



# Perspectivas Canarias

El impacto de la pandemia en la principal actividad económica de Canarias, el turismo, se refleja en la valoración que hacen las empresas de la región de la situación actual y en sus previsiones de facturación, inversión y plantilla para los próximos doce meses. La mejora de procesos y la digitalización se posicionan como áreas prioritarias con el fin de hacer frente a los retos de la nueva realidad.





# Entorno

De acuerdo con las estimaciones de la AIReF, el PIB canario experimentó un retroceso del 12,5% en términos interanuales en el último trimestre de 2020, después de crecer un 0,5% con respecto al trimestre anterior. El impacto de la pandemia se ha hecho sentir especialmente en la principal industria de las islas, el turismo: el dato de ocupación de

plazas hoteleras del pasado año es más de 24 puntos porcentuales inferior al de 2019 (47,8% frente al 72,2%), lo que explica también el incremento de la tasa de paro que pasó del 18,78% con el que cerró 2019 al 25,22% con el que terminó 2020. Los precios experimentaron en 2020 una caída más leve que la media española, 0,1%.





**Nicolás Sierra**

Socio responsable de  
KPMG en Canarias

# Aquel día en La Gomera

Cuando a finales de enero de 2020 saltó la noticia del primer caso de coronavirus en España, un ciudadano alemán de turismo en La Gomera, pocos previeron la expansión que iba a alcanzar esa enfermedad y el impacto económico que iba a causar. Si me limito a Canarias, incluso me atrevería a decir que fue premonitorio, pues los efectos se han dejado sentir especialmente en el turismo, principal actividad económica de las islas.

No cabe duda de que el futuro inmediato de la economía canaria depende de la evolución de la enfermedad, del despliegue de los planes de vacunación masiva y de las decisiones que los gobiernos adopten con respecto a la movilidad conforme el número de ciudadanos inmunizados se incremente.

De momento, los efectos ya se dejan notar profundamente en el tejido productivo del archipiélago, del que preocupa el alto índice de compañías que creen que su supervivencia está en peligro y las previsiones pesimistas del empresariado canario sobre facturación, inversión y contratación para este año.

En este contexto resulta fundamental implementar desde ya una estrategia que aporte confianza y siente las bases para potenciar el crecimiento una vez que las fronteras se reabran y los consumidores reactiven su gasto. Esta estrategia debe garantizar la liquidez y solvencia de las compañías. Algunas medidas del Gobierno, como los ERTE y los avales del ICO, han facilitado la estabilidad de las cuentas. Las empresas canarias las han complementado con financiaciones o refinanciaciones de deuda, operaciones que seguirán teniendo protagonismo en los próximos meses. Las alianzas ayudarán también a limitar los riesgos que asuma la compañía y a ganar fuerza para emprender nuevos retos.

Asimismo, las empresas deberán poner en el núcleo de sus planes de negocio la digitalización y la mejora operativa, lo que implica además actualizar los conocimientos y habilidades de los empleados. Así podrán satisfacer las demandas de los consumidores, que exigen productos y servicios personalizados, especialmente en el ámbito del turismo. Este sector debe situarse a la vanguardia de la economía sostenible, poniendo en marcha proyectos que pongan el énfasis en una gestión de residuos inteligente y en la eficiencia energética. Para ello contará con la ayuda de los fondos del Plan de Recuperación Europeo.

Hace más de un año de aquel día en la Gomera. Demostremos lo que hemos aprendido desde entonces.



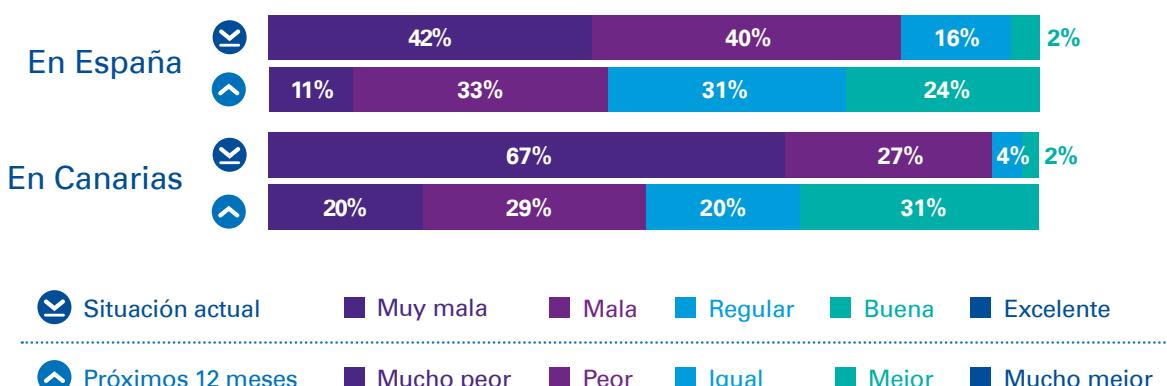
# Sentimiento económico

El impacto que la pandemia está causando en el turismo, principal actividad económica de Canarias, explica la visión negativa que tienen sus empresas sobre la coyuntura económica actual: el 82% califica de 'mala' o 'muy mala' la situación de la economía española, porcentaje que se eleva al 94% cuando se analiza la economía regional. Sus previsiones económicas para los próximos 12 meses también son poco optimistas: en el caso de España, el 24% de las empresas canarias cree que irá a mejor, frente a un

44% que prevé que empeore; mientras que, cuando analizan Canarias, un 31% considera que la situación mejorará frente a un 49% que anticipa que irá a peor.

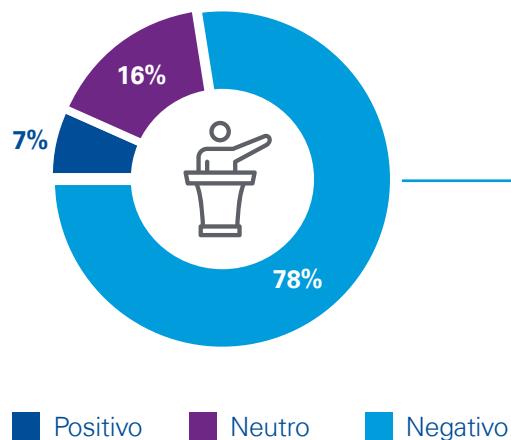
Tres de cada cuatro compañías del archipiélago creen que la situación política de 2020 ha tenido un impacto negativo sobre su negocio. De ellos, un 69% señala que ha paralizado decisiones de inversión y un 54%, decisiones de contratación de personal. Un 49% cree que ha afectado a la imagen del país.

## I 1. Valoración de la situación económica



Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

## I 2. Valoración del impacto de la situación política en 2020



### ¿En qué ha consistido ese impacto negativo?

- Ha paralizado algunas decisiones de inversión **69%**
- Ha paralizado decisiones de contratación de personal **54%**
- Ha afectado a la imagen del país **49%**
- Ha retrasado normativas que afectan a mi compañía **14%**
- Ha paralizado la contratación pública **9%**



# Perspectivas empresariales

Casi la mitad de las compañías canarias, el 47%, considera que podrá sortear la crisis aplicando medidas. No obstante, una de cada cuatro (27%) asegura que su supervivencia está en peligro. La delicada situación que atraviesa el tejido productivo de las isla se refleja en las previsiones de facturación, inversión y contratación, mayoritariamente pesimistas.

El número de empresas que anticipa que su facturación disminuirá en 2021 supera en cinco puntos porcentuales al de compañías que prevén crecer (43% frente a un 38%). Casi la mitad de los encuestados pronostica que volverá a los niveles de

facturación previos a la pandemia pasado 2022. Solo un 5% de compañías canarias cree que lo hará este año.

En lo que respecta a la inversión, las organizaciones que disminuirán su gasto en este apartado duplica a los que lo incrementarán (47% frente al 22%). En el caso de la plantilla, el número de compañías que prevé reducirla triplica al de aquellas que anticipan que la aumentarán (45% frente al 14%).

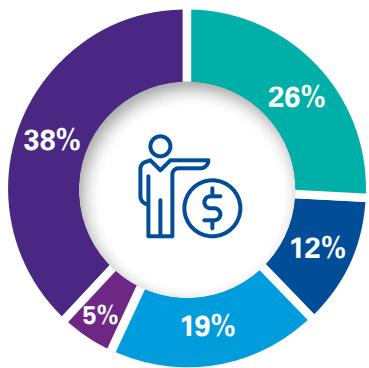
Solo un 12% de las empresas canarias incrementará su presencia internacional en 2021 y pondrá el foco en África y América Latina.

## I 3. Situación actual de su empresa

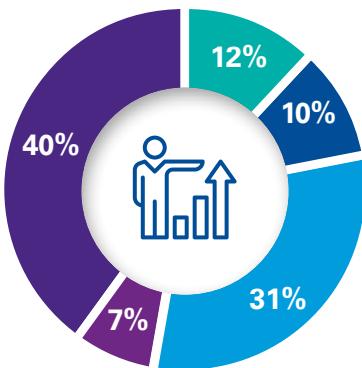


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

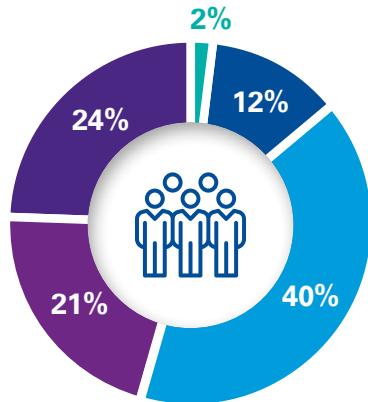
**| 4. Comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2021**



**| 5. Comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2021**



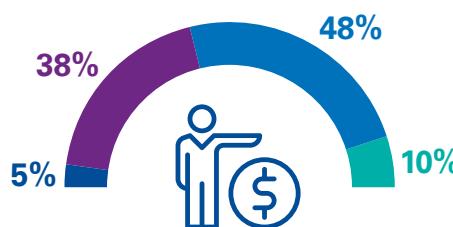
**| 6. Comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2021**



■ Crecerá >5% ■ Crecerá 0-5% ■ Se mantendrá igual ■ Disminuirá 0-5% ■ Disminuirá >5%

Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

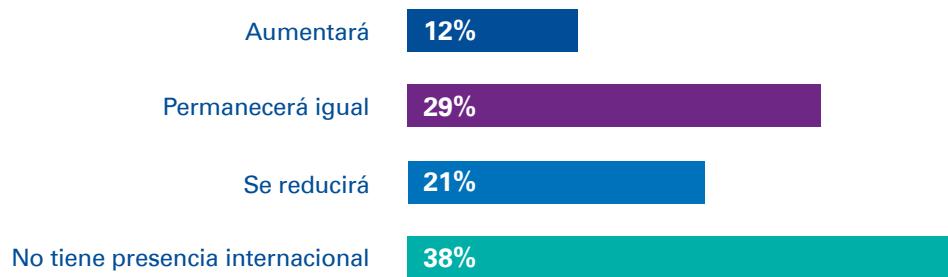
**| 7. ¿Cuándo cree que recuperará la facturación previa a la irrupción de la COVID-19?**



■ A lo largo de 2021 ■ Más allá de 2022  
 ■ 2022 ■ No se ha visto afectada

Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

## I 8. Evolución de la presencia internacional en 2021



Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

### Zonas





# Estrategia empresarial

La convivencia de la COVID-19 se ha convertido en un factor determinante en las previsiones y estrategias de las empresas, más aún en aquellas que conllevan un contacto humano estrecho como el turismo, principal industria del archipiélago canario. El 38% de las compañías de la región cree que conviviremos con la COVID-19 entre seis y doce meses más, un 32% eleva ese periodo a más de un año y un 11% la reduce a un máximo de seis meses. Una de cada cinco compañías canarias considera que el virus acabará siendo endémico.

En los próximos 12 meses, la mejora de procesos y la transformación digital ocuparán un lugar destacado en la agenda de los directivos del archipiélago. El 65% y el 54% de las empresas canarias, respectivamente, incluyen estos aspectos en sus prioridades estratégicas. También adquiere relevancia la adquisición de nuevas habilidades profesionales, prioritaria para el 41% de los

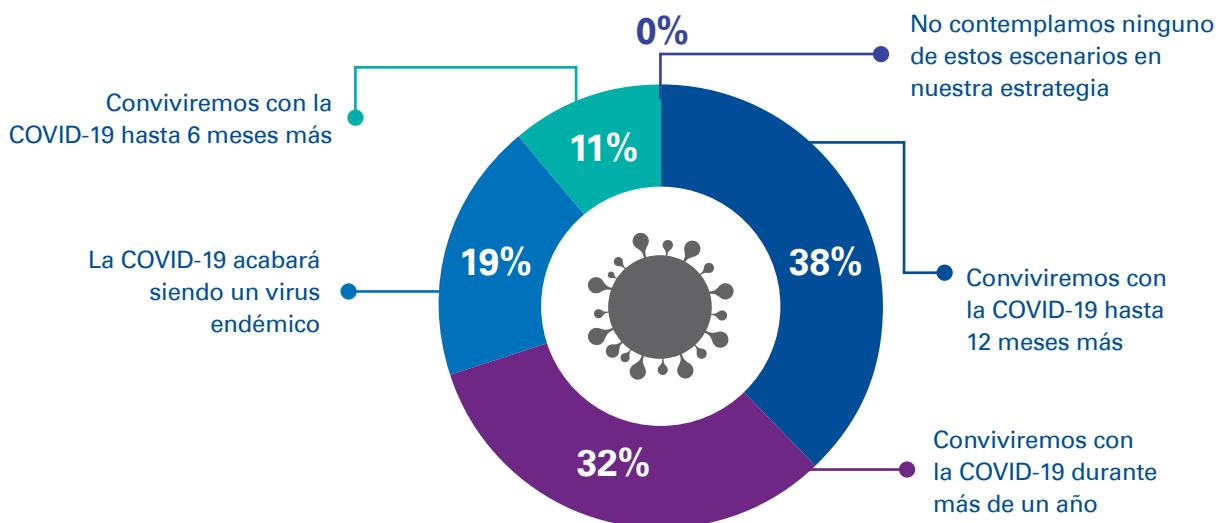
encuestados.

La adaptación a los nuevos hábitos de consumo, junto con la digitalización, destacan como principales retos en la nueva realidad para las empresas de Canarias (las marcan el 59% de ellos encuestados), seguidas por la gestión de personas, que señala el 54% de los encuestados.

El carácter prioritario de la digitalización en las estrategias de las compañías canarias queda patente en los planes de inversión: un 48% invertirá en herramientas tecnológicas. La eficiencia energética ocupará también un lugar destacado.

A la hora de valorar su nivel de adaptación digital, la nota que se dan las empresas canarias coincide con la media nacional, 6,7, por lo que aún queda margen de desarrollo en este ámbito. IT, Ventas y Atención al cliente aparecen como las áreas corporativas más digitalizadas.

## I 9. Escenario COVID-19 y estrategia empresarial

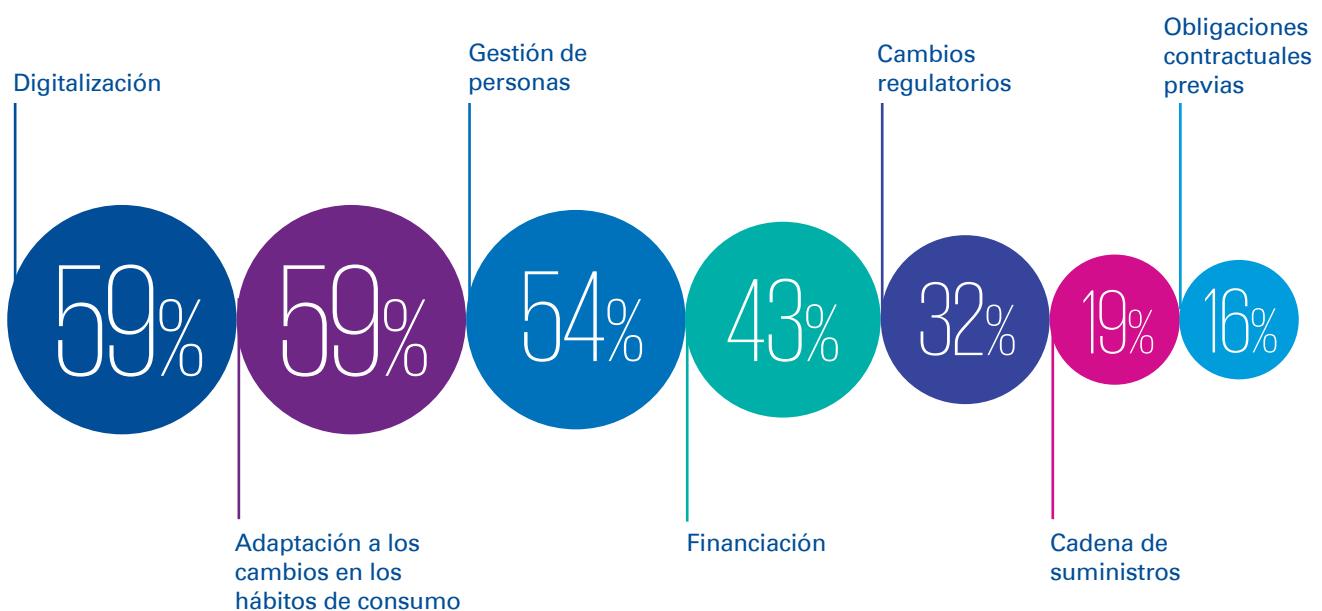


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

## I 10. Prioridades estratégicas para los próximos 12 meses

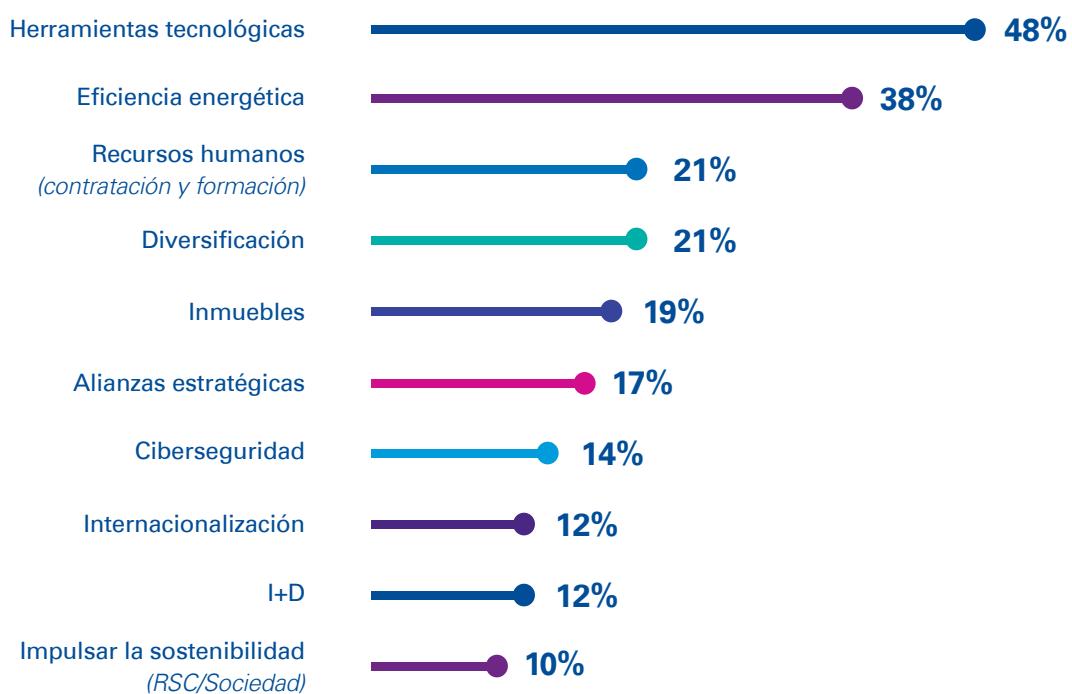


## I 11. Principales retos en la nueva realidad

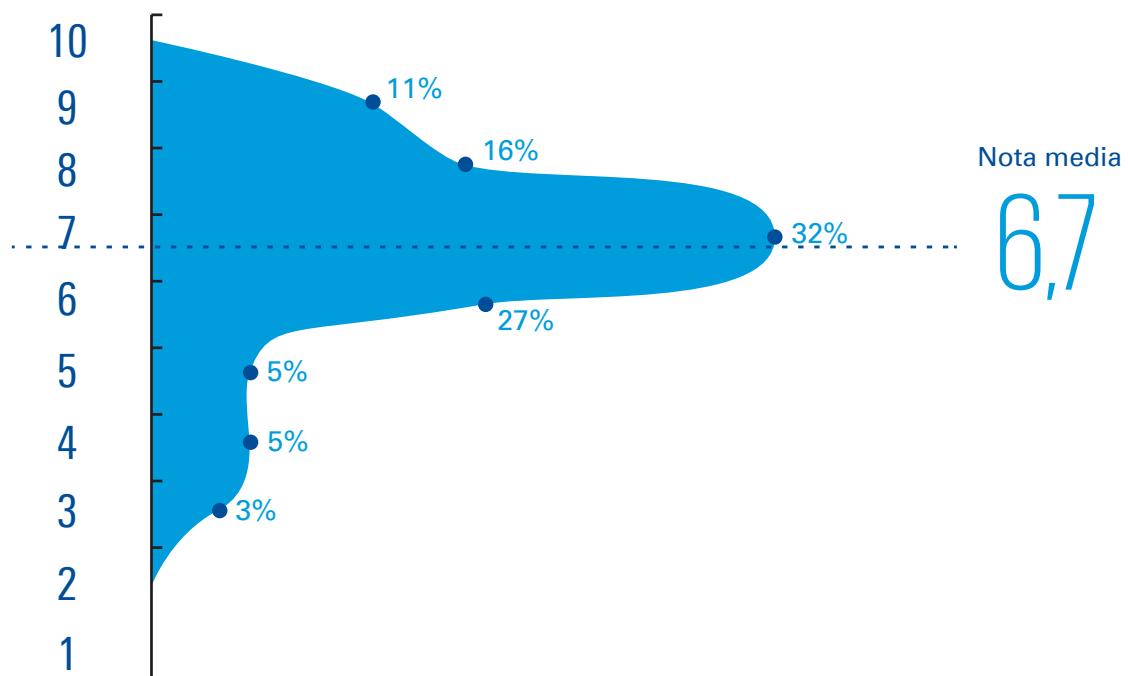




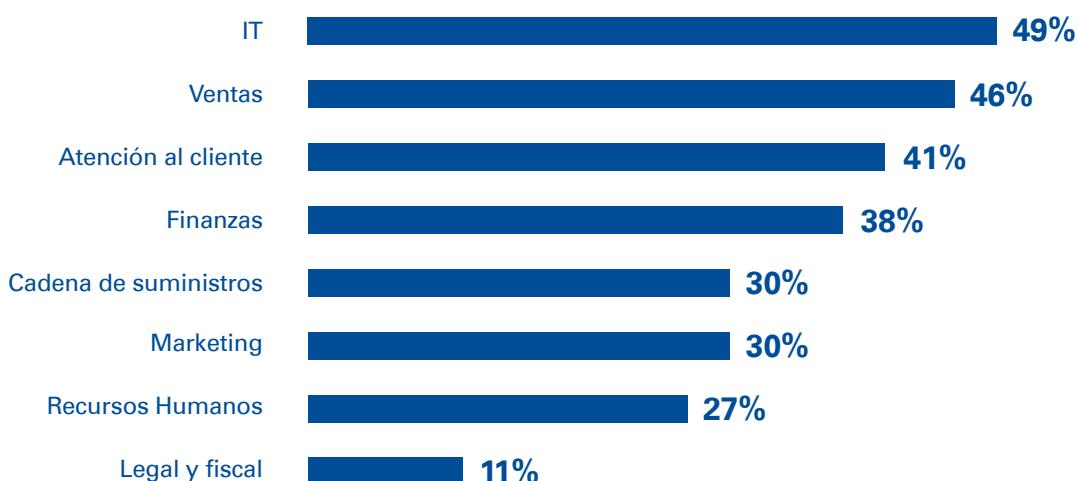
## I 12. Áreas de inversión en 2021



## I 13. Nivel de adaptación digital de su empresa



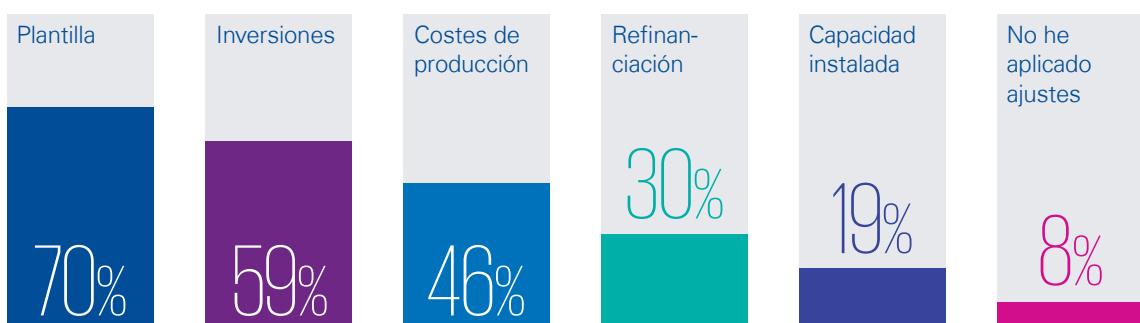
## I 14. Áreas más digitalizadas



La crisis que ha provocado la COVID-19, ha obligado a las empresas a redefinir su estructura operativa y de costes, lo que en ocasiones ha obligado a implementar ajustes. En el caso de las compañías

canarias, han afectado especialmente a la plantilla (70% ha aplicado ajustes en esta área), las inversiones (59%) y los costes de producción (46%).

## I 15. Áreas en las que se han aplicado ajustes en 2020

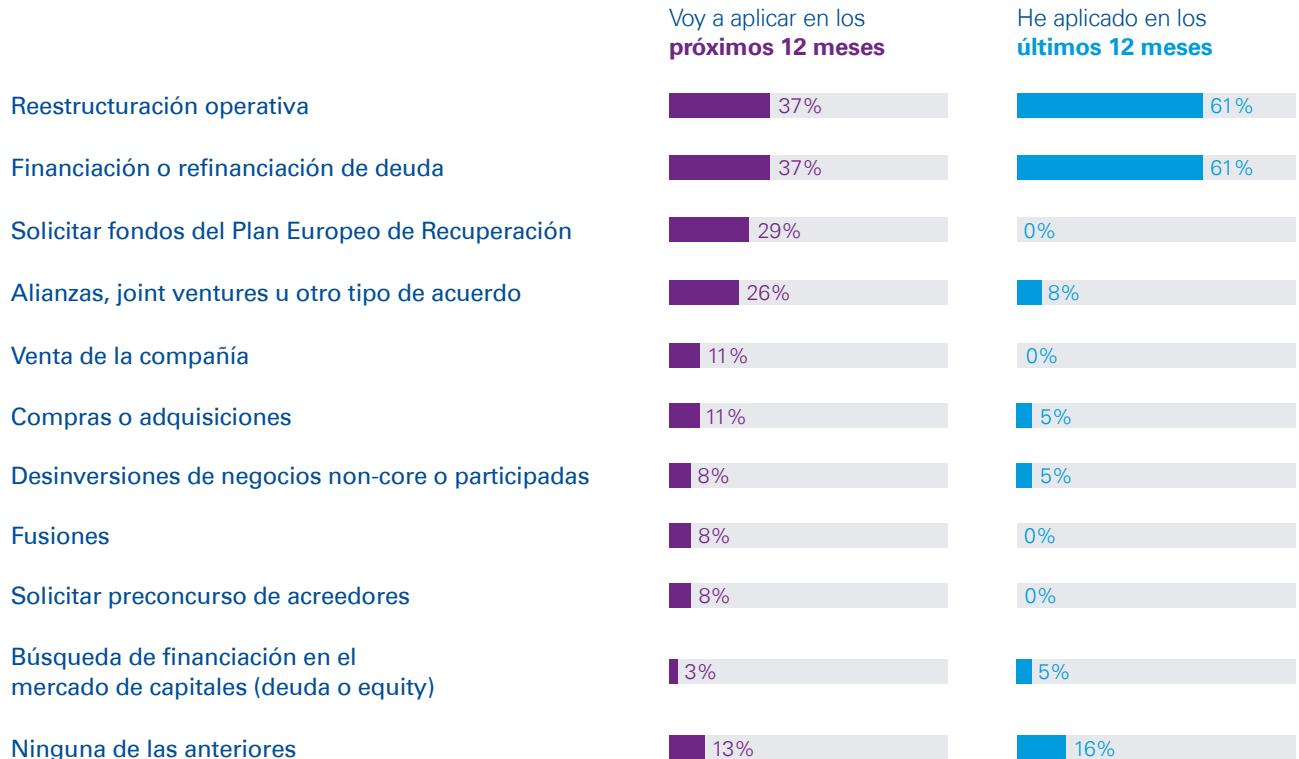


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

Además, la pandemia ha provocado una profunda caída de la demanda que ha generado problemas de liquidez de algunas empresas. Sumado a lo indicado anteriormente sobre la estructura operativa y de costes, no resulta sorprendente que las dos operaciones corporativas más comunes entre las empresas canarias en los últimos 12 meses

hayan sido las reestructuraciones operativas y las financiaciones y refinanciaciones de deuda, que han llevado a cabo el 61 % de los encuestados en este informe. Estas dos operaciones seguirán siendo relevantes en los próximos 12 meses, en los que cobrarán también un mayor protagonismo las alianzas y los fondos europeos.

## I 16. Operaciones corporativas

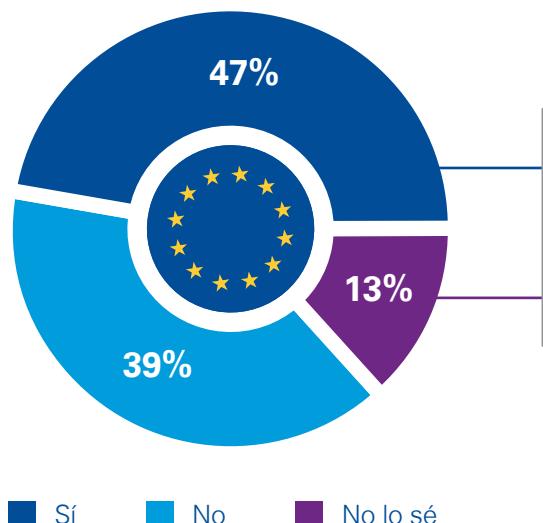


Cerca de la mitad de las compañías canarias (47%) quieren optar a los fondos del Plan de Recuperación Europeo y un 39% aún no ha tomado una decisión. Del 86% que no descarta acceder a esta financiación, un 41% no sabe si dispone de proyectos elegibles, casi el doble de aquellas que

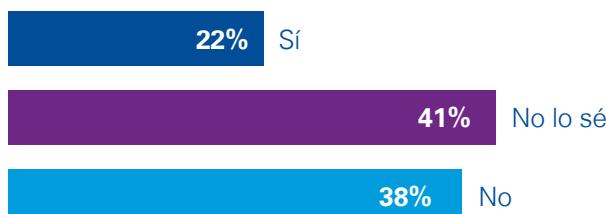
aseguran tenerlos. Las políticas palanca del plan España Puede que más interés despiertan entre el empresariado canario son la modernización y digitalización del tejido industrial y la pyme, donde se incluye la recuperación del turismo (65%), y la transición energética justa e inclusiva (35%).

## I 17. Fondos europeos

### ¿Desea optar a los fondos del Plan de Recuperación Europeo?



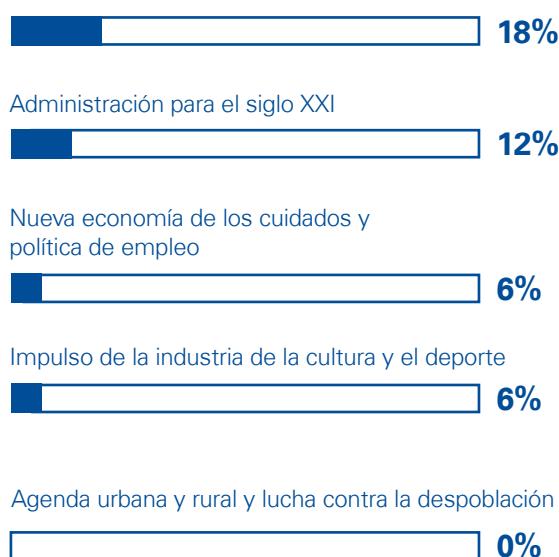
Entre los que no descartan optar a los fondos del Plan de Recuperación Europeo, un 41% no sabe si dispone de proyectos elegibles.



### ¿En qué políticas palanca le gustaría participar?



Pacto por la ciencia y la innovación y refuerzo de las capacidades del sistema de salud



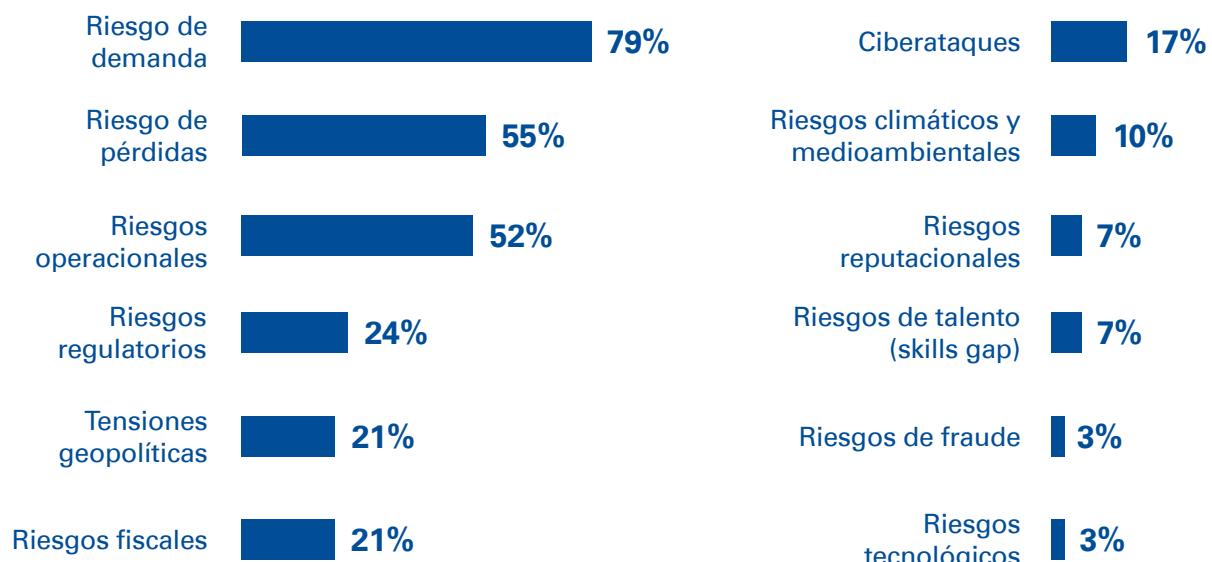


# Desafíos

La paralización del turismo y la caída del consumo ha tenido un impacto directo en los estados financieros de las empresas canarias, que apuntan a los riesgos relacionados con la demanda (79%) y

las pérdidas (55%) como las principales amenazas para su negocio. Les siguen muy de cerca los riesgos operacionales, que marca el 52% de los encuestados.

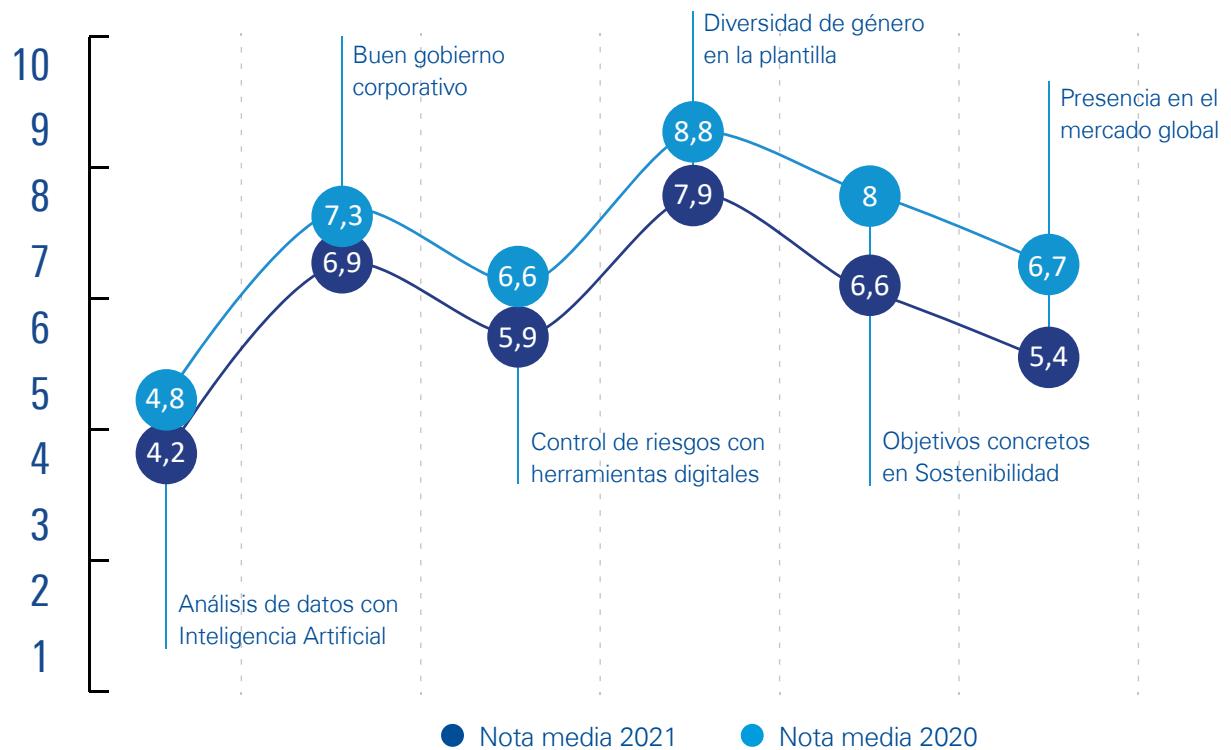
## I 18. Principales riesgos para el negocio



Sobre su desempeño en aspectos clave de la gestión corporativa, las empresas canarias rebajan sus notas con respecto a 2020. Esa caída afecta especialmente a objetivos concretos en sostenibilidad, que pasa del 8 al 6,6; presencia en el mercado local, que pierde 1,3 puntos; y diversidad de género, que pierde 0.9. En el ámbito

de la transformación digital, las compañías del archipiélago vuelven a darse un suspenso en análisis de datos con inteligencia artificial (4,2) y un aprobado en herramientas digitales (5,9), en ambos casos con notas superiores a la media española (3,9 y 5,6, respectivamente).

## I 19. Valoración de los siguientes aspectos de la gestión corporativa (de 1 a 10)





# Política económica

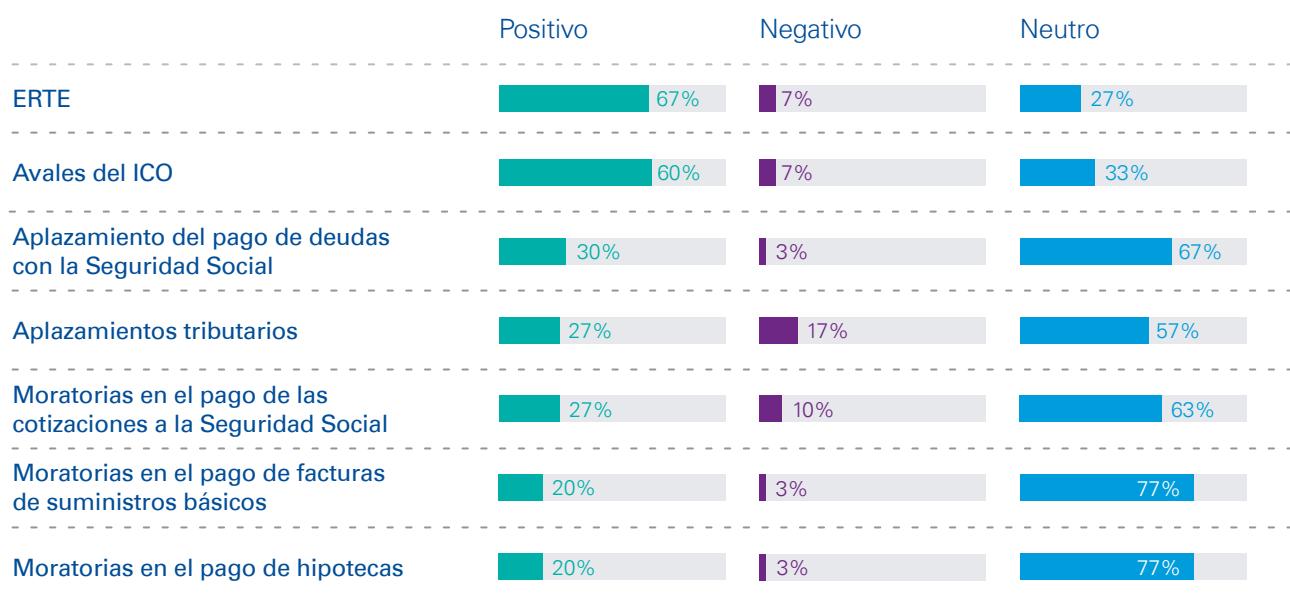
Con la excepción de los ERTE, que para el 67% fueron positivos, y los avales del ICO, que lo fueron para el 60%, las medidas económicas que ha aprobado el Gobierno para limitar el impacto de la pandemia ha tenido un efecto mayoritariamente neutro en las empresas canarias

La principal demanda de las compañías del archipiélago al Gobierno central es la simplificación administrativa, que reclama el 60% de los encuestados. Le siguen la eficiencia del gasto público (57%) y las reformas estructurales (43%). En el ámbito regional, las principales demandas son la eficiencia del gasto público (73%), la simplificación administrativa (70%) y la disminución de la presión fiscal (63%).

Precisamente, en materia de política fiscal, de acuerdo con la opinión de las empresas canarias, la prioridad deberían ser los incentivos a la inversión (77% de los encuestados), las medidas tendentes a favorecer la liquidez (63%) y, a cierta distancia, la seguridad jurídica (50%)

Cuando se les pregunta a las empresas canarias por los obstáculos que impiden a las pymes españolas aumentar su tamaño, la rigidez del mercado laboral es la más señalada (60% de los encuestados). Por detrás y con el mismo porcentaje, 53%, se sitúan las cargas fiscales y las dificultades para acceder a financiación.

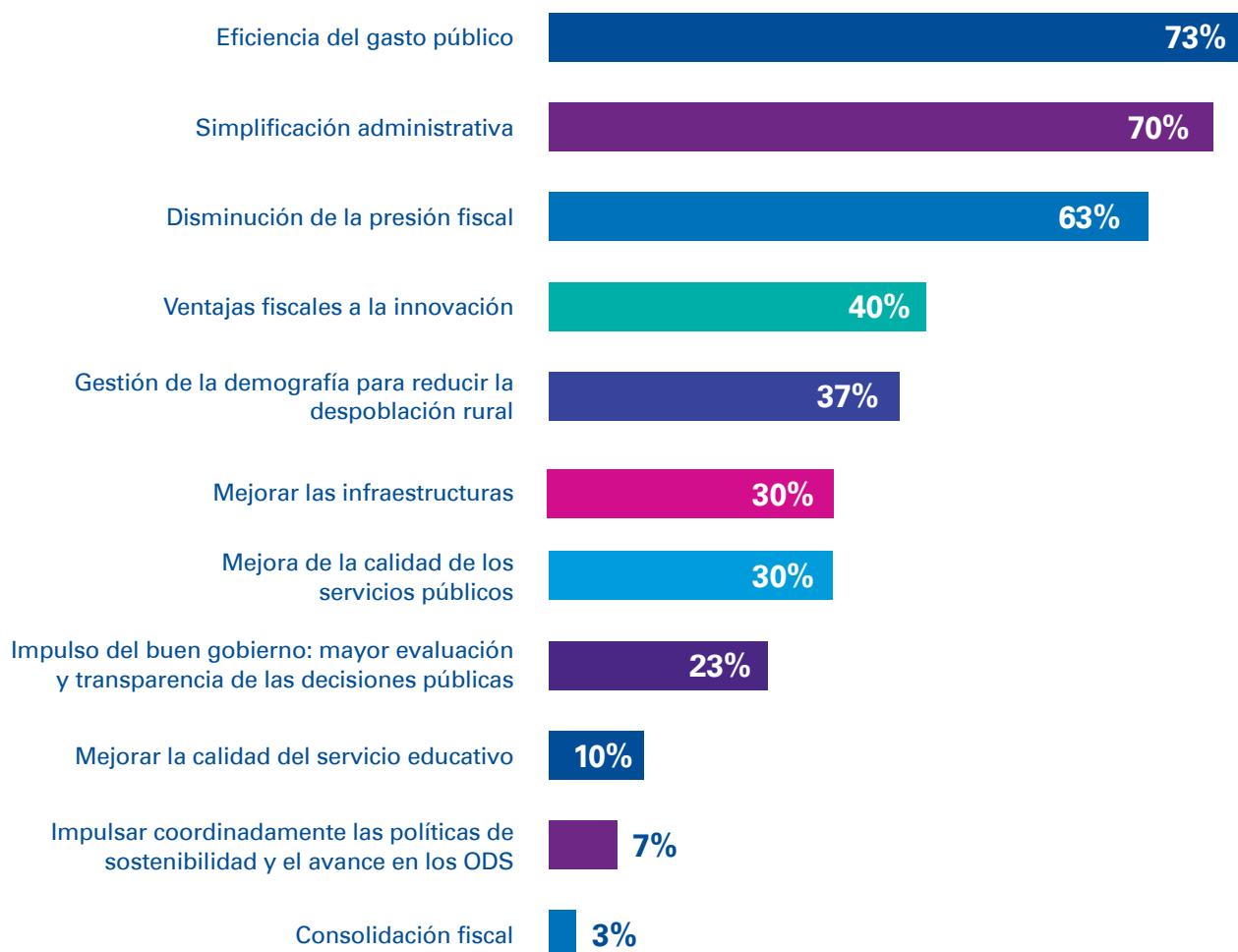
## I 20. Valoración medidas económicas



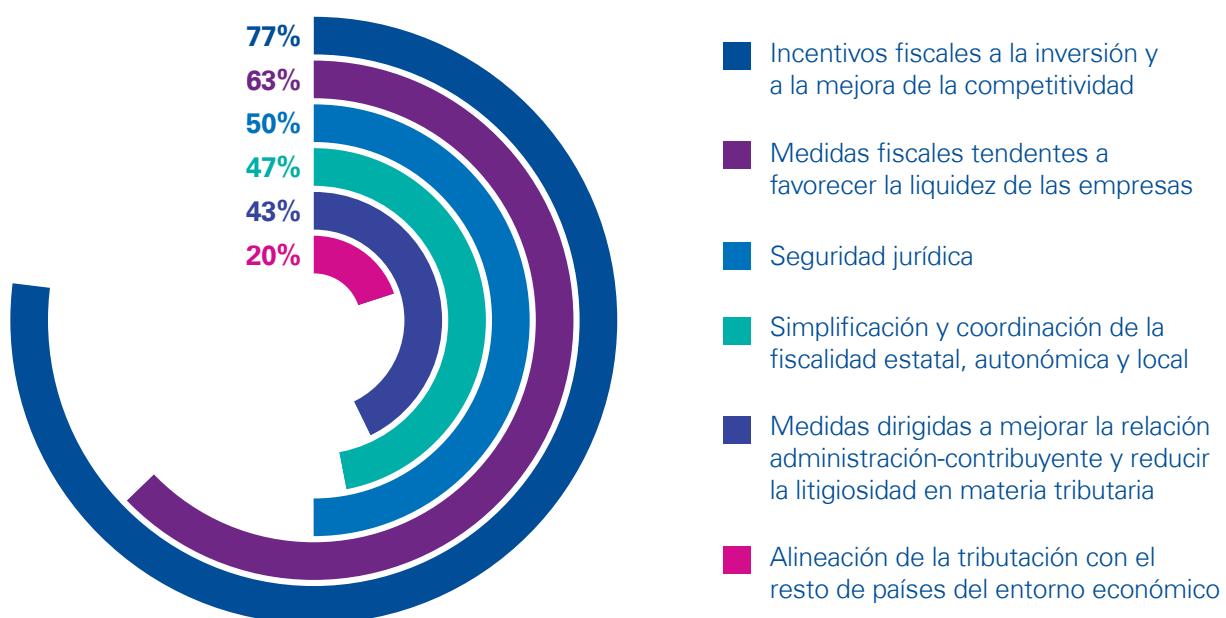
## I 21. Prioridades para el Gobierno central



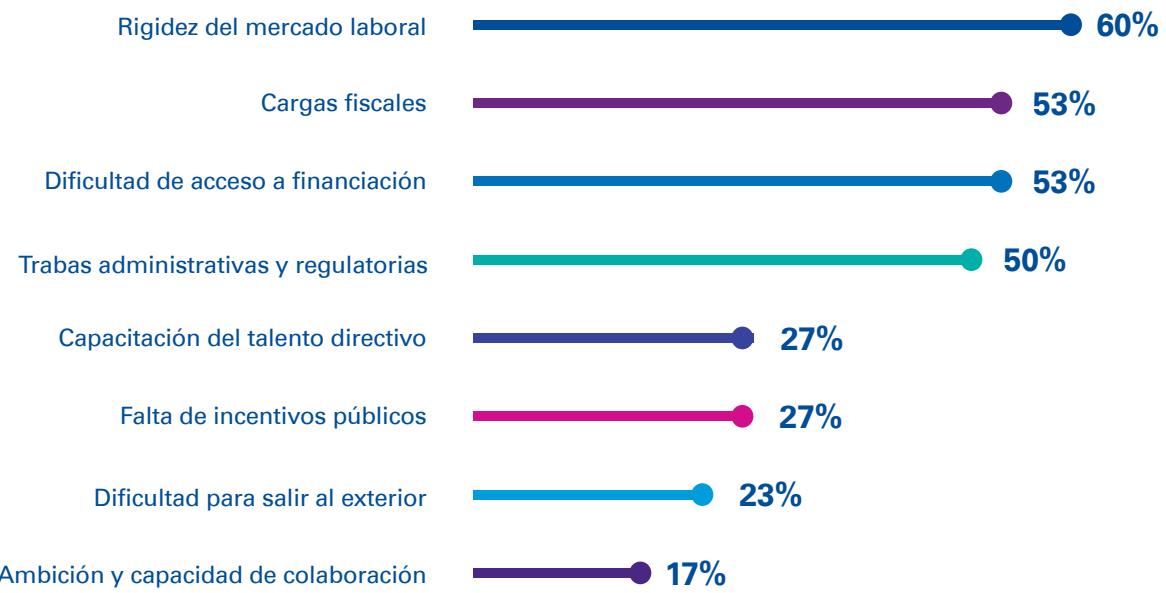
## I 22. Prioridades para el Gobierno autonómico



## I 23. Prioridades en materia fiscal



## I 24. Principales obstáculos que impiden a las pymes españolas aumentar su tamaño





# Contacto

**Nicolás Sierra**  
Socio responsable de KPMG en Canarias  
**E:** nsierra@kpmg.es  
**T.** +34 639 75 63 79

Con la colaboración de:



[www.kpmg.es](http://www.kpmg.es)

[www.kmpgperspectivas.es](http://www.kmpgperspectivas.es)

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

© 2021 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.