

¿Quién dijo crisis?

En un contexto en el que los ERE, los concursos de acreedores o la morosidad se están convirtiendo en habituales, ciertos sectores, lejos de resentirse, crecen a buen ritmo. Artículos de bajo coste, formación, videojuegos o loterías son algunos de ellos.

La crisis continúa su inexorable avance a medida que transcurren las semanas. Las regulaciones de empleo se han convertido en habituales; el número de desempleados crece de forma imparable y, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), más de 800.000 personas han pasado a engrosar las listas del paro en el último año; la morosidad aumenta hasta índices alarmantes y a las empresas las preocupa vender y poder cobrar esas ventas; la circulación de dinero es cada vez más escasa y pocas son las familias que no llegan apuradas a final de mes... Sin embargo, muchos son los sectores que, lejos de sufrir las consecuencias de la crisis, se están viendo beneficiados por ella, aumentando su cifra de negocio. Ya se sabe que a río revuelto ganancia de pescadores.

Ante el paro, formación

Una de las consecuencias más evidentes de la actual coyuntura es el paro. Podría parecer que no hay sector que pueda salir beneficiado de su aumento. Sin embargo, las academias, en todas sus variantes, son la excepción en este aspecto.

Ante la falta de trabajo, las empresas optan por contratos temporales orientados a profesionales muy determinados y con una

formación que les diferencie del resto de candidatos.

Por ello, los desempleados tienden a depositar sus currículums en empresas de contratación temporal, como demuestra que dos de las compañías más fuertes del sector, Adecco y Randstad, hayan visto aumentadas un 30% el número de solicitudes de empleo en Cantabria. Del mismo modo, los parados apuestan por los idiomas, las oposiciones y la formación de postgrado como medio para adaptarse a la competitividad del mercado.

Y es que, según revela un estudio de la ETT Michael Page, el 66% de los directores de Recursos Humanos consideran esencial una buena formación en idiomas, sobre todo inglés, y ven como muy determinante para la selec-

ción de personal la experiencia adquirida en cursos de postgrado y masters.

Y esto no pasa desapercibido para los candidatos. De hecho, según International House Santander, las matrículas para cursar idiomas en sus centros durante el curso 2008-2009 han aumentado un 40% con respecto al año anterior, y las previsiones para los próximos meses son igual de optimistas. En cuanto a los idiomas demandados, el chino es, según CCC, uno de los que más ha crecido en los últimos meses, uniéndose así a otros más clásicos como el francés, el alemán o el propio inglés.

Por otra parte, los masters, los cursos orientados a empresas y la formación profesional han registrado notables aumentos. Para esta última, según CCC, el incremento ha sido particularmente pronunciado con un 50% más de demanda con respecto a 2007, destacando la subida en el campo de la mecánica, con un 109% más de inscripciones.

Otra alternativa para los parados son las oposiciones. En el 2008 se convocaron 100 plazas en la oferta de empleo público del Gobierno de Cantabria y se presentaron más de 9.000 instancias. Para 2009 se espera aún más demanda,



Cada vez son más los parados que se matriculan en academias con el objetivo de mejorar su currículum.

sobre todo en campos relacionados con la enseñanza y la administración. Ana María Leal, presidenta de la Asociación Cantabra de Centros de Formación y Academias Privadas, tiene claro el motivo. **“Un empleo en la Administración pública ofrece la seguridad de un puesto de trabajo para toda la vida. Lógicamente, un funcionario puede seguir enfrentándose a su hipoteca sin la incertidumbre que supone ver cómo aumenta el paro y el cierre de tantas empresas”**, afirma.

Nuevas formas de ocio

En la actual situación, gran parte de las familias no gozan de todo el dinero que desearían para invertir en su ocio y entretenimiento. Es por eso que los sectores que ofrecen diversión a un precio asequible están haciendo su agosto con la crisis.

Así, la industria del videojuego es una de las que más está viendo aumentada su cuota de mercado. Se prevé que el sector alcance los 36.600 millones de euros en ventas a nivel mundial para 2009, lo que supone un crecimiento del 42% con respecto a 2007, cifra que en España equivale a un 16%. Las consolas ya van destinadas a familias y adultos y las empresas dedicadas al videojuego en España ya mueven cerca de 1.450 millones de euros y 5.000 empleados. Incluso hay universidades españolas que comienzan a ofrecer masters para cubrir la demanda de profesionales por parte del sector.

El juego de azar es otra de las áreas que está viendo cómo la crisis les afecta positivamente. En 2008 las ventas de lotería –en todas sus modalidades–

aumentaron un 25%, con lo que el gasto en ellas, según datos de Loterías y Apuestas del Estado (LAE), creció en más de 130 millones de euros durante el primer semestre de 2008. Y ahora con la llegada de los sorteos navideños las expectativas son de lo más optimistas.

Otra alternativa es el azar *on line*, un sector que también está creciendo, a pesar de la crisis actual. Juegos tradicionalmente de casino, como el *black jack*, la ruleta o el poker son los más practicados por aquellos que los ven como un entretenimiento o una posibilidad de ingresos. Y también proliferan las casas de apuestas por internet, sobre todo en lo referente a acontecimientos deportivos. Cuando finalice 2008 este sector habrá movido unos 3.000 millones de euros.

Sin embargo, esta tendencia no se mantiene en el sector de las máquinas recreativas con premio. Según afirma José Ramón Sainz, presidente de la Asociación Cantabra de Empresas Operadoras –ACEO–, así como de la

gún el último estudio que hemos realizado, el descenso ronda entre el 8 % y el 12 %. La gente tiene menos dinero para invertir en ocio, y si lo destinan a juego es para que les resuelva la vida. Por eso la lotería sube y nosotros no”, asegura.

Además, según los datos que maneja ACEO, el descenso de los ingresos en este sector es progresivo y cada mes que pasa la recaudación es más baja que el anterior.

Otras formas de ocio que crecen en plena crisis son las redes sociales en internet como Facebook, Tuenti o Xing. Estas han incrementado un 16% sus visitas con respecto al verano debido a que permiten establecer relaciones sociales o laborales con gente de cualquier lugar del planeta.

En busca de lo barato

En época de escasez la máxima absoluta es el ahorro. Es por eso que todos aquellos negocios orientados a la venta a bajo precio registran aumentos en sus ingresos.

Un ejemplo claro serían las marcas blancas. Estas permiten ahorrar cerca de un 40% a los clientes frente a una cesta de la compra compuesta por productos más comerciales. El volumen de facturación de este tipo de artículos ha aumentado, según la consultora Nielsen, un 27,3% en los últimos 12 meses, más que en los dos años anteriores juntos. Por ello hipermercados como Carrefour o Makro han potenciado sus campañas comerciales. Esta última

ha incrementado las ventas de su marca un 26% en los últimos 9 meses.

Se trata de buscar lo más asequible y por ello la adquisición de ropa de segunda mano también ha crecido,



Miguel de Torre, director de Relaciones con el Cliente de KN The New York Outlet Co.

Federación Nacional de Operadoras de Máquinas Recreativas y de Azar –FEMARA–, en este área la tendencia es totalmente a la baja. **“En toda España y concretamente en Cantabria, se-**



José María Laso, gerente de Exclusive World Cars, junto a uno de los vehículos ofertados en su negocio.

concretamente un 40%, al igual que se han registrado aumentos en las facturaciones de desguaces y tiendas de arreglos de ropa.

En este contexto hacen aparición los *outlet*, comercios que venden ropa y complementos de primeras marcas, pero entre un 30 y un 70% más baratos. Esto es posible debido a que se nutren de los restos de stock de temporadas anteriores. Cantabria cuenta con uno desde hace apenas un mes, KN The New York Outlet Co. Situado en el Centro Comercial Riamar, viene a cubrir este nicho en la región dados los grandes resultados cosechados por comercios de este tipo en lo que va de 2008, con un incremento en las ventas del 12% con respecto al mismo período de 2007. Y la prueba la encontramos, según Miguel de Torre, director de Relaciones con el Cliente, en las previsiones del nuevo outlet para su primer año de actividad. **“Esperamos alcanzar una cifra cercana a 1,5 millones de euros en ventas –asegura–. Creemos que venimos a cubrir un hueco en Cantabria, y no ha duda de que la crisis nos favorecerá, ya que ofrecemos un producto de calidad a un precio muy competitivo”.**

En lo que se refiere al sector de la alimentación, el paradigma de la comi-

da barata, Mac Donalds, no sabe lo que es la crisis. En tan sólo el tercer trimestre de 2008 ingresó 926 millones de euros a nivel mundial, lo que se tra-

duce en un incremento del 11% con respecto a esos tres meses de 2007. En Europa ese aumento se sitúa en torno al 8,2%.

Otro alimento barato que cuenta con un consumo generalizado es el pan. Las panificadoras han detectado hasta la fecha un descenso importante en el consumo de pasteles, bombones, bollería y se prevé que la tendencia siga siendo la misma. El pan, sin embargo, mantiene su nivel de ventas, y se prevé un importante repunte en su consumo durante los próximos meses. Francisco Aguilera, presidente de ACI-PAN (Asociación Cántabra de Industriales de Panadería) no cree que la crisis vaya a afectar especialmente a su sector. **“Todavía no se ha notado el incremento en el consumo de pan, aunque es cierto que está previsto –afirma–. Nosotros llevamos 40 años disminuyendo nuestras ventas, por ello la recesión nos va afectar mucho menos que a otros sectores”.**

Y si se habla de ahorro es inevitable mencionar a las compañías de vuelo a bajo coste, como Ryanair, que, se-

EL BANCO DE ALIMENTOS Y EL MONTE DE PIEDAD TAMBIÉN ‘CRECEN’

Aunque no sean empresas, propiamente dichas, el Banco de Alimentos y el Monte de Piedad son otras actividades que han visto aumentada la demanda de sus servicios a raíz de la crisis.

El Banco de Alimentos recoge donaciones de comida por parte de particulares, grandes superficies y pequeños comercios, y las distribuye entre 160 centros asistenciales de toda Cantabria.

Según Francisco del Pozo, presidente de la fundación, en los últimos meses las donaciones se han incrementado, al igual que la solicitud de alimentos por parte de centros y particulares. **“Las donaciones de los cántabros han aumentado un 70% en los últimos meses. Sólo en los Carrefour de Santander hemos recibido 4.800 kilos de comida por parte de los compradores y, de acuerdo a lo pactado, el hipermercado tiene que donarnos la misma cantidad”, asegura.**

Para del Pozo, en épocas de escasez es cuando más se acentúa la solidaridad, y por eso las donaciones aumentan.

Muy distinta es la actividad del Monte de Piedad, servicio de Caja Cantabria que cuenta con 110 años de antigüedad. Su funcionamiento consiste en otorgar un préstamo equivalente al 80% del valor de la joya que deposita el individuo en sus dependencias. Cuando se reintegra ese préstamo, con los intereses correspondientes, se le devuelve la joya al propietario.

Según Eduardo, Rivas, director del centro, en esta actividad la crisis también se está dejando notar. **“Desde hace unos meses no damos a basto. Desde primera hora hasta última no para de llegar gente”, afirma.**

Lejos de la creencia popular, hasta sus dependencias se acercan clases sociales diversas, bien para llegar a fin de mes, o para darse algún capricho.



José Ramón Sainz, presidente de ACEO y de FEMARA.

gún AENA, ha aumentado un 24,5% su número de pasajeros en el último año, frente descensos tan importantes como los de Spanair con un 28,5% menos de usuarios en un año, o Iberia, cuya caída para el mismo período ronda los 800.000 pasajeros.

La gran paradoja se produce al hablar del sector del lujo, cuyos artículos han aumentado un 15% sus ventas en lo que va de año. El caso de los vehículos de lujo es el más llamativo, si se tiene en cuenta el desplome que está sufriendo el sector del automóvil. Por ejemplo, Rolls Royce ha incrementado sus ventas un 42,8% en este ejercicio, y Ferrari cerró el tercer trimestre con 450 millones de euros de facturación, un 22,3% más que en el mismo período de 2007.

En Cantabria, BMW, según datos de la propia compañía, ha incrementado sus ventas un 10%. Y en Exclusive World Cars, máximo exponente en la región en vehículos de lujo, la crisis se deja sentir más en vehículos de gama media –sus ventas han bajado un 30% con respecto al pasado año– que en los vehículos de lujo –15% menos–. Sin embargo, para José María Laso, ge-

rente de la empresa, las previsiones de futuro son muy poco halagüeñas. **“La falta de financiación por parte de los bancos dificulta al cliente la compra de nuestros vehículos. Por ello, el próximo año prevemos un descenso cercano al 25%”**, afirma.

Esto es así debido a que, según la consultora milanese Bain & Co, hasta 2009 los más adinerados no frenarán en su consumo. Será entonces cuando la austeridad llegue a las clases más altas motivada por el entorno.

El problema de la morosidad

Según el INE, el número de efectos de comercio impagados ha aumentado un 45,7% respecto al año pasado. Si atendemos a las cifras del Banco de España, la morosidad de los créditos concedidos por bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito ha encadenado 13 meses de subida consecutiva. Como no podía ser de otra manera, hay sectores que también se benefician de ello.

Así, una figura tan tradicional como el cobrador del frac se está nutriendo de la crisis. En el primer semestre del año, el número de casos atendidos por este tipo de empresas había au-

mentado un 40% y se espera que el segundo semestre registre un incremento aún mayor.

Por otra parte, para los abogados el actual momento no podría ser más fructífero. Los laboristas y los letrados de oficio son los más demandados. Por ejemplo, en Barcelona, la demanda de abogados de oficio ha crecido un 48% en el primer semestre de 2008 con respecto a 2007, y desde el Colegio de Abogados de Cantabria se asegura que con el paso de los meses sus actividad ha aumentado notablemente.

España se encuentra en plena crisis y el futuro a corto plazo no invita al optimismo. Según las previsiones del Servicio de Estudios del BBVA, en 2009 la economía española se contrairá entre un 0,1 y un 1,5%, el paro alcanzará al 15,4% de la población activa y el déficit del Estado se elevará hasta el 4,3%, muy lejos del objetivo de estabilidad que marca la Unión Europea. Según Bruselas, hasta 2011 la crisis no comenzará a otorgar una tregua. Los distintos índices iniciarán su recuperación y será entonces cuando todas las actividades que se hayan nutrido de la recesión reduzcan sensiblemente su demanda. Otros sectores que durante los últimos tres años hayan sufrido las consecuencias de la crisis comenzarán a recuperarse, llegando incluso a obtener beneficios. Ya se sabe que nunca llueve a gusto de todos.



La Comisión Europea prevé tres años de recesión en España. En 2011 comenzará la recuperación económica.