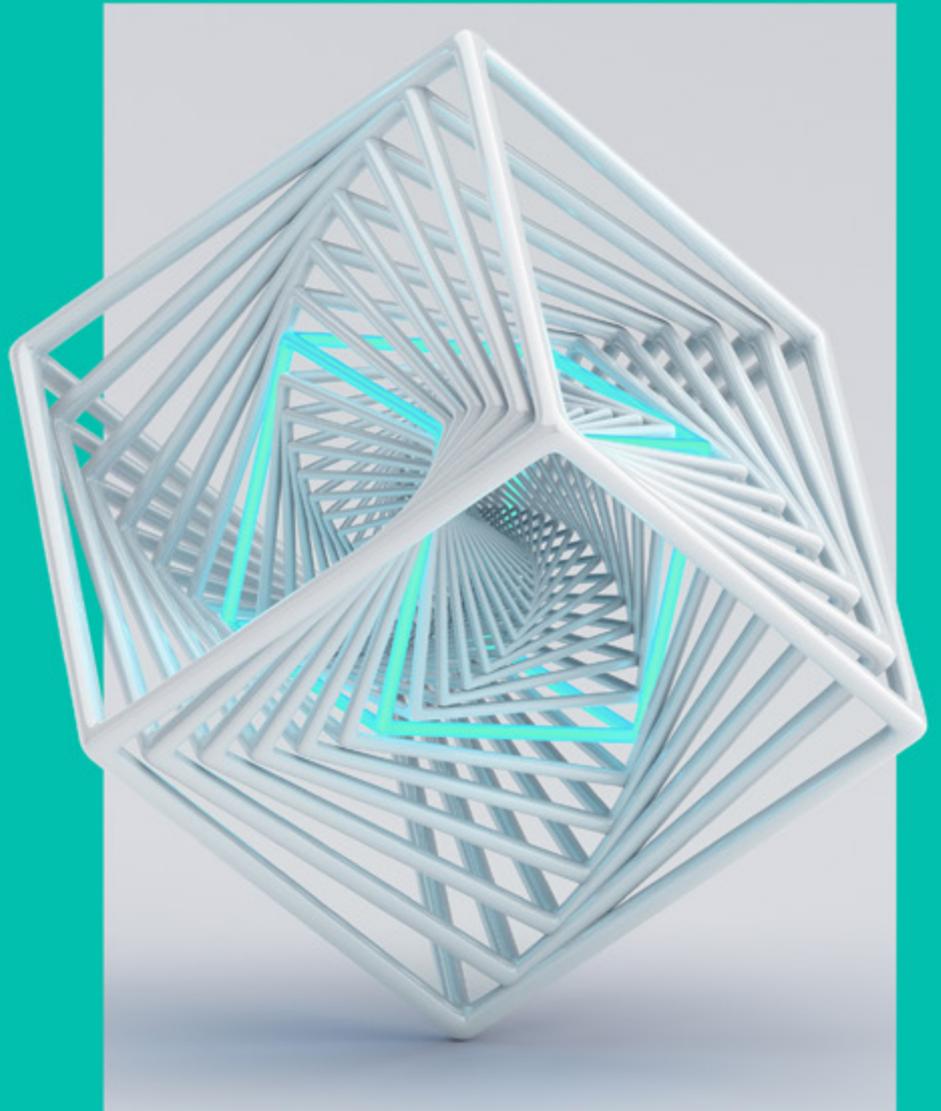




# Perspectivas Andalucía 2023

Con la colaboración de:



# Aprovechar la oportunidad



## Nicolás Sierra

Socio responsable de  
KPMG en Andalucía

Durante los últimos años, el ritmo de crecimiento que había experimentado la economía andaluza le había permitido converger con la economía nacional. Sin embargo, en el pasado ejercicio, ese ritmo se ralentizó. En ese sentido, los empresarios andaluces coinciden en señalar que la desaceleración es inevitable.

Y es que nos enfrentamos a un año plagado de incertidumbres: la inflación, el endurecimiento de la política fiscal y la incertidumbre política repercuten en las previsiones de los directivos de la región, que se muestran cautos sobre la evolución de la economía, empeorando sus previsiones con respecto al año pasado.

Sin embargo, las perspectivas sobre sus negocios son más optimistas: mayoritariamente, prevén incrementar su facturación e impulsar su inversión. Asimismo, más de un tercio ampliará su plantilla en los próximos 12 meses, según las conclusiones de este informe.

Este optimismo se asienta en una apuesta decidida por la eficiencia y la digitalización, esenciales para impulsar su competitividad. Esta apuesta ya está dando sus frutos: la inversión extranjera en Andalucía superó los 2.600 millones de euros entre 2019 y 2021, duplicando la cifra del trienio anterior. Además, en 2022, las exportaciones andaluzas alcanzaron un récord histórico, rozando los 43.000 millones de euros. Y a todo ello se suma la recuperación del sector turismo, en el que Andalucía se consolida como uno de los destinos predilectos para los viajeros extranjeros.

Los empresarios andaluces no se relajan ante estos datos y siguen avanzando en su transformación para aprovechar este impulso, priorizando la digitalización y el talento. Asimismo, un amplio número de compañías ampliarán su presencia internacional, especialmente en mercados tradicionales como son la Unión Europea y Reino Unido.

Nos encontramos, por tanto, ante un entorno complejo, en el que los empresarios se orientarán a proteger sus negocios frente a las disrupciones externas a la vez que intentarán ganar músculo a través de la eficiencia operativa, la transformación digital y el talento e incrementando su atractivo para los inversores, todo ello con el objetivo de contribuir al crecimiento de la economía andaluza y al progreso de sus ciudadanos. Hay que aprovechar esta oportunidad. Que disfruten del estudio.



# Entorno

En 2022, la economía andaluza experimentó una evolución similar a la economía nacional. Tanto es así que, según las estimaciones de la AIReF, el PIB andaluz habría registrado un aumento del 2,7% en el último trimestre de 2022 en términos interanuales, el mismo que registra España. La inflación, que ya empezó a escalar en 2021, siguió siendo una constante el año pasado: Andalucía cerró 2022 con una tasa de inflación interanual del 6,2%, medio punto más respecto a la media nacional, según los datos publicados por el INE. El IPC de la región se ha visto especialmente espoleado por el aumento de los precios de los alimentos, que en diciembre de 2022 eran un 17% más caros que en el mismo mes de 2021. En lo que se refiere al mercado de trabajo, tal y como muestran los datos de la Encuesta de Población Activa, la tasa de desempleo andaluz se situó en el 19% a cierre del pasado año. Pese a que esta cifra se encuentre lejos de la media nacional (12,87%), la región andaluza ha logrado reducir esta brecha hasta medio punto.

# Cautela en las perspectivas económicas y optimismo contenido en las empresariales

La incertidumbre generada por la inestabilidad y volatilidad del entorno económico es visible en las perspectivas de las empresas andaluzas sobre la economía nacional. El 52% de directivos califica de regular la situación actual, mientras que el 35% la cataloga de mala o muy mala. En línea con los resultados nacionales, el 45% de los empresarios de Andalucía sostiene que la economía española empeorará en los próximos doce meses.

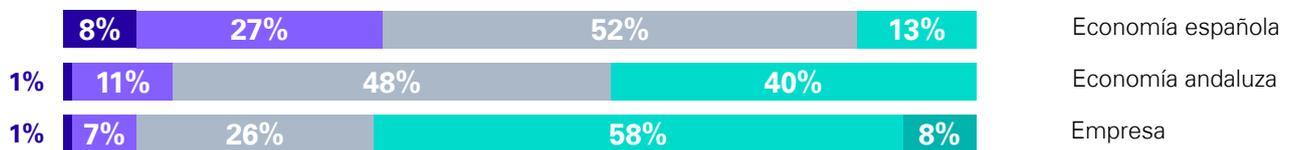
La valoración y perspectivas sobre la economía de la región son más positivas. El 48% de las

empresas cree que la situación actual de la economía andaluza es regular, mientras que un 40% considera que la situación económica de su región mejorará en los próximos doce meses.

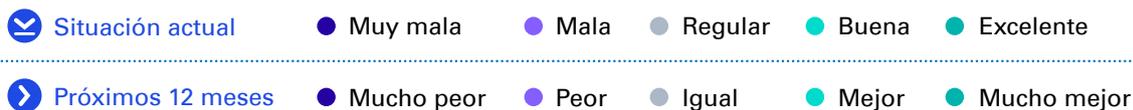
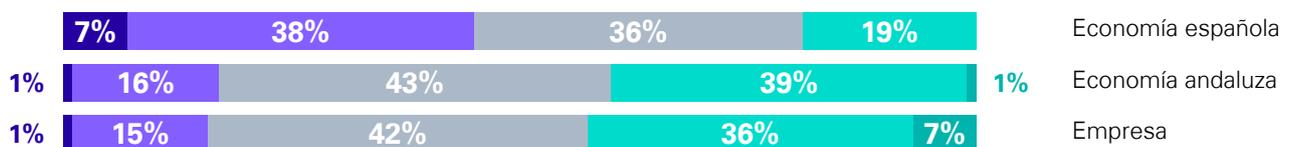
Por otra parte, los empresarios andaluces se muestran optimistas en su valoración de la situación actual de sus empresas, así como en sus previsiones en el corto plazo: el 66% destaca que su situación empresarial es buena o excelente y un 43% opina que mejorará en los próximos meses.

## Valoración actual y perspectivas para los próximos 12 meses

### Situación actual



### Próximos 12 meses



Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.

En esta línea, las previsiones sobre facturación, inversión y empleo, pese a ser más moderadas que en el año 2022, continúan mostrando una tendencia optimista. El 64% de los directivos andaluces prevé incrementar sus ventas y el 44% planea invertir más. Estas cifras son 14 y 20 puntos inferiores a las de la pasada edición de este informe.

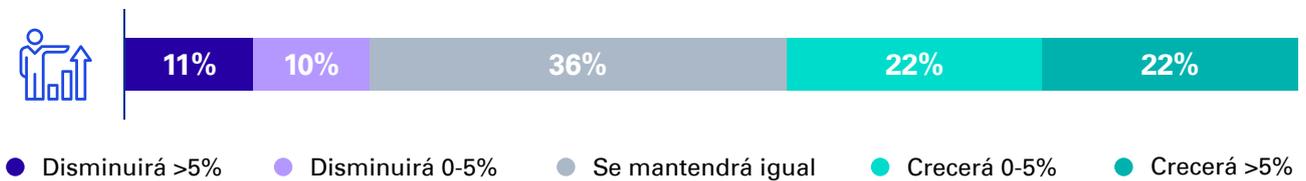
En términos de empleabilidad, las previsiones también son positivas: si bien es cierto que el porcentaje de directivos que prevé aumentar su plantilla disminuye con respecto al año pasado (del 46% al 39%) también lo hace (y con mayor intensidad) el de aquellos que prevén reducir sus equipos (del 29% al 13%).

### Comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2023



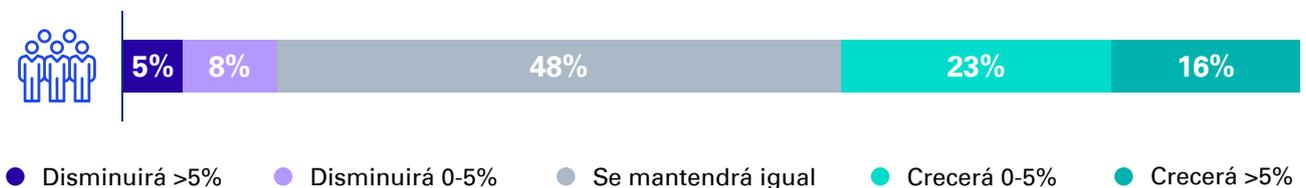
Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.

### Comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2023



Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.

### Comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2023

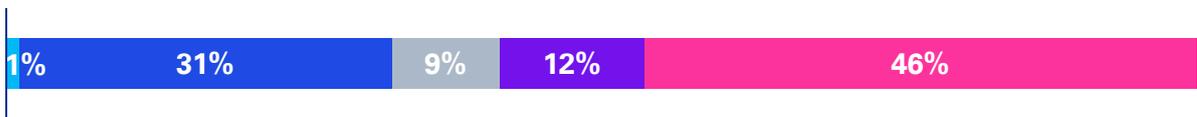


Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.

Los directivos de Andalucía también fortalecerán su estrategia de internacionalización durante este año: el 31% de las empresas apunta que ya tienen presencia en otros mercados y piensa ampliarla a lo largo de este ejercicio. Únicamente el 12% señala que su organización no tiene actividad internacional ni piensa iniciarla este año.

Respecto a los mercados en los que prevén aumentar su presencia, el 35% de las empresas andaluzas que impulsarán su internacionalización centrará su mirada en Francia y Alemania, priorizando así los mercados tradicionales europeos, seguidos muy de cerca por Reino Unido y Estados Unidos, en ambos casos.

### Perspectivas de internacionalización para 2023



- Ya tenemos actividad internacional y vamos a reducirla
- Ya tenemos actividad internacional y vamos a incrementarla
- Ya tenemos actividad internacional y va a permanecer igual
- No tenemos actividad internacional, pero vamos a iniciarla
- No tenemos actividad internacional ni vamos a iniciarla

*Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.*



# La digitalización como respuesta a la incertidumbre

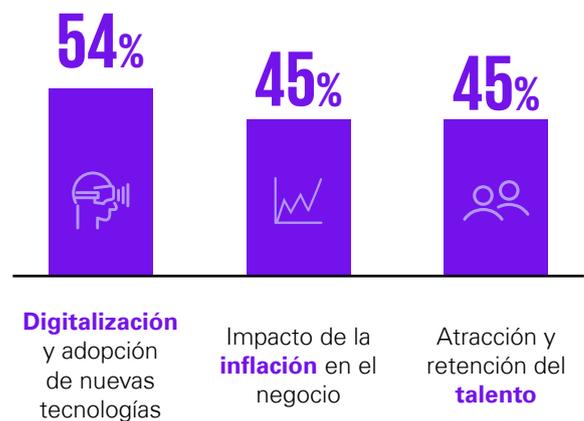
Los directivos andaluces son conscientes de que en la transformación digital subyace la creación de valor, especialmente en momentos convulsos que requieren de una respuesta rápida y eficiente. Por tanto, no es de extrañar que el 60% de los empresarios de la región sitúe la digitalización entre

sus prioridades estratégicas en los próximos doce meses. A su vez, los directivos andaluces entienden este proceso de digitalización como un reto, pues más de la mitad de los encuestados de la región (54%) sitúa la transformación digital como uno de los principales desafíos en los próximos tres años.

## Prioridades estratégicas para los próximos 12 meses



## Principales retos para las empresas andaluzas en los próximos tres años



En esta línea, dos de cada tres empresas andaluzas (67%) asegura haber impulsado la redefinición de su estrategia digital. Por su parte, un 23% prevé hacerlo en los próximos 12 meses. A la luz de los resultados, la digitalización se erige como la piedra angular de las agendas corporativas de las empresas andaluzas.

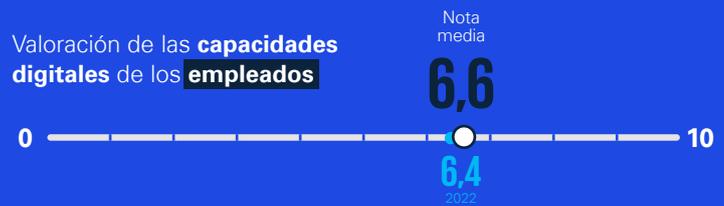
No obstante, los avances tecnológicos entrañan a su vez riesgos y amenazas para la seguridad de las empresas y sus clientes. Una realidad que se hizo aún más perceptible con motivo del estallido del conflicto en Ucrania. A este respecto, un 29% de encuestados andaluces afirma que su empresa sufrió algún tipo de ciberataque en los últimos doce meses (cuatro puntos porcentuales menos respecto al dato nacional).

**90%**

de los directivos andaluces ha **replanteado su estrategia de transformación digital** o piensa hacerlo en los próximos doce meses

## La capacidad y adaptación digital se consolida

Respecto a los anteriores resultados de 2022, la percepción de los directivos andaluces sobre el grado de adaptación digital de sus compañías experimenta una leve mejoría, al tiempo que la valoración respecto a sus capacidades digitales también aumenta ligeramente.



## La transformación verde se redefine

Las **cuestiones ESG**, la otra gran transformación junto a la digital, juega un papel esencial en el propósito y la generación de crecimiento para las compañías. En este sentido, **casi dos de cada tres empresas de Andalucía (61%) han replanteado su estrategia en materia de ESG** o prevén hacerlo en los próximos doce meses.

Sus prioridades dentro de este ámbito ponen de manifiesto la visión holística sobre el ESG de los empresarios andaluces: la innovación sostenible (que marca el 34% de los encuestados), el buen gobierno (33%), la gestión ambiental y el compromiso con la sociedad (30% en ambos casos) son las opciones que registran un mayor porcentaje de respuestas.



## El talento: llave del crecimiento y clave para la resiliencia

Atraer y fidelizar el talento se torna una cuestión ineludible para las corporaciones. Las capacidades y habilidades profesionales se han convertido en determinantes para responder a los desafíos que imperan en el entorno empresarial. Tanto es así que para el 45% de los directivos de Andalucía, la atracción y retención del talento se encuentra entre las prioridades estratégicas para 2023 y los mayores retos que deberán afrontar en el medio plazo.

Los empresarios andaluces perciben ya los efectos del reto del talento en sus organizaciones: dos de cada tres encuestados (62%) manifiestan problemas para incorporar el talento que necesitan (tres puntos porcentuales superior al dato nacional).

Sin embargo, los programas de desarrollo de las capacidades de los profesionales presentan un amplio margen de crecimiento: apenas uno de cada tres encuestados (30%) indica que su organización dispone de un programa de *upskilling* y *reskilling* para su plantilla. Este resultado se encuentra lejos del total nacional (disminuye hasta once puntos porcentuales).

# 65%

de los directivos andaluces subraya que **la escasez de talento es un riesgo** para el crecimiento de su negocio



Ante el reto del talento, la propuesta de valor que ofrezcan las empresas a los profesionales adquiere un papel crucial, pues será necesario potenciar la flexibilidad y atender a las nuevas inquietudes y expectativas, poniendo especial énfasis en las necesidades que manifiestan las nuevas generaciones.

En consecuencia, respecto a la propuesta de valor al empleado, los directivos de Andalucía pondrán un mayor foco a lo largo de este año en la conciliación y el bienestar (22%), así como en la promoción y el crecimiento personal (17%). Mientras que el 16% también destaca las oportunidades de formación, así como la compensación y los beneficios.

**Los aspectos de la propuesta de valor al empleado sobre los que las empresas andaluzas pondrán un mayor foco**



En lo que respecta al modelo de trabajo, una de las cuestiones que ha adquirido mayor relevancia en los últimos años dentro del debate sobre el futuro del talento, un 41% de los encuestados reconoce que el teletrabajo ha tenido un impacto positivo en atracción y fidelización del talento y cerca de la mitad (48%) destaca sus efectos beneficiosos en el compromiso y la motivación de sus equipos.

Sin embargo, los directivos andaluces prevén, a medio plazo, una vuelta a la presencialidad en sus organizaciones: el 34% anticipa que en tres años el modelo de trabajo más común será el totalmente presencial. A este porcentaje se suma un 27% que apuesta por la predominancia de un modelo híbrido en el que la presencialidad tenga mayor peso.



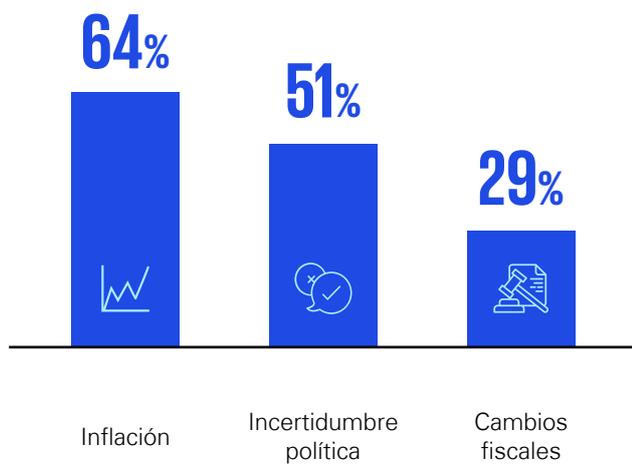
A medio plazo, los directivos andaluces prevén una **evolución hacia modelos de trabajo con mayor peso de la presencialidad.**

# La inflación, como principal foco de preocupación

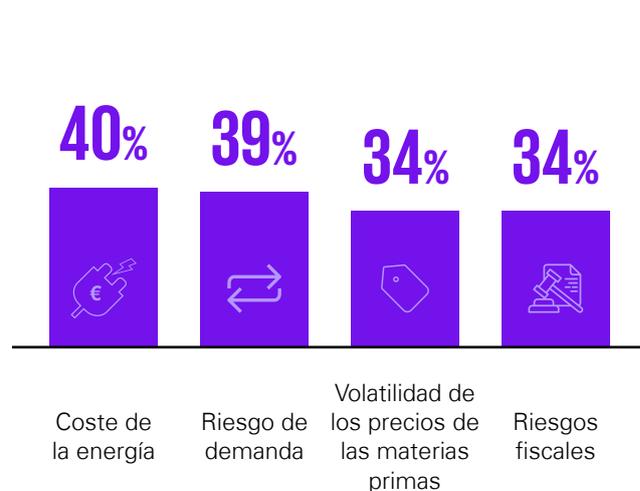
Andalucía cerró el mes de diciembre con una tasa del IPC del 6,2% en términos interanuales, cinco décimas superiores al dato nacional. Este resultado se vio espoleado especialmente por el incremento de los precios de los alimentos, que subieron un 17% con respecto al mismo mes de 2021. No es de extrañar, por tanto, que la inflación se posicione como la principal amenaza para la economía

española, según los directivos de la región. Así lo aseguran dos de cada tres encuestados (64%, diez puntos superior al dato nacional). En esta línea, el impacto sobre la demanda, el incremento de los costes de la energía y la volatilidad de los precios de las materias primas ocupan un lugar destacado en los mapas de riesgos.

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



## Principales riesgos para el negocio en los próximos 12 meses



Los márgenes de beneficio de las empresas andaluzas se han visto, a su vez, impactados por las tensiones inflacionistas: el 72% de los directivos de la región asegura que el alza de la inflación ha tenido un impacto alto o muy alto en sus márgenes durante 2022. Este resultado es tres puntos porcentuales superior al dato nacional (69%).

Como resultado, las empresas andaluzas han recurrido a una serie de medidas concretas: el 85% ha replanteado su política de precios para reflejar un aumento de los costes o piensa hacerlo en los próximos 12 meses. Además, el 74% de encuestados ha renegociado sus contratos con proveedores o lo hará a lo largo del ejercicio.

La inquietud generada por la inflación se refleja también en sus demandas al Gobierno central: más de la mitad de los directivos andaluces (54%) subraya la opción de mitigar el impacto de la inflación en la economía como la principal prioridad en el corto plazo que debería acometer el Ejecutivo.



## Las operaciones empresariales se mantienen

En Andalucía, al igual que ocurre en el ámbito nacional, las previsiones sobre operaciones corporativas se moderan con respecto a 2022: un 25% de los encuestados llevará a cabo compras o adquisiciones, frente al 32% de la pasada edición; y un 12% realizará desinversiones, un porcentaje siete puntos porcentuales inferior al de 2022. También se reducen los porcentajes de aquellos que tienen

previsto cerrar alianzas (28%, quince puntos menos que en 2022) y fusiones (8%, nueve puntos inferior al del año pasado)

Además, las operaciones se han ralentizado, como se deduce de la comparativa entre las previsiones que compartían los directivos en la pasada edición y los datos sobre operaciones realizadas de esta edición).

Operaciones corporativas	Lo haré en los próximos 12 meses (edición 2023)		Ya lo he realizado (edición 2023)		Lo haré en los próximos 12 meses (edición 2022)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Alianza o <i>joint venture</i>	28%	43%	10%	15%	43%	58%
Financiar o refinanciar deuda	27%	34%	14%	23%	34%	41%
Adquisiciones / compras	25%	32%	8%	15%	32%	39%
Desinversiones de negocios <i>non-core</i>	12%	19%	6%	13%	19%	26%
Fusiones	8%	17%	7%	16%	17%	26%
Venta de la compañía	6%	4%	1%	1%	4%	4%

# La política económica ante un entorno convulso

En un año de elecciones locales y generales, los empresarios muestran su preocupación por la estabilidad: según el 51% de directivos andaluces, la incertidumbre política representa una amenaza para la economía española en los próximos meses. Además, los cambios fiscales y regulatorios (34% y 33%, respectivamente) se posicionan como riesgos relevantes para el negocio.

En las demandas al Gobierno central, la preocupación por la inflación determina las prioridades: un 54% de directivos andaluces demanda al Ejecutivo medidas para mitigar el impacto de la escalada de los precios. La eficiencia del gasto y la simplificación administrativa ocupan también posiciones relevantes en la lista de

prioridades que debería acometer el Gobierno central (37% y 33%, respectivamente).

Estas dos últimas opciones también se encuentran entre las demandas al Gobierno autonómico más comunes entre los empresarios andaluces, junto con la disminución de la presión fiscal, que marca el 43% de los encuestados.

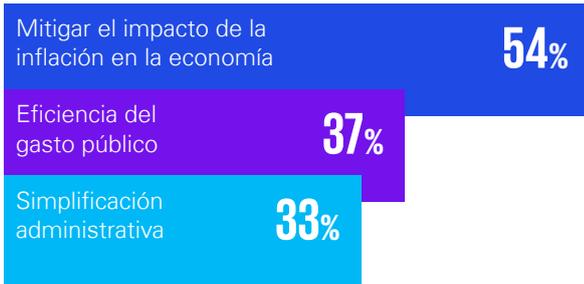
Precisamente, en lo que respecta a la política fiscal, dos de cada tres (64%) empresas andaluzas señala los incentivos fiscales a la inversión y la mejora de la competitividad como principal prioridad que debería acometer el Gobierno central en este ámbito, seguidos de cerca por el establecimiento de medidas fiscales para favorecer la liquidez de las empresas (59%) y garantizar la seguridad jurídica (58%).



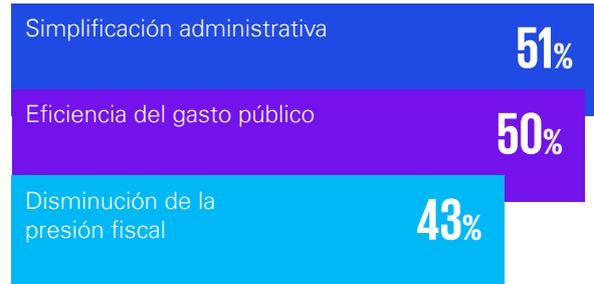
## Prioridades en materia fiscal para el Gobierno central



**Prioridades en el ámbito económico para el Gobierno central**



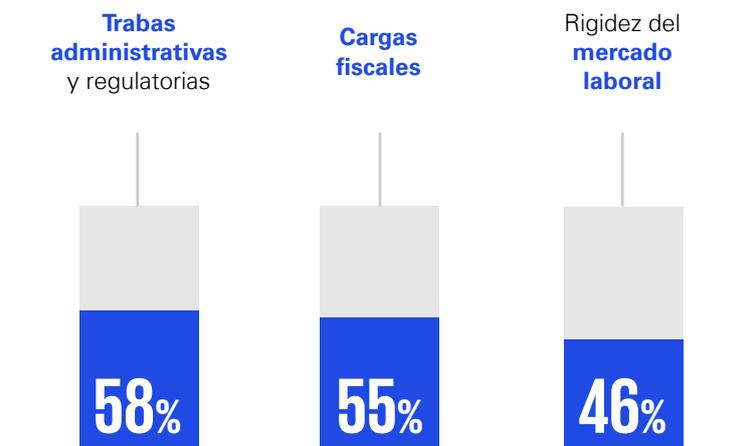
**Prioridades en el ámbito económico para el Gobierno autonómico**



Dado que Andalucía se encuentra entre las comunidades autónomas con mayor número de pymes del país, resulta prioritario fortalecer su tamaño y garantizar su modernización para fortalecer el tejido empresarial de la región. Según

los directivos andaluces, los principales obstáculos para lograrlo son las trabas administrativas y regulatorias, que marca el 58% de los encuestados, seguido muy de cerca por las cargas fiscales (55%) y la rigidez del mercado laboral (46%).

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



# Sobre este informe

Este informe está basado en las respuestas que aportaron empresarios andaluces en la encuesta Perspectivas España 2023 realizada entre diciembre de 2022 y febrero de 2023.

## Contacto

### Nicolás Sierra

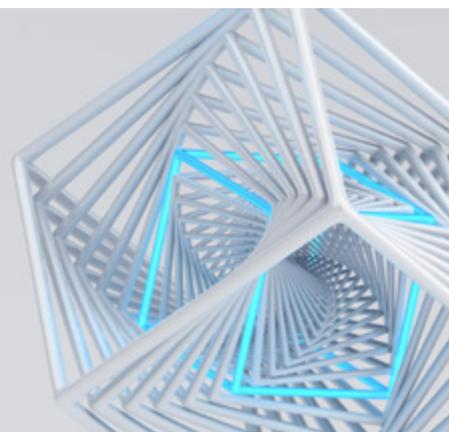
Socio responsable de KPMG en Andalucía

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

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

## Consulta los resultados de Perspectivas España 2023

[Conoce todos los detalles >](#)



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

© 2023 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.

