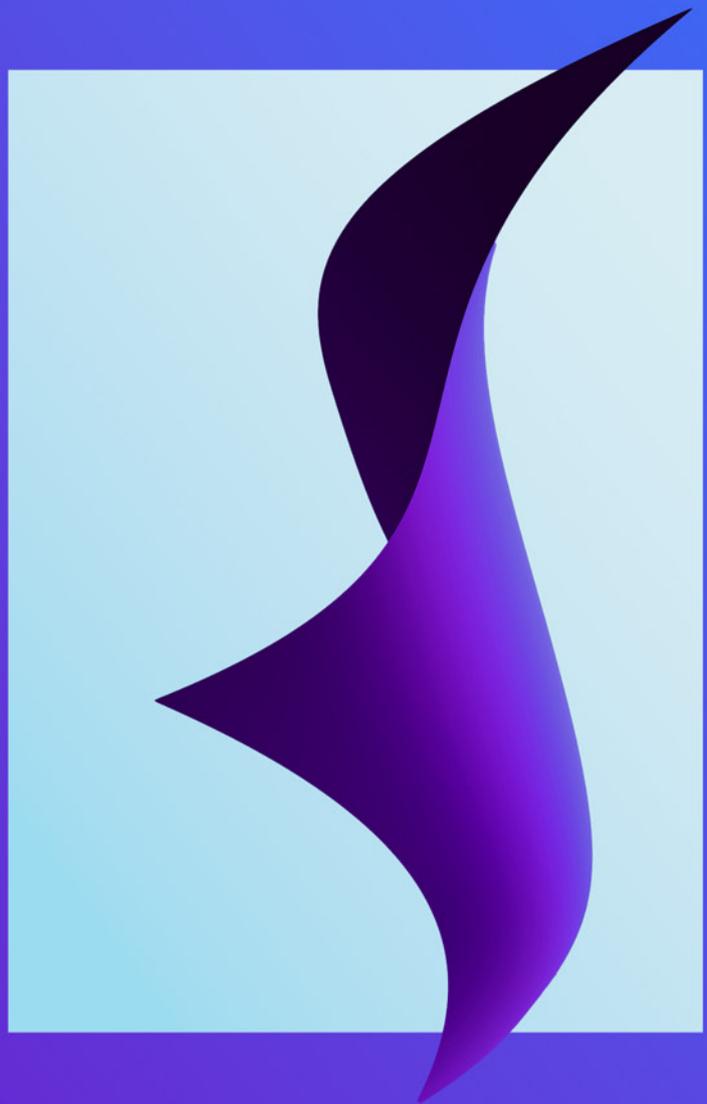




# Perspectivas Andalucía 2022

Con la colaboración de:



# Perspectivas Andalucía 2022

Como reflejan los dos sondeos en los que se basa el informe, el primero realizado entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 y el segundo entre abril y mayo de 2022, los encuestados andaluces reflejan una mayor cautela ante las tensiones inflacionistas y otros factores que generan incertidumbre. No obstante, son conscientes de la relevancia de impulsar el crecimiento desde sus estrategias corporativas a través de una doble transformación: la digital, especialmente sobre sus procesos operativos, y la adopción progresiva de un enfoque ESG. Este proceso de transformación solo podrá emprenderse con la ayuda del talento y el impulso de las habilidades profesionales.

# Entorno

La economía andaluza ha experimentado un crecimiento mayor al de la economía nacional. De acuerdo con las estimaciones de la AIReF, el PIB andaluz habría aumentado un 7,4%, lo que responde a la mejor evolución experimentada del sector agrario, industrial, servicios y construcción. La tasa de variación del IPC cerró el año en la

región con un 9,9%. En términos de desempleo, Andalucía experimentó una de las mayores reducciones anuales del número de parados (112.100 menos), según el INE, situándose a su vez como una de las comunidades autónomas con mayor aumento de su ocupación en el último año con 165.600 trabajadores más.





**Nicolás Sierra**  
Socio responsable  
de KPMG en  
Andalucía

# Resiliencia con visión de futuro

Andalucía se perfila como una región capaz de afrontar los retos actuales y acometer cambios de relevancia que reformulen su posición en la economía española. Aunque serán numerosos los desafíos a los que todavía deberá hacer frente, se atisba un marco prometedor sobre el que crecer y proyectarse al futuro.

El mayor control de la pandemia auguraba el inicio de un periodo optimista de recuperación, sin embargo, aún persisten importantes problemas estructurales. Las perturbaciones en las cadenas de suministro o el aumento de los precios de las materias primas y la energía intensifican las presiones inflacionistas y comprometen el proceso de recuperación. Para más inri, los riesgos geopolíticos derivados del conflicto entre Rusia y Ucrania abocan a un entorno de mayor volatilidad. Así lo demuestran los empresarios andaluces, que se muestran más pesimistas respecto al panorama económico en el medio plazo. Y, aunque son más positivos en sus perspectivas de facturación e inversión para 2022, el empleo, por su parte, muestra una tendencia más conservadora.

La respuesta certera ante los desafíos inmediatos ha permitido un mayor crecimiento de la capacidad productiva de Andalucía sobre todo por parte del sector servicios, que se ha visto especialmente motivado por el dinamismo de la actividad turística. Además del sector de la construcción y el industrial, que también han hecho gala de su resiliencia.

El potencial de la economía andaluza se verá impulsado, además, por la implementación de los Fondos Next Generation EU, que están llamados a ser un elemento catalizador de la recuperación, el desarrollo y la modernización del tejido productivo andaluz. Este es, por tanto, un gran momento para construir y reforzar unas bases sólidas para la generación de riqueza y prosperidad.

Con ese objetivo, las empresas andaluzas están apostando decididamente por la digitalización y continúan avanzando en sus estrategias de sostenibilidad. El impulso de las nuevas tecnologías y de los asuntos ESG de la mano del talento y el desarrollo de las capacidades profesionales, serán los principales motores del crecimiento y de transformación de la economía.

Así las cosas, Andalucía se enfrenta a un momento no exento de desafíos en su camino hacia la recuperación. En este contexto de elevada incertidumbre, la ayuda de la colaboración público-privada será crucial para comprender la envergadura de los retos a los que nos enfrentamos, impulsar el conocimiento y la innovación que permitan superarlos y, en definitiva, transformar la economía y sociedad andaluza, generando una prosperidad que alcance a todos.

# Sentimiento económico

El impacto del conflicto entre Rusia y Ucrania, unido a los importantes retos que afrontan las empresas en su camino hacia la recuperación, repercuten en las previsiones y valoraciones de las empresas de Andalucía. Las dos encuestas en las que se basa este informe, la primera realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 y la segunda entre abril y mayo de 2022, revelan que, aunque la valoración

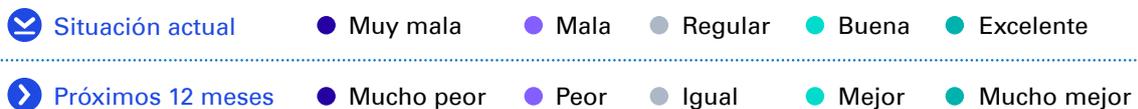
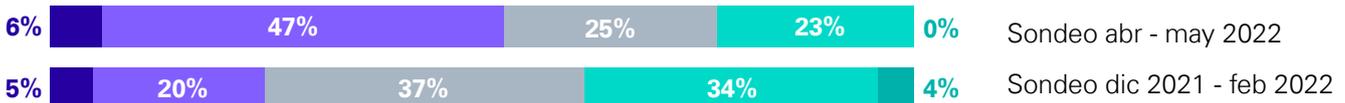
de la situación económica actual llega a mejorar (los que la califican como buena o excelente pasan del 21% al 28%), las perspectivas son significativamente más negativas a doce meses vista, pues más de la mitad (53%) cree que la economía española evolucionará a peor o a mucho peor, un porcentaje veintiocho puntos mayor que hace unos meses (25%).

## 1. Valoración de la situación económica nacional

### Situación actual



### Próximos 12 meses



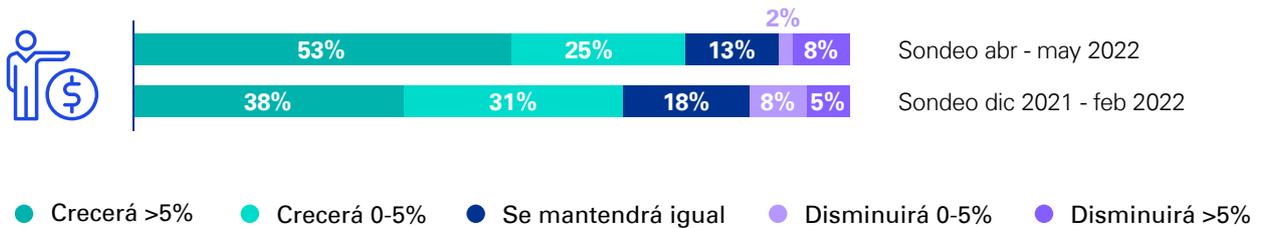
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

# Perspectivas empresariales

Pese a la mayor cautela en las previsiones económicas de los encuestados, las perspectivas empresariales se guían por un mayor optimismo. De hecho, el porcentaje de encuestados que prevé aumentar su facturación aumenta 9 puntos hasta el 78% y más de la mitad (53%) calcula que lo hará por encima del 5%. Asimismo, un 64% espera aumentar su inversión este año, un resultado siete puntos porcentuales inferior al de la encuesta realizada entre diciembre y febrero. En lo que respecta a las

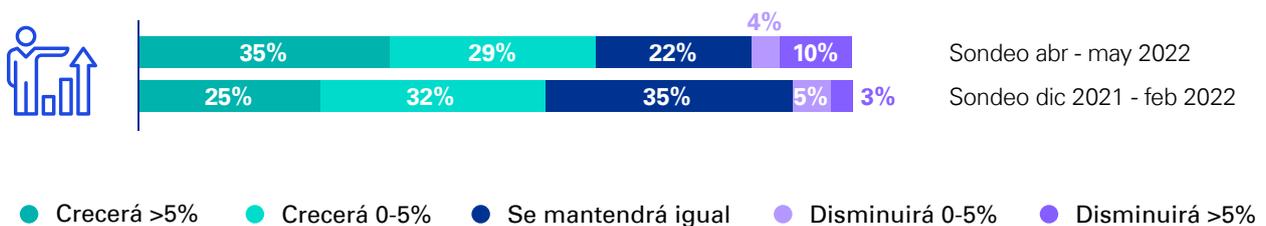
previsiones sobre contratación, aunque se mantiene estable el porcentaje de encuestados que prevén aumentar su plantilla (46%), aumenta el de aquellos que la reducirán (del 11% al 29%). Los planes de internacionalización de las empresas andaluzas, por su parte, tampoco muestran un cambio de tendencia significativo: el 32% de los encuestados admite que aumentará su presencia internacional en los próximos doce meses. A diferencia del 26% de las empresas que reconoce que se mantendrá igual.

## 2. Comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2022



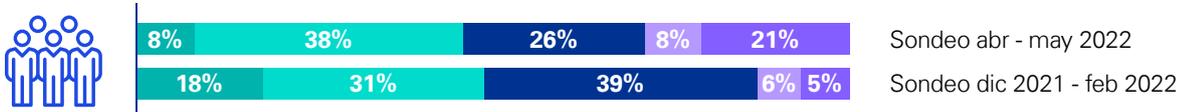
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

## 3. Comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2022



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

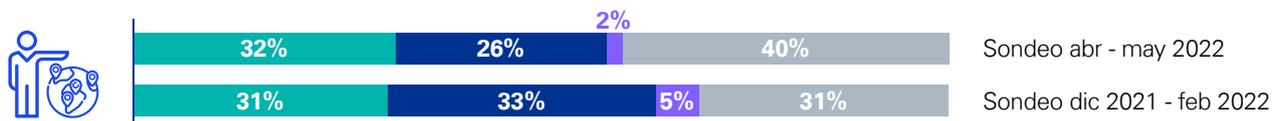
#### 4. Comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2022



- 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.

#### 5. Presencia internacional de su empresa en los próximos 12 meses



- Aumentará
- Permanecerá igual
- Se reducirá
- No tiene presencia internacional

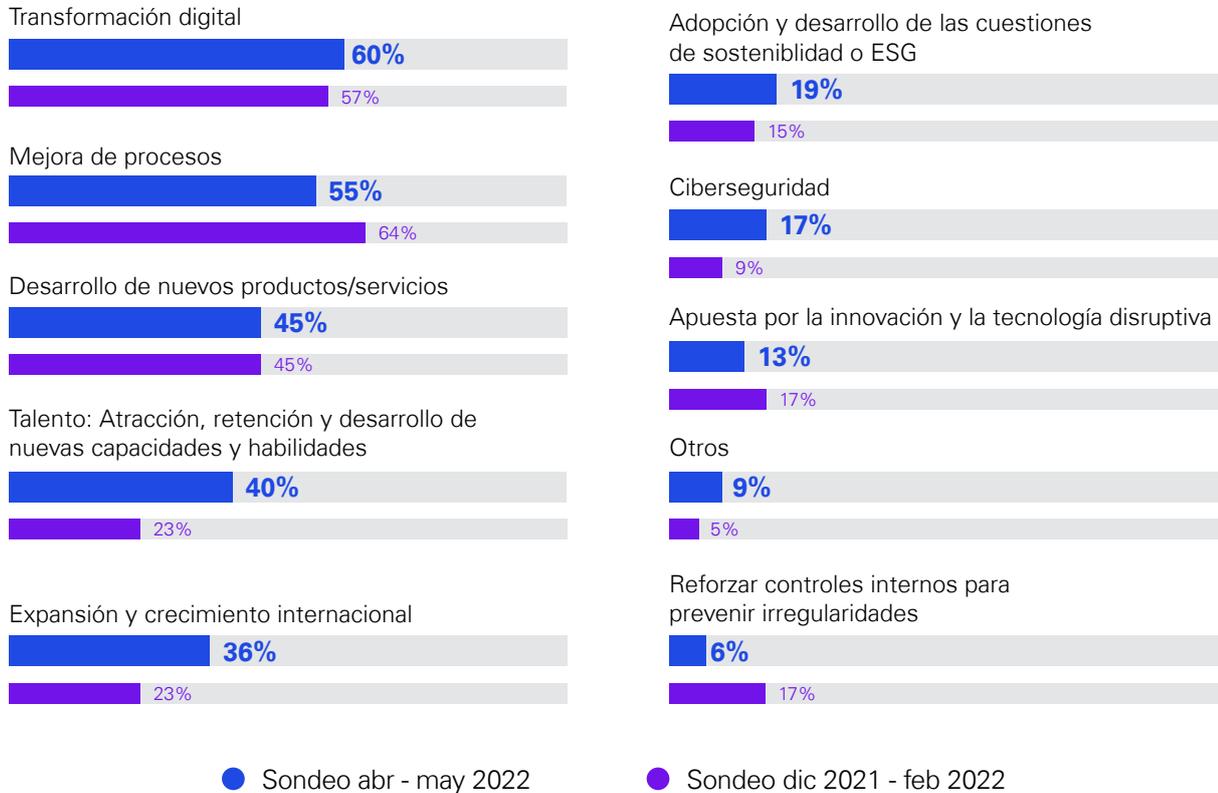
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

# Estrategia empresarial

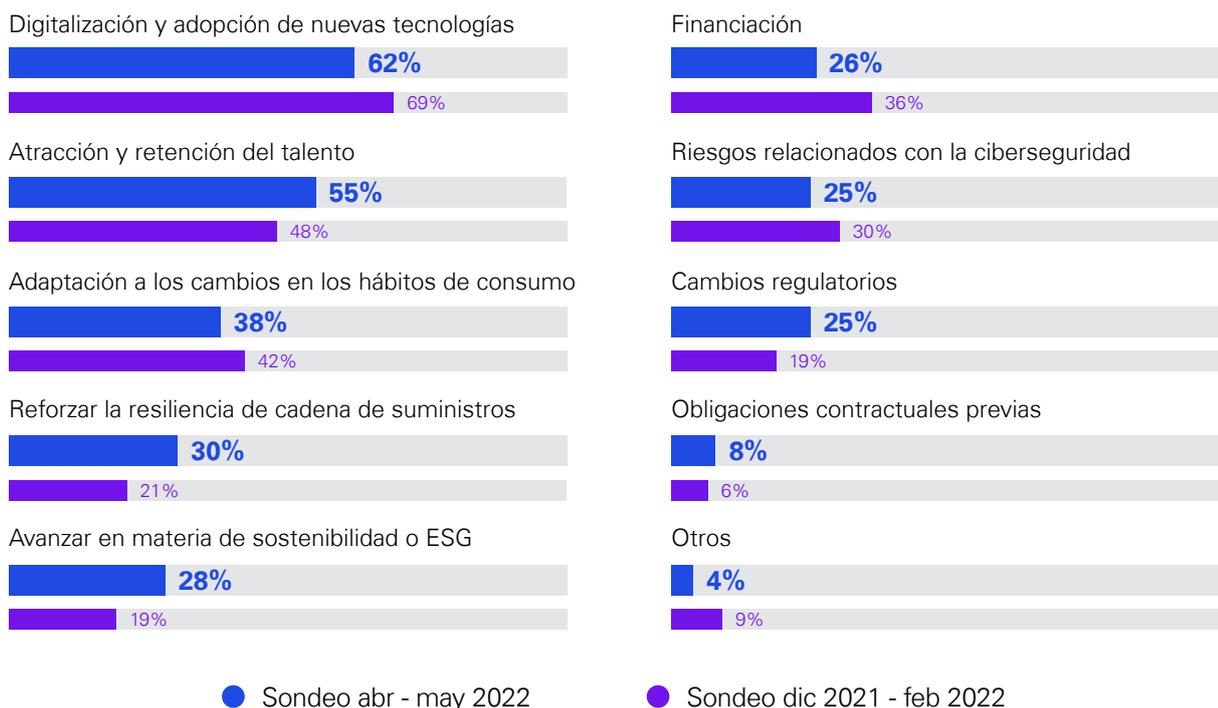
La digitalización se posiciona como la principal prioridad estratégica de las compañías andaluzas: el 60% apostará por ella. La mejora de procesos, que marca un 55% de los encuestados, y el desarrollo de nuevos productos y servicios, que señala el 45%, también ocupan un lugar destacado en las estrategias corporativas. Cabe destacar que la atracción, retención y desarrollo de nuevas capacidades continúa ocupando una posición relevante para los directivos andaluces, al igual que el desarrollo de las cuestiones ESG.

En cuanto a los retos que tendrán que afrontar los empresarios de Andalucía, la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías es el desafío más común (62%), seguido por la atracción y retención del talento (55%) y la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo (38%), tal y como mostraban los encuestados hace algunos meses en el primer sondeo.

## 6. Prioridades estratégicas para los próximos 12 meses



## 7. Principales retos a los que deberá hacer frente su empresa en los tres próximos años

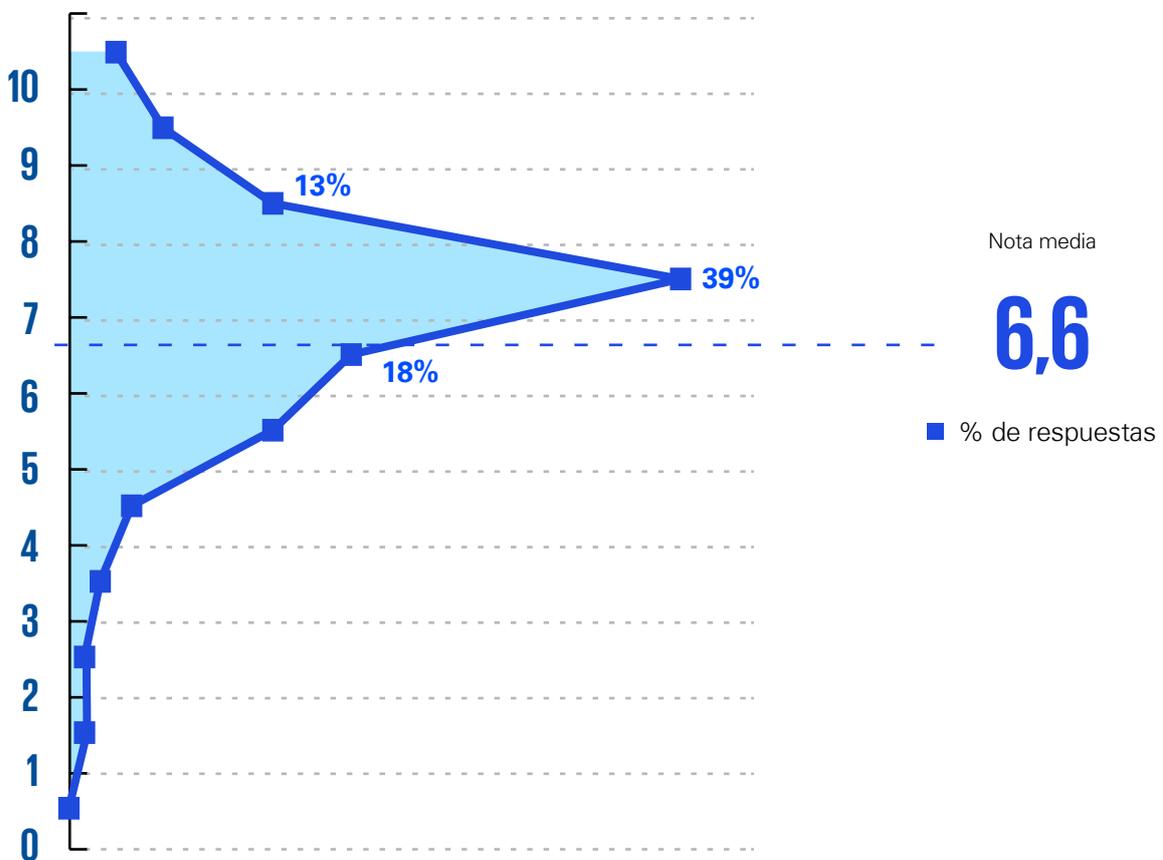


Las bases de la transformación de las compañías andaluzas giran en torno a la digitalización y la sostenibilidad, que vertebrarán el futuro de la economía en los próximos años.

Como muestra el sondeo realizado entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, los andaluces atribuyen una nota media de 6,6 al nivel de adaptación

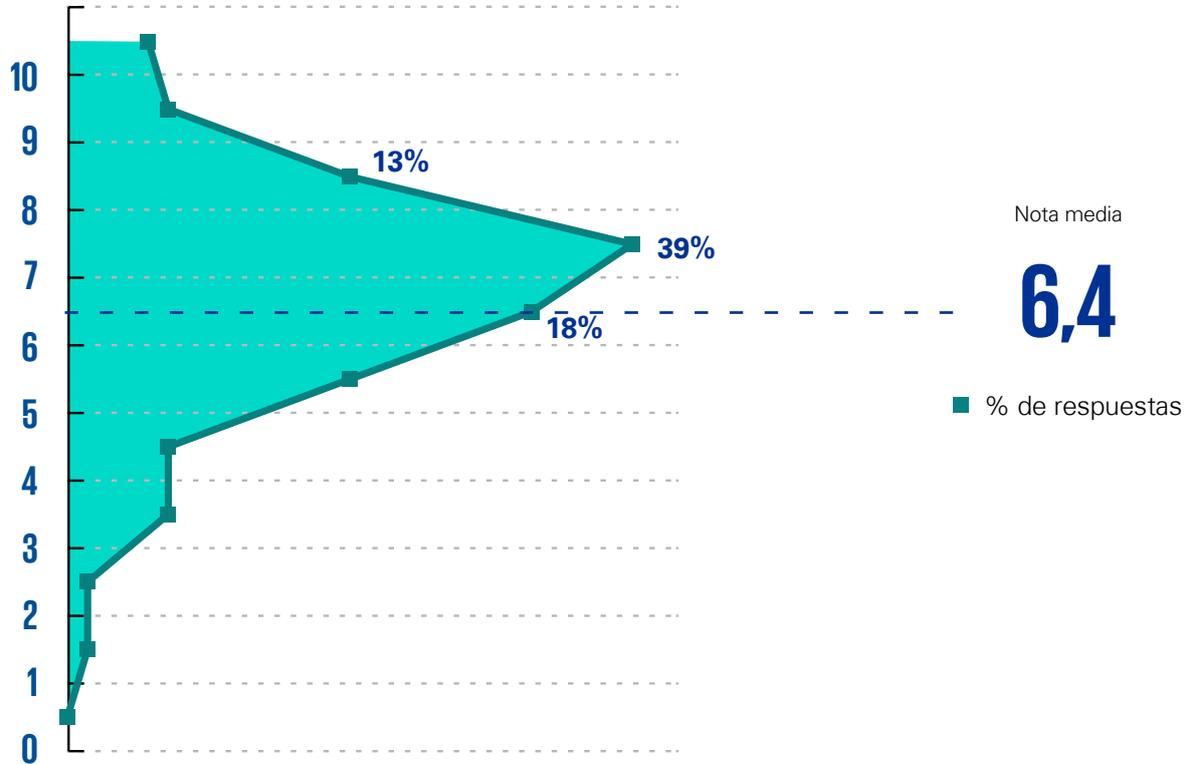
digital de su organización, una calificación idéntica al promedio nacional, mientras que valoraban las capacidades digitales de su plantilla con un 6,4. Las áreas más avanzadas en el proceso de transformación digital son, según los encuestados andaluces, Atención al cliente (41%), seguida de cerca por Ventas (38%) y Marketing (36%).

### 8. Valoración sobre el nivel de adaptación digital de su empresa



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022

### 9. Valoración sobre las capacidades digitales de su plantilla



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022

### 10. Áreas más digitalizadas

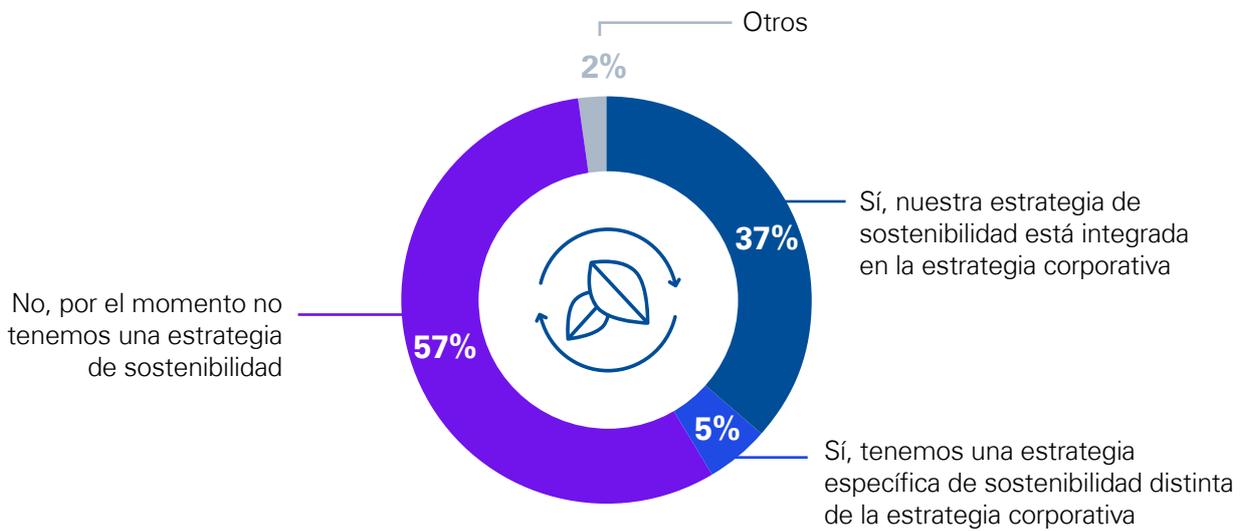


Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022

En ese mismo sondeo, más de la mitad de los encuestados (57%) reconoce no haber desarrollado una estrategia de sostenibilidad corporativa al respecto. En cambio, el 42% señala que dispone de una estrategia de sostenibilidad integrada en la estrategia corporativa o cuenta con una estrategia específica distinta de la corporativa.

Adicionalmente, los empresarios andaluces califican con una nota media de 6 el grado de avance de su organización en lo que respecta a la integración de la sostenibilidad y los criterios ESG en su modelo estratégico y operativo, un resultado cuatro décimas menor que la media nacional.

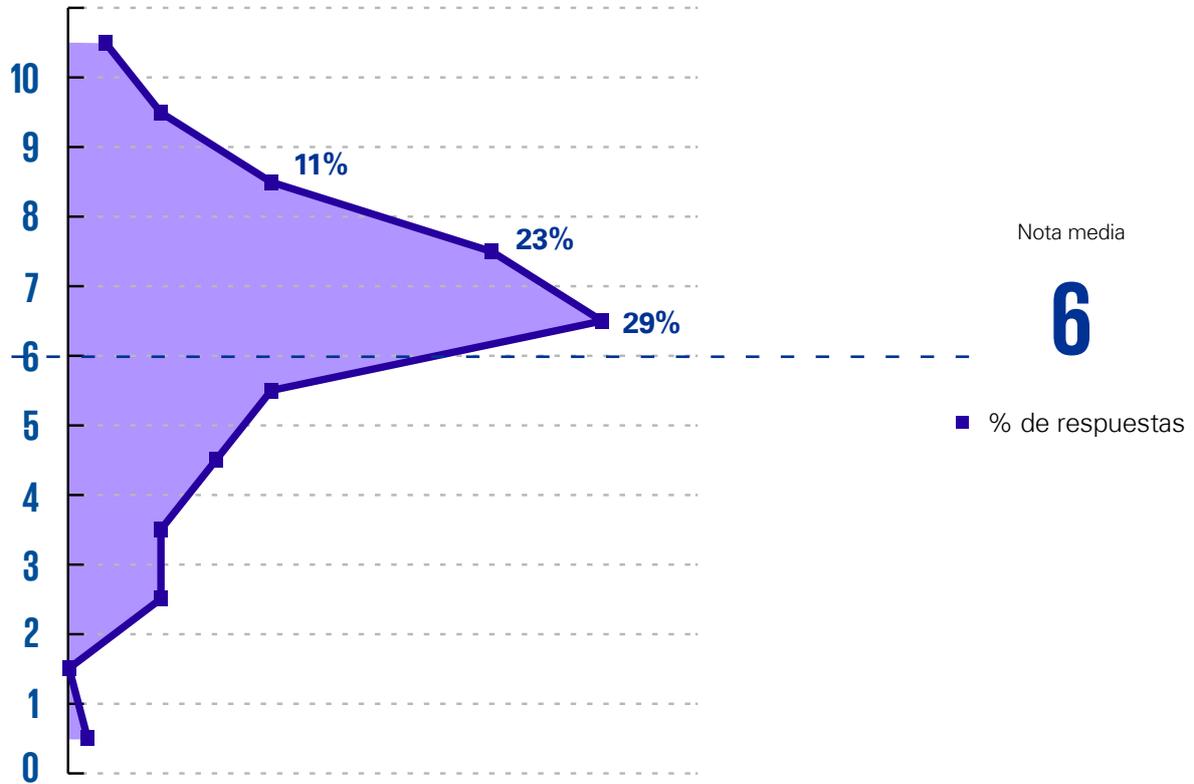
**11. ¿Ha definido su compañía una estrategia en materia de sostenibilidad o ESG con objetivos e indicadores concretos?**



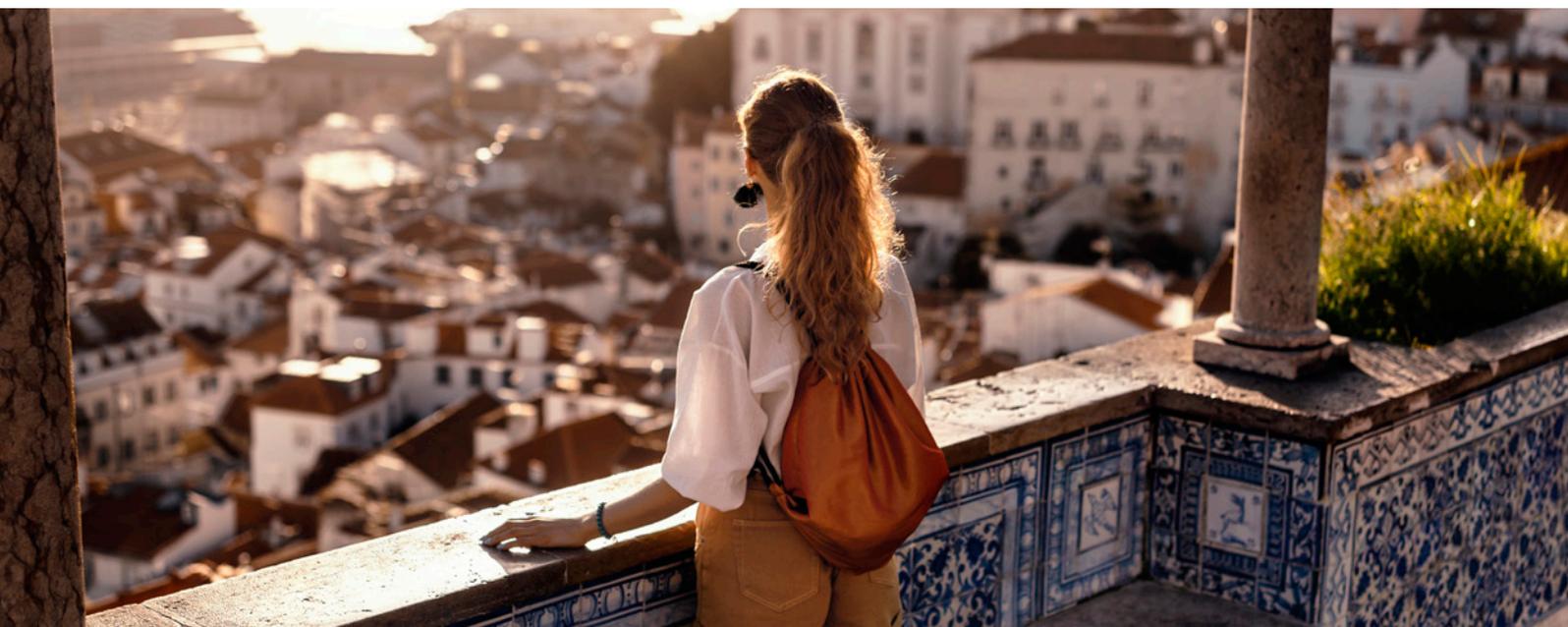
*Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022*



**I 12. Valoración sobre la integración de la sostenibilidad o ESG en su modelo estratégico y operativo**



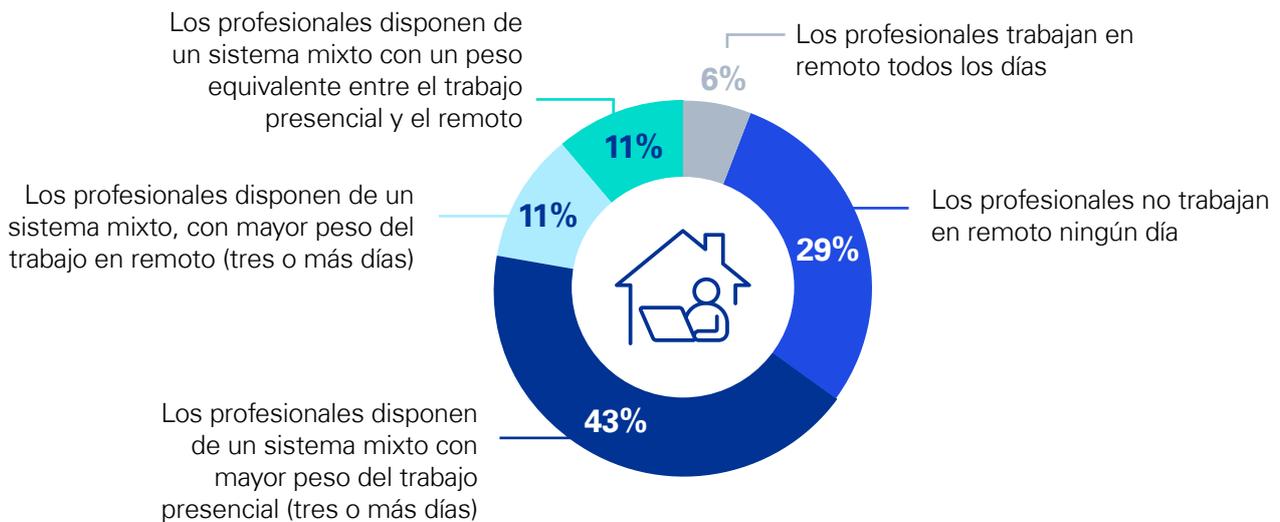
Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022



En el ámbito del teletrabajo, que ha provocado un replanteamiento en el entorno laboral de los profesionales y las empresas, la encuesta realizada entre diciembre y febrero revelaba que un 65% de las empresas andaluzas ha optado por implantar un sistema

mixto de trabajo presencial y remoto. El 43% de los encuestados señala que sus empresas han implantado un sistema mixto en el que el trabajo presencial tiene mayor peso que la fórmula en remoto.

**13. Teletrabajo: ¿Cuál de estas afirmaciones se ajusta más a la realidad de su compañía?**



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

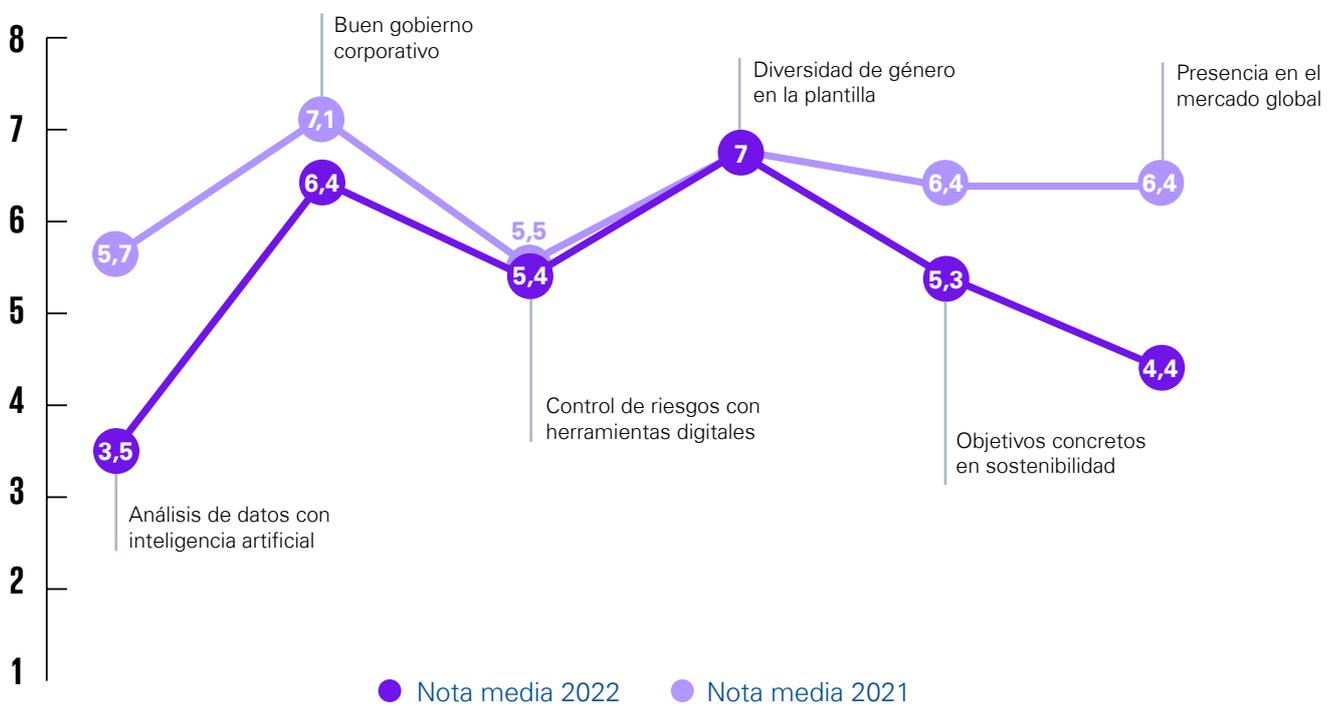
*Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022*



En relación con los aspectos clave vinculados a la gestión empresarial, los encuestados otorgan sus mejores notas a la diversidad de género en la plantilla y al buen gobierno corporativo, con 7 y 6,4 de media, respectivamente. No obstante,

su calificación respecto al control de riesgos con herramientas digitales (5,4) y a los objetivos concretos en sostenibilidad (5,3) es de suficiente, mientras que se suspenden en análisis de datos con inteligencia artificial (3,5).

**14. Gestión en aspectos clave de la empresa**



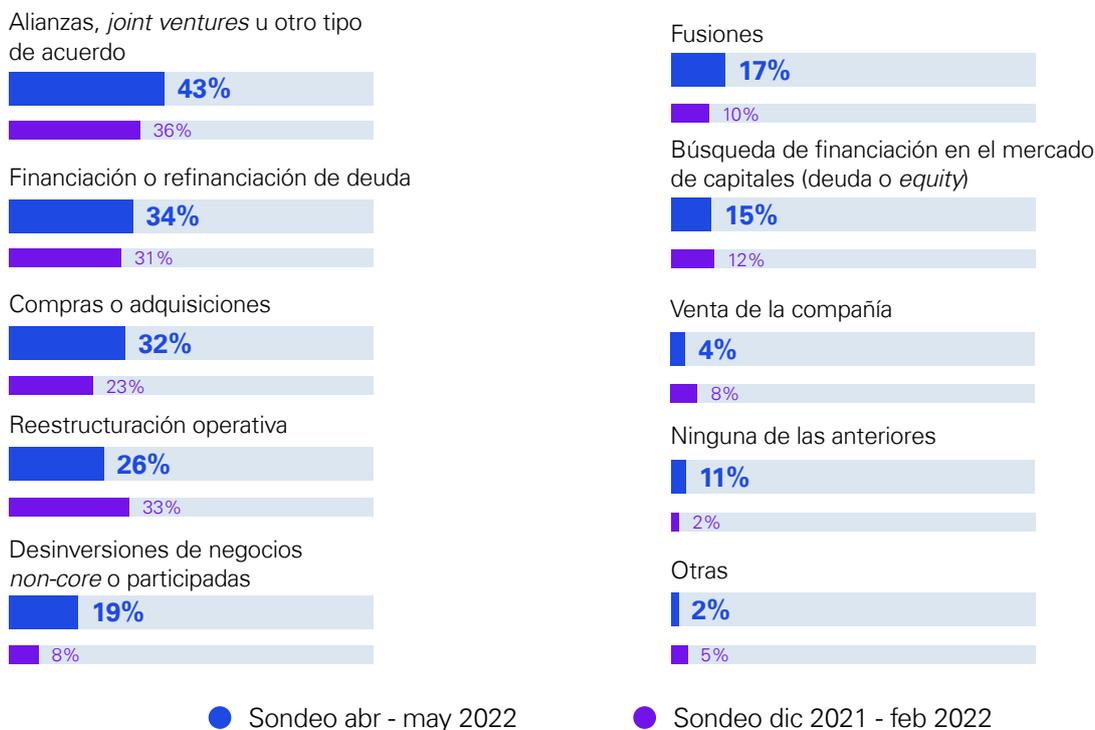
Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022

El entorno de incertidumbre que se ha agudizado con el conflicto de Ucrania y se verá marcado por la previsible subida de tipos para contener la inflación, no ha amedrentado los planes relativos a las operaciones corporativas. Como muestra el sondeo llevado a cabo entre abril y mayo de 2022, el 43% de encuestados cerrará alianzas, porcentaje que, aunque es siete puntos inferior al de la encuesta realizada entre diciembre y febrero, demuestra la relevancia de este tipo de acuerdos en el corto plazo. Adicionalmente, un 34% recurrirá a financiación o refinanciación de deuda,

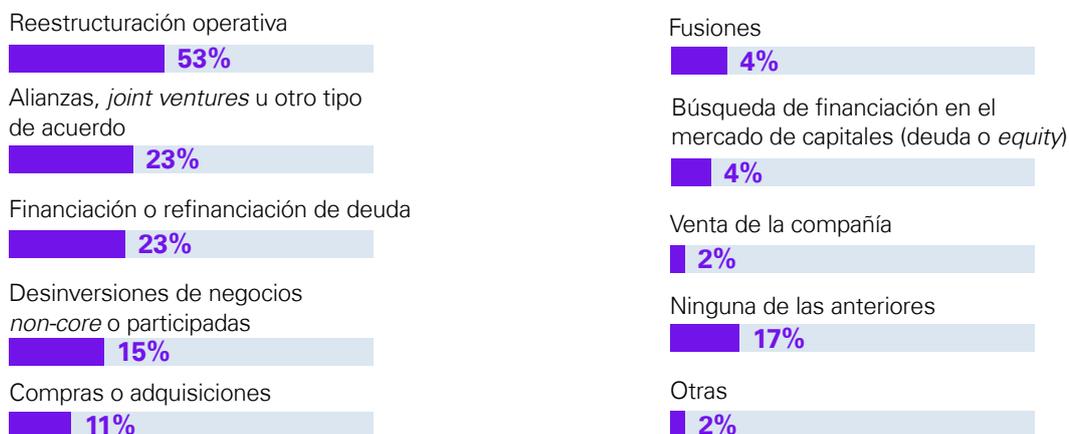
mientras que, dos puntos porcentuales menos, (32%) optarán por realizar compras o adquisiciones en los próximos doce meses.

En cuanto a la comparación entre las medidas que se han aplicado en los últimos 12 meses con las que se prevé aplicar este año, se detecta una disminución significativa de la reestructuración operativa, que pasa del 53% al 26%, mientras que ganan un mayor impulso la financiación o refinanciación de la deuda y las alianzas, así como las compras, adquisiciones y fusiones.

### I 15. Operaciones corporativas previstas para los 12 meses próximos



### I 16. Operaciones corporativas realizadas en los últimos 12 meses



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

# Desafíos

Las compañías se enfrentan a un escenario de suma complejidad, en el que se plantean desafíos como la crisis de la cadena de suministro, el encarecimiento de los precios de las materias primas y la energía o el consiguiente aumento de las presiones inflacionistas. Un escenario de elevada volatilidad que se ha visto agudizado por el estallido del conflicto en Ucrania, afectando así a las perspectivas de recuperación de las organizaciones.

Tanto es así que la inflación se posiciona como la amenaza que marca un mayor porcentaje de encuestados en Andalucía, un 60%. Le siguen, aunque con un porcentaje significativamente menor, el aumento de los impuestos (47%) y el debilitamiento de la economía global (40%). Cabe destacar que, como era previsible, el porcentaje correspondiente a las tensiones geopolíticas ha aumentado, desde el 10% hasta el 32%, entre los dos sondeos en los que se basa este informe.

## 17. Amenazas para la economía española en los próximos 12 meses

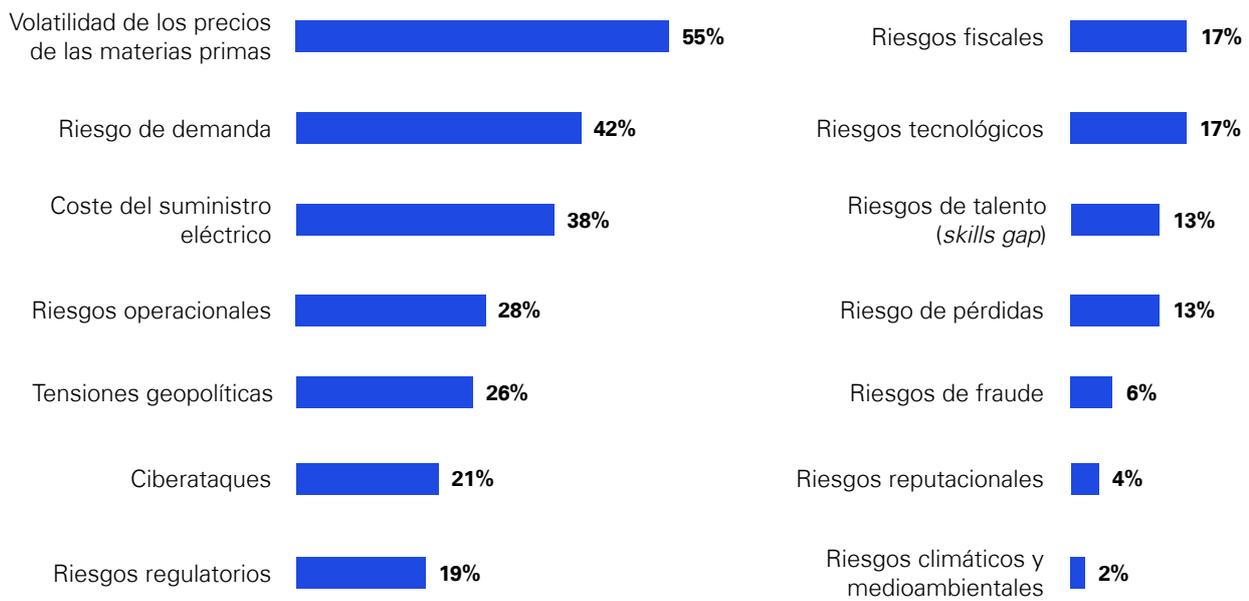


Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

Lejos de disiparse, el aumento prolongado de la inflación continúa preocupando a las empresas andaluzas y también se refleja en su mapa de riesgos. Más de la mitad de los participantes (55%) señala la volatilidad de los precios de las

materias primas como uno de estos principales riesgos. Le siguen el riesgo de demanda y el coste del suministro eléctrico, que marca el 42% y el 38% de los encuestados, respectivamente.

### 18. Principales riesgos para el negocio



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022



# Política económica

La preocupación derivada de las presiones inflacionistas también se traslada a las demandas que realizan las compañías andaluzas a la Administración central. Así, el 60% pide mitigar el impacto de la inflación en la economía en el último sondeo realizado entre abril y mayo de 2022.

De igual modo, un 36% solicita eficiencia en el gasto público, seguido de cerca por un 34% que demanda potenciar la transición energética y la digitalización en el marco de plan de recuperación.

## 19. Prioridades en el ámbito económico para el Gobierno central en los próximos 12 meses

Mitigar el impacto de la inflación en la economía  
 **60%**

Eficiencia del gasto público  
 **36%**

Potenciar la transición energética y la digitalización en el marco del plan de recuperación  
 **34%**

Reformas estructurales  
 **30%**

Simplificación administrativa  
 **28%**

Liderar la consecución de consensos en materia económica con la oposición  
 **23%**

Impulsar la financiación de proyectos empresariales mediante fondos europeos  
 **19%**

Reforma de la administración: clarificación de las competencias y mejora de la financiación  
 **15%**

Mejora de la calidad de las instituciones  
 **11%**

Actualizar las medidas de protección de la economía como consecuencia de los cambios geopolíticos  
 **9%**

Mejora de las infraestructuras  
 **8%**

Reducir el gap entre educación y empleabilidad  
 **8%**

Unidad de mercado  
 **6%**

Impulso del buen gobierno: mayor evaluación y transparencia de las decisiones públicas  
 **4%**

Mejora de la calidad de los servicios públicos  
 **4%**

Mejorar el marco de las relaciones laborales  
 **4%**

Definir con claridad la hoja de ruta de España en la transición ecológica y la consecución de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)  
 **2%**

*Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022*

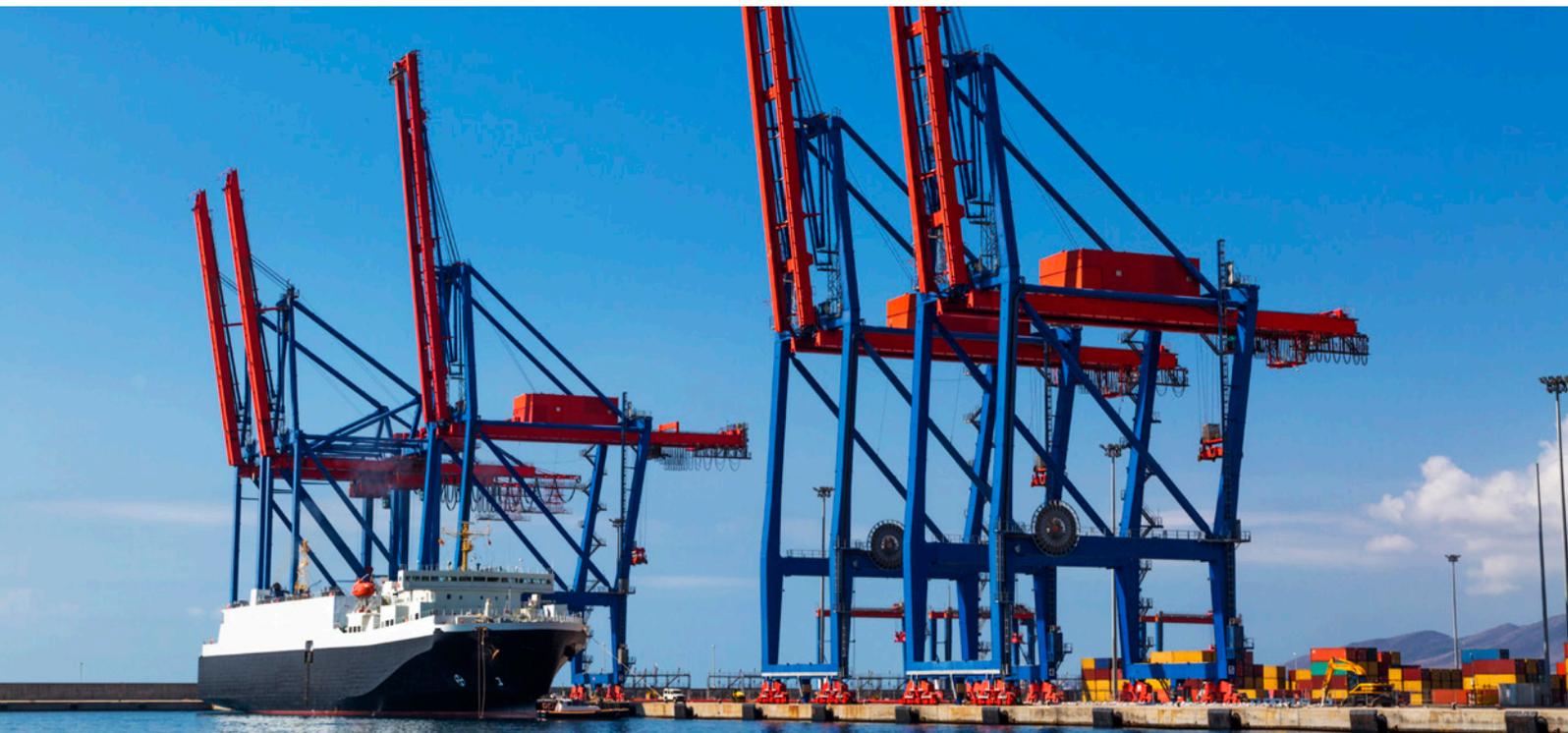
Ante los obstáculos que afrontan las pymes para aumentar su tamaño en el tejido productivo del país, las empresas de la región identifican, en primer lugar, las cargas fiscales y las trabas administrativas

y regulatorias (54% en ambas), según los datos del sondeo realizado entre diciembre y febrero. Por detrás, un 48% marca la rigidez del mercado laboral y un 43% la dificultad de acceso a financiación.

**20. Principales obstáculos que impiden a las pymes españolas aumentar su tamaño**



Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022



# Impacto del conflicto en Ucrania

El conflicto entre Rusia y Ucrania agudiza el escenario de riesgos e incertidumbre actual para las compañías. Al drama humanitario y social, se suma un importante impacto en términos económicos. Más de la mitad de las empresas andaluzas (51%) reconoce que aún no ha revisado su estrategia para 2022, puesto que dependerá de la duración del conflicto. No obstante, un 30% de los encuestados afirma haberlo hecho.

Los aspectos derivados del conflicto que van a tener un mayor impacto en el negocio son los costes de producción (68%), seguidos de la disrupción de las cadenas de suministro (47%), además de los problemas de abastecimiento energético (36%).

## 21. ¿Ha revisado o está revisando su estrategia para 2022 a raíz de la invasión rusa de Ucrania?



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

## 22. Aspectos de la actividad afectados por el conflicto en Ucrania



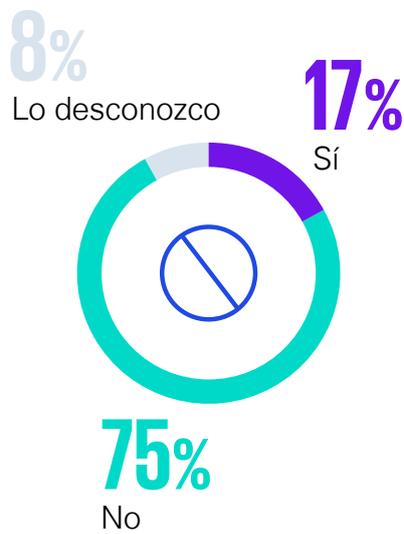
Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

El 75% de los encuestados reconoce que no se ha visto afectado por las sanciones impuestas al Gobierno de Rusia o las contrasanciones que este ha decretado como respuesta.

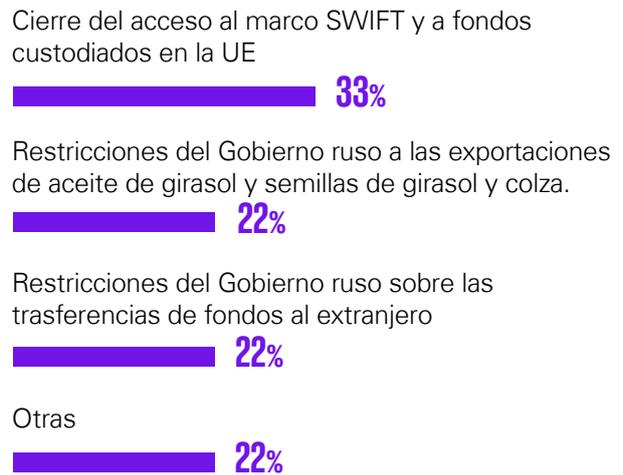
Uno de cada tres empresarios andaluces que reconoce verse afectado por las sanciones o contrasanciones (17%), señala que el cierre del

acceso al marco SWIFT y a fondos custodiados en la UE está impactando en su actividad, mientras que un 22% destaca las restricciones del Gobierno ruso sobre las trasferencias de fondos al extranjero y las exportaciones de aceite de girasol y semillas de girasol y colza. Cabe señalar que un 22% marca 'otras sanciones' y las concreta, principalmente, en el aumento de los precios de la energía.

**23. ¿Afecta a su actividad alguna de las sanciones impuestas al Gobierno ruso o de las contrasanciones que este ha decretado como respuesta?**



**24. ¿Cuáles?**



Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

# Sobre este informe

Este informe analiza y compara las respuestas que aportaron empresarios andaluces en dos encuestas online: la primera se realizó entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 y la segunda se llevó a cabo entre abril y mayo de 2022.

Encuestas realizadas entre

Diciembre  
**2021 - 2022**

Febrero

—

Abril - Mayo  
**2022**

## Consulta los resultados de Perspectivas España 2022

[Conoce todos los detalles](#)



# Contacto

**Nicolás Sierra**

Socio responsable de KPMG en Andalucía

**E:** [nsierra@kpmg.es](mailto:nsierra@kpmg.es)

**T:** +34 639 75 63 79

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

[www.kpmgperspectivas.es](http://www.kpmgperspectivas.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.

© 2022 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.