



Perspectivas España 2021

Con la colaboración de:



www.kpmgperspectivas.es

Índice

Prólogo de Hilario Albarracín, presidente de KPMG en España	5
Prólogo de Antonio Garamendi, presidente de CEOE	7
Principales conclusiones	8
Escenario económico	13
Perspectivas económicas	19
Perspectivas empresariales	30
Estrategia empresarial	42
Información corporativa	65
Desafíos.....	67
Política económica	74
Sobre este informe.....	81
Ediciones regionales.....	85

La visión de...



Pablo Hernández de Cos

Gobernador del Banco de España

Pág. 17



Víctor Calvo-Sotelo

Director General de DigitalES

Pág. 57



Tomás Pascual Gómez-Cuétara

Presidente de FIAB

Pág. 37



Marina Serrano

Presidenta de AELEC

Pág. 62



Pilar González de Frutos

Presidenta de UNESPA

Pág. 41



Carles Navarro

Presidente de Feique

Pág. 66



Jorge Marichal

Presidente de CEHAT

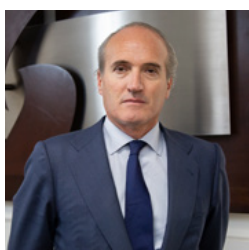
Pág. 45



Alfonso Merry del Val

Presidente de ANGED

Pág. 70



Julián Nuñez

Presidente de SEOPAN

Pág. 55



José Vicente de los Mozos

Presidente de ANFAC

Pág. 73



Prólogo



2021: año de transformación y recuperación

Me complace presentar una nueva edición de Perspectivas España, el informe anual que analiza las previsiones de las empresas españolas para los próximos doce meses y que elaboramos con la colaboración de CEOE desde hace seis años.

Las expectativas, estrategias, riesgos y demandas del tejido empresarial español que se anticipan en esta edición presentan un panorama agríndice en el que se evidencian el impacto desigual de la pandemia en los diferentes sectores y la transición definitiva a una nueva realidad competitiva.

El año 2020 ha puesto a prueba la resiliencia de las empresas españolas ante un acontecimiento profundamente disruptivo como es una pandemia global que ha requerido tomar medidas drásticas de limitación de la movilidad y distancia social en todo el mundo. Como es lógico, ha azotado severamente a sectores tan relevantes para nuestra economía como son el turismo, el ocio o la restauración, cuya recuperación queda ahora en manos de la velocidad y la eficacia de los procesos de vacunación. Pero también ha supuesto un ensayo general de la que debe ser la gran transformación de nuestro modelo productivo para hacer frente a los retos del futuro.

Los 1400 directivos españoles encuestados para esta edición auguran que 2021 será un año de transición en el que poco a poco se irá incrementando la facturación. No obstante, el camino por delante todavía presenta numerosas incógnitas y la mayor parte del tejido empresarial no espera recuperar sus ventas previas a la COVID-19 hasta 2022. Así pues, casi la mitad (44%) de los directivos consultados consideran que la situación de

su empresa a comienzos de 2021 es sensible, pero anticipan que aplicando medidas podrán sortear la crisis. Todo ello partiendo de que la mayoría (74%) cuenta con que conviviremos con la COVID al menos seis meses más.

En este contexto, vemos como la transformación digital, que ha ido ganando posiciones entre las prioridades estratégicas de las empresas a lo largo de los últimos años, ha adquirido aun mayor velocidad y despunta como el principal destino de inversión, el reto más acuciante o el área que requerirá mayor demanda de empleo: 6 de cada 10 directivos encuestados afirman que tendrán que contratar gestores de la transformación digital en los próximos años.

Junto a la digitalización, la otra gran palanca del plan de recuperación, la transformación sostenible, progresa paulatinamente en los planes de las empresas para el próximo año y se coloca entre las cinco prioridades en su estrategia. No cabe duda de que conforme las cuestiones más urgentes y de corto plazo consigan recuperar el rumbo, la inversión en economía verde crecerá de formar sostenida. En este sentido, los fondos europeos de recuperación se presentan como la gran oportunidad para impulsar proyectos innovadores, sostenibles, modernizadores y tecnológicos que necesita nuestro mercado.

Hilario Albarracín

Presidente de KPMG en España



Prólogo



Luz al final del túnel

Un año más tengo ante mí este informe de Perspectivas España 2021 que realiza KPMG. Un año más, pero en ningún caso un año cualquiera. Porque nos enfrentamos a un ejercicio que va a ser decisivo para nuestro futuro económico y de modelo de país.

Tras un 2020 que ha roto todos nuestros esquemas, en el que desgraciadamente hemos tenido que despedirnos de tantas personas y se han visto afectadas nuestras vidas en todos los ámbitos de una manera desconocida, hoy nadie dudaría en afirmar que la pandemia de la COVID-19 ha sido la protagonista de los últimos meses.

Esto explica que los resultados que arroja el informe muestren, como no podía ser de otro modo, a un empresariado preocupado ante la situación económica actual, consecuencia directa de estos largos meses de parón. En concreto, un 73% de los encuestados considera dicha situación mala o muy mala. Sin embargo, un 39% de los empresarios se muestra positivo ante la evolución de la economía y sus negocios a lo largo del presente año, y un 29% considera que se mantendrá estable.

En la misma línea, el 61% de los empresarios encuestados espera que su facturación aumente en 2021, si bien la amplia mayoría considera que no volverán a niveles previos a la pandemia hasta 2022 (el 35%) o incluso más allá de esa fecha (el 31%). Pero en el extremo contrario, encontramos también un 5% que considera que su supervivencia está ahora mismo en riesgo.

Pero a pesar de todos los inconvenientes, el optimismo es un rasgo definitorio del carácter de los empresarios españoles y una vez más queda patente su constancia y su voluntad de seguir adelante, siempre dispuestos a ver la luz al final del túnel y a redoblar esfuerzos para seguir creando empleo y riqueza para la sociedad, como demuestran las perspectivas de inversión, que se mantienen estables.

Para ayudarnos en el enorme empeño que tenemos por delante como país, contamos con los fondos europeos, pero es clave que se utilicen con visión de presente, pero también de futuro, con criterios de eficacia y eficiencia. Porque de lo que se trata es de conseguir transformar la economía productiva española y modernizarla para garantizar su competitividad las próximas décadas.

En resumen, es necesaria una estrategia ambiciosa que complemente la utilización de los fondos en los proyectos de inversión necesarios y liderados por el sector privado, con reformas estructurales encaminadas a modernizar nuestra economía. Contamos con los recursos y sabemos lo que hay que hacer. Hagámoslo.

Antonio Garamendi

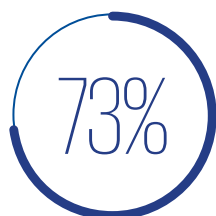
Presidente de CEOE

Principales conclusiones

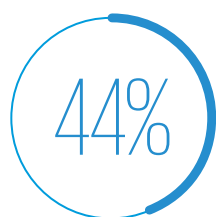


***Perspectivas España 2021* es un informe realizado por KPMG con la colaboración de CEOE que recoge la opinión de más de 1.400 directivos y empresarios españoles sobre la situación económica actual y sus expectativas empresariales.**

La COVID-19 dibuja un escenario complejo



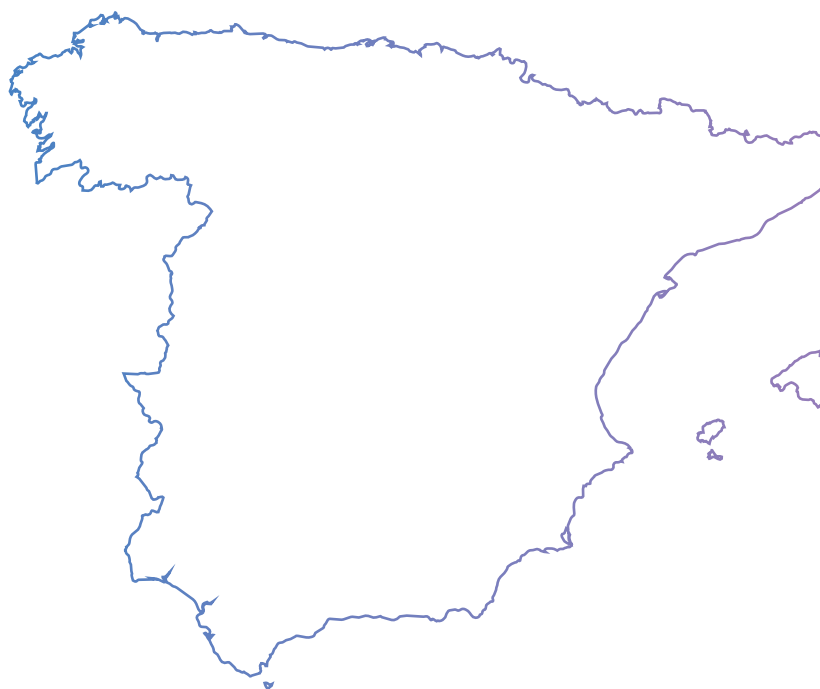
de los encuestados cree que la situación económica actual es **mala o muy mala**



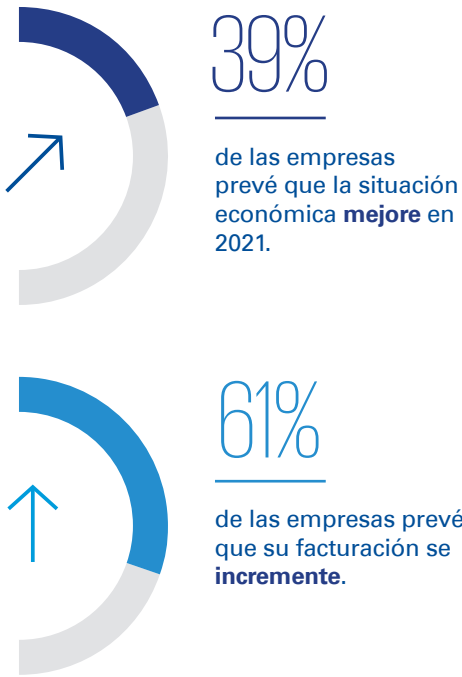
cree que la situación de su empresa es **sensible**



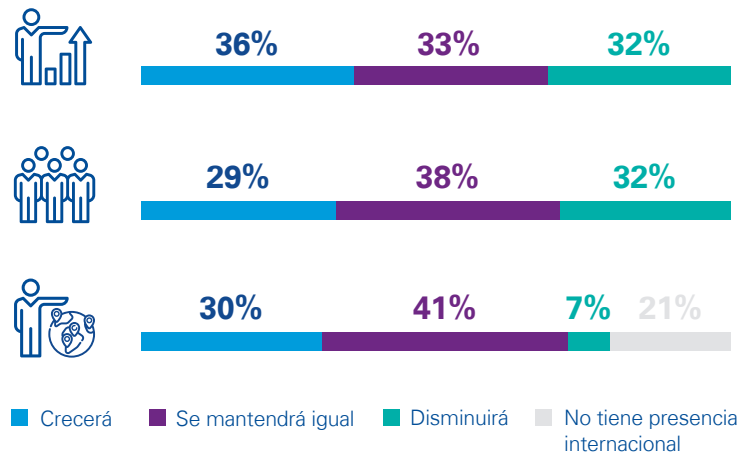
ha aplicado ajustes en su plantilla



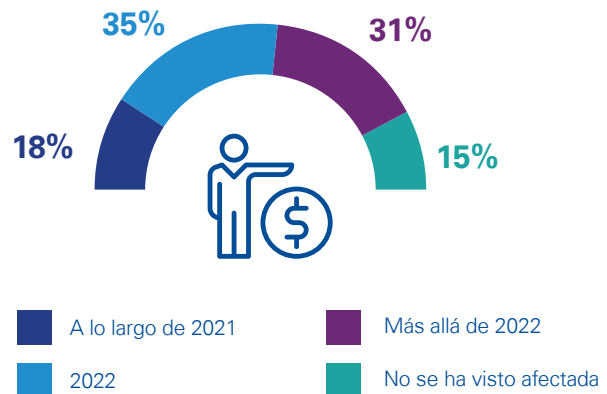
Se espera que en 2021 comience la recuperación...



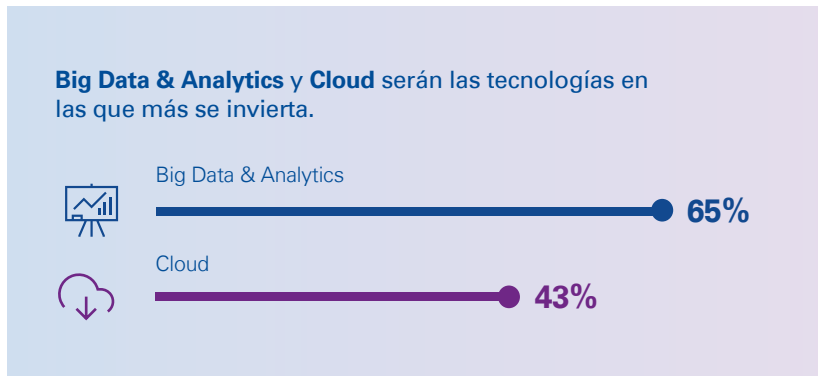
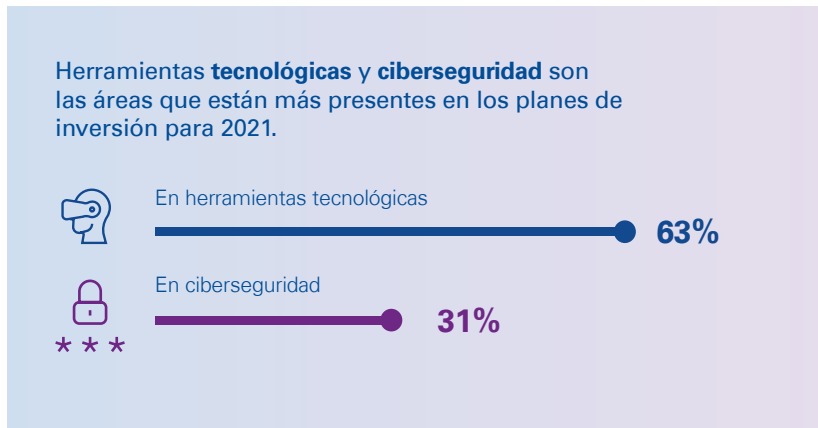
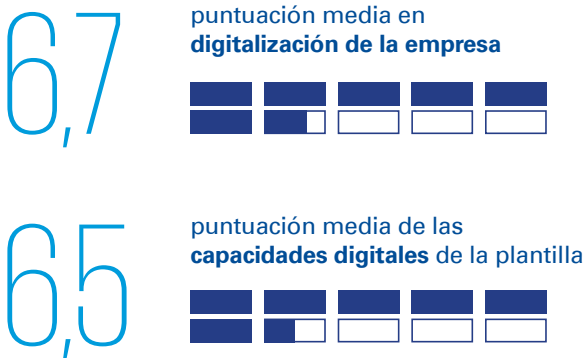
La **inversión**, la **plantilla** y la **internacionalización** se mantienen estables.



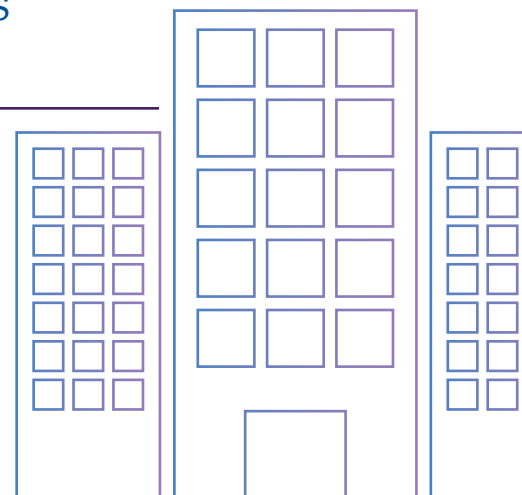
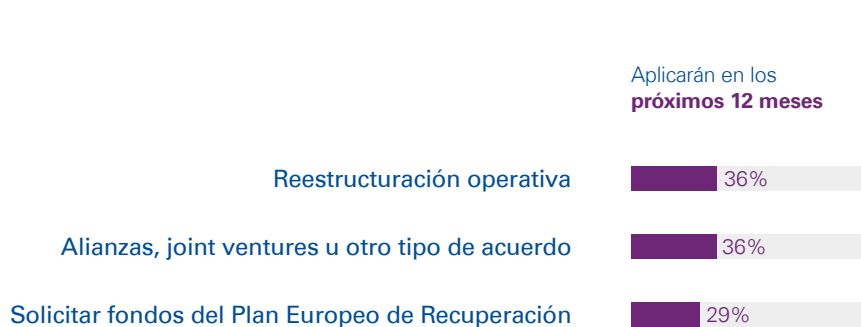
...aunque todavía no se alcanzarán los niveles de facturación previos a la pandemia

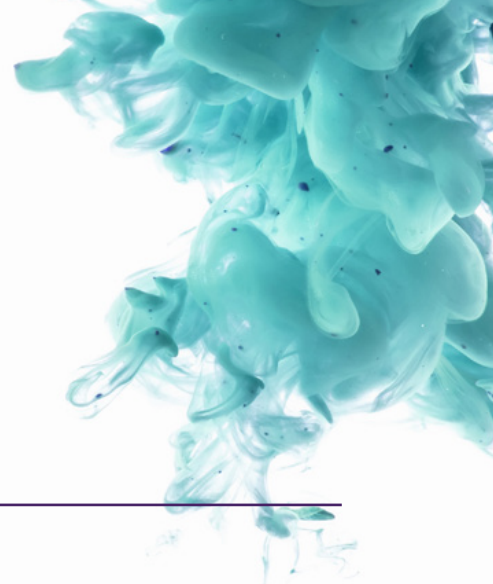


En 2021, las empresas apostarán decididamente por la digitalización, que presenta un amplio margen de mejora



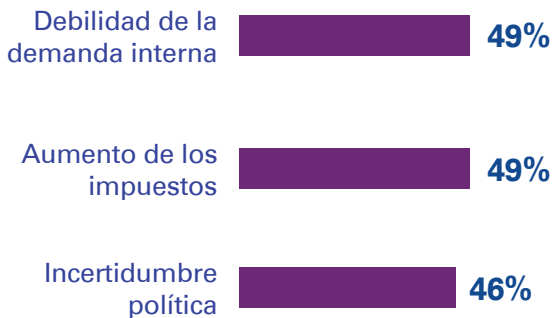
... y emprenderán operaciones corporativas para adaptarse a la nueva realidad...



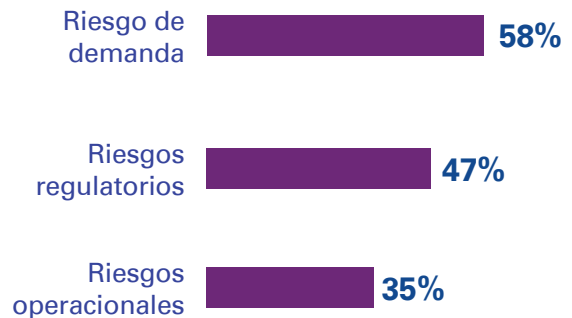


...en la que el impacto de la COVID-19 en la demanda se erige como principal riesgo.

Riesgos para la economía española



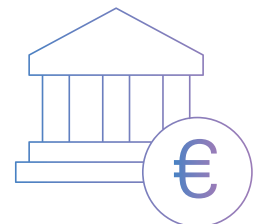
Riesgos para el negocio de las empresas



La eficiencia del gasto público es la principal demanda de las empresas al Gobierno...



... y le piden incentivos fiscales a la administración y replantear el IRPF y el impuesto de sociedades.



Igual que en el test de Rorschach el individuo identifica siluetas a partir de manchas de tinta, en el contexto incierto y complejo que ha dibujado la COVID-19, las empresas deberán identificar los riesgos que amenazan sus negocios y las oportunidades que impulsarán su recuperación y crecimiento.

Escenario económico



En 2020 la economía española se derrumbó un 11%, la mayor caída que ha experimentado desde la Guerra Civil. El impacto de la COVID-19 ha asestado un duro golpe en la actividad empresarial, el empleo, el consumo y las cuentas nacionales. En 2021 comenzará la recuperación, que según los principales organismos será progresiva. El Gobierno confía en que el PIB nacional crezca un 9,8%, impulsado por los fondos del Plan de Recuperación Europeo, que desempeñarán un papel crucial en la transformación del tejido productivo para hacerlo más resiliente, verde y digital.

1. Previsiones económicas para 2021

	PIB (crecimiento en %)	Tasa de paro (EPA)	Déficit (sobre PIB)	Inflación	Deuda Pública (Peso sobre PIB)	Demanda interna	Demanda externa
Gobierno (escenario inercial) ¹	7,2%	16,9%				9,3%	0,5%
Gobierno (incluyendo Plan de Recuperación) ²	9,8%	16,3%					
Comisión Europea ³	5,6%	17,9%	-6,0%	0,8%	122,0%	3,7%	1,6%
FMI ⁴	5,9%	16,8%		0,8%			

¹Previsiones publicadas en octubre de 2020. ²Previsiones publicadas en octubre de 2020. ³Los datos de PIB e inflación corresponden a las *Previsiones de Invierno* (febrero de 2021). Los datos de tasa de paro, déficit, deuda pública, demanda interna y demanda externa pertenecen a las *Previsiones de Otoño* (noviembre de 2020). ⁴Previsiones publicadas en enero de 2021.

Después de un 2020 marcado por el impacto sanitario, económico y social de la pandemia por COVID-19, 2021 está llamado a ser el año en que comience la recuperación. Así lo anticipan los principales organismos económicos tanto nacionales como internacionales. Sin embargo, sus previsiones también apuntan a que el crecimiento que experimentarán algunos mercados este año no bastará para compensar la caída sufrida el año pasado. Este será el caso de los países europeos y, especialmente, de España.

En 2020, la economía española se derrumbó un 11% en 2020, dos décimas menos de lo que preveía el Gobierno y una menos de lo que apuntó el FMI en sus últimas previsiones. El confinamiento estricto en marzo y abril, los rebotes, la mayor dependencia con los sectores más golpeados por las restricciones a la movilidad y la alta representación de las pymes, con menor capacidad de respuesta a coyunturas como la provocada por la COVID-19, en el tejido empresarial, son algunas de las razones que explican que España

haya sufrido un golpe mayor que el de sus vecinos europeos. Y, a juzgar por las previsiones del FMI y la OCDE, su recuperación será más lenta, solo por delante de Italia. El FMI anticipa que el PIB nacional se incrementará un 5,9% en 2021 y un 4,7% en 2022, por lo que la recuperación no se produciría hasta 2023. En la misma línea se mueven las últimas previsiones de la OCDE, difundidas en diciembre de 2020, que pronostican una caída del PIB del 11,6% y crecimientos del 5% y 4% en 2021 y 2022.

Especialmente preocupantes son las previsiones sobre el empleo. La COVID-19 ha asestado un duro golpe a las plantillas: según los datos de la EPA, en 2020 se destruyeron 622.000 empleos y la tasa de paro aumentó hasta el 16,13% en España. De acuerdo con las previsiones de la OCDE podría incrementarse aún más en 2021 y llegar al 17,4%. El temor a que el fin de los ERTE suponga un incremento notable en la cifra de desempleados planea en el aire.



“ Al igual que prevén los principales organismos económicos nacionales e internacionales, las empresas españolas apuntan a que este año será de crecimiento, pero que habrá que esperar hasta al menos 2022 para que la recuperación sea total. Con el fin de acelerarla, las compañías pondrán el foco en la digitalización y la mejora de procesos, dos áreas de la gestión corporativa que se han revelado prioritarias a la hora de mitigar los efectos de eventos disruptivos como la pandemia. El éxito de estos procesos estará estrechamente ligado a las capacidades y habilidades de los empleados, que requerirán de una actualización constante con el fin de responder a las demandas de un cliente más exigente, selectivo y comprometido con el entorno. No hay que olvidar que para las empresas que han sufrido un mayor golpe en estos duros meses, lo fundamental será garantizar su liquidez y solvencia, por lo que tendrán que emprender aquellas operaciones que garanticen su viabilidad y les permitan obtener un mejor rendimiento en la nueva realidad. No cabe duda de que nos esperan unos meses complejos, en los que las organizaciones deberán hacer todos los esfuerzos necesarios por generar confianza en medio de un clima de incertidumbre. Será vital que las medidas que pongan en marcha no solo resuelvan retos en el corto plazo, sino que impulsen su desarrollo en el medio y largo plazo. ”

Juan José Cano

Consejero delegado y socio responsable de Deal Advisory de KPMG en España



Pablo Hernández de Cos
 Gobernador del Banco de España

El impacto final de la crisis dependerá de su magnitud y duración y de la efectividad de las medidas

P. A la vista del nivel de provisiones que se han constituido durante el año 2020, y teniendo en cuenta su sólida posición de partida, ¿considera que los bancos españoles se encuentran suficientemente preparados para los inevitables efectos de la pandemia en términos de incremento de la morosidad y futuras pérdidas?

R. Las mejoras experimentadas durante la última década en la calidad de los balances y en los niveles de solvencia colocaron al sector bancario español en mejor situación para absorber la actual crisis. El efecto de la profunda reforma financiera internacional y el proceso de reestructuración del sector implementados en la última década en España, junto con las distintas medidas de política económica adoptadas durante esta crisis, están ayudando a mitigar y a gestionar los riesgos generados por esta. Esta es también la principal conclusión que se extrae del análisis que llevó a cabo el BCE en julio sobre la capacidad de resistencia de las entidades y que resultan muy similares a los obtenidos por el Banco de España. De hecho, la ratio de solvencia de partida de las entidades españolas aumentó de forma significativa en 2020 como consecuencia de la reducción de los activos ponderados por riesgo y de otras medidas adoptadas por las autoridades como las restricciones al reparto de dividendos, así como por la reducción de la morosidad registrada en el año.

El deterioro en los resultados de las entidades observado en 2020 se debió, sobre todo, a la anticipación de provisiones por deterioro de crédito. Este esfuerzo deberá mantenerse en el futuro ya que el impacto pleno de la crisis sobre la capacidad de pago de los clientes se observará con cierto desfase temporal. En todo caso, el impacto final de la crisis dependerá de su magnitud y duración y de la efectividad de las medidas para paliar sus efectos sobre familias y empresas. Las autoridades deberemos seguir ejerciendo una vigilancia estrecha sobre las entidades y habremos de seguir adoptando medidas para mitigar los riesgos y, por supuesto, estar dispuestos para dar una respuesta adecuada en caso de que se materialicen. Además esta respuesta deberá ser europea, dado el compromiso con la Unión Bancaria. De hecho, la aprobación de un fondo de garantía de depósitos europeo plenamente mutualizado, supondría una contribución decisiva para garantizar la estabilidad financiera en el área del euro y evitar problemas de fragmentación financiera, tanto a corto como a medio plazo.

Todo ello permitirá que las entidades bancarias sigan actuando como factor mitigador –y no amplificador– de los efectos económicos de la pandemia. No obstante, tras la crisis el sector bancario español y europeo deberán hacer frente a la baja rentabilidad profundizando en las ganancias de eficiencia, reduciendo costes y utilizando más intensivamente las nuevas tecnologías.

Precisamente los ERTE, junto con otras medidas, que el Ejecutivo ha ido adoptando con el objetivo de mitigar los efectos económicos y sociales de la pandemia ha tenido un elevado coste para las arcas del Estado. En 2021, la deuda pública podría rozar el 119%, según el FMI; alcanzar el 120,5%, de acuerdo con la OCDE, o superar el 122% de acuerdo con los pronósticos de la Comisión Europea. Las previsiones de déficit de este año se sitúan entre el 6% que pronostica la Comisión Europea y el 9,2% que anticipa la OCDE. El riesgo para España a medio plazo es que ese déficit, que obedece a una situación coyuntural, se convierta en estructural y que los mercados puedan desconfiar de la capacidad de España para afrontar sus pagos. Aunque, de momento, ese peligro parece lejano, pues la prima de riesgo se mantiene en el entorno de los 60 puntos.

Otro de los ámbitos en los que la COVID-19 ha tenido una incidencia negativa es el consumo. A cierre de 2020, el índice de confianza del consumidor se encontraba en los 63,1 puntos, 14,6 puntos por debajo del mismo mes del año anterior. Ante la incertidumbre generada por la COVID-19, el consumidor se ha vuelto más cauto a la hora de gastar: según el INE, el gasto en consumo final de los hogares cayó en 2020 un 8,4% en términos interanuales. Esto se ha traducido en un incremento histórico de la tasa de ahorro de los hogares, que se situó en el tercer trimestre de 2020 en el 15,1%. Si volviese a los niveles medios (en torno al 8%) supondría una inyección de más de 53.000 millones de euros en la economía.

El Gobierno se muestra confiado en que el consumo se recupere este año y anticipa que la demanda interna se incremente un 9,3% este año. Asimismo, prevé que

el PIB podría crecer un 9,8% gracias al impacto positivo de los fondos del Plan Europeo de Recuperación. El Ejecutivo otorga así un papel protagonista a Next Generation EU en la recuperación económica. España podrá recibir hasta 140.000 millones de euros, 72.000 millones en ayudas directas, para transformar su tejido productivo con el fin de hacerlo más resiliente, digital y sostenible. Los presupuestos de este año incluyen una partida de gastos de más de 26.000 millones procedentes de este programa. Además, en las últimas semanas se ha aprobado la legislación que regulará la gestión de estos fondos, en la que la iniciativa privada deberá tener un papel protagonista.

En el ámbito internacional, 2021 será el primer año en el que Reino Unido esté fuera completamente de la UE. Aunque el acuerdo comercial entre ambas partes, firmado in extremis antes de que expirase el plazo, permite un comercio sin tarifas ni cuotas y garantiza que se respetarán los estándares laborales, medioambientales e impositivos exigidos por la UE, Reino Unido queda fuera de la unión aduanera y el mercado común, lo que se traducirá en un incremento de la burocracia, que afectará a las cadenas de suministro.

Al otro lado del Atlántico, Joe Biden ha llegado a la Casa Blanca con un programa económico que integra un programa de estímulo contra la COVID-19 dotado con 1,9 billones de dólares, con una apuesta decidida por la economía verde. El nuevo presidente norteamericano parece decidido a acercar posturas con China, cuyo peso en el mapa geopolítico se ha incrementado en los últimos años, y con la Unión Europea.

Perspectivas económicas



La actividad de las empresas sigue viéndose impactada por los efectos de la COVID-19. Esta realidad queda reflejada en la valoración que las compañías hacen de la situación económica actual, que se mantiene en línea con la que expresaban en las primeras semanas de la pandemia. No obstante, sus perspectivas para los próximos doce meses mejoran sensiblemente. Parece que la experiencia vivida desde marzo de 2020 invita a ser cautos.

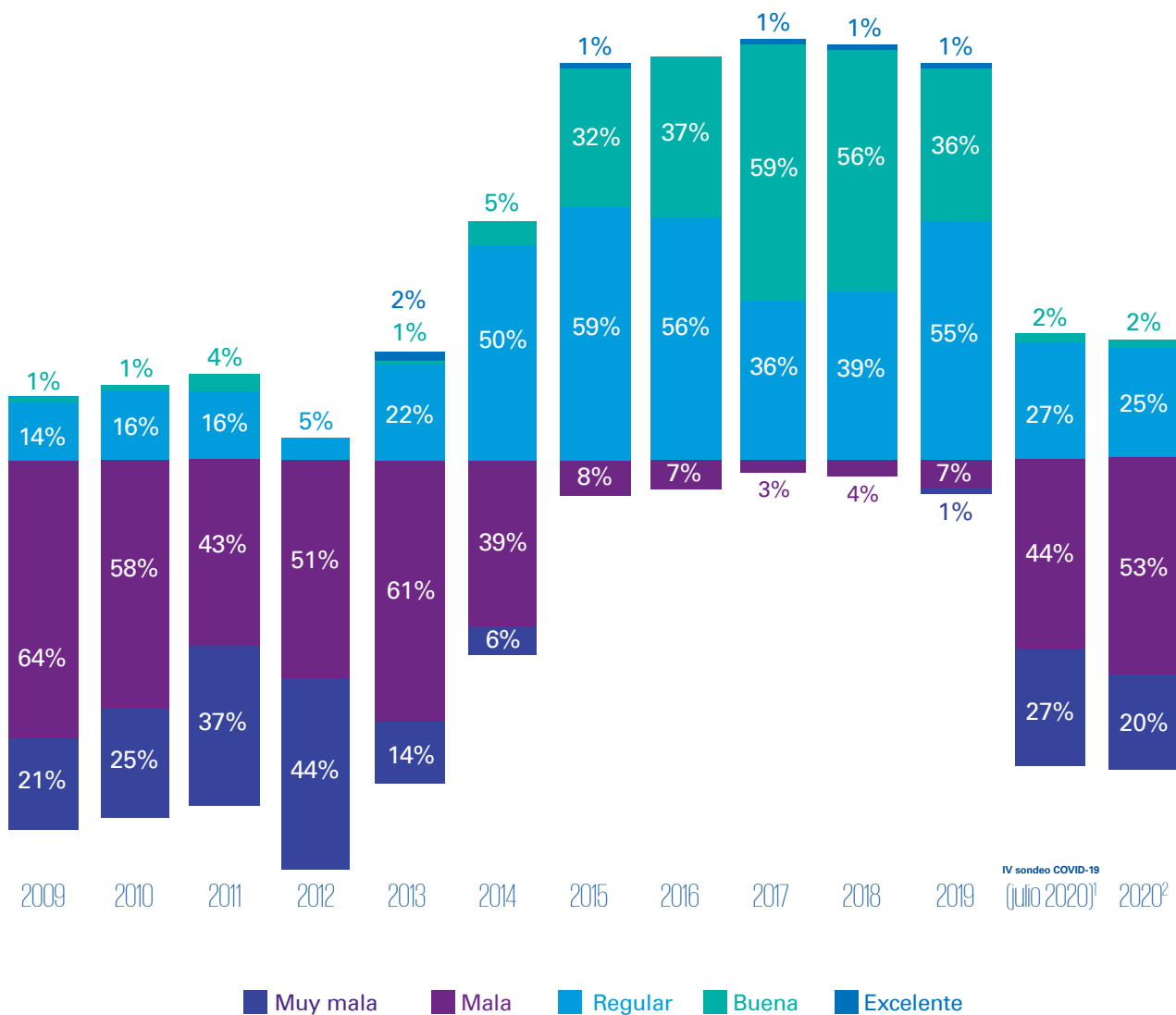
Los escenarios más pesimistas que contemplaban los principales organismos económicos nacionales e internacionales se están cumpliendo. Las economías están haciendo frente a una pandemia que se ha prolongado durante meses y ha golpeado en varias olas, obligando a los gobiernos a establecer continuamente restricciones a la actividad de las empresas y la movilidad de los ciudadanos.

Este contexto explica la valoración negativa sobre la situación económica actual que expresan las compañías españolas que han participado en este informe. El 73% de los encuestados la califica de mala o muy mala, dos puntos porcentuales por encima del cuarto y último informe *La empresa*

española ante la COVID-19, que KPMG publicó en julio de 2020. Solo el 2% de los encuestados considera que es buena, el mismo porcentaje que hace siete meses (gráfico 2).

Sin embargo, las perspectivas sobre la evolución de la economía para los próximos doce meses son sensiblemente más optimistas: el 39% de las empresas confían en que la situación económica mejore, frente al 34% que lo esperaban en julio de 2020. Se reduce notablemente el porcentaje de compañías que creen que la situación económica empeorará en ese periodo, que pasa del 46% de julio al 32% de este informe (gráfico 3).

12. Evolución de las perspectivas de la situación actual de la economía española

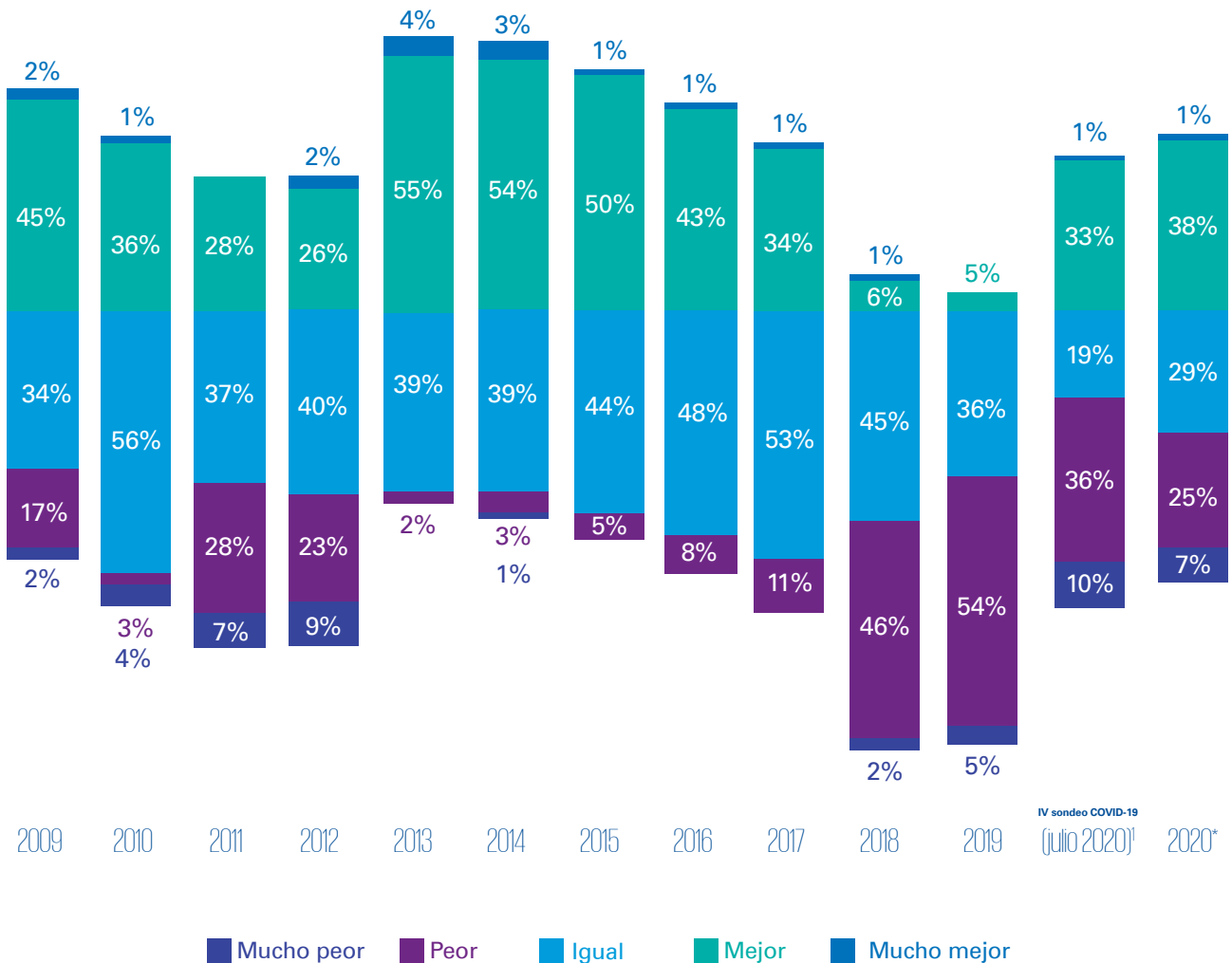


¹Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

²Valoraciones realizadas entre noviembre de 2020 y enero de 2021

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

13. Evolución de las perspectivas de la situación económica española a 12 meses



¹Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

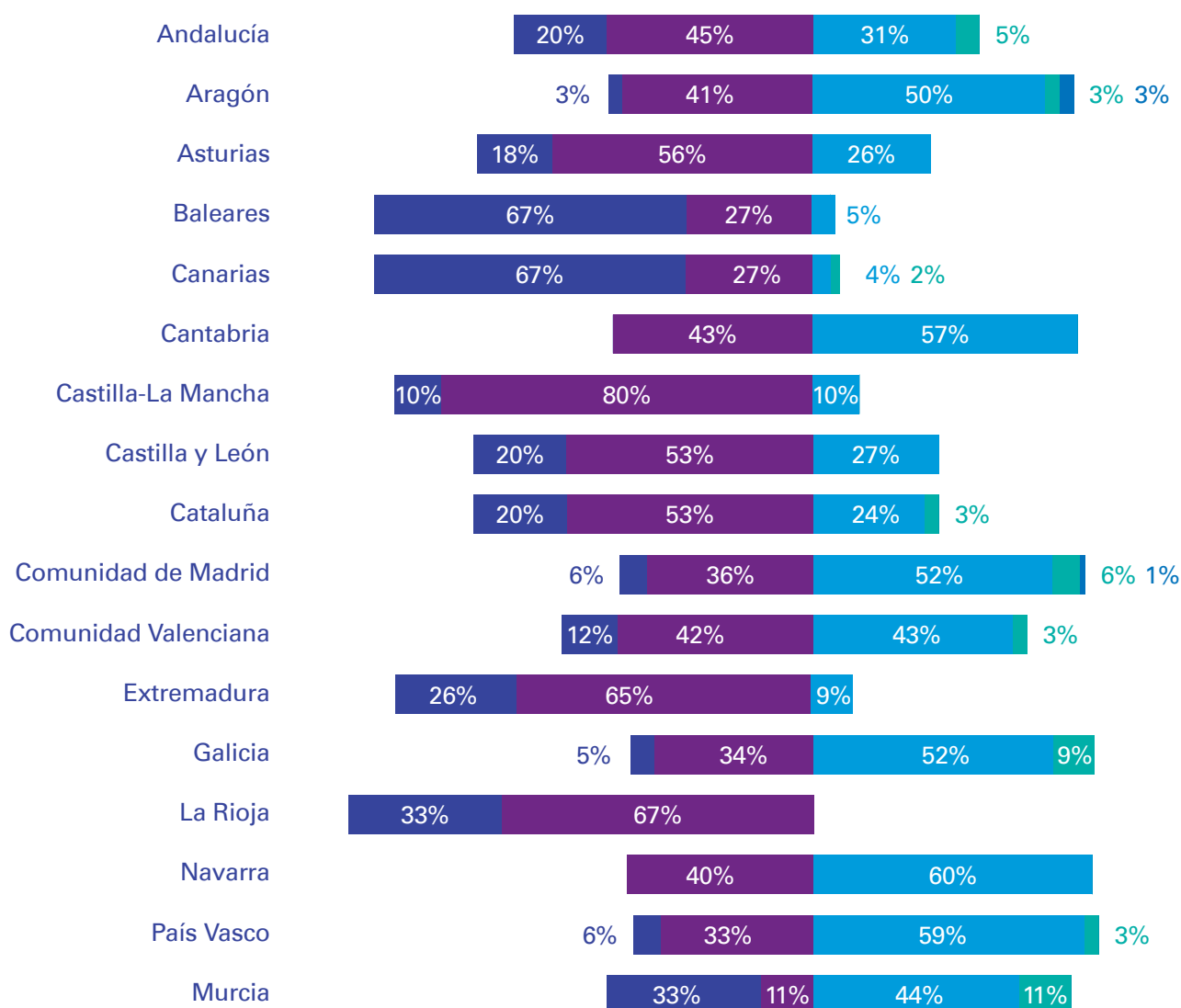
²Valoraciones realizadas entre noviembre de 2020 y enero de 2021

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

Las empresas expresan opiniones similares a la hora de evaluar la situación económica actual de sus comunidades autónomas y su evolución en los próximos doce meses. Las compañías de Galicia,

País Vasco y Navarra son las que ofrecen una valoración menos negativa de la actual coyuntura. Navarra es, además, junto con Baleares, la más optimista en sus perspectivas para este año.

4. Valoración de la situación económica de su comunidad autónoma actualmente



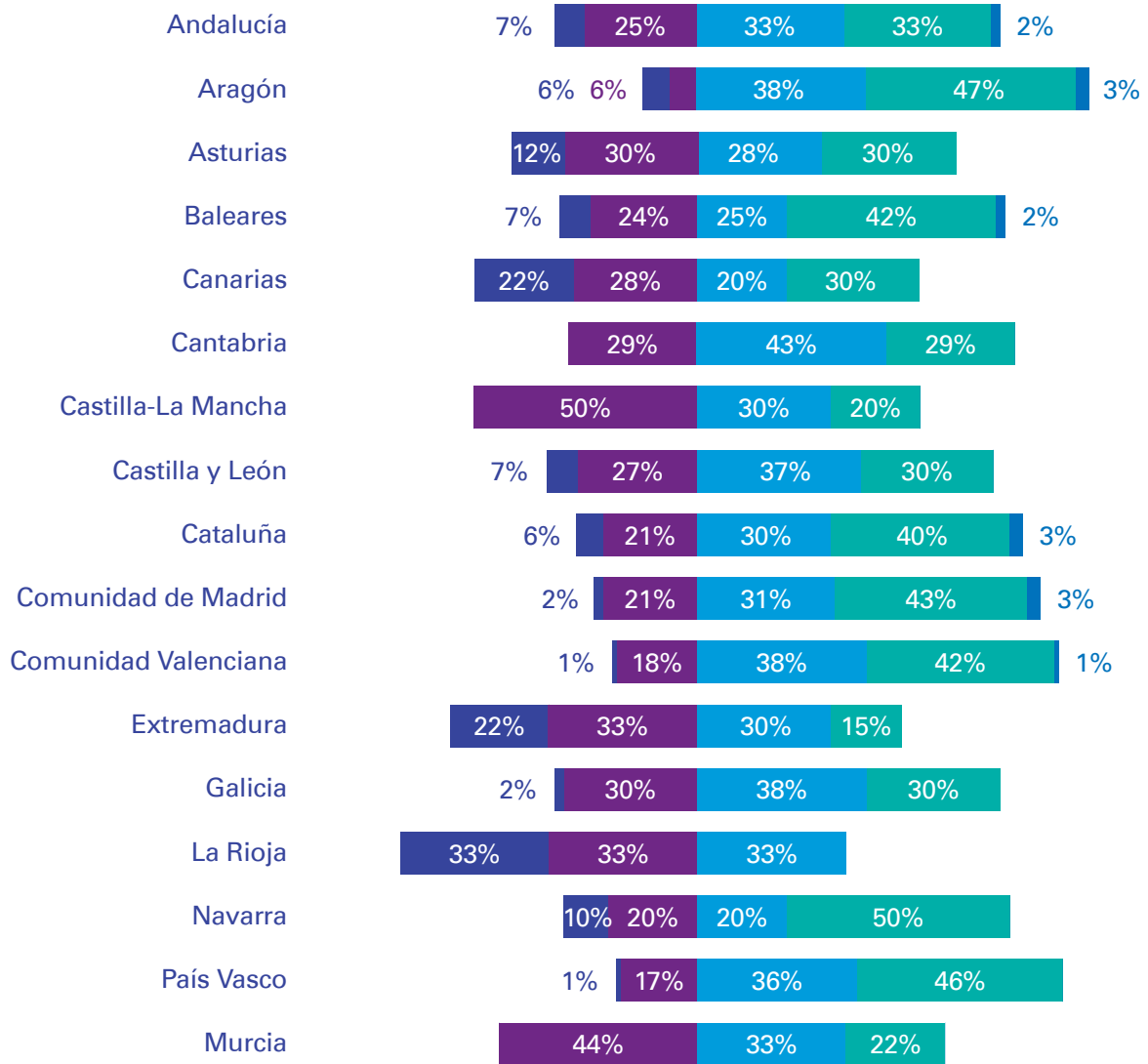
Promedio España 



■ Muy mala ■ Mala ■ Regular ■ Buena ■ Excelente

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

5. Valoración de la situación económica de su comunidad autónoma en los próximos 12 meses



Promedio España  8% 27% 32% 32% 1%

Mucho peor
 Peor
 Igual
 Mejor
 Mucho mejor

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

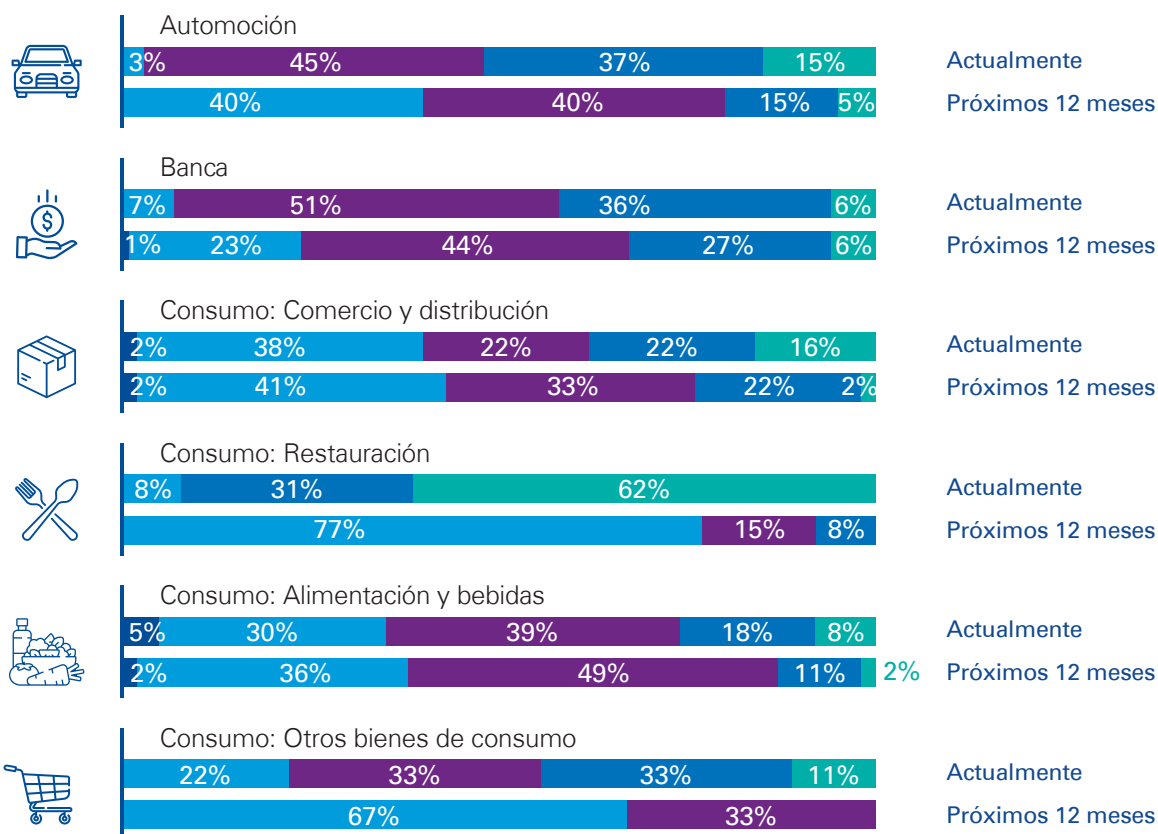
La pandemia ha golpeado duramente a algunos sectores, especialmente a aquellos vinculados a la movilidad y el contacto humano, mientras que ha supuesto una oportunidad de desarrollo para otros, sobre todo, los relacionados con la digitalización y la inmunización contra la enfermedad. Este hecho queda patente en las respuestas que ofrecen los encuestados a la hora de valorar la situación de su sector: mientras que el 98% de las empresas de Turismo y el 93% de las de Restauración la califica de mala o muy mala, el 73% de las compañías de Telecomunicaciones, el 61% de las de Tecnología y el 59% de las de Life Sciences consideran que es buena o muy buena (gráfico 6).

Cuando analizan las perspectivas a doce meses en su sector, curiosamente son las compañías del sector Restauración las más optimistas: el 77% cree que irá a mejor. Les siguen las de Otros bienes de consumo (el 67% cree que el escenario mejorará) y Tecnología, sector en el que el 61% de las empresas considera que su situación irá a mejor o mucho mejor (gráfico 7).

Como se puede ver, las compañías encuestadas valoran la situación económica de su sector, tanto actualmente como dentro de doce meses, con mayor optimismo que cuando evalúan la economía en general.

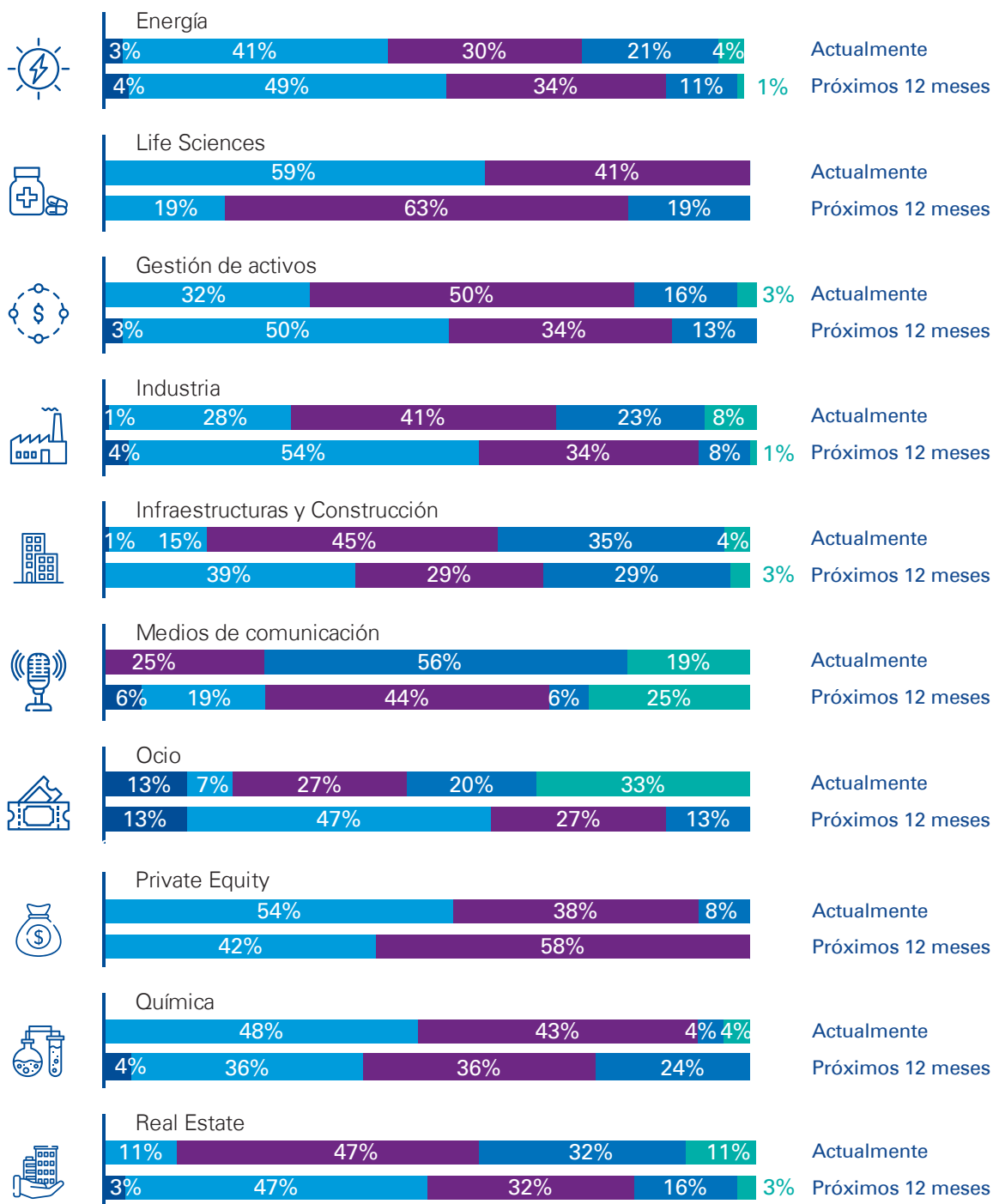
16. Valoración de la situación económica en su sector actualmente

17. Valoración de la situación económica en su sector en los próximos 12 meses



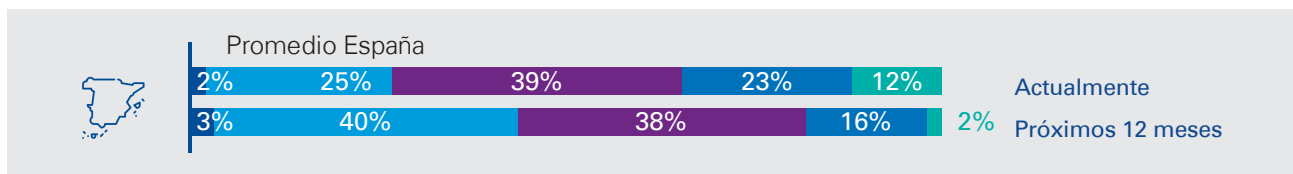
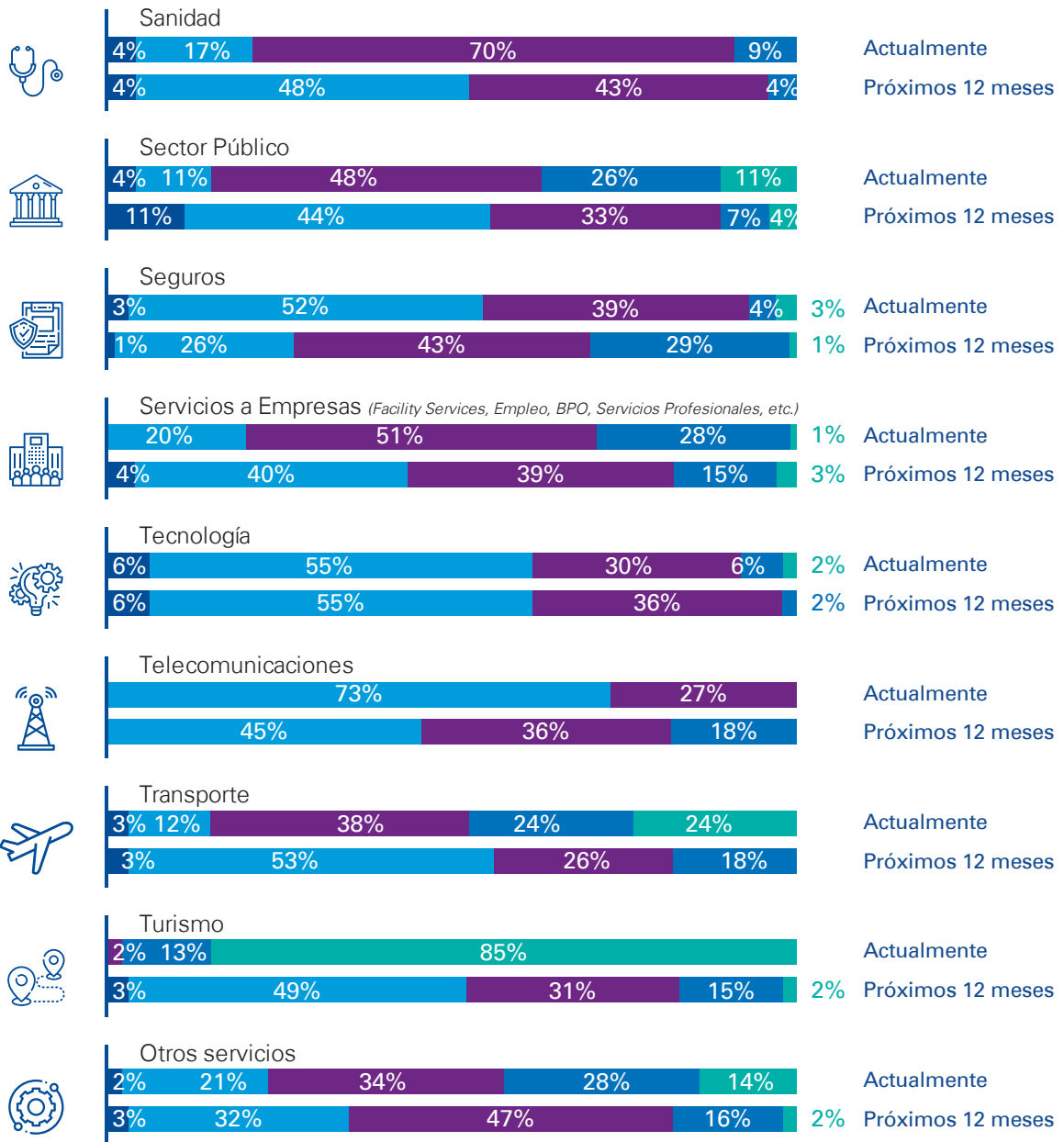
Actualmente: ● Excelente (Azul oscuro), ● Buena (Azul claro), ● Regular (Púrpura), ● Mala (Azul medio), ● Muy mala (Verde)
 En los próximos 12 meses: ● Mucho mejor (Azul oscuro), ● Mejor (Azul claro), ● Igual (Púrpura), ● Peor (Azul medio), ● Mucho peor (Verde)

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



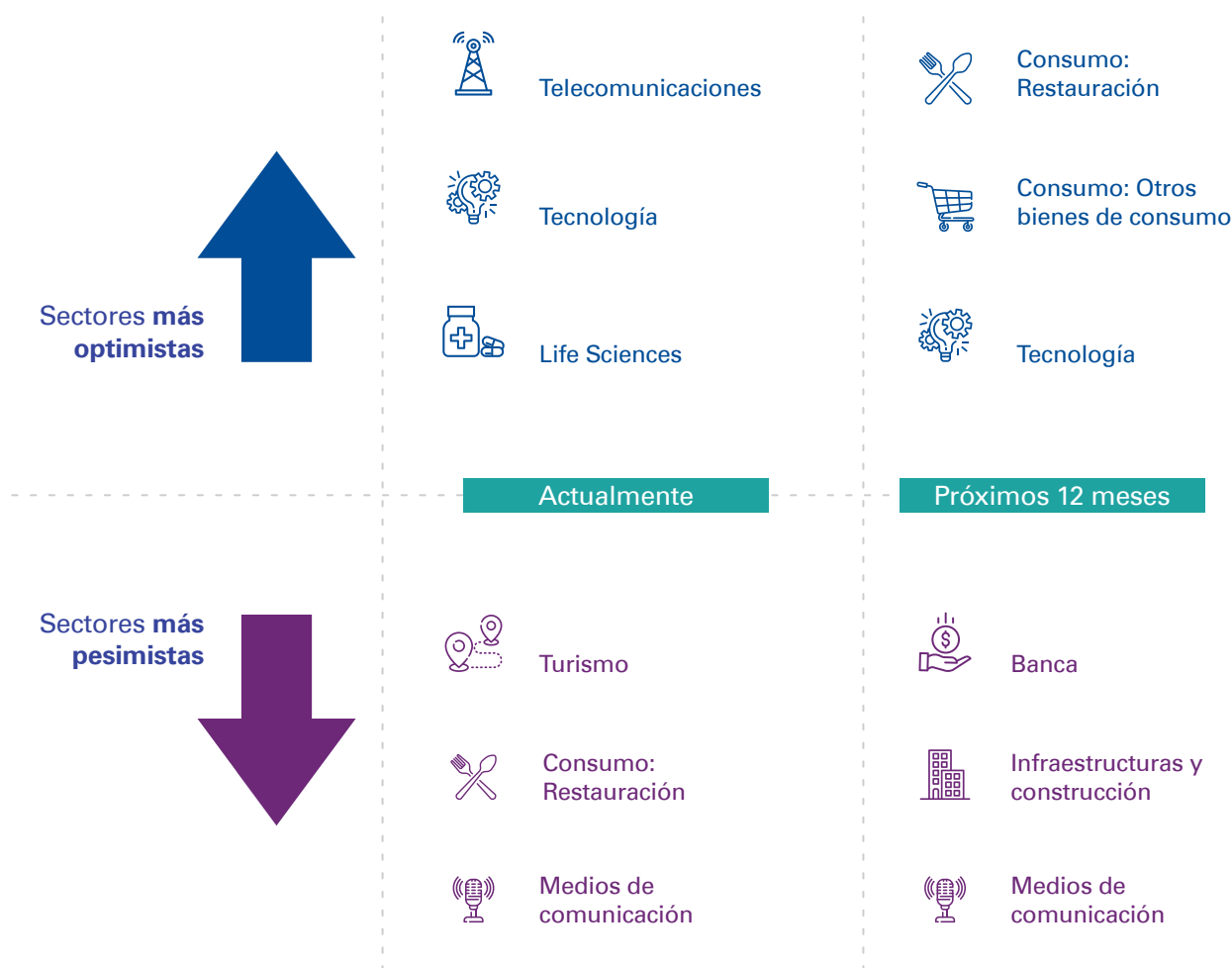
Actualmente ● Excelente ● Buena ● Regular ● Mala ● Muy mala
 En los próximos 12 meses ● Mucho mejor ● Mejor ● Igual ● Peor ● Mucho peor

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



Actualmente ● Excelente ● Buena ● Regular ● Mala ● Muy mala
 En los próximos 12 meses ● Mucho mejor ● Mejor ● Igual ● Peor ● Mucho peor

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



| Gobierno de coalición

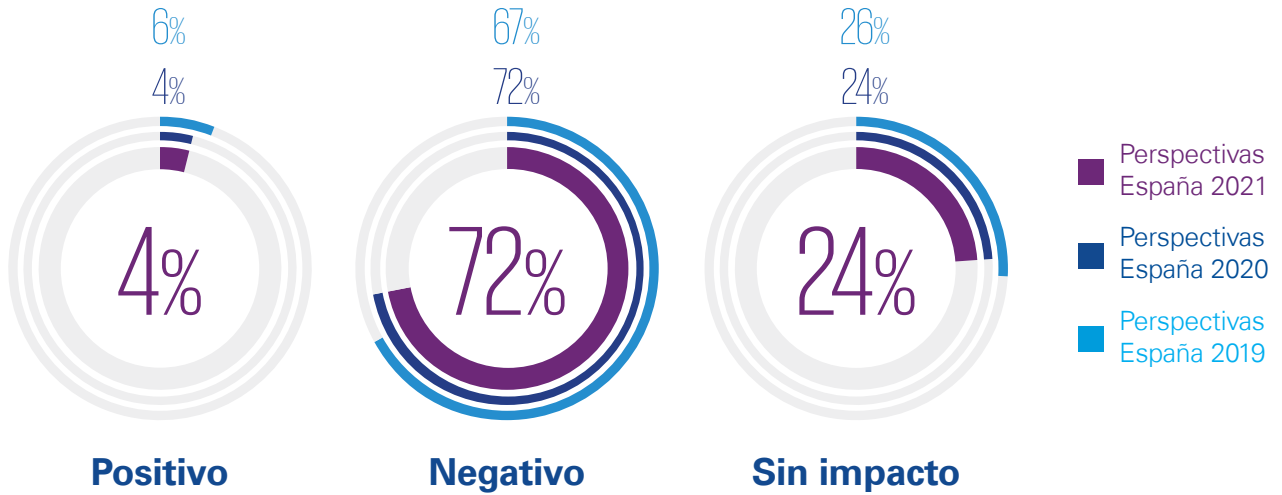
El año 2020 comenzó con el primer gobierno de coalición de esta democracia, que en apenas dos meses tuvo que hacer frente al impacto de la COVID-19. Desde el 14 de marzo se ha declarado en dos ocasiones el estado de alarma, que autoriza a restringir la movilidad de los ciudadanos, y se han aprobado medidas que afectan al normal funcionamiento de las empresas en aspectos tan diversos como la legislación laboral, la política fiscal o los mecanismos de financiación.

A las disposiciones adoptadas por el Gobierno central en la lucha contra la COVID-19 se han sumado las acordadas por los gobiernos regionales, haciendo más complejo el ya de por sí incierto contexto en el que empresas y ciudadanos desarrollan su día a día.

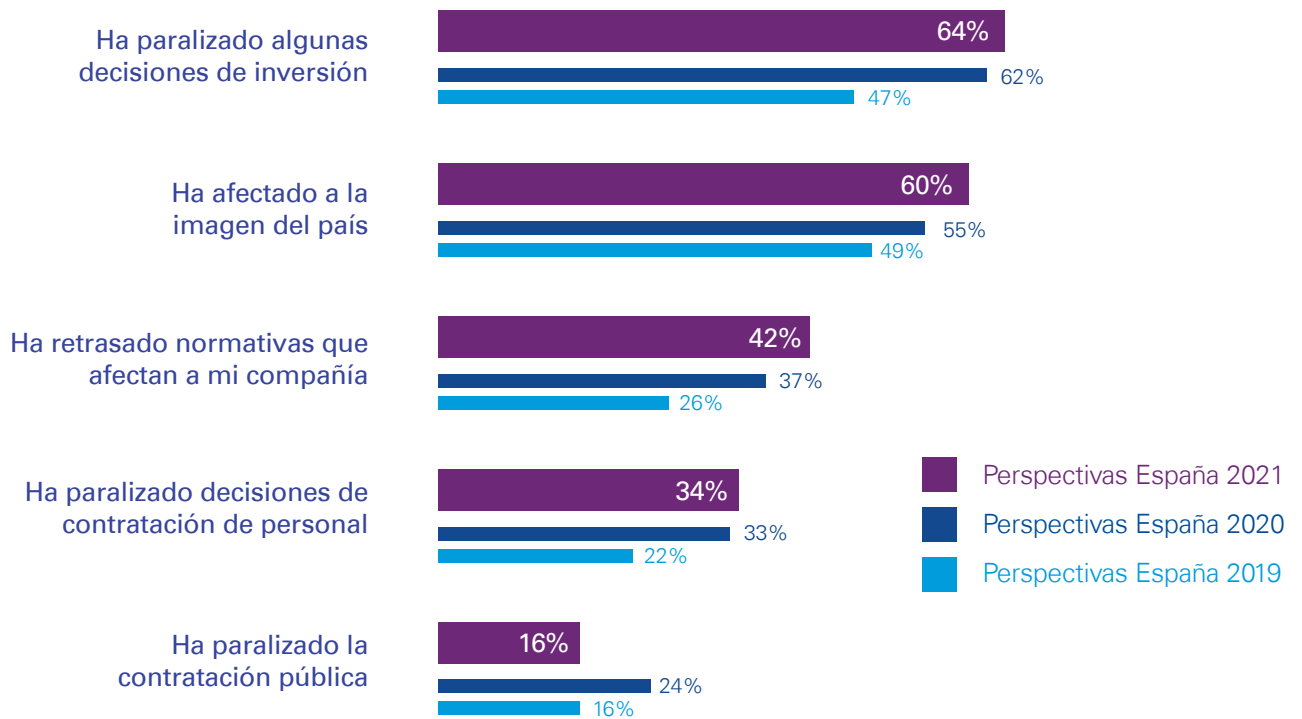
Para el 72% de las compañías encuestadas en este informe, la situación política en 2020 ha tenido un impacto negativo en su empresa. Solo un 4% cree que ha tenido un impacto positivo. Un 24% señala que ha sido neutro. Estos porcentajes son los mismos que se registraron el año pasado (gráfico 8).

Dentro de las empresas que señalan que la situación política ha tenido un impacto negativo en su actividad, el 64% asegura que ha paralizado algunas decisiones de inversión (dos puntos porcentuales más que en el informe *Perspectivas España 2020*) y el 60% considera que la imagen del país se ha visto afectada (cinco puntos más). Un 42% apunta que la situación política ha retrasado normativas que afectan a su actividad, un 34% afirma que ha frenado decisiones de contratación y un 16% considera que ha paralizado la contratación pública (gráfico 9).

18. ¿Cómo valora el impacto en su empresa de la situación política durante 2020?



19. ¿En qué ha consistido ese impacto negativo?



Perspectivas empresariales



En 2020, la COVID-19 ha supuesto un reto para las empresas españolas, que han tenido que adaptar sus previsiones iniciales de ventas, inversiones o plantilla para adaptarlas a un entorno incierto y cambiante. En 2021, las compañías nacionales esperan que comience la recuperación, aunque la mayoría no espera volver a los niveles de facturación previos a la pandemia antes de 2022. La inversión y la plantilla se mantienen estables y las perspectivas de internacionalización no experimentan grandes cambios con respecto a las planteadas antes de la pandemia.

Cuando se les pregunta por su situación actual, el 44% de las empresas españolas afirma que es sensible, pero confía en que logrará sortear la crisis aplicando medidas, mientras que un 35% la califica como cómoda, ya que el impacto de la pandemia ha sido limitado. Un 9% afirma que la pandemia no le ha afectado y un 6% destaca que incluso ha supuesto una oportunidad para crecer. En el lado opuesto, solo un 5% de las compañías encuestadas cree que su supervivencia está en riesgo (gráfico 10).

10. ¿Cómo calificaría la situación actual de su empresa?

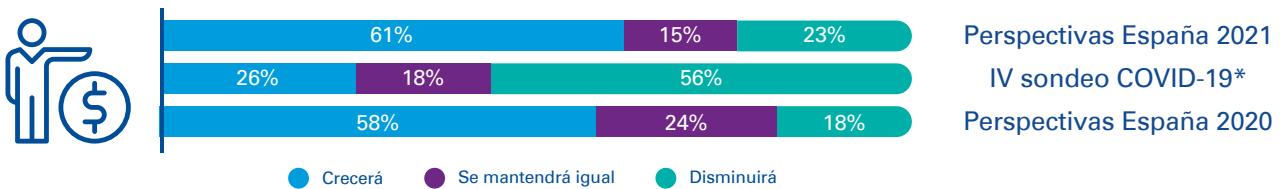


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

Después de un 2020 muy complicado, en el que las previsiones sobre ventas se desplomaron, la mayoría de las empresas españolas confían en que 2021 será un año de crecimiento. Así, el 61% prevé que su facturación crecerá, frente a un 23% que anticipa que disminuirá. El 15% señala que se mantendrá igual (gráfico 11).

Por sectores, aquellos que auguraban que su situación mejoraría en 2021 con mayor firmeza, son los que se muestran más optimistas en sus previsiones de facturación para 2021: Otros bienes de consumo, Restauración y Tecnología (gráfico 12).

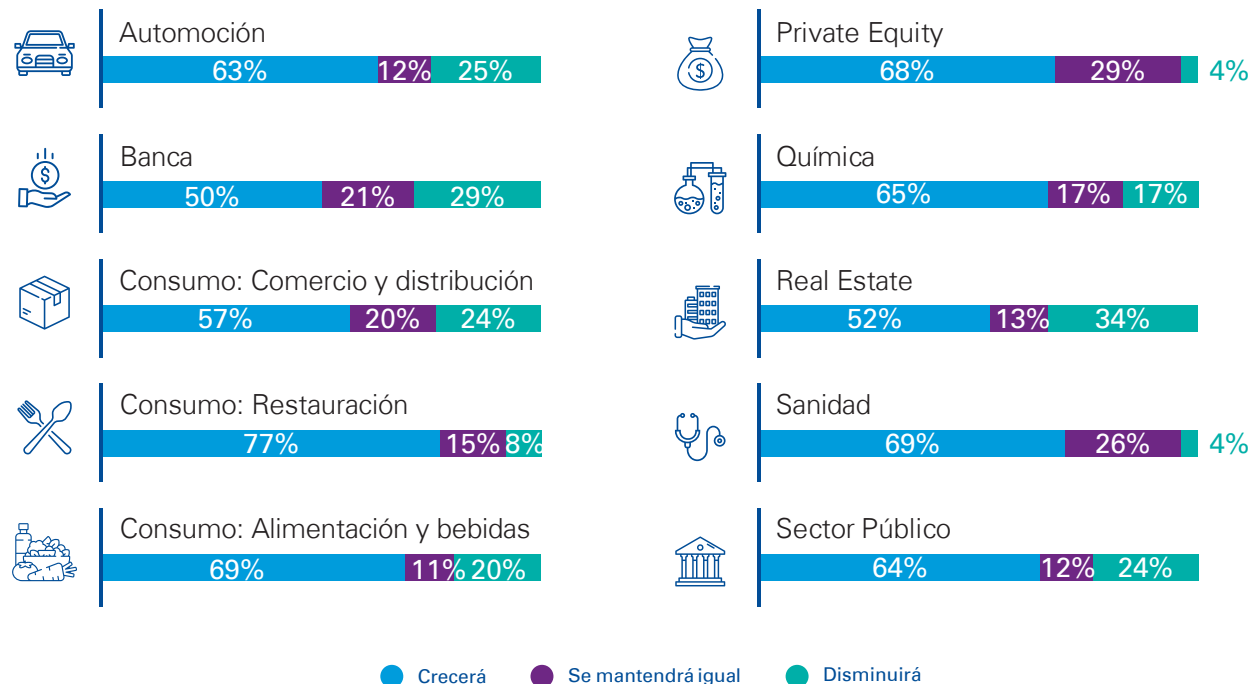
11. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2021?



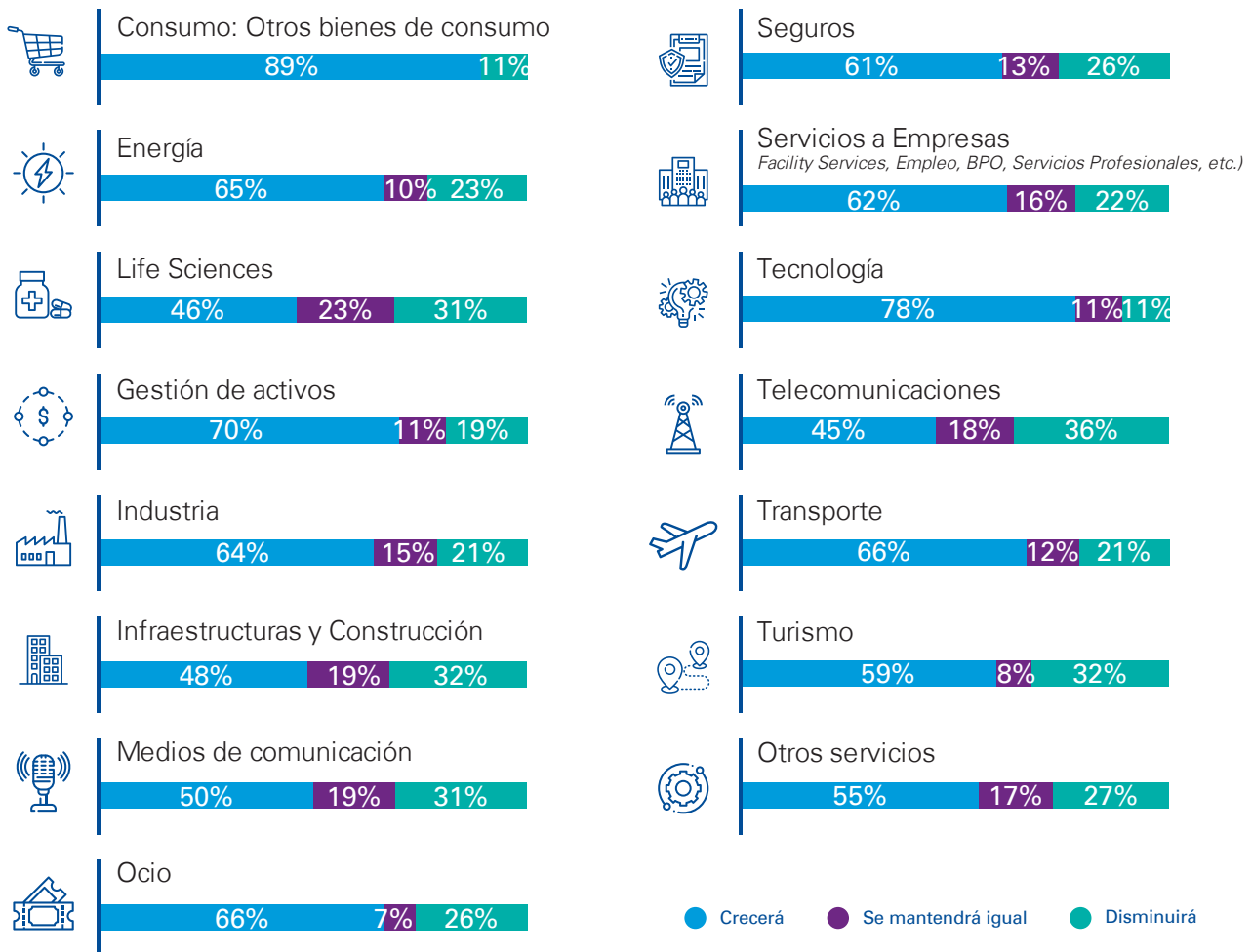
*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

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

12. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2021?: Desglose por sectores



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

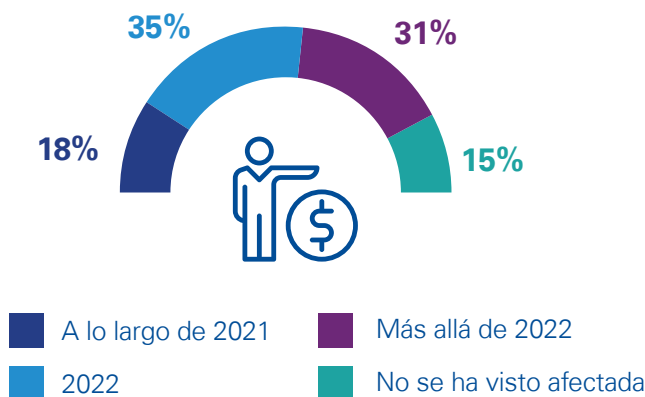


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

No obstante, menos de dos empresas de cada diez consideran que en 2021 volverán a los niveles de facturación previos a la irrupción de la COVID-19. La mayoría sitúa ese momento a partir diciembre: el 35% en 2022 y el 31% más allá de ese año. Un 15% asegura que su facturación no se ha visto afectada por la COVID-19 (gráfico 13).

Los sectores que más retrasan su recuperación son Turismo y Transporte, dos de los sectores más afectados por las restricciones a la movilidad, además de Automoción. Otros bienes de consumo es el único sector en la que la mayoría de empresas responde que sus ventas volverán a alcanzar las cifras anteriores a la pandemia este año.

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



Los que más **retrasan** su recuperación

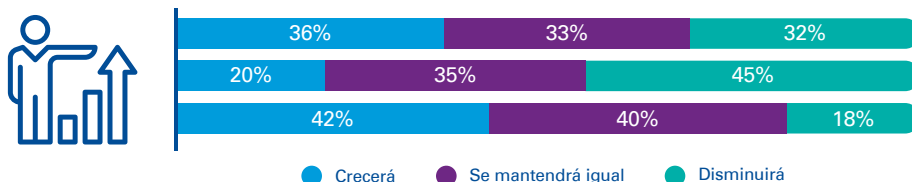
- Turismo
- Transporte
- Automoción

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

En lo que respecta a la inversión, en términos netos, se mantendrá estable en 2021: un 33% de las compañías encuestadas anticipa que la mantendrá igual, un 36% la aumentará y un 32% señala que la reducirá (gráfico 14).

Tecnología, Sector Público y Gestión de activos son los sectores en los que la inversión se incrementará con más fuerza en 2021: un 66%, un 56% y un 53%, respectivamente. En el lado opuesto se sitúan Medios de Comunicación, Ocio y Turismo, en los que la inversión se reducirá un 69%, un 60% y un 56%, respectivamente (gráfico 15).

14. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2021?

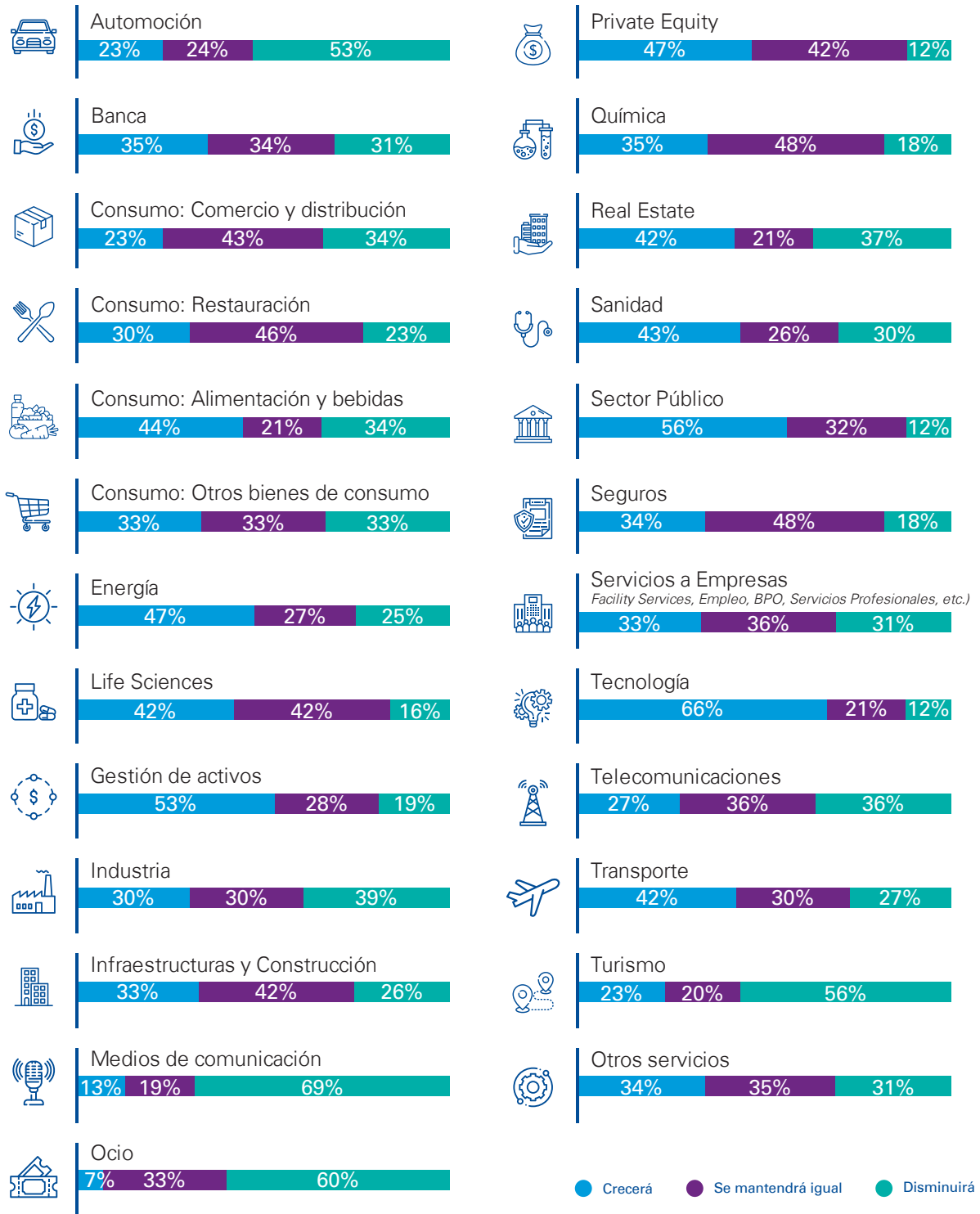


Perspectivas España 2021
IV sondeo COVID-19*
Perspectivas España 2020

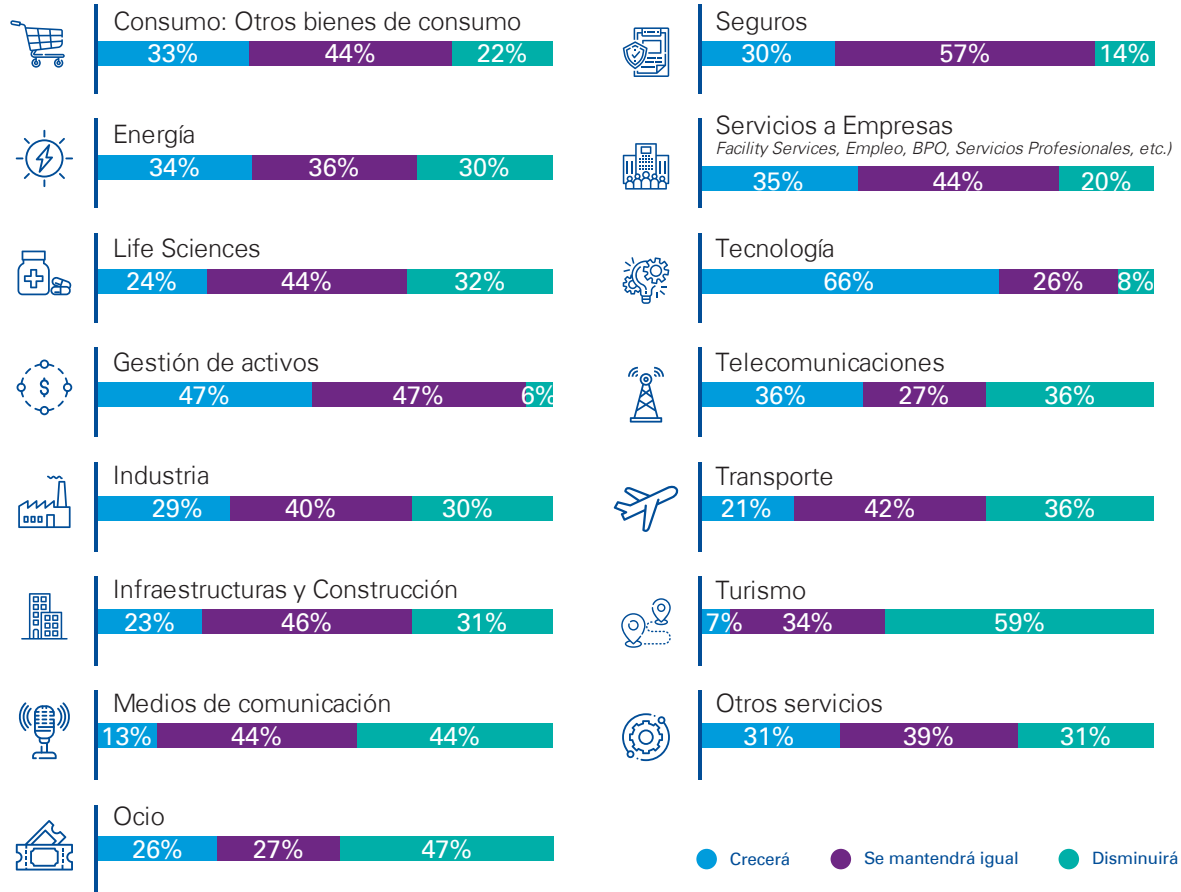
*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

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

15. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la inversión de su empresa en 2021?: Desglose por sectores



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



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

Las perspectivas de internacionalización, por su parte, se mantienen en niveles similares a los que las empresas preveían para 2020 antes de que comenzara la pandemia. El 41% de las compañías encuestadas afirma que mantendrá su presencia internacional, un 30% la incrementará y un 7% la reducirá (gráfico 18).

Las áreas geográficas en las que las compañías que prevén aumentar su presencia internacional han puesto el foco son la Unión Europea, Estados Unidos y Latinoamérica, excluyendo México, Brasil y Argentina (gráfico 19).



**Tomás Pascual
Gómez-Cuétara**
Presidente de la
Federación Española
de Industrias de
Alimentación y
Bebidas (FIAB)

La diversificación de mercados es clave

P. ¿Supondrá esta crisis un nuevo impulso para la internacionalización del sector alimentación y bebidas? ¿Qué mercados presentan más potencial para el sector en los próximos años?

R. La industria de alimentación y bebidas es un sector estratégico y esencial. Su gran capacidad para impactar positivamente en la economía, la sociedad y la sostenibilidad de prácticamente toda la geografía española la convierten en un pilar fundamental para nuestro país. Este es un aspecto clave para pensar en esta industria como uno de los motores para la recuperación de la crisis económica desatada por la actual situación de pandemia.

La internacionalización es un soporte elemental para las empresas, muy especialmente para las pymes, dentro de un sector tan atomizado como el nuestro. Actualmente, las ventas al exterior suponen más del 30% de la facturación, un porcentaje muy significativo y que muestra la confianza en la estrategia internacional para seguir creciendo y generando riqueza. Nuestro sector lleva tiempo apostando por el mercado exterior, pero nuestra ambición es ir más allá.

La industria lleva años construyendo una red de mercados interesados por la calidad, seguridad y variedad de una oferta tan rica como es la española. Nuestro objetivo es consolidar esta red, incrementar el valor de las exportaciones e impulsar la construcción de acuerdos comerciales que abren mayores oportunidades a un sector exportador como el nuestro.

Si algo hemos aprendido en el plano internacional en estos meses es que la diversificación de mercados es clave para responder mejor ante una situación como la que estamos viviendo. El coronavirus ha impactado en todo el mundo, pero no lo ha hecho con la misma fuerza, ni al mismo tiempo. Una demanda diversificada permite mantener el flujo comercial y minimizar los riesgos al poder rectificar las desviaciones que puedan darse por las casuísticas de otros países.

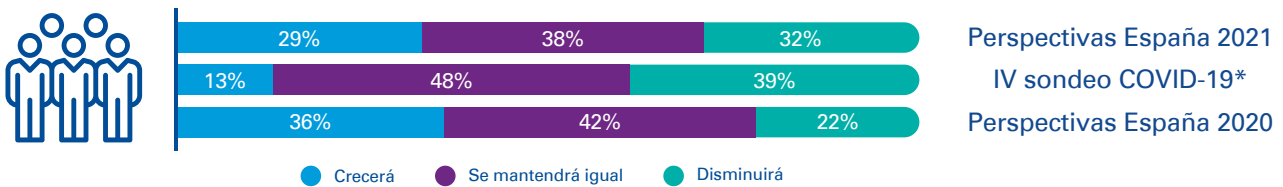
Este año observamos con especial interés a Reino Unido, nuestro cuarto socio comercial y con el que hemos estrenado nuevas relaciones comerciales. Estaremos muy vigilantes para que las industrias españolas mantengan su actividad en este mercado, a pesar de las trabas burocráticas y logísticas que ha abierto el Brexit. Además, seguimos atentos a los próximos movimientos de la nueva Administración de Estados Unidos, confiando volver al equilibrio comercial y la derogación de los aranceles que tanto están dañando a algunos alimentos y bebidas españoles.

La internacionalización se ha convertido en imprescindible para el sector, sobre todo en este momento donde las restricciones han afectado a otro canal muy importante para nosotros, como es la hostelería, y a la caída del turismo. Por ello, trabajamos con mayor ahínco para liderar la reactivación económica apoyándonos, entre otros, en este pilar. Nuestro objetivo es convertirnos en la despensa del mundo, porque tenemos las herramientas, la experiencia y unos productos de gran valor y calidad. Pocos países pueden hablar en estos mismos términos.

Sin duda, el empleo ha sido uno de los ámbitos en los que los efectos de la COVID-19 han sido más visibles. Para 2021, las perspectivas sobre plantilla de las compañías españolas mejoran sensiblemente en comparación con las que ofrecían en el último informe *La empresa española ante la COVID-19* publicado en julio de 2020. El 29% anticipa que su número de empleados se incrementará este año, frente a un 31% que prevé que se reducirá. El 40% señala que se mantendrá igual (gráfico 16).

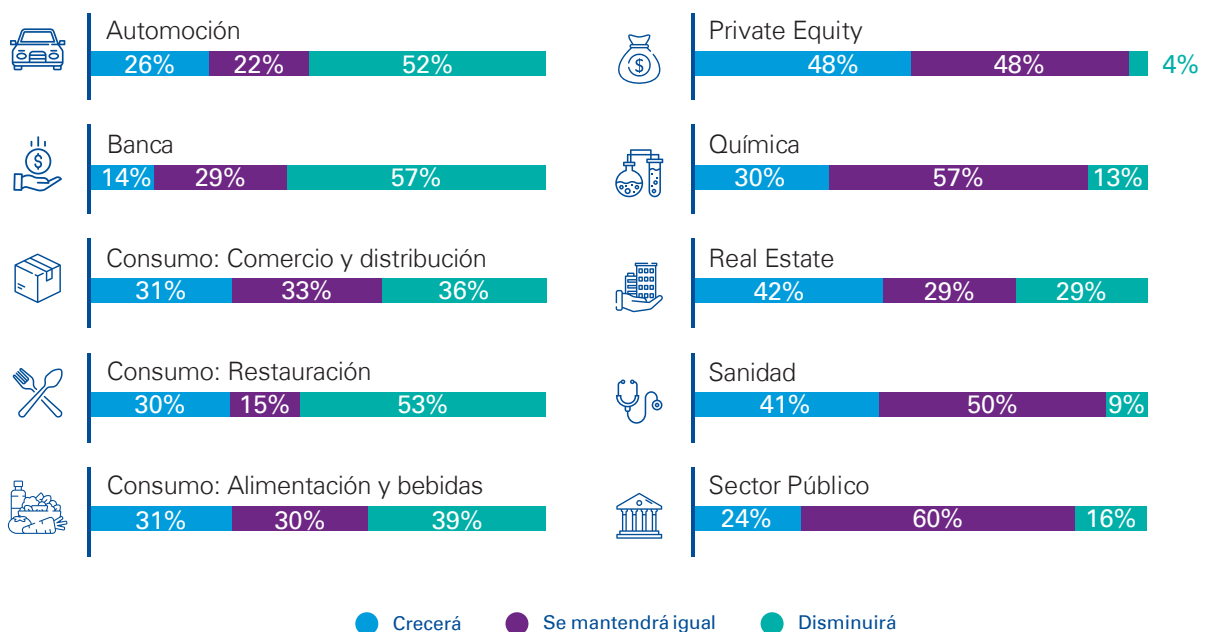
Por sectores, Tecnología es el que presenta un mayor porcentaje de empresas que aumentarán su plantilla, 66%. Turismo es el que registra el mayor porcentaje de empresas que reducirán su número de empleados, 59%, seguida de Banca, con el 57%, Restauración, con el 53%, y Automoción, con el 52% (gráfico 17).

16. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2021?

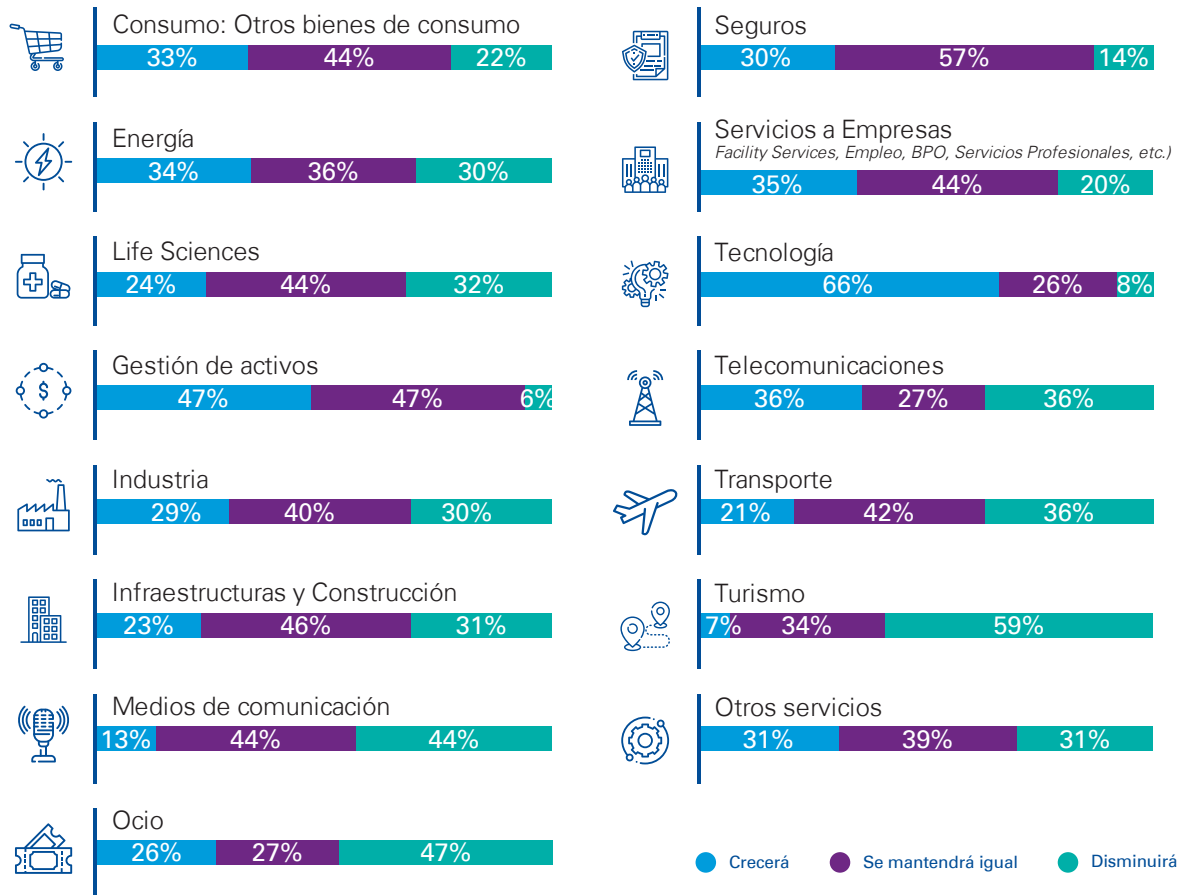


*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)
 Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.

17. ¿Cuál es el comportamiento esperado de la plantilla de su empresa en 2021?: Desglose por sectores

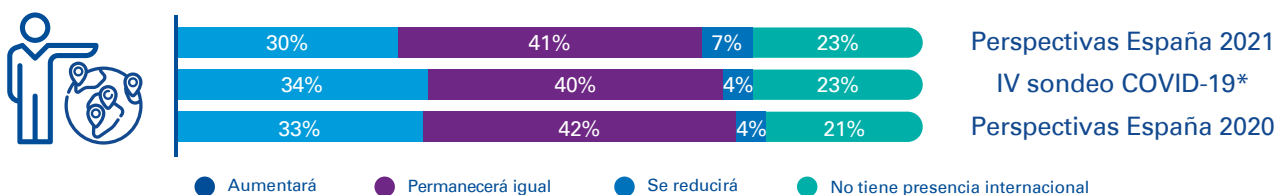


Nota: La suma en ocasiones no da 100 por el efecto redondeo de los decimales.



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

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



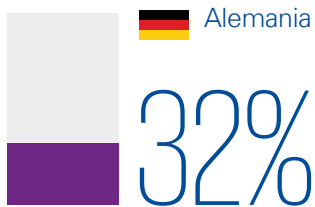
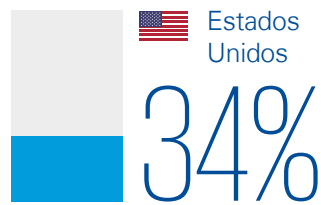
*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

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

19. ¿En qué zona/s tiene previsto aumentar su presencia internacional?



* No incluye Francia, Alemania e Italia



* No incluye México, Brasil ni Argentina





Pilar González de Frutos

Presidenta de la Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA)

Lo ideal sería contar con una normativa que sea tecnológicamente neutra

P. El sector seguros no es solo uno de los más regulados, sino que también se encuentra entre los que recibe una mayor vigilancia por parte de los grupos de interés. ¿Cómo está dando respuesta a las demandas de la sociedad en un contexto especialmente complejo?

R. El seguro constituye la red de seguridad de la sociedad. Atiende las necesidades de decenas de millones de personas en cada año. Esto hace que su interacción con los ciudadanos sea constante y que su relevancia social sea manifiesta.

Al igual que otros sectores que manejan recursos de terceros, el seguro es un sector supervisado y la normativa tiene un papel fundamental en el desarrollo de su actividad. El seguro es un sector muy competitivo que debe adaptarse constantemente a las necesidades de sus clientes. Pero para hacerlo necesita que una legislación neutra, que promueva la innovación y la digitalización en el ámbito asegurador. Tradicionalmente, las leyes del sector asegurador se han elaborado a través del diálogo entre el regulador, los legisladores y los representantes de la industria. En un momento como el actual, repleto de nuevos retos y circunstancias del mercado, este intercambio de pareceres es si cabe más importante. Ahí están la digitalización, las nuevas formas de contratación, los cambios en los hábitos de consumo. Todo esto hace necesario que las legislaciones española, europea y global se liberen de formalismos que, si bien tenían su razón de ser en el pasado, resultan incompatibles con los nuevos tiempos. El consumidor demanda productos sencillos y fáciles de adquirir. La obligación de las aseguradoras es trabajar para conseguirlo, pero para ello necesitan el respaldo de los legisladores y los reguladores. Lo ideal sería contar con una normativa que sea tecnológicamente neutra.

En materia de información al consumidor, es imprescindible que el seguro apueste por la sencillez y la claridad en la información que ofrece. El cliente debe estar al tanto de los elementos clave que definen al producto que podría interesarle. Debe conocer aquello que le permita tomar una decisión informada. Un exceso de datos genera confusión, no mayor claridad. Es importante tener en cuenta que el seguro está sometido a normativas de distintos ámbitos que, con frecuencia, se solapan entre sí. Regulaciones internacionales, europeas, nacionales y locales se superponen. Esto hace difícil proporcionar al consumidor una información sencilla, transparente y, sobre todo, de utilidad cuando se le presenta un producto. Por eso es esencial evitar los solapamientos entre normas.

Como actividad supervisada, el seguro está sometido a la vigilancia de las autoridades públicas. Para prestar el mejor servicio, el seguro necesita el mejor de los supervisores. Las autoridades deben ser capaces de entender la idiosincrasia de este negocio. Esta es la razón por la que la industria aseguradora aboga por un supervisor especializado, que se encuentre dotado de suficientes recursos y disponga de independencia. En definitiva, el seguro necesita a un supervisor que comprenda los matices que lo definen y con el que la industria pueda mantener un diálogo técnico, formado y fluido.

Estrategia empresarial



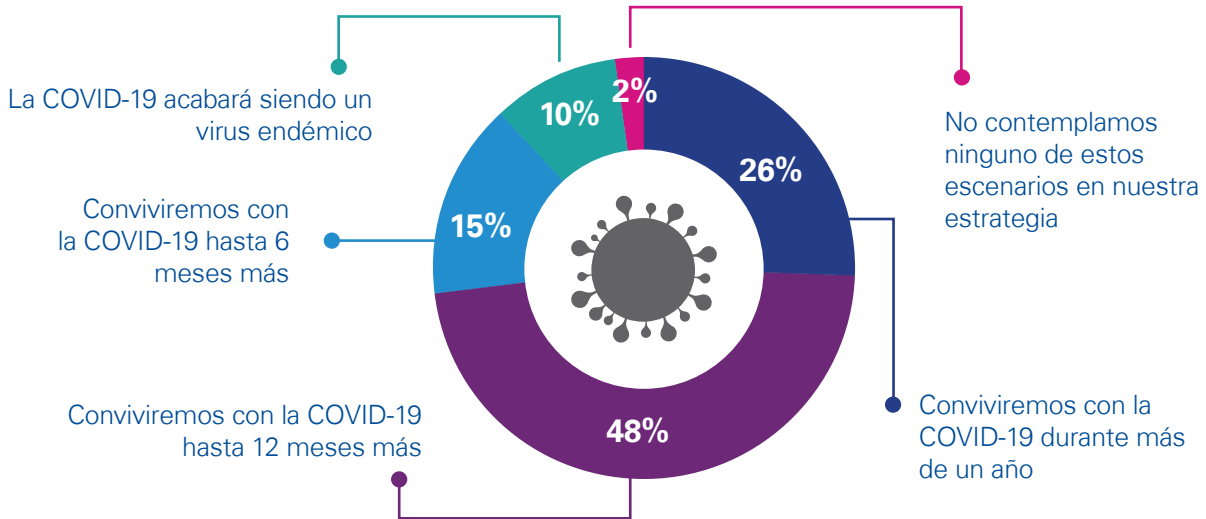


La COVID-19 ha obligado a las empresas a replantearse sus estrategias, en un primer momento, para garantizar la continuidad del negocio y su propia supervivencia y, posteriormente, para sentar las bases que permitan una rápida recuperación y un crecimiento sostenido cuando el virus remita. En la nueva realidad, las organizaciones pondrán el foco en avanzar en sus procesos de digitalización y mejora operativa, cuyo éxito está estrechamente ligado a las capacidades y habilidades de sus profesionales. Asimismo, buscarán la liquidez necesaria para mantenerse y crecer.

No cabe duda de que la pandemia ha puesto de manifiesto la necesidad de transformar el modelo productivo con el fin de hacerlo más resiliente frente a eventos disruptivos. Los fondos del Plan Europeo de Recuperación desempeñarán un papel fundamental en esa labor, impulsando una economía digital y verde, que responda a las demandas de la sociedad.

La pandemia se ha prolongado más de lo que se preveía cuando la COVID-19 irrumpió en los mercados internacionales. El tiempo de convivencia con el virus se ha convertido en un factor determinante en las estrategias y planes de negocio de las empresas a corto plazo. Preguntadas al respecto, la respuesta mayoritaria entre las compañías encuestadas en este informe es que conviviremos con el virus entre 6 y 12 meses más (48%). El 26% considera que ese periodo se prolongará durante más de un año y el 15% lo limita a menos de seis meses. Para el 10% de los encuestados el virus acabará siendo endémico (gráfico 20).

20. En su estrategia empresarial, ¿qué escenario considera más probable?



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



“ Las crisis provocada por la COVID-19 ha obligado a las empresas a evaluar su capacidad de resistencia ante eventos disruptivos, que transforman el entorno rápidamente y generan incertidumbre en sus clientes, inversores y profesionales. La pandemia ha puesto de manifiesto que las compañías más digitalizadas y con capacidad para adaptar su estructura operativa a los cambios del entorno de forma ágil y eficaz no solo tienen más posibilidades de superar este tipo de coyunturas, sino que incluso pueden convertirlas en oportunidades de crecimiento. Los directivos españoles así lo han entendido y por ello sitúan la digitalización y la mejora de los procesos entre sus prioridades estratégicas para los próximos 12 meses. Impulsando estas áreas no solo en el ámbito tecnológico, sino también de capacidades profesionales, podrán responder a las necesidades de unos clientes más exigentes y selectivos. ”

Pablo Bernad
Socio responsable de Advisory de KPMG en España



Jorge Marichal
 Presidente de la
 Confederación
 Española de Hoteles y
 Alojamientos Turísticos
 (CEHAT)

Todo va a depender de lo que duren la pandemia y la falta de demanda

P. El futuro del sector del Turismo parece el más dependiente del éxito en la inmunización contra la enfermedad. Mientras esta avanza, ¿qué soluciones están aplicando las empresas del sector para acelerar su recuperación?

R. Desde el comienzo de la pandemia, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) se ha centrado, fundamentalmente, en la protección de los viajeros y los trabajadores del sector.

Paralelamente a las innumerables muestras de solidaridad demostradas por el sector alojativo en su conjunto desde la irrupción del virus en nuestro país, los hoteleros han trabajado en el desarrollo de los protocolos necesarios para garantizar las máximas medidas de seguridad frente a la COVID-19 que han demostrado su eficacia. Ninguna ola ha sido provocada por el turismo y no ha habido brotes achacables a ninguna instalación hotelera.

En estos momentos, la situación que vivimos es muy clara: tenemos un paciente –el turismo–, que está en la UCI afectado por COVID-19. Con la llegada de la vacuna, parecía que iba a poder levantarse, pero, tras el anuncio de las nuevas cepas y del cierre de los mercados, tendremos que volver a dormirlo prolongando el tratamiento que veníamos aplicándole y administrarle incentivos para que no se muera en forma de medidas muy concretas y adaptadas a la casuística que viven las empresas del sector.

No somos optimistas para este 2021. Todo va a depender de lo que duren la pandemia y la falta de demanda. Tenemos que pensar en todos nuestros trabajadores y en no destruir las empresas porque, si no, no podremos recuperarnos. No obstante, esperamos que con las vacunas y una cierta recuperación de la confianza en el viaje podamos comenzar a ver la luz a partir del segundo semestre, teniendo en cuenta que no será igual la afectación en todas las zonas de España, como puede ser el caso de aquellos lugares con falta de conectividad o determinados segmentos del mercado, que van a tener muchas dificultades de supervivencia si no se establece de forma urgente un plan de recuperación de la demanda.

Necesitamos no gastar y drenar de más liquidez a las empresas. Necesitamos que se diseñe un plan de rescate específico que contemple medidas inmediatas a nivel laboral, fiscal, económico y financiero, como la prolongación de los ERTE durante todo 2021 con la exoneración completa de la Seguridad Social, la suspensión y exoneración de impuestos y tasas municipales ante el cese casi total de actividad, la bajada de potencia eléctrica y caudal de gas sin penalización y una ampliación del período de carencia en el pago del principal de todas las operaciones financieras en las que participan las empresas hoteleras, entre otras soluciones a corto plazo.

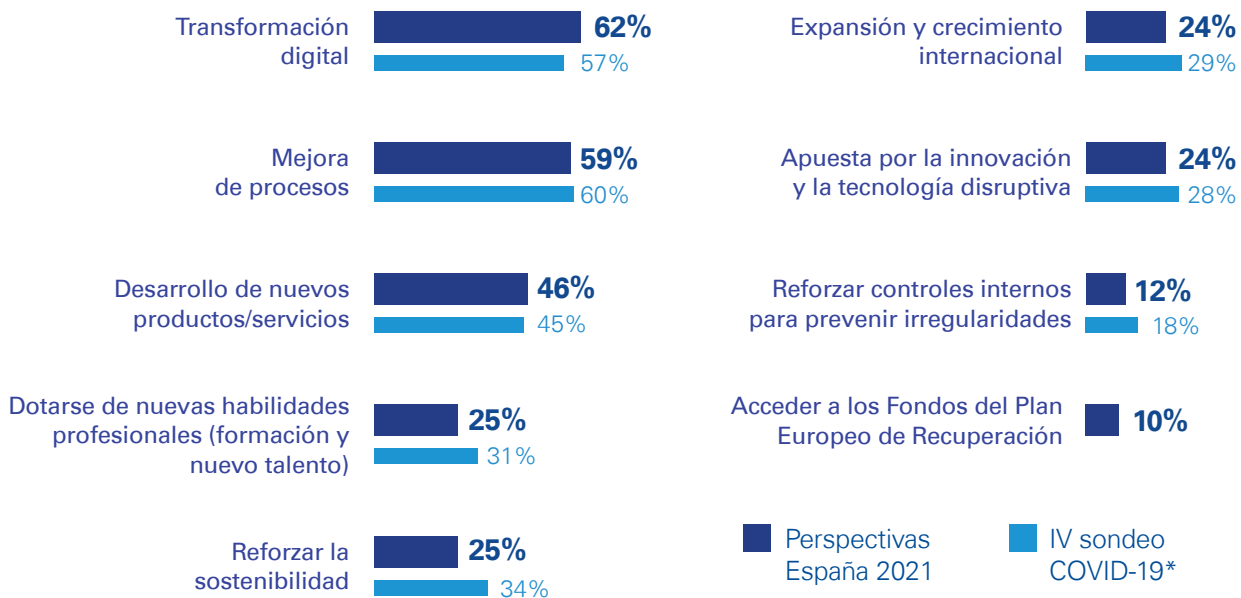
En el momento en el que haya una cierta recuperación de la demanda, este paciente –el turismo– que está saliendo de la UCI va a necesitar cierta ayuda con planes para la creación de demanda como la creación de un programa de bonos turísticos y de un pasaporte sanitario digital para facilitar que puedan viajar aquellas personas que estén vacunadas o testadas o la reducción del IVA y demás impuestos indirectos al sector para el año 2021 como un elemento de incentivación de la demanda, entre otras.

Actualmente estamos, por tanto, centrados en la supervivencia del paciente, es decir, en las medidas a corto plazo para garantizar la desaparición de los hoteles que están cerrados o con una operativa muy baja. Pero esperamos ver pronto signos de mejora y esperanza y que podamos mirar al futuro y planificar su recuperación con más optimismo.

La COVID-19 no solo ha provocado cambios en las estrategias de las empresas, sino que también ha consolidado tendencias previas. Así, por ejemplo, las tres prioridades estratégicas seleccionadas por un mayor número de encuestados en este informe son las mismas que ocupaban las primeras posiciones

en el último sondeo *La empresa española ante la COVID-19* y en el informe *Perspectivas España 2020*: la transformación digital (62% de los encuestados), la mejora de procesos (59%) y el desarrollo de nuevos productos y servicios (46%), tal y como muestra el gráfico 21.

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



*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)



“ El mundo del trabajo está viviendo una auténtica revolución por el doble impacto de la pandemia y la aceleración de la digitalización. Los retos relacionados con el talento siguen creciendo a medida que se hace más patente el *gap* de capacidades tecnológicas, así como la dificultad para cubrir los nuevos perfiles digitales que demanda el mercado. El entorno de trabajo configura una nueva propuesta de valor al empleado con atributos renovados: experiencias más digitales, formas de trabajo ágiles y colaborativas, trabajo en remoto, etc., en el que la gestión del cambio se vuelve clave para facilitar la transformación cultural, de comportamientos y de *mindset* que subyace a toda esta disrupción.

Todavía es difícil visualizar cómo será el mundo del trabajo del futuro, pero sin duda, aquellas organizaciones que se anticipen y actúen con sentido de urgencia para disponer de los profesionales que necesitan a través del *reskilling* y *upskilling*, gestionando el lado humano del cambio, estarán mejor preparadas para tener éxito y competir en un futuro que continuará siendo incierto.

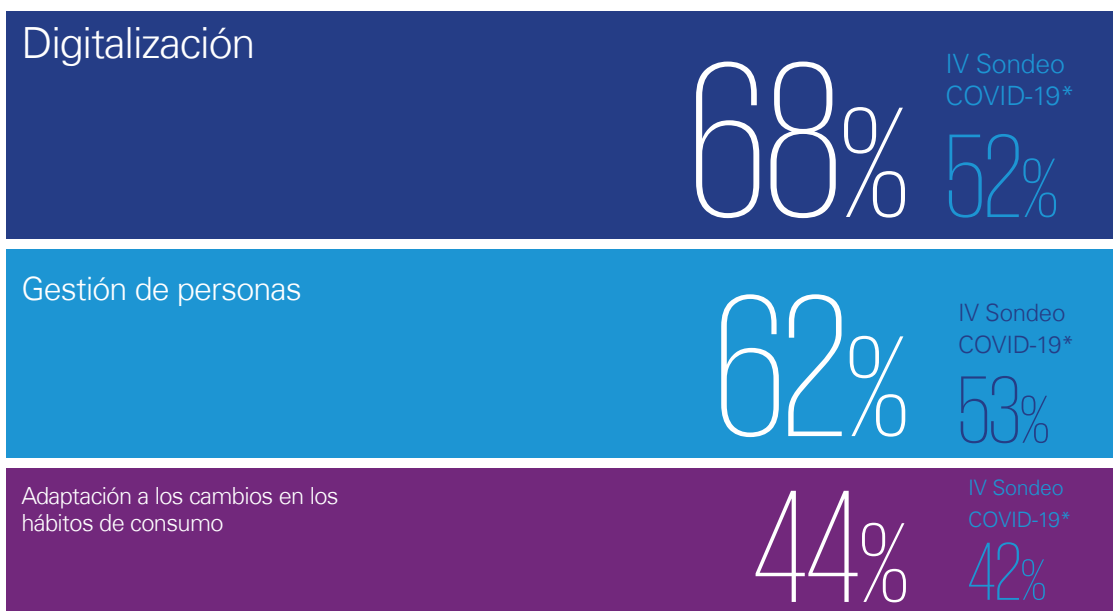
Cristina Hebrero
Directora de People & Change, Management Consulting de KPMG en España



Precisamente, la digitalización se sitúa como el principal reto al que deberán hacer frente las empresas para adaptarse a la nueva realidad: el 68% de las compañías encuestadas en este informe así lo considera. A continuación, se sitúan la gestión de personas, con el 62% de las respuestas, y la

adaptación a los hábitos de consumo, que marca el 44% de los encuestados. Estos aspectos son los mismos que encabezaban la lista de retos en el último informe *La empresa española ante la COVID-19* (gráfico 22).

22. ¿Cuáles son los principales retos a los que deberá hacer frente su empresa para adaptarse a la nueva realidad?

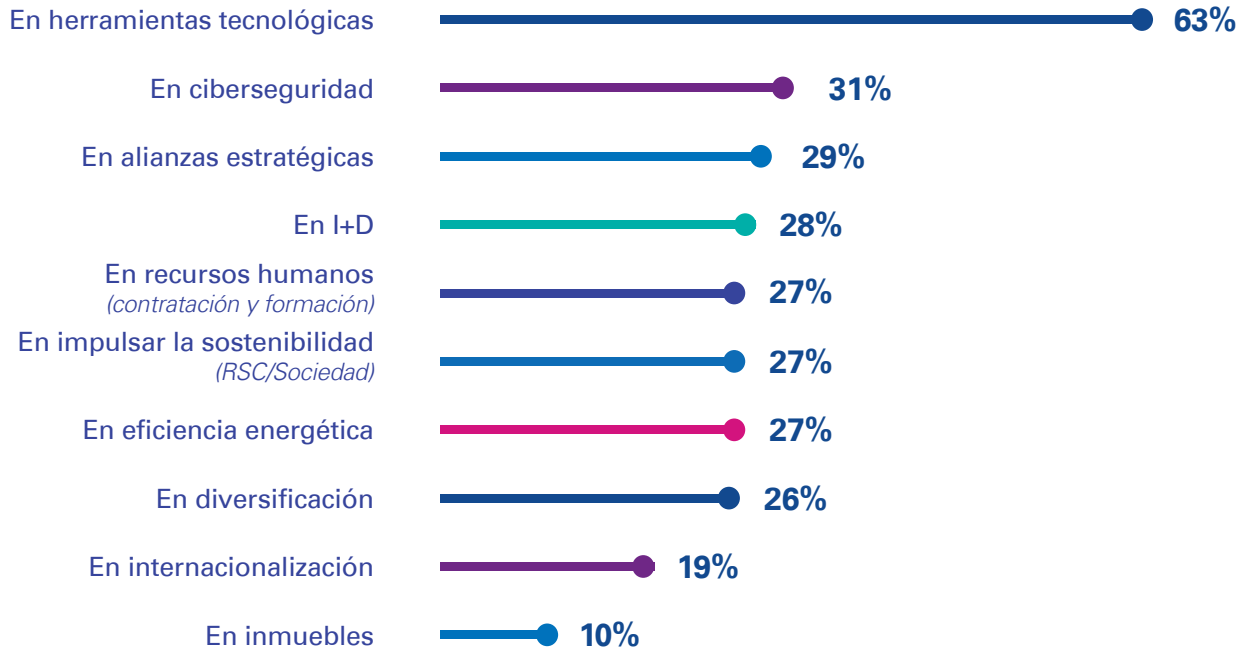


*Resultados del cuarto sondeo *La empresa española ante la COVID-19* (julio 2020)

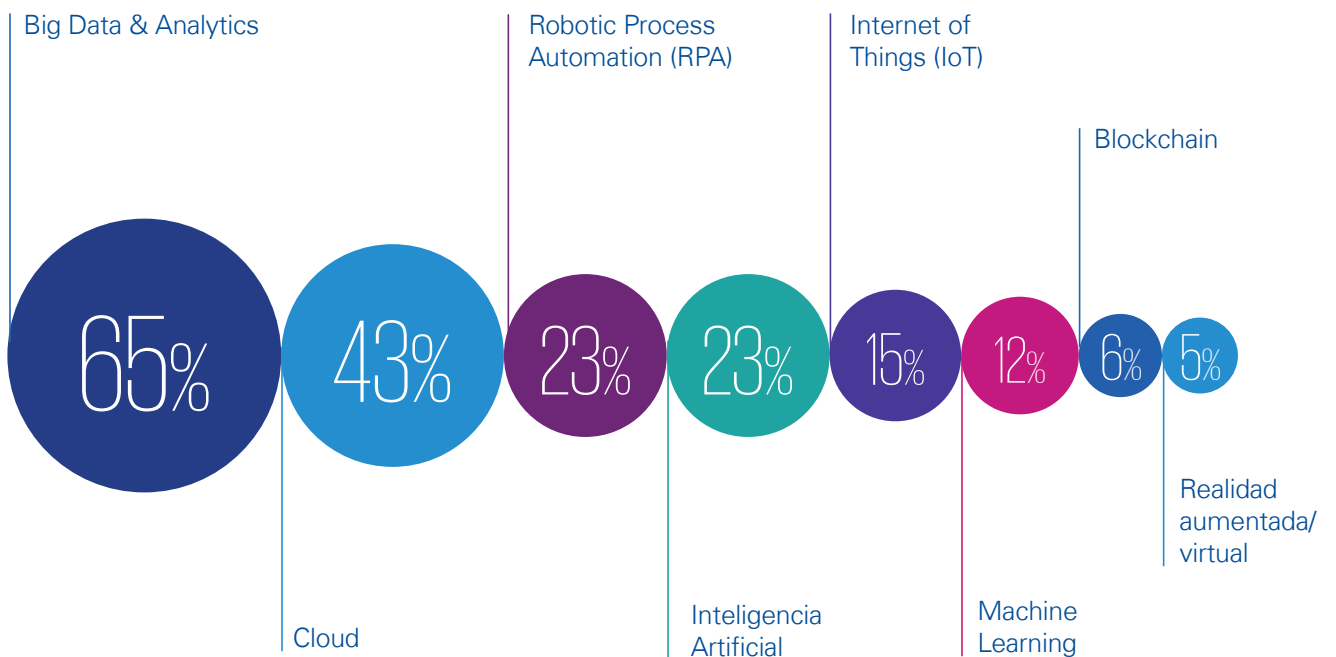
El impulso que ha experimentado la digitalización en los últimos meses queda patente en la respuesta que ofrecen las compañías cuando se les pregunta por sus inversiones. Las herramientas tecnológicas, que elige el 63% de los encuestados, y la ciberseguridad, que selecciona el 31%, son las áreas que están más presentes en los planes de inversión para 2021 (gráfico 23).

Dentro de las herramientas tecnológicas, la inversión se destinará principalmente a Big Data & Analytics (65% de los encuestados) y Tecnología Cloud (43%). En tercera posición se sitúan la Automatización Robótica de Procesos (RPA) y la Inteligencia Artificial, ambas con el 23% (gráfico 24).

23. ¿En qué áreas tiene previsto invertir?



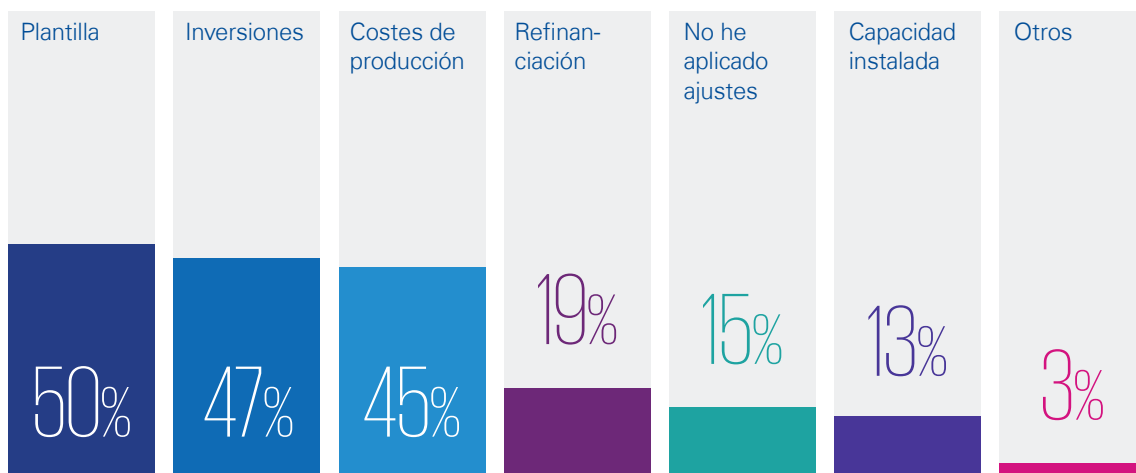
24. ¿En qué herramientas tecnológicas tiene previsto invertir?



En el apartado de ajustes, los resultados de la encuesta ponen de nuevo de manifiesto los efectos de la pandemia sobre el empleo. El 50% de las compañías se ha visto obligado a ajustar sus plantillas. Las inversiones también se han visto afectadas

(47% de los encuestados), seguidas muy de cerca por los costes de producción (45%). Un 15% de las empresas no ha aplicado ajustes (gráfico 25).

25. ¿En qué áreas de su empresa ha aplicado ajustes a lo largo de 2020?



El reto de la transformación digital

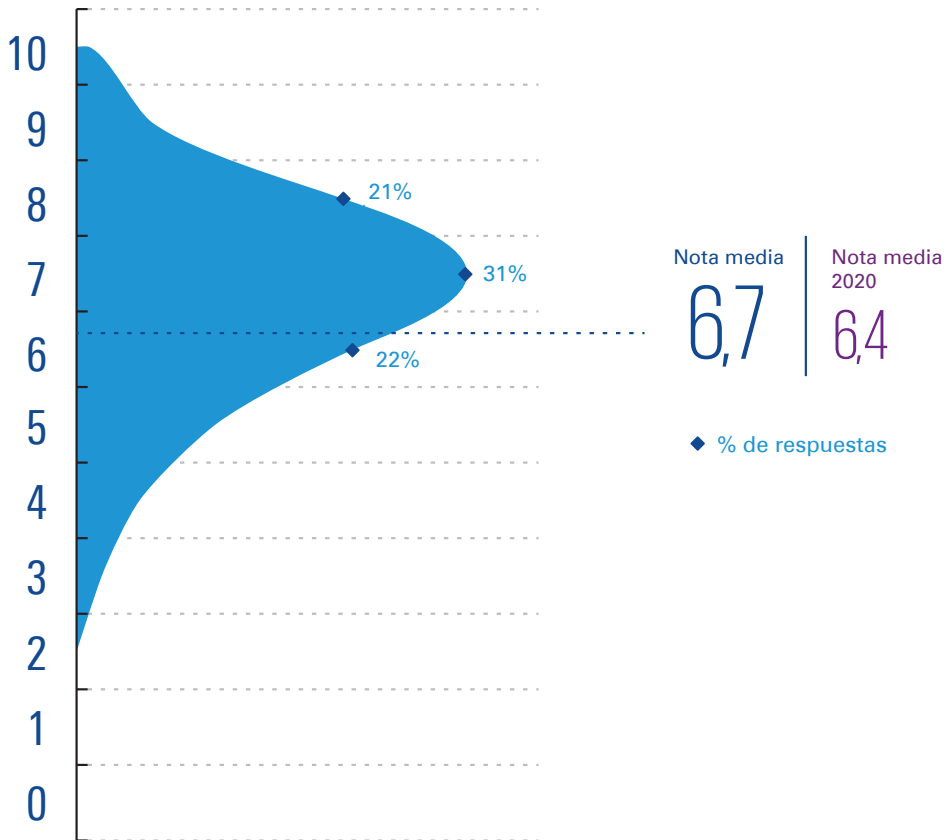
Las compañías digitalizadas han mostrado una mayor resiliencia en la crisis causada por la COVID-19. Como hemos visto, la transformación digital se ha convertido en la principal prioridad estratégica para el empresariado español. ¿Cuál es el punto de partida desde el que abordará este proceso?

Los encuestados en este informe otorgan al nivel de adaptación digital de sus organizaciones una nota

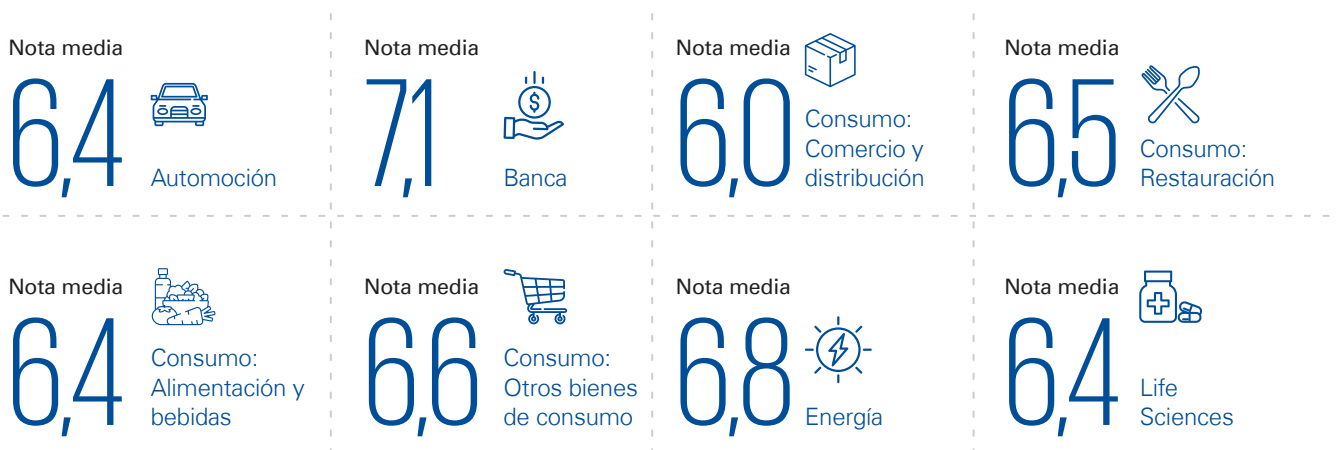
del 6,7 de media, tres décimas superior a la que le daban hace un año, una leve mejora, que da cuenta del esfuerzo realizado por las empresas españolas en este ámbito (gráfico 26).

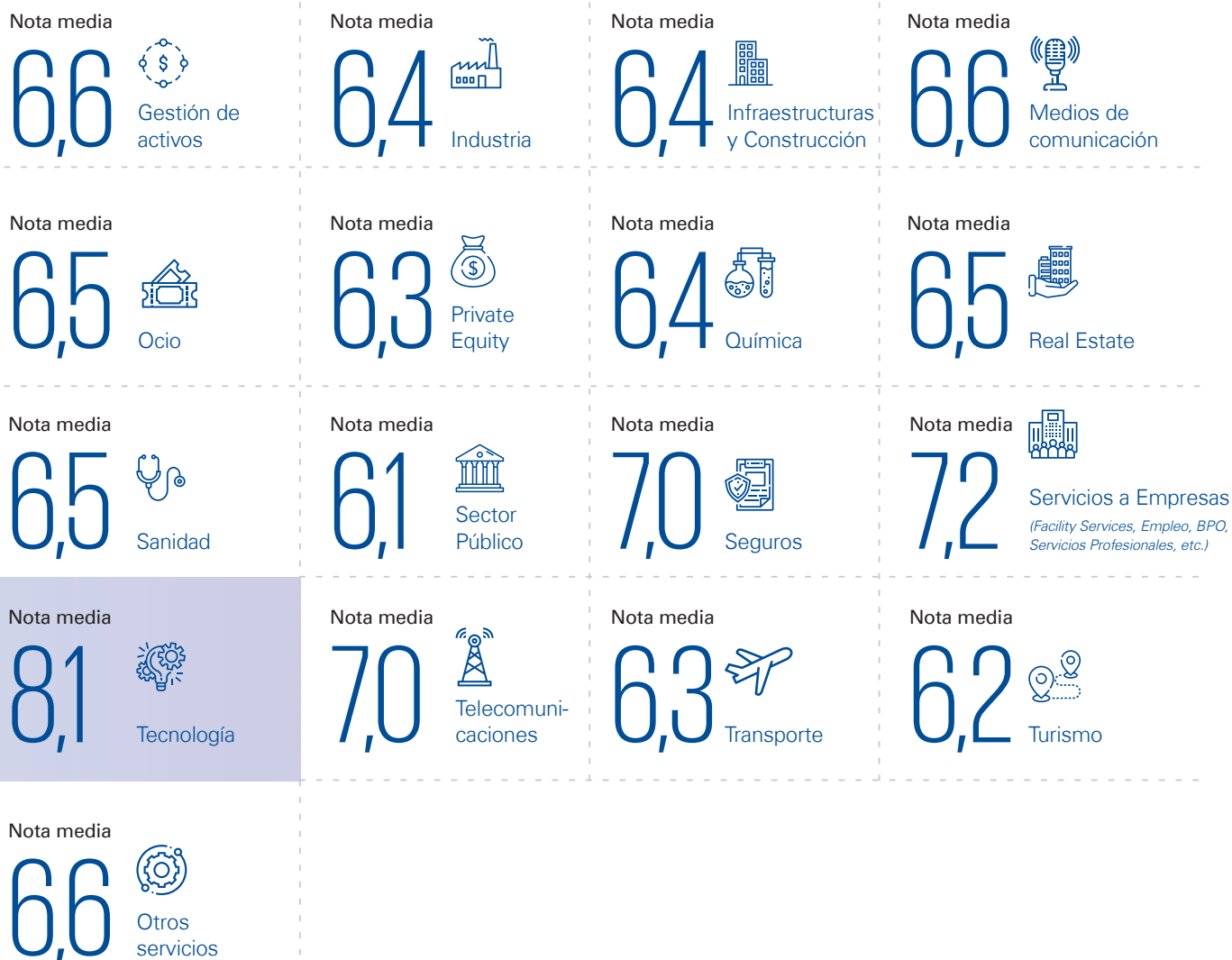
Por sectores, la nota más alta la registran las empresas de Tecnología (8,1), Servicios a empresas (7,2) y Banca (7,1). Comercio y Distribución (6), Sector Público (6,1) y Turismo (6,2) son las actividades que presentan un mayor margen de mejora (gráfico 27).

26. 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?



27. En una escala de 0 a 10, en la que 10 es el máximo posible, ¿cómo calificaría el nivel de adaptación digital de su empresa?





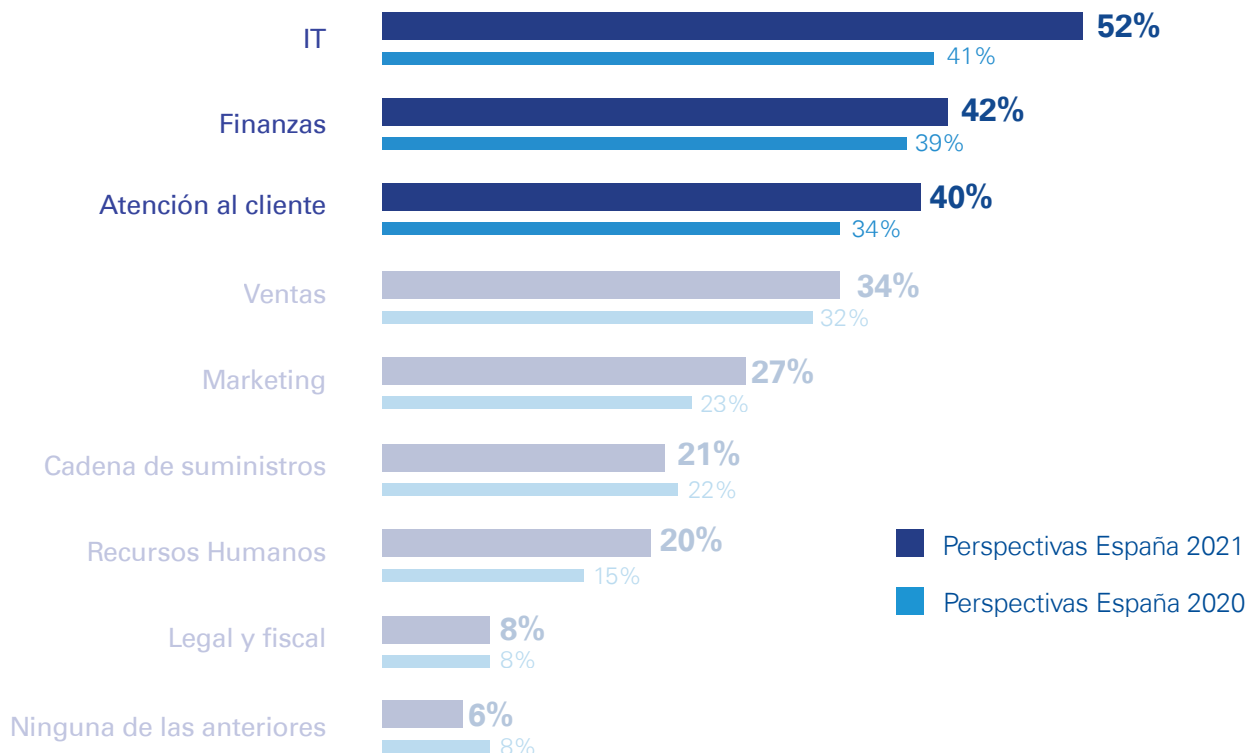
De acuerdo con las respuestas aportadas por los encuestados en este informe, las áreas más avanzadas en el proceso de digitalización serían IT, que marca el 52% de los encuestados, Finanzas (42%) y Atención al cliente (40%). Son las mismas que encabezaron el listado en el informe *Perspectivas España 2020*, aunque entonces obtuvieron un porcentaje menor (gráfico 28).

Los avances en transformación digital de las empresas dependerán en buena medida de la capacidad que tengan sus empleados para actualizar sus conocimientos y habilidades con el fin de responder a las necesidades que impone la nueva realidad. Los empresarios españoles otorgan una nota media del 6,5 a las capacidades de sus

empleados, una décima más de la que otorgan a la digitalización de sus empresas y dos décimas por encima de la nota registrada en *Perspectivas España 2020* (gráfico 29).

Los empleados de los sectores de Tecnología (8,3), junto con los de Seguros y Servicios a empresas (ambos con un 7), son los que obtienen una nota más alta. Como puede apreciarse, la diferencia entre estas notas es mayor que entre los tres sectores que encabezaban el gráfico 26. Entre los profesionales que presentan un mayor margen para mejorar sus capacidades digitales figuran algunos de los sectores que han sufrido un mayor impacto por la pandemia: Restauración y Comercio y Distribución, con una nota del 5,7; Turismo, 5,8; y Ocio, 5,9 (gráfico 30).

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



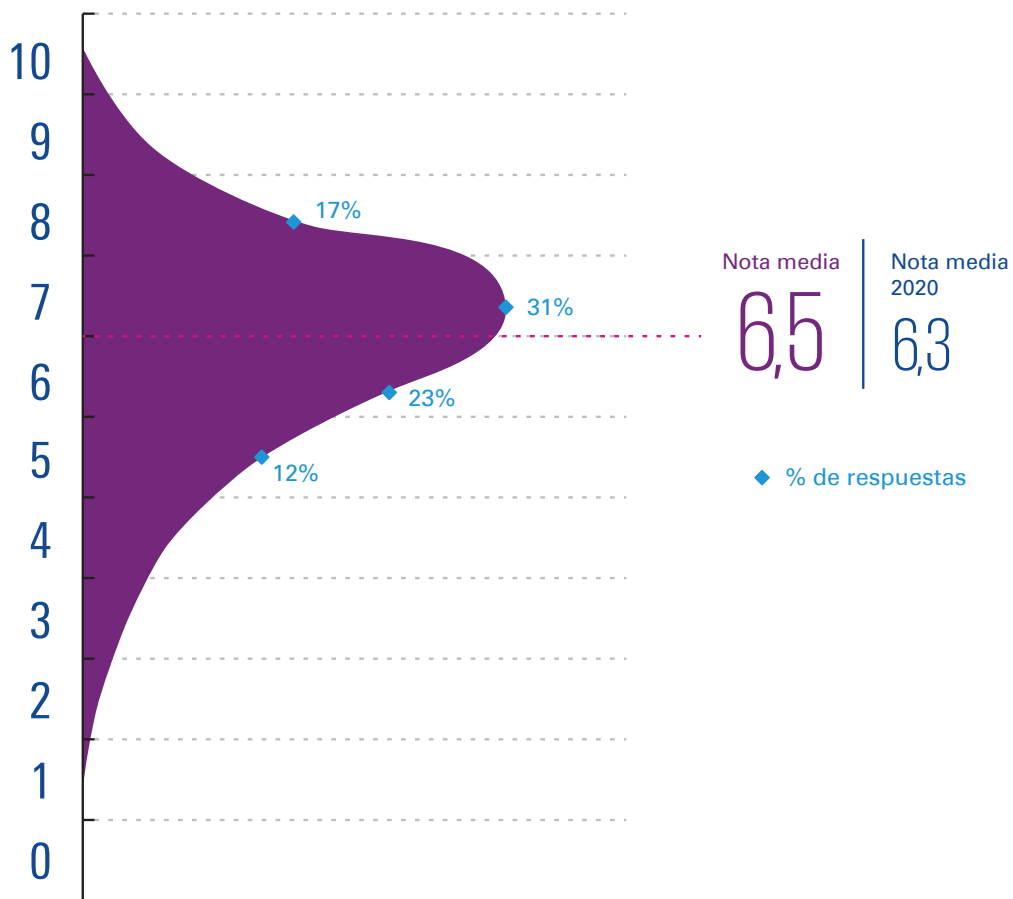
“ La Inteligencia Artificial es la próxima oleada de disrupción digital y las empresas deben prepararse para ello ahora. Si bien el impacto global de la IA hasta la fecha ha sido relativamente pequeño en muchas industrias, su potencial es elevado.

Para conseguir todo este potencial, las compañías están realizando inversiones relevantes en tecnologías y el uso de análisis de datos e inteligencia artificial van calando en el día a día, pero el reto de cara a futuro sin duda es el paso de su uso en determinados procesos y proyectos concretos a su utilización de forma estructural y en toda la compañía.

El principal reto no solo pasa por el acceso al talento o el uso de la tecnología, sino en que es necesario romper la manera en la que tradicionalmente se hacían las cosas y se tomaban las decisiones. ”

Eva García San Luis
 Socia responsable de Data Analytics e Inteligencia Artificial de KPMG en España

29. 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?



30 En una escala de 0 a 10, en la que 10 es el máximo posible, ¿cómo calificaría el nivel de adaptación digital de su empresa?

Nota media

6,3



Automoción

Nota media

6,9



Banca

Nota media

5,7



Consumo:
Comercio y
distribución

Nota media

5,7



Consumo:
Restauración

Nota media

6,7



Consumo:
Alimentación y
bebidas

Nota media

5,9



Consumo:
Otros bienes
de consumo

Nota media

6,6



Energía

Nota media

6,5



Life Sciences

Nota media

6,4



Gestión de
activos

Nota media

6,2



Industria

Nota media

6,3



Infraestructuras
y Construcción

Nota media

6,5



Medios de
comunicación

Nota media

5,9



Ocio

Nota media

6,8



Private
Equity

Nota media

6,4



Química

Nota media

6,4



Real Estate

Nota media

6,5



Sanidad

Nota media

6,1



Sector
Público

Nota media

7,0



Seguros

Nota media

7,0



Servicios a Empresas
*(Facility Services, Empleo, BPO,
Servicios Profesionales, etc.)*

Nota media

8,3



Tecnología

Nota media

6,4



Telecomuni-
caciones

Nota media

6,3



Transporte

Nota media

5,8



Turismo

Nota media

6,4



Otros
servicios



Julián Nuñez
 Presidente de
 la Asociación
 de Empresas
 Constructoras y
 Concesionarias
 Españolas (SEOPAN)

Es prioritario implementar nuevos modelos de colaboración público-privada

P. En la transformación verde y digital de la economía española, el papel que desempeñará la movilidad será estratégico. ¿Cómo se articulará esa participación?

R. Invertir en infraestructuras que favorezcan la movilidad de los ciudadanos es imprescindible para alcanzar una transformación verde y digital de la economía y cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Cualquier proyecto de movilidad debe perseguir tres objetivos: i) reducir el tiempo de viaje de los usuarios, ii) reducir el coste de operación del sistema de transporte, y iii) reducir los costes externos asociados (accidentes, emisiones y contaminación acústica).

Dichos objetivos, para cuya determinación es preciso realizar análisis coste beneficio, conviven además con nuevos factores de cambio que se añaden a la imparable tendencia de concentración de la población urbana, y que están afectando a nuestros hábitos de movilidad. Me refiero al Ride hailing, Ride sharing o Car sharing, y a implementación de la conducción autónoma y eléctrica, cuyo impacto ya está suponiendo un mayor uso del vehículo privado y una mayor utilización de la capacidad de transporte de nuestras vías urbanas.

La situación en nuestro país en infraestructuras de movilidad en el ámbito urbano y periurbano se resume con una paralización total de inversiones en infraestructuras de transporte público desde el año 2009. El déficit inversor acumulado en las mismas en la última década representa 24.745 millones de euros (M€), habiéndose dejado de construir 700 km y 124 km de nuevas líneas de cercanías y metro respectivamente.

Aparte de las inversiones en transporte público hay que facilitar la migración del transporte individual al colectivo. Ampliar las redes de cercanías y metro y favorecer su intermodalidad con el transporte privado requiere, también, construir aparcamientos disuasorios en nuestras ciudades, preparados para la movilidad eléctrica o implementar sistemas de información del tráfico en tiempo real entre otras actuaciones.

En lo que se refiere al ámbito interurbano, es preciso, además de realizar una puesta a cero de nuestra red viaria de gran capacidad que según la Asociación Española de la Carretera acumula un déficit de conservación superior a 7.400 M€, promover un mayor uso del transporte ferroviario de mercancías, cuya cuota en el sistema de transporte, de las más bajas de Europa, (inferior al 4%), a pesar de ser 5 veces más eficiente que la carretera, y con unos niveles de emisiones de gases de efecto invernadero 5 veces inferiores.

La creación de infraestructura verde y recuperar espacio para el ciudadano constituye también otro objetivo, teniendo importantes proyectos conceptuales de soterramientos en varias de nuestras principales ciudades como Madrid que permitirían, entre otros beneficios, liberar 50 nuevas hectáreas de infraestructura verde reduciendo en 450.242 las emisiones de toneladas de CO2 en 30 años.

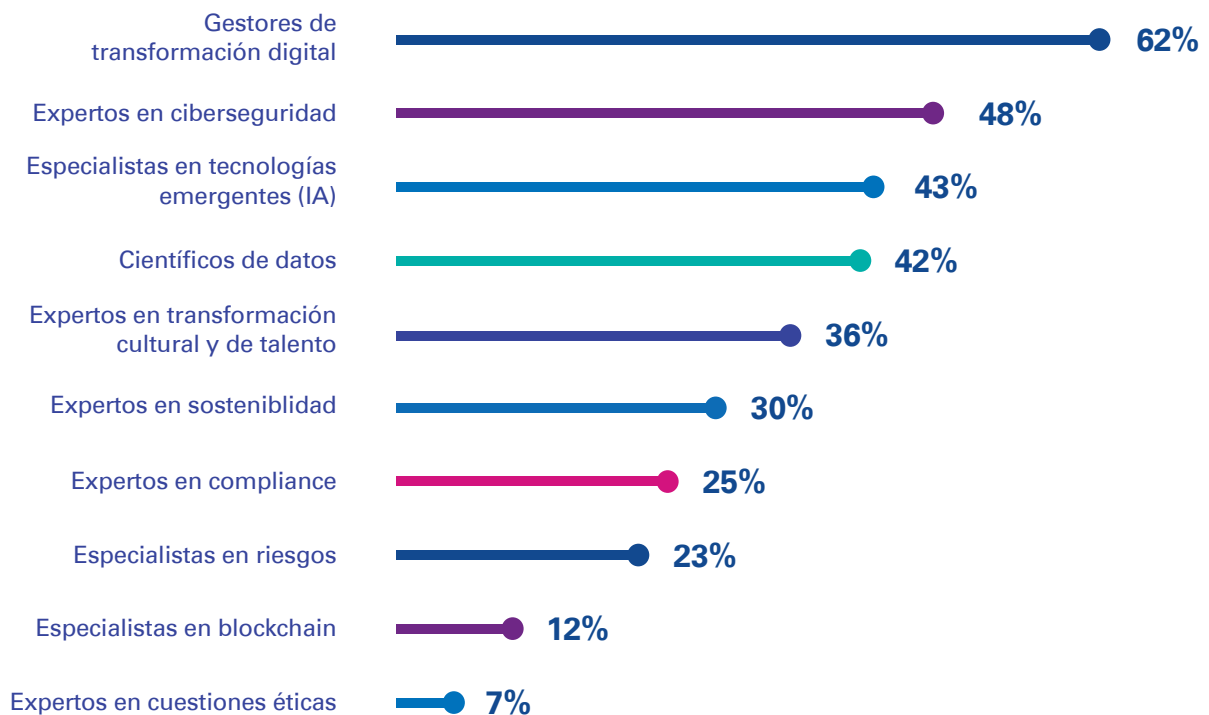
Pero la coyuntura de gasto público actual, con una agenda social deficitaria en materia de protección social, salud y educación, no va a permitir la obtención de recursos públicos suficientes, por lo que es igualmente prioritario implementar nuevos modelos de colaboración público-privada para la financiación y gestión de nuestras infraestructuras de transporte.

El programa Next Generation EU supone una oportunidad para adaptar nuestra movilidad, pero es precisa la participación e involucración del sector privado en tal cometido. Ahora más que nunca.

Entre los nuevos perfiles profesionales, los perfiles digitales serán los más demandados por las empresas en los próximos años. Un 62% de los encuestados señala que será necesario contratar a gestores de transformación digital; un 48%, a expertos en ciberseguridad; un 43% a especialistas en tecnologías emergentes (IA); y un 42%, a

científicos de datos. A continuación, con un 36%, los expertos en transformación cultural y talento se sitúan entre los perfiles más demandados, poniendo de manifiesto que la transformación digital precisa también de profesionales que potencien las capacidades de los empleados e impulsen el cambio en la forma de trabajar (gráfico 31).

31. De los siguientes perfiles profesionales, ¿cuáles diría que serán más necesarios en los próximos dos o tres años?





Víctor Calvo-Sotelo

Director General
de la Asociación
Española para
la Digitalización
(DigitalES)

“El 5G va mucho más allá de aumentar la velocidad y reducir la latencia”

P. Todos los operadores han iniciado ya el despliegue del 5G, unas redes que habilitarán una serie de tecnologías que permitirán un nuevo ciclo de transformación digital en la economía. ¿Cuáles son los retos que afronta el sector telecom para capturar la oportunidad de los nuevos servicios digitales sobre las redes 5G?

R. El 5G va a cambiar la sociedad, y lo va hacer para todos. Un reciente estudio desvela que esta tecnología impulsará el PIB mundial en 1,08 billones de euros en el año 2030. Un impulso considerable, pero lo que es más relevante, más de la mitad del impacto económico se producirá por su aplicación en el sector de salud y de atención sociosanitaria. Esto último revela hasta qué punto el 5G puede favorecer a todos los sectores productivos, y en especial a uno, el de la salud, tan necesario para una población que va a tener que recuperarse de una pandemia sin precedentes en la década que ahora comienza.

Tras el sector sanitario, prosigue el informe, los más beneficiados serán el eléctrico, el de consumo y medios de comunicación, el industrial y el financiero. Otros sectores, como la movilidad o la educación recibirán también un impulso transformador sin precedentes.

Y es que el 5G va mucho más allá de aumentar la velocidad y reducir la latencia. Viene para solucionar muchos problemas de la sociedad actual, como las listas de espera en los hospitales, el derroche energético, la gestión de residuos, las fugas de agua o las pérdidas por fraude en el sector financiero.

El primer reto para capturar las oportunidades que brinda esta nueva red es transmitir con convicción todas las ventajas que trae consigo. La digitalización es transversal a todos los sectores y así debe entenderse.

El segundo reto es fomentar los casos de uso para lograr que la industria aproveche realmente las oportunidades que ofrece el 5G. No podemos fabricar autopistas si por ellas van a circular 600.

Se calcula que esta tecnología requerirá de un esfuerzo inversor en el mercado español de 5.000 millones de euros, si bien para casos de uso como el coche conectado, se eleva dicha factura hasta los 10.000 millones de euros.

Desde DigitalES apoyamos el establecimiento de un modelo regulatorio razonable y proporcionado, que impulse y fomente la inversión de los operadores en la extensión de la cobertura del 5G, evitando modelos recaudatorios que drenen los recursos necesarios para acometer las inversiones del despliegue de la nueva tecnología.

Solo así podremos disfrutar de algo tan necesario como urgente para España que, quizás por primera vez en su historia moderna, tiene la oportunidad de aprovechar su posición de liderazgo en las infraestructuras de telecomunicaciones para ocupar una posición de relevancia en la “era del 5G”.

No la dejemos escapar.

Operaciones corporativas

La ralentización y en muchos casos paralización de la actividad durante la pandemia supuso en ocasiones la suspensión de los ingresos, lo que puso en riesgo la viabilidad de algunas compañías. Las organizaciones han tenido que poner en marcha operaciones para garantizar la llegada de la liquidez que les permitiera sobrevivir en el complejo contexto de la COVID-19 y sentar las bases para el crecimiento en la nueva realidad. Las soluciones han sido diversas.

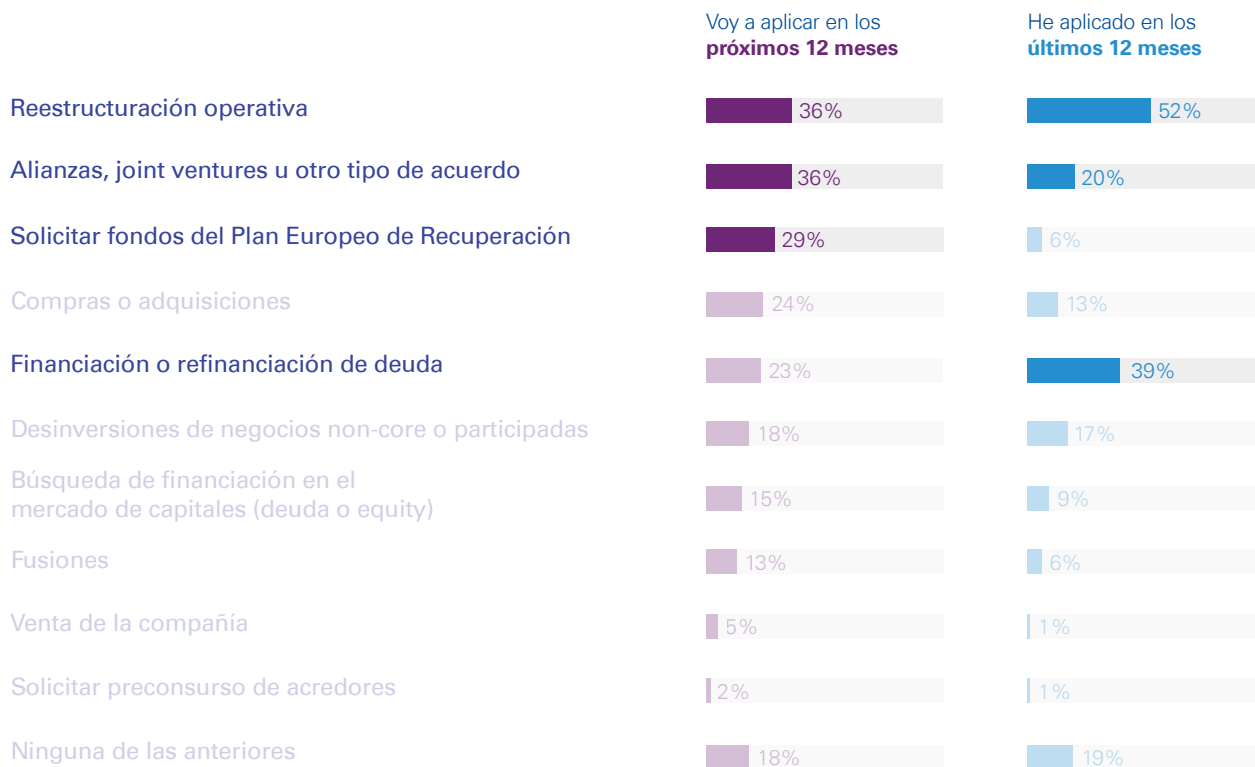
De acuerdo con los resultados de nuestra encuesta, las operaciones más comunes en los 12 últimos meses han sido las reestructuraciones operativas, que ha llevado a cabo un 52% de los encuestados. A continuación, se sitúan las financiaciones o refinanciaciones de deuda (39% de los encuestados)

y las alianzas, joint ventures y otro tipo de acuerdos (20%).

Si atendemos a las opiniones de los encuestados en este informe, en los 12 próximos meses el mercado asistirá principalmente a operaciones relacionadas con las reestructuraciones operativas y las alianzas, joint ventures y otro tipo de acuerdos, que abordará el 36% de los participantes. A continuación, se sitúan las compras o adquisiciones, que han incluido en su estrategia el 24% de los encuestados, poniendo de manifiesto que el apetito inversor se mantiene a pesar del impacto de la COVID-19 (gráfico 32)

Un 52% de los encuestados señala que busca financiación para sufragar su crecimiento orgánico, un 25% para refinanciar deuda y el 22% para poner en marcha operaciones de M&A (gráfico 33).

32. De las siguientes medidas ¿cuáles ha aplicado en los últimos 12 meses y cuáles prevé aplicar en los 12 meses próximos?



33. ¿Para qué está considerando obtener financiación?



“ El 2020 ha sido sin duda un año atípico marcado por una crisis sanitaria que ha generado mucha incertidumbre en todos los sectores económicos. Concretamente, la actividad de fusiones y adquisiciones se paralizó en el primer semestre coincidiendo con el periodo del confinamiento, pero se retomó parcialmente en el segundo semestre, lo que refleja un mercado activo en el que muchas transacciones se retrasaron en lugar de cancelarse. De cara a 2021, esta actividad sin duda va a acelerarse ya que, por un lado, las empresas están aprendiendo a operar en un nuevo entorno y, por otro, existe capital privado disponible para realizar inversiones. Sumado a esto, a medida que vayamos superando la pandemia y tengamos más visibilidad, mejorarán las perspectivas de fusiones y adquisiciones y la creación de valor. ”

Juan José Cano

Consejero delegado y socio responsable de Deal Advisory de KPMG en España

Fondos europeos

Un aspecto destacado de la agenda económica y empresarial de 2021 serán los fondos del Plan de Recuperación Europeo. La Ley de Presupuestos Generales del Estado de este año incorpora en su estado de gastos 26.634 millones procedentes de este programa, clave para impulsar la transformación de nuestro tejido productivo, haciéndolo más resiliente, digital y sostenible.

El 46% de los encuestados asegura que optará a estos fondos, un 24% los descarta y un 30% todavía no sabe si los solicitará (gráfico 34).

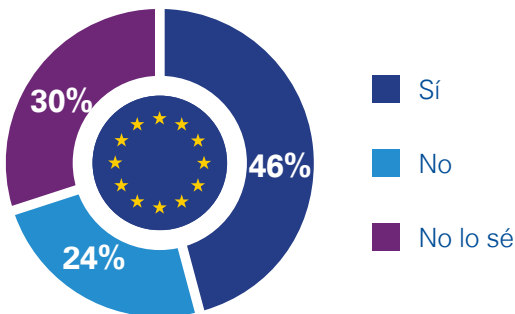
Los proyectos que pretendan acceder a esta financiación deberán estar relacionados con alguna de las 10 políticas palanca del Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia. La modernización y digitalización industrial, la transición energética justa e inclusiva y, a cierta distancia, las infraestructuras y los ecosistemas resilientes

son las que despiertan un mayor interés entre los encuestados que se plantean optar a estos fondos (gráfico 35).

Un 46% de las empresas que no han descartado acceder a los fondos (es decir, responden “sí” o “no lo sé” en el gráfico 34) no sabe si dispone de proyectos elegibles (gráfico 36). De hecho, un 27% de los que quieren optar a esta financiación lo ignora.

Aquellos que desconocen si disponen de proyectos elegibles esgrimen como principal razón el desconocimiento sobre los requisitos concretos del plan (63%). A mucha distancia figuran otros motivos como el desconocimiento del proceso de presentación de proyectos (28%) o la falta de experiencia en los ámbitos de actuación que establece el plan (22%). Un 20% señala que su sector no está incluido en las políticas palanca y un 11%, que no disponen de recursos internos suficientes (gráfico 37).

I 34. ¿Optará a los fondos del Plan Europeo para la Recuperación?



Precisamente la falta de conocimiento en el proceso de presentación de proyectos es destacada como el principal obstáculo para la implementación del Plan Europeo de Recuperación. Así lo considera el 35% de los encuestados. En segundo lugar, se sitúa la incertidumbre respecto a los organismos que gestionarán los fondos, que marca el 28% de las compañías que han participado en el sondeo. Un 20% apunta a la excesiva carga burocrática y un 12% a la dificultad en plantear proyectos acordes con los criterios fijados con la UE (gráfico 38).

I 35. De las 10 políticas palanca que establece el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia que guiará la ejecución los fondos europeos, ¿en cuáles está interesado en participar?

Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España emprendedora



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



Transición energética justa e inclusiva



Administración para el siglo XXI



Infraestructuras y ecosistemas resilientes



Modernización del sistema fiscal para un crecimiento inclusivo y sostenible



Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades



Impulso de la industria de la cultura y el deporte



Agenda urbana y rural y lucha contra la despoblación



Nueva economía de los cuidados y política de empleo

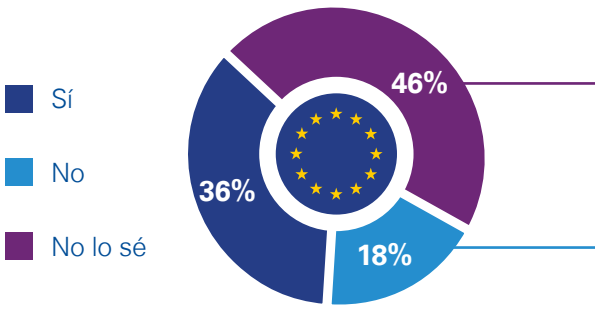


“ Los fondos del plan Next Generation EU representan una oportunidad única no solo para estimular la recuperación, sino para transformar el tejido productivo español, incrementando su resiliencia y sentando las bases de su crecimiento a largo plazo. La empresas desempeñarán un papel crucial en su ejecución, a través de contratos, subvenciones y la nueva figura de los PERTE, que ha venido para quedarse. Por esa razón es tan necesario que las empresas decidan ya en qué líneas de las que ha definido el Gobierno están interesadas en participar y comiencen a definir sus proyectos, teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad y digitalización que ha establecido la Unión Europea. Como el 100% de los fondos tiene que estar comprometido para diciembre de 2023 y sufragarán proyectos de gran envergadura, que requieren de tiempo en su planificación, no hay tiempo que perder.

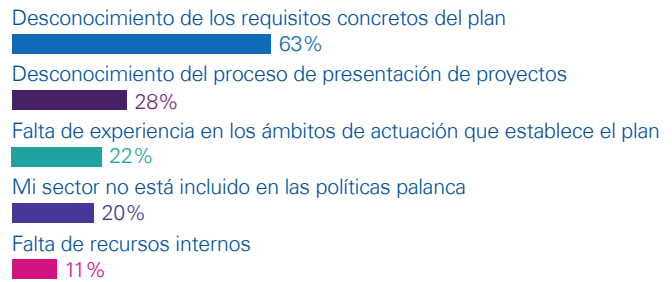
Noelle Cajigas
Socia responsable de Mercados de KPMG en España



36. ¿Dispone de proyectos elegibles para acceder a los fondos del Plan de Recuperación Europeo?*

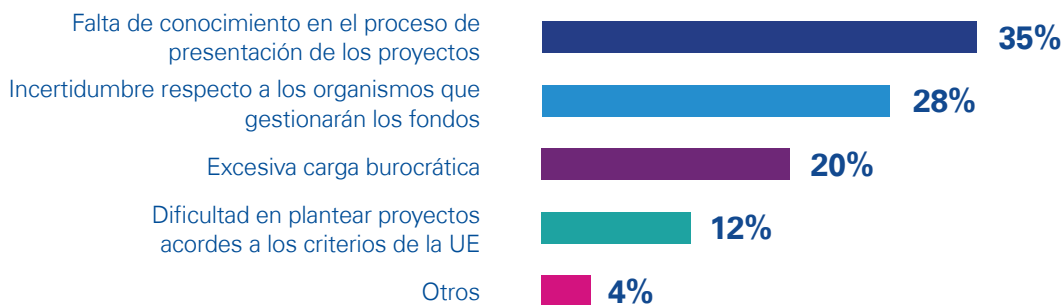


37. ¿Por qué considera que no dispone de proyectos elegibles?



*Responden aquellos que en la pregunta del gráfico 34 contestan 'Sí' o 'No lo sé'.

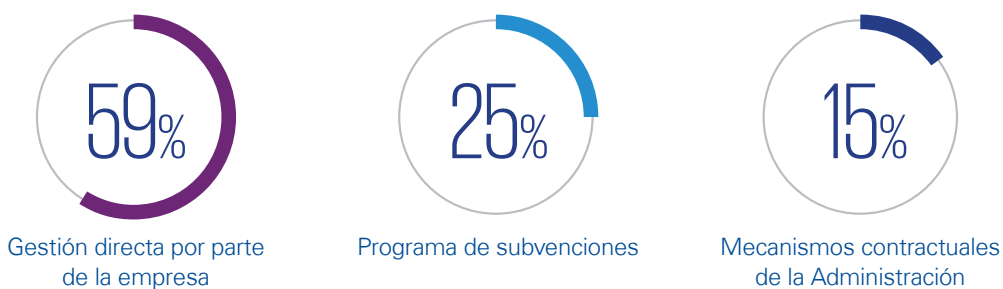
38. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para la implementación del Plan de Recuperación Europeo?



Tal y como ha declarado el Gobierno español, la iniciativa privada será fundamental en la ejecución de los fondos del Plan de Recuperación Europeo. Para casi 6 de cada 10 encuestados, esa participación debería articularse en torno a la gestión directa de

esas fondos por parte de las empresas. Un 26% se decanta por hacerlo a través de programas de subvenciones y un 15% preferiría hacerlo a través de mecanismos contractuales de la Administración (gráfico 39).

39. ¿Cómo cree que se debería articular la participación privada en el Plan de Recuperación Europeo?





Marina Serrano

Presidenta de la Asociación de Empresas de Energía Eléctrica (AELEC)

El sector eléctrico está llamado a desempeñar un papel protagonista en el proceso de recuperación económica

P. A priori, el sector de la energía es uno de los que podría verse más beneficiados por los fondos del plan de Recuperación Europeo. ¿A qué proyectos podría ir destinada esa financiación?

R. La Unión Europea ha aprobado un paquete de estímulos sin precedentes para ayudar a la recuperación económica tras la pandemia del coronavirus. Entre todos los instrumentos destaca, sin duda, el NextGenerationEU con una dotación de 750.000 millones de euros que pretende focalizar esta recuperación económica para hacer una Europa más verde, digital y resiliente a los fenómenos adversos como el que nos ha tocado vivir.

Este instrumento se compone de una serie de programas en el que destaca el Mecanismo Europeo de Recuperación y Resiliencia, con 672.500 millones de euros, que a través de préstamos y subvenciones impulsará las reformas e inversiones que necesita cada país, destinando el 37% al apoyo a la consecución de los objetivos climáticos. En España ya se han presentado 10 políticas tractoras, con 72.000 millones de euros entre 2021 y 2023, en las que la inversión "verde" representa más del 37% del total del Plan.

La electricidad, por su condición de vector de la descarbonización gracias a la viabilidad técnica y económica de sus tecnologías renovables, hace que el sector eléctrico se convierta en un importante aliado en la reactivación económica, adelantando y acelerando las inversiones para la electrificación de nuestra sociedad. Sin olvidar que contamos con una ventaja adicional como es el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima, que detalla las inversiones para esta década y avanzar en la transición energética a través de los siguientes ejes de actuación:

- **Generación:** las renovables eléctricas son las más competitivas en estos momentos y las que más rápido descarbonizan el sector energético.
- Mejora en la resiliencia de la **red de distribución:** no sólo para integrar toda la energía renovable sino también para potenciar la participación de los consumidores y que sean más activos en la gestión de su consumo eléctrico, acelerando así el aumento del peso de la electricidad dentro de su consumo energético.
- Impulso a la **electrificación:** apoyando a las tecnologías que apoyan la integración de renovables como la bomba de calor o el vehículo eléctrico.

Por todo ello, el sector eléctrico está llamado a desempeñar un papel protagonista en el proceso de recuperación económica en nuestro país; contamos con el instrumento adecuado, tenemos identificadas las inversiones y estas encajan con el destino de los fondos que deben servir para transformar nuestra economía y hacerla más moderna, sostenible y resiliente.

Información corporativa



En los últimos años, las empresas españolas han imprimido una mayor transparencia a la información relativa a sus estados financieros. Han dado así respuesta a los criterios de los reguladores, cada vez más exigentes, y también a las demandas de sus grupos de interés, cada vez más conscientes del impacto que la actividad de las compañías tiene en la sociedad.

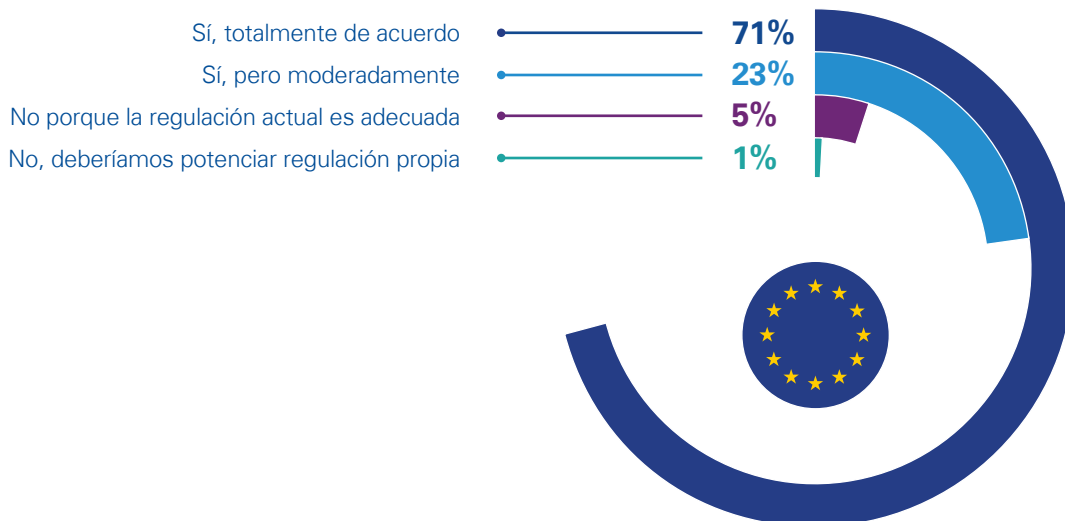
En lo referente a la difusión de la información financiera, el 94% de los encuestados se muestra a favor de avanzar en la armonización y comparabilidad de la información financiera y no financiera de las empresas en el ámbito de la UE: un 71% se declara totalmente de acuerdo y un 23% moderadamente a favor (gráfico 40).

Cuando se les pregunta sobre qué tipo de información corporativa, aparte de la información financiera anual, debería revisar un experto independiente, la respuesta por la que se decantan

más empresas es la información no financiera (48% de los encuestados). Le siguen los planes de negocio, que marca un 28% de las compañías, y la información semestral, que selecciona el 22%.

Sobre la audiencia de su información financiera, seis de cada diez empresas españolas consideran que los usuarios más relevantes de esta información son los analistas. El 30% cree que son los fondos, mientras que un 4% afirma que son los minoritarios (gráfico 42).

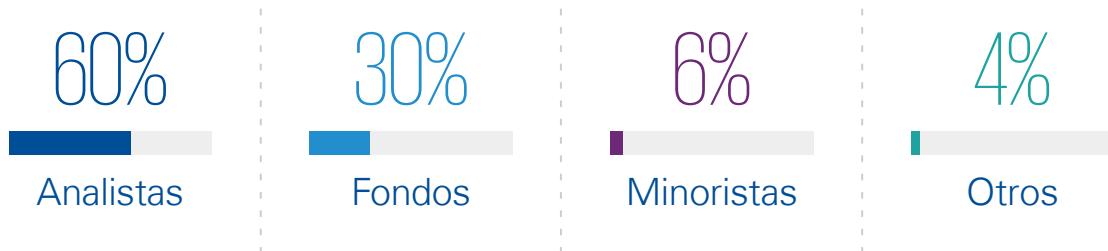
40. ¿Es preciso avanzar en la armonización y comparabilidad de la información financiera y no financiera de las empresas en el ámbito de la UE?



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



42. ¿Quiénes considera que son los usuarios de información financiera más relevantes?



“

La confianza en la información fiable y comparable resulta esencial para adoptar decisiones con la máxima certidumbre. Y el que esa información esté verificada por un auditor externo incorpora un valor inestimable. Avanzar a una mayor armonización y comparabilidad de la información corporativa (financiera y no financiera) es una posición casi unánime entre los directivos. Lo es porque es fuente de transparencia y de mejora continua en un mercado abierto.

Debemos seguir dando pasos en esa dirección, y, como apuntan los directivos en la encuesta, avanzar en la verificación de otra información relevante para los grupos de interés como es la no financiera, los planes de inversión o la información financiera semestral intermedia de las compañías. Es preciso que el mercado cuente con un elemento adicional que refuerza la confianza, que es vitamina para un progreso sano y sostenible”.

”

Borja Guinea
Socio responsable de Auditoría de KPMG en España



Carles Navarro

Presidente de la
Federación Empresarial
de la Industria Química
Española (Feique)

El Green Deal y los planes de recuperación y resiliencia propiciarán una aceleración muy relevante del esfuerzo innovador

P. La industria química ha sido un referente de innovación dentro del sector industrial. ¿En qué áreas centrarán sus esfuerzos en 2021?

R. De forma transversal, la digitalización continuará siendo un vector clave de nuestra innovación, tanto para la optimización de procesos como en relación con los productos y clientes. Sin embargo, los mayores proyectos, en volumen, estarán sumamente relacionados con los objetivos del Green Deal y los planes de recuperación y resiliencia, que propiciarán una aceleración muy relevante del esfuerzo innovador en áreas como la eficiencia energética y la electrificación o el desarrollo de procesos de baja emisión, incluyendo la captura y uso del CO₂ como materia prima o la fotosíntesis artificial.

En este ámbito, menciono aparte merece sin duda el desarrollo de la tecnología del hidrógeno, tanto como sustituto del gas natural en procesos industriales y para la generación de energía térmica, como para desarrollar sistemas de almacenamiento aprovechando los excedentes renovables del sistema eléctrico. La apuesta por esta tecnología, no obstante, necesita, más allá de sus posibilidades técnicas, un pormenorizado análisis coste-eficiencia, porque necesitan ser competitivas globalmente. En este sentido, tiene que considerarse también el hidrógeno azul, combinando fuentes no renovables con los sistemas de neutralización del CO₂, como una alternativa viable que nos permita reducir drásticamente y a más corto plazo las emisiones de gases de efecto invernadero.

En relación con la economía circular, el esfuerzo se está desarrollando tanto en la adaptación de los procesos a nuevas materias primas de origen renovable, en el diseño de productos que se integren con mayor facilidad en el ciclo, y en tecnologías de recuperación, como pueden ser las tecnologías de reciclado químico.

Independientemente de estos grandes vectores, que sin duda están focalizando gran parte de la actividad innovadora, destacaría por último la innovación que se está desarrollando en nuevos productos y aplicaciones relacionadas con el almacenamiento energético en baterías que soporten mayor densidad y más ciclos de carga, sistemas avanzados de almacenamiento térmico, o la mejora de la eficiencia de las células fotovoltaicas.

Desafíos



La COVID-19 ha hecho aflorar nuevos desafíos para las empresas, algunos ya conocidos y otros nuevos, al menos para las generaciones nacidas después de la II Guerra Mundial. En primer lugar, la pandemia ha generado una emergencia sanitaria que ha obligado a implementar medidas para proteger la salud de los ciudadanos. Además, ha obligado a suspender la actividad de muchas empresas, afectadas por la paralización de las cadenas de suministro y las restricciones a la movilidad. También la demanda interna ha caído ya que la incertidumbre empuja a los consumidores a ser más cautos en sus gastos. A todo ello se suman los desafíos que traen consigo la digitalización, tanto en términos de seguridad como en capacitación de los empleados, y la mayor preocupación por el entorno de los ciudadanos. Todos estos desafíos constituyen riesgos para las empresas, que deberán evaluar su nivel de afectación y las posibles soluciones para mitigarlos.

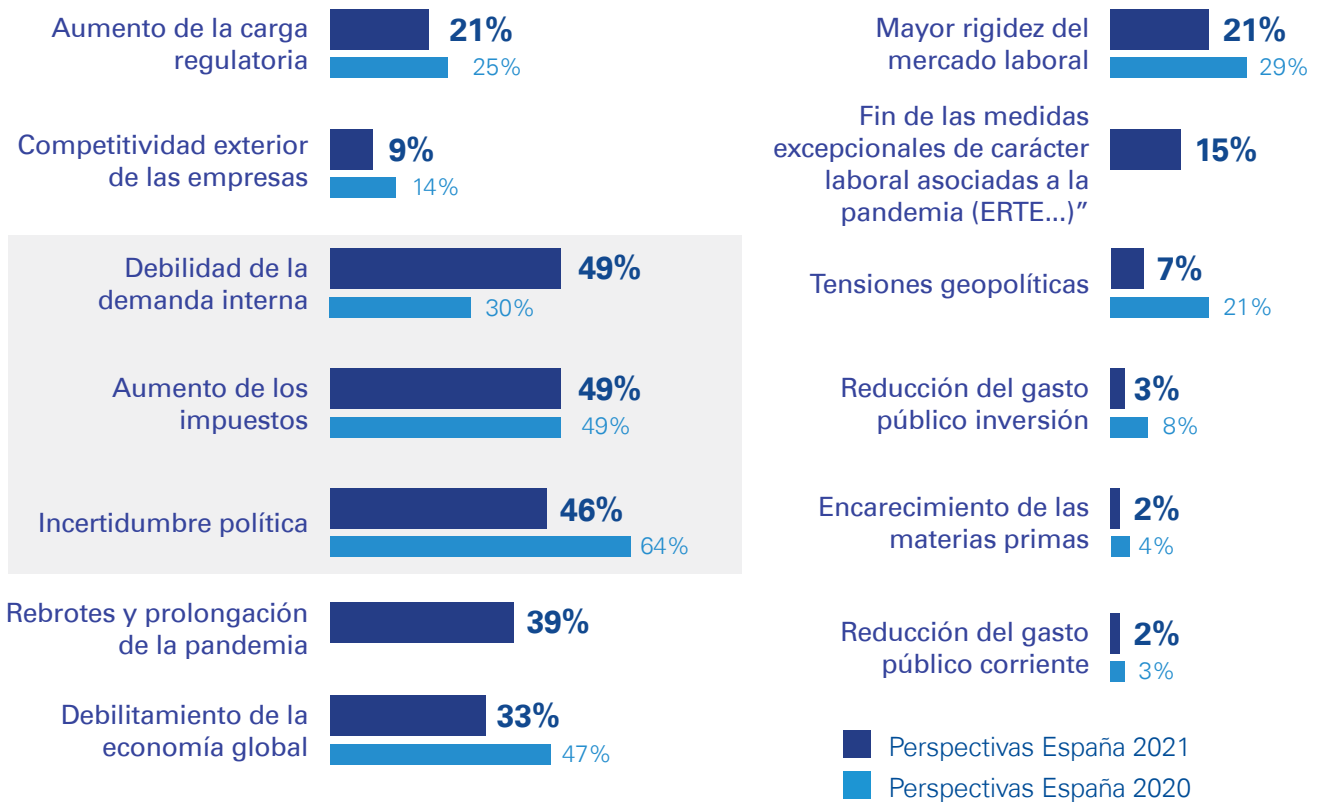
La debilidad de la demanda interna y el aumento de los impuestos son las dos principales amenazas que a las que la economía española deberá hacer frente en los próximos doce meses. Así lo afirman el 49% de los encuestados en este informe. A continuación, se sitúa la incertidumbre política, que marca el 46%, y los posibles rebrotes, que selecciona el 39% (gráfico 43).

Cuando se les pregunta por los riesgos que afectan a su negocio, el 58% de los encuestados incluye los riesgos de demanda entre los principales, mientras que un 47% marca los regulatorios y un 35% los operacionales, lo que pone de manifiesto la preocupación que genera el impacto de la pandemia

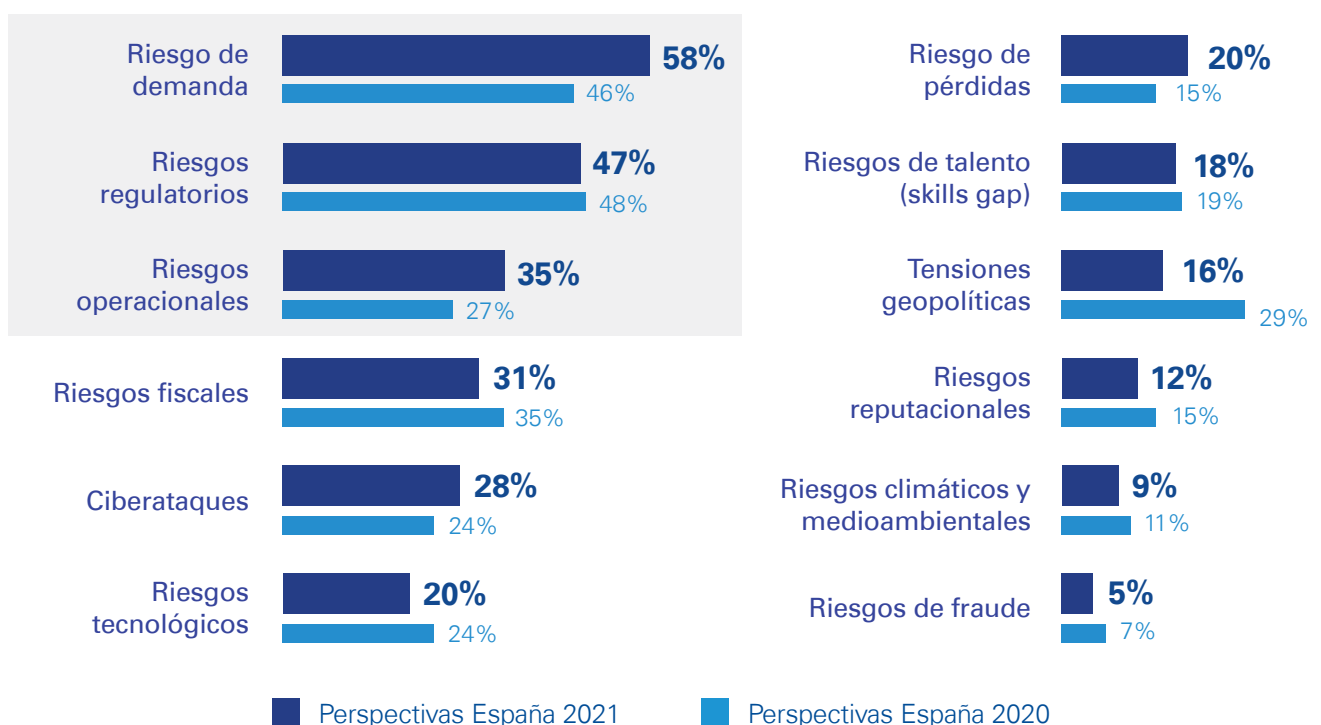
en el consumo y el normal funcionamiento de las empresas. Los riesgos asociados a la digitalización como los ciberataques (28%), los tecnológicos (20%) y los de talento (18%) se sitúan en una posición destacada (gráfico 44).

En relación con los riesgos asociados a la digitalización, el 35% de las compañías asegura haber sufrido algún ciberincidente en los últimos doce meses (gráfico 45). No obstante, solo un 4% de los encuestados considera que el grado de protección de sus datos y sistemas de ciberseguridad es bajo. Más de la mitad de los encuestados, el 54%, cree que es alto y un 39%, medio (gráfico 46).

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



44. ¿Y los principales riesgos para su negocio?





Alfonso Merry del Val
 Presidente de la
 Asociación Nacional de
 Grandes Empresas de
 Distribución (ANGED)

El mayor tiempo en el hogar ocasionado por la pandemia abre nuevas posibilidades

P. El consumo final de los hogares cayó en 2020 un 8,4% en términos interanuales. ¿Qué medidas deberían adoptarse para favorecer la demanda interna y cómo podría contribuir el comercio y la distribución a este fin?

R. El comercio en España ha perdido 20.000 millones de facturación y más de 50.000 afiliados en 2020 por el impacto del covid, un golpe superior al de 2009. Si bien las restricciones y el mayor tiempo en casa han impulsado el gasto en alimentación y la compra de bienes tecnológicos para ocio y trabajo, no compensa la fuerte contracción de otras categorías fundamentales, como el textil.

El comercio ha sufrido además el *shock* del turismo, con 65 millones de turistas menos comprando en nuestras calles. Además de la disparidad de las comunidades a la hora de abordar la pandemia. Por ejemplo, en Castilla y León, Cataluña o Baleares, algunas de nuestras tiendas se han visto obligadas a cerrar el 40% de los días desde marzo. Como señala el Banco de España, "la movilidad es la variable más importante" a la hora de explicar hasta el 35% "de las diferencias provinciales en el PIB".

En esta coyuntura, desde ANGED demandamos un gran compromiso nacional para recuperar la confianza, el consumo de los hogares y, sobre todo el empleo, como palancas para reactivar la demanda nacional.

Una forma de recuperar la gran cantidad de horas de trabajo y facturación perdidas sería con un gran pacto para poder abrir todos los domingos y festivos en 2021. No debemos olvidar el efecto arrastre de esta medida sobre otras actividades. Sólo nuestras empresas cuentan con más de 45.000 proveedores y generan 30.000 millones de facturación en la industria y servicios españoles.

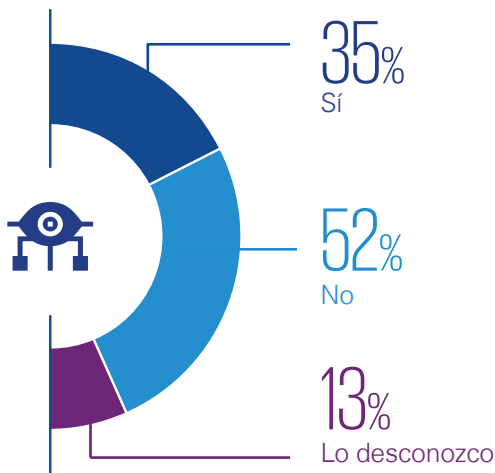
El mayor tiempo en el hogar ocasionado por la pandemia abre nuevas posibilidades, tanto para el comercio como para la construcción. Líneas de ayuda y planes renove para la reforma y mejora de las viviendas podría tener un impacto muy positivo en categorías como los electrodomésticos, muebles, electrónica de consumo, telecomunicaciones, bricolaje, etc.

Los desafíos en sostenibilidad marcan otro punto importante de cambio en el sector, que implica una gran inversión en mejorar la eficiencia y ahorro energético, la economía circular, los envases o la movilidad sostenible. Nuestras empresas están desarrollando ya las primeras tiendas residuo cero de España, el consumo 100% renovable o impulsando con más de 26.000 referencias la producción sostenible.

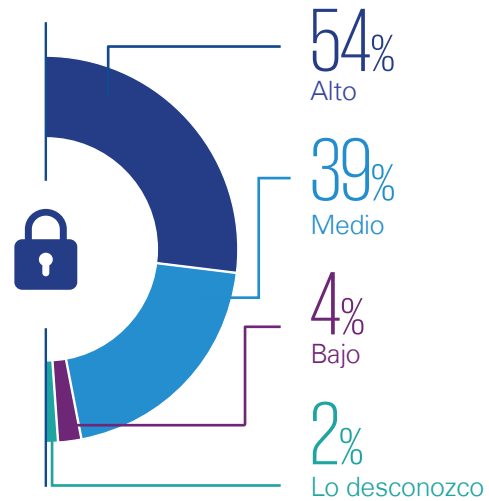
Por supuesto, el apoyo a la digitalización del sector será crucial. Nuestras empresas ya dedican un cuarto de su inversión total al desarrollo de un entorno omnicanal que se ha demostrado clave a la hora de dar soluciones eficaces a la pandemia y adaptarse al cambio radical de los hábitos de compra.

España cuenta con grandes empresas y un valioso talento dentro el sector comercial para superar esta crisis. Es tarea de todos impulsar una leal colaboración público-privada que nos permita avanzar juntos.

45. ¿Ha sufrido su compañía algún ciberincidente en los últimos doce meses?



46. ¿Cuál considera que es el grado de protección de sus datos y de los sistemas de ciberseguridad en su empresa en la actualidad?



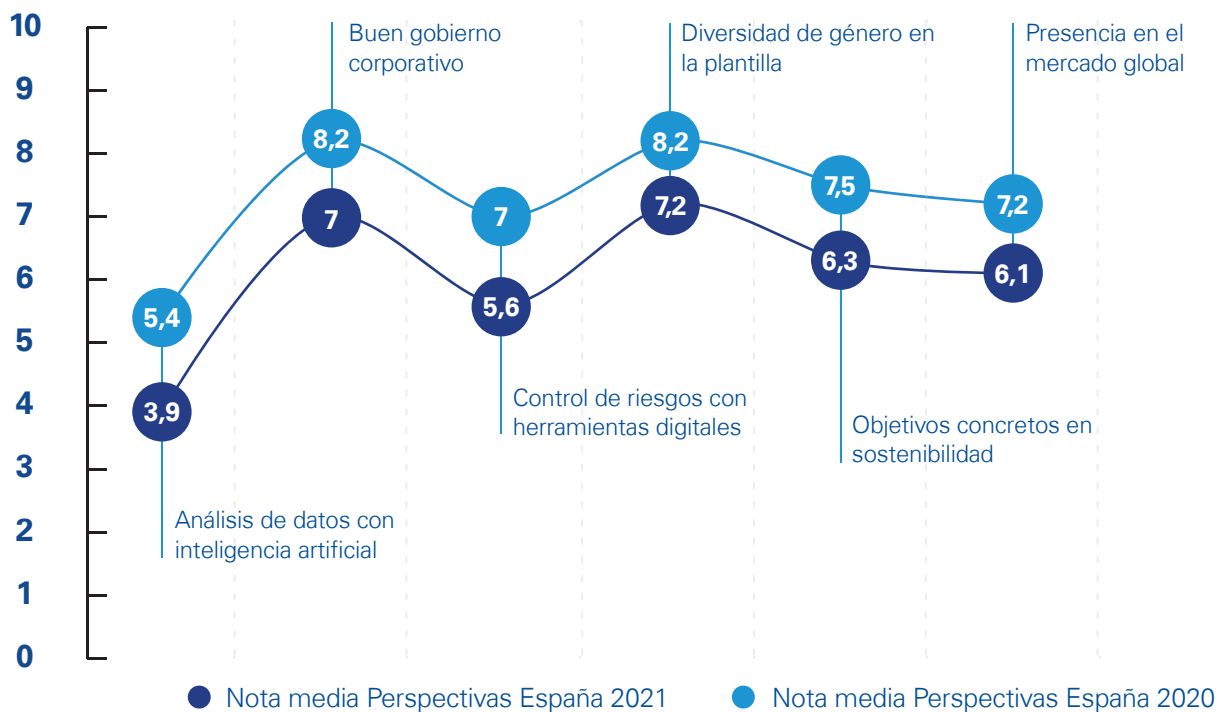
Las circunstancias, con una disminución de la demanda arrastrada de los meses que llevamos de pandemia y un corto plazo marcado por las restricciones, obligan a las compañías a realizar esfuerzos centrados en la eficiencia para mitigar el impacto en sus resultados. Un campo para actuar en esta dirección y que habitualmente no se contempla, es el cumplimiento. Transformar los modelos de cumplimiento de las empresas, habitualmente contruidos en diferentes etapas y por diferentes equipos, lo que ha generado, en ocasiones, sistemas poco eficientes, poco optimizados y poco sostenibles en el tiempo, puede favorecer la aparición de reducción en los costes, apoyándose en una estrategia de integración de las actividades de cumplimiento de las distintas áreas buscando un sistema sostenible. Esto permite avanzar en una senda de eficiencia, enfrentando otro de los aspectos que los encuestados ponen de relieve, el riesgo regulatorio, que tan presente estará en el medio y largo plazo.



Fernando Cuñado
Socio responsable de Risk & Regulatory,
Consulting Corporates de KPMG en España

A la hora de evaluar el desempeño de su organización en algunos aspectos clave de la gestión corporativa, los encuestados otorgan a todos ellos una puntuación al menos un punto inferior a la del informe *Perspectivas España 2020*. La mayor caída la experimenta el análisis de datos con inteligencia artificial, que pasa de aprobar con un 5,4, a suspender con un 3,9. La mejor nota la obtiene la diversidad de género en la plantilla, un 7,2, aunque pierde un punto con respecto al informe del pasado año (gráfico 47).

47. 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?



La sociedad reclama una mayor involucración de las empresas en los desafíos comunes. Por eso es necesario que las compañías continúen avanzando en su transformación sostenible y reforzando los aspectos ESG (ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo), fundamentales no solo desde el punto de vista reputacional, sino también financiero, pues los inversores y reguladores cada vez son más exigentes. Los fondos europeos suponen una oportunidad única para impulsar estos ámbitos de la gestión corporativa, lo que redundará en un aumento de la transparencia y la protección del entorno en la actividad empresarial. Ramón Pueyo, socio responsable de Sostenibilidad y Buen Gobierno de KPMG en España.



Ramón Pueyo

Socio responsable de Sostenibilidad de KPMG en España



José Vicente de los Mozos

Presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC)

“Atravesamos un momento clave de la transformación del sector”

P. El sector de la automoción, con un importante peso en el tejido productivo español, ha sufrido un doble impacto de la pandemia: por un lado, la paralización de las cadenas de suministro ha afectado a la producción, y por otro, la caída de la demanda interna está afectando a las ventas. ¿Cómo ha respondido el sector ante este doble efecto que se suma a los desafíos que ya se le planteaban (coche autónomo, transición verde, digitalización)?

R. Sin duda, el impacto de la pandemia en el sector ha sido muy grave y a corto plazo, el objetivo ha sido y es trabajar en la recuperación del mercado y la producción. Sin embargo, no podemos obviar que atravesamos la mayor transformación de la industria de la automoción en su historia y los ejes fundamentales del cambio, la descarbonización y la digitalización, necesitan su proceso de implementación desde ya.

Nuestra hoja de ruta estratégica, nuestro Plan AUTOMOCIÓN 2020-40, ya analiza y establece las líneas de acción para hacer frente a estos cambios y por eso, es importante que esta recuperación se aproveche al máximo para adelantar estos avances y traerlos a las fábricas y al mercado. Atravesamos un momento clave de la transformación del sector, donde es esencial que establezcamos cuanto antes el modelo que queremos para la industria de la automoción en España, que nos permita seguir siendo un motor económico y de empleo nacional y aumentar nuestra competitividad para ser un referente en la nueva industria de movilidad.

Política económica

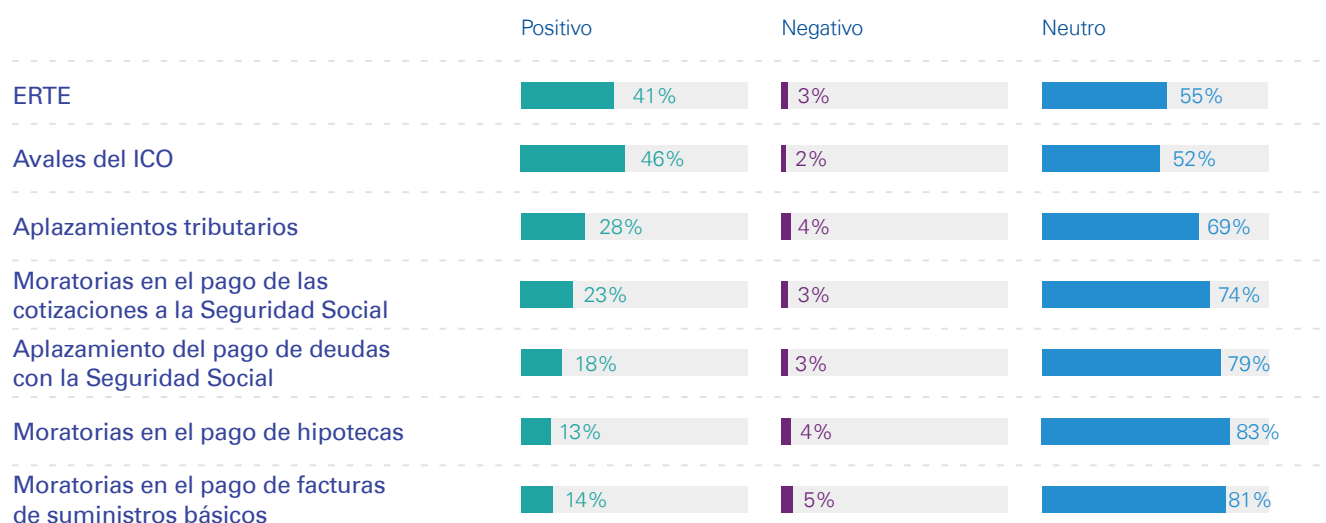


La pandemia ha obligado al Gobierno a adoptar medidas excepcionales con las que ha intentado limitar el impacto negativo sobre el tejido productivo nacional. Los empresarios señalan mayoritariamente que estas medidas han tenido un efecto neutro en sus negocios.

Para los próximos doce meses, las compañías españolas demandan tanto a la administración central como a las autonómicas que pongan en marcha los mecanismos que garanticen que el gasto público sea eficiente. En materia fiscal, las empresas abogan por una reducción del IRPF y del Impuesto sobre Sociedades y piden incentivos a la inversión y la competitividad. Asimismo, la mayoría otorga a los fondos europeos un papel importante en la recuperación, pero considera necesario combinarlos con políticas nacionales.

A partir de los resultados del sondeo en el que se basa este informe, se puede concluir que las medidas del gobierno han tenido mayoritariamente un impacto neutro en las empresas. El porcentaje de encuestados que asegura que ha sido negativo es muy bajo. Entre las medidas que a juicio de los encuestados han tenido un mayor impacto positivo destacan los avales del ICO, que marca el 46% de los encuestados, y los ERTE, que destaca el 41% (gráfico 48).

I 48. Valore como positivo, negativo o neutro el impacto que han tenido en su empresa las siguientes medidas económicas



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

La eficiencia del gasto público es la opción por la que se decantan mayoritariamente las empresas cuando se les pregunta por las prioridades que deberían tener tanto el Gobierno central como el autonómico: la marca el 54% de los encuestados en el primer caso (gráfico 49), y el 66%, en el segundo

(gráfico 50). En el ámbito estatal, se sitúa en segundo lugar, las reformas estructurales (48%) y, en el tercero, la transición energética y digital (34%). En el autonómico, la disminución de la presión fiscal (48%) y la simplificación administrativa (42%) son las otras demandas que más apoyan los encuestados.

49. ¿Cuáles cree que deberían ser las prioridades en el ámbito económico para el Gobierno Central en los próximos 12 meses?





“

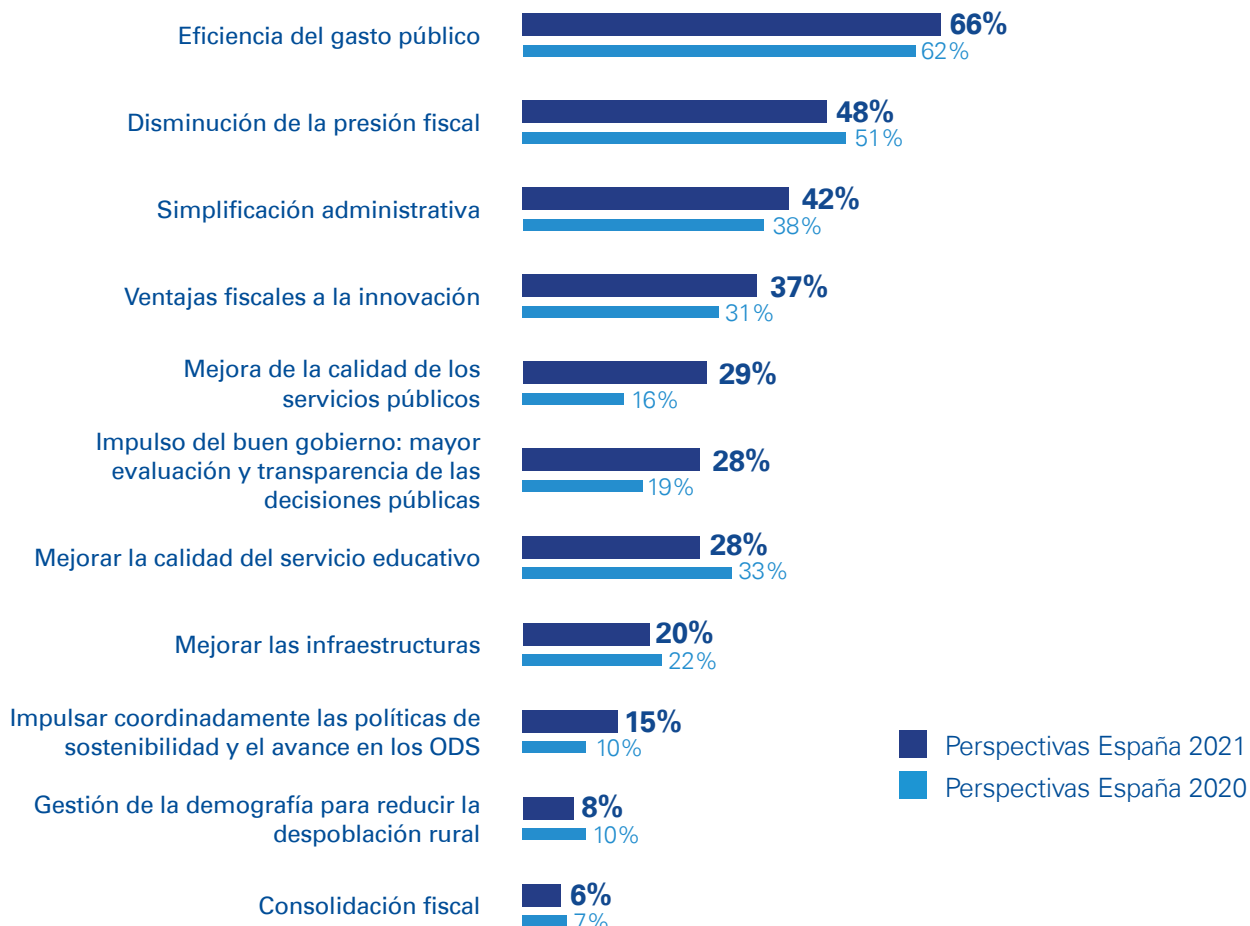
Durante los últimos meses, la crisis sanitaria global y sus efectos en la economía han puesto de manifiesto la relevancia que la administración pública tiene en el correcto funcionamiento de la sociedad y de la economía. En un estado autonómico, con competencias distribuidas y compartidas entre distintos niveles de la administración territorial, esperamos que cada uno ejerza su función de modo eficaz. En el caso de la administración estatal, es necesario que aborde en el ámbito regulatorio y lidere los principales desafíos que nos ocupan, impulsando reformas estructurales y las transiciones energética y digital. Las comunidades autónomas son requeridas para reducir la carga financiera y administrativa que trasladan a los ciudadanos y a las empresas. Con prioridad a todo lo anterior, y de modo coincidente, ambos niveles de la administración deben mejorar de forma efectiva y evidente la eficiencia de la gestión del gasto público.

”

Cándido S. Pérez Serrano

Socio responsable de Infraestructuras, Transporte, Gobierno y Sanidad de KPMG en España

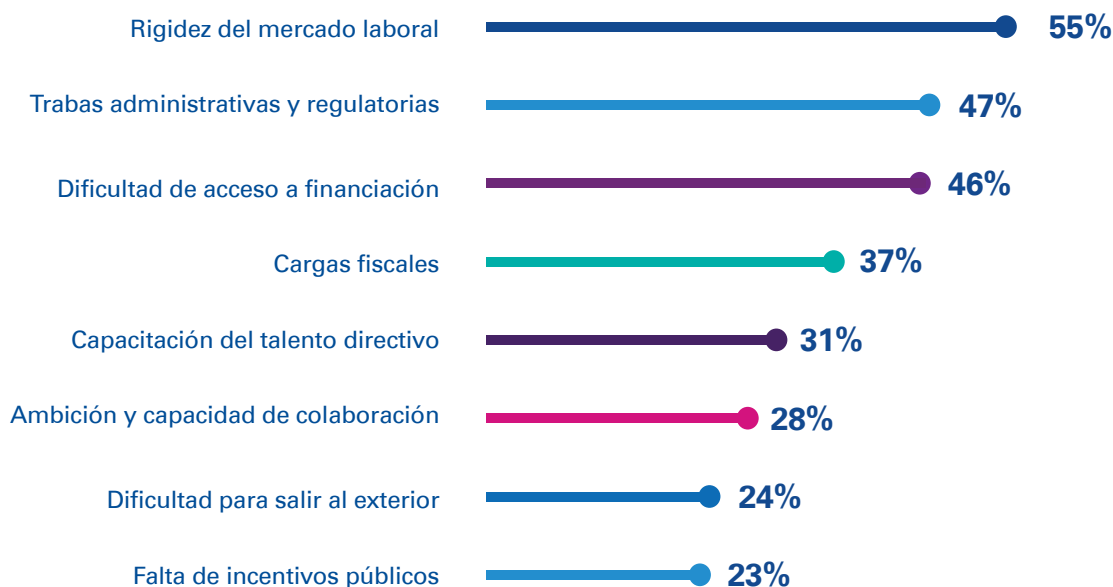
50. Cuáles cree que deberían ser las prioridades en el ámbito económico para el Gobierno Autonómico en los próximos 12 meses?



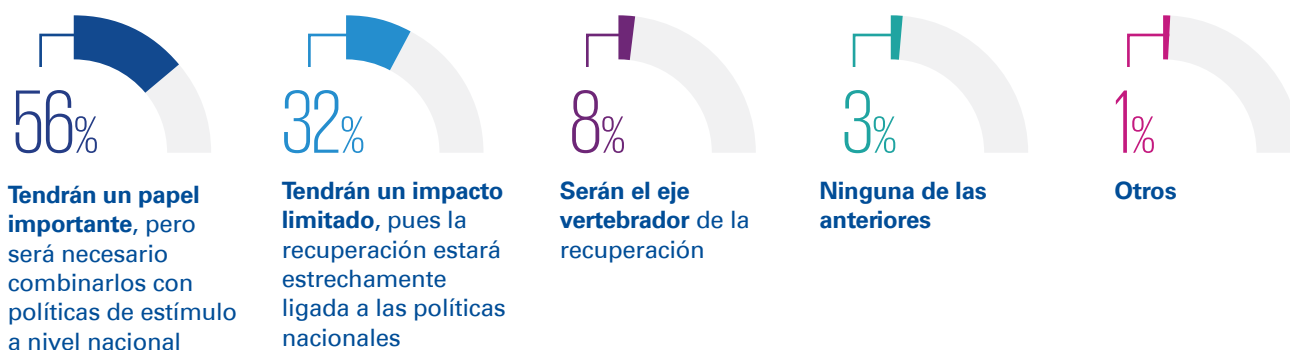
Centrándose en los desafíos a los que deben hacer frente las pymes para aumentar su tamaño, el 55% de los encuestados considera que la rigidez del mercado laboral se encuentra entre los principales obstáculos. Un 47% apunta a las trabas administrativas y regulatorias, mientras que el 46% incluye las dificultades para acceder a financiación (gráfico 51).

En lo que respecta a los fondos europeos, el 64% de los encuestados les otorga un papel importante en la recuperación: un 8% cree que serán el eje vertebrador, mientras que un 56%, la opinión mayoritaria, reconoce su valor, pero considera que es necesario combinarlos con políticas de estímulo a nivel nacional (gráfico 52).

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



52. ¿Qué papel cree que desempeñarán los fondos europeos en la recuperación de la economía española?



| Política fiscal

En materia fiscal, tres de cada cuatro compañías creen que el Gobierno debe tener como prioridad promover incentivos fiscales a la inversión y la mejora de la competitividad en este contexto de pandemia. El 65% considera que la seguridad jurídica debe incluirse en esas prioridades y un 53% incorpora también la

aprobación de medidas fiscales que favorezcan la liquidez (gráfico 53).

Valorando impuestos concretos, el 71% de los encuestados aboga por la reducción del IRPF y el 65%, el Impuesto sobre Sociedades, como medidas que serían beneficiosas para superar el impacto de la COVID-19 (gráfico 54).



“ En el año 2021 debería comenzar la salida de la crisis sanitaria que ha tenido un impacto económico en la mayoría de las empresas. En consecuencia, necesitaremos reformas estructurales en muchos ámbitos, guiadas por los principios de competitividad, eficiencia y seguridad jurídica y con un amplio consenso político para conseguir estabilidad e impulsar el crecimiento. Igualmente deberían realizarse reformas fiscales que no incrementen la carga impositiva y que no supongan trabas para la iniciativa privada o la actividad económica, como han hecho la gran mayoría de los países de nuestro entorno. En este paquete de medidas, el modelo de financiación autonómica debe jugar un papel importante. La encuesta de este año pone de manifiesto esa demanda por parte de las empresas al entender una gran mayoría de las compañías que el Gobierno debe tener como prioridad promover incentivos fiscales a la inversión y la mejora de la competitividad en este contexto de pandemia, entendiendo también como imprescindible la seguridad jurídica y que dichas medidas favorezcan la liquidez de las empresas.

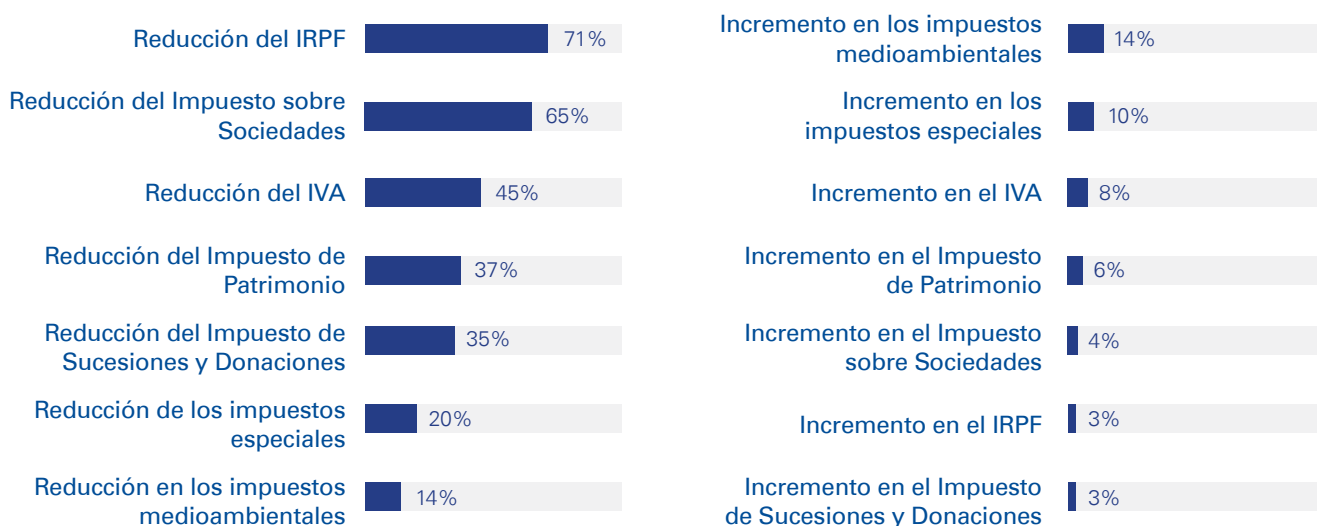
”

Alberto Estrelles
Socio director de KPMG Abogados

| 53. En materia fiscal, ¿qué prioridades cree que debe tener el gobierno teniendo en cuenta el impacto de la pandemia?



54. De las siguientes medidas fiscales, ¿cuáles considera que serían beneficiosas para superar el impacto de la COVID-19?



“

El año 2021 estará fuertemente condicionado por la evolución de la pandemia, los avances en la vacunación, el inicio de la recuperación y la duración del marco jurídico excepcional que fue aprobado en el año 2020 para paliar los graves efectos de la crisis. A ello se añade la construcción y desarrollo del marco jurídico necesario para el desarrollo y ejecución de los proyectos que se beneficiarán de la estrategia Next Generation EU, íntimamente conectado con lo anterior pero también, y no en menor medida, con la agenda de la transición y el impulso digital en Europa y los temas relacionados con la sostenibilidad. En este sentido, y hablando ya estrictamente sobre regulación, podría destacarse lo relativo a la implementación y primera aplicación de la normativa europea y española sobre cuestiones ASG, incluyendo el cambio climático, con obligaciones que para las entidades financieras comienzan ya en marzo de este año; el inicio de las nuevas experiencias de innovación financiera en la sandbox regulatoria y la transposición de la décima directiva europea sobre prevención del blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

”

Francisco Uría
Socio principal de KPMG Abogados y responsable de Sector Financiero en España y EMA

Sobre este informe





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

En esta edición han participado 1.400 empresarios y directivos de 25 sectores y de todas las comunidades autónomas.

Las respuestas fueron recogidas a través de una encuesta online que se llevó a cabo entre noviembre de 2020 y enero de 2021.

De los encuestados, un 43% son presidentes, directores generales o consejeros y un 49%, directivos. El 34% de las compañías que ha participado tiene más de 1.000 empleados y un 39% factura más de 200 millones al año. Los sectores más representados han sido Banca (11%), Industria y Servicios a empresas (ambas con un 9%). Por comunidades, Madrid (40,8%) y Cataluña (16,6%) son las que tienen una mayor presencia.

1.400

Encuestados

25

Sectores

Encuesta realizada entre

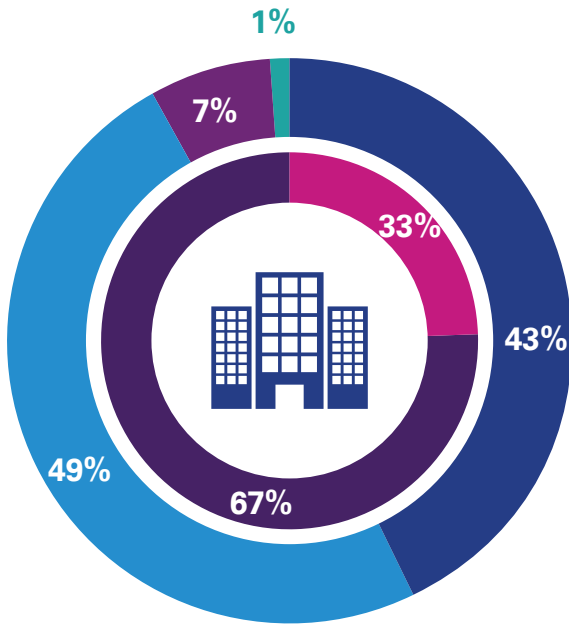
noviembre

enero

2020 - 2021



Cargo del encuestado y tipo de empresa



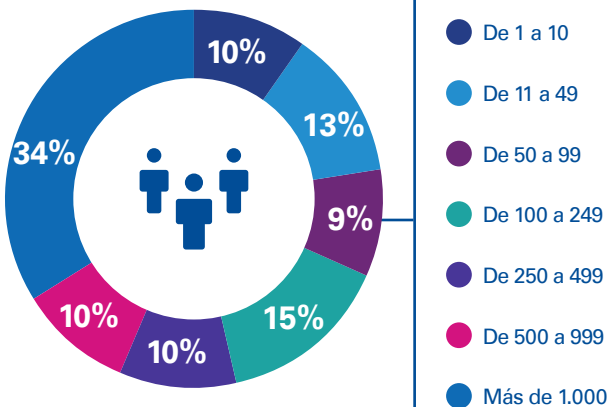
Cargo del encuestado

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

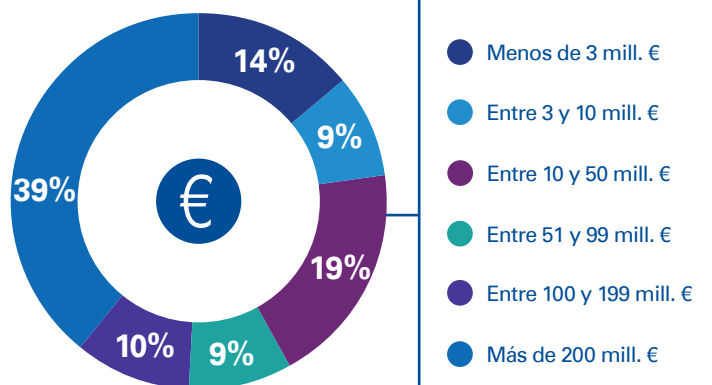
Tipo de empresa

- Empresa familiar
- Empresa no familiar

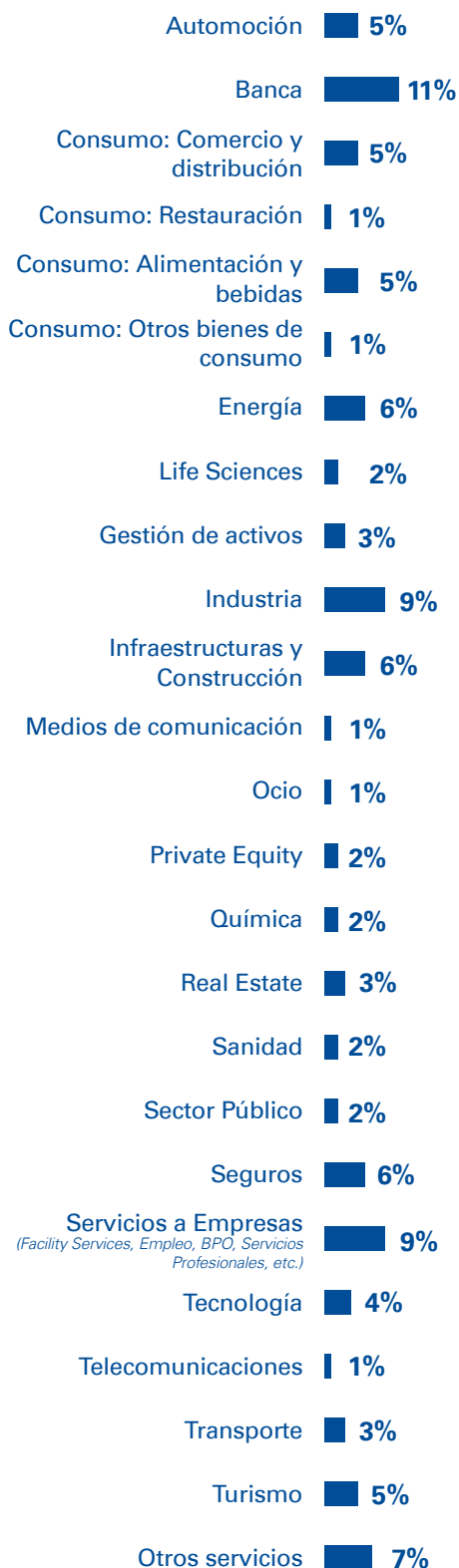
Número de empleados



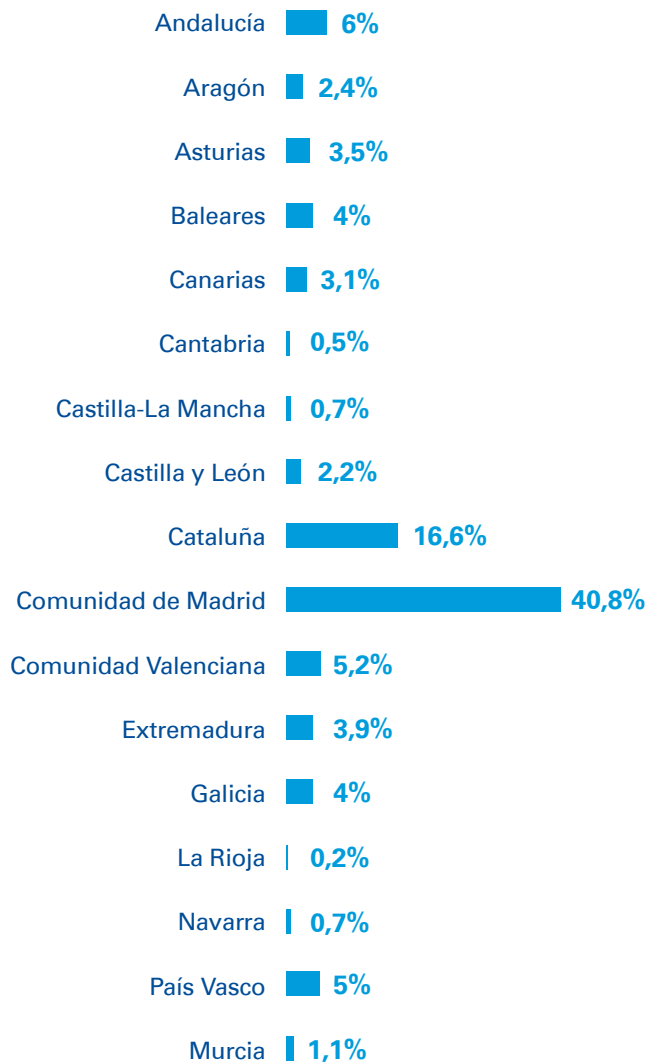
Facturación



Empresas por sectores



Por Comunidades Autónomas



Ediciones regionales



Andalucía

[Descargar informe](#)



Asturias

[Descargar informe](#)



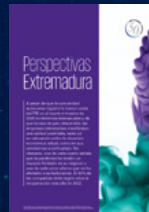
Baleares

[Descargar informe](#)



Canarias

[Descargar informe](#)



Extremadura

[Descargar informe](#)



Cataluña

[Descargar informe](#)



Galicia

[Descargar informe](#)



Comunidad Valenciana

[Descargar informe](#)



País Vasco

[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

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.

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

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