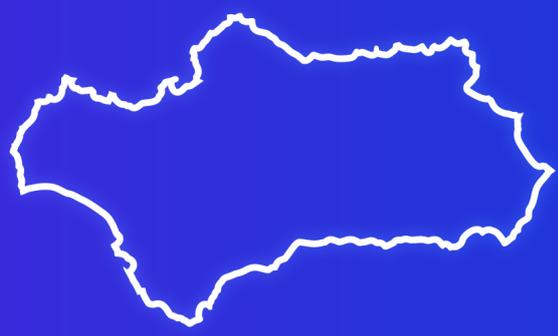




Perspectivas Andalucía 2024

Con la colaboración de:



Visión de futuro como ventaja competitiva



Nicolás Sierra
Socio responsable de
KPMG en Andalucía

La economía andaluza afronta un momento complejo y plagado de incertidumbre. La escalada de la inflación y los costes de las materias primas, las tensiones geopolíticas, unidas a la crisis de sequía que golpea especialmente al sector agroalimentario, son algunos de estos desafíos. No obstante, la positiva evolución del sector servicios, sobre todo estimulada por el turismo internacional, y la apuesta por la innovación y la digitalización de otros sectores como el industrial, alientan las perspectivas económicas y empresariales del tejido empresarial andaluz.

Con el objetivo de reforzar su competitividad y ganar dimensión, las empresas de la región confían en impulsar su transformación digital de la mano del talento y la recualificación de sus profesionales. Este impulso en clave digital será fundamental para fortalecer la competitividad del tejido empresarial y la economía andaluza.

Por su parte, el impulso de estrategias sostenibles continuará siendo esencial en el largo plazo sobre todo ante la emergencia hidrológica en la región. A partir del aprovechamiento de los fondos NextGen, la economía andaluza tiene ante sí la oportunidad de impulsar fuentes de energía alternativas más eficientes y sostenibles. Esta realidad, sin duda, podrá ayudar a atajar el reto demográfico, mejorando así el bienestar social y el equilibrio económico de la región.

Pese a que son múltiples los desafíos, no cabe duda de que la resiliencia de las corporaciones andaluzas, sus motores de crecimiento estratégicos, y el especial foco en las personas, configuran un futuro prometedor para Andalucía.



Javier González de Lara y Sarria

Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

Abordar la incertidumbre desde la colaboración

Estimado lector, estimada lectora:

Es un placer acompañarle en este nuevo Informe KPMG – Perspectivas Andalucía 2024, que merece toda la confianza de los empresarios andaluces por su rigor y solvencia. Tiene en sus manos un documento imprescindible para conocer la percepción del tejido productivo de nuestra región. En ella, la honda huella de la incertidumbre de quienes hacen empresa en Andalucía; la lógica erosión en sus expectativas por un contexto internacional convulso, marcado por la guerra en Ucrania, la crisis energética y los posteriores procesos inflacionistas. Uniéndose a todo ello, más recientemente, el conflicto en Oriente Próximo.

Así, este Informe es la fotografía de un estado de ánimo; del impacto también de la inestabilidad política con la que arrancó la actual legislatura en quienes quieren generar riqueza y trabajo. Todos ellos, que son una parte esencial de la sociedad civil andaluza, se pronuncian también sobre la falta de agilidad por parte de las administraciones en las decisiones que atañen a las empresas y las cargas burocráticas; la necesidad de mayor nivel de ejecución de los fondos para la recuperación, así como sobre los palpables efectos de la sequía, cuestión de especial relevancia para Andalucía.

Estas circunstancias siguen activas como origen de riesgos u obstáculos para la actividad empresarial, condicionando las decisiones empresariales en términos de inversión y empleo. Nos hallamos, por tanto, en una situación compleja, tras la sensible desaceleración de nuestra economía en 2023 y que se estima que continúe en este ejercicio 2024.

Desde CEA reiteramos la excelencia de este sondeo de KPMG en colaboración con CEOE, que pulsa el latir de la empresa andaluza y es fiel reflejo de sus preocupaciones y prioridades. Es una excelsa herramienta para quienes administran lo público y gestionan los intereses generales de la ciudadanía. De esta escucha activa han de nacer medidas que respondan a la volatilidad del entorno. Enmarcadas en el Diálogo Social y en la búsqueda de consensos, que es la marca de los empresarios andaluces.



Entorno

Según las últimas estimaciones que realiza la AIReF, Andalucía cerró el año con un crecimiento de su PIB del 1,8% en términos interanuales, dos décimas menos que la media nacional (2%). Pese a que el crecimiento de la región sigue siendo positivo, la evolución de la economía continuará viéndose impactada por importantes riesgos como el conflicto en Ucrania, las tensiones inflacionistas o la problemática sequía, que golpea especialmente al sector agroalimentario que tiene un marcado peso en la economía andaluza. Por su parte, la tasa de desempleo andaluz se situó en el 17,6% en 2023. Aunque supera en 5,84 puntos porcentuales a la media nacional (11,76%), supone una reducción de 1,4 puntos porcentuales con respecto a 2022. Por su parte, el IPC en el último mes de 2023 fue del 3,3%, un resultado ligeramente superior respecto al conjunto nacional (3,1%), de acuerdo con los datos del INE.

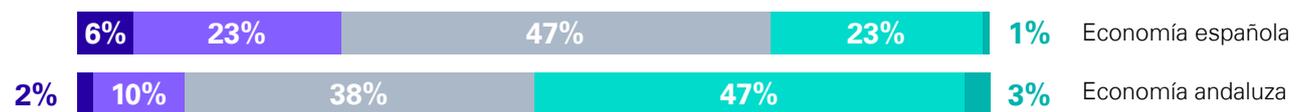
Cautela en las perspectivas económicas y confianza en las empresariales

Los directivos andaluces son conscientes de la complejidad que reviste el actual panorama económico, aunque se muestran ligeramente más optimistas respecto a la pasada edición. El 47% opina que la situación económica española es regular, frente al 52% en el pasado ejercicio de 2023, mientras se reduce el porcentaje de aquellos que la califican de mala o muy mala, (29%, seis puntos menos que en la pasada edición). Más pesimistas son sobre su evolución a 12 meses: el 53% cree que irá a peor, ocho puntos por encima de la media nacional.

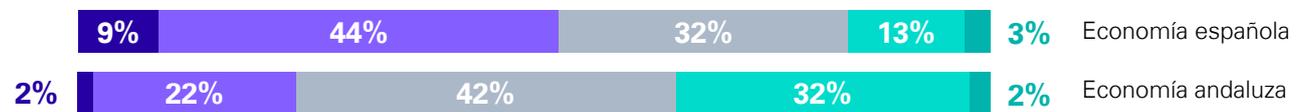
Los encuestados andaluces muestran mayor optimismo sobre la situación económica actual de su comunidad autónoma: la mitad de ellos (50%) califica como bueno o excelente el actual panorama de su región. Con respecto a las perspectivas económicas de Andalucía para este ejercicio el 42% opina que permanecerán igual, mientras que el 34% cree que evolucionará a mejor o a mucho mejor.

Valoración actual y perspectivas para los próximos 12 meses

Situación actual



Próximos 12 meses

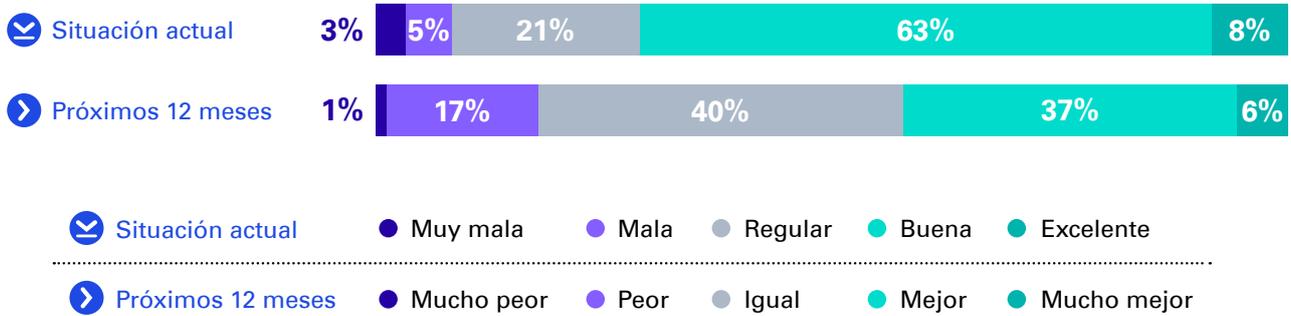


- ⌵ Situación actual
 ● Muy mala
● Mala
● Regular
● Buena
● Excelente

- ⌵ Próximos 12 meses
 ● Mucho peor
● Peor
● Igual
● Mejor
● Mucho mejor

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

Como ocurre en varias comunidades autónomas, los empresarios andaluces son significativamente más optimistas sobre la situación actual de sus empresas. De hecho, el 71% la califica de excelente o buena y un 43% cree que evolucionará a mejor o a mucho mejor en este ejercicio.

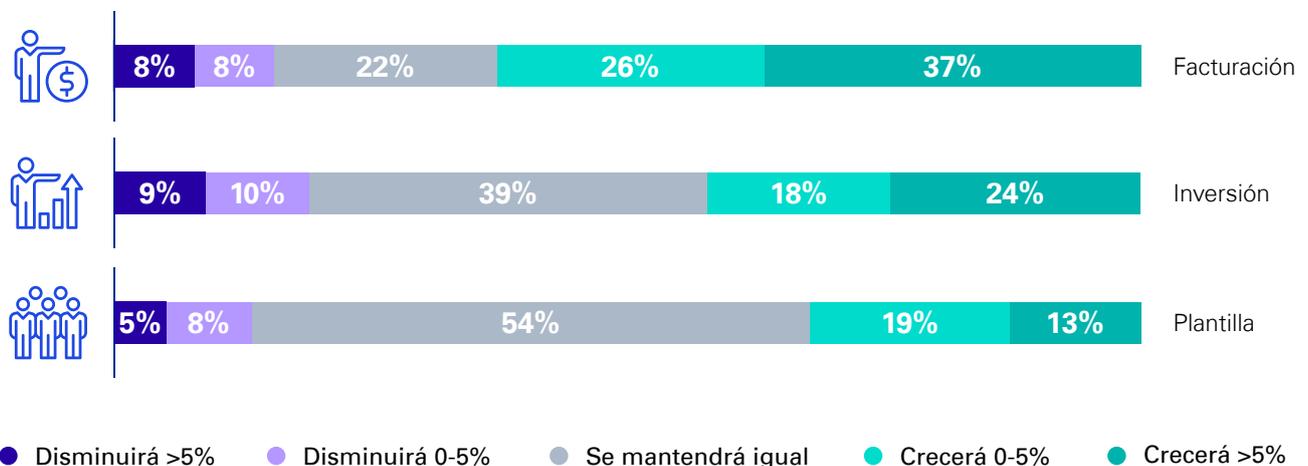


Nota: Puede que los porcentajes no sumen 100 por el efecto del redondeo de los decimales.

Esta realidad más optimista también se traslada a sus perspectivas sobre facturación e inversión: un 63% prevé aumentar sus ventas y el 37% de ellos afirma que lo hará por encima del 5%. Por su parte, el 42% asegura que aumentará su inversión (el 24% lo hará por encima del 5%).

No obstante, las previsiones de contratación son algo más cautas: el 32% asegura que aumentará su plantilla, ocho puntos menos respecto a la media nacional (40%). Sin embargo, más de la mitad (54%) asegura que se mantendrá igual, lo que redonda en el compromiso y la contribución de las empresas andaluzas en materia de empleo.

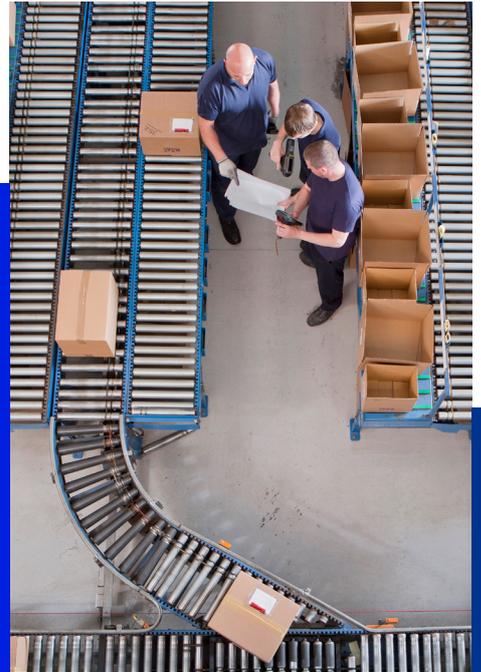
Perspectivas sobre la facturación, inversión y plantilla de la empresa en 2024:



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

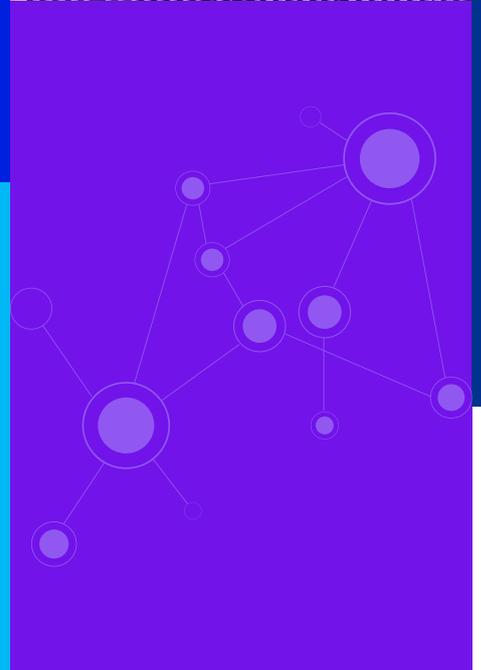
Si bien las empresas de la región continúan impulsando sus estrategias de internacionalización para 2024, lo hacen en menor medida que el pasado ejercicio. El 26% de los encuestados asegura que aumentará su presencia internacional este año (31% según el ejercicio de 2023). Además, un 3% de empresas que aún no están presentes en otros países, comenzará a internacionalizarse en este ejercicio.

En este sentido, los mercados que priorizarán los empresarios andaluces que apuestan por la expansión serán Estados Unidos (41%), Alemania (41%), Francia (37%), Italia (25%) y otros países de la Unión Europea (33%), además de Reino Unido (31%), países que ya cuentan con una amplia presencia de compañías andaluzas y españolas.



29%

prevé **aumentar**
su presencia
internacional o
iniciarla



Avanzar en la digitalización de la mano del talento

Las prioridades estratégicas de los empresarios andaluces se asientan fundamentalmente sobre la base de la digitalización y la innovación. En este sentido, son conscientes de la necesidad de impulsar su valor diferencial y confían en el talento como principal impulsor de esta transformación.

De este modo, el 77% sitúa la transformación digital como una de sus principales prioridades estratégicas y un 56% la necesidad de impulsar la atracción y fidelización de los mejores profesionales. Ambos ámbitos también son considerados un desafío a medio plazo, según el 69% y el 51% de los encuestados, respectivamente.

Prioridades estratégicas para los próximos 12 meses



Principales retos para las empresas en los próximos tres años



No es de extrañar que los empresarios andaluces primen el talento entre sus prioridades estratégicas cuando más de la mitad (51%) asegura estar experimentando dificultades para incorporar el talento que necesita su organización. Y es que, además, el 63% considera que la escasez de talento pone en riesgo sus objetivos de crecimiento.

En consecuencia, y dada la envergadura del desafío que plantea la escasez de talento, las empresas andaluzas están poniendo especial atención en tres áreas de su propuesta de valor: las oportunidades relacionadas con la formación y el desarrollo de capacidades profesionales, según el 26%, la conciliación y bienestar, y el desarrollo de un proyecto profesional atractivo (22% y 14% en cada caso).

Los aspectos de la propuesta de valor para el empleado en el que las empresas andaluzas pondrán un mayor foco



Capacidades digitales

No hay duda de que el talento de los profesionales será clave para extraer el máximo valor de la transformación digital por la que apuestan decididamente las empresas andaluzas. Sin embargo, y a la luz de los resultados del estudio, se observa que existe margen de mejora para impulsar las capacidades de los profesionales en el actual entorno digital.

Y es que la nota media que otorgan los empresarios andaluces a la adaptación digital de su plantilla (6,6) se mantiene con respecto a la valoración de 2023, mientras que la valoración de las adaptaciones digital de su compañía (7) mejora ligeramente con respecto a 2023 (6,9).

Valoración de las **capacidades digitales** de la **plantilla**

Nota media

6,6



Valoración de la **adaptación digital** de la **organización**

Nota media

7,0



En este sentido, existe un amplio margen de mejora de cara a desarrollar planes consolidados para impulsar las competencias profesionales, ya que solamente el 25% de los empresarios de la región asegura contar con un programa de *upskilling* o *reskilling* para sus profesionales.

En consecuencia, las empresas andaluzas pondrán el foco de sus inversiones no solo en impulsar su digitalización y apostar por nuevas tecnologías, según el 68%, sino también en formación (47%) para impulsar las capacidades y habilidades de sus profesionales.



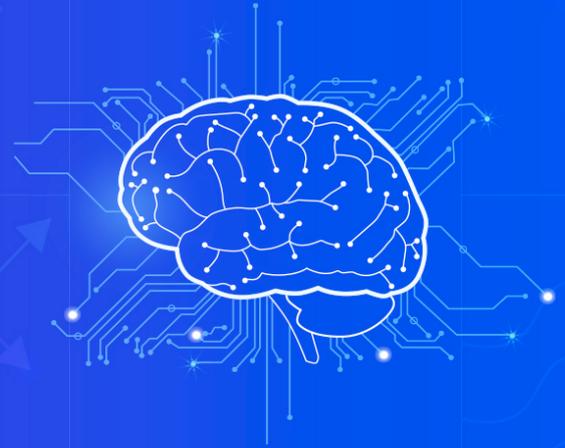
Prioridades de inversión para 2024



Adopción de la inteligencia artificial generativa

En aras de maximizar los beneficios y oportunidades que trae consigo la transformación digital, los empresarios andaluces son conscientes de la necesidad de apostar por tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial generativa (IAGen). Tanto es así que el 39% de empresarios andaluces tiene previsto incorporar esta tecnología en su negocio próximamente, mientras que el 13% asegura que ya lo ha hecho. Prevén empezar a aplicar la IAGen en áreas como marketing (59%), operaciones (52%) y relación con el cliente (50%).

El 61% reconoce que la gestión del cambio y el nuevo modelo de trabajo representa uno de los mayores retos a los que se enfrenta su empresa para aplicar la IA Generativa.



La necesidad de profundizar en los asuntos ESG

Además de impulsar la digitalización, las organizaciones continúan desarrollando la transformación verde de sus compañías para avanzar en los objetivos marcados e impulsar su crecimiento. Pese a que este año los resultados son algo más moderados, fruto del impacto de la inflación y la presión en los márgenes empresariales, el 32% de los empresarios andaluces sigue posicionando estas cuestiones ESG entre sus prioridades estratégicas para los próximos 12 meses.

De hecho, el 44% asegura que la estrategia de ESG de su organización contempla objetivos e indicadores concretos en esta materia.

Además, más del 40% de los encuestados de la región están convencidos de que su empresa está preparada para responder al mayor escrutinio por parte de los grupos de interés.

Sin embargo, los encuestados de la región son ampliamente conscientes de los desafíos que enfrenta su organización en materia de sostenibilidad. La integración de estas cuestiones en toda la cadena de valor es para el 48% de los empresarios andaluces uno de los mayores retos, además de la integración de estos factores en la cultura de la compañía (46%) y la definición de una estrategia a largo plazo en esta materia (45%).

Principales retos en materia de sostenibilidad a medio plazo (tres años)

La integración de estas cuestiones en **nuestra cadena de valor:**



La integración de estos factores en la **cultura de la compañía**



La **definición de una estrategia** a largo plazo en esta materia:



Atentos a la inflación y al escenario político

El 69% de los empresarios y directivos andaluces asegura que la inflación tuvo un impacto alto o muy alto en sus márgenes de beneficio en 2023. No es de extrañar este resultado, pues el IPC de Andalucía en el último mes de 2023 fue del 3,3%, una cifra que superó la media del conjunto nacional (3,1%), según datos del INE.

Y esta misma preocupación continuará latente en este ejercicio: el 58% considera como una de las

principales prioridades mitigar los efectos de la inflación en el negocio en los próximos meses. De hecho, el 44% prevé trasladar los incrementos de costes al precio si persiste la inflación elevada a lo largo de este ejercicio.

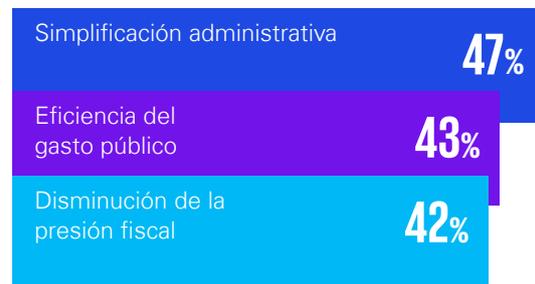
Además, los directivos de Andalucía sitúan los riesgos relacionados con la demanda como uno de los principales riesgos para su negocio, según el 30%.

Prioridades en el ámbito económico para el Gobierno central



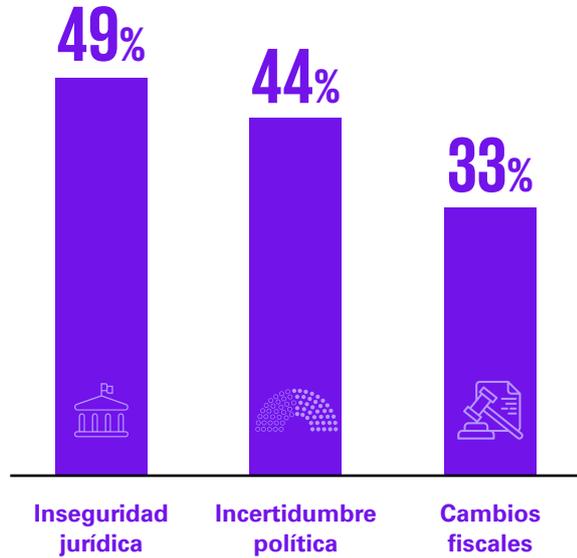
No es de extrañar, por tanto, que las medidas para mitigar el impacto de la inflación sean la demanda más común entre los empresarios de Andalucía al Gobierno central. Así lo cree el 40% de los encuestados, seguido muy de cerca por la simplificación administrativa (38%) y la mejora en la eficiencia del gasto público (36%). Estas dos últimas prioridades también se destacan en el caso de las demandas al Gobierno autonómico, incluyendo, además, la disminución de la presión fiscal, de acuerdo con el 42% de los encuestados de la región.

Prioridades en el ámbito económico para el Gobierno autonómico

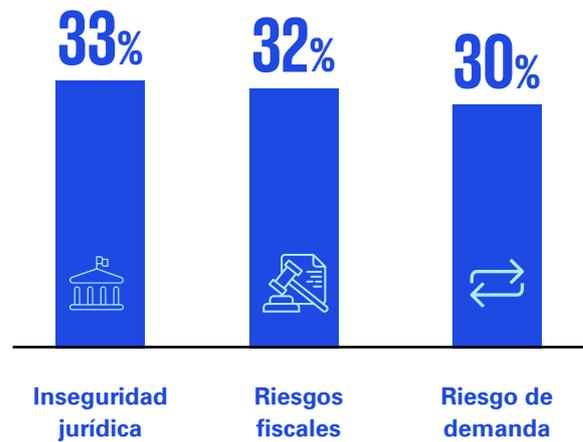


Respecto a las amenazas que los directivos andaluces detectan para la economía española en los próximos 12 meses, casi la mitad (49%) destaca la inseguridad jurídica, seguida por la incertidumbre política y los cambios fiscales (44% y 33%, respectivamente). La inseguridad jurídica y los riesgos fiscales también se sitúan entre los principales riesgos para el negocio, según el 33% y el 32% de los empresarios de la región, seguido por el riesgo de la demanda (30%).

Principales amenazas para la economía española en los próximos 12 meses



Principales riesgos para el negocio en los próximos 12 meses



Previsiones de las operaciones corporativas más moderadas

La actividad en operaciones por parte de las empresas andaluzas son ligeramente más moderadas en comparación a las previsiones del pasado año. En este sentido, el 26% tiene pensado cerrar alianzas o *joint ventures* (28% el pasado año) y

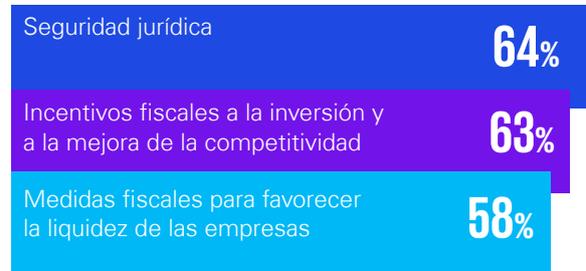
el 22% prevé realizar compras y adquisiciones (25% en 2023) en los próximos 12 meses. Este mismo porcentaje prevé financiar o refinanciar la deuda y, por su parte, el 12% llevará a cabo desinversiones de negocios *non-core* o compañías participadas.

Operaciones corporativas

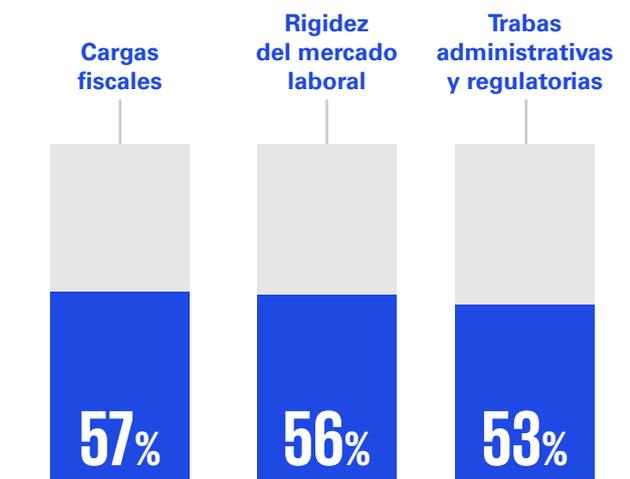
	Lo haré en los próximos 12 meses (edición 2024)	Lo haré en los próximos 12 meses (edición 2023)
Alianza o <i>joint venture</i>	26%	28%
Financiar o refinanciar deuda	22%	27%
Adquisiciones/compras	22%	25%
Desinversiones de negocios <i>non-core</i>	12%	12%
Fusiones	9%	8%
Venta de la compañía	6%	6%

En materia de fiscalidad, los empresarios andaluces señalan como principales prioridades: la seguridad jurídica (64%), los incentivos fiscales a la inversión y a la mejora de la competitividad (63%) y las medidas fiscales para favorecer la liquidez de las empresas (58%).

Prioridades en materia fiscal para el Gobierno central



Principales obstáculos que impiden a las pymes españolas aumentar su tamaño



Por su parte, no hay duda de que las pymes representan un motor esencial para el desarrollo económico andaluz y la generación de empleo. No obstante, estas se enfrentan a múltiples retos a la hora de aumentar su tamaño e impulsar su competitividad en el mercado. Más de la mitad de los empresarios andaluces destacan las cargas fiscales (57%), la rigidez del mercado laboral (56%) y las trabas administrativas y regulatorias (53%).



Sobre este informe

Este informe está basado en las respuestas que aportaron empresarios andaluces en la encuesta Perspectivas España 2024 realizada entre el 12 de diciembre de 2023 y el 5 de febrero de 2024.

Contacto

Nicolás Sierra

Socio responsable de KPMG en Andalucía

✉ nsierra@kpmg.es

☎ +34 639 756 379

Fernando Casas

Socio responsable de Mercados de KPMG en Andalucía

✉ fernandocasas@kpmg.es

☎ +34 697 955 247

Ramón Monedero

Socio responsable de Auditoría de KPMG en Andalucía

✉ rmonedero@kpmg.es

☎ +34 660 380 513



**Consulta los resultados de
Perspectivas España 2024**

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.

© 2024 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.

