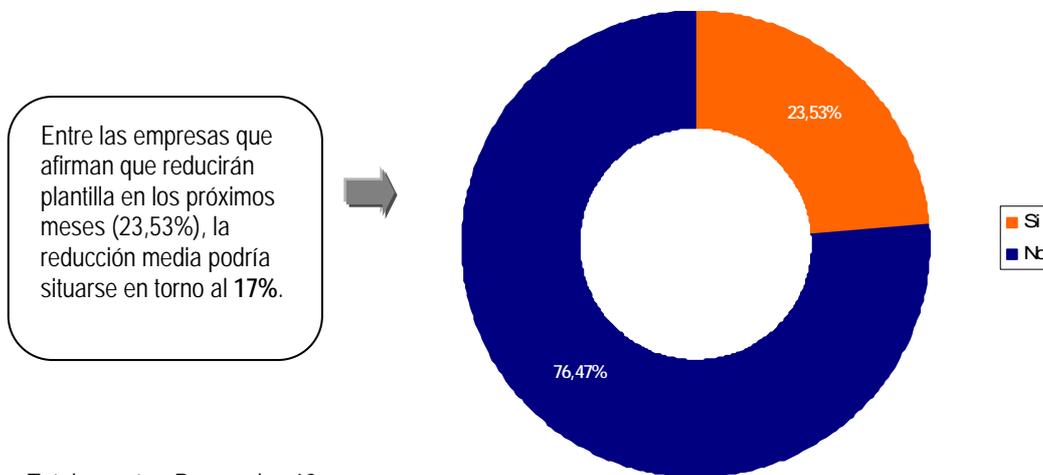
Sin embargo, **los efectos negativos no parecen haber llegado a su máximo nivel**, a juzgar por la información de que se dispone. Previsiblemente, el desempleo experimentará un aumento considerable, llegando incluso a un 15% en 2010 según la UE. El consumo seguirá experimentando descensos, lo que se traducirá en disminuciones en las ventas de los fabricantes y distribuidores y, en consecuencia en pérdida de rentabilidad. La estabilidad financiera, fuente de financiación de las empresas, no se ha conseguido todavía y habrá que esperar probablemente al menos unos meses.

Ante esta situación, **es más que previsible que las inversiones publicitarias se reduzcan considerablemente en 2009**, al menos en la mayor parte de los medios. Únicamente Internet y televisión temática parecen estar aguantando el tirón. Es necesario destacar aquí que las inversiones que se están produciendo en 2007 estaban ya presupuestadas, en la mayor parte de los casos en 2006, por lo que las grandes marcas las han mantenido. Sin embargo, son ya muchas las empresas que están planteándose "presupuestos de guerra" para 2009, reduciendo

todos aquellos gastos y/o inversiones que "no sean estrictamente necesarios". Y, como hemos mencionado anteriormente, no en todos los casos se asocia la publicidad con inversión, sino más bien como gasto.

Hablando de empleo, a nivel general, el sector tiene una previsión mayoritaria de mantenimiento de los niveles actuales de empleo, si bien hay un 23,53% de las empresas consultadas que afirma tener previsto reducir plantilla durante los próximos meses. La necesidad de adaptación a la nueva realidad económica de 2009 marcada por el descenso en las inversiones publicitarias, justifica medidas de contención por parte de las empresas de nuestro sector y la optimización de plantillas es una de las más importantes.

Previsiones de reducción de empleo a corto plazo



Base: Total muestra. Responden 68

Haciendo un intento de cuantificar y predecir este fenómeno, el promedio de reducción prevista podría situarse en torno al 17%, según las cifras aportadas por las empresas consultadas que tenían previsión de reducir el número de trabajadores. Hay que tomar, en todo caso, este dato como aproximación y con reservas puesto que son 16 las empresas que conforman la base de cálculo, si bien puede resultar orientativo de cara al futuro.

4. Ficha Técnica

- Cuestionario enviado a todas las empresas asociadas a AGEP
- **Fechas de la consulta:** Septiembre y octubre de 2008
- **Respuestas recibidas:** 71
- **Reparto geográfico:**
 - Respuestas Madrid: 42
 - Respuestas resto de España: 29



- **Reparto por tamaños:**
 - Menores de 10 trabajadores: 32
 - Entre 11 y 25 trabajadores: 22
 - De 26 a 90 trabajadores: 12
 - Más de 90 trabajadores: 5
- **Cuestionario utilizado:** Se reproduce a continuación

CUESTIONARIO SITUACIÓN ACTIVIDAD EMPRESARIAL

P.1. A continuación le pedimos que compare la situación actual de su empresa con respecto a la que tenía en el semestre anterior, para una serie de cuestiones, indicando en cada caso si es “Superior”, “Sin Cambios” o “Inferior”. Por favor, marque con una X la opción que considere más adecuada.

La situación actual de mi empresa con respecto al semestre anterior para cada uno de los siguientes aspectos es:

| | Superior | Sin cambios | Inferior |
|---|----------|-------------|----------|
| Nivel de actividad comercial | | | |
| Costes medios (compras, salarios, etc.) | | | |
| Precios medios cobrados a los clientes | | | |
| Rentabilidad global del negocio | | | |
| Nivel de nuevos trabajos | | | |
| Volumen de trabajos pendientes de realización | | | |

P.2. Hablemos ahora de Empleo. ¿Cómo ha sido su nivel de empleo en comparación con el del semestre anterior?

Superior Sin cambio Inferior

P.3. Si contestó INFERIOR en la pregunta anterior, indique, por favor, el número de bajas que se han producido

Bajas

P.4. ¿Prevé reducir el número de trabajadores de su empresa antes del final del ejercicio?

Si No

P.5. En caso afirmativo, ¿En que número? trabajadores

P.6. ¿Cuántas personas trabajan actualmente en su empresa? (todas las categorías, incluida dirección)

Personas

P.7. Como prevé que será la actividad económica de su empresa en el plazo de un año?

Superior Sin cambio Inferior

Muchas Gracias por su participación