



Emprende post COVID19

Huelva. Retos 'Industria' y 'Agroindustria'

Estudio de prospectiva
Junio 2020



Junta de Andalucía

Consejería de Empleo, Formación
y Trabajo Autónomo

ANDALUCÍA EMPRENDE, FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA

Colección:

Estudios de Investigación.

Edición y dirección:

Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Junta de Andalucía.

Realizado por:

Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo. Junta de Andalucía.

Agradecimientos:

Gracias a las más de 1.500 personas, autónomas, microempresas y pymes por compartir con nosotros sus necesidades, prioridades y retos y a las personas expertas que han participado en las entrevistas sobre las que se ha basado este estudio, aportando su visión y conocimiento.

Finalizado en junio 2020

La crisis internacional ocasionada por el Covid-19 conlleva una situación económica de la que aún no conocemos sus dimensiones, y que nos sitúa en un escenario de incertidumbre y riesgo que hasta ahora era desconocido.

Pymes, personas emprendedoras y autónomas tendrán que enfrentarse a situaciones totalmente nuevas que requieren un esfuerzo en investigar las necesidades y prioridades que estos colectivos van a tener en el futuro inmediato, una vez que se inicie la "reactivación" económica y productiva.

Andalucía Emprende presenta este estudio de investigación con el objetivo de conocer a fondo las necesidades, prioridades y retos a los que se enfrenta el tejido empresarial andaluz, de manera que podamos dibujar y poner en común propuestas, servicios e instrumentos de apoyo que permitan a las empresas superar esta situación y colocarse en buena posición para abordar los retos del futuro.

ÍNDICE

Introducción	4
Metodología	6
Fase 1. Contextualización.	6
Fase 2. Encuesta dirigida a empresas y personas trabajadoras autónomas.	6
Fase 3. Panel de expertos de prestigio y agentes representativos del ecosistema emprendedor.....	8
Situación de partida	10
Encuesta EMPRENDE-COVID19	22
¿En qué situación se encuentra su negocio/actividad en la actualidad?	22
¿Se ha acogido a alguna de las actuales medidas extraordinarias?	29
¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?	31
¿Qué cambios considera que deberá tomar para continuar con su actividad y asegurar la supervivencia cuando finalice el estado de alarma?	33
¿Cuáles cree que serán las necesidades más inmediatas que tendrán que afrontar los autónomos y empresas cuando vuelvan a la normalidad en su actividad profesional/empresarial?	35
¿Cuáles de las siguientes medidas podrían ser más efectivas para que su negocio/actividad se adapte mejor al nuevo escenario que se plantea a corto y medio plazo?	40
¿Qué tipo de ayuda/apoyo cree que es más importante para superar las necesidades más inmediatas?	44
¿Qué carencias ha detectado en su negocio que han supuesto un aprendizaje?	49
¿Necesitará reformas o adaptaciones?, ¿de qué tipo?	53
La voz de los expertos	60
Situación de partida.	61
Retos y necesidades de adaptación	63
Despegar con éxito y encontrar nuevas oportunidades.....	65
El papel de la Administración autonómica	67
Iniciativas y palancas para el desarrollo de Andalucía.....	68

Introducción

La crisis internacional ocasionada por el Covid-19, supone el mayor reto para la economía, las personas emprendedoras, autónomas y todo el tejido empresarial, ya que nos sitúa ante un escenario de dimensiones, **incertidumbre y riesgo aún desconocidos**.

Las empresas tendrán, por tanto, que enfrentarse a situaciones totalmente nuevas que requiere de las instituciones públicas un **esfuerzo en conocer los retos, necesidades y prioridades** que van a tener en el futuro inmediato, una vez que se inicie "la reactivación" económica y productiva.

Andalucía Emprende es una entidad pública adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía que apoya y fomenta el emprendimiento desde hace más de 25 años, apostando por el talento y la iniciativa emprendedora como principales impulsores de la economía y el empleo. Por ello, precisamente ahora, asumimos la responsabilidad de aportar **conocimiento sobre la situación presente de partida hacia este nuevo escenario y, sobre todo, de las perspectivas, dificultades y retos** a los que habrán de enfrentarse personas emprendedoras, empresarias y autónomas de Andalucía en un futuro inmediato. Es para ello para lo que hemos realizado este trabajo de investigación prospectiva, con un triple enfoque metodológico:

1. Un **estudio sociológico**, basado en una encuesta en la que han participado más de **1.500 pymes, microempresas y autónomos**, para conocer a fondo las necesidades, prioridades y retos a los que se enfrenta la economía andaluza, de manera que podamos dibujar y poner en común propuestas, servicios e instrumentos de apoyo que permitan a las empresas superar esta situación, y colocarse en una buena posición para abordar los desafíos del futuro en este difícil contexto.
2. Un **panel de expertos** y agentes sociales representativos del ecosistema emprendedor, las pymes y el trabajo autónomo, de la provincia de Huelva y

de los sectores de la industria y la agroindustria, en el que **han participado 9 personas de reconocido prestigio**, a través de entrevistas personalizadas.

3. Un exhaustivo **análisis de fuentes estadísticas y trabajos de investigación especializados** que han aportado suficiente información y conocimiento para contextualizar y complementar, con trazabilidad, un trabajo esencial para entender los múltiples aspectos de esta nueva situación que se abre paso.

Las previsiones y perspectivas recogidas en este trabajo y su ulterior análisis, tienen por objeto servir de base para marcar estrategias y líneas de acción y cooperación promovidas por los diferentes agentes que componen el ecosistema emprendedor, así como para diferenciar y priorizar actuaciones en función del ritmo de recuperación de la actividad empresarial.

Como **objetivos prioritarios** de este estudio, destacan los siguientes:

- **Conocer las necesidades** que las empresas prevén que se van a encontrar con la vuelta a la normalidad, e **identificar las principales dificultades** que entienden que van a tener que afrontar derivadas de los cambios normativos para cumplir con las normas higiénico sanitarias y de distanciamiento social.
- Recoger las **potencialidades y carencias** que han detectado en sus negocios durante la etapa de confinamiento.
- **Descubrir las iniciativas de cambio** que se han marcado a corto plazo para afrontar los primeros meses de funcionamiento tras el confinamiento (desescalada), así como las innovaciones que pueden incorporar a sus modelos de negocio para **afrontar los retos del futuro**.
- Detectar las características de los **negocios que han gestionado esta crisis con más éxito** y descubrir las nuevas **oportunidades de negocio** y estrategias para adaptarse y evolucionar.
- Disponer del **conocimiento necesario para generar propuestas de acción** a partir de la colaboración y el consenso del ecosistema emprendedor y rediseñar servicios públicos que puedan ser útiles y eficientes para las empresas y emprendedores ante los nuevos retos que se plantean.

Metodología

Este trabajo de investigación prospectiva sigue una metodología práctica y rigurosa, en el marco del estado de alarma generado por la pandemia provocada por el COVID-19, y está orientado principalmente a conocer las necesidades, expectativas y retos de personas emprendedoras, autónomas y empresas a partir de estos momentos. El trabajo se ha estructurado en **tres fases diferenciadas y complementarias** a su vez.

Fase 1. Contextualización.

Se ha realizado una contextualización del escenario actual de la actividad económica, generado por la pandemia del coronavirus, sustentada en **fuentes secundarias oficiales y de contrastada garantía**. Para ello, se ha analizado la incidencia de esta crisis a nivel andaluz, descendiendo a los indicadores provinciales de Huelva y en los sectores de industria y agroindustria. La importancia y riqueza de la información recabada en este análisis general, radica en la **actualidad de los datos expuestos** de ámbito laboral y empresarial y en sus distintas relaciones y tendencias, explicando con una evidencia empírica las consecuencias socioeconómicas de esta crisis.

Fase 2. Encuesta dirigida a empresas y personas trabajadoras autónomas.

El estudio de prospectiva sobre las necesidades, expectativas y retos de empresas y personas autónomas, obedece a una encuesta realizada a una selección muestral basada en la siguiente **ficha técnica**:

Población objeto de estudio	Empresas y trabajadores autónomos de Andalucía
Universo (marco muestral)	23.820 empresas en la provincia de Huelva (Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica). Fuente: IECA
Procedimiento de muestreo	Envío de encuesta a través correo electrónico, redes sociales y plataformas digitales de Andalucía Emprende
Recogida de información	Formulario web de Google
Tamaño de la muestra	120 encuestas
Margen de confianza	95%
Error muestral	+/- 8,92%
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Fecha de la encuesta	Abril –Mayo 2020
Coordinación	Área de Conocimiento y Estrategia. Andalucía Emprende
Fuente	Andalucía Emprende 2020

En el procedimiento de muestreo se ha enviado un **cuestionario a 2.008 personas empresarias y autónomas** registradas en las bases de datos de Andalucía Emprende, a las que habría que añadir las que han accedido a través de las **plataformas digitales** de Andalucía Emprende, de la difusión a través de **redes sociales** y otros medios de comunicación, además de aquellas que provienen del **apoyo de otras organizaciones y entidades** relacionadas con el ecosistema empresarial y emprendedor.

La distribución para el procedimiento del muestreo se ha realizado según la distribución territorial del tejido productivo andaluz, siguiendo los datos de demografía empresarial publicados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

Tras el procedimiento de muestreo, **el número total de empresas y autónomos que han participado en la encuesta ha sido de 1.500**, muy por encima de las 400 que inicialmente se consideraban suficientes para disponer de resultados con el adecuado margen de confianza. Para el análisis de la provincia de Huelva se han analizado **120 encuestas** en las que han participado personas emprendedoras, autónomas y empresariado de la provincia.

La encuesta realizada se compone de los datos generales de caracterización de las empresas y de un total de 11 preguntas, estructuradas en tres grupos:

1. Datos generales de caracterización de las empresas.
2. Situación de las empresas durante el estado de alarma.
3. Retos a afrontar ante la vuelta a la normalidad.

Fase 3. Panel de expertos de prestigio y agentes representativos del ecosistema emprendedor

En esta fase se ha contado con la colaboración de un grupo de **expertos de reconocido prestigio y de agentes sociales representativos del ecosistema emprendedor**, de las pymes y el trabajo autónomo en Andalucía. A través de una entrevista personalizada **han participado 9 personas**, contestando a 5 preguntas abiertas relacionadas con el objeto del estudio. La recepción de la información de estos agentes claves se ha realizado mediante un formulario web, reforzando la participación de los mismos por vía telefónica cuando ha sido necesario.

Resumen metodológico

FASE I

Contextualización.

Fuentes secundarias, marco general, análisis internacional, nacional y regional

FASE 2

Encuesta a empresas/autónomos

Muestra: 1.500 empresas/autónomos

Cuestionario con 11 preguntas

FASE 3

Panel de 9 expertos y agentes claves del ecosistema emprendedor

Entrevistas personalizadas con 5 preguntas abiertas sobre el objeto del estudio

Situación de partida

La Comisión Europea, en su Pronóstico Económico de Primavera 2020, reconoce que las medidas de confinamiento e hibernación puestas en marcha provocarán una importante caída de la actividad económica en el primer semestre del año y que **el impacto de la crisis y la intensidad de la recuperación no será homogéneo por países.**

En el caso de España, considera que **el PIB sufrirá un desplome este año (-9,4%)**, seguido de un repunte en 2021 (+7%), insuficiente, en todo caso, para recuperar los niveles previos. De hecho, a finales de 2021 todavía estará un 3% por debajo, por lo que **habrá que esperar, al menos, hasta 2022 para alcanzar niveles anteriores** a la crisis.

En Andalucía, el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) señala que la irrupción del COVID-19 ha interrumpido bruscamente el perfil expansivo que venía mostrando su economía. La **estimación de la evolución del PIB andaluz** para el primer trimestre, refleja un descenso del 5,4%, registrándose **una variación en términos interanuales del -4,3%** respecto al mismo periodo del año anterior, tasa similar a la registrada en el conjunto nacional.

Partiendo de determinados supuestos respecto a la duración del confinamiento y la capacidad de recuperación de la actividad, Analistas Económicos de Andalucía estima que el PIB andaluz podría descender, en el conjunto de este año, entre un 8,4% y un 11,5%, aunque **no puede descartarse un mayor descenso.**

En 2019, el **PIB en la provincia de Huelva** registró un incremento anual del 0,2% en términos reales, según información facilitada por la Contabilidad Provincial Anual del IECA, alcanzando una producción de 11.021 millones de euros, el 6,4 % del total regional.

Las previsiones de Analistas Económicos de Andalucía para el conjunto del año para 2020 apuntan a que el PIB de Huelva, podría disminuir un **- 8,7 %** en el escenario más optimista, mientras que, en el menos favorable, que contempla un proceso de "desescalada" más dilatado, el descenso estimado sería del -11,2 %.

El que las caídas sean algo menos acusadas que en el agregado andaluz en los dos escenarios referidos, está relacionado con la estructura productiva de la provincia, donde el sector agrario tiene un elevado peso (en torno al 16% del PIB), que en principio parece que sufriría un menor impacto.

Evolución del PIB en la provincia de Huelva

Índices de volumen encadenados. Tasas de variación anual en %



Fuente: Situación económica y perspectivas de las provincias de Andalucía.

Analistas económicos. 2º Trimestre 2020.

El brusco deterioro de la actividad económica, según la Comisión Europea, también irá acompañado en el caso de España, por una **intensa destrucción de empleo**, agravada por la elevada temporalidad que caracteriza al mercado laboral español, por lo que la tasa de paro llegará cerca del 19% de la población activa, casi cinco puntos más que en 2019, para bajar hasta el 17% el próximo año.

En la explotación detallada que hace el IECA de la Encuesta de Población Activa, del primer trimestre del año 2020, **el número de ocupados disminuyó** en Andalucía, respecto al trimestre anterior, un **0,9%** (28.900 personas menos), situándose en 3.107.200, lo que supone que la tasa de empleo se sitúe en el 44,4%.

En la **provincia de Huelva**, se aprecia un **aumento** de la **ocupación** del + 2,9 % en relación al cuarto trimestre de 2019 y del **0,6% en términos interanuales**, situándose el número de ocupados en 194.600 personas.

Según la EPA, **desde la perspectiva sectorial**, el número de ocupados ha **aumentado** un **23,4%** en la **industria** y un **6,4%** en el sector **servicios**, registrando este último la tasa relativa más elevada de Andalucía. Sectores como el agrario con - 13,4% y la construcción con el - 36,9%, son los que han disminuido más el número de ocupados en la provincia onubense.

Evolución del empleo en la provincia de Huelva

Tasa de variación interanual %



Fuente: Situación económica y perspectivas de las provincias de Andalucía.

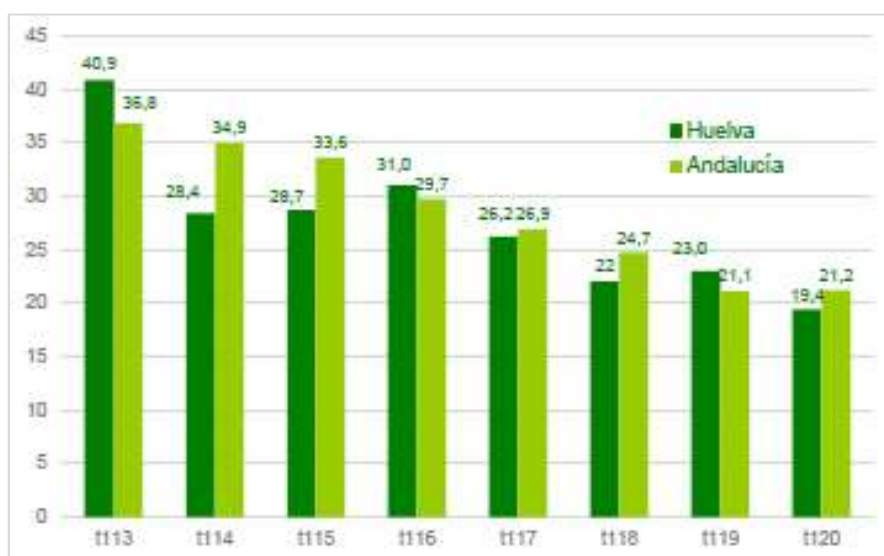
Analistas económicos. 2º Trimestre 2020.

Los datos de afiliación de la provincia de Huelva, registran un incremento interanual en el primer trimestre de 2020, con respecto al mismo período del año anterior, del 3,3%, por lo que parece no se ve afecto aún por los efectos del estado de alarma. Sin embargo, hay un descenso en la afiliación, - 0,5%, en abril respecto a marzo, siendo la caída más leve del total regional (-4,0%). Los datos de los ERTES por fuerza mayor a fecha 30 de abril, ascendían a 19.688 personas en la provincia. El **número de personas afiliadas totales** en la provincia de Huelva en el mes de **mayo** ha sido de **232.797**, un -3,8 % en términos relativos al mismo mes del año anterior.

La tasa de paro en Andalucía aumentó 0,4 puntos respecto al trimestre anterior, situándose en el 21,2%. Los sectores que crearon empleo fueron el agrario (15.300 empleos más) e industria (12.000), y se destruyó en servicios (44.300 empleos menos) y construcción (11.900).

En **Huelva**, el número de parados registrados al final del primer trimestre de 2020 sufrió una variación interanual del 22 %. De este modo, la **tasa de paro** llegó a situarse en el **19,4%**, cifra inferior al 21,2% que se registra en el conjunto regional.

Evolución de la tasa de paro en la provincia de Huelva (%)



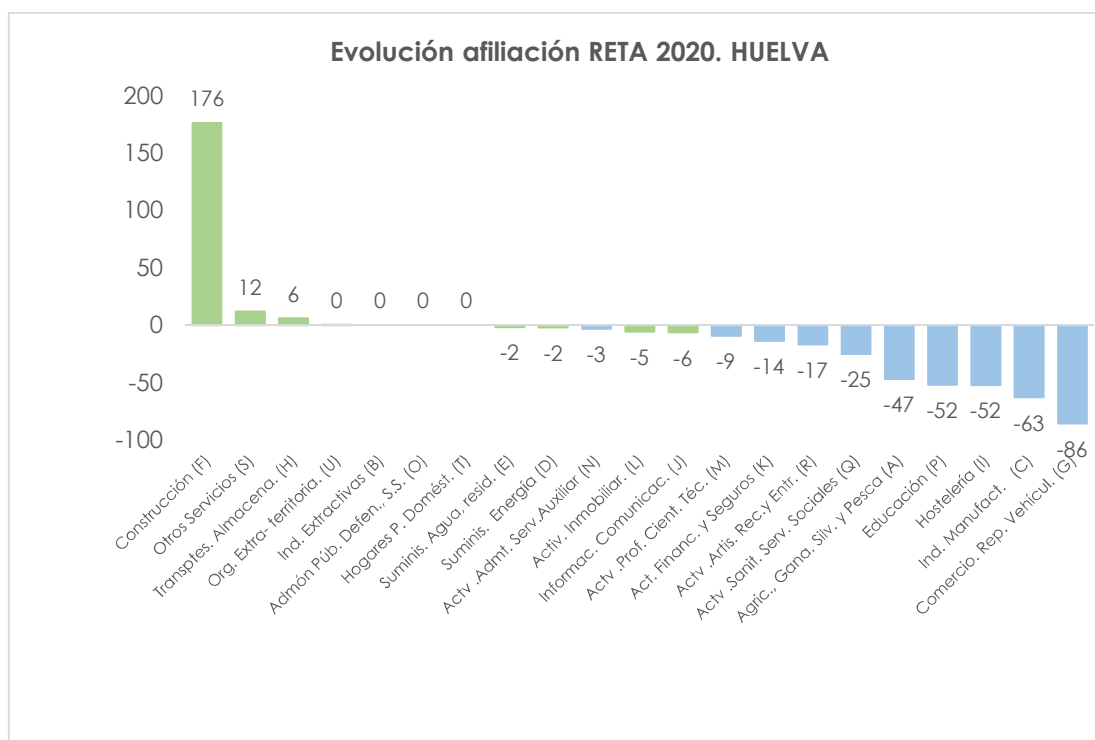
Fuente: Situación económica y perspectivas de las provincias de Andalucía.

Analistas económicos. 2º Trimestre 2020.

Andalucía ha perdido en lo que va de año 2020, un total de 3.861 personas **afiliadas a RETA**, de las que Huelva aporta un número muy reducido de 81.

La provincia de **Huelva** tiene un comportamiento muy positivo durante el período de crisis más aguda por COVID-19, teniendo una **pérdida** de afiliación a RETA **menor en comparación con el conjunto de Andalucía** (-0,72%).

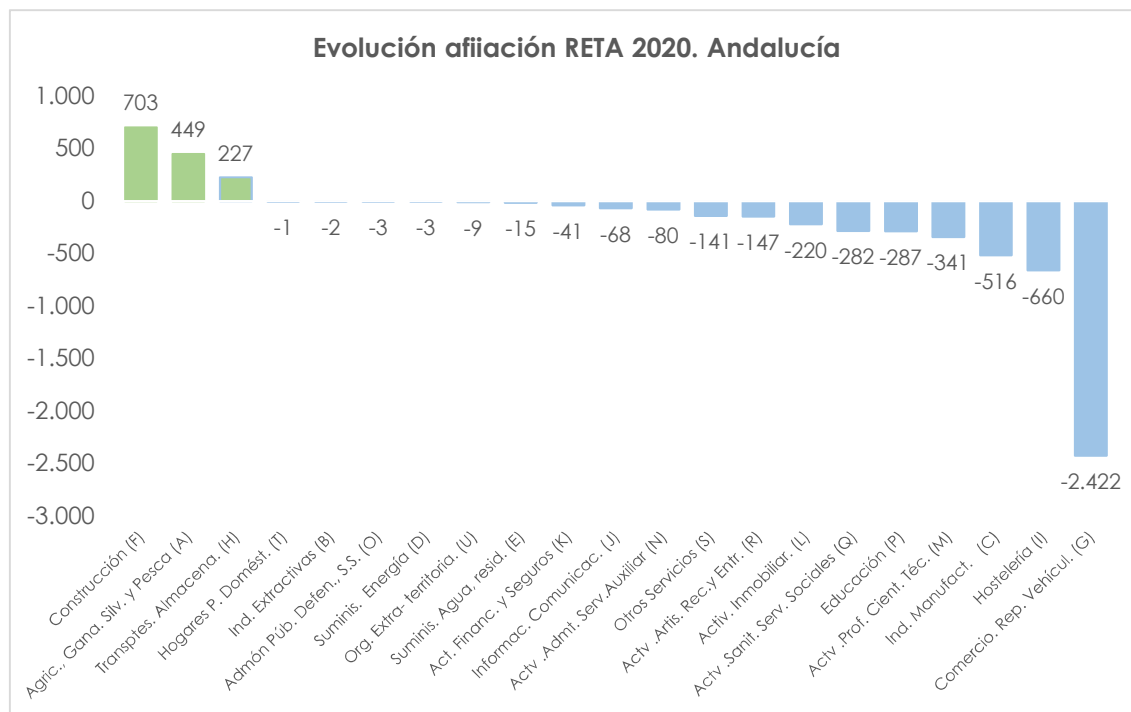
De acuerdo con los datos ofrecidos por la Seguridad Social, el volumen de afiliación atendiendo a la sección de actividad de CNAE para la provincia de Huelva ha variado del siguiente modo:



Fuente: Informe mensual del Trabajo Autónomo. Andalucía Emprende

El Comercio, especialmente, y en menor medida la Hostelería han sido las actividades más afectadas en la provincia de Huelva, con mayor pérdida de afiliación de personas autónomas. Por el contrario, Sector Primario, especialmente, Transportes y Construcción han conseguido aguantar y ofrecer datos positivos en este período.

Si se comparan los datos que se ofrecen para el conjunto de Andalucía, la gráfica muestra el siguiente panorama:



Fuente: Informe mensual del Trabajo Autónomo. Andalucía Emprende

En el conjunto de Andalucía son Comercio y Hostelería los que tienen peores registros, seguida de actividades de Industria Manufacturera.

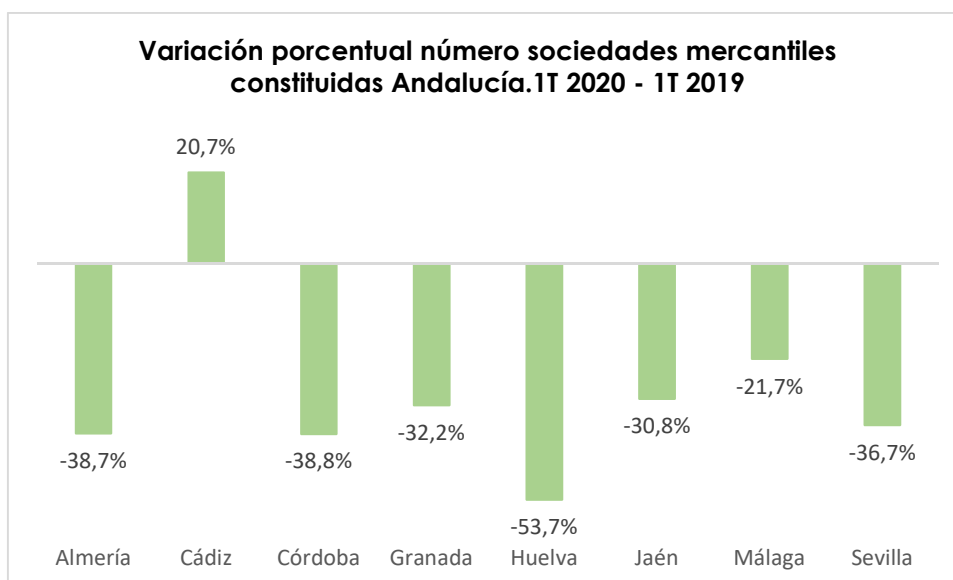
La **caída en el sector Comercio onubense** supone un 4,38% del descenso regional y en Hostelería poco más del 11% del total.

Destacar en lo positivo los **excelentes resultados** en la provincia de Huelva de las actividades englobadas en el sector **Primario** ya que, casi, el 22% del crecimiento de afiliación al RETA en el sector, corresponde a esta provincia.

En cuanto al dato de creación de empresas, en el **primer trimestre** del 2020 se han **constituido un total de 24.580 empresas en España** lo que supone un recorte del 9% respecto a las 26.866 de 2019. Por comunidades autónomas, en Madrid las constituciones en el primer trimestre han llegado a 5.635, el 23% del total. Seguidamente se encuentra Cataluña, con 4.855, y **Andalucía con 4.033**. Las

tres ven descender sus datos en este periodo, un 6%, un 5% y un 10% respectivamente. **Las caídas más abultadas de este período son las de Andalucía y Madrid**, 454 y 391 en cada caso. En el lado opuesto se sitúa Canarias, que incrementa el número de nuevas empresas, un 10%.

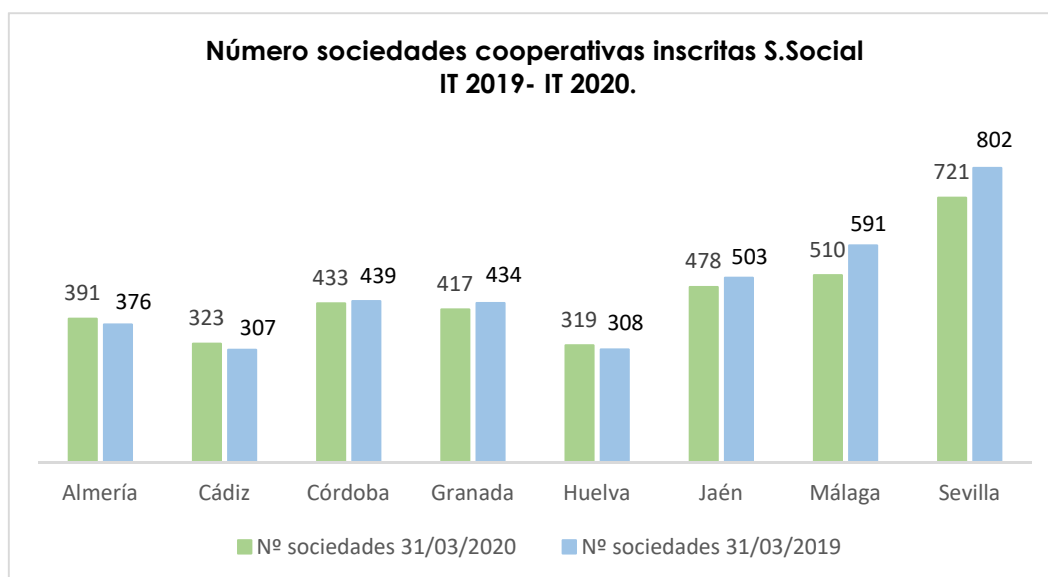
El número de **sociedades mercantiles constituidas en la provincia de Huelva en marzo de 2020, ha sido de 31**, una diferencia de 53,7% respecto al mismo mes del año anterior, siendo la primera provincia andaluza donde más se reducen las constituciones.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social

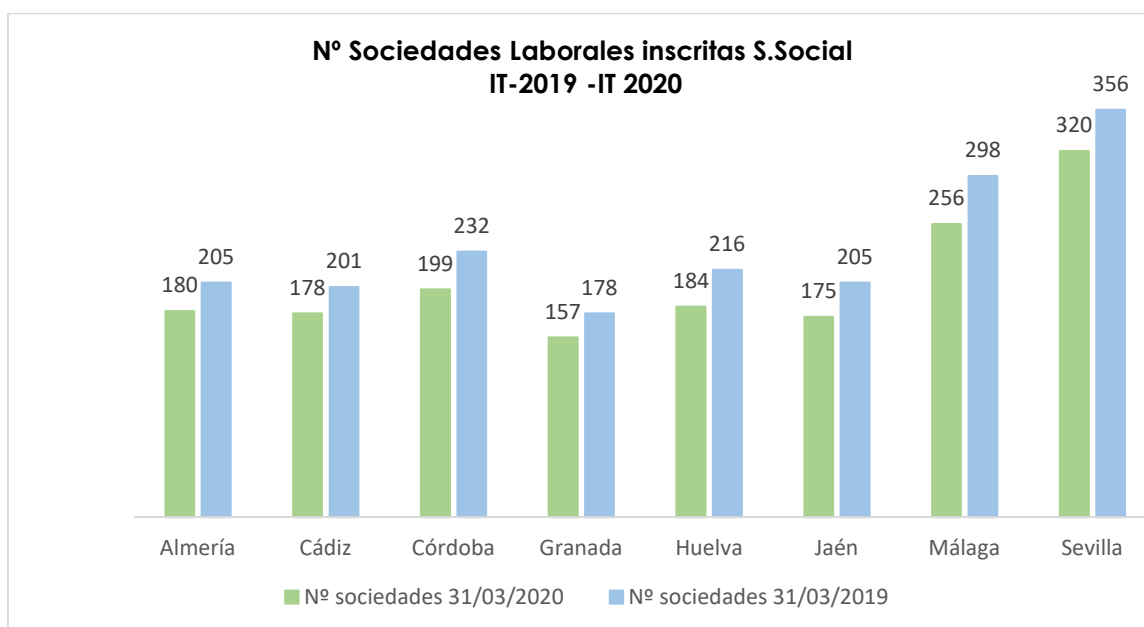
El número de **empresas de economía social**, atendiendo a la provincia donde tienen su sede social, han experimentado un menor descenso si se compara el primer trimestre de 2019 y 2020, lo que viene a reforzar que este tipo de entidades ha soportado mejor el impacto de la crisis.

Huelva (+11), detrás de Almería (+15) y Cádiz (+16) y Huelva (+11) son las provincias donde en datos interanuales, aumenta el número de cooperativas en alta en la Seguridad Social en el primer trimestre de 2020 respecto al mismo trimestre del año anterior. En el resto de provincias andaluzas disminuyen, siendo Sevilla y Málaga las que más pierden con -81 cada una.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social

El número de **sociedades laborales inscritas** en Seguridad Social, desciende en todas las provincias comparando el primer trimestre de 2020 con el mismo en 2019. Huelva con -32, es la cuarta provincia que más reduce el número de inscritas, detrás de Sevilla y Málaga con -42 cada una y Córdoba con -33.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social

El **Indicador Empresarial de Confianza Armonizado**¹ para el segundo trimestre de 2020, publicados por el IECA, indica que **las expectativas del empresariado decrecen en todas las provincias**. Varió en Andalucía un 26,62% menos con respecto al trimestre anterior. Por provincias, decrecen las expectativas en todas, siendo Almería y Granada las más afectadas, Huelva pasa de - 15,8 antes del estado de alarma a - 77,5 durante el estado de alarma, compartiendo con Cádiz el segundo puesto como las provincias dónde más descienden las expectativas.

Actividades con un peso específico en la economía de la provincia de Huelva son el sector **industrial** y la **agroindustria**.

Según últimos datos del INE disponibles (2018), en España existían un total de 3.337.646 empresas, de las que el 182.601 pertenecían al sector industrial (5,47 %). En el caso de Andalucía, con un total de 509.137 empresas, 26.168 corresponden al sector industrial (5,14%). Las empresas industriales andaluzas representan el 14,33% del total del sector industrial nacional, siendo la segunda comunidad autónoma con mayor número de empresas industriales detrás de Cataluña.

En relación a la **tipología de actividad**, la industria de la alimentación (20,24%) y la industria de fabricación de productos metálicos excepto maquinaria y equipo (18,35%) suponen un 40% de las empresas industrias andaluzas.

La mayor parte de la **industria en Huelva** se concentra en torno a su zona urbana, en uno de los complejos industriales más importantes a nivel nacional en el que conviven sectores de producción, el refino, la metalurgia, la generación de energía y la química básica e inorgánica, entre otras. En el resto de la provincia está más dispersa: minería y productos cárnicos en la comarca de la Sierra; en la del Andévalo Occidental, a la minería se suman sectores como el del mueble y del calzado, y un cierto desarrollo de la industria agroalimentaria en torno a los cítricos; la de la Costa Occidental con pesca y acuicultura; la comarca del Condado con

¹ Indicador de Confianza Empresarial de Andalucía ofrece información relativa a la opinión del empresariado sobre la marcha de su negocio en el trimestre que finaliza y las expectativas que tienen para el que comienza. Antes del estado de alarma: 2 al 15 marzo, inclusive. Durante parte del estado de alarma: 16 marzo hasta el 6 de abril, inclusive.

una industria agroalimentaria en torno a los frutos rojos y producción vitivinícola, y el resurgir de la minería en la Cuenca.

La **Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas de Huelva** (AIQBE) cerró 2018 acumulando una quinta parte de toda la producción industrial de Andalucía, con 9.575 millones producidos frente a los 49.638 del total regional. Un 27% de la producción corresponde a las exportaciones, mientras que un 41% fue destinado a otras comunidades autónomas españolas.

Por **ámbitos de actividad**, el refinado de petróleo, regasificación de gas natural licuado, almacenamiento y transporte de combustibles copó el 63,3% de esa producción; la metalurgia del cobre un 20,4%; los productos químicos básicos un 14,4%, y la generación eléctrica un 1,9%. La producción creció en 2018 un 13,6% con respecto al ejercicio anterior.

El **Valor Añadido Bruto (VAB)** de estas plantas alcanzó los 1.845 millones, sumando el impacto directo (1.441 millones), el indirecto (269 millones) y el inducido (135 millones). De esta forma, **por cada euro de impacto directo se generaron 1,28 euros para la provincia de Huelva.**

Por su parte, fueron **10.136 los puestos de trabajo asociados a las industrias químicas de Huelva**, tanto empleos directos (2.231) como indirectos (5.562) e inducidos (2.343). Entre los 7.905 empleos indirectos e inducidos que facilitan estas industrias, destacan los 4.668 correspondientes al sector servicios, 1.856 en la industria, 1.218 en la construcción y 169 en el sector primario. Este empleo inducido es paralelo al valor añadido que genera la industria en otros sectores de la economía onubense, que se sitúa en 404 millones divididos también entre sector servicios (56%), industria (26%), construcción (17%) y sector primario (1%).

El presidente del Consejo Económico y Social de la provincia de Huelva, considera que no existe información estadística suficiente para hacer unas predicciones solventes acerca del impacto del parón económico. Comenta que antes del brote de la pandemia en España, la economía ya había empezado a resentirse. Las

exportaciones, tanto de productos energéticos como de materias primas y semiproductos habían caído en enero un 46% a causa de la reducción de la demanda. **Huelva experimentó un descenso del 36% de sus exportaciones el pasado mes de enero**, causado por la **bajada en las ventas de minerales a China**, que sitúa sus exportaciones en **439 millones**, el 16,5% del total. Y es que la provincia onubense tiene al país asiático entre sus principales mercados exteriores.

La **agroindustria**, especialmente la transformadora, es otra de las grandes actividades económicas **dinamizadoras de la economía onubense**, que goza de una amplia implantación, sobre todo, en zonas rurales e intermedias, con una considerable elaboración artesanal y conservera y con un importante peso tanto en facturación como en valor añadido generado, con lo que contribuyen al equilibrio de las exportaciones provinciales.

El Directorio Central de Empresas del INE para 2018, arroja para todo el territorio provincial, un total de **435 empresas en la industria alimentaria y licorera**, de las que 319 cuentan con un número cercano a los 3.550 empleados, siendo 116 de estas empresas de carácter familiar y con un importante peso sobre el VAB y el empleo. Las exportaciones de las empresas agroalimentarias y manufactureras onubenses ascendieron a unos 1.300 millones de euros en 2018, lo que supone el 16,70% de la exportación total de la provincia.

Destaca dentro del sector, **la producción de frutos rojos** (fresa, arándano, mora y frambuesa). España es el primer productor de Europa, con una producción cercana a las 350.000 toneladas, y Andalucía aglutina la mayor parte de la producción de frutos rojos del país, con más de un 93% de la de arándanos, el 91% de frambuesa, el 82% del fresón y el 56% de la producción de mora a nivel nacional.

Huelva, con 1.130 millones de euros, **representa el 93% de las exportaciones** en 2019. La superficie plantada de frutos rojos en la provincia de Huelva ha alcanzado las 11.500 hectáreas, para la campaña 2019-2020, lo que supone un mínimo incremento del dos por ciento respecto a la anterior campaña. El 80% de la producción se destina al consumo en el extranjero, fundamentalmente, a

Alemania, Reino Unido y Francia. FEPEX ² destaca la trascendencia de Reino Unido para el sector español, donde se exportaron 1,4 millones de toneladas, con datos hasta noviembre de 2019, casi tres veces más que lo exportado a todos los países extraeuropeos, un 5% del total, entre los que se encuentran Estados Unidos, Japón, Brasil, Canadá, China.

En el primer trimestre de 2020, **Andalucía ha alcanzado un nuevo récord en exportaciones de frutos rojos**, con 475 millones de euros vendidos, gracias a un crecimiento del 7,6% respecto al mismo periodo de 2019, que es el mayor de las cuatro comunidades más exportadoras y supera en dos décimas a la evolución de la media nacional (+7,4%). Huelva, con 428 millones en ventas al exterior en este periodo, casi cuatro de cada cinco euros del país (78%), gracias a un aumento del 4% sobre el primer trimestre de 2019, según datos de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

² Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas

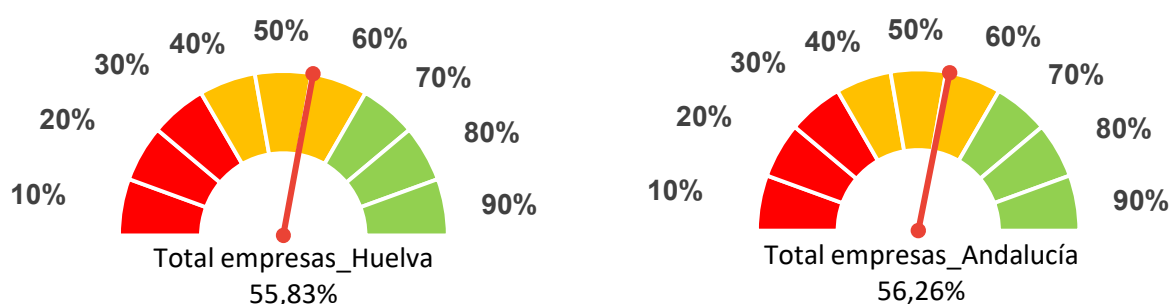
Encuesta EMPRENDE-COVID19

¿En qué situación se encuentra su negocio/actividad en la actualidad?

Como primera cuestión de interés en este estudio, se plantea la necesidad de abordar el punto de partida de emprendedores, empresas y autónomos ante la situación de vuelta a "la normalidad" en su actividad y, en muchos casos, la reapertura de los negocios.

Para ello se introduce una primera pregunta que trata de ofrecer luz sobre el **impacto que ha tenido para las empresas y personas autónomas de Huelva la situación de excepcionalidad** a raíz del estado de alarma decretado por el gobierno el día 14 de marzo.

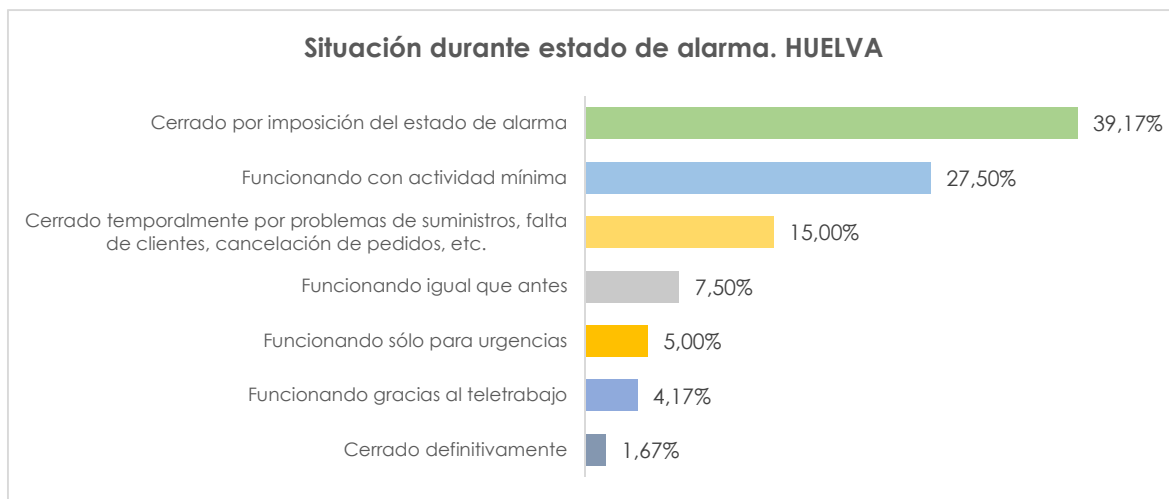
A nivel general se puede indicar que **un 55,83% de los negocios han tenido que abandonar su actividad durante el período de alarma**, dato muy similar al del conjunto de Andalucía que se queda en un 56,26%.



A la vista de los resultados obtenidos se puede hablar de **un cierre de actividad, en el caso de la provincia de Huelva, ligeramente inferior al total de Andalucía.**

Casi el **56% de empresas afirma haber paralizado su actividad** durante el período de situación de alarma. Además, se puede hablar prácticamente en su totalidad de un cese de actividad temporal, con la intención de volver a reactivarla en

cuanto sea posible. Un porcentaje inapreciable del 1,67% afirma haber abandonado definitivamente su actividad empresarial. Por otro lado, en torno **44% de las empresas ha seguido funcionando de algún modo**, aunque un gran número lo hace con una actividad muy reducida.



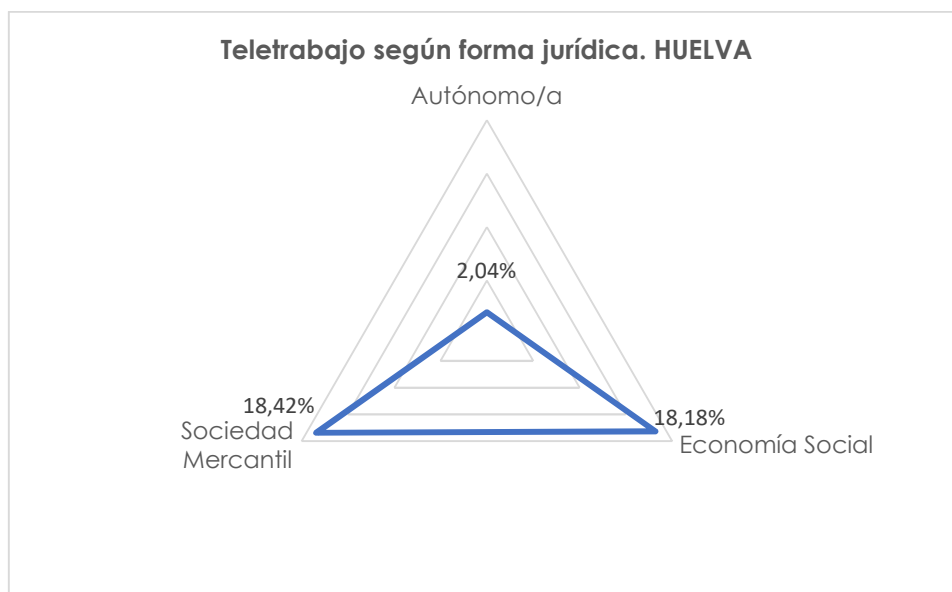
Como se observa también en el gráfico, **sólo un 4% de las empresas ha seguido funcionando a través de fórmulas de teletrabajo**. Se percibe que la opción de teletrabajo sigue siendo una **asignatura pendiente** de nuestro tejido empresarial. Según un estudio reciente de la consultora Randstad sólo el 22% de la población ocupada en España puede desarrollar su trabajo plenamente desde casa. Un 50% de este contingente de teletrabajadores son profesionales y personal científico e intelectuales, mientras que otro 20% es personal administrativo. Sólo 17% corresponde a personal de dirección y casi un 11% es personal técnico de apoyo³. Sin embargo, hay profesiones y sectores como el comercio, restauración, construcción, sector primario, industria manufacturera y otras donde el teletrabajo es residual o simplemente inexistente.

³ https://www-randstad-es.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2020/03/NdP_Randstad_Teletrabajo-en-Espa%C3%B1a.pdf

La encuesta nos muestra como la opción de teletrabajo como alternativa para poder seguir con la actividad es muy minoritaria, pero se ha querido hacer un zoom en esta realidad para analizar en detalle los datos.

Sólo 4 de cada 100 empresas y trabajadores autónomos de Huelva han vinculado la continuidad de su actividad empresarial al teletrabajo. Del total de estas empresas, **el 80% pertenecen al sector servicios** y 4 de cada 10 son trabajadores autónomos. No obstante, cuando se observa el peso que tiene por cada forma jurídica, se percibe el déficit en este aspecto para los autónomos.

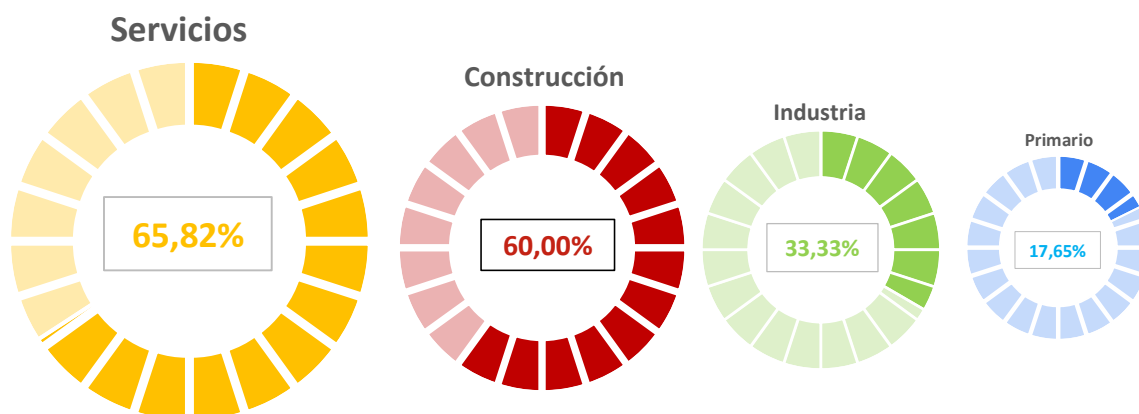
El teletrabajo es una opción sólo para el 2% de trabajadores autónomos, porcentaje que se incrementa considerablemente en el resto de tipos de empresas.



Comprobamos también esta situación de partida de las empresas y trabajadores autónomos en función de determinadas **variables de control para ver posibles diferencias** ya que, en ocasiones, el sector económico, la forma jurídica o el tamaño de la empresa determinan realidades muy distintas en lo que respecta al comportamiento o en el efecto de ciertos acontecimientos para el tejido empresarial.

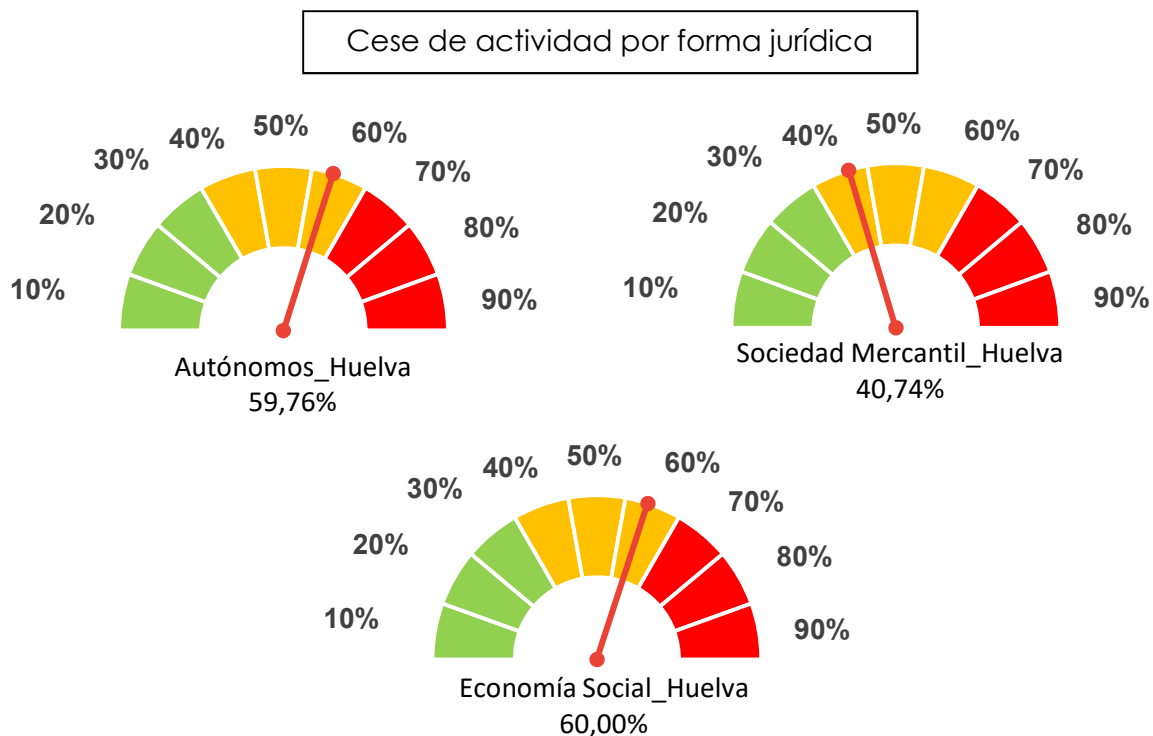
Si se agrupan las distintas situaciones que pueden haber llevado al cese de actividad, y se muestra el porcentaje global de cierres por sectores, se observa que **el sector servicios es el que claramente se ha visto más afectado** desde que se decretara el estado de alarma y **sobre el que ha impactado con más intensidad el cierre obligado de negocios**. Actividades vinculadas con la hostelería, la restauración o el comercio han tenido que cerrar sus establecimientos de forma mayoritaria y dejar de prestar sus servicios de manera presencial a sus clientes, sufriendo esta situación con especial virulencia. Al igual que en conjunto de Andalucía, **es el sector primario el que está soportando mejor el envite de la crisis del Covid-19 en la provincia de Huelva**, debido a la necesidad de mantener el mercado de productos de primera necesidad, entre los que se encuentran los alimentos.

Cese de actividad por sectores

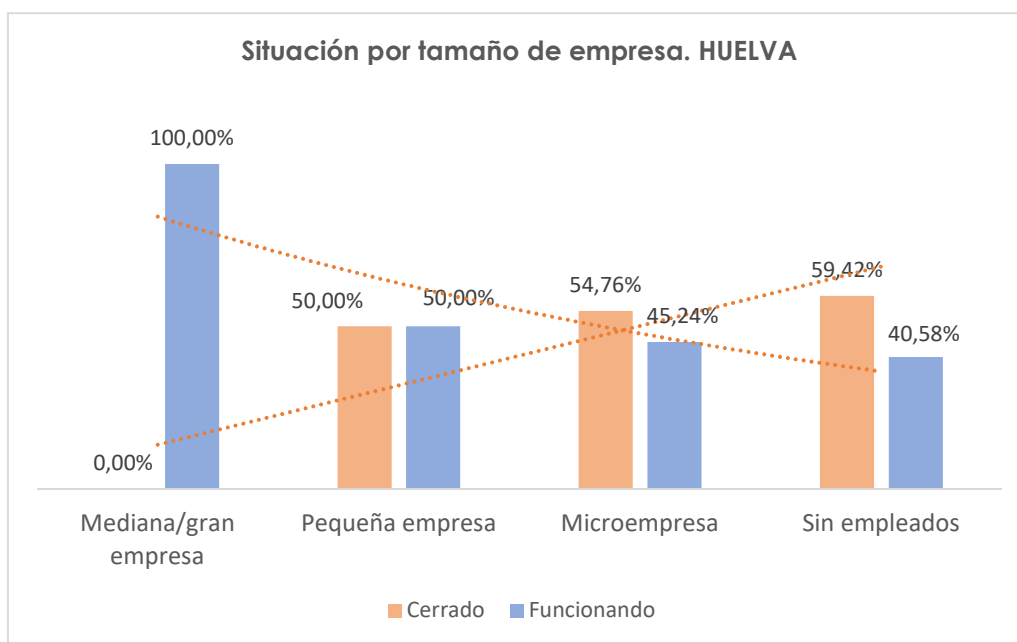


Atendiendo a la forma jurídica, a priori **el colectivo de trabajadores autónomos parece especialmente vulnerable**. En Huelva el dato de afiliación media al régimen de trabajo autónomo en febrero era de 27.816 personas mientras que los datos del mes de mayo arrojaban una afiliación de 27.618 personas lo que supone **un descenso de 198 personas afiliadas en 3 meses (-0,71%)**, mientras que, en Andalucía, la pérdida de afiliación ha sido de **-1,05%**.

Lo datos en la provincia de Huelva, indican que tanto empresas de economía social como trabajadores autónomos tienen mayor porcentaje de cierres, mientras que **las sociedades mercantiles han resistido mejor esta crisis.**

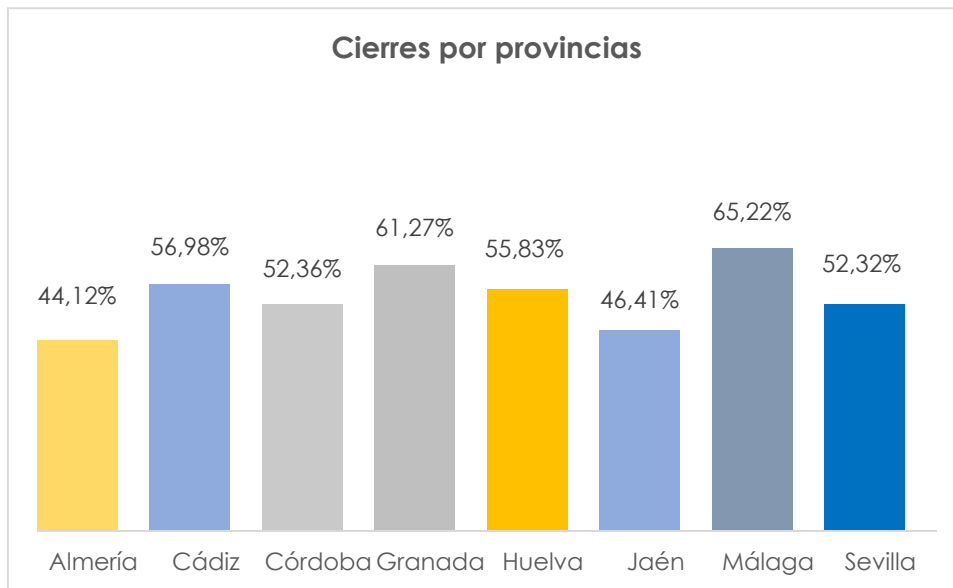


Otras variables tomadas en consideración vienen a indicar que las **empresas unipersonales o microempresas, que tienen una antigüedad inferior a los 3 años presentan resultados especialmente negativos.** En este sentido, se puede apreciar una relación inversa entre tamaño de la empresa y la confirmación de cierre del negocio, y que **las empresas unipersonales y las microempresas tienen una tasa de cierre superior al resto.**



Por último, se ofrece una **perspectiva territorial** para determinar posibles diferencias intrarregionales. Como se conoce, el Covid-19 ha afectado de manera distinta a cada una de las provincias andaluzas. Las provincias de Málaga, Sevilla y Granada han sido hasta el momento las más afectadas por la pandemia en lo que se refiere a número de personas infectadas por el virus y al número de muertes registradas. Por el contrario, Almería y Huelva son las que presentan una menor incidencia en estos parámetros.

Tomando como referencia los resultados en este estudio, **son las provincias de Málaga, Granada y Cádiz las que mayor porcentaje de cierres presentan**. Sin embargo, hay un buen comportamiento en las provincias de Jaén, Almería y Sevilla.



La provincia de Huelva se sitúa en una posición intermedia, siendo la cuarta provincia con mayor porcentaje de cierres.

¿Se ha acogido a alguna de las actuales medidas extraordinarias?

Las empresas y trabajadores autónomos han contado con una **batería de medidas extraordinarias** para poder hacer frente a esta situación de excepcionalidad. Este tipo de medidas han llegado, en ocasiones, desde las distintas Administraciones Públicas y buscaban paliar la situación en la que quedaba buena parte del tejido empresarial ante el cierre obligado de negocios y el confinamiento de la población.

Destacan, en este caso, medidas como el cese extraordinario de actividad para personas afiliadas al Régimen Especial de Trabajo Autónomo, los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo, los permisos retribuidos recuperables o la ayuda de 300€ puesta en marcha por la Junta de Andalucía para autónomos y mutualistas afectados por la crisis del Covid-19.

Según **datos de la Seguridad Social**, 1.016.670 autónomos habían solicitado la **prestación por cese de actividad** tras la declaración del estado de alarma y el anuncio de esta prestación extraordinaria. Esto supone que algo más del 31% del total de 3.261.729 afiliados a finales del mes de febrero al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Andalucía, ha sido en el conjunto del país, la Comunidad Autónoma con mayor número de solicitudes registradas, con un 18,66% (227.961 solicitudes). Esto viene a indicar que algo más del **42% de las personas afiliadas al RETA en febrero en Andalucía solicitaron esta prestación**.

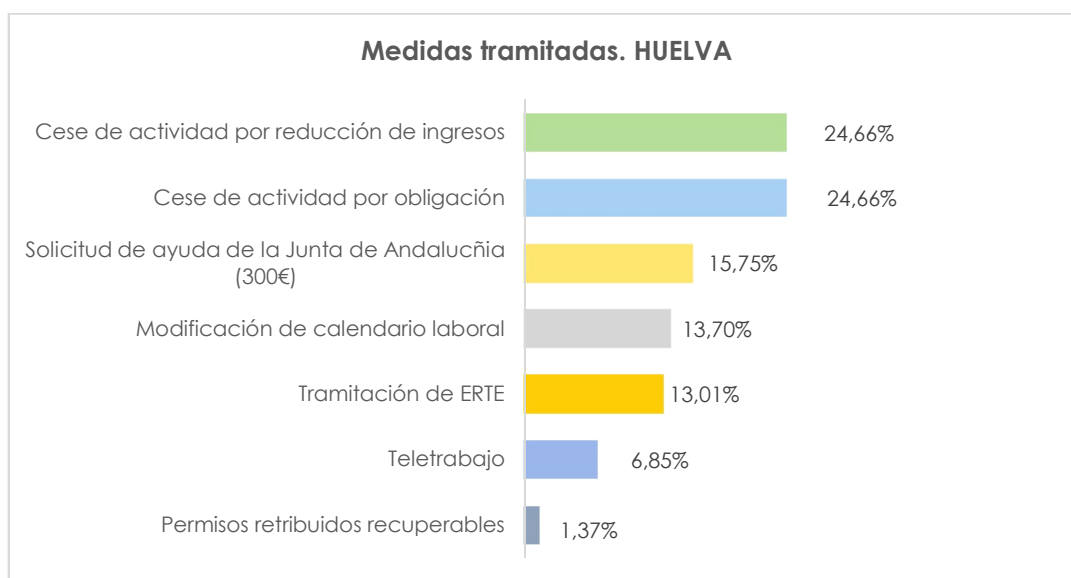
En el caso de la provincia de Huelva las solicitudes de cese de actividad a 30 de abril ascendían a 11.690, siendo también la **provincia andaluza con menor número de tramitaciones realizadas**. Este dato indica que cerca de un **43% de personas afiliadas al RETA en Huelva habría solicitado la prestación de cese de actividad**.

En otras ocasiones, las medidas extraordinarias han venido de la propia gestión empresarial, incluyendo aquí la **aplicación del teletrabajo** a la actividad laboral en

aquellos casos en los que fuera posible, o la **modificación de jornadas laborales** y la **readaptación de calendarios laborales**.

De los datos recogidos en esta investigación, se concluye que la petición y tramitación del cese de actividad ha sido, **con gran diferencia la medida más demandada también en Huelva. Un 24,66% de los empresarios autónomos ha solicitado el cese de actividad** por verse afectado por el cierre obligado de su actividad y **mismo porcentaje afirma haberla solicitado por caídas de facturación importantes**. Esto significa que un **49% han solicitado el cese de actividad**, independientemente del motivo o razón que le ha obligado a hacerlo. Hay que indicar que, en muchos casos, la solicitud ha sido por ambos motivos por lo que el porcentaje final de solicitudes podría acercarse al 43% que indican las estadísticas oficiales.

La solicitud de ayudas convocadas por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía ha tenido, además, una amplia demanda del 15,75%.



Por esta razón, a partir de estos datos globales, se ha querido de nuevo profundizar en el **análisis por forma jurídica** ya que se perciben, a priori, realidades muy diferenciadas.

El cese de actividad es la opción mayoritaria en el colectivo de trabajadores autónomos y también en las empresas de economía social, en las que un gran porcentaje de socios tiene la condición de trabajador autónomo. La tramitación de esta prestación extraordinaria es mucho menor en sociedades mercantiles.

Son las sociedades mercantiles y también los trabajadores autónomos, las que, con mayor intensidad, se han acogido a la tramitación de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo.

¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?

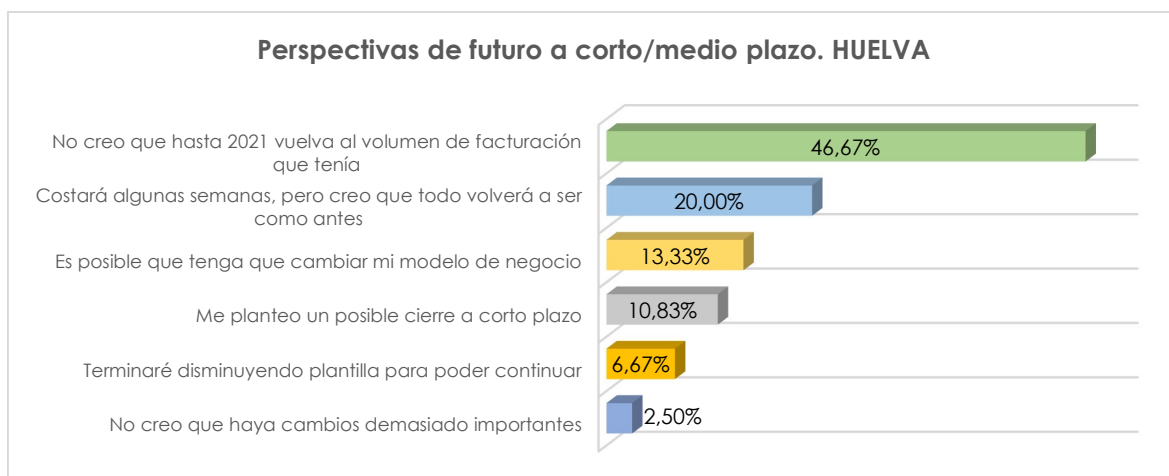
Una nueva cuestión de interés a tratar es la percepción del futuro a corto y medio plazo para el tejido empresarial onubense, sobre todo a partir de la vuelta a la actividad económica de acuerdo con la nueva realidad que se vislumbra.

Sólo un 2,50% piensa que para sus negocios no supondrá un cambio sustancial. El 97,50% restante tiene asumido que la situación futura no será a corto o medio plazo igual que antes, incluyendo aquí un importante 10,83% cuyas perspectivas de futuro pasan por cerrar y abandonar su actividad empresarial.

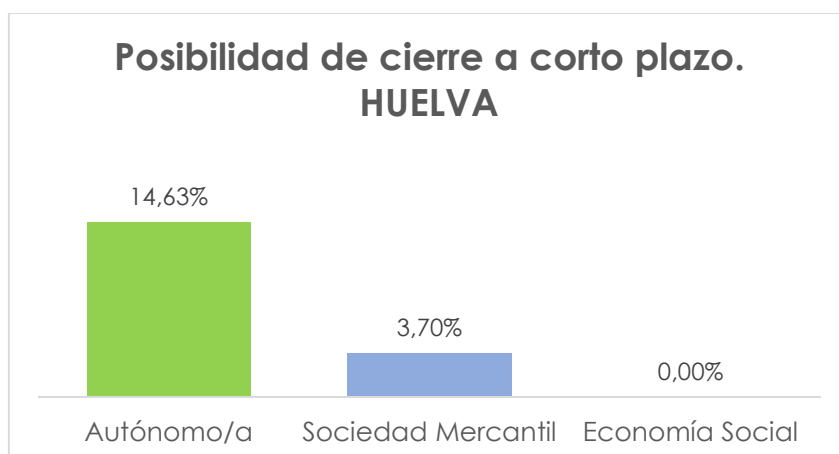
Por otra parte, un 77,50% de empresarios de Huelva piensa en un futuro a medio plazo que estará plagado de cambios y de futuro incierto.

Una amplia mayoría cree habrá de pasar un tiempo hasta recobrar la normalidad en lo que a facturación se refiere. Un horizonte que para el 20,00% se plantea en semanas pero que para la mayor parte (46,67%) se alargará hasta el año que viene y, por tanto, el 2020 se da por un año de transición en el mejor de los casos.

Un **6,67%** piensa que **tendrá que reducir su plantilla** para la supervivencia del negocio, mientras que casi un 13,33% entiende que podrá subsistir cambiando su modelo de negocio.



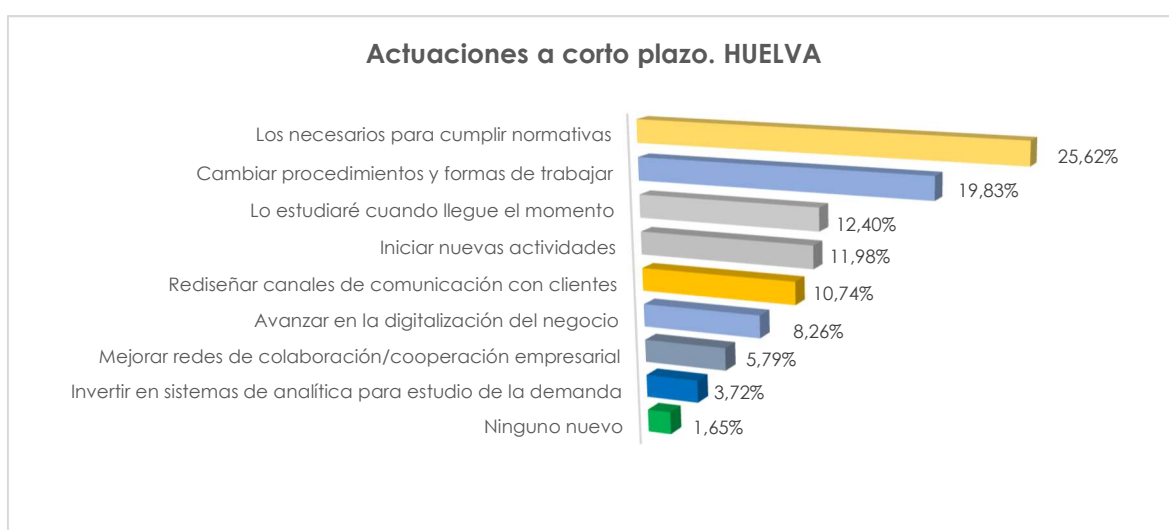
Esta situación se reproduce de un modo similar si atendemos a la forma jurídica, tamaño de la empresa o sector de actividad. Como se puede ver, **son los autónomos onubenses los más pesimistas** y los que perciben con mayor intensidad la posibilidad de cierre a corto plazo. Tanto **sociedades mercantiles** como, sobre todo, empresas de **economía social**, ven el futuro con **mayor optimismo**.



¿Qué cambios considera que deberá tomar para continuar con su actividad y asegurar la supervivencia cuando finalice el estado de alarma?

Una cuestión primordial en esta situación de crisis e incertidumbre es conocer, además del futuro percibido, cuáles son **las decisiones/medidas que deben de tomar las empresas** para afrontar con mayores garantías la nueva situación con la que se van enfrentar tras la reanudación de la actividad empresarial.

Para ello, como complemento a las opiniones y predicciones de analistas económicos, consultores de empresas y resto de agentes y expertos del ecosistema empresarial y emprendedor en Huelva, que se recogerán más adelante, se ha preguntado a los propios empresarios y trabajadores autónomos con objeto de que determinen aquellas **actuaciones que entienden necesarias para sobrevivir** a esta situación extraordinaria de crisis y que pueden requerir de un apoyo específico desde las distintas administraciones. Se trata de una cuestión vital porque trata de poner luz sobre la reflexión que han podido hacer, a la vista de los acontecimientos, para destacar determinadas carencias a mejorar y necesidades a satisfacer.



Parece que **los empresarios y trabajadores autónomos de Huelva tienen muy claro que la situación va a exigir cambios en sus empresas y negocios**. Solo el 1,65% del grupo opina que no será necesario acometer ningún cambio y que podrán seguir funcionando como lo ha venido haciendo hasta el momento. Un porcentaje muy alto considera que los cambios han de venir necesariamente por las nuevas formas, usos, prácticas y procedimientos que se deriven de las normativas que se establezcan: **un 45% de las empresas así lo reconoce**. Son adaptaciones obligadas a normativas y regulaciones de cada sector y actividad que vendrán impuestas por las autoridades y que las empresas tendrán que ir implementando.

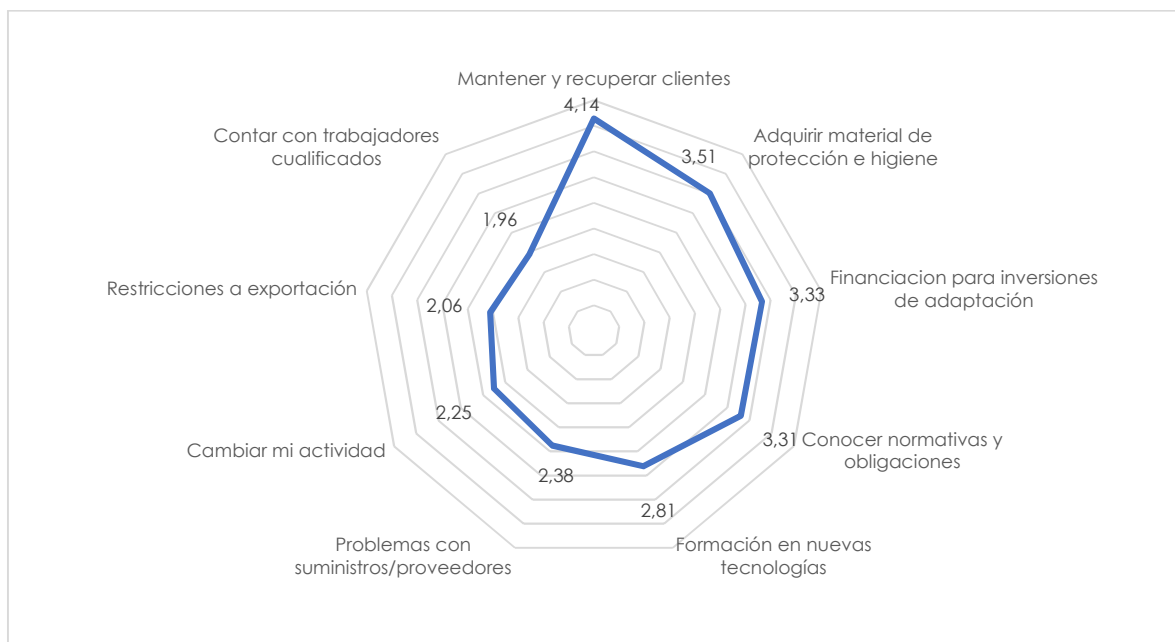
A partir de aquí, **los empresarios sitúan aquellas medidas que se podrían considerar más de gestión y de innovación empresarial y que están vinculadas a la digitalización, el marketing, la logística o la comunicación**. En este caso, hay que **destacar en positivo la concienciación en que la comunicación con el cliente ha de cambiar** y que el modelo de negocio ha de avanzar hacia un necesario proceso de digitalización. No obstante, estas medidas no son apoyadas de un modo mayoritario por lo que tampoco parece una prioridad inmediata, aunque sí una preocupación.

Destaca también que algo más del **12% de los empresarios onubenses confiesa estar esperando a que llegue el momento de reanudar la actividad antes de pensar en tomar ninguna iniciativa** de adaptación o cambio, seguramente por la incertidumbre que aún tienen, quedando a la espera de una mayor concreción en la información.

¿Cuáles cree que serán las necesidades más inmediatas que tendrán que afrontar los autónomos y empresas cuando vuelvan a la normalidad en su actividad profesional/empresarial?

Una vez expuestas las previsiones para un futuro próximo y las adaptaciones que deberán hacer las empresas y trabajadores autónomos de Huelva, se analizan las **necesidades y demandas más inmediatas** de cara al reto de afrontar una vuelta al desarrollo de su actividad empresarial y/o profesional. Para ello se han establecido una serie de preguntas vinculadas con aspectos claves en el desarrollo de la actividad como son proveedores, clientes, financiación, seguridad y protección de riesgos laborales, nuevas tecnologías, etc.

En primer lugar y de manera resumida se recoge la **preocupación** sobre cada uno de estos bloques, **medida en puntuaciones entre 1 y 5**. De esta forma se pueden apreciar las deficiencias y carencias más importantes.



A la vista de los resultados se refleja que la **principal preocupación de las empresas y autónomos de Huelva es la de no perder clientes** (4,14 sobre 5). Hay un gran temor a que después de un tiempo prolongado de cierre o de actividad mínima, unido a las medidas de distanciamiento social y el miedo latente en la sociedad, los clientes no vuelvan mantener los niveles de demanda anteriores.

El segundo bloque de preocupaciones tiene que ver con la **adquisición de material de protección e higiene** (3,51), la falta de **financiación** para acometer las inversiones que sean necesarias para adaptar cada negocio (3,33), el **desconocimiento e incertidumbre existentes ante las nuevas normas** y prácticas de trabajo en cada actividad (3,31 puntos).

Como en el resto de provincias, los aspectos que menos preocupan tiene que ver con no poder contar con trabajadores cualificados, lo que es entendible en un tejido empresarial con tan alto volumen de empresas unipersonales, así como las dificultades que pudieran existir para exportar ante el cierre de fronteras.

Estos resultados se reproducen de manera casi idéntica sin presentar diferencias significativas cuando se atiende a la forma jurídica de las empresas, al sector de actividad o a la antigüedad del negocio.

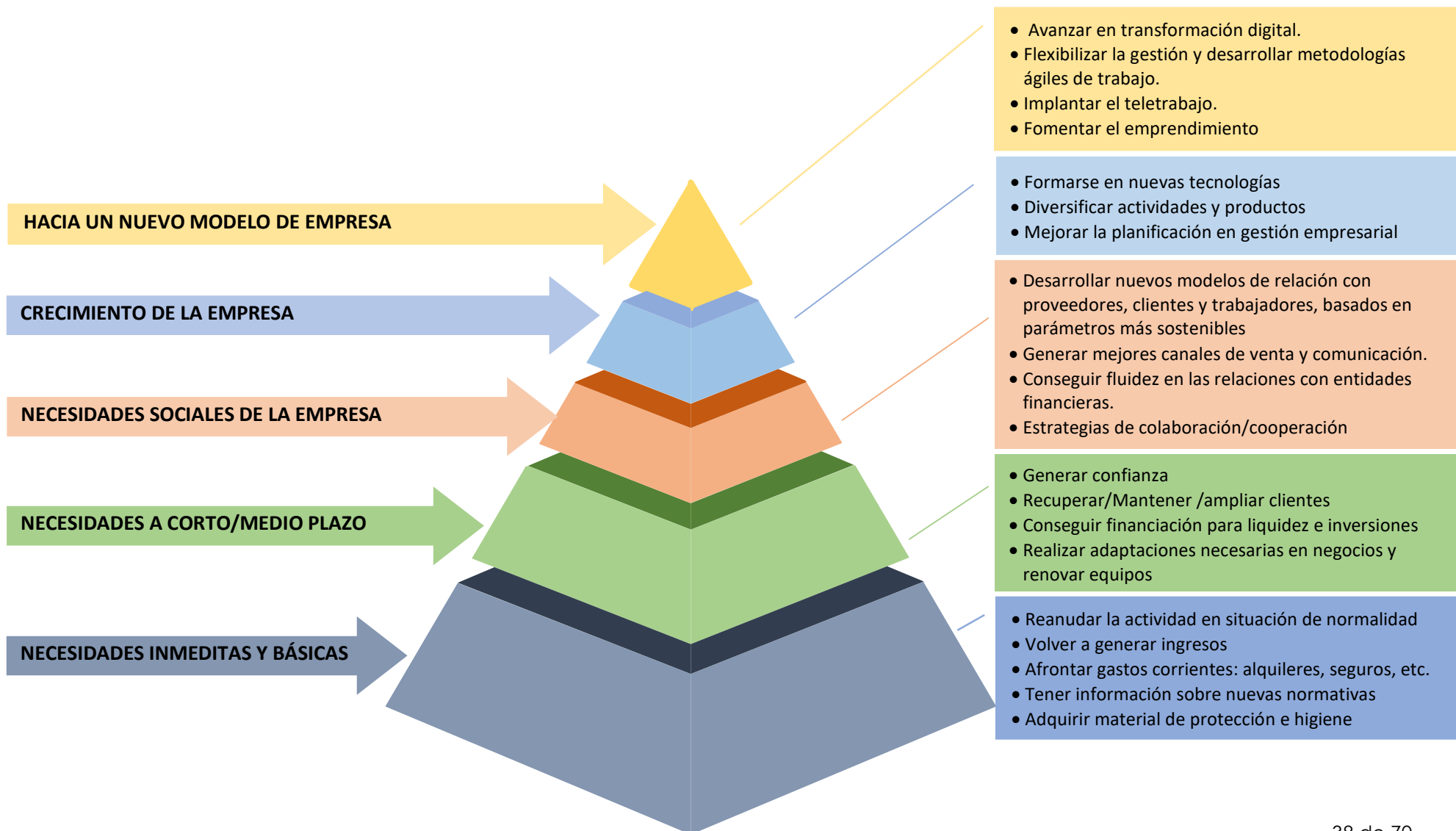
Se muestran a continuación los **resultados comparados** para el conjunto de empresa según su forma jurídica:

	Autónomo/a	Economía Social	Sociedad Mercantil
Problemas con suministros/proveedores	2,49	2,40	2,26
Mantener y recuperar clientes	4,22	4,00	4,15
Financiación para inversiones de adaptación	3,21	4,20	3,58
Formación en nuevas tecnologías	2,78	3,40	2,85
Contar con trabajadores cualificados	1,77	2,80	2,56
Conocer normativas y obligaciones	3,26	3,60	3,22
Restricciones a exportación	1,93	2,20	2,52
Adquirir material de protección e higiene	3,68	3,60	3,26
Cambiar mi actividad	2,16	2,40	2,59

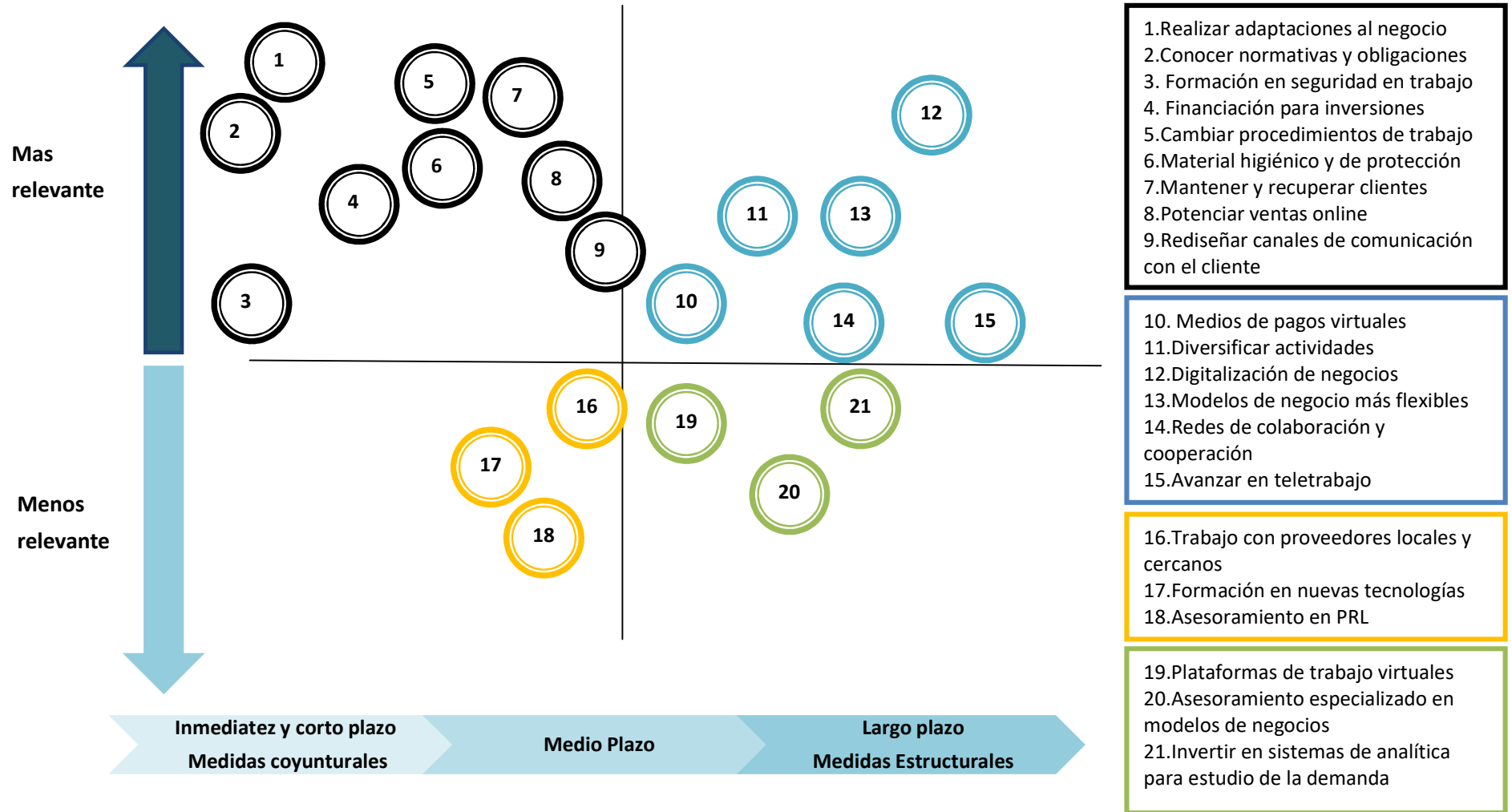
Como se observa, las diferencias entre los distintos modelos de empresa no son muy significativas. **Preocupa especialmente el factor cliente**, aunque hay que resaltar la **elevada preocupación en el ámbito de la economía social por la financiación**.

A partir de ahí hay varias necesidades que destacan: **información sobre normativas y la adquisición de material de protección e higiene**, que se convierte en la 2ª mayor preocupación para trabajadores autónomos.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES DETECTADAS EN LAS EMPRESAS Y TRABAJADORES AUTÓNOMOS ANDALUCES



NECESIDADES DEL TRABAJO AUTÓNOMO ANDALUZ EN ESCENARIO POST-COVID19



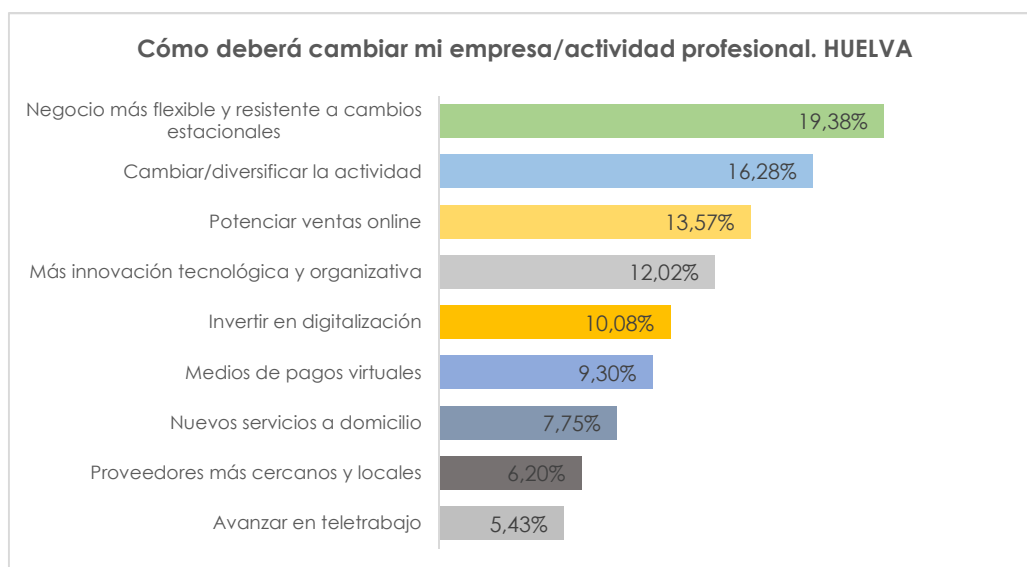
¿Cuáles de las siguientes medidas podrían ser más efectivas para que su negocio/actividad se adapte mejor al nuevo escenario que se plantea a corto y medio plazo?

En este caso, el objetivo es detectar aquellas medidas, herramientas, actuaciones que podrían ayudar a las empresas y trabajadores autónomos a **afrontar con éxito su adaptación a los nuevos escenarios** que se van vislumbrando de cara al futuro.

Para ello se ha propuesto una batería de estas medidas, seleccionadas entre las propuestas por expertos, para que cada empresa y trabajador autónomo valore cuáles de ellas podrían ser críticas para un normal desarrollo de su actividad empresarial/profesional.

Se proponen medidas que inciden en la **necesidad de avanzar en la digitalización de los negocios, cambios en las relaciones con proveedores, nuevos modelos de prestación de servicios, nuevas estrategias de marketing**, etc.

Los resultados resultantes de la encuesta realizada para la provincia de Huelva ofrecen el siguiente panorama:



Estas son las **principales medidas identificadas** para poder afrontar los retos que se avecinan para las empresas y trabajadores autónomos en las próximas semanas y meses:

Se podría hablar de medidas que se centran en dos grandes bloques temáticos:

1. Cambios en **modelos de negocio y estructuras organizativas**:

- 19,38%: Hay una apuesta decidida por **modificar modelos de negocio** para hacerlos más flexibles y con mayor capacidad de adaptación a cambios.
- 16,28%: Apostar por un **cambio o diversificación de la actividad** desarrollada, introduciendo nuevos servicios/productos.
- 12,02: Mayor **innovación organizativa**.

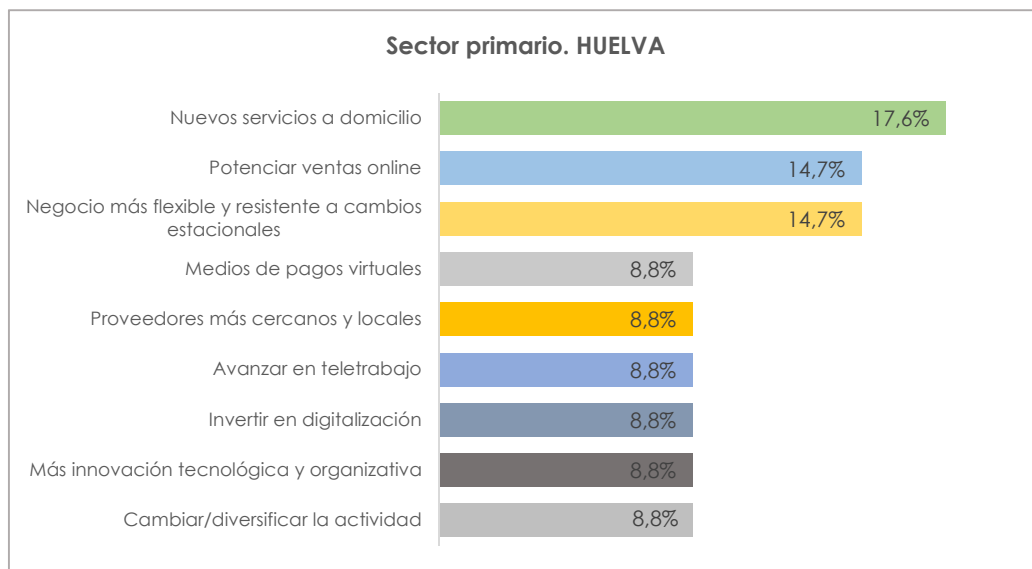
2. Incrementar la **apuesta por la digitalización y la innovación tecnológica**.

- 13,57%: **Potenciar ventas online** y el comercio electrónico.
- 10,08%: Invertir en **digitalización**.

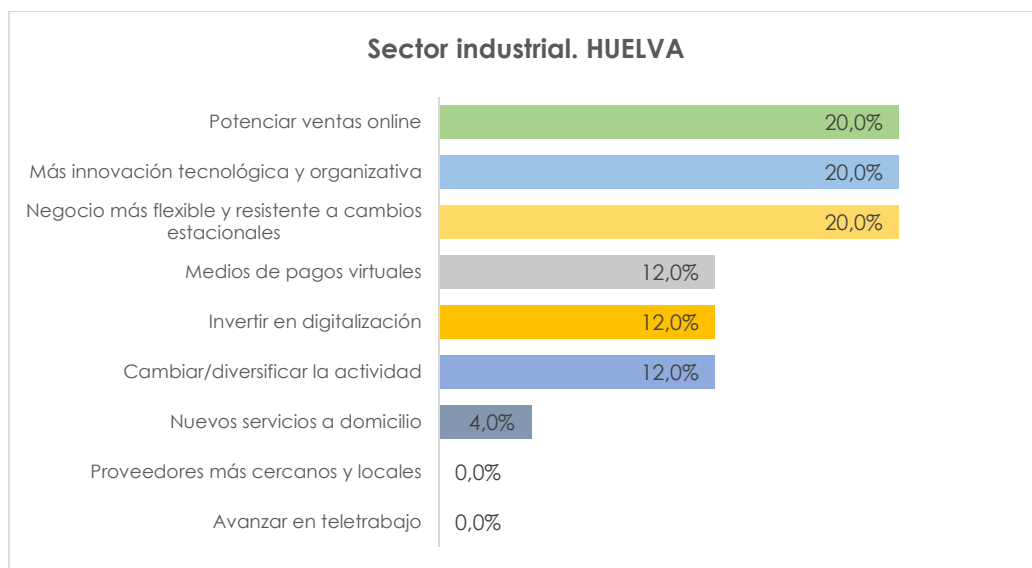
Extraña ver la escasa demanda que recoge la **opción del teletrabajo** (5,43%) y la de apostar por **proveedores más locales y cercanos** (6,20%), a pesar de los problemas logísticos y de transporte derivados de la limitación de movimiento de mercancías y el cierre de fronteras.

La escasa apuesta por el teletrabajo podría explicarse, como ya se comentó, por la naturaleza de la actividad productiva, centrada en gran medida en una oferta de servicios y tareas con un desempeño presencial que no puede ser realizado a distancia.

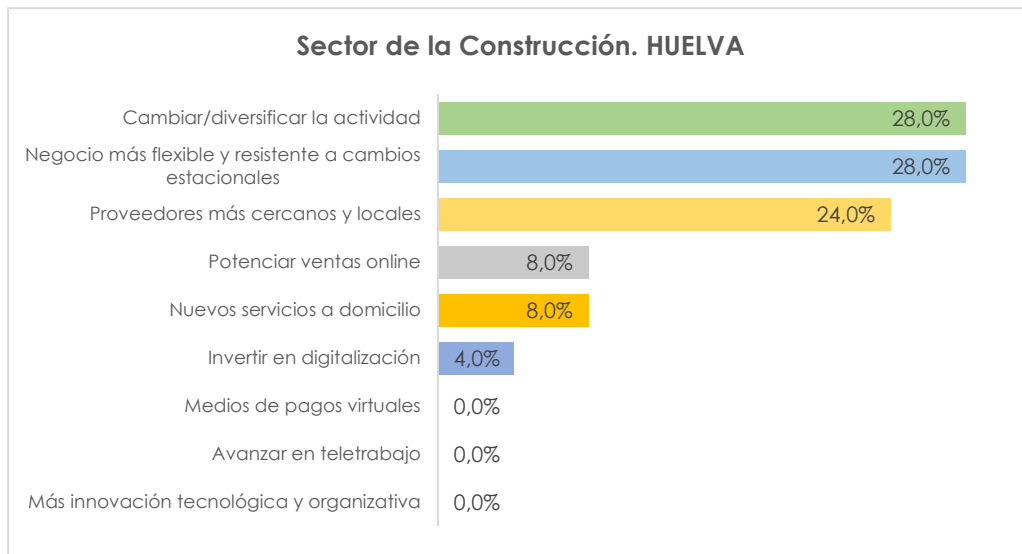
Se analiza también esta pregunta en función del sector económico de las empresas, para ver posibles diferencias:



Para **empresas y autónomos del sector primario de Huelva** hay un especial interés en diseñar potenciar la prestación de servicios a domicilio. A partir de ahí, hay un interés en fomentar el comercio electrónico y en buscar modelos de negocios más flexibles.

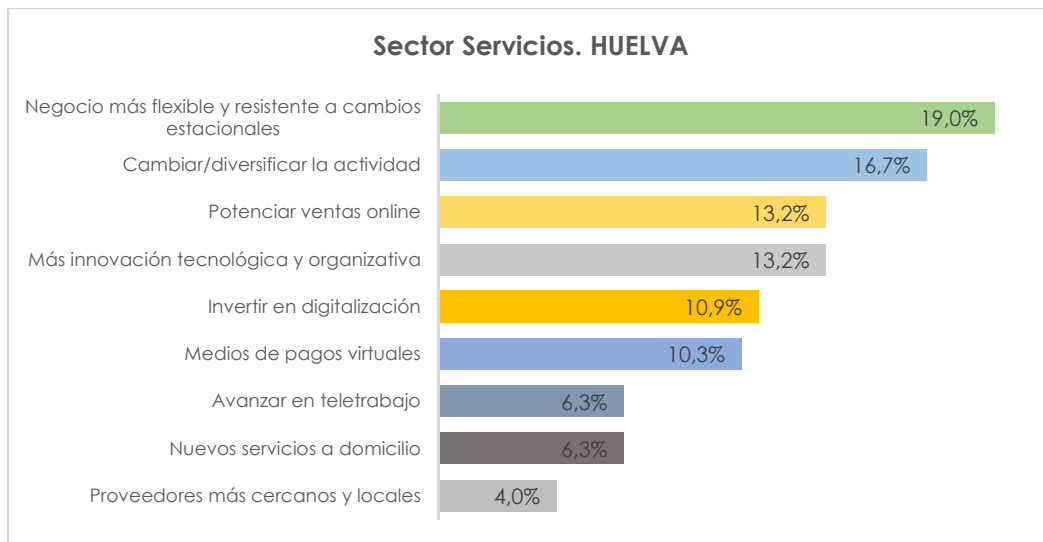


El **sector de la industria** onubense tiene un interés muy alto por avanzar **en el comercio electrónico, en la innovación tecnológica y por modelos de negocios más flexibles** que puedan responder a cambios del entorno.



Para el **sector de la construcción de Huelva** las prioridades son tres:

1. **Cambiar y/o diversificar la actividad**, introduciendo nuevos tipos de servicios.
2. Conseguir **modelos de negocios más flexible** y persistentes antes los cambios.
3. Trabajar con proveedores locales aprovechando las ventajas de la cercanía.

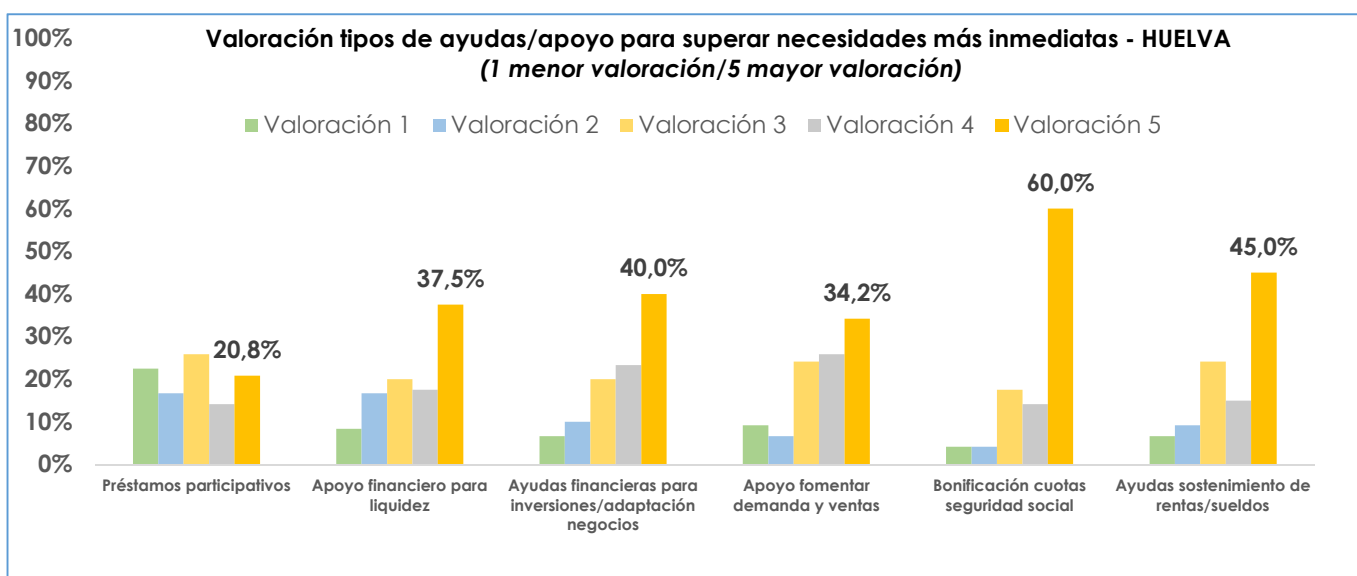
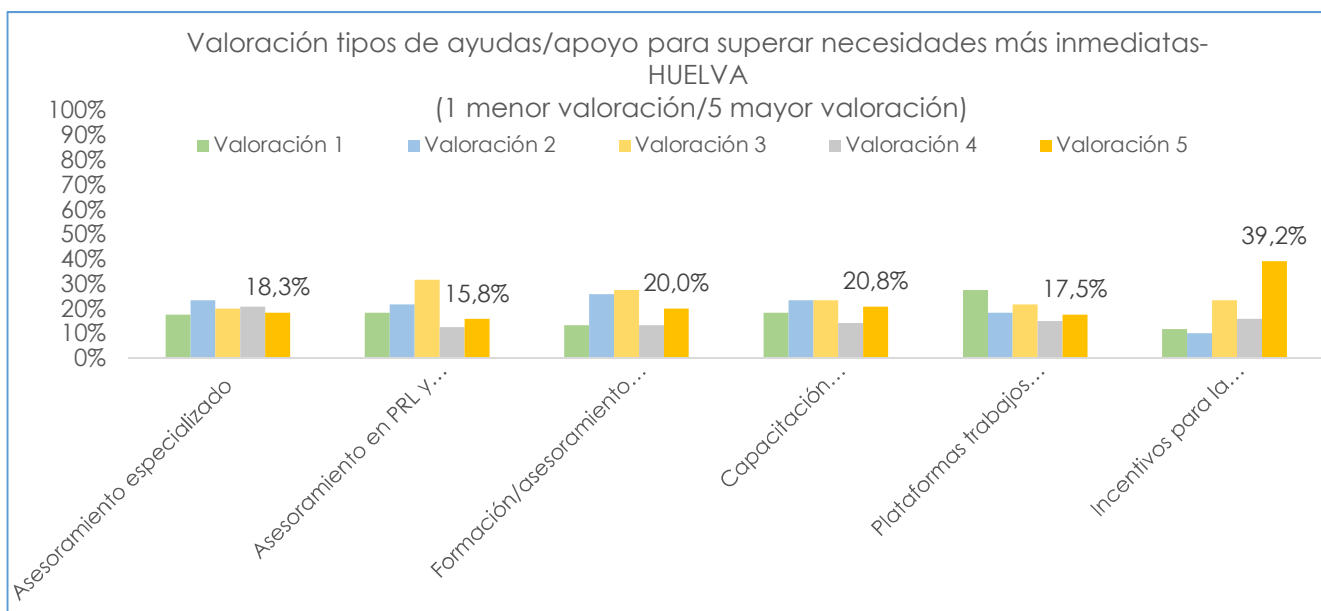


Por último, en el **sector servicios de la provincia de Huelva**, el mayoritario, aparecen también 2 medidas principales:

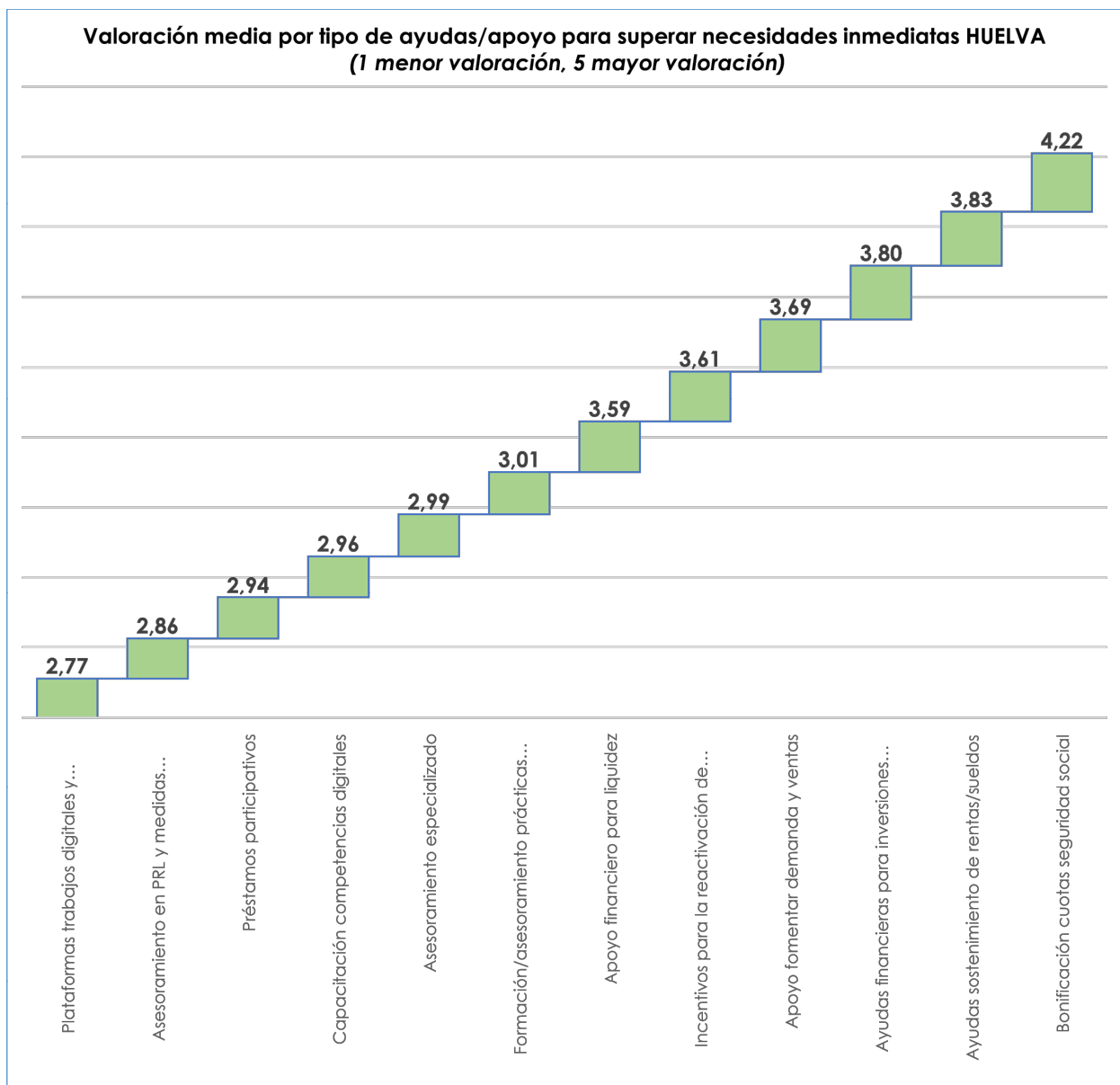
1. Construir **modelos de negocios más flexibles** y con capacidad de adaptación a los cambios.
2. **Cambiar y/o diversificar la oferta de servicios.**

¿Qué tipo de ayuda/apoyo cree que es más importante para superar las necesidades más inmediatas?

A partir de las respuestas de la pregunta anterior basada en identificar la efectividad de las medidas para una adaptación a corto y medio plazo ante nuevo escenario socioeconómico, se pasa, en esta, a dar respuesta a qué tipo de ayudas y/o apoyos se consideran más útiles y necesarias para afrontar las necesidades más inmediatas y adaptar los negocios a la nueva situación.

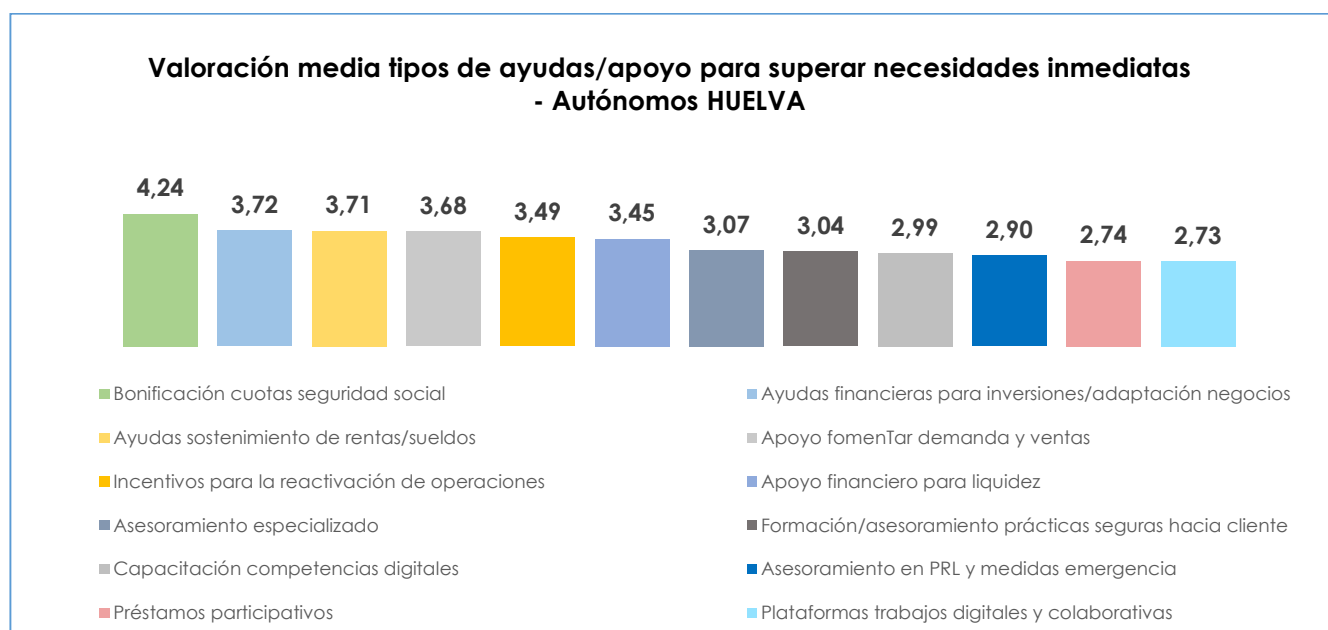


Entre las opciones propuestas, como se aprecia en el gráfico, es destacable en la provincia de Huelva que el 60% de las empresas puntúa con la valoración máxima de 5 las **bonificaciones de las cuotas a la Seguridad Social**, seguido a una distancia considerable, de las ayudas para el sostenimiento de rentas, ayudas financieras para inversiones y apoyo financiero para liquidez, con porcentajes de respuestas del 45%, 40% y 37,5% respectivamente. Ello, indica que, por norma general, las necesidades más inmediatas del tejido empresarial en esta provincia están relacionadas con la **falta de liquidez**, que ha de afrontar para reanudar la actividad.

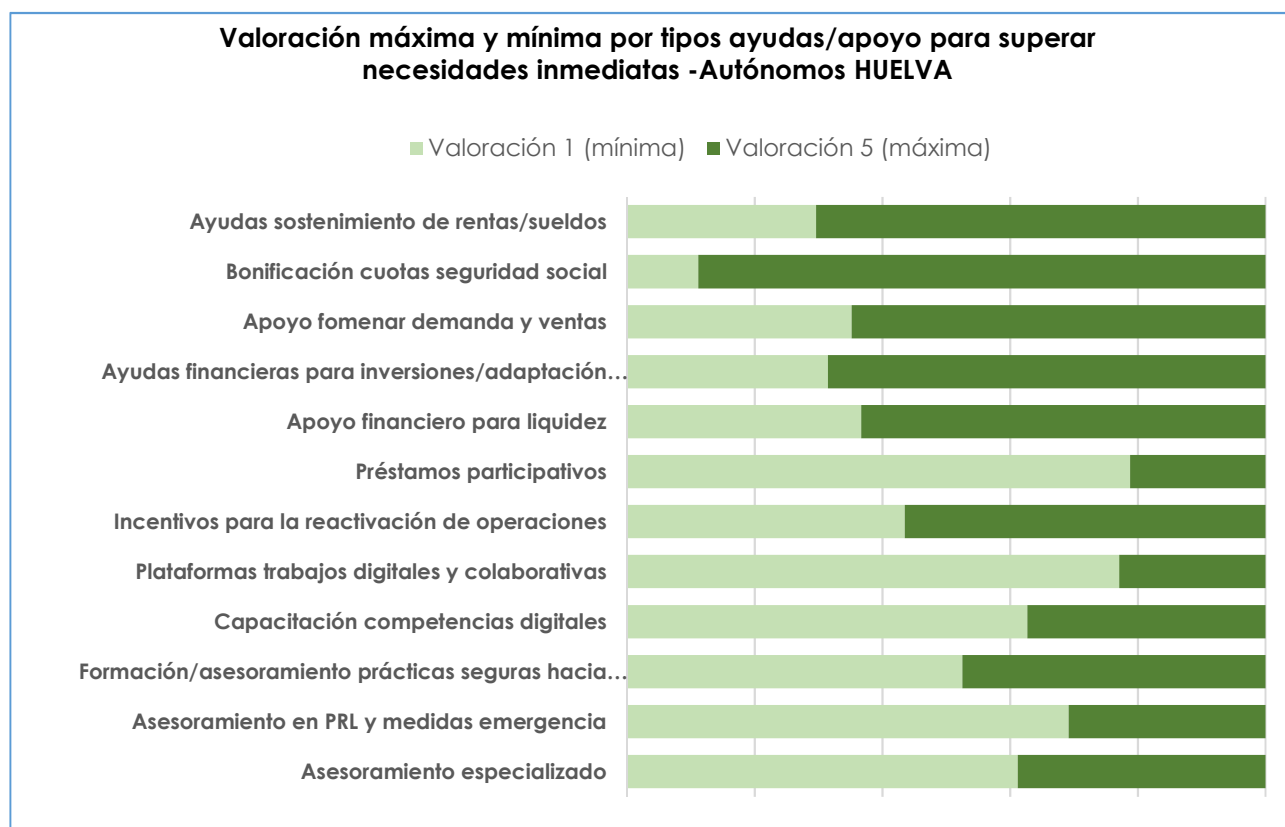


Por otro lado, a modo de síntesis global es interesante conocer la valoración media (entre 1 mínima y 5 máxima) de cada uno de los tipos de apoyos propuestos, que de forma más inmediata serán necesarios para las empresas. En este sentido, se confirma el análisis del gráfico anterior, ya que son las ayudas dirigidas a **mejorar la liquidez** las que se sitúan a la cabeza en valoración, desde un valor de 3,59 en caso de apoyo financiero para liquidez, hasta el valor medio de 3,80 en las ayudas financieras para inversiones, ayudas al sostenimiento de rentas/sueldos, 3,83, estando a la cabeza de este ranking, con una valoración media de 4,22 sobre 5, la **bonificación a las cuotas de la seguridad social**. En el resto de medidas, las plataformas digitales y trabajos colaborativos, es la menos valorada (2,77,), junto con el asesoramiento en PRL y medidas de higiene (2,86), y préstamos participativos (2,94).

En cuanto a los resultados obtenidos en la figura del **autónomo** en la provincia de Huelva, se puede observar que las puntuaciones y valoraciones medias tienen cierta similitud con los resultados generales. No obstante, destaca que además de la ayuda financiera y por supuesto, la bonificación de las cuotas a la seguridad social, los autónomos le dan bastante importancia, con una valoración media de 3,68, al apoyo para **fomentar la demanda y mejorar las ventas**, además de a las ayudas para inversiones y sostenimiento de rentas/sueldos, con valoraciones de 3,72 y 3,71 respectivamente sobre 5.



En cuanto a las **valoraciones máximas y mínimas** respondidas por los autónomos, centrándonos en este caso, en las menos valoradas, los préstamos participativos, las plataformas de trabajos digitales y colaborativas, capacitación en competencias digitales y el asesoramiento en PRL y medidas de emergencia, son las que en un mayor porcentaje han sido seleccionados con valoración 1 sobre 5.

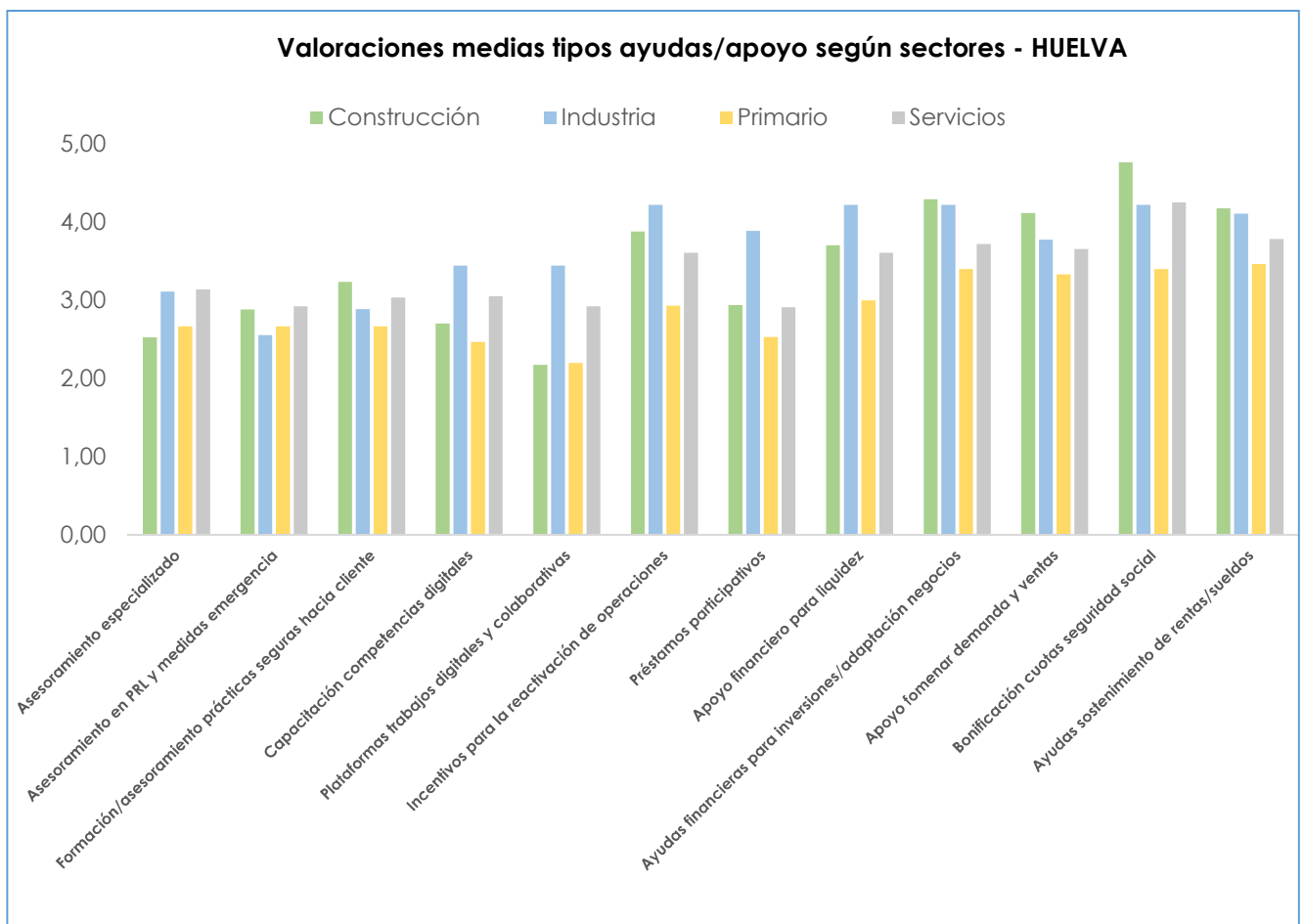


Desde el punto de vista **sectorial**, en la provincia de Huelva, la tendencia de respuestas sigue la línea de lo que se ha estado analizando en esta pregunta, la importancia de las bonificaciones de las cuotas a la seguridad social, principalmente en el sector de la construcción (4,76), y en menor medida en el sector primario (3,40), así como medidas para mejorar la liquidez, dejando en un segundo plano aquellos apoyos relacionados con los servicios externos, tales como asesoramiento especializado, en PRL y formación.

Otro aspecto destacable es la importancia que todos los sectores, excepto el primario, concede a medidas de apoyo para inversiones y adaptaciones de negocios.

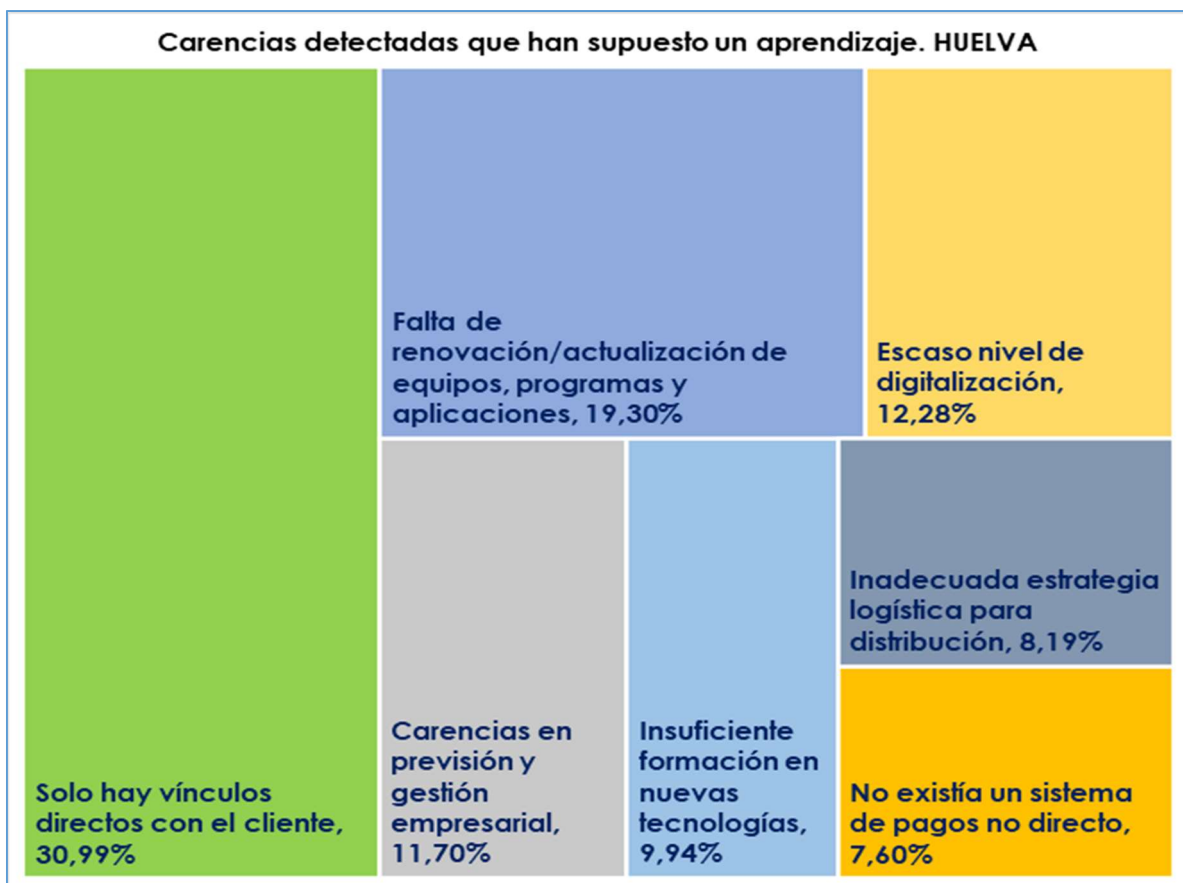
Resulta llamativo, el escaso valor que el sector industrial le da al asesoramiento en PRL y medidas de higiene, aunque se puede interpretar, que estas empresas, por su propia naturaleza, tienen este servicio cubierto.

Destacar la importancia que el sector industrial le otorga, respecto a los demás sectores, a los **incentivos para la reactivación de operaciones** (4,22) y al **apoyo financiero para conseguir liquidez**, con igual valoración media.



¿Qué carencias ha detectado en su negocio que han supuesto un aprendizaje?

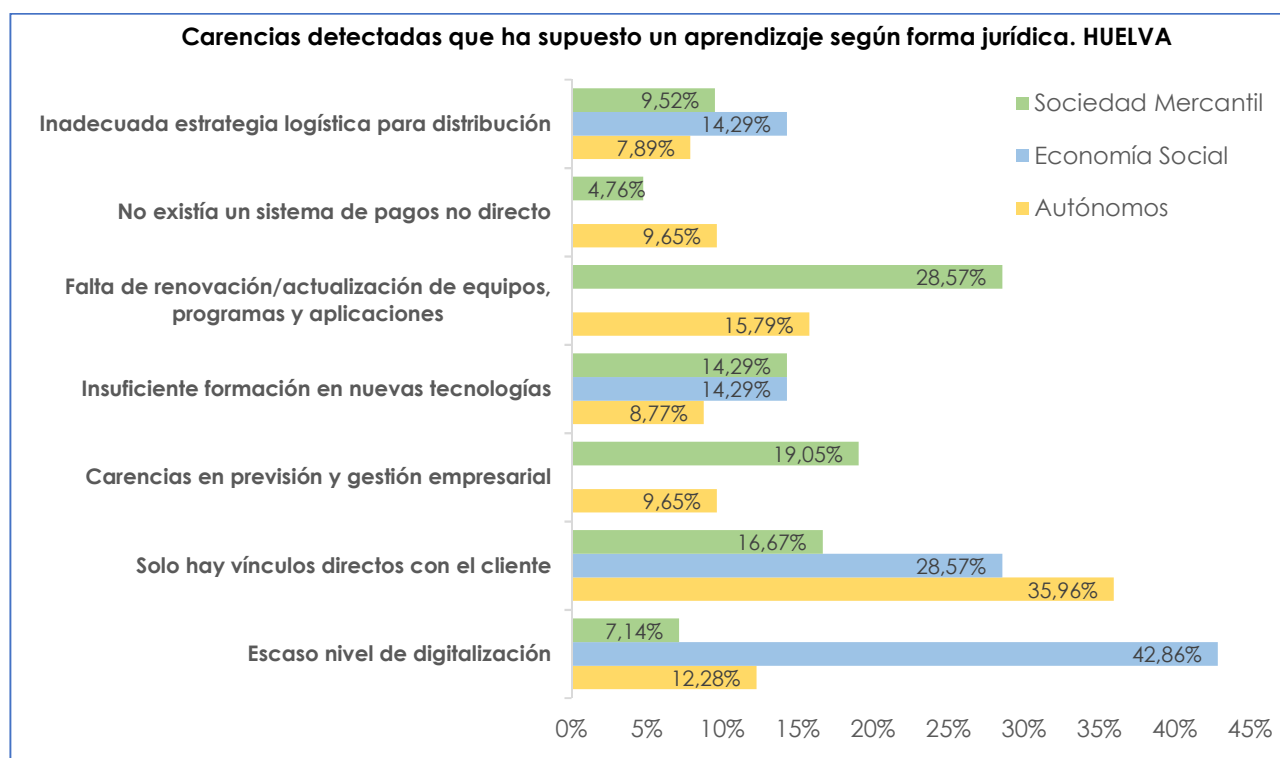
En este punto del cuestionario se ha tratado de plantear un autoanálisis, para que las empresas reconozcan **las debilidades o carencias** que el estado de alarma ha puesto de manifiesto en la provincia de Huelva. Este planteamiento, sin duda, ayuda a identificar qué acciones concretas, o estrategias a medio plazo, pueden ser las más adecuadas para reconducir la propia actividad económica en esta provincia.



Partiendo de la selección de tres posibles respuestas a esta pregunta, a rasgos generales destaca que casi el 31% de las empresas reconocen que la **vinculación directa con el cliente ha supuesto una de las barreras más importantes** en la situación provocada por el estado de alarma. No obstante, teniendo en cuenta el perfil mayoritario de las empresas encuestadas -autónomos del sector servicios- es razonable esta relación directa entre empresa y cliente cómo única vía de desarrollo de la actividad empresarial.

En torno al 22% de las empresas encuestadas han **reconocido carecer de la formación en nuevas tecnologías y nivel de digitalización**, necesarios para adaptarse en la medida de lo posible a esta situación sobrevenida. Si, además, añadimos a este porcentaje la detección de **falta de renovación y/o actualización de equipos y aplicaciones**, el 41,52% de las empresas concentran sus carencias en recursos digitales, formación en tecnología y falta de equipos, programas y aplicaciones. La falta de previsión y gestión empresarial, con el 11,7% de respuestas pone de manifiesto la necesidad de que las empresas pongan mayor interés en la **planificación y gestión empresarial**, y lo entiendan como una actividad más dentro del desarrollo ordinario del negocio.

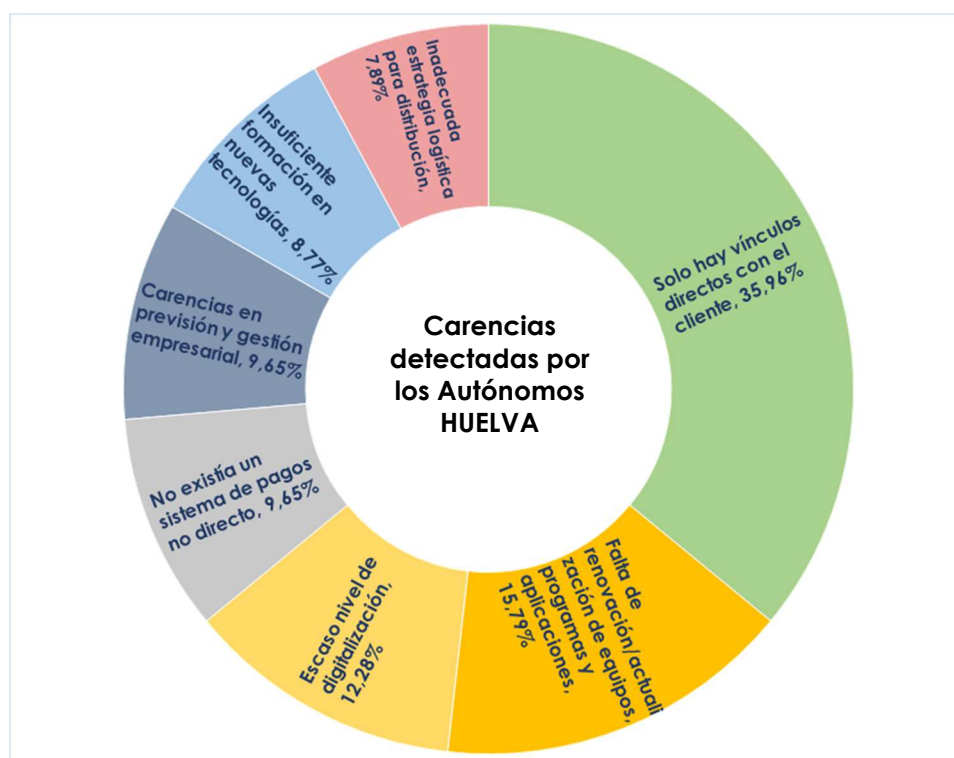
El siguiente gráfico muestra las diferentes carencias detectadas en función de la **forma jurídica** empresarial.



Si relacionamos este gráfico con el anterior, de resultados generales, se observa que la **importancia de la relación directa con el cliente** cobra especial importancia, como parece lógico, en los autónomos, con casi el 36%, seguida de las empresas de economía social (28,57%) y en menor medida para sociedades mercantiles (16,67%)

A destacar, la carencia en el **escaso nivel de digitalización** manifestada por las empresas de economía social, casi el 43%, con porcentajes más sostenidos en las sociedades mercantiles (7,14%) y autónomos (12,28%). De igual modo, resulta llamativo, que más del 28% de las sociedades mercantiles, han manifestado la falta renovación/actualización de equipos, programas y aplicaciones, como una de las carencias detectadas.

Como se aprecia en el gráfico, las **personas autónomas** en la provincia de Huelva, han expuesto como **principal carencia el vínculo directo con sus clientes**, con casi el 36% de respuestas. Ello se explica por el hecho de que más del 75% de los autónomos encuestados pertenecen al sector servicios, y las relaciones directas con sus clientes es la base de sus negocios.

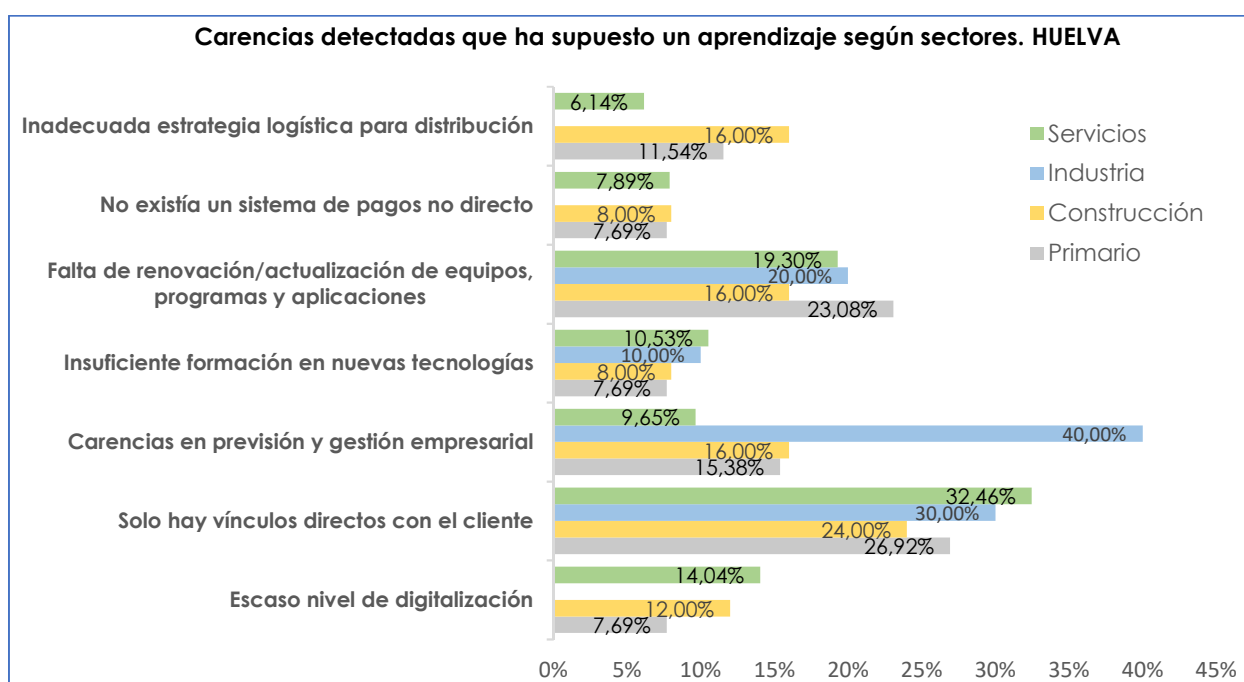


En todo caso, a pesar de esa necesaria vinculación directa de los autónomos con sus clientes para el desarrollo de su actividad ordinaria, hay que destacar también la **falta de renovación/actualización de equipos, programas y aplicaciones y el escaso nivel de digitalización**, con porcentajes de 15,79% y 12,28%, que entienden como una barrera que necesariamente han de superar de forma inminente para afrontar el estado hacia la

nueva normalidad con mayor garantía. A esto, añadir, con el 8,77% de respuestas, la **insuficiente formación en nuevas tecnologías**.

Es llamativo que casi el 9,65% de los autónomos encuestados de la provincia de Huelva, reconocen **carecer de sistemas de pagos no directos**, como por ejemplo el pago con tarjeta a través de TPV, que, si antes se consideraba como una modalidad de pago normalizada, tras la aparición del COVID, se hace prácticamente imprescindible, junto con otras modalidades de pago no directos (pay pal, bizum, etc.).

En el siguiente gráfico sectorial, se observa la **vinculación directa con el cliente como la principal carencia**, fundamentalmente en el sector servicios (32,46%), seguidos de la industria con un porcentaje del 30%. En los sectores de la construcción y primario, esta vinculación también tiene un peso importante, 24% y 26,92% respectivamente.



Llamativo es la **falta de renovación de equipos, programas y aplicaciones**, que irrumpe con más fuerza en el sector primario, el 23,08%, seguido de la industria, servicios y construcción, 20%, 19,30% y 16% respectivamente.

Por otro lado, en el sector de industria, se aprecia una mayor carencia que el resto de sectores en tener una **adecuada previsión y gestión empresarial**, con porcentaje del 40%.

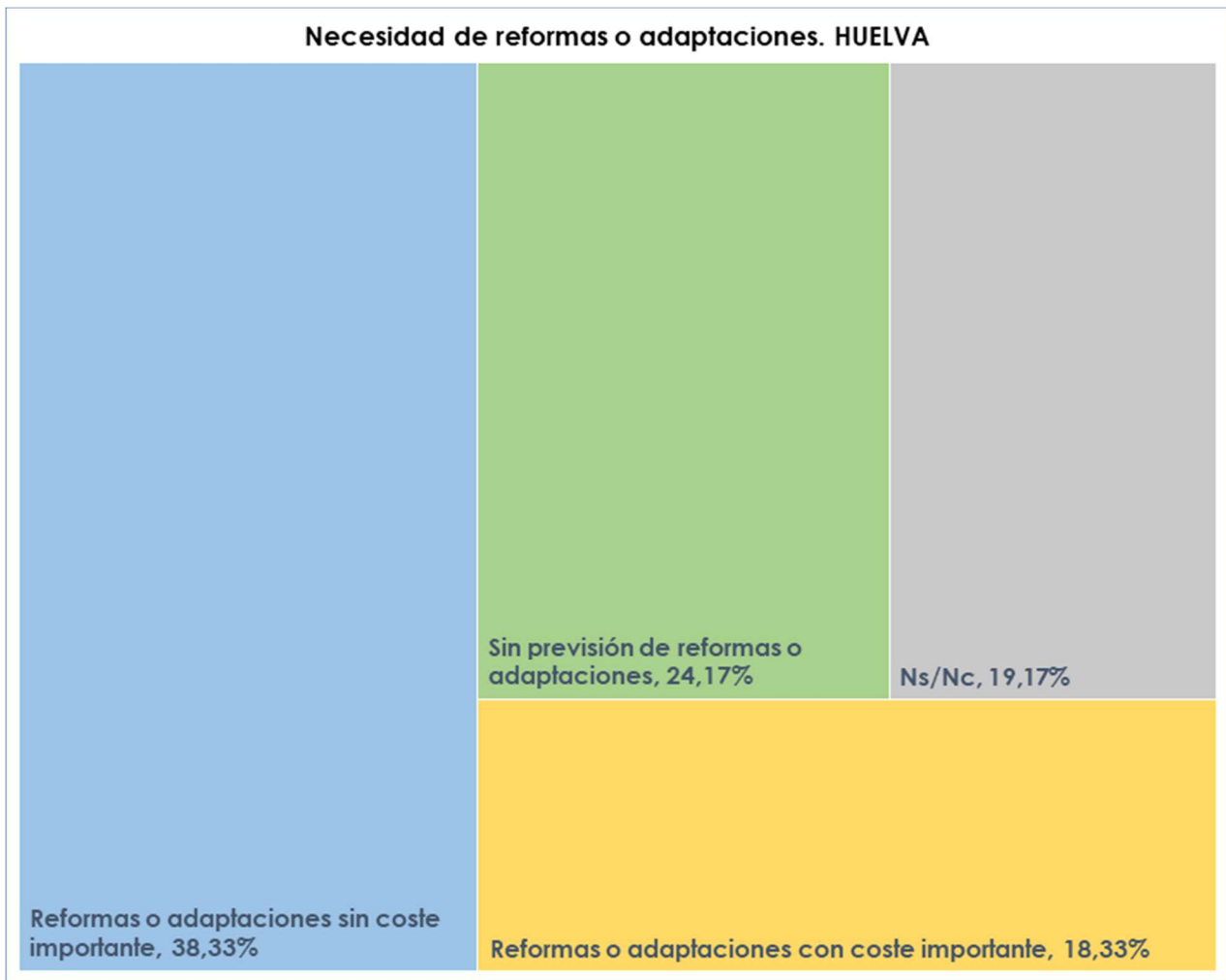
¿Necesitará reformas o adaptaciones?, ¿de qué tipo?

Durante este período de confinamiento, se ha ido afianzando la idea de que se vuelva a una situación de actividad completa, las cosas serán distintas o más bien se harán de forma distinta. Sin embargo, ese proceso no sólo no es algo instantáneo, ya que llevará su tiempo, sino que, además, nadie lo tiene del todo claro. Otro aspecto a destacar es que las circunstancias en las que se ha desarrollado la pandemia difieren entre territorios y sectores económicos afectados, por lo que la opinión sobre lo que se tendrá que hacer cuando se reanude la actividad económica suele ser bastante subjetiva. En el caso, concreto de Huelva, hay que prestar especial atención a los sectores industrial y agroindustrial.

Así, tanto en la Hoja de Ruta Comunitaria para levantar progresivamente las medidas de confinamiento, aprobada el pasado 15 de abril por la Comisión Europea, como el Plan de Transición hacia la nueva normalidad aprobado el 28 de abril por el Gobierno de España, establecen recomendaciones y buenas prácticas por sectores económicos que permitan la reactivación económica de manera gradual, permitiendo así que las empresas puedan adaptarse adecuadamente y de forma segura al incremento de la actividad y mantener en los lugares de trabajo las normas en materia de salud y seguridad impuestas derivadas de esta pandemia.

En el análisis de esta pregunta, queda de manifiesto **que la reanudación de la actividad empresarial va a exigir cambios en los negocios.**

Casi el 57% de los empresarios encuestados de la provincia de Huelva, afirman que se verán obligados a hacer **reformas y/o adaptaciones** en sus negocios, y entre éstos, 20 puntos por encima opinan que estas inversiones no les supondrán costes importantes, frente a los que piensan que sí lo serán.



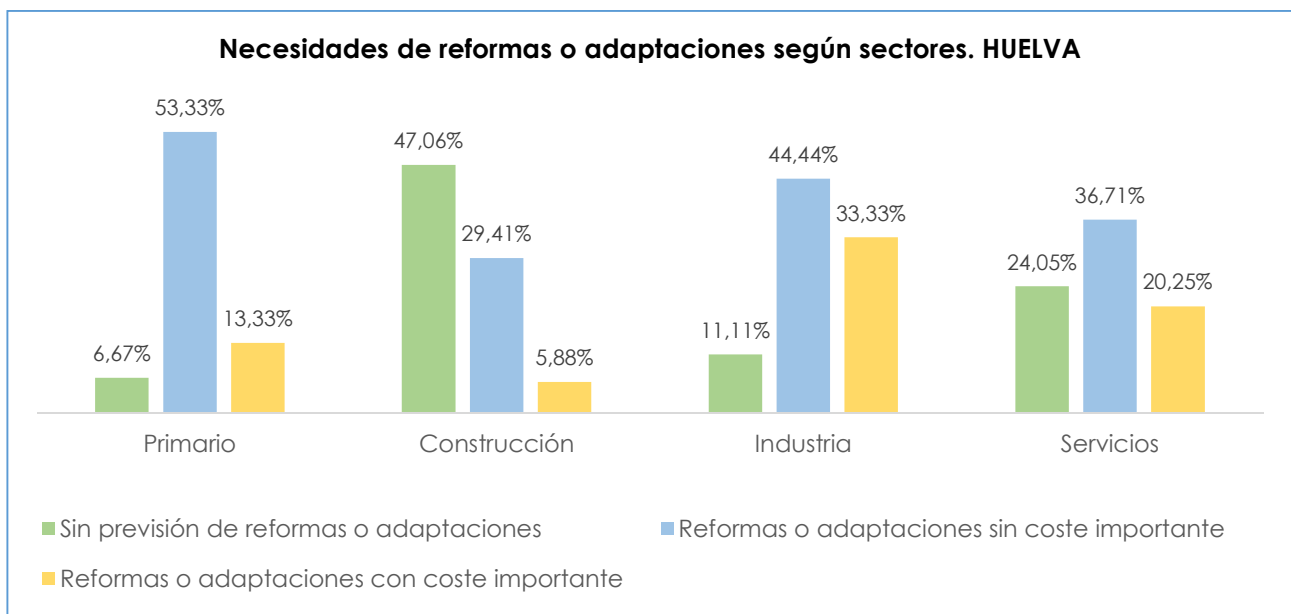
Según el análisis realizado, estas reformas y adaptaciones, están relacionadas, con el **cumplimiento de las disposiciones normativas**, establecidas por las administraciones para el **cumplimiento de las condiciones higiénicas en el espacio de trabajo y el distanciamiento social**, que afectan directamente a sus procedimientos y formas de trabajo.

En el supuesto que se indica que esas modificaciones supondrán una inversión mayor, se puede relacionar a la preocupación manifestada sobre la necesidad de incorporar mejoras en la digitalización, el marketing y la comunicación de sus actividades empresariales (pregunta 4) o en la renovación de equipos, programas y aplicaciones (pregunta 8).

Por **sectores económicos**, en general, **todos reconocen que tendrán que hacer reformas o adaptaciones**. Destaca, el sector industrial, en el que la opción de reformas o adaptaciones con un coste importante, es del 33,33%, frente al 20,25% del sector servicios, 13,33% del sector primario y el 5,88% del sector de la construcción.

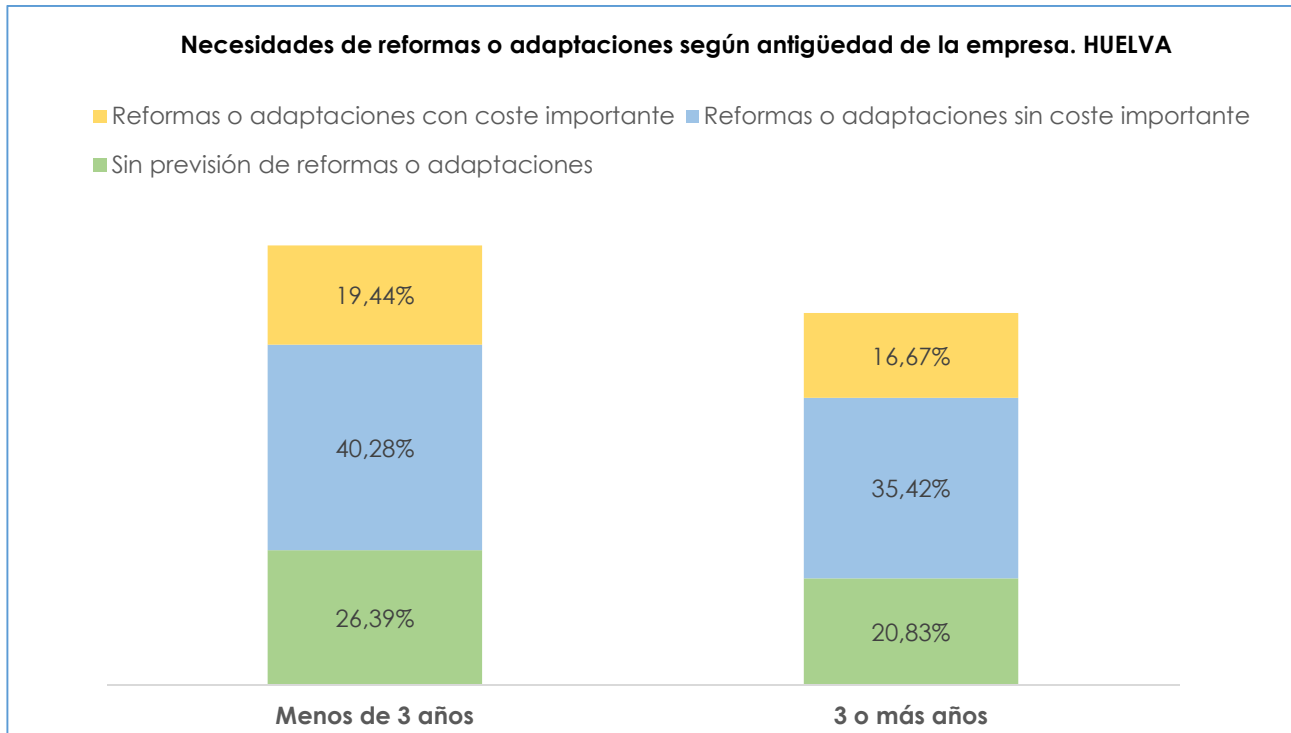
En lo que se refiere a reformas o adaptaciones que no supongan un coste importante, el sector primario está a la cabeza con el 53,33%, seguido, por el sector industrial (40,44%), servicios (36,71%) y construcción (29,41%).

Para concluir, resaltar, que es en el sector industrial en el que más se ha identificado la necesidad de hacer reformas o adaptaciones, con casi el 78% de las empresas encuestadas de este sector.



Tomando como referencia la **antigüedad de las empresas**, en la provincia de Huelva, casi el 35,42% de las empresas con más de tres años necesitan hacer reformas o adaptaciones sin un coste importante, este porcentaje es del 40,28% para las empresas de menos de 3 años. Por otro lado, en lo que se refiere a reformas con costes importantes, los porcentajes en Huelva son, el 16,67% en las empresas de más de tres años y el 19,44% en la de menos de tres años.

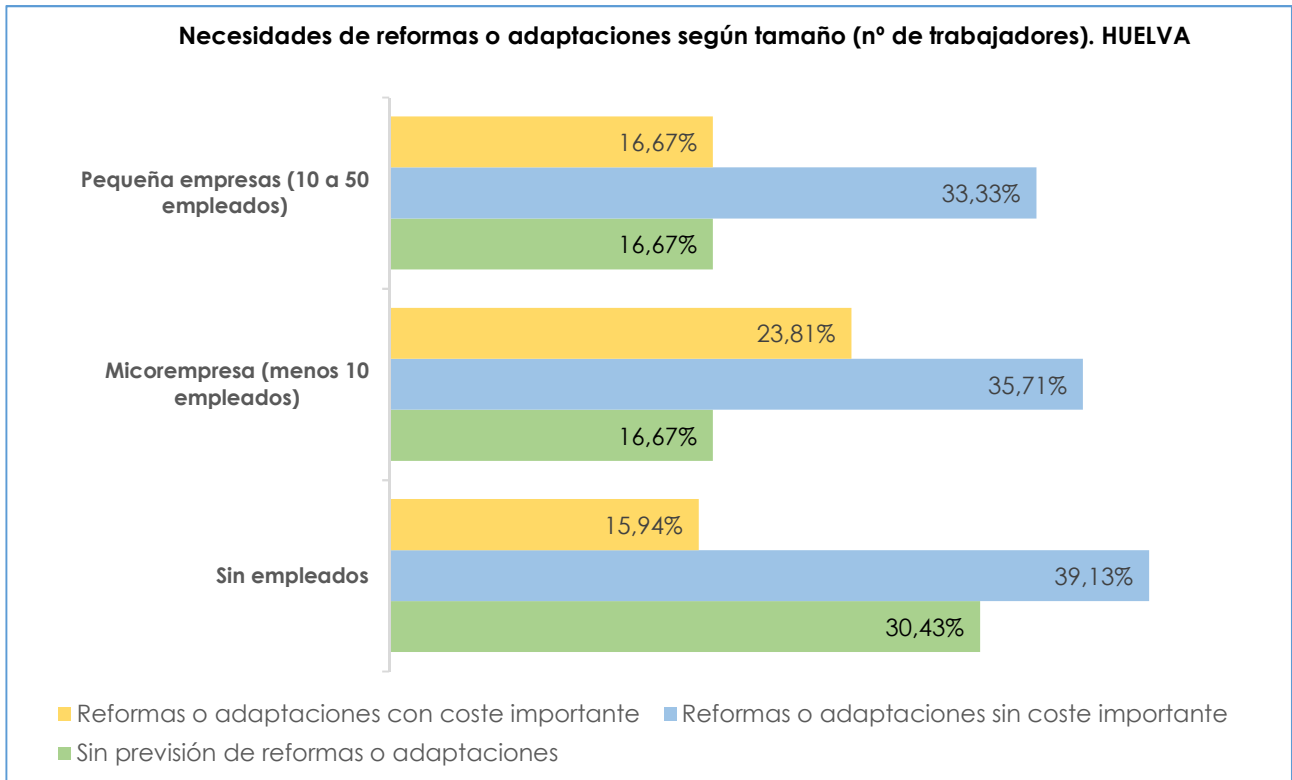
Se concluye, por lo tanto, que las empresas de menos de tres años, opinan en casi 8 puntos por encima de las de más de tres años, necesitarán acometer reformas o adaptaciones como consecuencia del estado de alarma.



Según el tamaño de las empresas, las personas autónomas sin empleados, son las que en mayor medida han respondido que no tienen previsión de hacer reformas o adaptaciones (30,43%), en comparación con las microempresas y pequeñas empresas, ambas con el 16,67%. No obstante, 39,13% de los empresarios sin empleados, han respondido que necesitarían acometer reformas o adaptaciones en sus negocios, aunque sin coste importante.

En cuanto a las reformas o adaptaciones con coste importante, aproximadamente el 24% de las empresas de menos de 10 empleados (microempresas), han respondido a esta opción, frente al 15,94% de los empresarios sin empleados y el 16,67% de las pequeñas empresas (de 10 a 50 empleados).

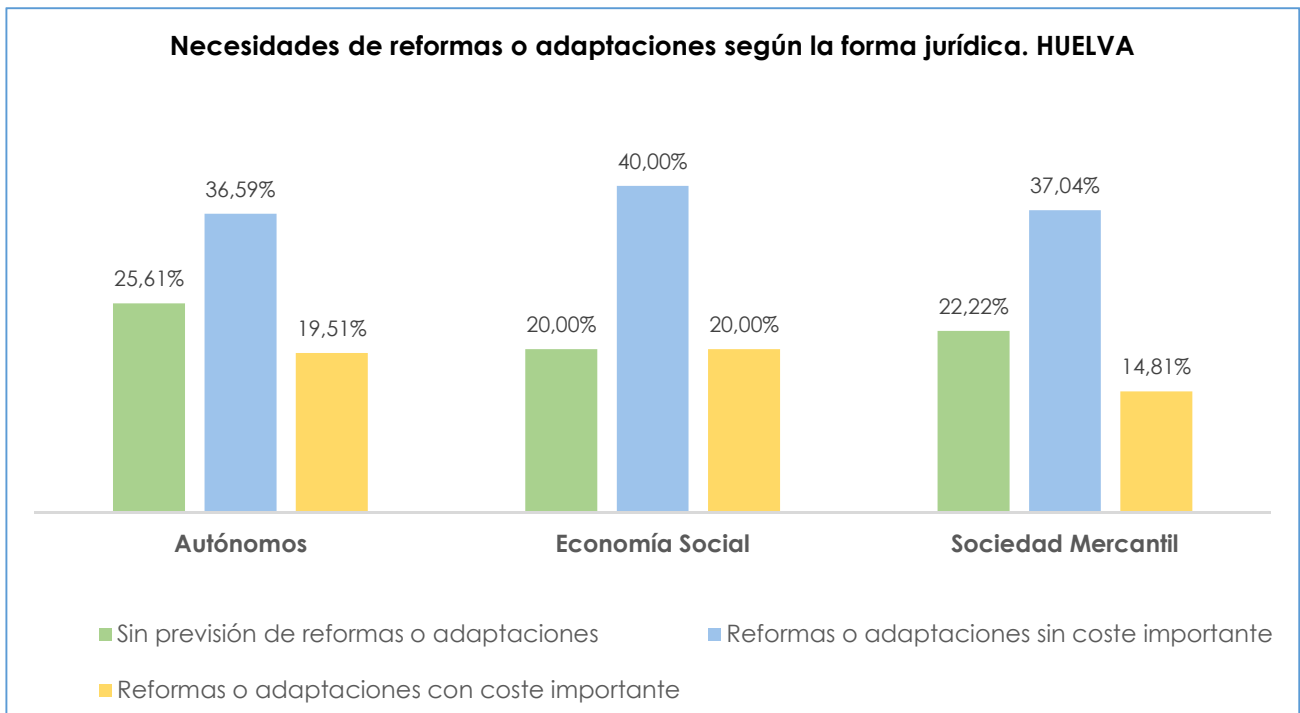
Se ha descartado el análisis de las medianas y grandes empresas (más de 50 empleados), por la poca representatividad de respuestas.



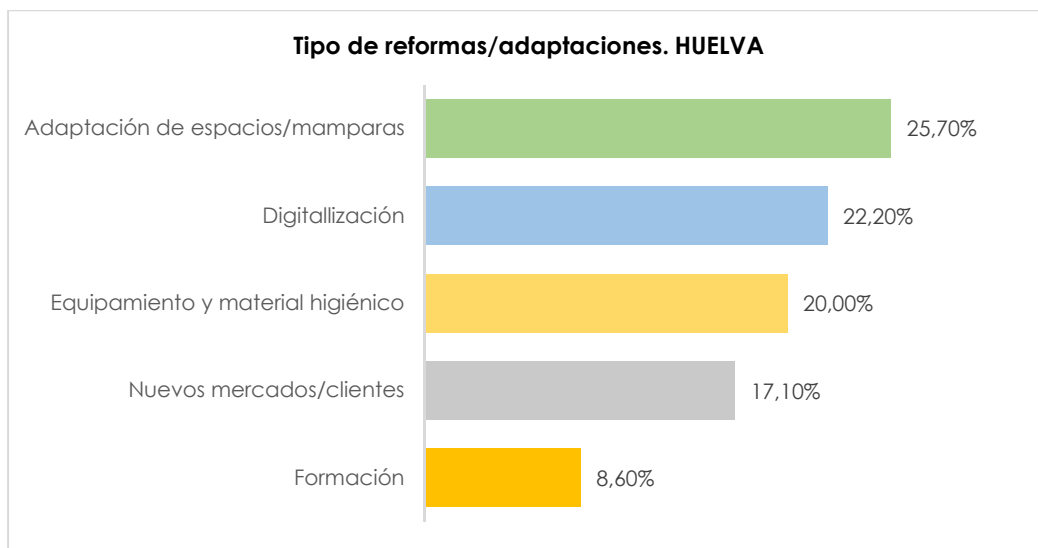
Por último, en la provincia de Huelva, en las tres **formas jurídicas** analizadas, se manifiesta la necesidad de realizar reformas o adaptaciones. En lo que se refiere a reformas o adaptaciones menores, son las empresas de economía social las que en mayor medida han optado por esta respuesta, el 40%, frente al 37,04% en las sociedades mercantiles y el 36,59% en los autónomos.

En lo que se refiere a **inversiones importantes en reformas o adaptaciones**, las empresas de economía social y las sociedades mercantiles, presentan porcentajes similares, en torno al 20%, frente a casi el 15% de los autónomos.

Por último, los autónomos, con el 25,61%, son los que en mayor porcentaje han manifestado la no necesidad de realizar reformas o adaptaciones, seguido de las sociedades mercantiles (22,22%) y de las empresas de economía social (20%).



Para conocer el **tipo de reformas y adaptaciones** que las empresas de Huelva prevén realizar, se ha introducido una pregunta abierta en la que, de forma clara, las respuestas se han podido clasificar en cinco grupos diferenciados.

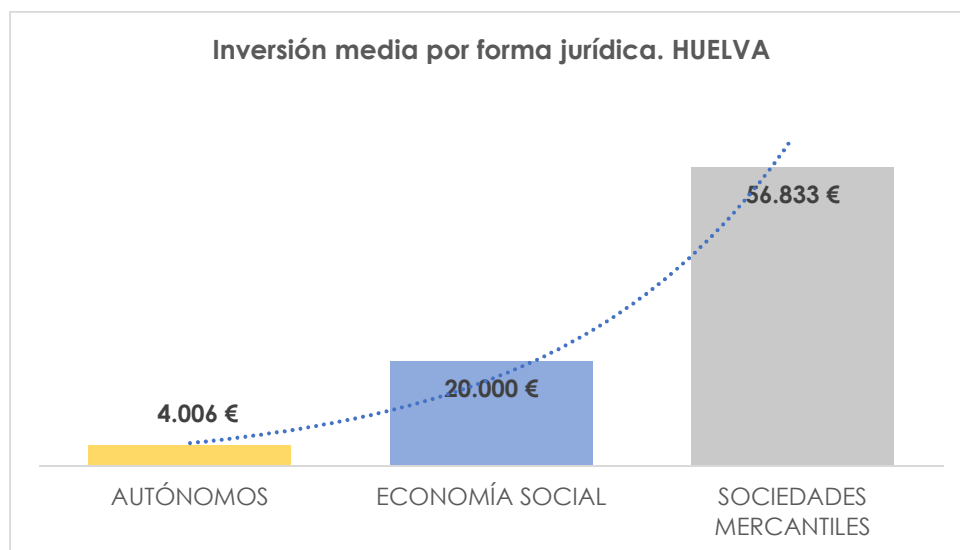


- **1 de cada 4 empresas** apuesta por hacer inversiones para la adaptación y reformas de espacios que posibiliten un distanciamiento social.
- El **22,20%** desea avanzar en **procesos de digitalización**.

- Un **20,00%** centra sus necesidades en hacer inversiones para adquisición de material higiénico sanitario: mascarillas, geles, guantes, etc.
- Un **17,10%** anuncia inversiones para realizar **cambios sustanciales** del modelo de actividad apostando por nuevos productos/servicios y por nuevos mercados/clientes.
- Finalmente, un **8,60%** ve necesaria la inversión en materia de **formación** para una mejor adaptación.

Para la realización de estas inversiones, se prevé un coste medio de 11.957,36€ por empresa, en la provincia de Huelva.

De acuerdo con la **forma jurídica**, la mayor inversión se produce en empresas bajo la forma de sociedades mercantiles cuyo montante es muy superior a la inversión media de las empresas de economía social en la provincia y, sobre todo, de los autónomos de Huelva.



Es evidente que las necesidades de empresas con una mayor estructura y con unas instalaciones, en la mayoría de las ocasiones más complejas, no pueden ser las mismas.

La voz de los expertos

Como complemento imprescindible a las encuestas y al estudio de fuentes secundarias, se ha creado un panel de expertos y agentes sociales representativos del ecosistema emprendedor, las pymes y el trabajo autónomo de Huelva y especialmente de los sectores industrial y agroindustrial.

A través de una entrevista personalizada, han participado 9 personas, contestando a 5 preguntas comunes y abiertas, relacionadas con el objeto del estudio.

NOMBRE	ENTIDAD/EMPRESA	PUESTO
José Antonio Román Bayo	TRANSROMAN	CEO
Rafael Eugenio Romero García	AIQBE	Gerente
Rafael Domínguez	FRESHUELVA	Gerente
Tomás Escobar Rodríguez	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO. UNIVERSIDAD DE HUELVA	Decano
María Teresa García Gómez	FEDERACIÓN ONUBENSE DE EMPRESARIOS	Secretaría General
David Gómez Rabadán	MARISCOS MÉNDEZ S.L.	Director Gerente
David Hervás Sanz	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA EL FOMENTO DE LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN	Secretario
Inés Mazuela Rosado	UPTA ANDALUCÍA	Secretaria general
María Gil Cabrera	GOHUB	Manager Gohub Andalucía

Situación de partida.

Las empresas en general se encuentran en una situación de vulnerabilidad muy elevada, sobre todo por la **gran incertidumbre** respecto de las condiciones y retos a los que se están teniendo que enfrentar una vez reiniciada la actividad económica.

Las empresas necesitan un marco de seguridad jurídica y por ahora hay demasiados factores sobre los que sigue habiendo muchas incógnitas, como la situación del mercado, las condiciones de acceso a la financiación, el mantenimiento de ayudas públicas, el comportamiento de los inversores o el de los consumidores afectados por una pérdida de poder adquisitivo, entre otros. Esta situación ha generado **inquietud** respecto al futuro de las empresas y los empleos de forma generalizada.

El reinicio está siendo complicado, y las empresas se encuentran con dificultades comerciales por la parálisis temporal vivida, o por la reducción de otros sectores de actividad a los que están vinculados. Pero, en realidad, este periodo de inactividad no ha generado un empeoramiento de la estructura organizacional ni de los procesos que ya tenían las empresas, lo que sí ha hecho es poner en evidencia las deficiencias, debilidades y el atraso tecnológico que arrastraban muchas de ellas. En general, las empresas reiniciarán su actividad en **dos velocidades: las que habían realizado la transformación digital y las que no**. Las primeras, al estar más preparadas, parten de un periodo de alerta en el que han mantenido parte o toda su actividad. Las segundas se están viendo obligadas a acelerar ahora su digitalización y correrán el riesgo incluso de desaparecer.

A corto medio plazo, lo que ahora se le llama "normalidad", no será lo mismo a lo que estábamos acostumbrados a vivir antes del Covid-19. Será en todo caso una "**nueva normalidad**" a la habrá que ir acostumbrándose, y prepararse para cambios en cuestiones tan cotidianas como la visita de un cliente, una reunión de trabajo, un viaje de negocio, etc., que ya empiezan a ser muy diferentes a como solíamos trabajar.

Debemos poner el foco en el trabajo autónomo, ya que está siendo de los más castigados al estar mayoritariamente vinculado al sector servicios. En la llamada "nueva normalidad" no se van a recuperar de forma inmediata los anteriores niveles de consumo -bien por el

aumento del desempleo, bien por el incremento del ahorro para afrontar el incierto futuro y la competitividad de los negocios menos dimensionados corre peligro, ya que, por ejemplo, la limitación de aforos en establecimientos comerciales seguirá mermando las ventas.

En cualquier caso, **la situación es diversa** ya que depende mucho de cada sector económico entre los que se pueden establecer grandes diferencias.

El sector agrícola ha demostrado una excelente capacidad de respuesta a la nueva situación. No hay que pasar por alto que, durante estos meses, en Huelva se ha desarrollado buena parte de la campaña de berries de forma satisfactoria, aunque con ciertas tensiones provocadas por los mercados y la necesidad de emplear medidas de prevención con un importante volumen de trabajadores. En el importante **sector de la fresa, hay necesidad de mano de obra** en el momento de la recolección y, por tanto, hay que planificar para saber hasta dónde se podrá cubrir esta necesidad.

El sector industrial goza normalmente de buena salud y, en Huelva, ha conseguido mantener el rendimiento. Este es el sector que mejor ha resistido a los inconvenientes del COVID. No obstante, sigue estando en peligro si no se evita un nuevo rebrote que agudice la crisis.

El sector turístico, que representa una parte importante de la economía y empleo de la provincia de Huelva, ha estado especialmente afectado por la pandemia y es uno de los más perjudicados por las limitaciones a la movilidad. Su evolución durante esta campaña dependerá en buena parte del grado en el que se active el turismo nacional, ya que el internacional parece que será más lento y complicado. Serían de gran ayuda algunas **campañas de publicidad específicas** en las que se destaque la apuesta del sector, por disponer de un destino turístico seguro, lo que permitiría poner el valor sus elementos diferenciadores. También es muy importante para el sector contar con un **plan específico de activación**, con el objetivo puesto en su pronta recuperación, sin perder competitividad con los mercados nacionales, europeos e internacionales.

Las empresas necesitan más información y más transparencia a la hora de poder ejecutar acciones encaminadas a la supervivencia en estados en los que su actividad se ve obligada a una paralización parcial o total. Las mayores necesidades que demandan las empresas son dialogo social, prorroga de los ERTES hasta diciembre en función de las necesidades de cada empresa y sector, bajada de la presión fiscal, y mantener la inversión del sector público.

Por otra parte, ahora más que nunca, será necesario **establecer alianzas** para dibujar el nuevo escenario, menos individualista, donde es fundamental pertenecer a comunidades colaborativas y formar equipos en el ecosistema emprendedor.

Retos y necesidades de adaptación

En este "nuevo comienzo" las empresas y sus líderes tienen que **cambiar la mentalidad y superar las estrategias cortoplacistas** orientadas a obtener rentabilidades inmediatas a costa de reducir inversión en formación, talento e innovación. Hasta ahora, la inversión digital se ha limitado, en muchos casos, a una migración de procesos digitalizados, pero con mentalidad analógica, es decir, con el objetivo de obtener procesos más eficientes y costes reducidos una vez más, lo que en ocasiones ha llevado a una deslocalización de producciones que, con el cierre de fronteras, está teniendo graves consecuencias.

Las empresas tienen que pararse a pensar en **identificar las adaptaciones** a las que hacer frente para mantener o ganar competitividad. Han de evolucionar para ser **más flexibles y poder adaptarse** con rapidez a cualquier cambio y a las innumerables oportunidades del mercado que van a surgir.

Para las **personas trabajadoras autónomas**, sin duda, el principal reto va a ser sanitario y su capacidad de adaptación a la adopción de medidas de seguridad e higiene en el trabajo, tanto en establecimientos, como para las personas trabajadoras y para los clientes. Esto también conlleva la **adaptación de los procesos** a través de canales digitales. En este sentido, ha sido de capital importancia la actuación de las administraciones locales, especialmente ayuntamientos que, a través de directorios, plataformas, webs, etc.

han fomentado la generación de canales de venta a distancia y entregas a domicilio que han sido claves para la supervivencia de los negocios. Por tanto, esta **colaboración** debería seguir e incluso ampliarse para lograr una mejor adaptación ante el nuevo escenario que, además, puede generar nuevas oportunidades de negocio y de empleos.

El **teletrabajo y la transformación hacia un entorno digital** serán algunos de los retos más importantes para muchas empresas. Durante estos meses el **teletrabajo ha entrado en la rutina de empresas y profesionales de forma acelerada**, pero, aún, no se ha podido hacer balance de rendimiento que se ha obtenido con este sistema de trabajo. Las distintas líneas de actuación que se están proponiendo a las empresas para tener éxito, o al menos sobrevivir, en este aún incipiente entorno digital, parecen pasar de forma inexorable por la **incorporación de nuevas tecnologías**.

Las empresas españolas y andaluzas ya disponían de la tecnología adecuada, pero la mayoría no habían sentido la necesidad de adaptarse, por falta de interés o visión estratégica. Ahora, en esta etapa de confinamiento de la población, el comercio electrónico o venta online se han multiplicado, son más habituales para la población y han llegado para quedarse.

Este proceso de transformación digital se ha de contemplar tanto en aquellos aspectos, funciones o procesos internos (back office), como en las relaciones que mantienen las empresas con los distintos agentes externos, especialmente clientes (front office). Desde los ámbitos académico y profesional se les sugiere que consideren **alternativas tecnológicas para poder desenvolverse en el entorno digital**. En este sentido, se podrían identificar, por un lado, tecnologías que permiten automatizar procesos existentes, buscando mejoras en eficacia y eficiencia. Y, por otro lado, implantar un conjunto de tecnologías que tienen mayor calado, al conllevar cambios organizativos significativos para adaptar el modelo de negocio al entorno digital, aprovechar el potencial tecnológico y lograr una efectiva permeabilización digital de la empresa. Por tanto, habrá que **ver a la tecnología como una gran aliada** para poder retomar la actividad dentro de la llamada nueva normalidad. Las empresas tienen que **explorar nuevas vías**, y si no pueden llegar a sus clientes o partners de forma física, tendrán que buscar otras formas más imaginativas a través de la digitalización.

Otros importantes retos a los que atender, son la búsqueda de nuevos mercados a través de la internacionalización, la cooperación, la mejora de estrategias comerciales adaptadas a nuevos canales de distribución y generar confianza en los clientes.

En el sector de la agroindustria, las empresas necesitan mejorar los procesos que tienen que ver con la calidad del producto, la imagen de la marca y el consumo. Y las personas profesionales, ya sean productoras o trabajadoras, necesitan contar con oportunidades laborales y para emprender, que les haga permanecer en el territorio y dar valor a las explotaciones, para **evitar que se acelere el despoblamiento** de las zonas rurales. La **industria alimentaria**, que ya viene desarrollando procesos de higiene bien instaurados por los propios requerimientos del sector, se ha visto obligada a reforzarlos y llevarlos a cabo no solo respecto de a la higiene alimentaria, sino también en cuanto a los riesgos de una contaminación vírica, siendo un sector de los más avanzados en este sentido.

Despegar con éxito y encontrar nuevas oportunidades

Los avances tanto en el desarrollo de vacunas como de tratamientos más efectivos contra el Covid-19 van a **condicionar el entorno** al que van a tener que hacer frente las empresas durante el próximo año.

Esta crisis distinguirá a empresas y sectores con mayor **capacidad de adaptación y resistencia**, sobre todo a aquellos negocios con tecnología innovadora o única y a los que ya habían iniciado procesos de innovación. La resistencia de las empresas y de los trabajadores autónomos dependerá de la capacidad de maniobra financiera y comercial, y de la flexibilidad para adaptarse al cambio constante.

Tendrán **mayores posibilidades** aquellas empresas menos acomodadas, lideradas con talento creativo, con capacidad de innovar y de aplicar nuevos métodos más eficientes, incluyendo el teletrabajo y los canales digitales de distribución. Estas serán las más resilientes a este cambio de paradigma.

Hay **sectores muy definidos** que probablemente estén en mejor posición de salida para superar la crisis, fundamentalmente en las actividades relacionadas con la salud, turismo sanitario, turismo de calidad y todo lo que tenga que ver con lo digital.

Las actividades relacionadas con **el sector tecnológico y la agroindustria conllevarán importantes oportunidades, así como aquellos sectores ligados a las necesidades básicas** (alimentación, transporte, energía y materias indispensables para bienes de consumo básicos). El desarrollo de **tecnologías de almacenamiento de energías renovables** será un nicho de creación de negocios de alto valor añadido.

Huelva, es un referente agrícola, y ahora debe potenciar una industria sostenible, ecológica, tecnológica, que genere valor añadido, cree puestos de trabajo y genere actividad a su alrededor. Las empresas de **alimentación**, dependiendo de los productos que ofrezcan, pueden disponer de **muchas oportunidades de éxito** en esta situación en la que los alimentos han sido y son productos básicos y hay que readaptarse, diversificar e innovar.

Este sector, tan importante para Andalucía, tiene la responsabilidad de **apostar por las producciones propias**, por una gestión eficaz de la comercialización y por una producción estratégica más ajustada a la demanda real de los mercados. Las oportunidades están en los productos de calidad, que sean duraderos, que aporten salud y que sean muy útiles, gastronómicamente hablando, con precios adecuados. El éxito está en producir de manera diversificada productos de calidad y que generen fidelidad de compra en el mercado.

Además, **el sector del turismo** deberá reinventarse, crear un plan provincial potente, atrayendo un turismo de valor, y para ello hay que invertir en infraestructuras (carreteras, trenes, aeropuertos, etc.) y en mejoras del litoral onubense.

Y, por supuesto, **dispondrán de nuevas oportunidades aquellos negocios que sean capaces de explotar el elemento local**, la cercanía, la autenticidad de su producto/servicio para llegar a clientes que valoran esa cercanía y que han aumentado su nivel de conciencia sobre los peligros de depender de productores en lugares lejanos.

La logística seguirá creciendo exponencialmente, pero ahora no sólo asociada a los marketplaces de grandes multinacionales, sino también asociada al **comercio de proximidad**. Todo aquel que pueda seguir prestando sus servicios on-line y a distancia estará "vacunado" contra la crisis económica.

El mundo va a cambiar con **nuevas obligaciones y necesidades**, así como nuevas formas de relacionarse o comprar, por lo habrá que estar atentos y tener la sensibilidad para identificarlas y atenderlas. Ahí estarán las oportunidades de éxito.

El papel de la Administración autonómica

Las empresas y las personas emprendedoras necesitan medidas de apoyo general de la Administración con el objetivo de **mantener la supervivencia** de las empresas y el trabajo autónomo. Ahora, la prioridad es evitar el cierre de negocios con el consiguiente aumento del desempleo y la caída de la demanda.

En estos momentos se necesita una Administración ágil y resolutive, que tenga como misión **crear las condiciones ideales** para que crezca el emprendimiento y se pueda desarrollar la actividad empresarial. Algunas de las **líneas de actuación** que deberían abordarse pasan por reducir la burocracia, dar estabilidad jurídica, crear un marco fiscal apropiado, u ordenar y flexibilizar en lo posible el mercado de trabajo.

Sin duda, un elemento clave será dar **facilidades fiscales y acceso al crédito** para las empresas, así como **reducir las tasas impositivas**, y sobre todo apoyar la inversión industrial. También es importante **perseguir los fraudes** a los que pueden dar lugar los nuevos sistemas de apoyo y que, a veces, generan una competencia desleal o dificultan el buen camino que llevan otras empresas.

Por otro lado, el importante proceso de **digitalización** que está llevando a cabo la administración pública debe continuar su desarrollo.

En el ámbito del conocimiento, es importante informar bien a las empresas a la hora de realizar cualquier trámite, **analizar la necesidad de cada sector** y ofrecer soluciones, así como **hacer un estudio concienzudo** con varios escenarios como son: rebrote temprano de la pandemia, rebrote tardío, no rebrote de la pandemia, y desde luego plan de contingencias ante nuevas pandemias que sin lugar a dudas seguirán apareciendo.

Las **pymes y autónomos** van a necesitar un buen servicio de **apoyo técnico y asesoramiento**, en algunos casos para reorientar de forma temporal o definitiva sus actividades hacia nuevos nichos de negocio. Y para mantener un buen nivel de calidad será necesario que la Administración cuente con **buenos equipos técnicos**, que sean facilitadores y conectores. Esos equipos deben estar formados por personas cualificadas y comprometidas.

El futuro pasa por hacer un **esfuerzo cultural y formativo** de las nuevas generaciones en emprendimiento, cultura financiera, y digitalización, y en orientar a las empresas hacia el valor del talento y la constancia en sus inversiones estratégicas. La Administración tiene el papel de orientar a empresas y personas autónomas a cambiar de mentalidad, para **pasar de reactivas a proactivas**, a estar dispuestas a una transformación continua y a impulsar la formación de los trabajadores como parte de ese dinamismo continuo.

Iniciativas y palancas para el desarrollo de Andalucía

Andalucía necesita hombres y mujeres con una mentalidad basada en la búsqueda y **aprovechamiento de las nuevas oportunidades** que van a aflorar ante un cambio necesario en las formas de relacionarse, comunicarse, producir y vender. La digitalización ofrece nuevas opciones y posiciona el **talento por encima de cualquier otro factor**, por lo que es importante no solo desarrollarlo, sino mantenerlo y atraerlo. Hacen falta iniciativas nuevas para desarrollar proyectos a medio/largo plazo, y para ello se necesita un sistema que ofrezca oportunidades y apoyo a las personas con ingenio. Se trata de **atraer a emprendedores únicos y capital inteligente**.

Hay que escuchar a las personas emprendedoras para conocer sus prioridades e **invertir en innovación, en tecnología y en formación** ajustada a sectores específicos. Es necesario hacerlo en colaboración público-privada, y contando con buenos **análisis de partida** sobre las necesidades, herramientas o ayudas más eficaces. La formación de los educadores en digitalización y nuevas tecnologías es imprescindible.

El futuro pasa por **potenciar productos cada vez más seguros**, que inspiren confianza a la ciudadanía para seguir consumiendo, y que cada vez sean más respetuosos con el medio ambiente, así como potenciar el comercio electrónico, y la venta online de productos con la misma calidad que habitualmente ofrecen las empresas onubenses.

Respecto de la **industria y agroindustria**, se trata de dos **sectores maduros** que han encontrado sus nichos competitivos y que han sido unos grandes escudos durante estos meses de difícil situación económica en la provincia de Huelva. Quizás haya que seguir profundizando en la posibilidad de **establecer mayores sinergias** entre ambos sectores para buscar puntos de desarrollo en común que pudieran generar mayor valor añadido.

La industria necesita atraer y facilitar la inversión, para que más empresas del sector se establezcan en la provincia; además de ayudas para la mejora de sus procesos y la generación de más valor añadido de los productos. El sector agroindustrial requiere **adaptar la producción, distribución y consumo** a la "nueva normalidad".

En la provincia de Huelva, además, se requiere activar palancas muy importantes como el acceso a la energía a menor coste, inversiones públicas históricas en infraestructuras que han hecho a las empresas perder competitividad, el proyecto CEUS, obras hidráulicas como el Túnel de San Silvestre, el dragado de la Ría, o la conexión ferroviaria de alta velocidad Huelva-Sevilla, entre otras.

Hay que apostar por el **desarrollo sostenible y colaborativo** como elementos transversales, por el mercado digital seguro y el teletrabajo adecuadamente organizado. Tenemos que tender a un **modelo de colaboración de comunidad** empresarial y entre sectores, en los que la economía se desarrolle alineada entre todos los integrantes del ecosistema emprendedor. **El emprendimiento colectivo** ha de fomentarse como fórmula para animar a los perfiles emprendedores con mayor aversión al riesgo, alcanzar dimensiones

adecuadas de negocio mediante la fusión de microempresas o poder sustentar empresas en crisis por parte de sus trabajadores.

Otras palancas para el cambio son contar con un observatorio permanente de las dinámicas del mercado y toma de decisiones, contar con liderazgos fuertes y empresas andaluzas competitivas en mercados internacionales, aumentar los niveles de confianza y mejorar la marca Andalucía para atraer inversiones.



Junta de Andalucía