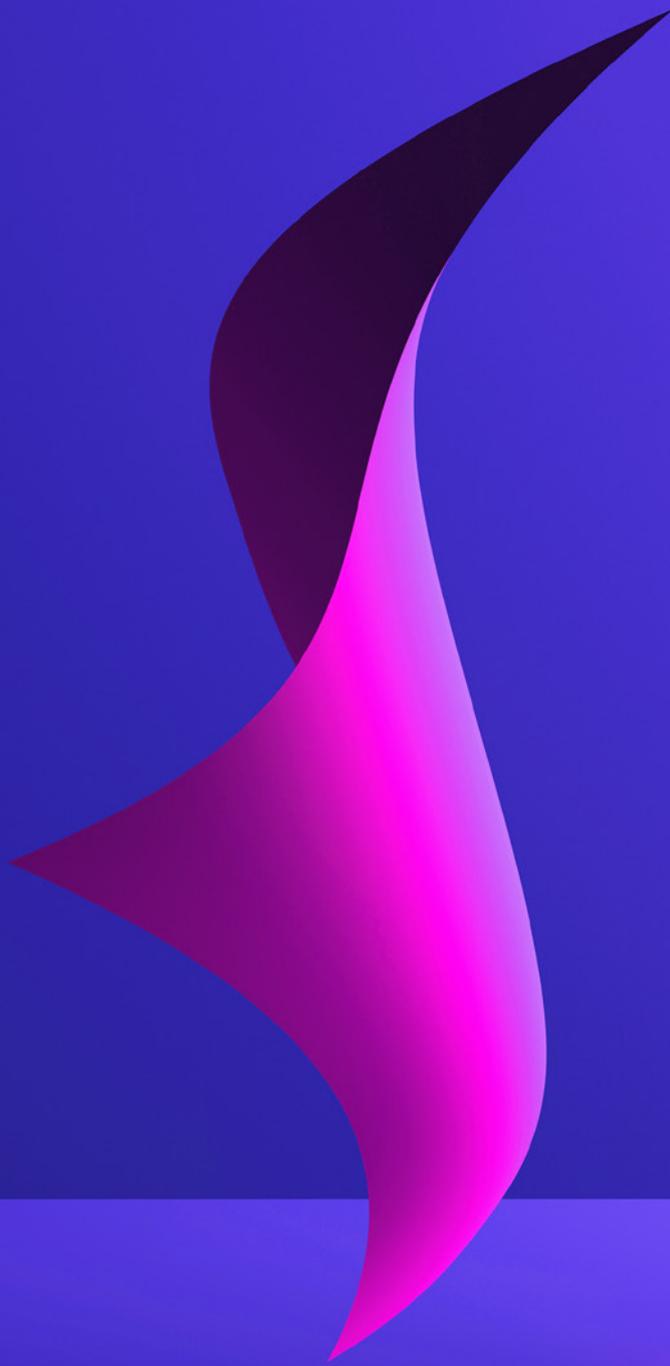




# Perspectivas España 2022

XVIII Edición

Con la colaboración de:



# Índice

Prólogo de Juanjo Cano, presidente de KPMG en España .....	4
Prólogo de Antonio Garamendi, presidente de CEOE .....	6
Principales conclusiones .....	8
Escenario económico .....	13
Perspectivas económicas.....	17
Perspectivas empresariales .....	23
Estrategia empresarial .....	30
Información corporativa.....	51
Desafíos .....	55
Política económica .....	58
Impacto del conflicto en Ucrania .....	64
Sobre este informe .....	68

## La visión de...



**José María Galofré**  
Consejero  
Delegado/CEO de  
Volvo Car España

*Pág. 33*



**Carmen Riu**  
CEO de RIU Hotels  
& Resorts

*Pág. 46*



**Meinrad Spenger**  
Consejero  
Delegado del Grupo  
MASMOVIL

*Pág. 36*



**Juan Bernal Aranda**  
Director General de  
CaixaBank Asset  
Management

*Pág. 54*



**Hugo Serra**  
Consejero  
Delegado de Grupo  
Catalana Occidente

*Pág. 38*



**Raül Blanco**  
Secretario General  
de Industria y de la  
Pequeña y Mediana  
Empresa

*Pág. 63*



**Rocío Sicre**  
Directora general  
EDPR

*Pág. 43*



## Prólogo



# El equilibrio como estrategia de futuro

Las empresas españolas vuelven a la incertidumbre como escenario de actuación. Tras un comienzo de año que se esperaba que estuviese caracterizado por un crecimiento sostenido, si bien a un ritmo más lento del previsto como consecuencia de la subida de los precios de energía y la crisis de cadenas de suministro, una nueva disrupción marca un alto en el camino. La invasión de Ucrania por parte de Rusia, y la contundente respuesta internacional en términos de sanciones, dibuja un nuevo entorno geopolítico en un mundo globalizado e interconectado.

Esta nueva edición del informe 'Perspectivas España', que realizamos junto a CEOE y que me complace presentar, analiza el alcance de este impacto. A través de dos sondeos a empresarios españoles -antes y después del estallido de la guerra-, este documento permite conocer cómo están afrontando las consecuencias económicas del conflicto, y cómo están adaptando sus estrategias, prioridades y mapas de riesgos.

Entre sus conclusiones, vemos cómo los directivos mantienen su visión estratégica y sus perspectivas de inversión, crecimiento y contratación a pesar de haberse tornado más pesimistas ante la evolución de la economía y el empeoramiento de factores como la inflación. Más allá de cualquier adversidad, la empresa española vuelve a hacer suya la máxima de que la adaptación es la clave de la supervivencia.

Así, los empresarios españoles mantienen la premisa de que la mejor estrategia de futuro es garantizar el equilibrio entre la toma necesaria de medidas para paliar los efectos negativos del entorno, sin perder de vista el largo plazo. Puede que los tiempos se vean afectados, pero

prevén mantener la senda de transformación que ya habían iniciado haciendo de la digitalización y la sostenibilidad palancas para impulsar su competitividad.

Finalmente, el talento continúa siendo una de las prioridades estratégicas y a la vez uno de los mayores retos para los empresarios y para el país. Las personas, sus capacidades y habilidades, son su principal activo, clave en la toma de decisiones del tejido empresarial español. Prueba de ello es que la atracción y fidelización de talento es uno de los factores decisivos a la hora de emprender operaciones corporativas.

No cabe duda de que el tejido empresarial español afronta un periodo complejo, en el que los factores negativos que amenazaban al crecimiento tardarán más en disiparse. Pero también tenemos la certeza de contar con su capacidad de adaptación y resiliencia, desde el convencimiento de que no deben abandonar la oportunidad de una transformación que ya había comenzado. Continuemos avanzando.

### Juanjo Cano

Presidente de KPMG en España



## Prólogo



# Prioridades de futuro

KPMG y CEOE presentamos, un año más, este Informe Perspectivas España que se ha convertido en una herramienta fundamental para conocer las estrategias y prioridades de las empresas de nuestro país y su evolución en un contexto como el actual, de salida de una crisis y con una recuperación económica marcada por la incertidumbre y el impacto de la guerra en Ucrania.

En esta edición, hemos querido poner el foco en un aspecto clave para el futuro del tejido empresarial: la doble transición digital y de sostenibilidad, que tenemos que convertir en oportunidad para ganar en competitividad, generar nuevo negocio y crear empleo.

Pero, sin duda, lo que marca este informe son las consecuencias de la invasión de Ucrania y las sanciones a Rusia. El porcentaje de directivos y empresarios que valoran negativamente la situación actual de la economía ha subido 8 puntos desde el inicio del conflicto. A corto plazo, el 45% de los encuestados prevé ya que la economía vaya a peor. Además, prácticamente 4 de cada 10 empresarios ya ha revisado su estrategia por el conflicto bélico.

Pese a todo, las expectativas empresariales se mantienen. Casi 8 de cada 10 encuestados espera que la facturación de su empresa crezca, 6 de cada 10 planea aumentar su inversión y cerca de la mitad prevé incrementar la plantilla.

Las prioridades en los planes de inversión reflejan las áreas en las que trabajan las empresas para

afrontar los retos a medio plazo. La apuesta por las herramientas tecnológicas y digitales; la mejora en asuntos relacionados con la sostenibilidad; el desarrollo de nuevos servicios y productos; o el impulso a la atracción y retención del talento vertebran las estrategias de futuro.

Los empresarios españoles son muy conscientes de que estamos en un momento complicado, en el que se necesitan medidas adicionales para consolidar la recuperación que se había iniciado y hacer frente a la amenaza que supone una inflación descontrolada. Y que, en paralelo, hay que seguir dando pasos para transformar nuestra economía y hacerla más eficiente y productiva, digital y sostenible, con mayor capacidad de adaptación.

Esto exige un marco para el desarrollo de la actividad empresarial que ofrezca certidumbre y un entorno regulatorio estable. Exige reformas para corregir debilidades estructurales, una rebaja de impuestos e incentivos fiscales que doten de mayor dinamismo a nuestra economía y una mayor eficiencia en el gasto público.

Las prioridades están claras. Toca seguir trabajando en las líneas marcadas. Porque el futuro nos va en ello.

**Antonio Garamendi**  
Presidente de CEOE

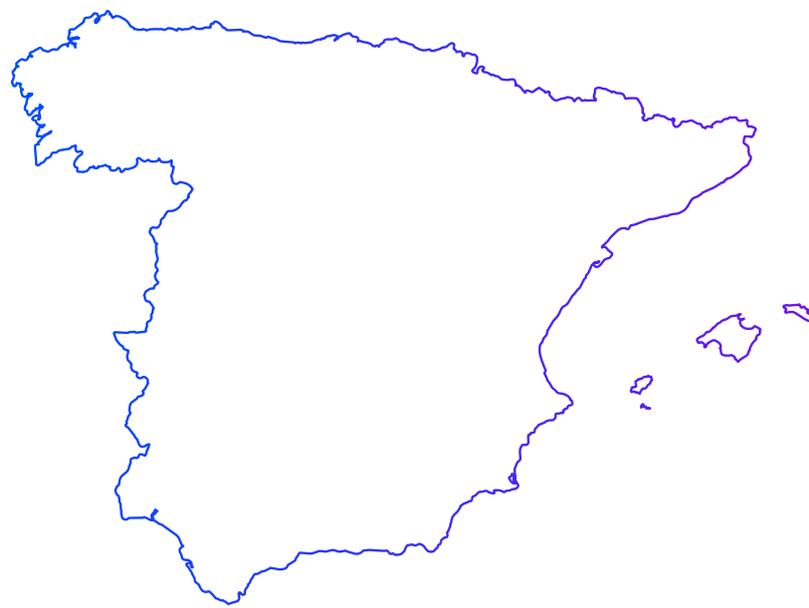
# Principales conclusiones





**Perspectivas España es un informe realizado por KPMG con la colaboración de CEOE que recoge la opinión de directivos y empresarios españoles sobre la situación económica actual y sus expectativas empresariales a corto y medio plazo. La presente edición presta especial atención a la evolución que ha experimentado el sentimiento empresarial desde el estallido del conflicto en Ucrania. Para ello compara los resultados obtenidos en una encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 con los registrados en un sondeo que se llevó a cabo entre abril y mayo de 2022.**

Aunque las previsiones económicas son significativamente más pesimistas, las expectativas empresariales se mantienen positivas



El **77%** espera incrementar su facturación



un **60%** invertirá más en el conjunto del año



Un **46%** aumentará su plantilla y un **43%** la mantendrá

## A corto plazo, la empresas se muestran preocupadas por la inflación y sus efectos en el negocio



Tres de cada cuatro encuestados (**77%**) sitúan la **inflación** entre las **principales amenazas para la economía española** en los próximos 12 meses.



La **volatilidad de los precios** y el **riesgo de demanda** son considerados como **principales riesgos para el negocio**.



Las **medidas para mitigar el impacto de la escalada inflacionista** es la **principal demanda al Gobierno central**.

### Principales amenazas para la economía española en los próximos 12 meses



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



A medio plazo, continúan priorizando las grandes transformaciones en sus estrategias...

### Prioridades estratégicas

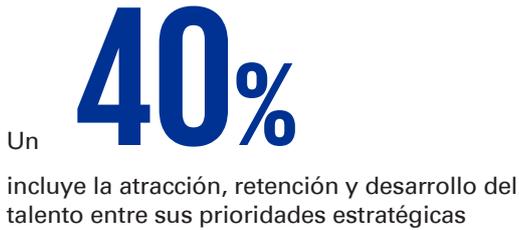
**58%** Transformación digital

**48%** Mejora de procesos

**50%** Desarrollo de nuevos productos/servicios

**26%** Adopción y desarrollo de las cuestiones de sostenibilidad o ESG

... y hacen del talento una de sus ventajas competitivas



Las previsiones sobre transacciones se mantienen estables en un entorno de inflación y posibles subidas de los tipos de interés

Operaciones previstas para los próximos 12 meses



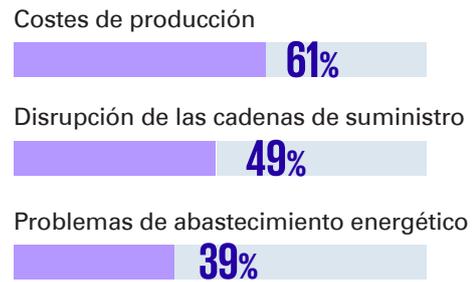
Las empresas se mantienen expectantes a la evolución del conflicto en Ucrania, que ha agravado el impacto de factores ya existentes

## Dos de cada cinco de empresas (41%) no han revisado aún sus estrategias a la espera de la evolución de los acontecimientos.

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

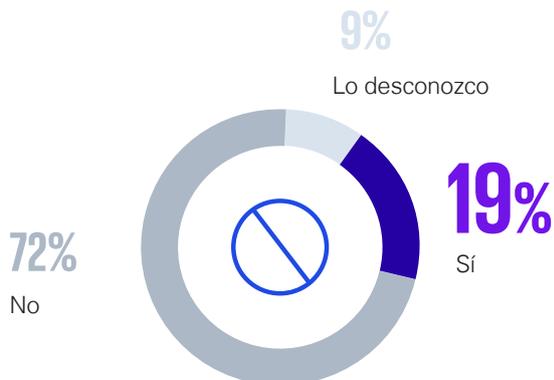


### Los precios y los problemas logísticos serán los ámbitos más impactados

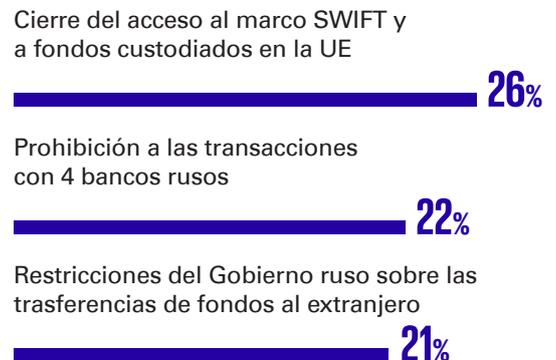


## Las sanciones y contrasanciones decretadas afectan a una de cada cinco empresas, destacando las de carácter financiero

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



¿Cuáles?



# Escenario económico





Después de dos ejercicios marcados por los efectos de la pandemia, el conflicto en Ucrania supone una nueva fuente de incertidumbre para la economía española. Los problemas logísticos y el encarecimiento de las materias primas y la energía son palpables tanto en la actividad de las empresas como en el día a día de los ciudadanos. La respuesta conjunta de la Unión Europea a este nuevo desafío, al igual que ocurrió en la lucha contra la COVID-19, será clave para sustentar el crecimiento de la economía.

## 1. Previsiones económicas para 2022

	PIB (crecimiento en %)	Tasa de paro	Déficit (sobre PIB)	Inflación	Deuda Pública (Peso sobre PIB)	Demanda interna	Demanda externa
Gobierno	4,3%	12,8%				3,5%	-0,3%
Banco de España <sup>2</sup>	4,5%	13,5%	7,5%	7,5%	112,6%	3,3%	1%
FMI <sup>3</sup>	4,8%	13,4%	5,3	5,3% <sup>4</sup>	116,4%		

<sup>1,2,3</sup>Previsiones publicadas en abril de 2022

Cuando comenzó 2022, los expertos esperaban una ralentización en la recuperación de la economía española como consecuencia del impacto de la variable ómicron, la continuada disrupción en las cadenas de suministro y la escalada de los precios de la energía, que estaban impulsando al alza la inflación. Sin embargo, anticipaban que a lo largo del presente ejercicio estos fenómenos adversos se irían atenuando.

Sin embargo, el estallido del conflicto en Ucrania ha prolongado y agudizado los problemas logísticos y el encarecimiento de los precios de las materias primas, especialmente, el de la energía. Según el índice de precios industriales del INE, en marzo, los precios de la energía registraron una variación interanual del 134,6%, su tasa más alta desde que comenzó la serie.

Si bien es cierto que, tal y como indica el Banco de España, el *shock* energético tendrá un impacto heterogéneo entre los sectores productivos, con una mayor incidencia en el industrial, sus efectos serán notables en el conjunto de la economía española por la presión que ejerce sobre el IPC.

Los principales organismos financieros nacionales e internacionales han alertado sobre los efectos negativos que una inflación más prolongada de lo previsto está ocasionando a la economía española. Si la inflación anual en diciembre de 2021 cerró en el 6,5%,

una cifra no vista en casi treinta años, en marzo de 2022 alcanzó el 9,8%, su nivel más alto desde mayo de 1985. Ante este panorama, tanto el Gobierno como los organismos han redefinido sus expectativas sobre la economía española.

El Gobierno redujo el pasado mes de abril sus previsiones de crecimiento del 7% al 4,3%. Previamente el Banco de España y el Fondo Monetario Internacional habían revisado las suyas a la baja hasta situarlas en el 4,5% y el 4,8%, respectivamente. Sobre la inflación, el FMI prevé que se sitúe en el 5,3% este año y en el 1,3% el próximo. Este pronóstico es más optimista que el del Banco de España (7,5% en 2022 y 2% en 2023), pero hay que tener en cuenta que el FMI no incorporó en sus cálculos la inflación de marzo antes comentada.

La incertidumbre aumenta, lo que se pone de manifiesto en las expectativas de empresarios y ciudadanos. El índice PMI manufacturero bajó en marzo hasta los 54,2 puntos, el más bajo en más de un año, mientras que el Índice de Confianza del Consumidor se desplomó 36 puntos con respecto al mes anterior, la mayor caída intermensual registrada en toda su historia, arrastrada por el conflicto en Ucrania y el alza de los precios.



No cabe duda de que el entorno es cuando menos retador, pero también hay datos que invitan al optimismo. En abril el número de afiliados diarios a la Seguridad Social superó por primera vez la cifra de los 20 millones. El nivel de empleo sería así superior al existente antes de la pandemia. Y aunque la persistente alta tasa de paro duplica la media de la OCDE o de la Unión Europea, es cierto que se ha reducido a un ritmo más rápido de lo esperado (en octubre de 2021 el FMI calculaba que cerraría 2022 en el 14,8%, mientras que sus últimas previsiones la sitúan en el 13,4%).

Además, una vez levantadas las restricciones impuestas por la pandemia, sectores que vieron su actividad especialmente afectada están recuperando dinamismo. En marzo, el número de pernoctaciones hoteleras se incrementó un 391,6% con respecto al mismo mes de 2021, mientras que los usuarios de los transportes de larga distancia aumentaron un 164,4% en el caso del autobús y un 199,3% en el del ferrocarril, según datos del INE. En términos de empleo, de acuerdo con Turespaña, el sector turismo habría rozado en marzo los registros previos a la pandemia.

Asimismo, la correcta implementación de los fondos vinculados al Programa de Recuperación Europeo impulsará el dinamismo de nuestro tejido productivo y, con ello, el crecimiento de nuestra economía. Hasta el momento, nuestro país ha recibido 19.000 millones de euros: 9.000 de ellos en agosto de 2021, como

prefinanciación, y 10.000 en el mes de diciembre, después de que la Comisión Europea diese el visto bueno a los avances alcanzados en la implementación del plan nacional hasta junio de 2021. El próximo tramo de financiación, de 12.000 millones de euros, llegará antes del fin de junio.

La pandemia demostró que la coordinación y la solidaridad entre los países de la Unión Europea es el mejor instrumento para hacer frente a los retos sociales y económicos. Ante la invasión de Ucrania, la UE ha adoptado de nuevo una respuesta conjunta, buscando soluciones que refuercen su soberanía y seguridad. Tal y como señala el Banco de España, es prioritario evitar que el conflicto se convierta en una fuente de fragmentación financiera en Europa.

Este objetivo adquiere aún mayor relevancia después del incremento de deuda generado por la pandemia. El FMI prevé que la deuda pública española, (que al término de 2019 fue del 95,5%), suponga el 116,4% del PIB a cierre de 2022 y el déficit se sitúe en el 5,2%. Por su parte, el Banco de España apunta a que la deuda representará el 112,6% y se registrará un déficit del 5%.

Así las cosas, 2022 prevé ser un año de retos, en los que no solo habrá que hacer frente a los efectos del conflicto en Ucrania, sino también sacar el máximo partido a los instrumentos que impulsen el crecimiento.



# Perspectivas económicas





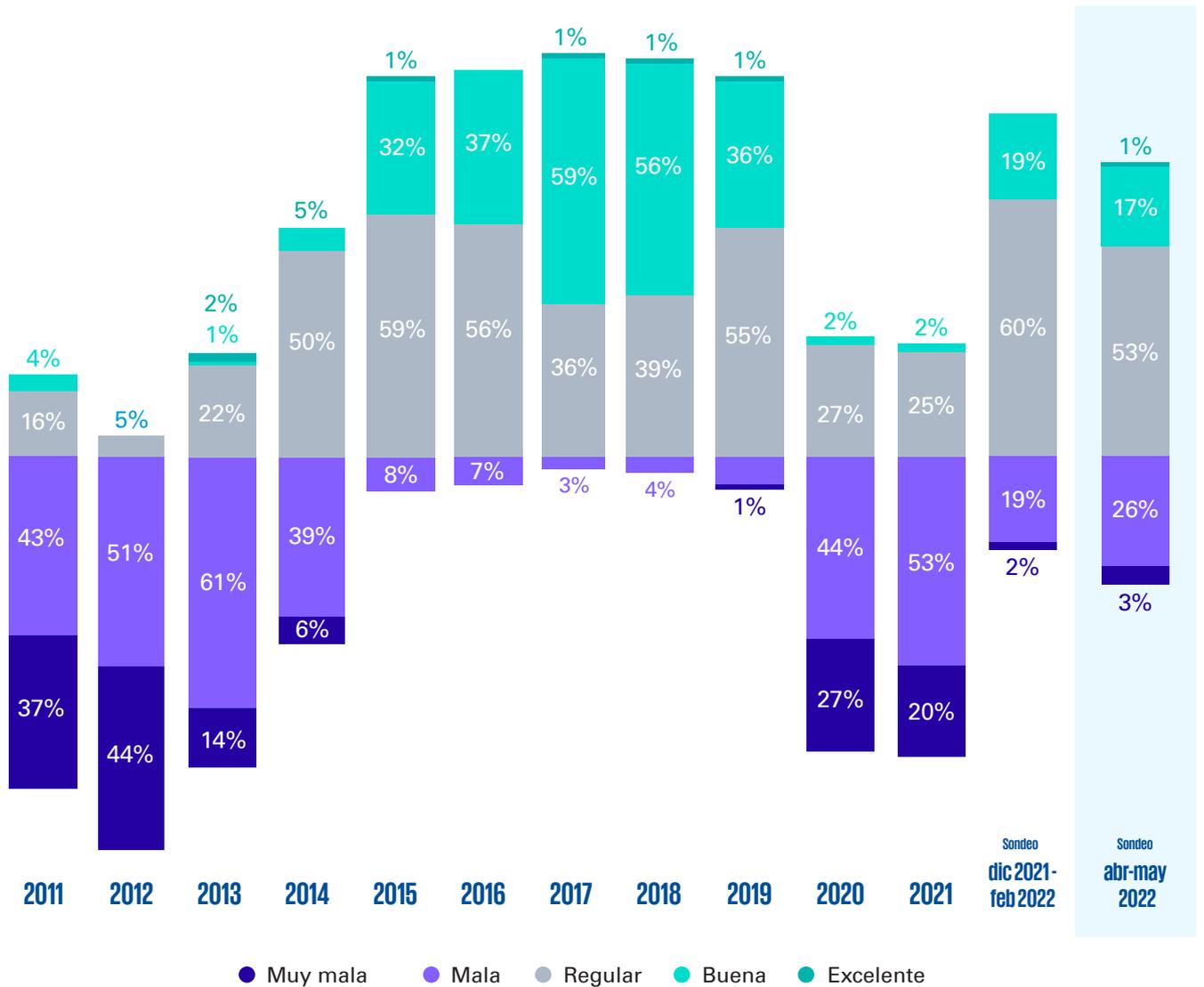
**La incertidumbre generada por el conflicto en Ucrania es palpable en las perspectivas de las empresas españolas a corto plazo. Si en la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 el sentimiento predominante era de optimismo contenido, en el sondeo que se ha llevado a cabo entre abril y mayo de 2022, el pesimismo es la tónica general.**

La invasión de Ucrania por parte del Gobierno ruso se ha producido en un momento en el que la economía española comenzaba a recuperarse del profundo golpe generado por la pandemia. No obstante, las disrupciones en las cadenas de suministro, el incremento de los precios de las materias primas y la energía el consecuente aumento de la inflación ya estaban ralentizando el ritmo de crecimiento. El conflicto ha agravado y prolongado estos retos, lo que se refleja tanto en

la valoración que hacen de la situación actual de la economía como en sus previsiones.

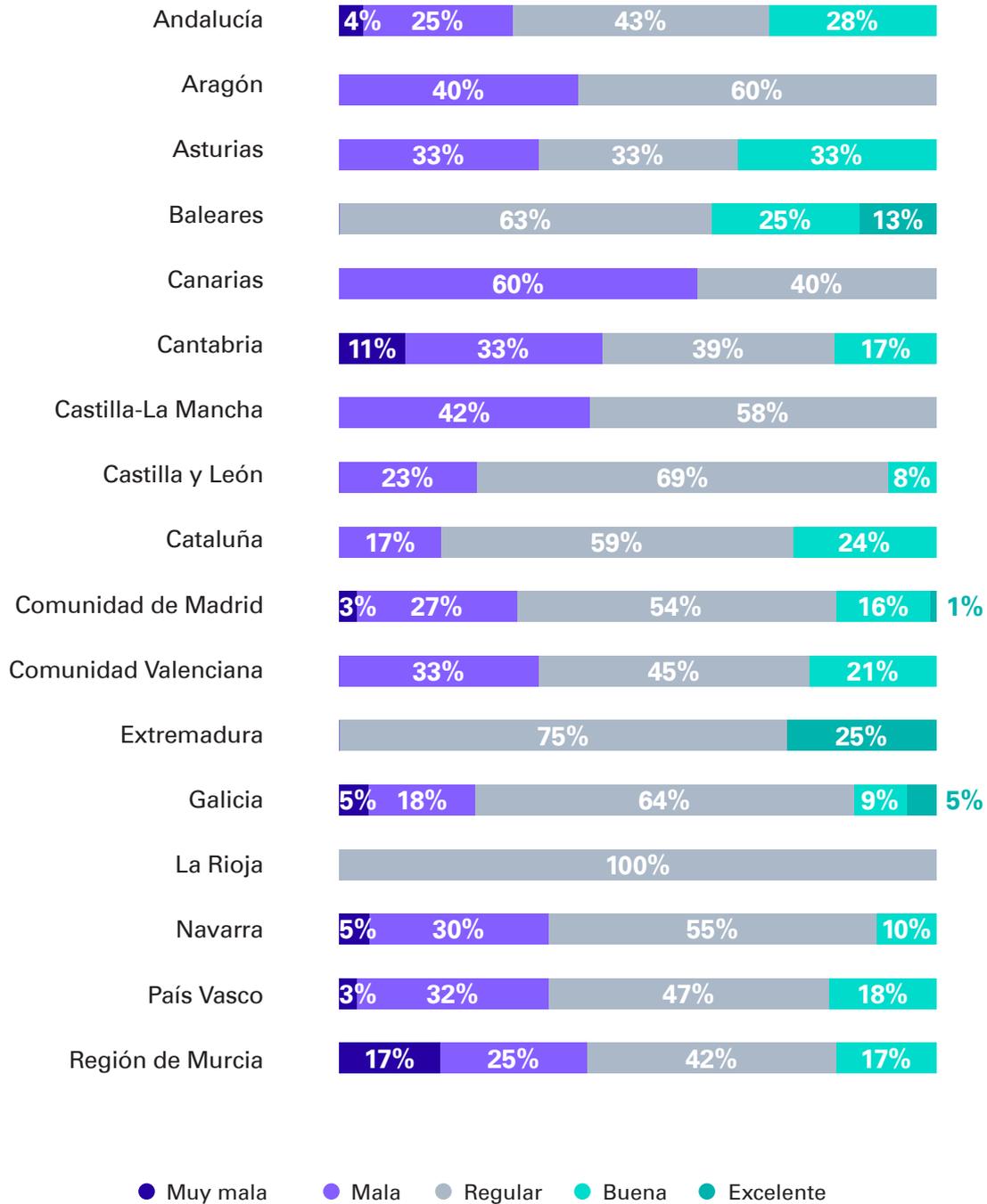
Si se comparan los resultados de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 con el sondeo que se ha llevado a cabo entre abril y mayo de 2022 se observa que un segmento de los encuestados que consideraban que la situación económica era regular la califica ahora de mala o muy mala (gráfico 2).

## 12. Situación actual de la economía española



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

## 2. Por comunidad autónoma



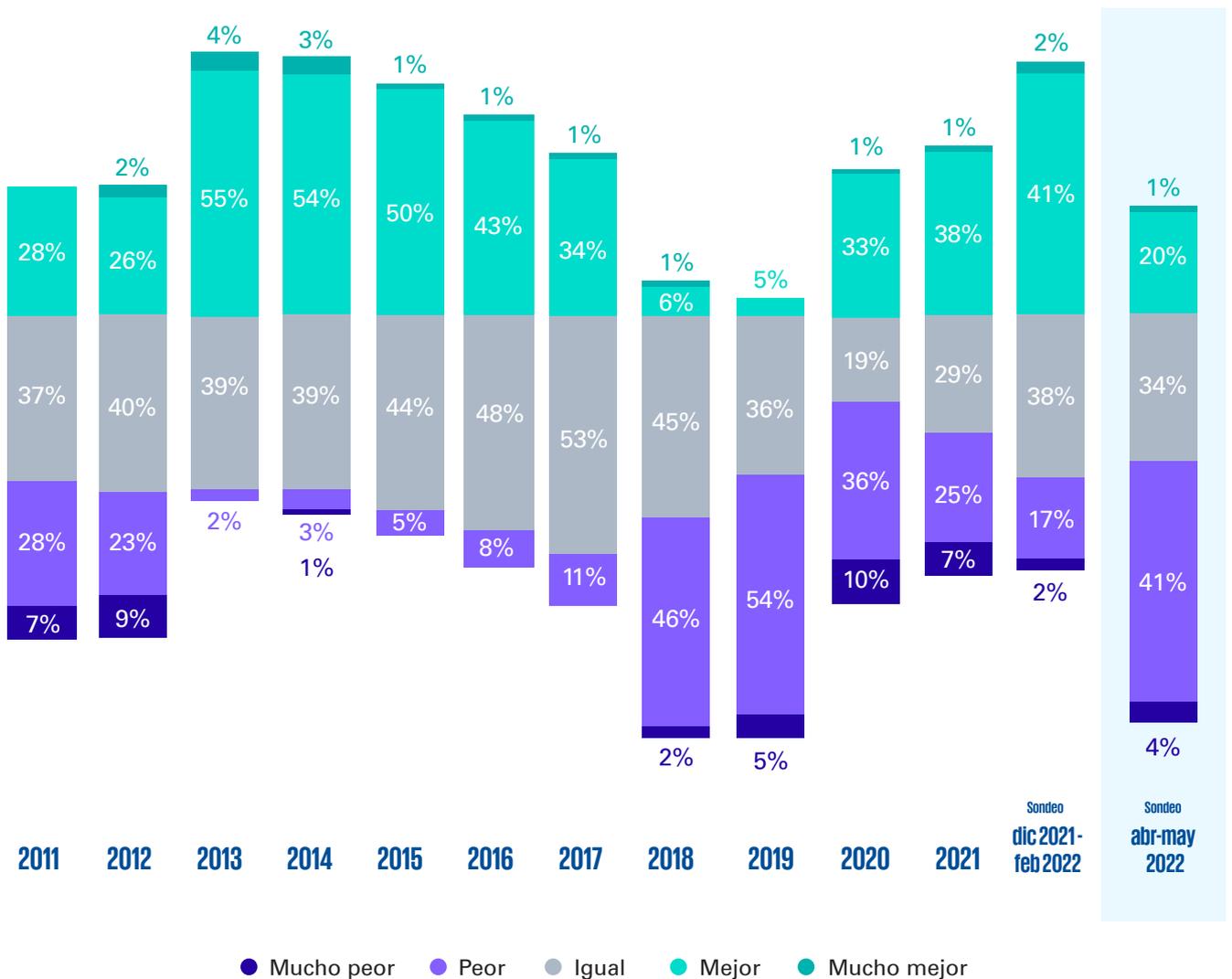
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

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

El cambio es más significativo en las perspectivas a 12 meses vista: el porcentaje de encuestados que preveía que la economía española iría a mejor o mucho mejor se reduce a la mitad, pasando del 43% al 21%, mientras que el de aquellos que anticipan que evolucionará a peor o mucho peor crece 26 puntos (del 19% al 45%). Esta opinión es la mayoritaria entre los empresarios que han participado en el sondeo (gráfico 3).

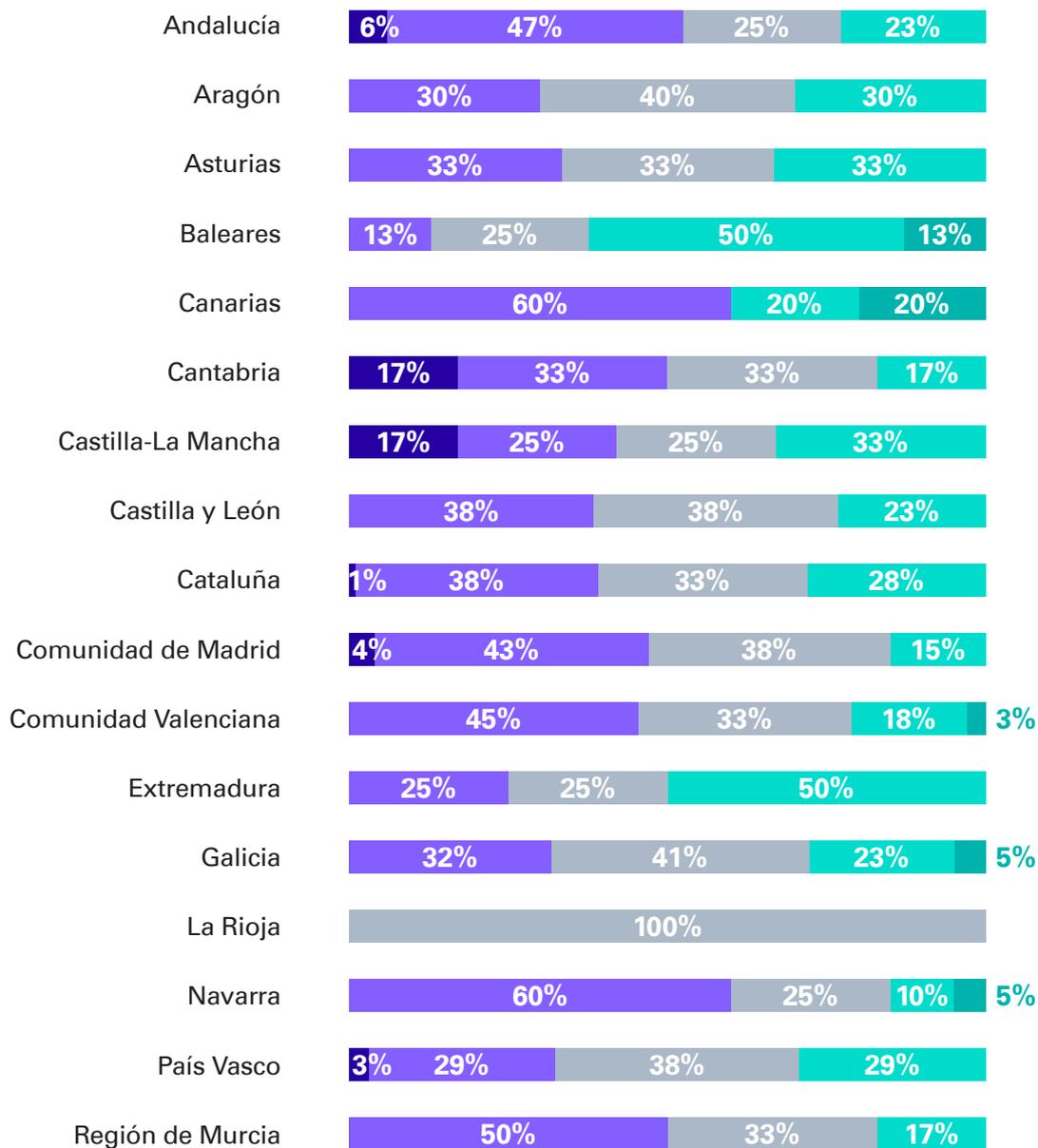
Cabe destacar que las comunidades autónomas que presentan un visión más optimista sobre la evolución de la economía son Baleares y Canarias, lo que pone de manifiesto la recuperación del sector Turismo, clave en la estructura económica de ambos archipiélagos.

### 13. Perspectivas de la situación económica española a 12 meses



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

13. Por comunidad autónoma



● Mucho peor ● Peor ● Igual ● Mejor ● Mucho mejor

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

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

# Perspectivas empresariales





**A pesar del cambio de tendencia que experimentan sus previsiones económicas, las compañías españolas mantienen el optimismo en sus perspectivas empresariales. El impacto del conflicto en Ucrania no ha afectado significativamente a sus expectativas previas sobre facturación e inversión, mejores que las que expresaban en 2021. Las previsiones sobre contratación, aunque más moderadas, son mayoritariamente positivas.**

Según el sondeo realizado entre abril y mayo de 2022, un 77% de las empresas españolas prevé incrementar su facturación en 2022 y un 48% anticipa que lo hará por encima del 5%. En la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, los porcentajes eran similares, 80% y 47%, respectivamente (gráfico 4).

El fin de las restricciones a los movimientos explica que Turismo y Ocio (en el que el 100% anticipa que sus ventas aumentarán) se encuentren entre los sectores más optimistas dentro de este ámbito, junto con Banca y Tecnología.

**4. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2022?**

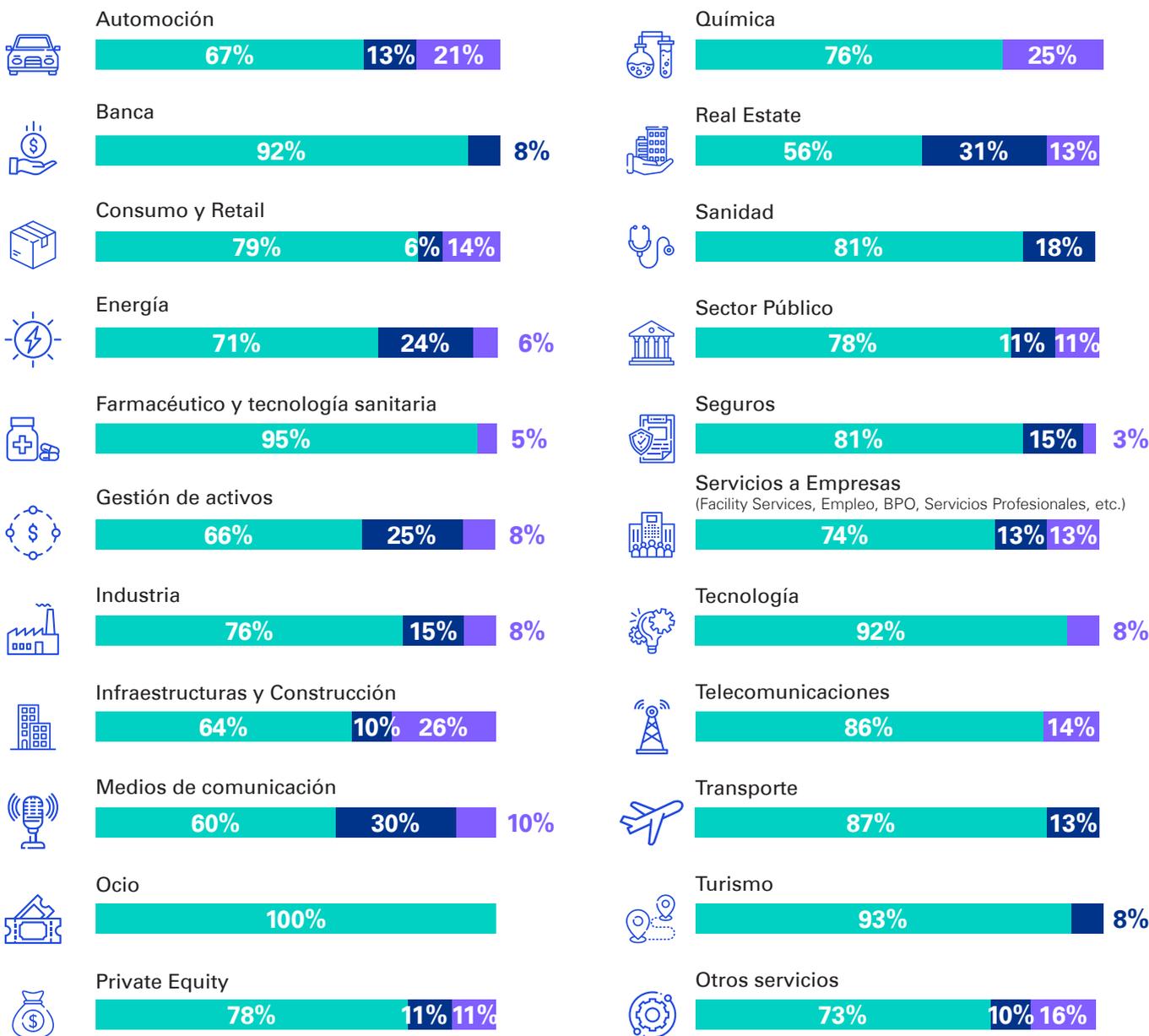


Sondeo abr - may 2022  
 Sondeo dic 2021 - feb 2022  
 Perspectivas España 2021  
 Perspectivas España 2020

● Crecerá      ● Se mantendrá igual      ● Disminuirá

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

4. Por sector



● Crecerá ● Se mantendrá igual ● Disminuirá

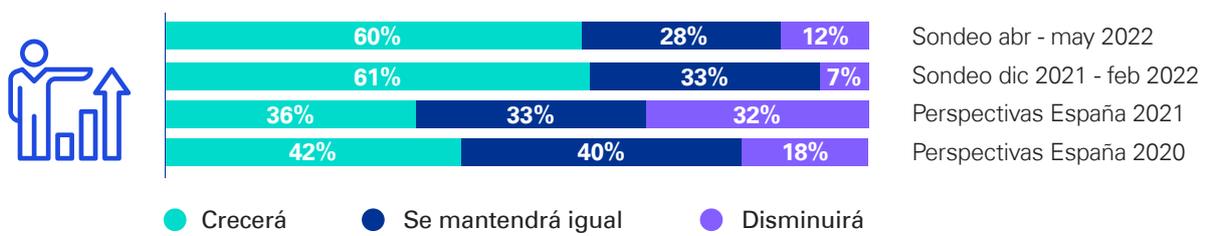
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.  
Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

Las previsiones sobre inversión son también optimistas: en las dos encuestas sobre las que se ha elaborado este estudio, tres de cada cuatro empresas invertirán más en los próximos 12 meses. Este resultado pone de manifiesto que las empresas son conscientes de la necesidad de incrementar los recursos económicos destinados a procesos como la mejora operativa, la adquisición de nuevas capacidades o la digitalización para poder crecer en este contexto de incertidumbre. No obstante, el porcentaje de encuestados que reducirá sus inversiones aumenta cinco puntos entre los dos

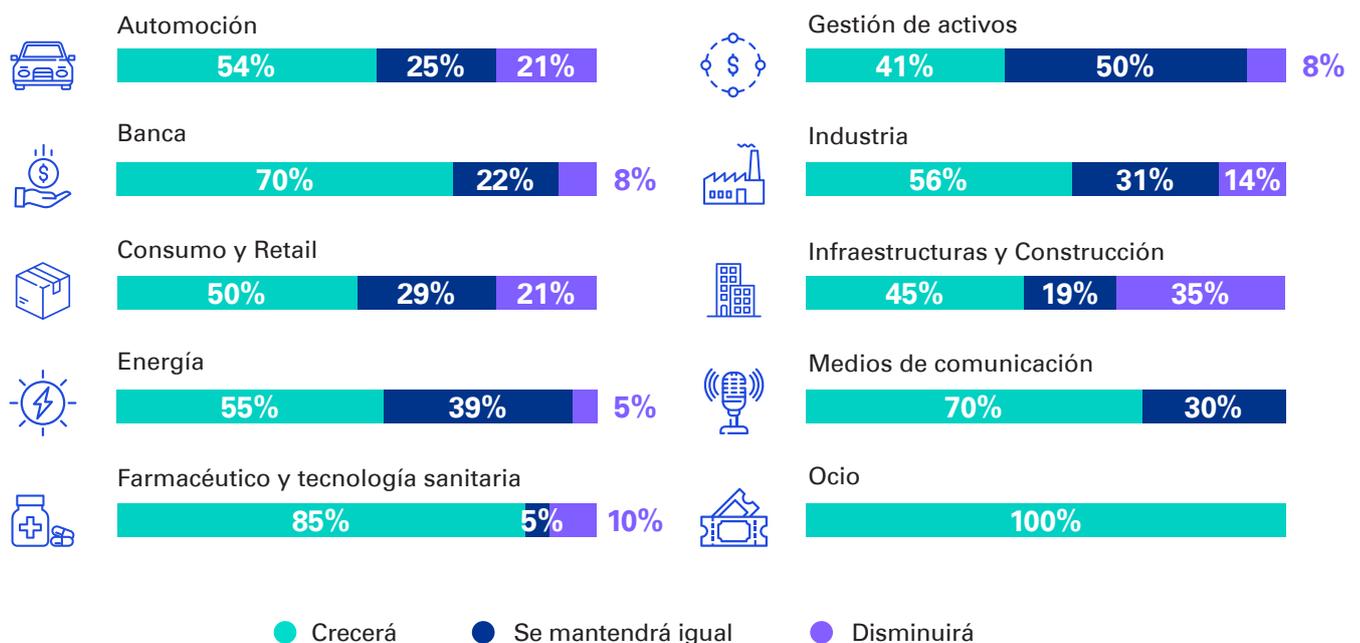
sondeos (pasa del 7% al 12%), lo que revela la posición de cautela que han adoptado algunas empresas ante la evolución de la situación económica (gráfico 5).

Los sectores de Ocio y Transporte, que sufrieron un profundo impacto durante la pandemia, junto con los de Life Sciences y Sanidad, que han desempeñado un papel clave en su control y mitigación, son los sectores en los que un mayor porcentaje de empresas prevé incrementar su inversión en este ejercicio.

### 5. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2022?

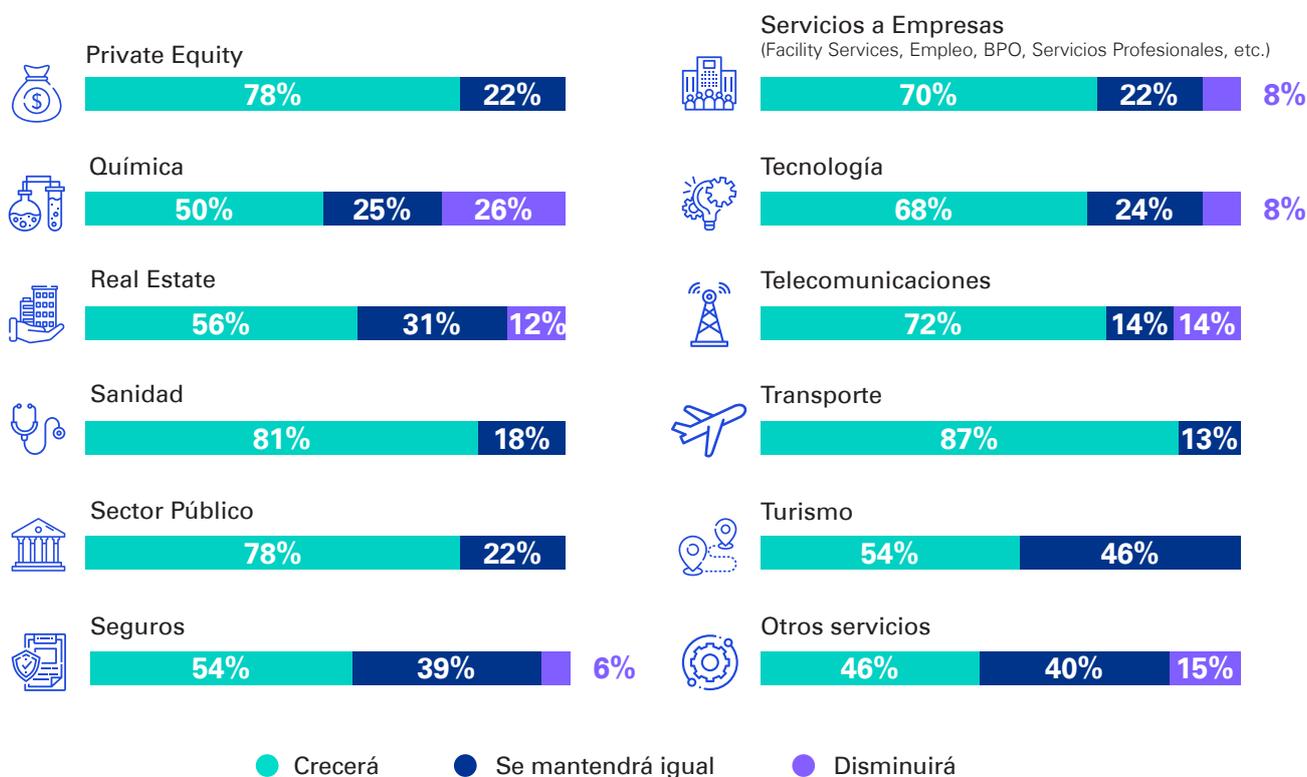


### 5. Por sector



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

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

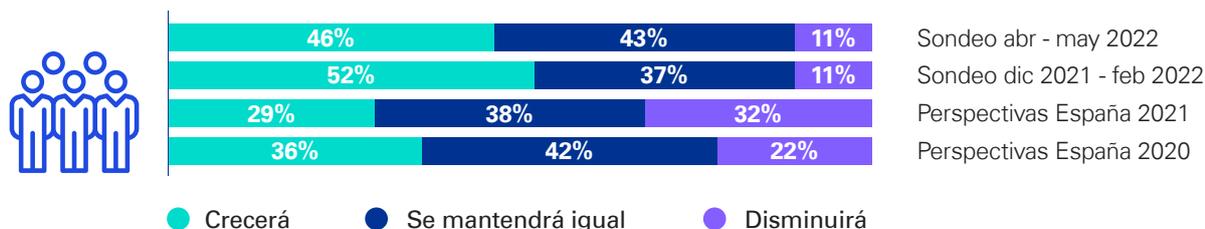


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales. Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

Aunque las previsiones de contratación que expresan los directivos en el último sondeo son más moderadas que las que compartían las compañías en la encuesta realizada entre finales de 2021 y principios de 2022, siguen siendo mayoritariamente optimistas: un 46% de los encuestados aumentará su plantilla.

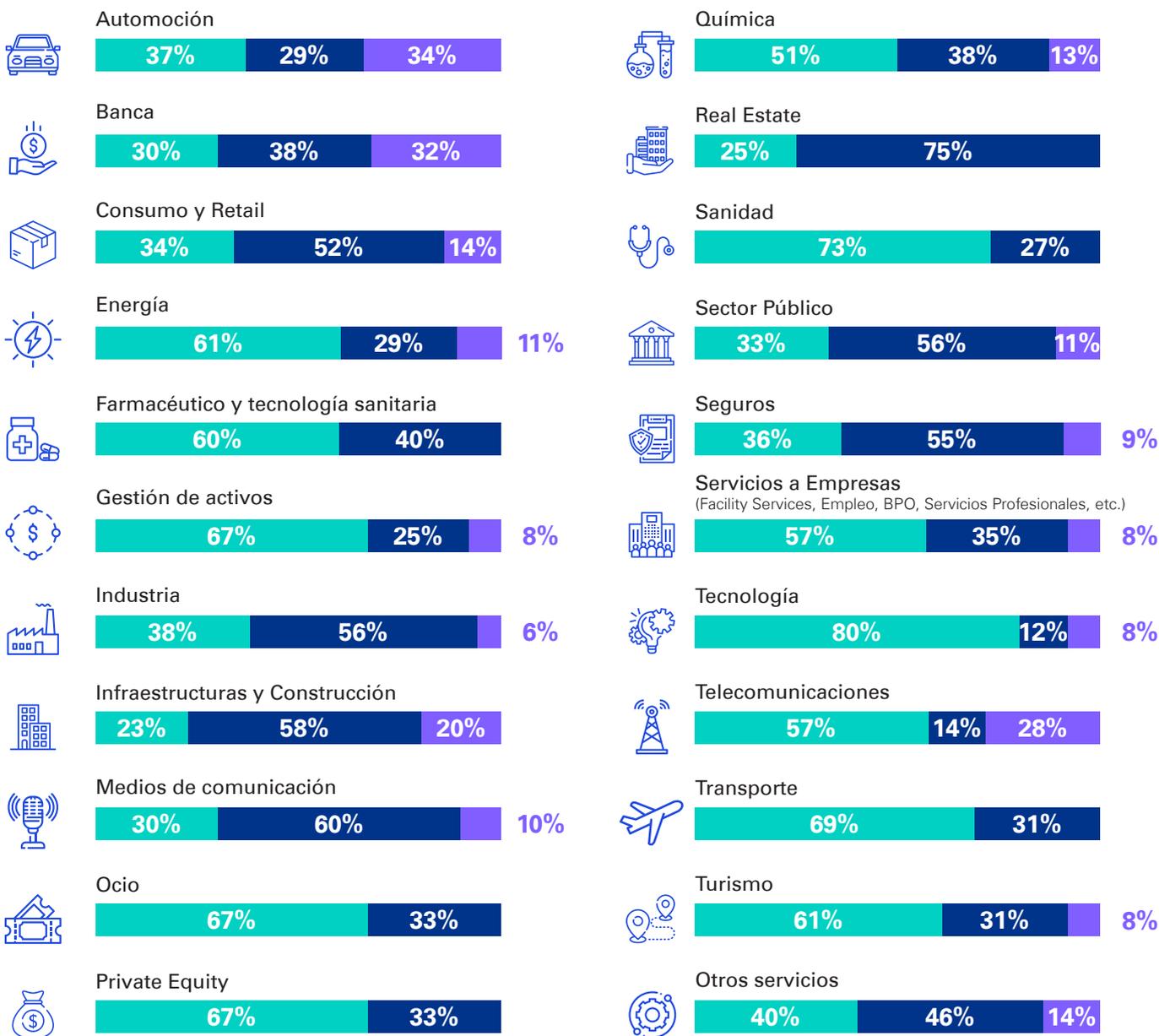
Además, el porcentaje de encuestados que la reducirá no experimenta cambios entre ambos sondeos, situándose en el 11%. Tecnología, Life Sciences y Private Equity son los sectores en los que las nuevas contrataciones serán más comunes (gráfico 6).

### 6. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2022?



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

6. Por sector



● Crecerá ● Se mantendrá igual ● Disminuirá

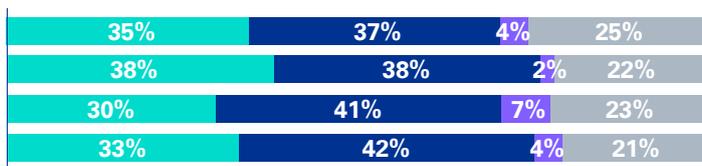
Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

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

La apuesta por la internacionalización se mantiene a pesar del conflicto en Ucrania. El porcentaje de encuestados que incrementará su presencia internacional en 2022 apenas varía entre la encuesta que se llevó a cabo entre diciembre de 2021 y

febrero de 2022 y el sondeo realizado entre abril y mayo de 2022: pasa del 38% al 35%. Este porcentaje es cinco puntos superior al de 2021 (gráfico 7).

**7. ¿Cómo va a evolucionar la presencia internacional de su empresa en los próximos 12 meses?**



Sondeo abr - may 2022

Sondeo dic 2021 - feb 2022

Perspectivas España 2021

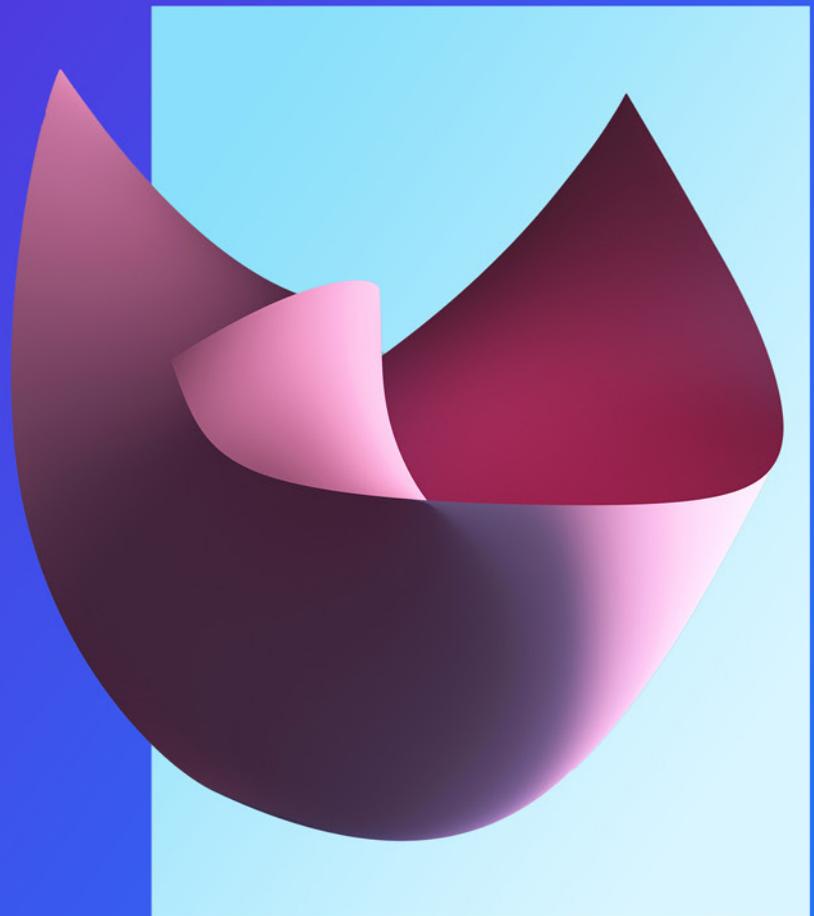
Perspectivas España 2020

- 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





**En poco más de dos años el tejido productivo español ha tenido que hacer frente al impacto que en su actividad han generado dos acontecimientos de carácter exógeno: la pandemia y el conflicto en Ucrania. Las compañías españolas han aprendido que la capacidad para responder con agilidad ante eventos disruptivos es crucial para sobrevivir y crecer en un entorno de incertidumbre.**

Con el fin de ganar resiliencia e incrementar su competitividad, las empresas se están transformando. La digitalización, la mejora de procesos y la sostenibilidad son los ejes en torno a los que se está articulando esta transformación, que tiene como protagonistas a las personas. Conscientes de que las capacidades y habilidades de los profesionales son su principal valor diferencial, las organizaciones sitúan el talento en el centro de sus agendas.

De hecho, incorporar talento ya no se considera solo una cuestión de gestión de personas, sino un criterio clave en la toma de decisiones, hasta el punto de que la integración de capacidades y habilidades está impulsando las operaciones de compra y cierre de alianzas.

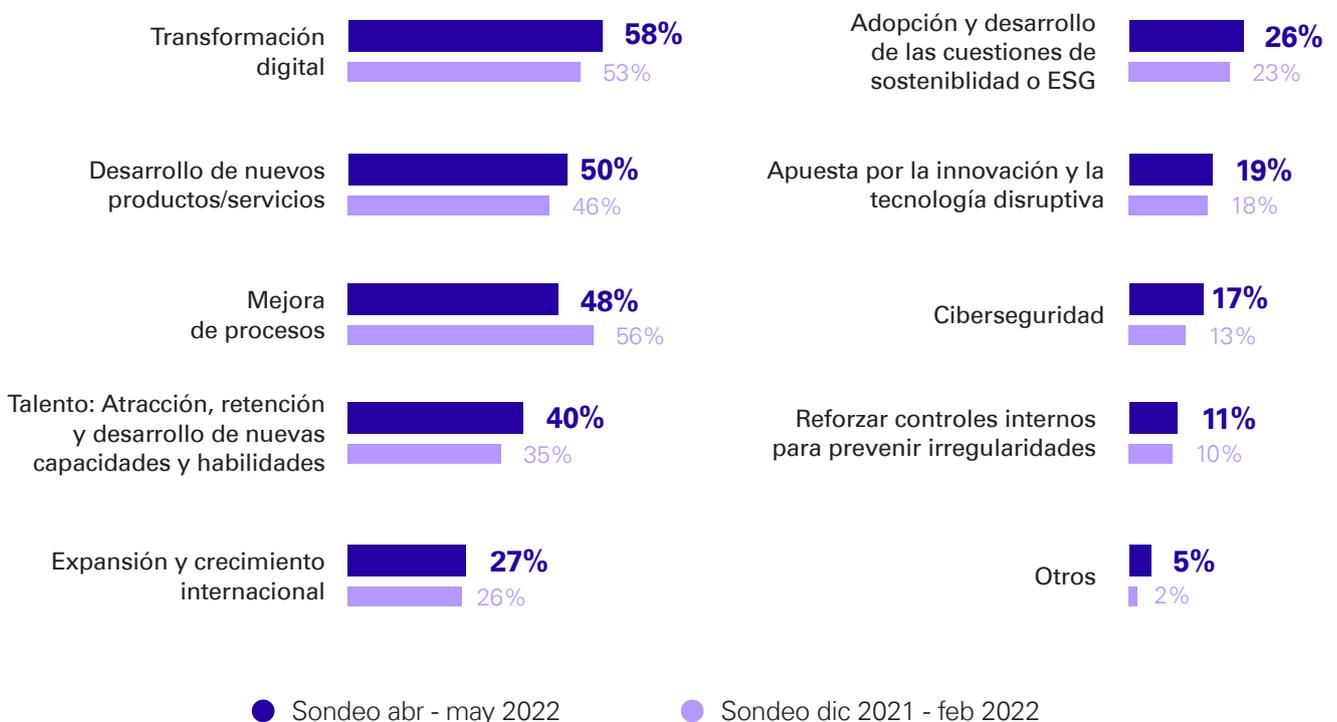
El contexto económico actual plantea retos de doble naturaleza: unos inmediatos, que exigen una respuesta ágil para garantizar la continuidad del negocio (volatilidad de los precios o disrupción de la cadena de suministros); y otros con efectos más prolongados en el tiempo, que requieren de una estrategia a medio y largo plazo que asegure un crecimiento sostenido en el tiempo digitalización, sostenibilidad.

La pandemia motivó y aceleró algunos de estos retos y el conflicto en Ucrania ha incrementado su urgencia. No resulta sorprendente que, desde 2021, las prioridades estratégicas más comunes entre los empresarios que participan en el sondeo Perspectivas España sean las mismas: transformación digital, desarrollo de nuevos productos y servicios y mejora de procesos (gráfico 8).

Es significativo el incremento que ha experimentado desde el año pasado el porcentaje de encuestados que sitúan el talento entre sus prioridades estratégicas: en 2021, era del 25%; en la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, del 35%; y en el último sondeo, del 40%. Asimismo,

la sostenibilidad y los asuntos ESG siguen ocupando un lugar destacado en las agendas corporativas tras el conflicto, incluso aumenta tres puntos porcentuales el porcentaje de encuestados que así lo expresa (26%).

### 8. ¿Cuáles son sus prioridades estratégicas para los próximos 12 meses?



El entorno de incertidumbre actual impone la necesidad de hacer frente a retos inmediatos, en los que factores como el incremento de los costes o la disrupción de las cadenas de suministro suponen un riesgo no solo para la estabilidad de las empresas sino para su supervivencia. Pero también es fundamental no perder de vista el largo plazo y consolidar los avances realizados en ámbitos como la digitalización y la sostenibilidad, ejes de la necesaria transformación de nuestro tejido productivo y generadores de crecimiento que requieren de profesionales especializados. Esta realidad hace de la capacidad de atraer, retener y desarrollar el talento una ventaja competitiva y, por tanto, una prioridad estratégica indiscutible.



**Pablo Bernad**  
Socio responsable de Consulting Corporates,  
Markets & Clients de KPMG en España

# La electrificación ya es una realidad



**José María Galofré**  
Consejero  
Delegado/CEO de  
Volvo Car España

**P. El sector de la automoción está asistiendo a una transformación sin precedentes en la que los avances que están experimentando los nuevos sistemas de propulsión desafían la posición de liderazgo de los fabricantes tradicionales. ¿Cómo está respondiendo su compañía a este cambio de paradigma?**

**R.** Nuestra visión estratégica sobre la transformación de la movilidad es Freedom to Move, es decir, ofrecer a los clientes libertad de movimiento de forma personal, sostenible y segura. Y sin duda, la electrificación juega ya un papel fundamental en nuestra ecuación y ya es una realidad.

En consonancia con los objetivos de la Unión Europea de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 30% para 2030; y la transformación de la economía neutra en carbono para el 2050, la implementación de una estrategia empresarial de descarbonización es clave para nosotros como empresa con gran respeto por el mundo en que vivimos.

Es por esto por lo que nos hemos marcado un reto para liderar uno de los movimientos más disruptivos de la industria de la automoción, como es la electrificación y la eliminación completa de la huella de carbono para el año 2040. Una apuesta ambiciosa, una búsqueda y desarrollo del coche ecológico, que empieza también por nuestras fábricas, el reciclaje y la digitalización.

Tanto es así que, en el año 2017, hicimos público un compromiso que tuvo un gran impacto en el sector del automóvil, ya que fuimos la primera compañía que decidía prepararse de forma efectiva para una era que dejaría atrás los motores de combustión interna.

Poco después, ampliamos nuestro compromiso al anunciar nuestra intención de que en 2025 los vehículos totalmente eléctricos supondrían el 50% de nuestras ventas y, posteriormente, anunciamos el objetivo de vender únicamente coches 100% eléctricos a partir de 2030, acelerando así nuestros planes de electrificación tras el aumento de las ventas de vehículos con baterías.

Y de hecho, en Europa el 45% de las ventas en 2021 correspondieron ya a vehículos híbridos enchufables y eléctricos puros, y en España hemos alcanzado ya un 25% de nuestras ventas, muy por encima del mercado que no llega ni al 5%.

Pero nuestra apuesta por la electrificación, no solo se reduce a los vehículos. Todas las plantas europeas funcionan ya con electricidad 100% limpia e incluso nuestra fábrica de Torslanda (Suecia) es completamente neutra.

Pero también en España, más del 60% de nuestra red de concesionarios ya utiliza 100% energía limpia, y llegaremos al 100% a finales de este año 2022. Asimismo, vamos a instalar puntos de carga rápida en toda nuestra red de concesionarios, para dar incluso más facilidad a nuestros clientes.

Esta es la visión que tenemos del mundo: intentar que nuestro impacto medioambiental sea mínimo a través de una estrategia que garantice una movilidad sostenible, y que se resumen en que todas nuestras operaciones no tengan ningún impacto sobre el clima en el año 2040.

Existe una estrecha relación entre las prioridades estratégicas de los participantes en Perspectivas España y las áreas que identifican como principales retos a medio plazo. La digitalización, la retención y atracción del talento y la sostenibilidad son, junto con los cambios regulatorios, los desafíos más

comunes entre los encuestados. Los porcentajes que registran estas opciones apenas experimentan variaciones entre los dos sondeos en los que se basa este informe.

**19. ¿Cuáles son los principales retos a los que deberá hacer frente su empresa en los próximos tres años?**



**Avanzar en materia de sostenibilidad o ESG**



**Adaptación a los cambios en los hábitos de consumo**



**Reforzar la resiliencia de cadena de suministros**



**Riesgos relacionados con la ciberseguridad**



**Financiación**



**Obligaciones contractuales previas**



● Sondeo abr - may 2022

● Sondeo dic 2021 - feb 2022

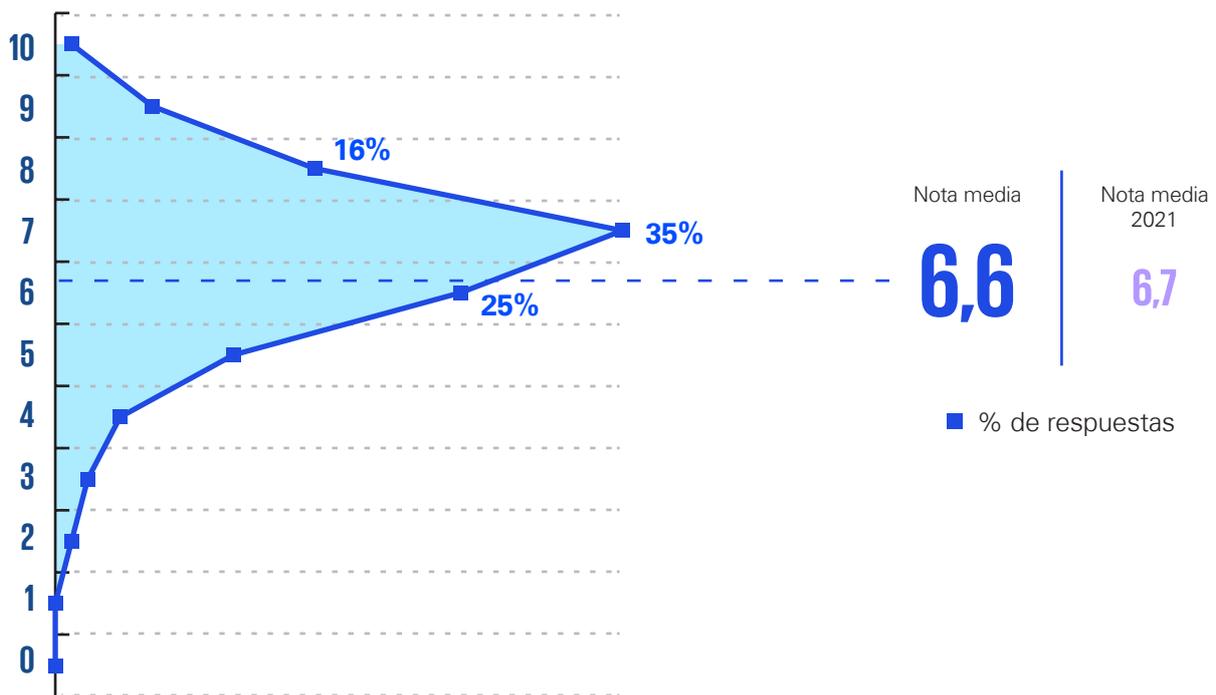
## Digitalización: margen de mejora

Las empresas españolas sitúan la digitalización en el centro de sus agendas corporativas no solo porque son conscientes de que posponer esta transformación compromete su supervivencia, sino porque la conciben como una oportunidad de crecimiento. Avanzar en la digitalización permite optimizar procesos, mejorar las estructuras de costes y responder a las expectativas de los clientes, aspectos claves para seguir siendo competitivos en un entorno cambiante e incierto.

Pero también comprenden que aún les queda camino por recorrer. En la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, los encuestados otorgan una nota media de 6,6 al nivel de adaptación digital de sus empresas, una décima menos que en 2021 (gráfico 10).

Por sectores, las notas más altas las registran Tecnología (8,1), Telecomunicaciones (7,3) y Banca (7,2). Los tres sectores con un mayor margen de mejora fueron, Consumo y Retail, Sanidad y Life Sciences, los tres con un 6,2.

### 10. En una escala de 0 a 10, en el que 10 es el máximo posible, ¿cómo calificaría 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



**Meinrad Spenger**  
Consejero  
Delegado del Grupo  
MASMOVIL

# La conectividad es el oxígeno de la digitalización

**P. La digitalización es un proceso presente en todos los ámbitos de nuestra vida, trabajo, ocio, comunicación. El sector ha demostrado su capacidad para hacer frente a la mayor conectividad de la sociedad. ¿Cuáles cree que serán los hitos en la evolución de la infraestructura de red en los próximos tres años?**

**R.** Nuestro país cuenta con unas infraestructuras de telecomunicaciones ultrarrápidas tanto de fibra óptica como de móvil privilegiadas que sitúan a España muy por encima de la media europea y muy cerca de los países con las redes de telecomunicaciones más avanzadas del mundo.

Esto se ha puesto de manifiesto y ha sido especialmente relevante en los últimos dos años en los que estas redes han posibilitado que las personas sigan en contacto unas con otras y que las empresas hayan mantenido sus niveles de productividad en condiciones de especial dificultad de mercado.

Por eso, la importancia de las redes de telecomunicaciones para un país cada día cada vez va a ser mayor y, en mi opinión, estos son los hitos que creo que van a ser relevantes en su evolución en los próximos años:

Importancia de la conectividad para la digitalización: esto hace que se requieran infraestructuras fiables que posibiliten una experiencia digital en todos los ámbitos de la sociedad y en todos los rincones de España. El concepto conectividad cada vez es más exigente y dependiendo del tipo de servicio que se necesite, las conexiones van a tener requisitos diferentes, mayor ancho de banda, menor latencia, mayor capilaridad, etc.

Nuevos servicios que requieren nuevas capacidades y como respuesta evolucionamos a 5G y FTTH: la sociedad ya está demandando servicios avanzados basados en la digitalización y la conectividad como pueden ser: el puesto de trabajo digital, coche autónomo, realidad virtual y aumentada, metaverso, servicios cloud, etc. Para esto, los operadores estamos transformando y dimensionando nuestras infraestructuras con el objetivo de ofrecer servicios de baja latencia, que soporten un alto volumen de conexiones de dispositivos IoT, y que proporcionen banda muy ancha fija y móvil mediante el desarrollo de las redes móviles 5G y fibra óptica.

Las redes deben ser abiertas y en cloud para habilitar la nueva arquitectura de red: estos servicios se basan en redes de telecomunicaciones cada vez más abiertas, soportadas en servidores en los que se despliegan las funcionalidades de red mediante software de forma dinámica. Esto, junto a la combinación de redes en la nube, proporciona a los operadores la flexibilidad necesaria para adaptarlas a los servicios mencionados.

Seguimos creyendo en la compartición de redes que deben ser seguras: la compartición de redes seguirá siendo un hito clave para los operadores de cara a maximizar la eficiencia y mantener un portfolio de ofertas atractivas para sus clientes. La gestión de nuevos servicios con mayor grado de supondrá un reto adicional en entornos soportados en un modelo de compartición.

Además, disponer de redes basadas en un modelo software conlleva mayor riesgo en lo que a ciberseguridad se refiere. Por este motivo, los operadores estamos haciendo grandes inversiones en sistemas que protejan nuestras redes de posibles ataques de terceros.

Para gestionar la complejidad operativa de las redes ponemos en valor la automatización y la inteligencia artificial: La operación de redes cada vez más complejas requiere de un mayor grado de automatización, redes autogestionadas zero-touch que aprenden de sí mismas mediante algoritmos de machine learning siendo capaces de adaptarse mediante inteligencia artificial minimizando los fallos y dando la mejor calidad a nuestros clientes.

Tenemos un futuro muy brillante por delante en términos de redes y servicios y nuestro sector, no solo debe seguir mejorando su infraestructura, sino también su posicionamiento, que debe ser a la altura de un sector tractor y clave de la economía y de la vida de los ciudadanos. Eso implica un enfoque menos promocional y más orientado a crear valor a medio y largo plazo.

En MASMOVIL vamos a esforzarnos por hacer que todo esto sea posible en beneficio de nuestros clientes.

| 10. Por sector

Nota media

<p><b>6,3</b>  Automoción</p>	<p><b>7,2</b>  Banca</p>	<p><b>6,2</b>  Consumo y Retail</p>	<p><b>6,7</b>  Energía</p>
<p><b>6,8</b>  Gestión de activos</p>	<p><b>6,5</b>  Industria</p>	<p><b>6,4</b>  Infraestructuras y Construcción</p>	<p><b>6,8</b>  Medios de comunicación</p>
<p><b>6,2</b>  Life Sciences</p>	<p><b>6,9</b>  Ocio</p>	<p><b>6,3</b>  Otros servicios</p>	<p><b>6,5</b>  Private Equity</p>
<p><b>6,8</b>  Química</p>	<p><b>6,3</b>  Real Estate</p>	<p><b>6,2</b>  Sanidad</p>	<p><b>6,6</b>  Sector Público</p>
<p><b>6,8</b>  Seguros</p>	<p><b>6,8</b>  Servicios a Empresas <small>(Facility Services, Empleo, BPO, Servicios Profesionales, etc.)</small></p>	<p><b>8,1</b>  Tecnología</p>	<p><b>7,3</b>  Telecomunicaciones</p>
<p><b>6,5</b>  Transporte</p>	<p><b>6,4</b>  Turismo</p>		

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



**Hugo Serra**  
Consejero  
Delegado de Grupo  
Catalana Occidente

# Los datos se han convertido en un activo clave

**P. Los datos se han convertido en un valor diferencial que genera sólidas ventajas competitivas y permite avanzar en la personalización de los servicios y la digitalización de procesos. ¿Qué oportunidades de negocio presenta el data & analytics para las compañías aseguradoras en términos de eficiencia y generación de negocio?**

**R.** La gestión del dato ha formado parte de las capacidades claves del sector asegurador desde sus inicios, puesto que está en la base del cálculo de riesgos, es decir, de la estimación de probabilidad de que estos se produzcan, así como de la valoración del coste que supone solventarlos.

Sin embargo, los avances en la tecnología de gestión de datos y el consecuente aumento en la capacidad de tratamiento de los mismos han provocado que el dato pase a convertirse en un activo clave que nos permite estar más cerca de nuestros clientes y dar respuesta a sus necesidades.

En efecto, las capacidades de tratamiento de datos actuales nos permiten obtener un mayor conocimiento de las necesidades de los clientes: podemos realizar mejores segmentaciones, con un conocimiento más global y profundo de los perfiles sociodemográficos, los comportamientos y las preferencias, lo que contribuye a ofrecer una mayor personalización de la oferta de productos y servicios. También, nos ayudan a ofrecer nuestros servicios justo cuando se necesitan, o a anticiparnos para ayudar a los usuarios en la prevención.

La gestión del dato permite asimismo optimizar nuestros procesos. La Inteligencia Artificial y el machine learning gozan de un gran potencial en el sector asegurador para la mejora de partes de la cadena de valor tan diversas como puedan ser la contratación de productos, la optimización de la atención al cliente o la mejora de la evaluación y priorización de siniestros. En definitiva, contribuye a incrementar la eficiencia, reducir los tiempos de respuesta y, en consecuencia, a mejorar la satisfacción del cliente.

Otro campo de enorme recorrido en el desarrollo de nuevas soluciones que contribuyan al bienestar del consumidor será el Internet of Things (IoT), por la multitud de posibilidades que puede suponer en la transformación de la relación con el cliente, tanto en la prevención de acontecimientos adversos como en la monitorización de eventos y, por lo tanto, la protección de las personas.

Todo ello, actuando siempre con el más estricto respeto a la normativa de privacidad y con la máxima seguridad en la custodia de los datos, mostrando de forma clara y transparente al cliente la gestión que hacemos de los mismos y facilitándole que pueda gestionar sus usos.

Como conclusión, en Grupo Catalana Occidente seguiremos evolucionando constantemente, garantizando la excelencia en la prestación del servicio y en la experiencia de nuestros clientes. La tecnología y el uso de los datos jugarán un papel fundamental en ello.

IT (45%), Finanzas (42%) y Atención al cliente (38%) destacan como áreas corporativas más avanzadas en el proceso de digitalización, según la opinión de los encuestados (gráfico 11).

### 11. ¿Qué áreas de su empresa diría que están más avanzadas en el proceso de digitalización de la compañía?

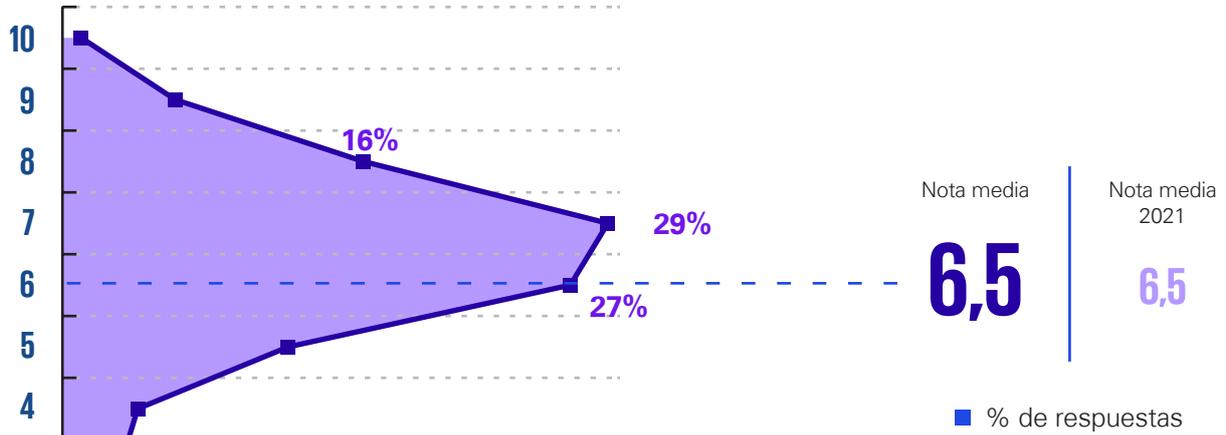


*Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022*

Las capacidades, habilidades y conocimientos de los profesionales determinarán en buena medida el ritmo al que avance la transformación digital de sus empresas. A este respecto, los directivos que participaron en la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 otorgan una nota media del 6,5 a las capacidades digitales de su plantilla, la misma nota que en 2021.

Por sectores, los empleados de Tecnología y Telecomunicaciones obtienen la nota más alta (8,1 y 7,5, respectivamente). En el lado opuesto, se situaban los profesionales de Turismo y Consumo y Retail que, al igual que en la edición de 2021, registran las notas más bajas, 5,7 y 6, respectivamente (gráfico 12).

**12. En una escala de 0 a 10, en la que 10 es el máximo, ¿qué nota otorgaría a su empresa desde el punto de vista de capacidades digitales de su plantilla?**



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

**12. Por sector**





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

## | ESG: una transformación en ciernes

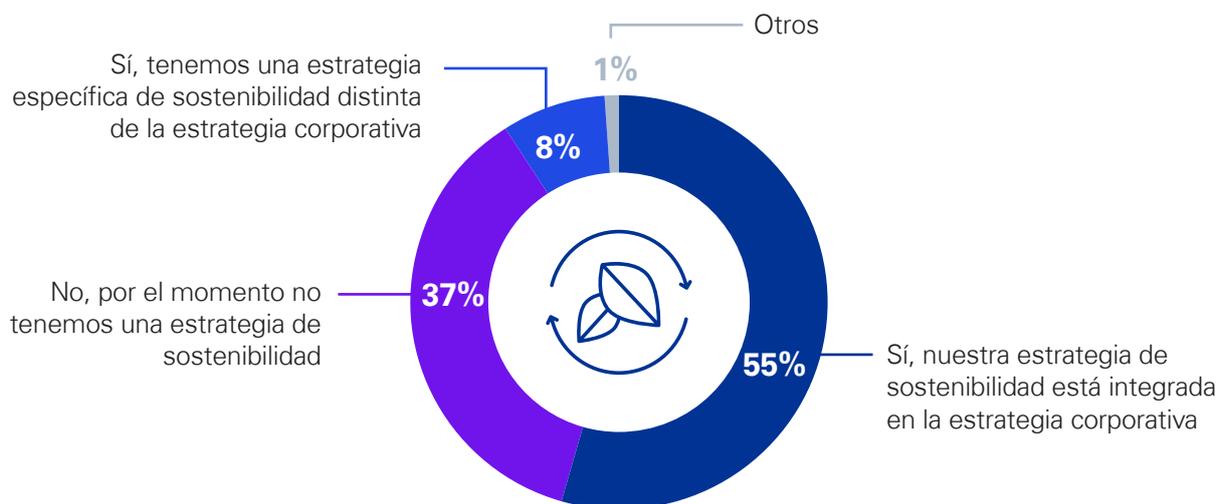
La sostenibilidad se ha convertido en una de las principales preocupaciones de nuestra sociedad y un elemento central en la agenda de las empresas, que cada vez se muestran más convencidas de la necesidad de evaluar y mitigar el impacto que su actividad provoca en el entorno.

A la convicción de las organizaciones sobre la necesidad de avanzar en cuestiones ESG, se suma la creciente demanda de los grupos de interés: los clientes consumen con mayor responsabilidad, los inversores otorgan en sus decisiones una creciente relevancia al desempeño de las empresas en este

ámbito y los ciudadanos ejercen un escrutinio cada vez más estricto sobre la actividad de las empresas y su involucración en la superación de retos comunes.

No obstante, aunque la semilla de la sostenibilidad y los asuntos ESG ha comenzado a arraigar en el tejido productivo español, aún presenta un amplio margen de desarrollo. Así lo reflejan las respuestas aportadas por los más de 1.100 encuestados que respondieron a la encuesta realizada entre diciembre y febrero. Más de la mitad (55%) señala que sus empresas habían integrado su estrategia de sostenibilidad en la estrategia corporativa, mientras que un 37% afirma que aún no tiene una estrategia de sostenibilidad definida (gráfico 13).

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



*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*

Estos directivos otorgan una nota media de 6,4 al grado de integración de los asuntos ESG en la estrategia de sus compañías. Energía (7,4), Química (6,9) y Banca (6,8) registran las valoraciones más

altas. Sanidad (5,6) y Medios de Comunicación (5,7) se sitúan en el lado opuesto, junto con Turismo, Ocio y Otros Servicios, estos tres con una nota media de 6 (gráfico 14).





**Rocío Sicre**  
Directora general  
EDPR

# Debemos apostar por la instalación de más capacidad renovable

**P. La transición energética tendrá un impacto significativo en la manera de producir y consumir energía. Asimismo, España se encuentra en una posición favorable para afrontar dicha transformación, especialmente impulsada por el Proyecto Estratégico de Recuperación y Transformación Económica (PERTE) de Energía. ¿De qué manera se podrá aprovechar todo el potencial de la energía renovable y qué papel tendrán las energías alternativas en esta transición?**

**R.** La transición energética pasa por una mayor apuesta por las renovables y también por una transformación de la demanda de energía, cuya electrificación se debe fomentar al máximo. España tiene una posición muy favorable al contar con los recursos naturales necesario. Para aprovechar todo el potencial que tiene España, por un lado, se debe apostar por la instalación de más capacidad renovable. Para ello, sería necesario:

- Reducir los tiempos de tramitación de eólica terrestre y solar, dotando a las administraciones de suficientes recursos humanos y técnicos y clarificando sus competencias, para que la tramitación de los expedientes sea eficiente. Es necesario, además, homogeneizar aquellos trámites que se llevan a cabo a nivel autonómico y nacional.

- Algunas plantas renovables actualmente en operación alcanzarán próximamente el final de su vida útil. En estos casos, deben incentivarse las repotenciones para así fomentar un parque de generación más moderno y eficiente que maximice la producción en los mejores emplazamientos, minimizando el impacto medioambiental sobre el territorio.

- A su vez, la hibridación de tecnologías permitiría, entre otras cosas, optimizar la capacidad de acceso y la utilización de las redes, por lo que debería impulsarse también el despliegue de estos proyectos.

- Y un tema relevante: es necesario agilizar el desarrollo de la eólica marina.

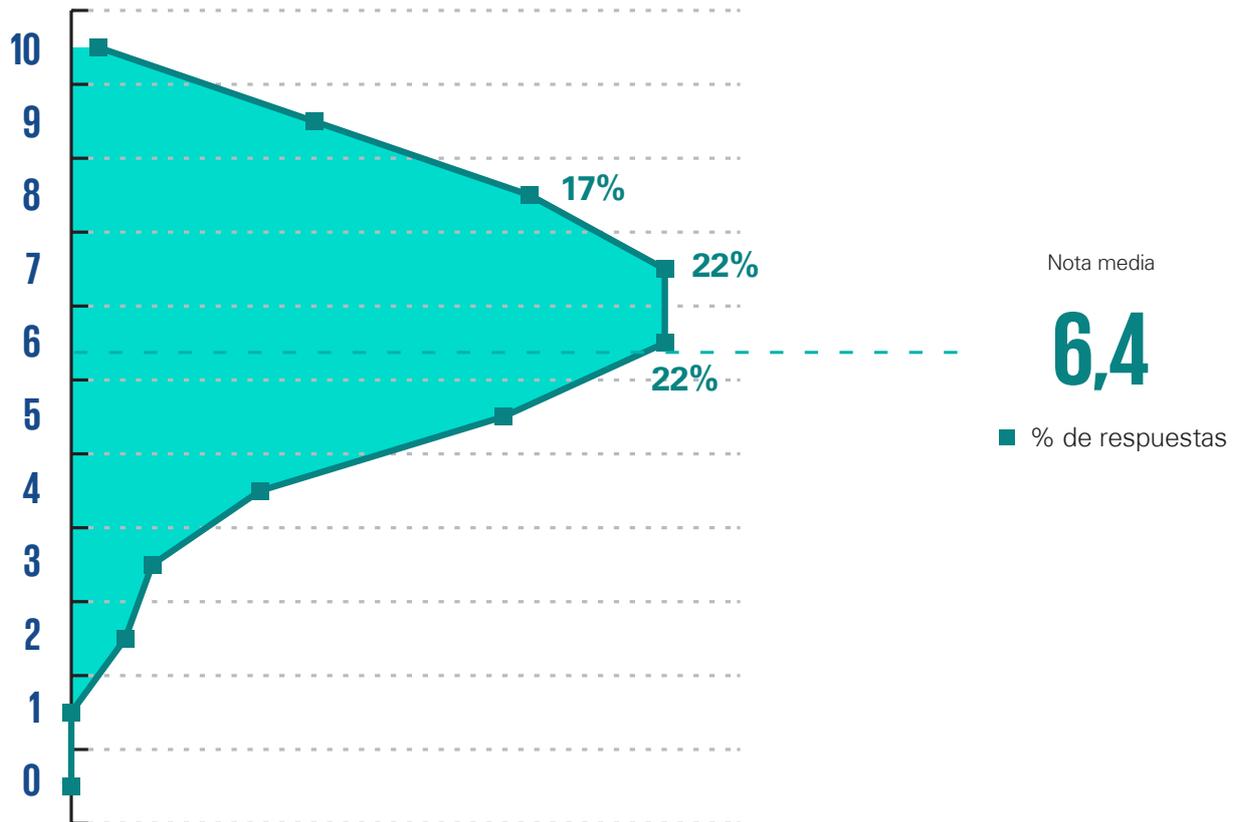
Por otro lado, el desarrollo de fuentes de energía renovable tiene que ir acompañado de tecnologías facilitadoras, como es el almacenamiento, que permitan la integración de renovables:

- El almacenamiento a día de hoy no cuenta con esquema de remuneración. Es necesario que su aportación al sistema se reconozca y se definan esquemas de remuneración (mercado de capacidad, servicios al sistema) que faciliten su viabilización.

- El hidrógeno está llamado a ser también una herramienta fundamental para la electrificación. Todas las ayudas y programas que se están poniendo en marcha están siendo catalizador de los proyectos de hidrógeno. Es importante que las ayudas se concedan a proyectos serios y se exijan compromisos para su consecución. Es clave también que se haga un seguimiento exhaustivo de todas las ayudas concedidas.

Por último, no se debe de dejar de lado el desarrollo de las redes, que debe ir a la par del desarrollo de renovables y, en general, la generación descentralizada.

**14.** En una escala de 0 a 10, en el que 10 es el máximo posible, ¿cómo calificaría el grado de avance de su compañía en lo que se refiere a 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

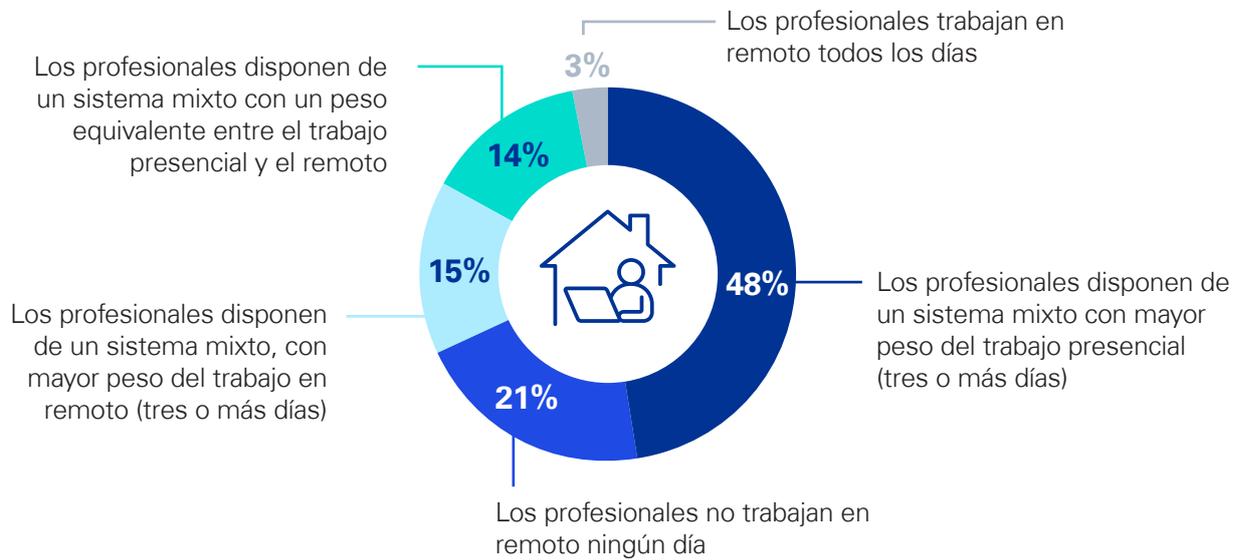
## Un entorno laboral renovado

Lo que comenzó siendo una obligación para proteger la salud de los profesionales y garantizar la continuidad del negocio durante las semanas de restricciones más severas de la pandemia ha evolucionado hasta convertirse en una medida de flexibilidad.

El teletrabajo se ha integrado en el día a día de las compañías y a medida que la pandemia ha

ido remitiendo, los modelos híbridos se han ido consolidando como soluciones que fomentan el espíritu colaborativo y el sentido de pertenencia a la vez que facilitan la conciliación. De acuerdo con las respuestas recabadas entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, tres de cada cuatro empresas (77%) cuentan con un sistema mixto que combina trabajo presencial y remoto. Casi la mitad del total (48%), dispone de un sistema mixto en el que predomina el trabajo presencial (gráfico 15).

**15. ¿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*





**Carmen Riu**  
CEO de RIU Hotels  
& Resorts

# La sostenibilidad empieza por la viabilidad económica

**P. Sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible será esencial para mantener su posición de liderazgo en el mundo. ¿Cuáles serán los factores determinantes que marcarán este nuevo modelo turístico?**

**R.** Al hablar de sostenibilidad, la pandemia ha traído cosas muy buenas y también ha supuesto pasos atrás. La pandemia nos ha dejado tiempo para pensar en el futuro, para hablar de circularidad, ha acelerado procesos de digitalización, pero al mismo tiempo nos está obligando a centrar los esfuerzos en la supervivencia inmediata de las empresas. Ahora mismo, los hoteleros, sobre todo los independientes y las pequeñas cadenas, están preocupados por poder reabrir, reincorporar a sus empleados y cubrir sus deudas. Todos sabemos que la sostenibilidad empieza por la viabilidad económica. No puede existir la primera sin la segunda.

La nueva ley turística que ha anunciado el Gobierno balear va en la buena dirección. Encuentro muy acertado el análisis de partida porque hace años que desde RIU creemos firmemente que la sostenibilidad involucra el medio ambiente, la comunidad y a los empleados y desde este enfoque es desde el cual el Gobierno de las islas ha anunciado el cambio legislativo. Nuestra sede está en la comunidad líder en hotelería vacacional y podemos liderar ahora la innovación en la forma de hacer negocio y cómo este impacta en el entorno y en las personas.

Hace muchos años que los empresarios hoteleros estamos implantando medidas de sostenibilidad. Nosotros ya estamos buscando la eficiencia en el gasto energético y el agua, hemos invertido en cambios ergonómicos para los empleados y hemos arrancado proyectos de reducción de CO2, e incluso en Costa Rica estamos proyectando ser neutrales en la emisión de CO2. Este es un ejemplo de proyecto. No se trata de sacar pecho por lo hecho. Somos conscientes de lo que falta por hacer. Lo que reclamamos es una mirada más amplia, verdaderamente ambiciosa. Para que haya una verdadera reconversión del sector se tiene que implicar a muchos más agentes. Existe una gran oportunidad con los fondos Next Generation. Ojalá seamos capaces de aprovecharla.

Las empresas son conscientes de los beneficios del teletrabajo, pero también de los retos que trae consigo. En la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022 uno de cada tres participantes destaca que genera ahorros en la estructura de costes y un 29% que incrementa el

compromiso y motivación de los empleado. Sin embargo, tres de cada cinco encuestados (59%) advierten de que el teletrabajo puede comprometer el sentido de pertenencia y la transmisión de la cultura de la empresa (gráfico 16).

### 16. ¿Con cuáles de estas afirmaciones sobre el teletrabajo está más de acuerdo?



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

### Aspectos clave de la gestión

En la misma encuesta, las variaciones a la hora de evaluar el desempeño de la organización en algunos aspectos clave de su gestión con respecto a la del año anterior son leves. Así, buen gobierno corporativo (7) e igualdad de género en la plantilla (7,2, aunque desciende al 7,1 si solo se tienen en cuenta a las mujeres de la muestra) mantienen la misma nota, mientras que el análisis de datos con inteligencia artificial (4,2, única categoría que registra un suspenso) y control de

riesgos con herramientas digitales (5,8), suben tres y dos décimas, respectivamente. Objetivos concretos de sostenibilidad (5,9) y presencia en el mercado global (5,8) pierden cuatro y tres décimas, respectivamente. Es necesario recordar que, el año pasado, la puntuación que otorgaron los encuestados al desempeño de la compañía en estos seis ámbitos fue al menos un punto inferior a la edición de 2020. Por tanto, estas valoraciones todavía están lejos de las registradas antes de la pandemia (gráfico 17).

**17. En una escala de 0 a 10, donde 10 es la máxima puntuación, ¿cómo situaría a su empresa en la gestión de los siguientes aspectos?**



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

## Operaciones corporativas

Desde finales de 2020 el mercado de transacciones se mantiene especialmente activo. Y es que después de acometer internamente las medidas necesarias para amortiguar el impacto de la pandemia y acelerar la recuperación, las empresas ven en las adquisiciones y en el cierre de alianzas vías para incorporar las capacidades profesionales que van a necesitar para mejorar su desempeño en un entorno cada vez más competitivo.

A pesar de la subida prevista de tipos de interés o del impacto de factores que se han visto agravados por el conflicto en Ucrania como la inflación o la subida de precios de energía y materias primas, las previsiones relacionadas con las operaciones corporativas se mantienen.

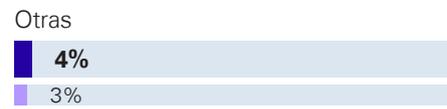
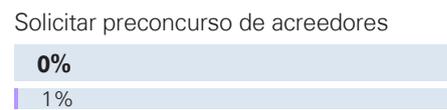
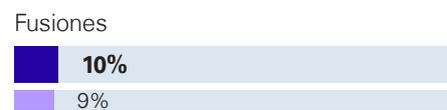
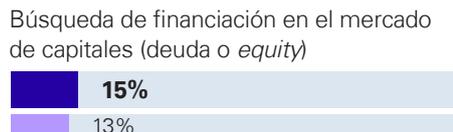
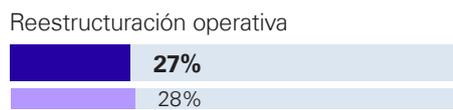
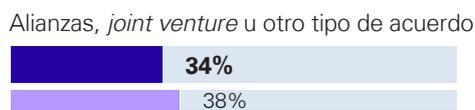
De acuerdo con el sondeo realizado entre abril y mayo de 2022, un 29% de los encuestados realizará compras o adquisiciones, mismo dato que en la encuesta que se llevó a cabo entre diciembre de 2021 y febrero de 2022. Además, un 34% cerrará alianzas en los próximos 12 meses, porcentaje que a pesar de ser cuatro puntos inferior al de hace tres meses pone de manifiesto la apuesta por este tipo de acuerdos que están realizando las empresas españolas.

El objetivo de optimizar los procesos sigue ocupando un lugar destacado en las agendas corporativas, con un 27% de los encuestados indicando que prevén acometer reestructuraciones operativas, porcentaje similar al de la encuesta realizada entre diciembre y febrero.

Asimismo, el porcentaje de directivos que prevén realizar financiaciones o refinanciaciones de deuda en los próximos 12 meses se mantiene estable (gráfico 18).

Si comparamos las previsiones para los próximos 12 meses con las operaciones ejecutadas en los últimos 12 meses, observamos que las alianzas se consolidan, las compras crecen significativamente y las reestructuraciones operativas, impulsadas por la pandemia, se suavizan (gráfico 19).

**18. De las siguientes medidas ¿cuáles prevé aplicar en los próximos 12 meses?**



● Sondeo abr - may 2022

● Sondeo dic 2021 - feb 2022



“ Como estamos viendo, los bancos centrales (y el mercado) han comenzado a subir los tipos de interés en respuesta a una inflación que ha alcanzado registros que no habíamos visto en décadas. Sin embargo, el mercado de transacciones permanece activo y, a tenor de las respuestas recabadas en este informe, esta tendencia se mantendrá a lo largo del año. Las empresas se muestran decididas a ganar tamaño e integrar nuevas capacidades con el fin de aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento. No obstante, sus estrategias no pueden desvincularse del entorno actual, que impone un análisis profundo de las alternativas de financiación para encontrar soluciones que no comprometan la estabilidad a medio y largo plazo. Este nuevo ciclo exigirá también una valoración exhaustiva de palancas de extracción de valor para compensar la posible falta de recorrido en valoraciones. ”

**Noelle Cajigas**  
Socia responsable de Deal Advisory y Fondos Europeos de KPMG en España

### I 19. De las siguientes medidas ¿cuáles ha aplicado en los últimos 12 meses?

Reestructuración operativa



Financiación o refinanciación de deuda



Alianzas, *joint venture* u otro tipo de acuerdo



Desinversiones de negocios *non-core* o participadas



Compras o adquisiciones



Búsqueda de financiación en el mercado de capitales (deuda o *equity*)



Fusiones



Venta de la compañía



Ninguna de las anteriores



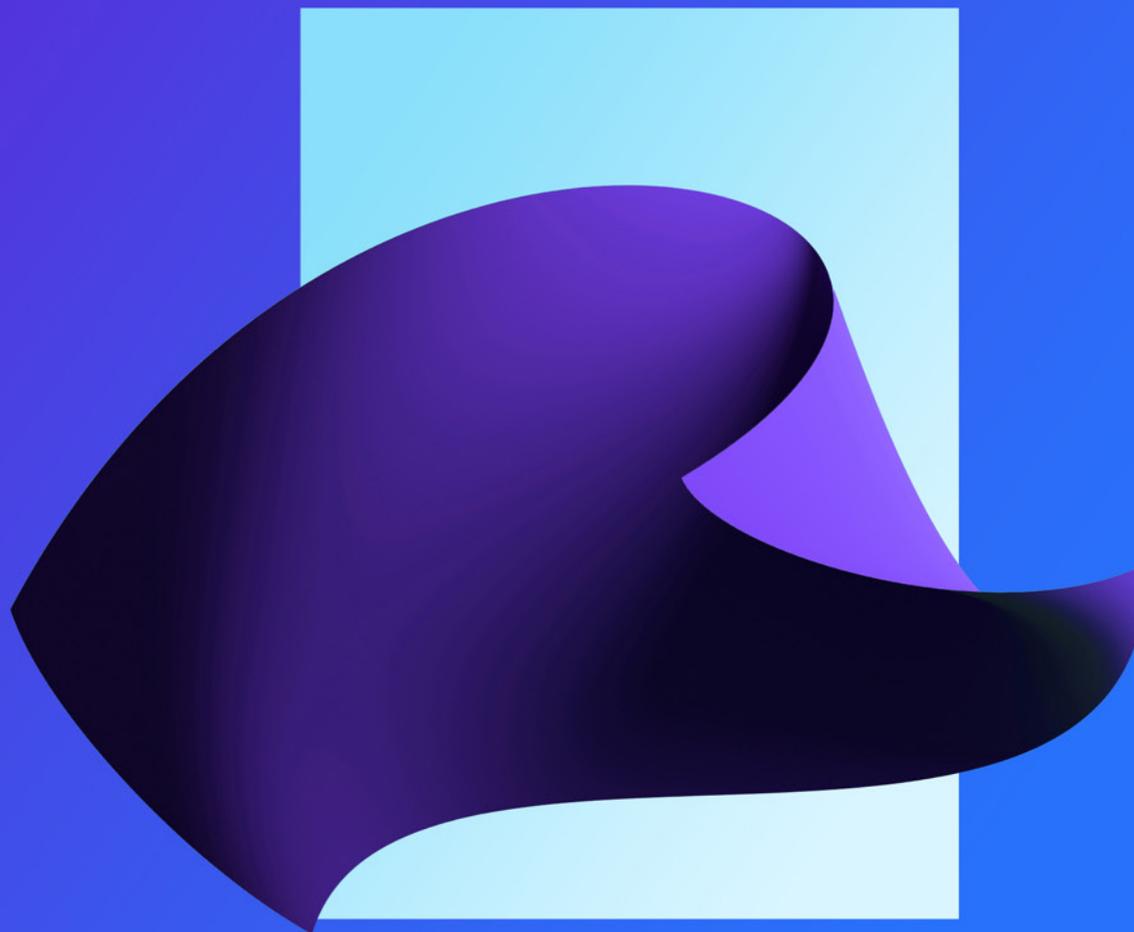
Otras



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



# Información corporativa



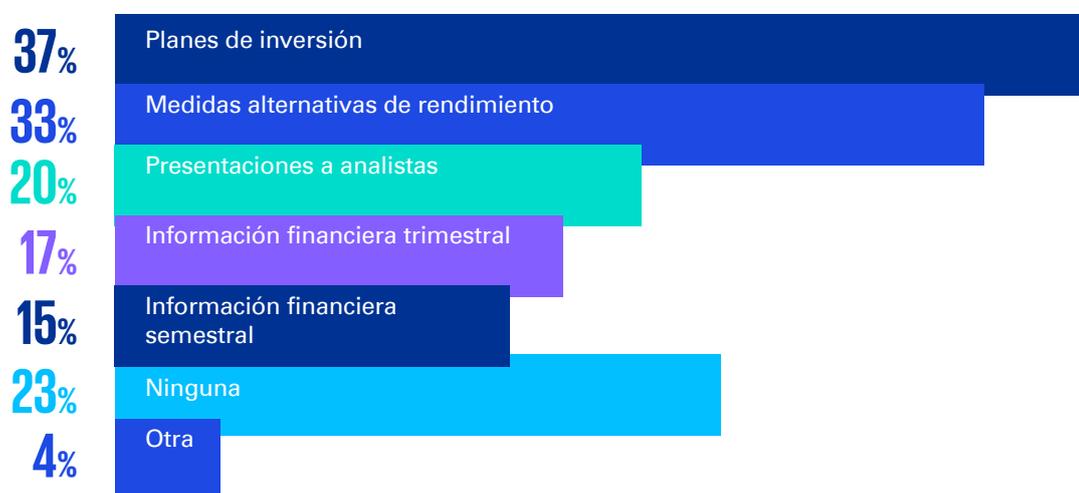


**En los últimos años, los requisitos de adecuación, rigor y utilidad exigidos a la información financiera se han hecho extensivos a la información no financiera, a la que accionistas, inversores, financiadores, reguladores y ciudadanos cada vez otorgan una mayor relevancia.**

De acuerdo con la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, un 37% de los directivos españoles considera que los planes de inversión deberían ser evaluados por un experto independiente, tal y como ocurre con la información financiera,

mientras que un 33% incluiría también las medidas alternativas de rendimiento en esa evaluación. Es destacable que el 23% no extendería esa labor de evaluación a otro tipo de información distinta de la financiera anual (gráfico 20).

**| 20. Además de la información financiera anual, ¿qué otro tipo de información corporativa considera que debería evaluar un experto independiente?**



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

Las empresas que participaron en esa encuesta observan ligeras diferencias entre los públicos objetivos de la información financiera y los de la información no financiera. Aunque los analistas, los fondos de inversión y los clientes son considerados en ambos casos los usuarios más relevantes, los porcentajes varían y con ellos el orden de relevancia.

Así, los analistas, para tres de cada cuatro encuestados (77%) y los fondos de inversión (60%) son los usuarios de información financiera más relevantes. En tercer lugar, se situarían los clientes (36%), tal y como refleja el gráfico 21. Son precisamente estos usuarios los más relevantes en el ámbito de la información no financiera (61%) según los encuestados, seguidos muy de cerca por los analistas (60%) y a cierta distancia de los fondos de inversión (38%), como muestra el gráfico 22.

**| 21. ¿Quiénes considera que son los usuarios de información financiera más relevantes?**



**| 22. ¿Quiénes considera que son los usuarios de información no financiera más relevantes?**



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



“ La calidad y la transparencia en la gestión de las entidades se ha convertido en un activo intangible cada vez más observado y demandado por los grupos de interés. Especialmente importante ante la irrupción de acontecimientos externos que elevan la incertidumbre y requieren de una mayor reflexión sobre cómo impactan en los riesgos y las estrategias de las empresas. A tal efecto, preparar de forma adecuada, rigurosa y útil la información corporativa, tanto financiera como no financiera, es un requisito indispensable para generar confianza en los clientes, atraer financiación o completar con éxito operaciones corporativas. Por esa razón, las empresas deben adoptar las buenas prácticas y controles necesarios para garantizar la excelencia en la preparación y el reporte de la información corporativa. ”

**Borja Guinea**  
Socio responsable de Auditoría de KPMG en España



**Juan Bernal Aranda**  
Director General de  
CaixaBank Asset  
Management

## El objetivo es acompañar al inversor en la toma de decisiones sostenibles para lograr el impacto esperado

**P. La sostenibilidad es uno de los grandes protagonistas de la industria de gestión de activos. ¿Cómo lo estáis incorporando en el modelo de negocio y operacional de la entidad?**

**R.** Según un estudio reciente del Observatorio de Inverco, más de la mitad de los ahorradores (52%) tienen en cuenta y consideran muy relevantes los criterios ASG en sus inversiones. Esta proporción es mayor cuanto más joven es el inversor. Por tanto, la industria de gestión de activos afronta un nuevo desafío, incorporar los criterios de inversión de los clientes además de satisfacer sus expectativas financieras.

En 2021 los criterios de sostenibilidad han alcanzado un mayor protagonismo debido a una nueva regulación, que incentiva a redirigir capital hacia negocios más sostenibles. Actualmente el reglamento de divulgación SFDR exige a todas las gestoras que incluyan los riesgos de sostenibilidad en sus decisiones de inversión, y que los fondos estén categorizados según su nivel de sostenibilidad. Las actualizaciones en la regulación han sido proporcionales al interés creciente que han tenido los fondos de inversión ASG, superando los 2 billones de euros a finales del 2020. Esta apreciación pone de manifiesto la relevancia de los criterios de sostenibilidad en las decisiones de inversión, para contribuir al impacto en materia de desarrollo social.

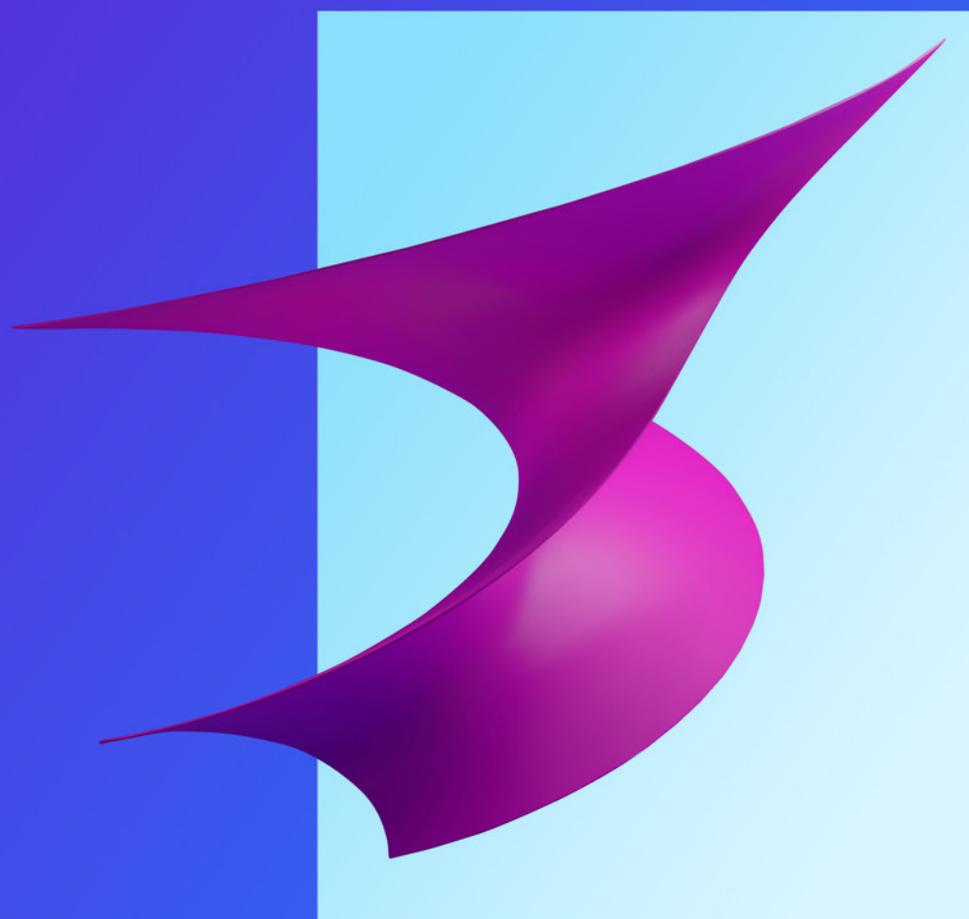
La implementación del reglamento ha supuesto un triple desafío para el sector financiero. Nuevos requisitos en la gestión de riesgos y cuestiones organizativas que condicionan la toma de decisiones; mayor transparencia en las políticas, metodologías e indicadores; y la labor de concienciar al inversor sobre cómo la sostenibilidad influye en sus inversiones.

Otro aspecto relevante es cómo la nueva clasificación distingue los vehículos que promueven criterios medioambientales, sociales, y con objetivos de inversión sostenible; analizando las inversiones tanto desde una perspectiva financiera como extra financiera. Este nuevo criterio de medición ha supuesto que la industria actualice su catálogo de productos y la propuesta de negocio para poder cumplir así con las expectativas del cliente en materia de sostenibilidad.

Y por último debemos tener también en cuenta la probable entrada en vigor del desarrollo de MIFID II, que facilitará conocer la sensibilidad del cliente ante las cuestiones de sostenibilidad y, a su vez, ser más eficientes en los procesos para definir el público objetivo y la estrategia de distribución de los vehículos de inversión.

Todo ello hace evidente que la sostenibilidad es el nuevo reto que afronta el sector. Con compromiso y responsabilidad, debemos seguir acompañando a nuestros clientes en la toma de decisiones de inversión, con el fin de lograr impactar positivamente en nuestro entorno y en la sociedad en su conjunto.

# Desafíos





**Cuando las empresas españolas estaban retomando la senda del crecimiento después del impacto de la pandemia, el conflicto en Ucrania ha agravado algunos de los problemas que estaban ralentizando la recuperación.**

**Las interrupciones en las cadenas de suministro y la escalada de los precios de la energía y de las materias primas, que han impulsado la inflación hasta registros que no se habían visto en las últimas tres décadas, figurarán en los mapas de riesgos de las empresas durante más tiempo del que se preveía hace algunos meses.**

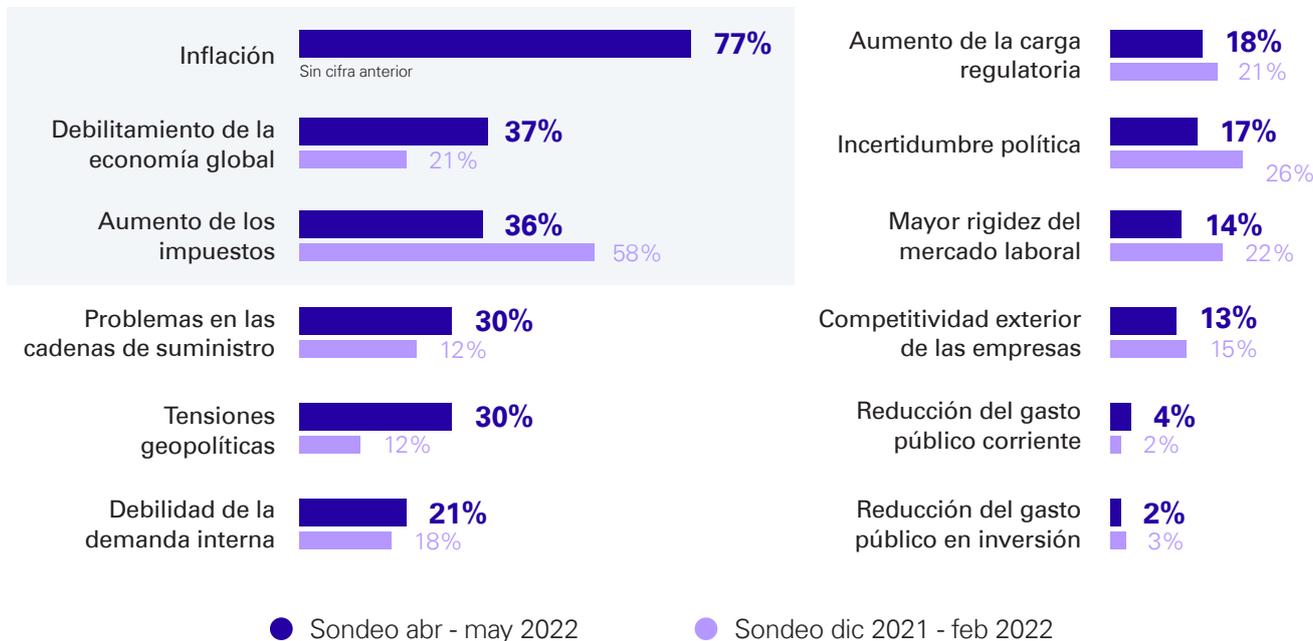
Ante la escalada que ha experimentado la inflación en los últimos meses, que ha incrementado los costes de producción y reducido la capacidad de compra de los consumidores, no resulta sorprendente que tres de cada cuatro directivos (77%) consideren que la inflación es una de las principales amenazas para la economía española, según el sondeo realizado entre abril y mayo de 2022 (gráfico 23). Entre otros posibles lastres para el crecimiento, los encuestados destacan el debilitamiento de la economía global (37%) y el posible aumento de los impuestos (36%).

Como era previsible, las tensiones geopolíticas escalan posiciones en la lista de amenazas para la economía española: un 30% de los participantes en el sondeo la marcan, 18 puntos porcentuales más que antes de que estallase el conflicto en Ucrania.

La preocupación por la inflación y por sus posibles efectos en los costes y el consumo se traslada al mapa de riesgos de las empresas. La volatilidad de los precios de las materias primas, que marca la mitad de los encuestados (48%), es junto con el riesgo de demanda (36%) y los riesgos regulatorios (34%) la principal amenaza para el negocio, de acuerdo con los resultados del sondeo realizado entre abril y mayo de 2022. Los costes energéticos, uno de los factores que ha impulsado al alza la inflación, los incluye el 28% de los encuestados entre los principales riesgos para su negocio (gráfico 24).

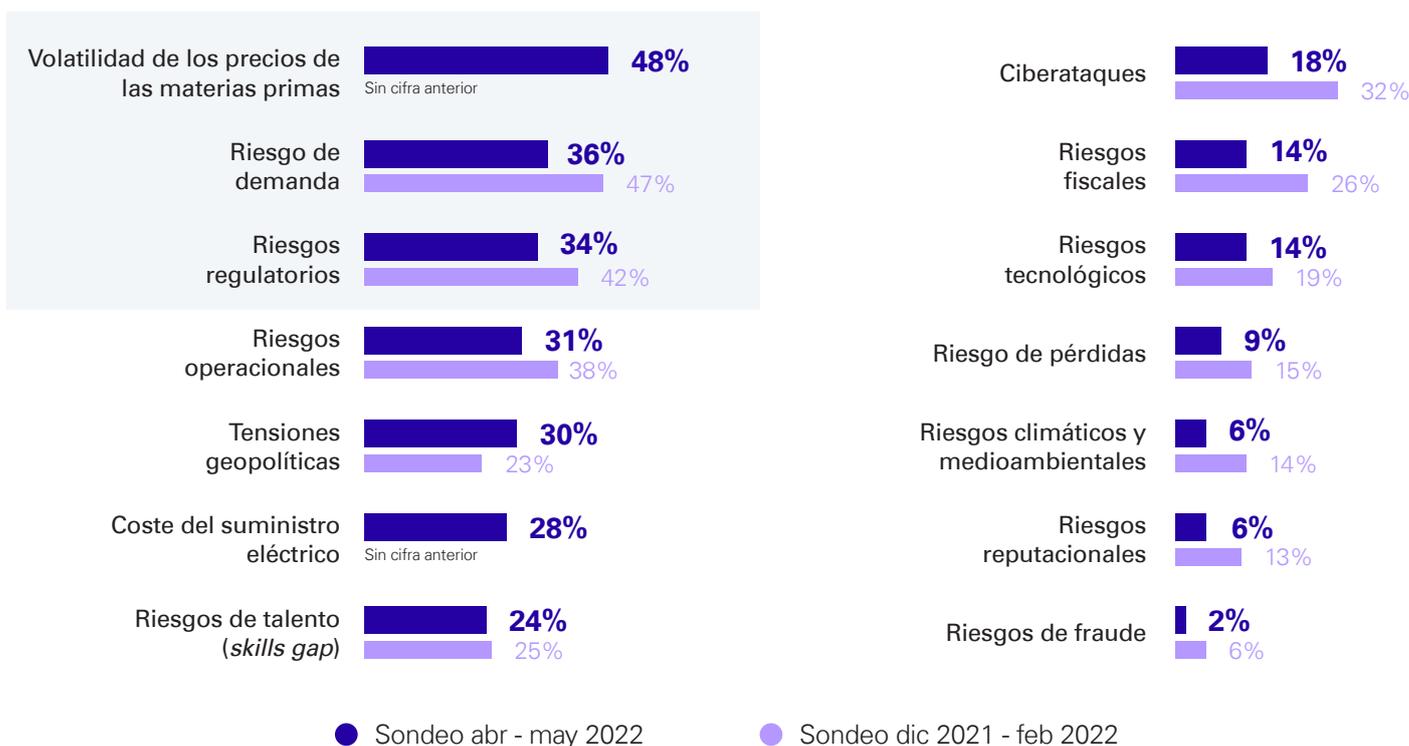
Antes del conflicto, los empresarios ya mostraban preocupación por el riesgo de demanda y los riesgos regulatorios, que registraron los porcentajes más altos de respuestas en la encuesta realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022.

**23. ¿Cuáles diría que son las principales amenazas para la economía española en los próximos 12 meses?**



Nota: Las opciones que no presentan ningún dato relativo al sondeo realizado entre diciembre y febrero no fueron incluidas en dicha encuesta

**24. ¿Y los principales riesgos para su negocio?**



Nota: Las opciones que no presentan ningún dato relativo al sondeo realizado entre diciembre y febrero no fueron incluidas en dicha encuesta

# Política económica



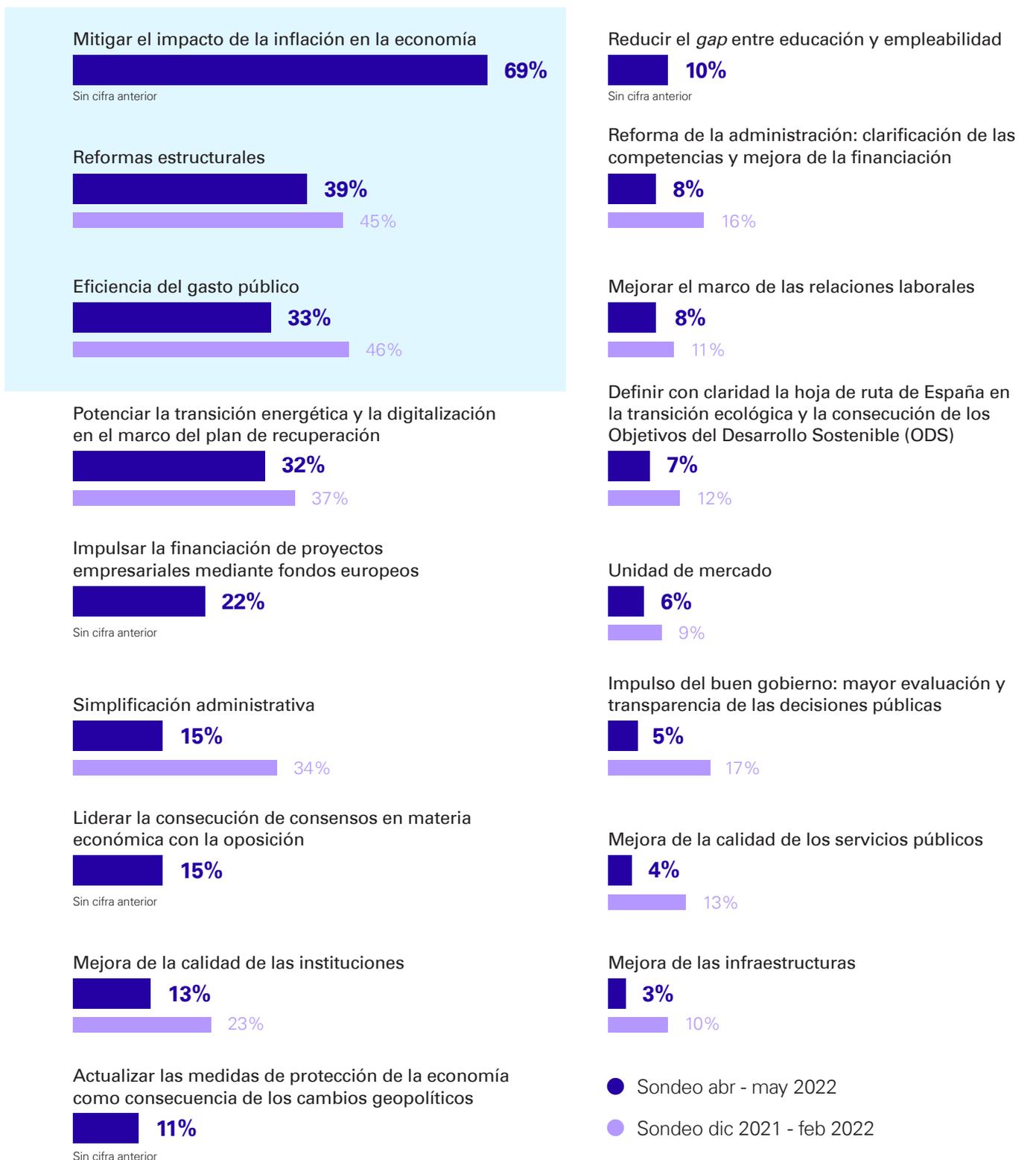


**La preocupación por la inflación también se refleja en las demandas de las empresas españolas a la Administración, que piden medidas para contener sus efectos. En el ámbito fiscal, como se ha indicado anteriormente, la posible subida de impuestos se considera una de las principales amenazas para la economía española. A la hora de analizar la realidad de las pymes, que representan casi la totalidad del tejido productivo español, la rigidez del mercado laboral, el acceso a la financiación y las trabas administrativas y regulatorias repiten como principales obstáculos para su crecimiento.**

Mitigar el impacto de la inflación en la economía es la demanda más común entre las empresas españolas al Gobierno central: tres de cada cuatro encuestados (69%) así lo expresa en el sondeo realizado entre abril y mayo de 2022. Un 39% señala las reformas estructurales y uno de cada tres (33%) la eficiencia en el gasto público, que era la solicitud que más respuestas reunía en la encuesta que se llevó a cabo entre diciembre de 2021 y febrero de 2022. También uno de cada tres encuestados (32%) pide potenciar la transición energética y la digitalización.



**25. Señale cuáles cree que deberían ser las prioridades en el ámbito económico para el Gobierno central en los próximos 12 meses.**

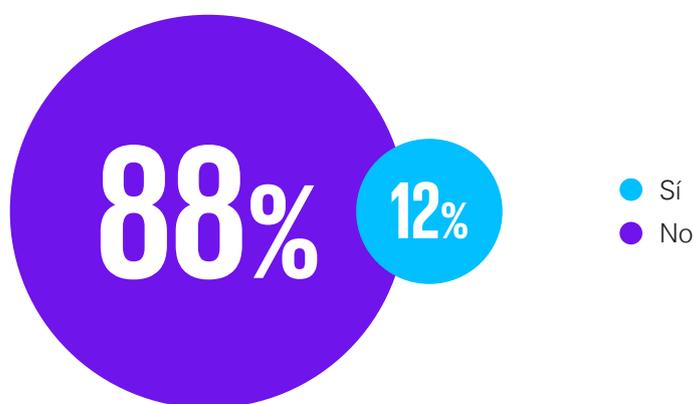


Nota: Las opciones que no presentan ningún dato relativo al sondeo realizado entre diciembre y febrero no fueron incluidas en dicha encuesta

En materia fiscal, como mostraba el gráfico 23, una parte significativa de los encuestados considera que la subida de impuestos es la principal amenaza para la economía española en los próximos 12 meses.

Sobre el acuerdo al que llegaron en octubre 136 países de la OCDE para establecer un Impuesto sobre Sociedades mínimo del 15%, solo uno de cada diez encuestados del sondeo celebrado entre diciembre y febrero (12%) cree que puede comprometer sus expectativas de crecimiento (gráfico 26).

**26. ¿Cree que el acuerdo al que han llegado 136 países de la OCDE para establecer un Impuesto de Sociedades mínimo del 15% compromete sus expectativas de crecimiento?**



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



“ La inestabilidad actual ha incrementado la incertidumbre en materia tributaria. Estaba previsto que durante este ejercicio se hiciera realidad la reforma fiscal del Gobierno, pero las medidas sugeridas al Ejecutivo en el Libro Blanco han quedado de momento postergadas. Aun así, no podemos olvidar que, aunque el Gobierno no la ha incluido en el Programa de Estabilidad 2022-2025 enviado a Bruselas, esta reforma es una de las exigidas por la UE a España, por lo que sigue siendo un asunto pendiente al que permanecer atentos siendo además el aumento de impuestos un asunto que preocupa a nuestras empresas. Estas también deberían analizar el impacto de la inflación en aspectos tan relevantes para ellas como la negociación colectiva o la actualización de contratos. En este ejercicio complejo, las decisiones en las áreas fiscal y legal serán cada vez más importantes. ”

**Alberto Estrelles**  
Socio director de KPMG Abogados

En lo que respecta a los obstáculos que impiden crecer a las pymes, mayoritarias en el tejido productivo del país, más de la mitad de los encuestados entre diciembre y febrero (53%) apunta a la rigidez del

mercado laboral como principal freno. Por detrás se sitúan la dificultad de acceso a la financiación y las trabas administrativas y regulatorias que, en ambos casos, marca el 47% de los encuestados (gráfico 27).

### 27. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos que impiden a las pymes españolas aumentar su tamaño?



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





## Raúl Blanco

Secretario General  
de Industria y de la  
Pequeña y Mediana  
Empresa

# Hemos desarrollado una nueva concepción de las ayudas públicas que une a empresas de muy diferente tamaño

**P. Uno de los objetivos que persigue el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia es que los fondos europeos permeen en el conjunto del sistema productivo. Las grandes empresas que quieran acceder a estas empresas asumen la responsabilidad de actuar como tractores para compañías de menor tamaño. ¿Cómo pueden hacerlo?**

**R.** Las medidas contempladas en el Plan de Recuperación, Transformación y resiliencia, tienen tres objetivos claramente diferenciados y, a la vez, complementarios: impulsar la recuperación de la economía tras la pandemia, transformar las bases sobre las que asienta el sistema productivo español y preparar a nuestra economía para afrontar con mayores garantías impactos como los sufridos durante estos últimos tiempos.

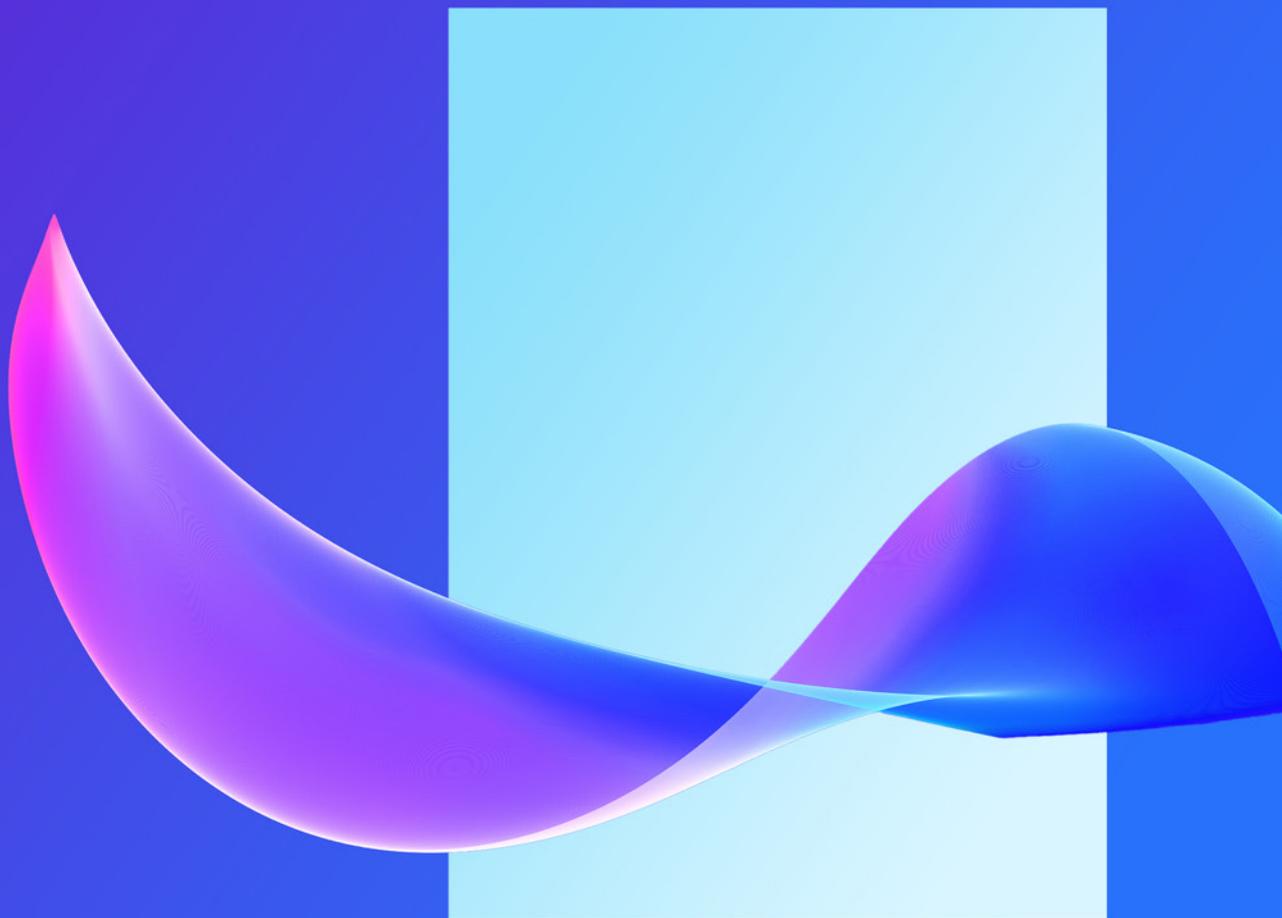
Uno de los elementos claves y más innovadores a través de los cuales se van a materializar estas medidas son los denominados Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación de la Economía, más conocidos por su acrónimo como PERTE. Se trata de un esquema, cuya definición hemos desarrollado e impulsado desde la Secretaría General de Industria y de la PYME, que incorpora, de alguna forma, y salvando las distancias, a nuestro ordenamiento jurídico el concepto de los grandes proyectos de interés europeo (IPCEI), que tanto éxito está teniendo en el ámbito de la UE en campos como las baterías, el hidrógeno o la microelectrónica.

Para ello, hemos diseñado un esquema en el que se plantean una serie de ayudas públicas para el desarrollo de un ámbito determinado, al que los interesados deben concurrir en forma de agrupación. El proceso se inicia con la determinación de los diferentes eslabones de las cadenas de valor que dan lugar al cumplimiento del objetivo determinado. Tras ello, y como se puede comprobar, por ejemplo, en las bases del PERTE VEC, se agrupan estos eslabones, atendiendo a su naturaleza, en bloques interconectados a los que deben concurrir las empresas de la agrupación.

Esta nueva concepción de las ayudas públicas, con proyectos a través de la cooperación efectiva entre empresas y el resto de los agentes, es una palanca inmejorable para unir, en la consecución de un mismo objetivo, a empresas de muy diferente tamaño que tienen que trabajar juntas en la definición de los proyectos que forman parte del proyecto tractor global, y donde cada una aporta su experiencia y dimensión para conseguir un todo conjunto y único.

Finalmente, un elemento adicional que cada vez tiene más relevancia es trabajar por la autonomía estratégica abierta a nivel nacional y europeo. La pandemia ha puesto a Europa ante el espejo y ha visto sus fortalezas y debilidades. Potenciando el mercado interior, que es nuestra joya de la corona, la política industrial debe contribuir también a robustecer la industria europea en aquellos ámbitos como baterías, hidrógeno o semiconductores, que serán troncales para la transición ecológica y digital que nos marcan las directrices de los Fondos Next Generation EU.

# Impacto del conflicto en Ucrania



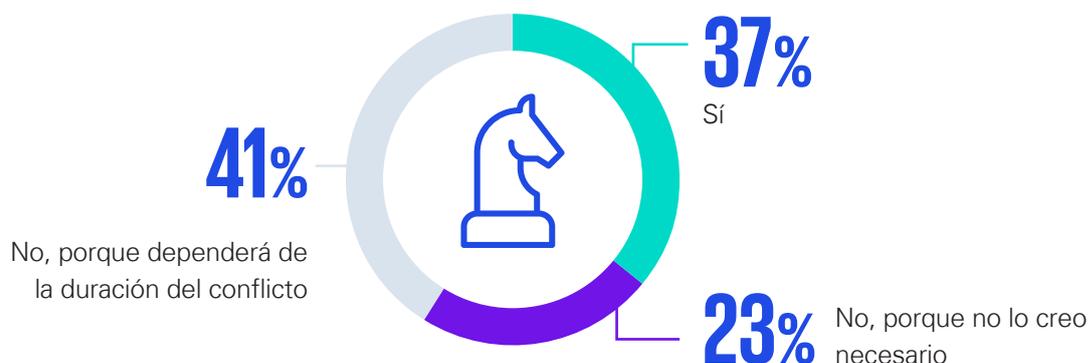


Como se ha indicado anteriormente, la invasión de Ucrania, aparte de ocasionar un drama humano, ha asestado un duro golpe a la recuperación económica, pues ha prolongado algunos de los factores que ya estaban ralentizando su ritmo.

Las compañías españolas permanecen expectantes a la evolución de un conflicto cuyos efectos son ya visibles en los costes de producción y las cadenas de suministro. Sobre las sanciones impuestas al Gobierno ruso y las decretadas por este como respuesta, solo uno de cada cinco encuestados afirma que afectan a su actividad, destacando las de carácter financiero.

Algo más de un tercio de los encuestados entre abril y mayo de 2022 (37%) indica que ha revisado o está revisando su estrategia para 2022 a raíz del conflicto en Ucrania, mientras dos de cada cinco (41%) no lo han hecho aún porque su reacción dependerá de cómo este evolucione (gráfico 28).

#### 28. ¿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

Tres de cada cinco encuestados (61%) considera que el conflicto tendrá un mayor impacto en los costes de producción y la mitad (49%), en la disrupción de

la cadena de suministros. Un 39% sitúa también los problemas de abastecimiento energético entre las principales consecuencias de la invasión (gráfico 29).

### 29. ¿En qué aspectos de su actividad cree que la invasión de Ucrania va a tener un mayor impacto?

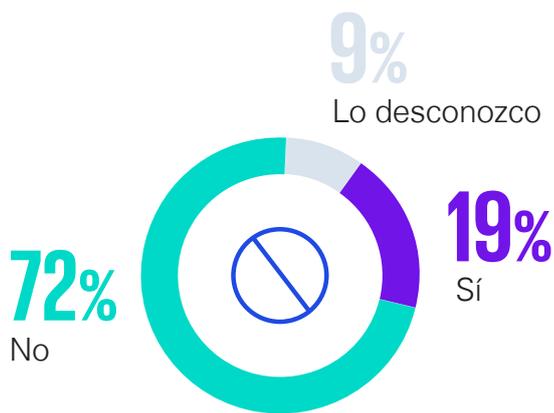


Nota: Estos datos se extraen de la encuesta realizada entre abril y mayo de 2022

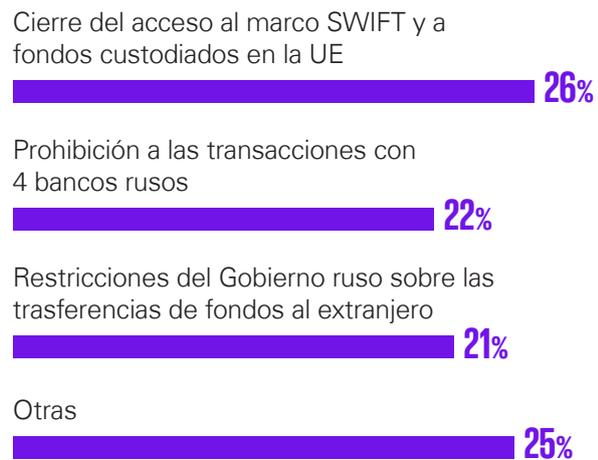
Apenas uno de cada cinco encuestados (19%) afirma que las sanciones impuestas al Gobierno ruso y las contrasanciones decretadas por este están afectando a su actividad (gráfico 30). Dentro de este grupo, las sanciones y contrasanciones que están impactando en un mayor porcentaje de empresas son de carácter financiero: el cierre al acceso al marco SWIFT (que marca el 26% de los directivos cuya actividad se está viendo impactada por las sanciones), la prohibición de

realizar transacciones con 4 bancos rusos (22%) y las restricciones del Gobierno ruso sobre las transferencias de fondos al extranjero (21%). Cabe destacar que una de cada cuatro empresas que aseguran que se están viendo afectadas por las sanciones y contrasanciones marca la opción 'otros', especificando aspectos relacionados con los suministros, el transporte o parada de actividad de clientes rusos (gráfico 31).

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



**31. ¿Cuáles?**



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

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

# Sobre este informe



## Perspectivas España es un informe que KPMG realiza desde 2009. En los últimos seis años se ha elaborado en colaboración con la CEOE.

La presente edición se ha elaborado a partir de las respuestas recabadas en dos encuestas online. En la primera, realizada entre diciembre de 2021 y febrero de 2022, participaron más de 1.100 empresarios y directivos. La segunda, que se llevó a cabo entre abril y mayo de 2022 con el fin de actualizar algunas de las cuestiones planteadas en la anterior tras la invasión de Ucrania y evaluar el impacto de este conflicto en el negocio de las empresas españolas, alcanzó una muestra de 567 empresarios y directivos. En ambos casos, los encuestados forman parte de empresas de 24 sectores y de todas las comunidades autónomas.

En la primera encuesta, un 49% de los participantes fueron presidentes, directores generales, propietarios o consejeros y un 43%, directivos. El 28% de las compañías que participaron tenía más de 1.000 empleados y un 32% facturaba más de 200 millones de euros al año. Los sectores más representados fueron Industria (14%), Servicios a empresas (13%) y Consumo y Retail junto con Otros Servicios (ambos con un 8%). Por comunidades, Madrid (40%) y Cataluña (16%) fueron las que tuvieron una mayor presencia.

En la segunda encuesta, la mitad de los participantes (50%) fueron presidentes, directores generales, propietarios o consejeros y un 43%, directivos. El 36% de las compañías que participaron tenían una plantilla superior a los de 1.000 empleados y un 41% facturaba más de 200 millones de euros al año. Los sectores más representados fueron Industria (14%), Consumo y Retail (11%) y Servicios a empresas (10%). Por comunidades autónomas, Madrid (42%) y Cataluña (13%) fueron las que tuvieron una mayor presencia.

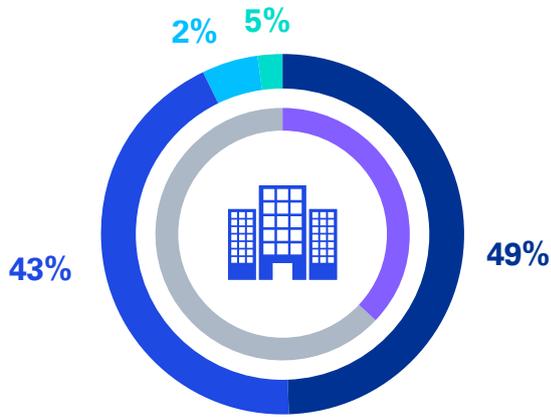
Primera encuesta realizada entre

**Dic 2021 - Feb 2022**

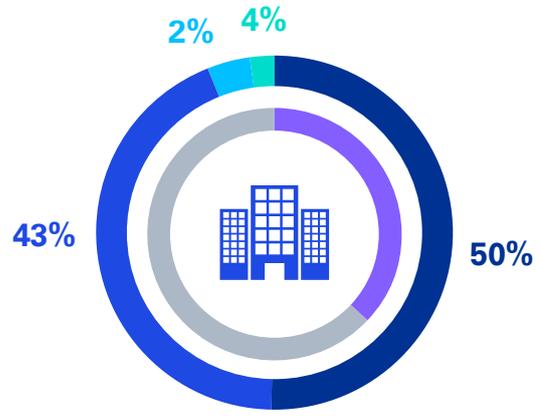
Segunda encuesta realizada entre

**Abr 2022 - May 2022**

### Cargo del encuestado y tipo de empresa



Sondeo dic 2021 - feb 2022



Sondeo abr - may 2022

#### Cargo del encuestado

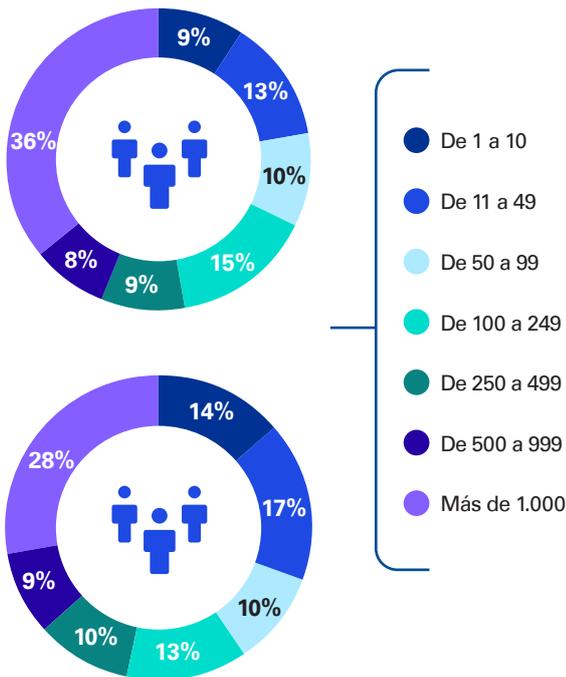
- Presidente / Director General / Propietario / Consejero
- Directivo
- Mando intermedio
- Otro

#### Tipo de empresa

- Empresa familiar
- Empresa no familiar

### Número de empleados

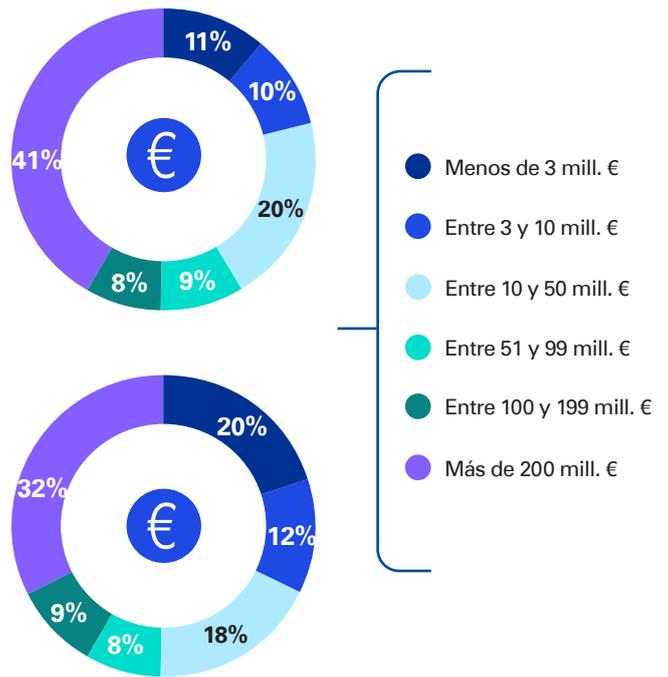
Sondeo abr - may 2022



Sondeo dic 2021 - feb 2022

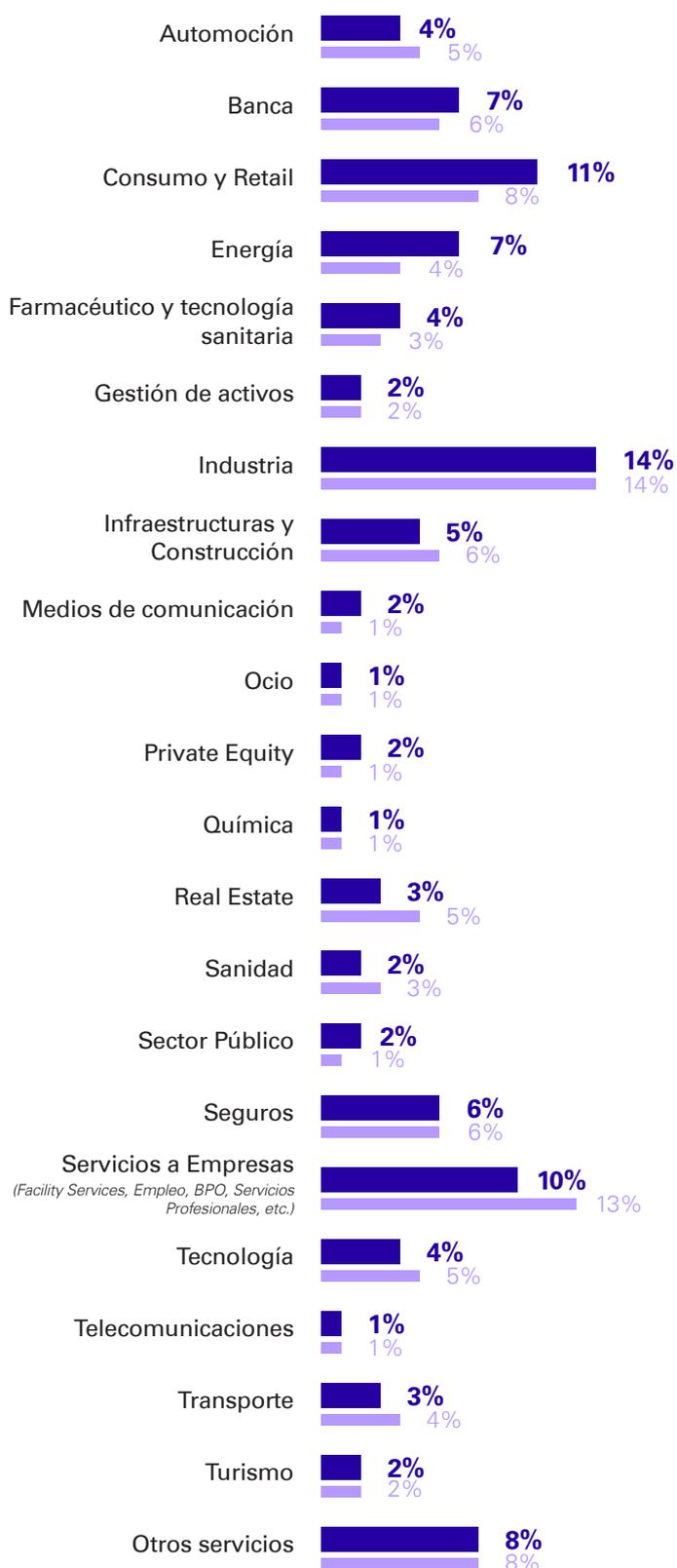
### Facturación

Sondeo abr - may 2022

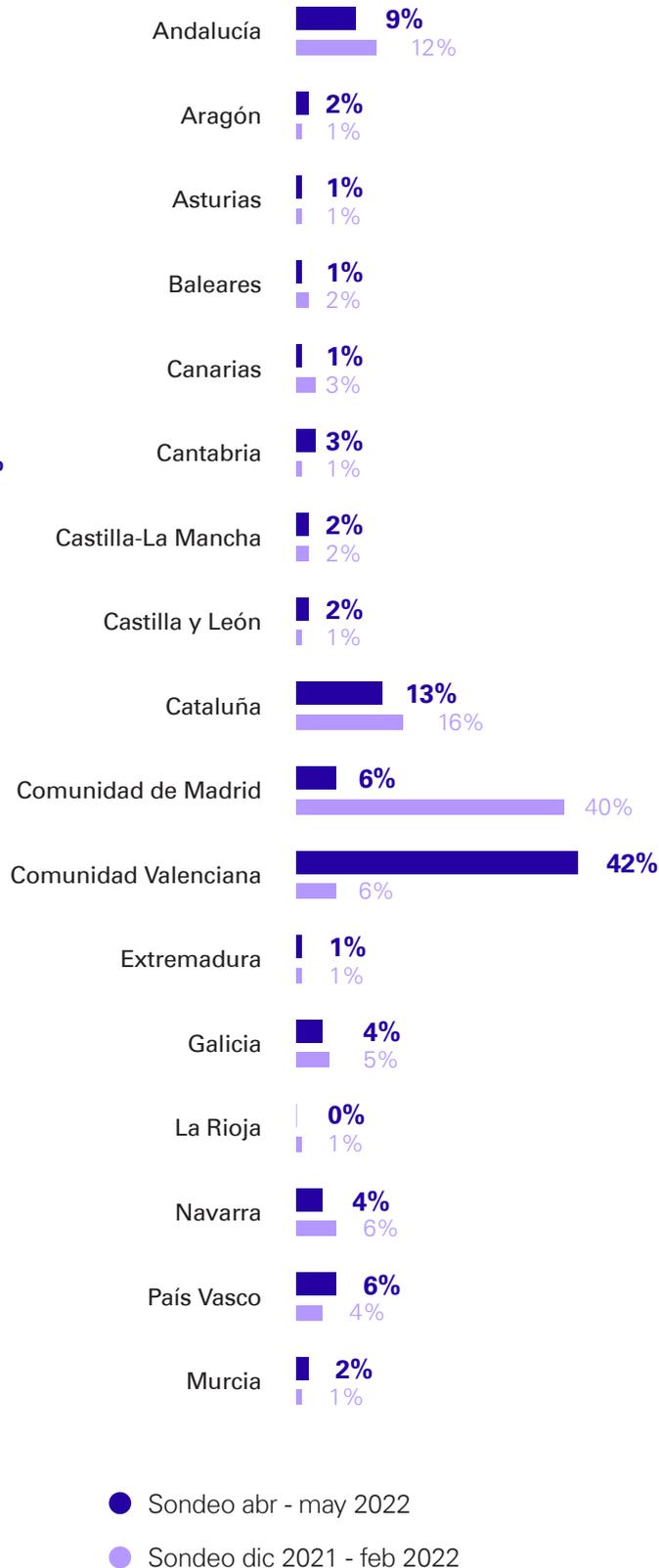


Sondeo dic 2021 - feb 2022

### Empresas por sectores



### Por Comunidades Autónomas



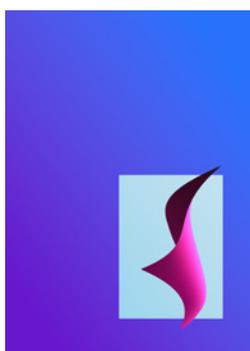
● Sondeo abr - may 2022  
● Sondeo dic 2021 - feb 2022

# Ediciones regionales



## Andalucía

[Descargar informe](#)



## Cataluña

[Descargar informe](#)



## Comunidad de Madrid

[Descargar informe](#)



# Contacto

## KPMG en España

**Torre de Cristal, Paseo de la Castellana, 259C**

**28046 Madrid, España**

info@kpmg.es

Tel: +34 91 456 34 00

[kpmg.es](https://kpmg.es)

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