

ECONOMÍA / POLÍTICA

Las empresas medianas avisan: siete de cada diez subirán precios este año

SONDEO/ Los directivos del 'middle market' español mejoran su percepción del entorno económico, pero advierten de que los sobrecostes que arrastran por la energía, las materias primas y el alza de salarios les llevarán a encarecer sus productos.

J. Díaz, Madrid

De la oscuridad y la incertidumbre a una zona de sombras con algunas luces. Es el giro que ha experimentado el sentimiento de los empresarios sobre el futuro a corto y medio plazo de la economía. Sus perspectivas han mejorado o, si se prefiere, son ahora menos negativas que hace unos meses, cuando el fuerte enfriamiento de la actividad parecía conducir inexorablemente a un periodo de contracción. Ahora, ese riesgo se ha diluido y la brújula de los empresarios y ejecutivos españoles apunta a una cierta mejora o estabilización del escenario económico. Así lo refleja el informe *Vistage CEO Index 2023*, que muestra que el 53% de los altos ejecutivos de medianas empresas (*middle market*) españoles consultados prevé este año un entorno económico similar o ligeramente mejor al de 2022, porcentaje muy superior al 18% que reflejaba la encuesta anterior, realizada en octubre. Pero que la crisis se profile ahora menos grave no significa que no exista, ni que las compañías españolas no tengan por delante un difícil 2023, plagado de desafíos e incertidumbres, entre los que sobresale la todavía elevada inflación (en precios y costes de producción) y la creciente presión que ejerce sobre los salarios.

De hecho, el 72% de los encuestados, pertenecientes a todo tipo de sectores de actividad, asegura que sus empresas se verán abocadas a subir los precios de venta de sus productos y servicios este año para digerir los fuertes sobrecostes derivados del encarecimiento de la energía y de las materias primas, del aumento de precios por parte de sus proveedores y de la mejora de sueldos a la que se han visto obligados para compensar, aunque sea parcialmente, el impacto de la inflación. Así lo refleja la encuesta de la organización internacional de asesoramiento a altos ejecutivos Vistage, que recoge las opiniones de 76 de sus miembros en España, todos ellos CEO, directores generales y propietarios de compañías del *middle market* español; esto

es, empresas que facturan al menos 10 millones de euros. Esa conjunción de factores supone un cóctel envenenado para el tejido productivo que evidencia que la espiral inflacionista sigue siendo uno de los mayores quebraderos de cabeza a los que se enfrenta la economía, porque sus efectos se han incrustado en el engranaje económico, lastrando la actividad empresarial.

Inflación persistente

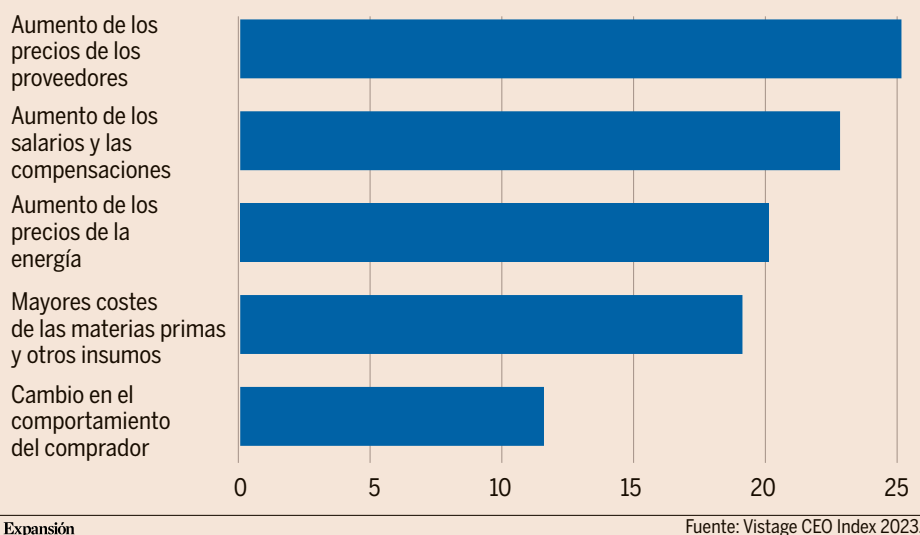
La realidad empuja así el relato del Gobierno, que reitera que España ha logrado doblegar la curva de la inflación, registrando una de las tasas de IPC más bajas de toda la zona euro: un 5,9% en enero. Sin embargo, la inflación subyacente, que muestra el componente más estructural de la subida de precios y costes y que, por tanto, es la más difícil de revertir, se ha disparado hasta el 7,5%, mostrando el carácter persistente de la crisis inflacionaria. Una presión de costes que, aunque se ha moderado, no ha remitido y que obligará a muchas empresas a seguir subiendo precios este año. De hecho, las compañías medianas no serán las únicas. Grandes grupos de consumo, como Unilever, PepsiCo o Nestlé, ya han advertido de nuevas alzas generalizadas en los precios de sus productos al menos durante la mitad de este año ante la presión de los costes sobre sus márgenes y cuentas de resultados, como publicó EXPANSIÓN el pasado 20 de febrero. Es una mala noticia para el bolsillo de las familias españolas, ya muy castigadas por la pérdida de poder adquisitivo y que ven cómo el precio de los alimentos encadena diez meses consecutivos con alzas de doble dígito: un 15,4% en enero, a pesar de la rebaja de los alimentos básicos que entró en vigor a principios de ese mes.

El aviso del mundo empresarial se produce en medio de un encendido debate sobre el encarecimiento de los alimentos, que ha derivado en el enésimo foco de tensión entre los socios del Gobierno de coalición, con Unidas Podemos presionando a los ministros socialistas para intervenir



EL IMPACTO DE LA INFLACIÓN EN LOS NEGOCIOS

Principales efectos citados por los CEOs de las empresas medianas españolas. En porcentaje de respuestas.



los precios, enarbolando el artículo 13 de la Ley de Comercio Minorista, que permite al Gobierno "fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos". El ala socialista del Ejecutivo rechaza, sin embargo, fijar topes a los precios porque eso distorsionaría toda la cadena alimentaria, en la que muchos de sus eslabones tienen su rentabilidad "al límite", como ha advertido el titular de Agricultura, Luis Planas. El debate se calienta y

los precios siguen ganando altura.

Pese a las dificultades y retos que se atisban en el horizonte, la mejoría relativa del clima económico ha traído consigo también unas mejores perspectivas de negocio. Ahora, el 61% de los encuestados confía en un aumento de los ingresos por ventas frente al 51% del sondeo anterior, mientras que la mitad mantiene sus planes de incrementar los presupuestos en inversión fija, nueve puntos más

que en octubre (41%), con la tecnología como algo prioritario. De hecho, el 72% de los directivos de Vistage prevé invertir en ese ámbito, en un contexto en el que cada vez es más necesario reforzar la seguridad de sus sistemas ante los ciberataques (el 11% ha sufrido ataques informáticos). Mientras, un 66% invertirá también en recursos humanos ante un escenario en el que la escasez de talento convierte en una prioridad y un desafío la captación y reten-

ción de capacidades profesionales (ver información adjunta). Las mejores perspectivas de negocio, inversión y rentabilidad representan, a su vez, una buena noticia desde el prisma de la creación de empleo. De hecho, el 54% de los empresarios encuestados prevé contratar en 2023, frente al 38% que mantendrá invariables sus plantillas, o el 7% que anticipa un ajuste en su número de empleados.

Preocupación por la escasez de talento

La escasez de perfiles adecuados para determinados puestos se ha convertido en uno de los principales focos de preocupación de los CEO y altos directivos españoles. El 63% de los encuestados por Vistage avisan de que la dificultad para encontrar los perfiles profesionales idóneos representa ya una traba para la productividad. "Se avistan nuevos desafíos empresariales en el horizonte, como la retención del talento, cada vez más compleja en un entorno de subida de precios y salarios", señala el informe. En este contexto, las recetas de las empresas medianas españolas para mitigar esta carencia pivotan en torno a tres grandes ingredientes: la flexibilidad horaria, el teletrabajo y las subidas de sueldos, incentivos que están ofreciendo ya más del 70% de los encuestados. En concreto, 59 de los 76 empresarios sondeados han optado por ofrecer flexibilidad horaria en sus compañías; 50 aseguran haber implementado recientemente el trabajo a distancia, mientras que 27 han optado por mejoras salariales para atraer a los perfiles profesionales deseados.