

EFECTOS DEL INCREMENTO DEL PRECIO DEL PETROLEO

EN LA EMPRESA CANARIA



RESULTADOS Generales

- Los principales efectos derivados de la escalada del precio del crudo han sido el aumento del coste de producción o de prestación de servicios y el incremento del precio de venta.
- El 75% de las empresas canarias adoptará algún tipo de medida si el precio del crudo se mantuviera en niveles elevados. La actuación más frecuente sería el ajuste de costes.
- Cerca de un 60% de las empresas que incrementaron sus precios como consecuencia de la escalada de precios del petróleo volverán a hacerlo si el precio del petróleo se mantiene en niveles elevados.



RESULTADOS Por sectores

- Las empresas de construcción y de la industria son las más afectadas por la escalada de precios del crudo.
- Las empresas industriales serán las que reaccionen en un mayor porcentaje, ante el mantenimiento de la situación de precios del petróleo altos.
- Las empresas de sector servicios, especialmente las hoteleras, adoptarán medidas en un porcentaje inferior al del resto de sectores. También son las que identifican menos efectos.



RESULTADOS Por tamaños

- Las empresas entre 10 y 49 trabajadores son las más sensibles ante el incremento del precio del crudo. Las empresas grandes tienen más capacidad para sortear la incertidumbre, mientras que las pequeñas no identifican efectos directos.

Más del 85% de las empresas entre 50 y 249 empleados tomarán algún tipo de medida que mitigue el efecto derivado del mantenimiento del precio del petróleo en niveles elevados. La siguiente tipología de empresas, atendiendo al tamaño, que tomarán medidas son las más pequeñas, con un porcentaje de respuesta del 80,6%.

RESULTADOS CANARIAS



EFFECTOS DE LA SUBIDA DEL PRECIO DEL PETRÓLEO

Los efectos del incremento del precio de crudo se han centrado, fundamentalmente, en los costes de producción o de prestación de servicio. Un 51,2% de las empresas canarias indican aumentos en esta variable, porcentaje muy similar al de la repuesta manifestada por el conjunto de empresarios españoles. La segunda variable que se ha visto más afectada ha sido la de los precios de venta, aunque con un efecto más moderado que la anterior.

El porcentaje de empresas que acusan una pérdida de capacidad competitiva y de demanda de sus productos como consecuencia del alza del petróleo es muy bajo, incluso por debajo de los porcentajes de las empresas nacionales.

Lo limitado de estos dos últimos efectos se debe, entre otras cosas, al hecho de que el precio del petróleo, en términos reales y de impacto económico, no ha llegado a las cotas alcanzadas en ocasiones anteriores. Además, la eficiencia energética de las empresas es más alta y la dependencia de la citada materia prima se ha reducido.



ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE EL MANTENIMIENTO DE PRECIOS DEL CRUDO ELEVADO

El 75% de las empresas canarias prevé adoptar algún tipo de medida dirigida a paliar los efectos del mantenimiento del petróleo en niveles altos. Entre estas medidas, el ajuste de los costes de producción o de prestación de servicios será la más importante, seguida de las previsiones de aumento de precios, con un porcentaje de respuesta del 43,3%.

Los empresarios de las islas estiman una reducción de sus márgenes en mayor medida que los empresarios españoles, contrariamente a los efectos que el incremento de los precios del crudo tendrá sobre la mejora de la competitividad donde el conjunto de empresas del territorio nacional se posicionó con un 35,9% de respuesta, 11 puntos por encima del peso que le dieron las empresas de las islas.

El ajuste de la plantilla, así como los posibles retrasos en sus previsiones de inversión se sitúan como las variables menos afectadas, con porcentajes de respuesta inferiores al 25%.

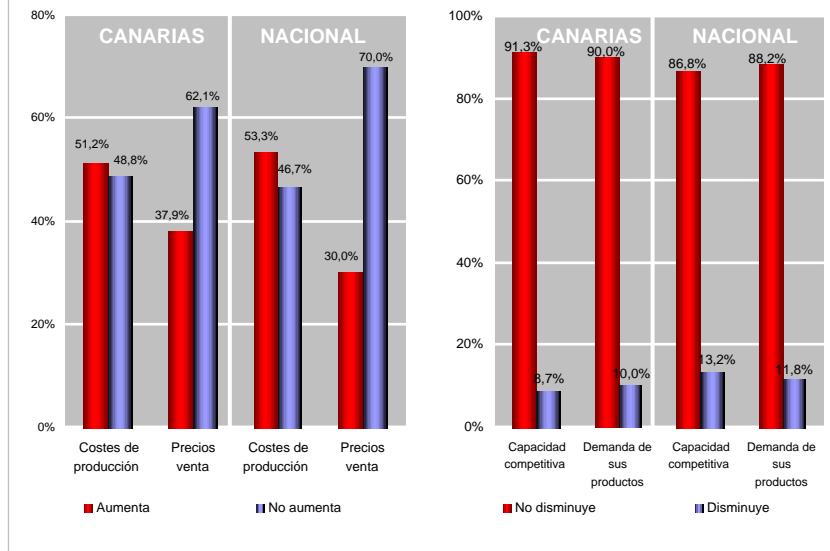


RELACIÓN ENTRE EFECTOS MÁS IMPORTANTES Y MEDIDAS

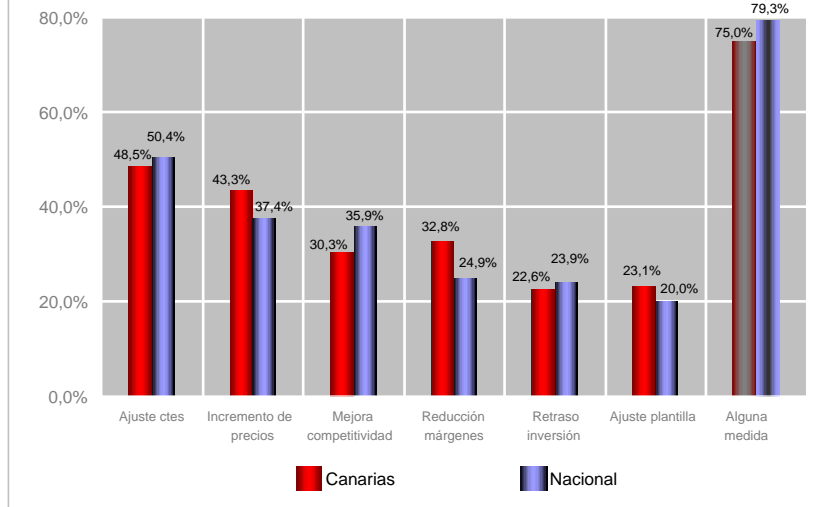
Las empresas que experimentan descensos en su capacidad competitiva serán las que más intensamente realicen esfuerzos para ajustar sus costes, seguidas de las que se ven más afectadas por un descenso en la demanda de sus productos. Por otro lado, un 58,7% de las compañías que en un primer momento elevaron los precios de venta de sus productos o servicios volverán a hacerlo si la situación de precios del petróleo elevados se mantiene.

Las empresas canarias que han experimentado un empeoramiento de la capacidad competitiva (beneficios, cuota de mercado, facturación) adoptarán medidas de subidas de precios en mayor medida que las tendentes a mejorar su competitividad y a reducir sus márgenes, contrariamente a lo previsto por las empresas nacionales en su conjunto. Los descensos en la inversión y los ajustes de plantilla son las medidas inicialmente menos utilizadas para mitigar una pérdida de competitividad como consecuencia las constantes subidas del crudo.

Porcentaje de empresas que señala efectos derivados del alza en el precio del crudo



Porcentaje de empresas que adoptarán medidas si se mantiene el precio del crudo en niveles elevados



Efectos derivados del alza del precio del crudo y medidas adoptadas

MEDIDAS	EFECTOS							
	Costes. Producción		Precios		Capacidad competitiva		Demanda	
	CANARIAS	NACIONAL	CANARIAS	NACIONAL	CANARIAS	NACIONAL	CANARIAS	NACIONAL
Reducc márgen	48,9%	36,3%	51,9%	30,4%	50,2%	44,9%	51,2%	46,8%
Incremento precios	54,7%	48,4%	58,7%	54,2%	63,8%	37,2%	58,9%	39,3%
Ajuste ctes.	68,6%	63,0%	70,4%	59,8%	76,0%	61,1%	74,6%	70,7%
Mejora competit.	43,4%	45,1%	43,1%	45,0%	58,3%	49,6%	45,4%	40,5%
Ajuste plant.	28,4%	26,7%	27,9%	27,6%	39,2%	34,6%	38,1%	30,3%
Reducc invers	25,6%	32,8%	26,2%	31,6%	47,1%	34,7%	40,7%	44,1%

RESULTADOS POR SECTORES

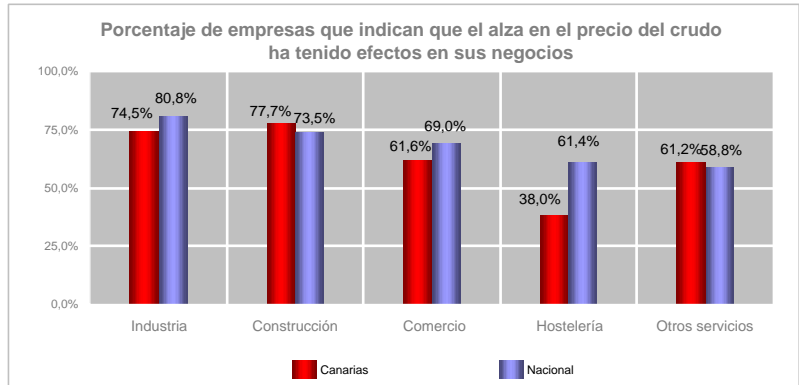


EFFECTOS DE LA SUBIDA DEL PRECIO DEL PETRÓLEO

Las empresas canarias de la construcción son las que más han notado el avance de los precios de petróleo, mientras que en el ámbito nacional fueron las empresas industriales.

Por el contrario, el incremento de los precios del crudo ha afectado menos a las empresas del sector servicios (comercio, hostelería y resto de servicios). El sector de la hostelería canario con un 38,0% es el que acusa menor impacto, no sólo atendiendo a los restantes sectores de actividad sino con relación a la valoración que se ha obtenido para el mismo sector en el conjunto del territorio nacional.

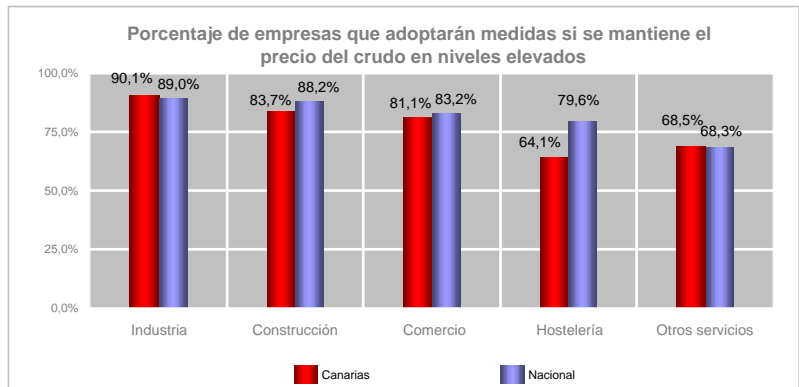
Las empresas de servicios, si bien se han visto menos influidas por la escalada de esta materia prima en el corto plazo, sí se podrían ver afectadas si se sostiene una situación de precios elevados en el medio y largo plazo, transmitiéndose los incrementos vía costes, precios, empleo e inversión.



ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE EL MANTENIMIENTO DE PRECIOS DEL CRUDO ELEVADOS

Las empresas canarias pertenecientes a los sectores de la industria y la construcción son las más sensibles ante la escalada del precio del crudo, siendo también las más activas a la hora de tomar medidas que mitiguen los efectos de una situación de precios altos de la materia prima. Las medidas se centrarán, sobre todo, en ajustes en los costes de producción, incremento del precio de venta y reducción de sus márgenes.

El sector de la hostelería, acorde con su posición de sector menos afectados por los efectos de la subida del petróleo es, con un 64,1%, la actividad empresarial que menos medidas prevé adoptar.



Fuente: Cámaras Canarias

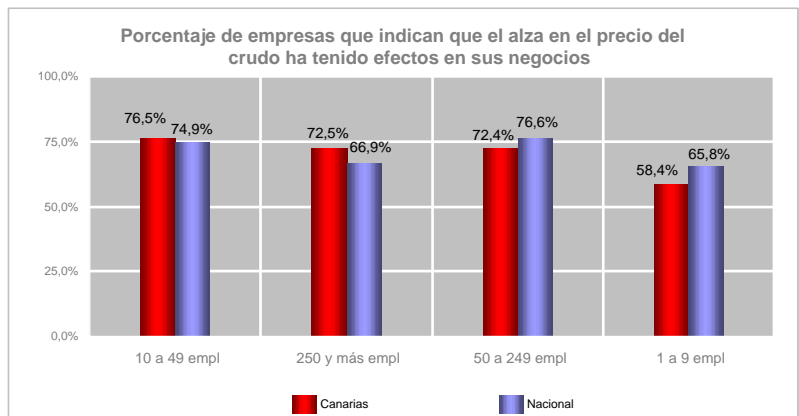
RESULTADOS POR TAMAÑOS



EFFECTOS DE LA SUBIDA DEL PRECIO DEL PETRÓLEO

Las empresas de menos de 10 empleados han sido, tanto en el territorio canario como en el nacional, las menos sensibles ante la escalada del precio del petróleo. Las compañías de entre 50 y 250 trabajadores tienen mayor capacidad para solventar los efectos que la evolución del precio de esta materia prima pudiera ocasionar. En las empresas más pequeñas, los efectos directos son menores por su especialización en el sector servicios, su elevada flexibilidad y su menor intensidad energética.

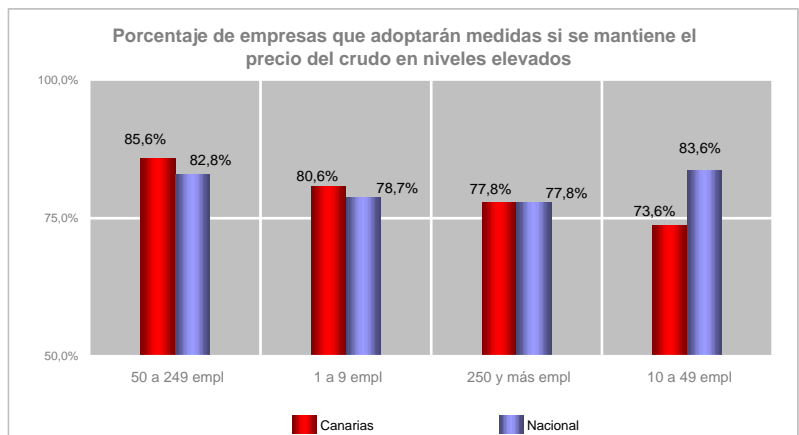
Han sido las empresas entre 10 y 49 las más afectadas por la escalada del precio del petróleo, seguidas de las empresas de mayor tamaño entre las que se agrupan un mayor porcentaje de firmas de los sectores de la construcción e industrial.



ACTITUD DE LAS EMPRESAS ANTE EL MANTENIMIENTO DE PRECIOS DEL CRUDO ELEVADOS

Las empresas entre 50 y 250 empleados son las que, en mayor porcentaje, adoptarán medidas para suavizar los efectos del mantenimiento del precio del crudo en niveles elevados. Más del 85% de esta tipología de empresas llevarán a cabo, alguna acción que mitigue esos efectos.

Si se atiende al conjunto de empresas españolas son, las empresas entre 10 y 49 empleados las que prevén adoptar, en un mayor porcentaje, algún tipo de medidas, contrariamente a lo que sucede para las empresas canarias con igual número de empleados que, con un porcentaje de respuesta del 73,6% se sitúan en el último lugar.



ANEXO

Resultados generales

P.1. ¿Cómo está afectando a su empresa el incremento del precio del crudo en lo referente a las siguientes variables?

	Aumenta	No aumenta
1º. Costes de producción o de prestación de servicios	51,2%	48,8%
2º. Precios de venta	37,9%	62,1%
	Disminuye	No disminuye
3º. Capacidad competitiva	8,7%	91,3%
4º. Demanda de sus productos o servicios	10%	90%

P.2. Si el precio del petróleo se mantuviera en niveles elevados, ¿cuál sería la actitud de su empresa?

1º. Reducir márgenes	32,8%
2º. Incrementar los precios de venta	43,3%
3º. Ajustar los costes	48,5%
4º. Mejorar la competitividad de su empresa (calidad, servicio, innovación, ...)	30,3%
5º. Ajustar la plantilla o retrasar nuevas incorporaciones	23,1%
6º. Retrasar o reducir la inversión planeada	22,6%
7º. Otras medidas	8,0%

Ficha técnica

Analizadas 1.111 empresas con al menos un trabajador, distribuidas por todo el territorio canario. El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de +/-2,91%. La encuesta se llevó a cabo durante el mes de enero de 2005.

DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Pregunta 1

- 1. Costes de producción o de prestación de servicios:** Gasto en el que incurre la empresa a la hora de fabricar un bien o suministrar un servicio: coste del material, mano de obra y otros costes imputables al proceso productivo o de prestación de servicios.
- 2. Demanda de sus productos o servicios:** Cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos desean adquirir.
- 3. Capacidad competitiva:** Posición de su empresa en cuanto al mantenimiento o mejora de su cuota de mercado, facturación y/o beneficios.
- 4. Precios de venta:** Precio al que oferta sus productos o prestación de servicios.

Pregunta 2

- 1. Reducir márgenes:** Disminución del beneficio por unidad de producto o de los resultados de la empresa.

2. Incrementar los precios de venta: Aumento en el precio final del producto o servicio.

3. Ajustar los costes: Cambios en la gestión de la empresa, en la relación con proveedores, en el proceso productivo o de prestación de servicios, o cambios de cualquier otro tipo que permitan un recorte de los gastos a los que se enfrenta la empresa para la realización de su actividad.

4. Mejorar la competitividad de su empresa (calidad, servicio, innovación,...): Actuaciones que permitan a su empresa mejorar su posición competitiva, incrementando su capacidad para mantener o aumentar su cifra de negocio, cuota de mercado y/o beneficios.

5. Ajustar la plantilla o retrasar nuevas incorporaciones: Reducción del personal laboral de su empresa o postponer la incorporación de nuevos trabajadores.

6. Retrasar o reducir la inversión planeada: Recortes en la partidas destinadas a inversión o re-

trazo planificado de los proyectos de inversión que se pretendían llevar a cabo en un periodo de tiempo determinado.

