



cluster  
**comunicación**  
de galicia

## Impacto de la crisis COVID-19 en el sector

Con la colaboración de





# cluster **comunicación** de galicia

## índice

- Introducción
- Ficha técnica
- Cualificación de la muestra
- Resultados
- Resumen



# Introducción

## *Marketing en periodos de crisis*

- Mesa, Martínez, Mas y Uribe en 2013 realizaron un estudio con 172 directores de marketing de empresas españolas, utilizando un modelo de ecuaciones estructurales para probar empíricamente que existe una fuerte relación entre marketing proactivo y el desempeño.
- Se confirmó que la **inversión en marketing** es una **respuesta eficaz** de las empresas en **períodos de crisis** contradiciendo las habituales prácticas empresariales.





# Ficha técnica del estudio realizado por el cluster

## Universo y población

Negocios asociados del Cluster y empresas afines ubicadas en Galicia.

## Metodología

Cuantitativa.

## Técnica de recogida información

Sin muestreo. Encuesta web. Envío de invitaciones vía mail y redes sociales a socios y afines.

## Muestra

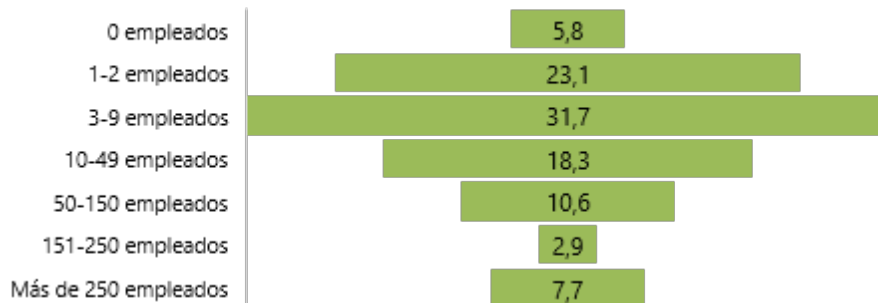
Un total de 105 encuestas completas.

## Fechas

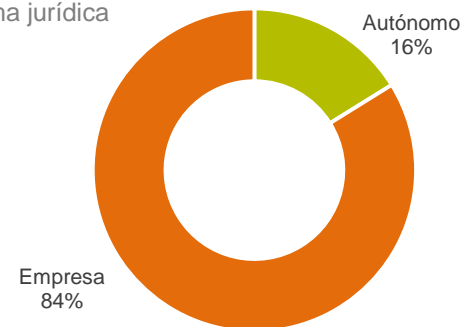
Entre el 15 y el 27 de abril 2020.

# Cualificación de la muestra

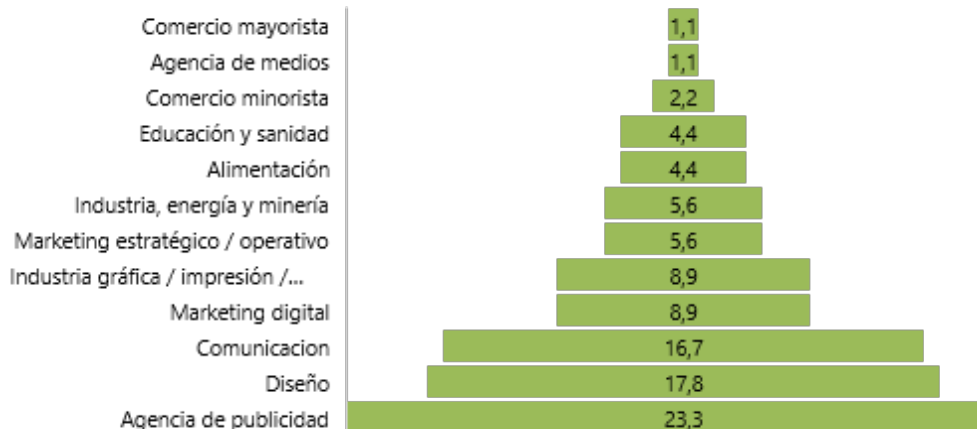
Número empleados



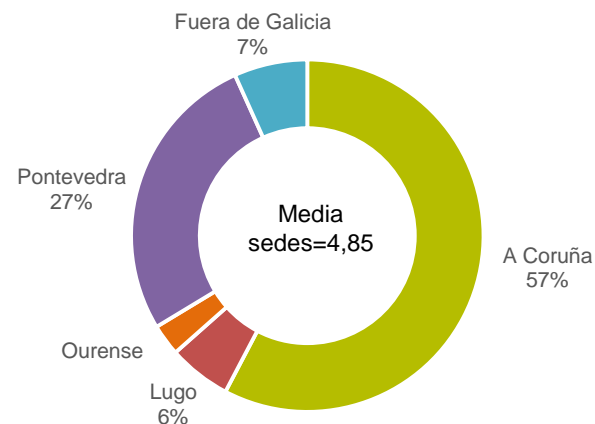
Forma jurídica



Actividad del negocio



Provincia sede principal

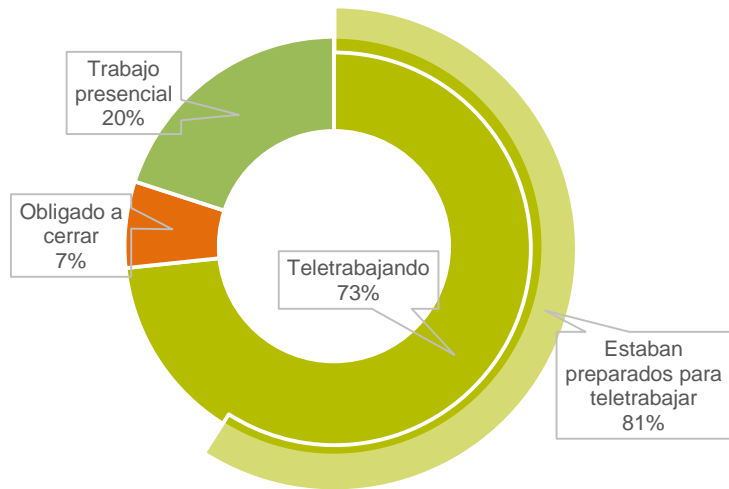


P16. Número total de trabajadores en tu empresa, en situación de normalidad; P17. Tu forma jurídica; P18. Actividad a la que se dedica tu empresa. P19. Número de sedes u oficinas P20. Provincia sede principal.

Unidad=%

# Situación de la empresa

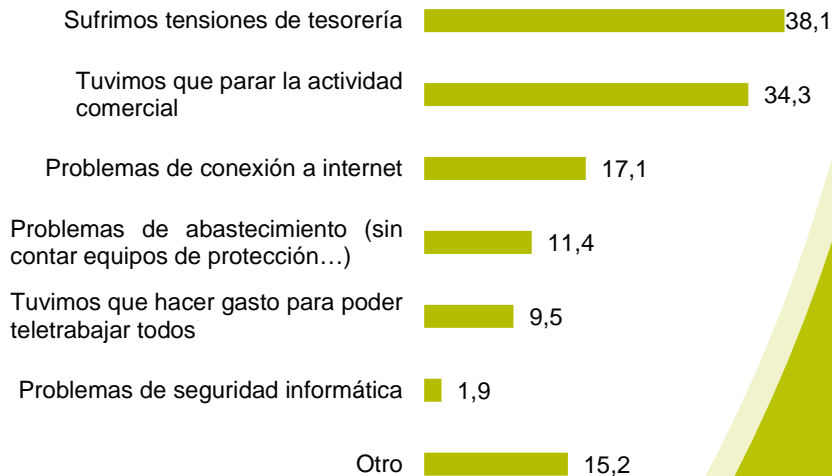
¿En qué situación se encuentra tu empresa actualmente?



El 73% de las empresas están teletrabajando, de ellas el 81% ya estaban preparados para ello.

Un 7% se vio obligado a cerrar y el 20% siguieron con trabajo presencial aplicando medidas especiales.

# Dificultades encontradas

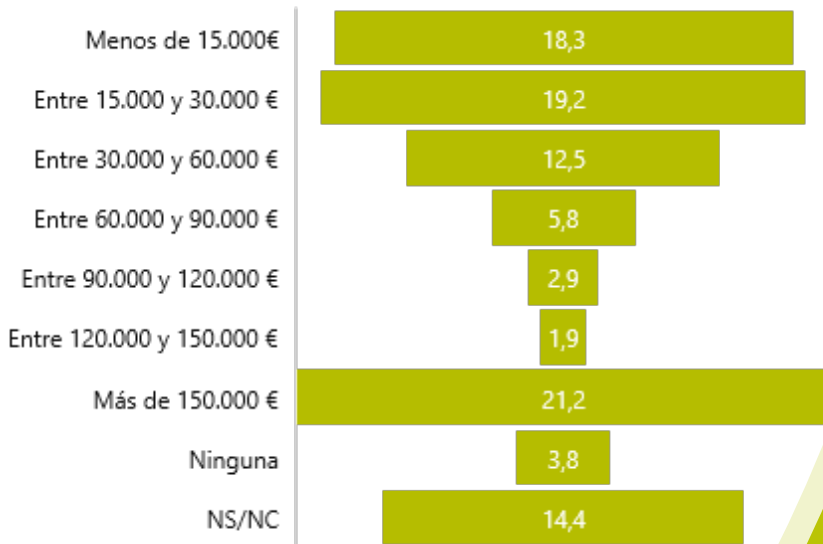


Las principales dificultades encontradas estas semanas son:

**Tensiones de tesorería** -> sufridas por el 38,1% de las empresas.

**Paralización de la actividad comercial** -> sufrida por el 34,3% de las empresas.

# Pérdidas, efectivas o en oportunidades de negocio



Las empresas del sector sufrieron pérdidas económicas:

Un 18,3% perdieron menos de 15.000 €.

Un 31,7% perdieron entre 15.000 y 60.000 €.

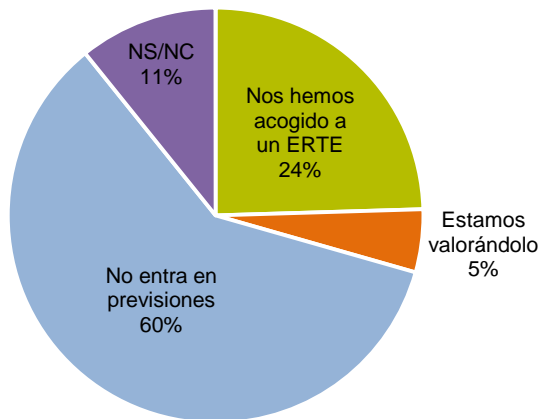
Un 10,6% perdieron entre 60.000 y 150.000 €.

Un 21,2% perdieron más de 150.000 €.

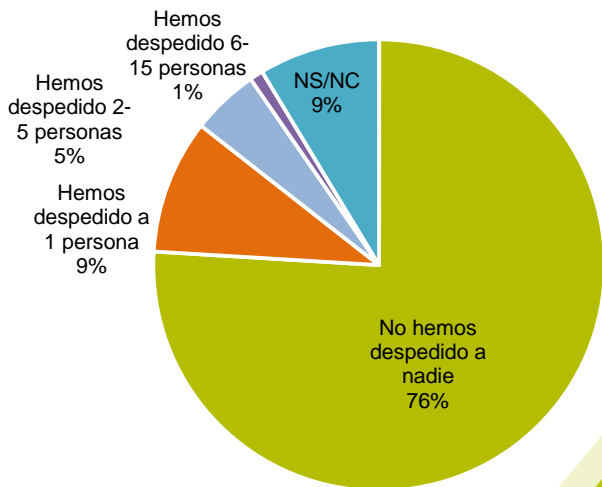


# Reducción de plantillas

## ERTE



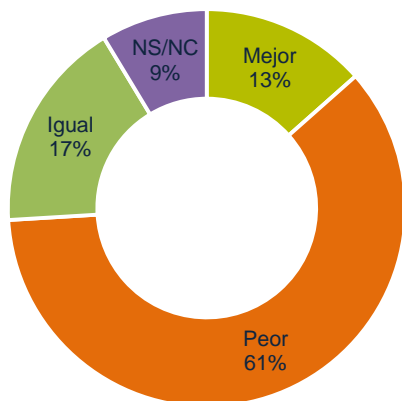
## Despidos



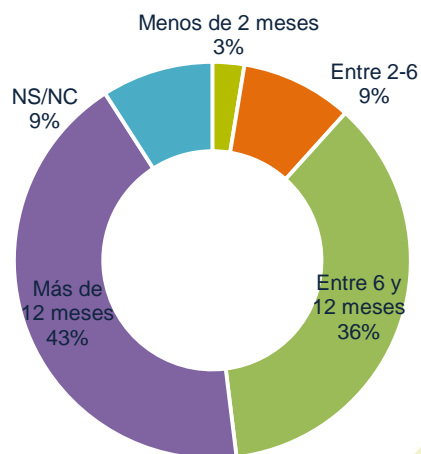
Un 25% de las empresas tuvieron que solicitar ERTE y un 5% están valorándolo.

Hubo despidos en el 15% de las empresas (entre 1 y 15 personas).

Tu negocio al final de la crisis estará...



Meses para recuperar nivel pre crisis



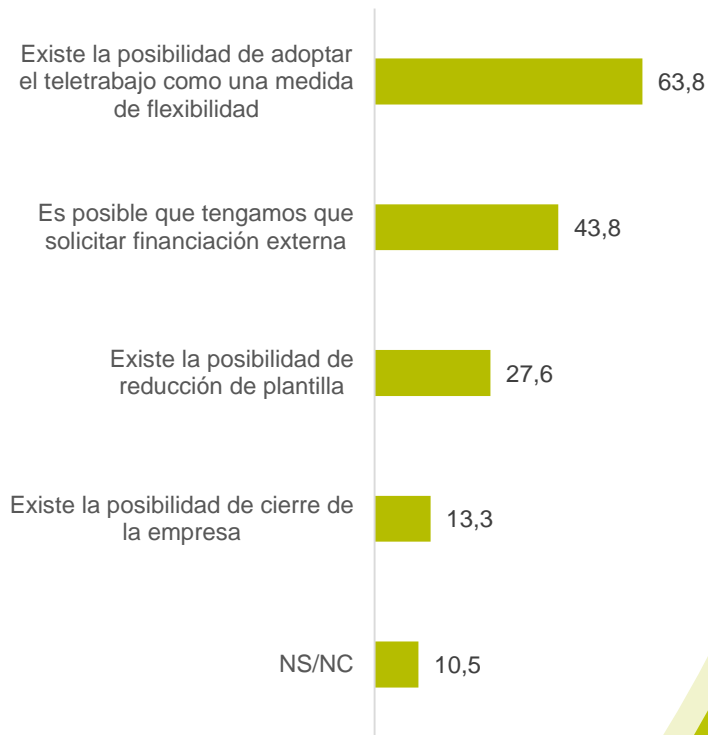
# Expectativas de recuperación

En el 61% de las empresas el negocio estará peor que al inicio de la crisis.

Y se necesitarán entre 6 y 12 meses, en el mejor de los casos (36% de las empresas), para recuperar niveles pre-crisis.

Un 43% necesitarán más de un año para recuperarse.

# Expectativas de futuro



El teletrabajo es una opción real de cara al futuro, como medida de flexibilidad (para el 63,8% de las empresas).

Casi la mitad de las empresas (43,8%) necesitarán financiación externa.

En un 27,6% existe la posibilidad de reducción de plantilla.

Un 13,3% considera la posibilidad de cierre de la empresa.

# Afección en el sector



Para más de la mitad de las empresas del sector su servicio será percibido como:

accesorio

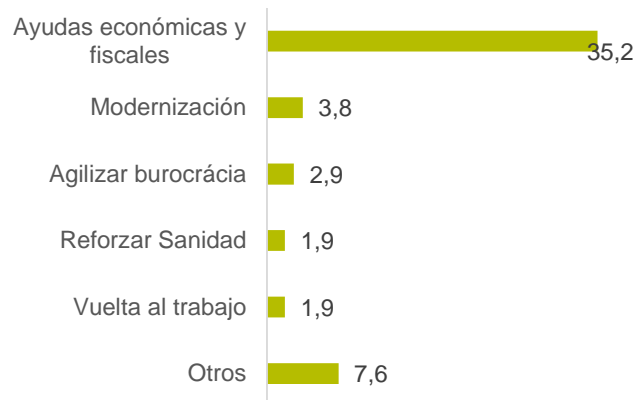
y

prescindible.

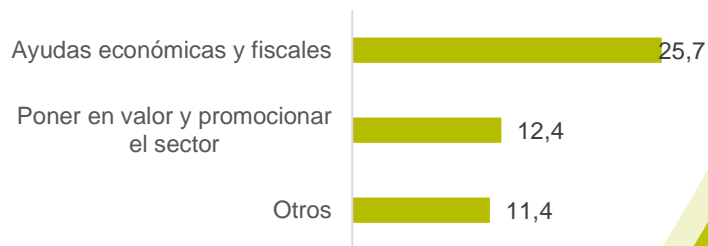
52,4% de las  
empresas del  
sector

# Solicitud de medidas

## Para reactivar el sector empresarial general



## Para reactivar el sector marketing



La reactivación del sector empresarial en general se debería apoyar en:

Ayudas económicas y fiscales.

Modernización de las empresas.

Agilizar la burocracia.

...

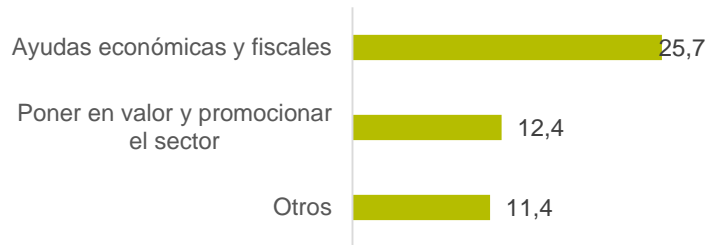
En concreto, lo que sector del marketing, la comunicación y la creatividad solicita para sus empresas es:

Ayudas económicas y fiscales.

Poner en valor y promocionar el sector.

# Solicitud de medidas

## Para reactivar el sector marketing



Ejemplos de las medidas declaradas directamente por las empresas:

“Generar confianza en la publicidad y los estudios de mercado”

“Desgravación en impuestos publicitarios y planes de reactivación comercial que incentiven la transformación digital”

“Apoyo a empresas que no hayan realizado ERTES, limitar el peso de la rebaja económica en los concursos públicos, costear la presentación a concursos públicos, apoyo público, institucional y de empresas clave de la economía a aquellas agencias con mayor volumen de personal, fomentar la comunicación para generar más contratación.”

“Promover una campaña de sensibilización entre los empresarios/as para que conozcan los beneficios de apostar por el marketing, la comunicación y la inversión responsable. Explicarles que es una disciplina que necesita desempeño profesional, es decir, que no sirve eso de que “la web me la hace mi sobrino”, “malo será, ya lo voy haciendo yo en facebook” o “la mejor publicidad es el boca a boca”.

“Potenciar el papel del Cluster y el valor del colectivo gallego (talento, ideas, conocimiento, capacidad, organización...) más allá de Os Ancares.”

“Bonificaciones fiscales para actividades de marketing”

“Ayudas económicas que hagan posible para muchas empresas invertir en la comunicación, venta y marketing 4.0”

# Resumen



Este es un sector que puede afrontar mucho mejor las crisis que otros, debido, sobre todo, a su capacidad de adaptación a diferentes escenarios y a su flexibilidad.



Es un sector en el que el 77,3% de las empresas no han tenido problema en adoptar el teletrabajo, frente al 7% que se han visto obligadas a cerrar. Las empresas más pequeñas estaban ligeramente más preparadas que las grandes o, sencillamente, por su tamaño, han sido más ágiles en adaptarse.



Además, la gran mayoría de los que teletrabajan estaban preparados para hacerlo (80,5%).



Entre los principales problemas destacan: tensiones en la tesorería y el parón de la actividad comercial que provocará una recuperación más lenta.



Una de cada 4 empresas necesitaron acogerse a un ERTE, más otro 5% que lo estaban valorando en el momento de participar en la encuesta, suman un total de un 30% de empresas del sector en ERTE. En nuestras empresas más grandes esta cifra es aún mayor. Sin embargo, este porcentaje se dispara significativamente en la industria gráfica, elevándose hasta un 75%.



Hubo despidos en el 15% de las empresas (de media en cada empresa, entre 1 y 15 personas). Pensando ya en el futuro, en 1 de cada 4 empresas existe el planteamiento de reducción de plantilla.



Las pérdidas económicas son amplias para todo tipo de empresas del sector. Y, como es evidente, las empresas más grandes tienen pérdidas económicas mayores.



La recuperación será lenta: en el mejor de los casos se estima entre 6 y 12 meses, (36% de las empresas), para recuperar niveles pre-crisis. Casi la mitad necesitarán más de 12 meses para recuperarse.



Más de la mitad del sector piensa que, tras la crisis, serán percibidos como un servicio accesorio y prescindible, al menos hasta que se recupere la economía. Así ha sucedido en otras ocasiones (crisis económica 2008).



Sin embargo, en situación de crisis el marketing y la comunicación han demostrado una y otra vez su relevancia. La **investigación de los mercados y los consumidores**, la **comprensión de los nuevos patrones de consumo**, la **adaptación de los productos/servicios**, la **comunicación**... Son herramientas básicas y relevantes en estos momentos.





cluster  
**comunicación**  
de galicia

Con la colaboración de

