



Emprende post COVID19

Almería. Retos 'Agroindustria' y 'Piedra Natural'

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	7
Fase 1. Contextualización.	7
Fase 2. Encuesta dirigida a empresas y personas trabajadoras autónomas.....	7
Fase 3. Panel de expertos de prestigio y agentes representativos del ecosistema emprendedor	9
Situación de partida	10
Encuesta EMPRENDE-COVID19	24
¿En qué situación se encuentra su negocio/actividad en la actualidad?.....	24
¿Se ha acogido a alguna de las actuales medidas extraordinarias?	31
¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?	33
¿Qué cambios considera que deberá tomar para continuar con su actividad y asegurar la supervivencia cuando finalice el estado de alarma?	35
¿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?	37
¿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?	41
¿Qué tipo de ayuda/apoyo cree que es más importante para superar las necesidades más inmediatas?	42
¿Qué carencias ha detectado en su negocio que han supuesto un aprendizaje?	47
¿Necesitará reformas o adaptaciones?, ¿de qué tipo?.....	52
La voz de los expertos	59
Situación de partida.....	60
Retos y necesidades de adaptación	62
Despegar con éxito y encontrar nuevas oportunidades	65
El papel de la Administración autonómica.....	66
Iniciativas y palancas para el desarrollo de Andalucía y los sectores agroalimentario y piedra natural.	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 Almería y de los sectores de la Agroindustria y la Piedra Natural del comercio, en el que **han participado 8 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 Almería y en los **sectores de agroindustria y piedra natural**. 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)	483.753 empresas (Datos de demografía empresarial en Andalucía. 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	1.500 encuestas
Margen de confianza	95%
Error muestral	+/- 2,53%
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Fecha de la encuesta	Abril –Mayo de 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.

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.

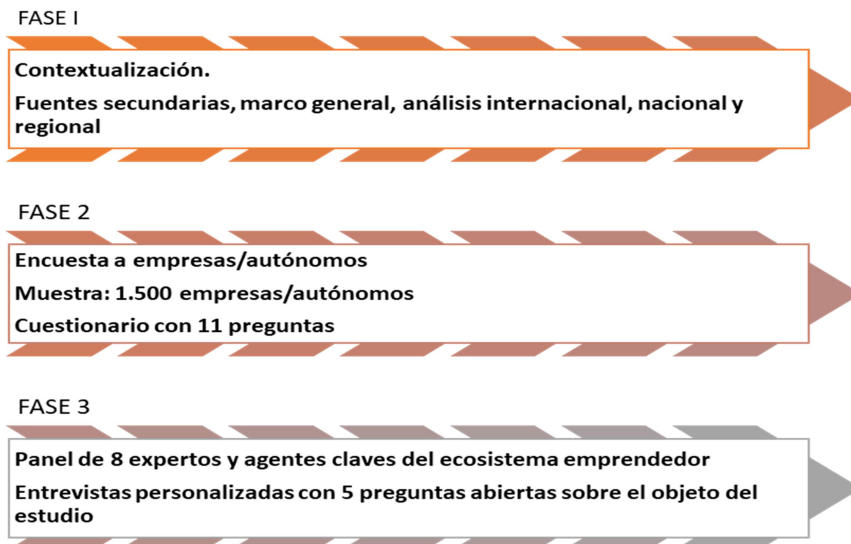
La encuesta realizada se compone de los datos generales de caracterización de las empresas y de un total de 11 preguntas, estructuradas en tres grupos:

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 8 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



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.**

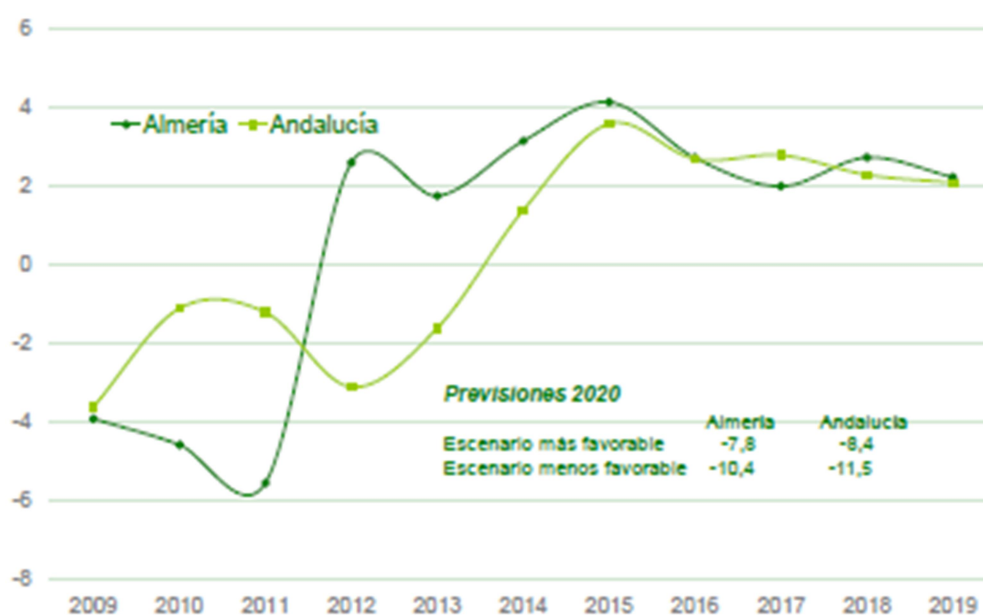
Por lo que respecta a la provincia de Almería, en 2019, el **PIB en la provincia** registró un incremento anual del 2,2% en términos reales, según información facilitada por la Contabilidad Provincial Anual del IECA, alcanzando una producción de 16.155,4 millones de euros, el **9,4 % del total regional.**

Las previsiones de Analistas Económicos de Andalucía para el conjunto del año 2020 apuntan a que el **PIB de Almería, podría disminuir un – 7,8 %** en el escenario más optimista, mientras que, en el menos favorable, que contempla un proceso de “desescalada” más dilatado, el descenso estimado sería del -10,4 %.

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 sufrirá un menor impacto.

Evolución del PIB en la provincia de Almería

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.

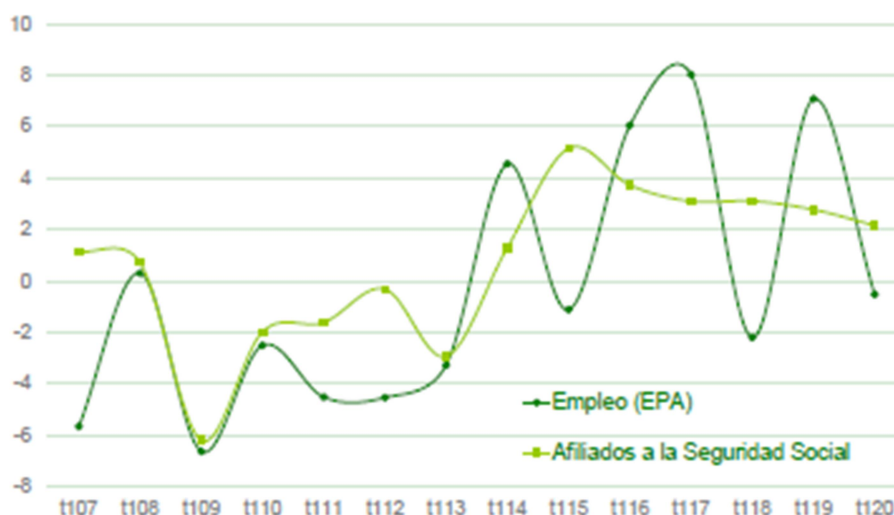
En la explotación detallada que hace el IECA de la Encuesta de Población Activa, del primer trimestre del año 2020, **el número de ocupados disminuyó** en Andalucía, respecto al trimestre anterior, un **0,9%** (28.900 personas menos), situándose en 3.107.200, lo que supone que la tasa de empleo se sitúe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

En la **provincia de Almería**, se aprecia un descenso de la **ocupación** en la provincia del **-0,5%** en términos **interanuales**, lo que representa una caída de -1.500 personas ocupadas, situándose el número en 284.500 personas. En relación al último trimestre de 2019, la pérdida de ocupados es del 0,8%, un total de -2.400 menos.

Según la EPA, **desde la perspectiva sectorial**, la industria es la actividad que más ha contribuido al crecimiento del empleo provincial en términos interanuales, con un incremento del 38,1% en el primer trimestre de 2020, frente al 8,1% del sector a nivel regional. Junto a la industria, los servicios también suben, aunque en menor media, sólo 1,8%. No obstante, los avances de ambos sectores no compensan los descensos del empleo en la agricultura, -12,2% y en la construcción, -11,9%.

Evolución del empleo en la provincia de Almería

Tasa de variación interanual %



Fuente: Situación económica y perspectivas de las provincias de Andalucía.
Analistas económicos. 2º Trimestre 2020.

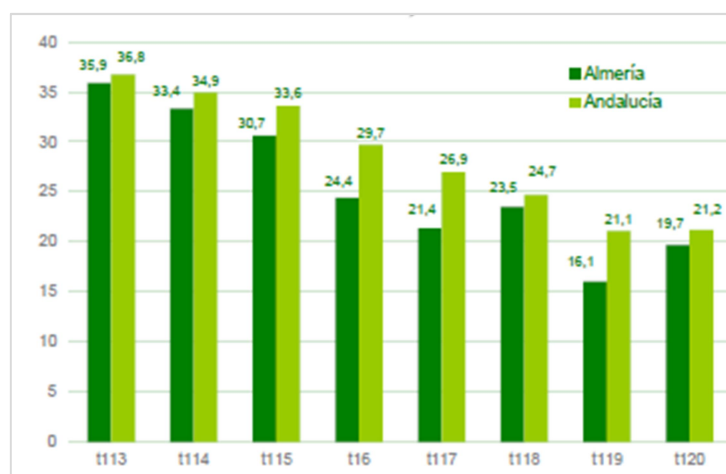
Aunque se produce un incremento del 2,2 % en relación al mismo período 2019 (0,8% en Andalucía) en afiliaciones a la Seguridad Social, los **efectos del estado de alarma** en el mercado laboral se aprecian de forma más acusada en las caídas intermensuales de la afiliación en marzo con -1,1 % y en abril con -4,0 %, así como en los datos de los ERTES por fuerza mayor que, a fecha 30 de abril, ascendían a 30.568 personas en la provincia, un 6,9 % del total regional.

El **número de personas afiliadas** en la provincia de Almería en el mes de mayo ha sido de **285.499**, un **-3,48 % 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 **Almería**, el número de parados ha registrado un incremento interanual del 27,8%. De este modo, la **tasa de paro** ha aumentado en 3,7%, en términos interanuales, hasta situarse en el **19,7%** en el primer trimestre de 2020, inferior al 21,2% que se registra en el conjunto regional. El número de personas paradas en la provincia en mayo ha sido de 72.160: 8.907 de agricultura y 48.795 de servicios.

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

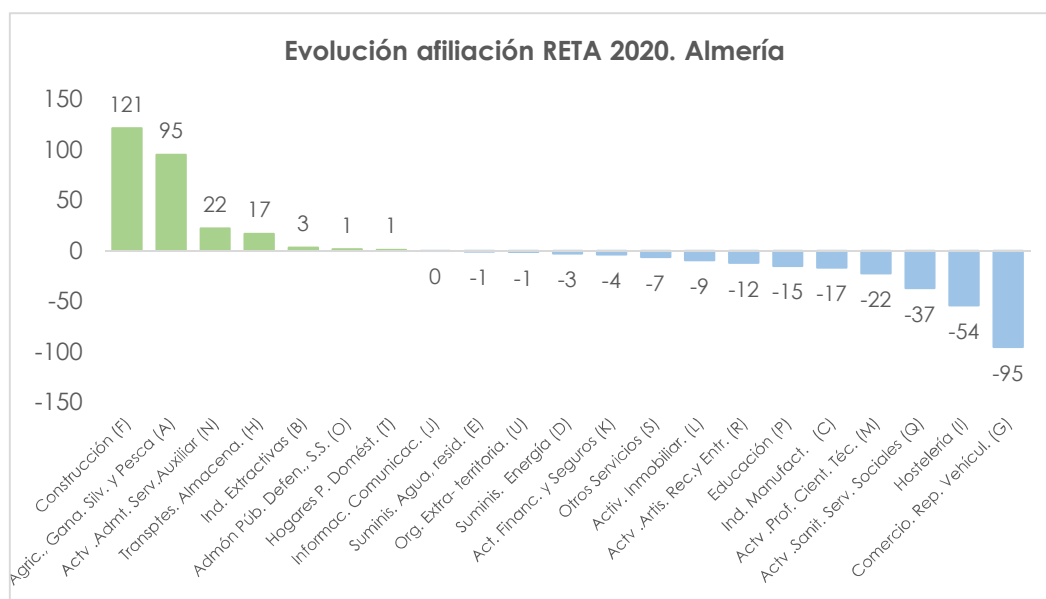


Fuente: Situación económica y perspectivas de las provincias de Andalucía.

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 Almería aporta un número muy reducido de 19 personas afiliadas menos (-0,48%).

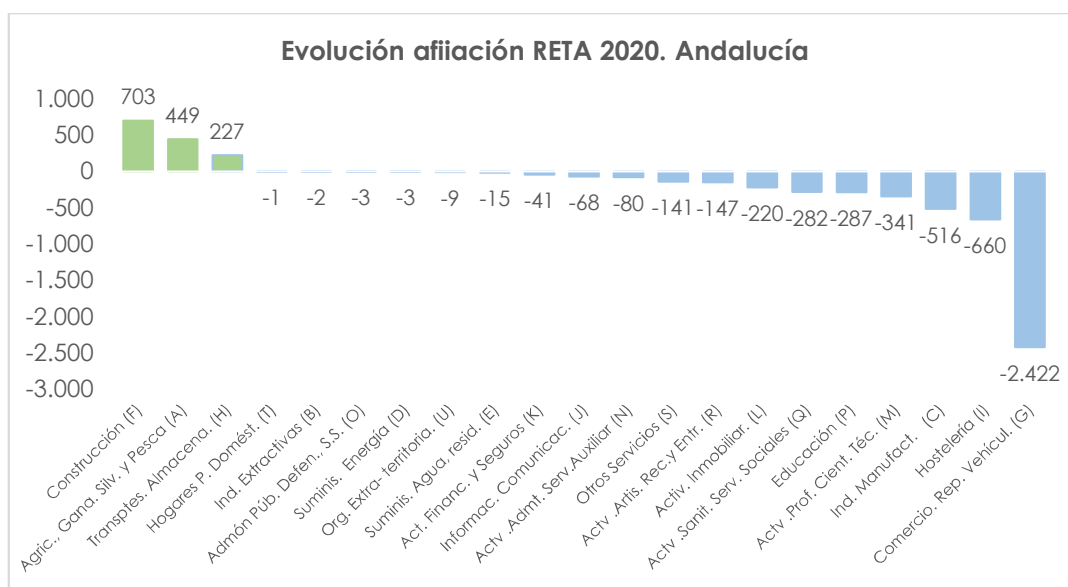
De acuerdo con los datos ofrecidos por la Seguridad Social, el volumen de afiliación atendiendo a la sección de actividad de CNAE para la provincia de Almería ha variado del siguiente modo:



Fuente: Informe mensual del Trabajo Autónomo. Andalucía Emprende

El **Comercio**, especialmente, y en menor la **Hostelería** han sido las actividades más afectadas en la provincia de Almería, con mayor pérdida de afiliación de personas autónomas. Por el contrario, **Construcción, Transportes y Sector Primario** han conseguido aguantar y ofrecer datos muy 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, sobre todo, y Hostelería los que tienen peores registros**, seguida de actividades de Industria Manufacturera.

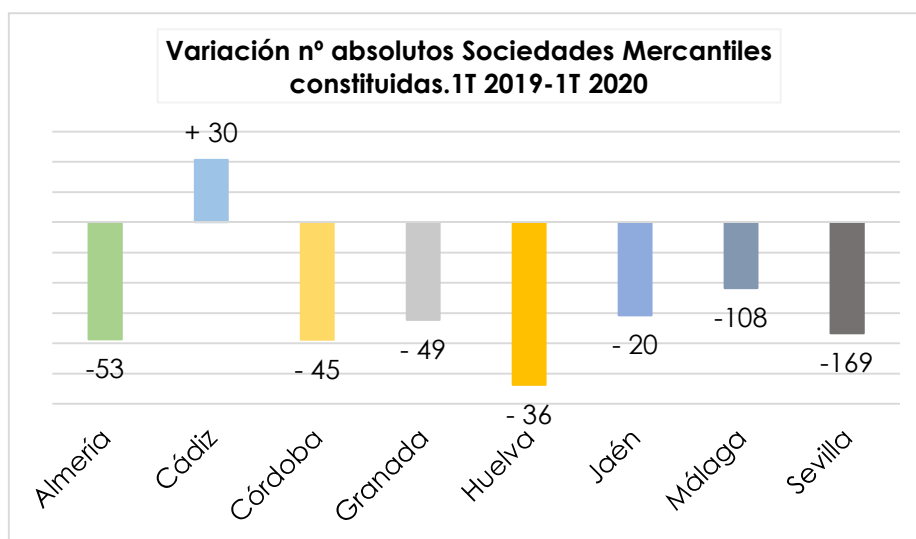
La provincia de **Almería** tiene un comportamiento muy positivo durante el período de crisis más aguda por COVID-19, teniendo una **pérdida** de afiliación a RETA **menor y muy insignificante en el conjunto de Andalucía** (-0,48%). La caída en el sector Comercio supone escasamente un 4% del descenso regional y en Hostelería poco más del 8% del total.

Destaca en lo positivo los **buenos resultados** en la provincia de Almería de las actividades de la **Construcción** y las englobadas en el **sector Primario**, con subidas que representan el 17,2% y el 21,2% de las producidas para toda Andalucía.

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%.

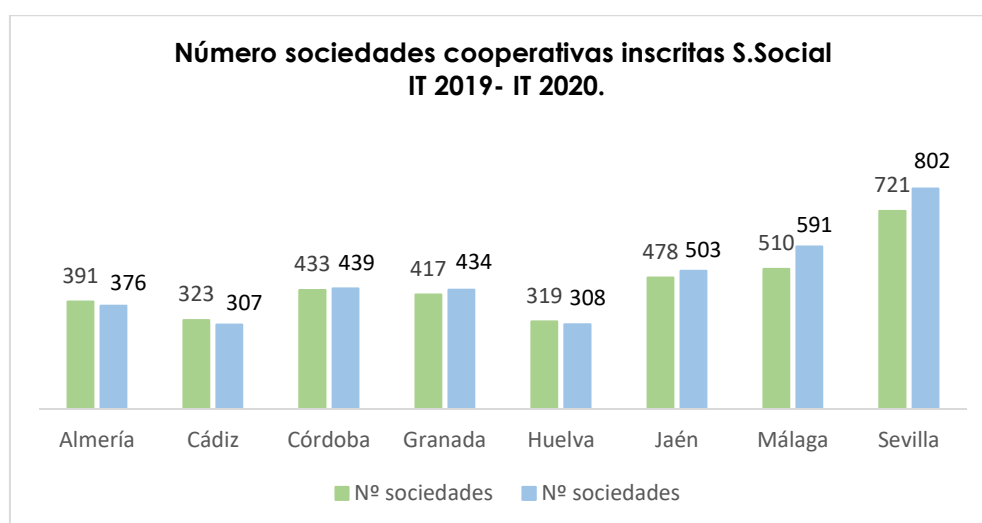
El número de **sociedades mercantiles constituidas en la provincia de Almería en marzo de 2020, ha sido de 84, un 38,6 % menos** respecto al mismo mes del año anterior, siendo la tercera de Andalucía donde más se reducen las constituciones.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social

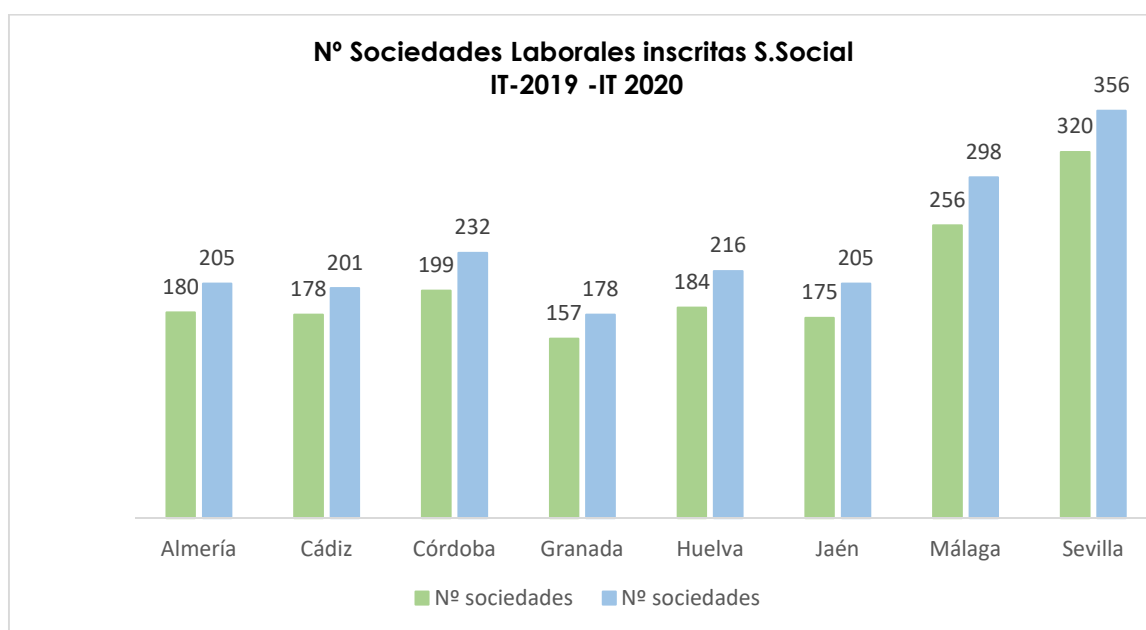
El número de **empresas de economía social**, atendiendo a la provincia donde tienen su sede social, han experimentado un menor descenso si se compara el primer trimestre de 2019 y 2020, lo que viene a reforzar que este tipo de entidades ha soportado mejor el impacto de la crisis.

Almería (+15) junto con 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

Sin embargo, **las sociedades laborales inscritas** en Seguridad Social, desciende en todas las provincias comparando el primer trimestre de 2020 con el mismo en 2019. Almería con -25, es la tercera provincia que menos reduce el número de inscritas, detrás de Cádiz (-23) y Granada (-21).



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, pasando de 0,0 antes del estado de alarma a -74,6 en Almería, y en Granada de -16,3 a -84,3.

Actividades muy importantes con un peso específico en la economía de la provincia de Almería son **la agroindustria** y la **piedra natural**.

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.

La **agroindustria** española se sitúa entre las de mayor peso de los Estados miembros de la Unión Europea. España es el cuarto país de la UE en número de industrias, el quinto en valor de la producción agroindustrial y en valor añadido y el sexto en generación de empleo; un 9% del número de agroindustrias, un 8% del empleo y un 10% del valor añadido y del valor de la producción de la agroindustria comunitaria corresponden a España.

Por otra parte, el **sector agroalimentario** es fundamental para Andalucía, representa el 8% del PIB andaluz y genera el 10 % del empleo en la comunidad autónoma. La producción agraria andaluza supera los 13.230 millones de euros, con un Valor Añadido Bruto de más de 9.311 millones. La agroindustria asociada incluye a unas 6.200 entidades que generan alrededor de 18.000 millones de euros de volumen de negocio y más de 2.550 millones de valor añadido bruto.

Almería es hoy un gran clúster agroindustrial, que agrupa a agricultores organizados en cooperativas, a la industria auxiliar (empresas de semillas, plásticos, sustratos, agroquímicos, servicios, etc.), al sector de la investigación y desarrollo, la logística, la distribución, la comercialización, el marketing, etc.

El **Análisis de la Campaña Hortofrutícola** 2018/2019 que elabora el Servicio de Estudios Agroalimentarios de Cajamar, recoge que, en esa campaña, el sector registró récords de superficie, producción y exportaciones.

La Junta de Andalucía calcula que actualmente hay entre las provincias de Almería, Granada y Málaga 35.839 hectáreas invernadas, de las que 8,4% se encuentran en Granada, el 2,2 % en Málaga y el 89,4 % en Almería, alcanzando las 32.048 hectáreas. Aumenta, por tanto, + 1,4 % el número de hectáreas invernadas mientras que la superficie total dedicada a cultivos intensivos de horticolas es superior a las 58.600 hectáreas, un 5,4 % más. El incremento de la superficie invernada ha coincidido con la **subida del número de autónomos, que alcanza los 19.285, y de los trabajadores por cuenta ajena e inscritos en el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social**, por encima de los 53.500.

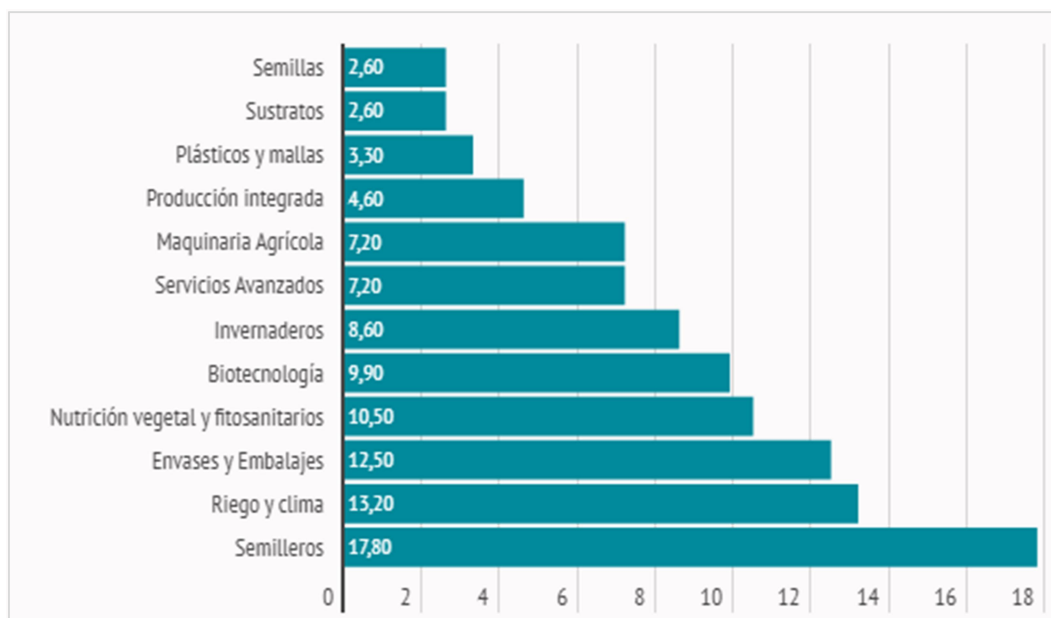
Los ingresos totales de la campaña 2018-2019 con respecto a la anterior fueron de 2.244 millones de euros, +5,3 %, de los que 2.228 millones correspondieron a la producción intensiva.

La agricultura almeriense, además, continúa **mirando al exterior**. En 2018/2019 se han exportado 2,7 millones de toneladas - más del 80 % de lo producido -, por un valor conjunto de 2,6 millones de euros, lo que supone un nuevo récord histórico. El sector ha vendido en este período en los mercados extranjeros un 10,1 % más en términos de volumen y ha generado un 11,7 % más de valor.

Los países europeos continúan siendo el destino mayoritario de las ventas desde Almería, destacando el crecimiento en un 9 % las expediciones al Reino Unido a pesar de la incertidumbre en torno al Brexit. Las cuantías enviadas a mercados terceros (Noruega, Suiza, Canadá, EEUU, Rusia) aumentaron sustancialmente (40,7 %), aunque siguen siendo cantidades no demasiado importantes.

La **horticultura almeriense** demuestra en cada campaña una enorme capacidad de crear diversidad empresarial y económica a su alrededor. La industria auxiliar, intensiva en tecnología y conocimiento, cerró el pasado ejercicio con un crecimiento del 16,1 % en empleo y del 9,9 % en facturación, con lo que el conjunto del clúster genera 6.244 puestos de trabajo y vende por valor de 1.367 millones de euros, de los que el 35 % procede de los mercados exteriores.

Distribución por subsectores del número de empresas y establecimientos de la industria auxiliar de la agricultura. En porcentaje.



Fuente: Fundación Tecnova

El último **informe de Tendencias Laborales** en 2020, realizado por la consultora PageGroup, recoge los sectores de la agroindustria y la tecnología como los que ofrecerán mayores oportunidades de empleo en Andalucía. A pesar de que el agro almeriense es un sector maduro -no en vano cerca de un tercio del empleo total en la provincia proviene directa e indirectamente del sector primario y sus apéndices-, su capacidad de absorber empleo cuenta aún con recorrido.

En este punto se va a introducir un análisis para **otro sector de actividad de referencia y, sobre todo, de futuro, en la provincia de Almería**, como es el de la **piedra natural**, uno de los más importantes, especialmente en zonas como el sur o el levante español, donde hay grandes yacimientos de piedra natural que permiten su explotación.

Andalucía con 624 millones de euros de exportaciones de piedra natural y afines, creció un 25,1% en el año 2019. En el primer trimestre de 2020, vuelve a liderar las exportaciones con más de la mitad de las ventas nacionales (55%), muy por delante de las siguientes, Comunidad Valenciana (14,2%) y Cataluña (13,5%), según datos de Extenda, Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

Los productos exportados por Andalucía incluyen manufacturas de cemento, hormigón y piedra artificial con el 75% del total (117 millones de euros) y un crecimiento del 9,9%, seguido de los elementos correspondientes a las demás manufacturas de cerámica (excepto de porcelana) con 33 millones de euros (21,1% del total) y un alza del 24,6% con respecto a los tres primeros meses de 2019. Posteriormente, se sitúan los granitos, mármoles y travertinos.

Almería, con el 99% de las ventas, es la protagonista absoluta en el periodo de enero a marzo de 2020 con un crecimiento del 14,2% hasta los 154 millones, al igual que en el año completo de 2019 donde registró 618 millones de euros (99% del total) y un crecimiento del 25,5% con respecto a 2018.

De un total de 233 empresas exportadoras andaluzas que protagonizaron en 2019 las ventas de la piedra natural y sus derivados en la comunidad, de Almería exportaron en 2019 un total de 60 y de las regulares almerienses (más de cuatro años seguidos exportando) se contabilizaron el año pasado 36.

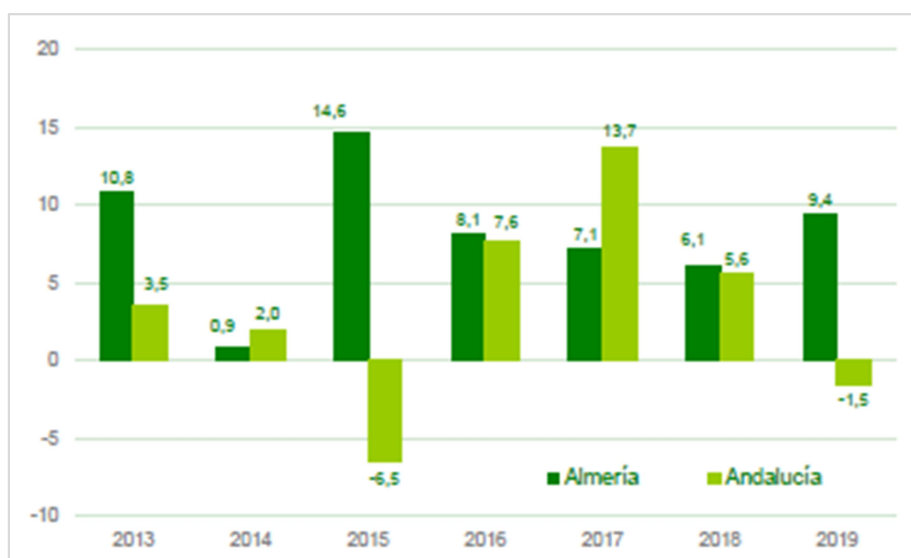
En cuanto a los países de destino, encabeza las ventas almerienses Estados Unidos, con 178 millones de euros, el 44,1%, con un alza del 41,1%; seguido de Reino Unido, con 42,9 millones, el 12% y una subida del 13,2%; e Italia, con 15,6 millones, el 3,9%, que crece un 45,7%, el tercer mejor crecimiento tras Taiwán, México y Países Bajos.

El sector de la piedra natural almeriense también se está viendo afectado por la situación del **coronavirus** fundamentalmente porque las exportaciones suponen el mayor volumen de su negocio. Tal y como exponen desde la Asociación de

Empresarios del Mármol de Andalucía (AEMA) las **restricciones en los viajes han hecho que se cancelen los encuentros con clientes, y se hayan aplazado las misiones comerciales**. En el caso de las exportaciones de material, comentan que se siguen realizando envíos, si bien existen retrasos en las aduanas.

Exportaciones en la provincia de Almería

Tasa de variación anual en % del valor exportado



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

Analistas económicos. 2º Trimestre 2020.

Según el Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo, en el primer trimestre de 2020 se produjo una variación interanual, con respecto al mismo trimestre del año anterior, en el número de contratos registrados en la actividad industrial de Fabricación de otros productos minerales no metálicos del -37,25 %. La demanda de empleo para esa misma actividad y el mismo periodo, tuvo una variación de - 1,43 % de media.

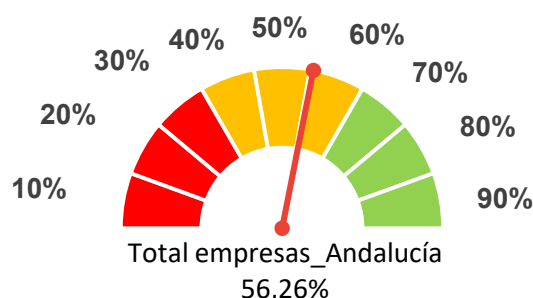
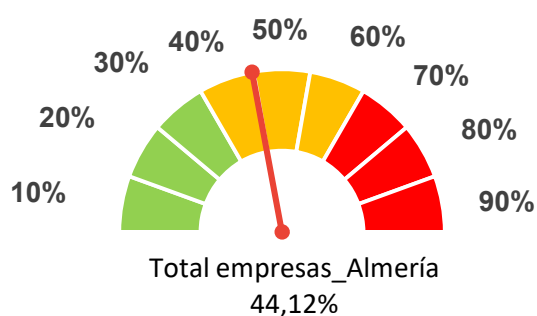
Encuesta EMPRENDE-COVID19

¿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 Almería la situación de excepcionalidad** a raíz del estado de alarma decretado por el gobierno el día 14 de marzo.

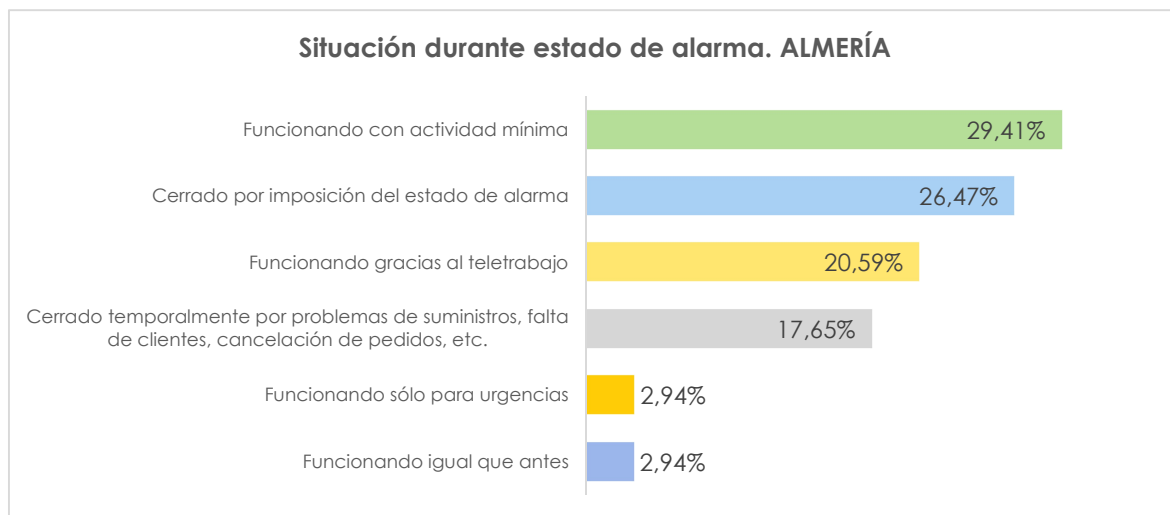
A nivel general se puede indicar que **un 44,12% de los negocios han tenido que abandonar su actividad durante el período de alarma**, dato sensiblemente inferior al registrado para el conjunto de Andalucía.



A la vista de los resultados obtenidos se puede hablar de **un cierre de actividad, en el caso de la provincia de Almería, con datos muy positivos en comparación con el de otras provincias andaluzas y con la media regional**.

Un **44% de empresas afirma haber paralizado su actividad** durante el período de situación de alarma. Como consecuencia, en torno a un **55% de las empresas ha seguido funcionando de algún modo**, aunque un gran número lo hace con una

actividad muy reducida y sólo un 2,94% afirma continuar su actividad sin cambios sustanciales.



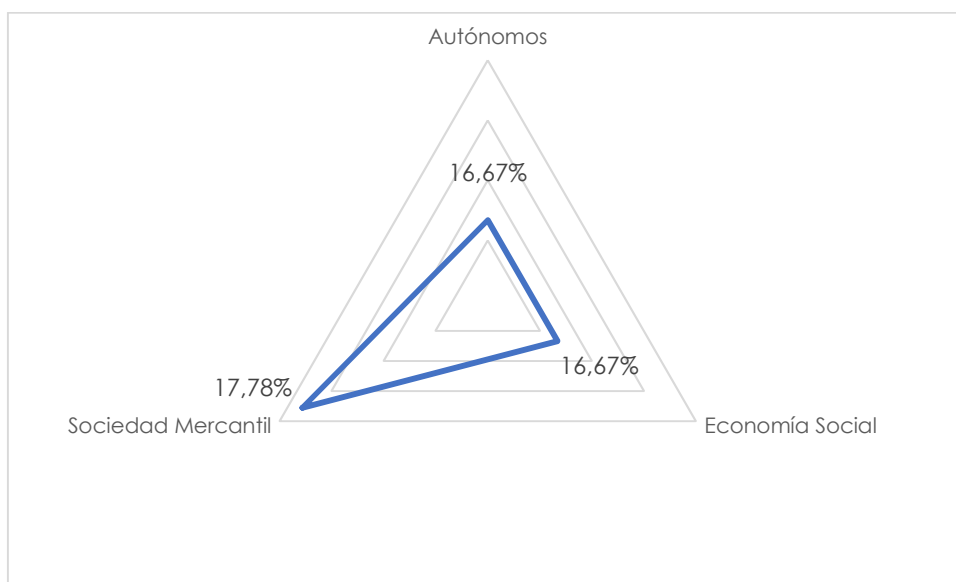
Como se observa también en el gráfico, algo más del 20% de las empresas ha seguido **funcionando a través de fórmulas de teletrabajo**, porcentaje también superior al registrado en otras provincias y muy próximo al que dato que, según un estudio reciente de la consultora Randstad, afirma que sólo el 22% de la población ocupada en España puede desarrollar su trabajo plenamente desde casa.

Según este estudio, 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 apoyo². 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.

² https://www-randstad-es.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2020/03/NdP_Randstad_Teletrabajo-en-Espa%C3%B1a.pdf

20 de cada 100 empresas y trabajadores autónomos de Almería han vinculado la continuidad de su actividad empresarial al teletrabajo. La práctica totalidad de estas empresas, **pertenecen al sector servicios** y 7 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.

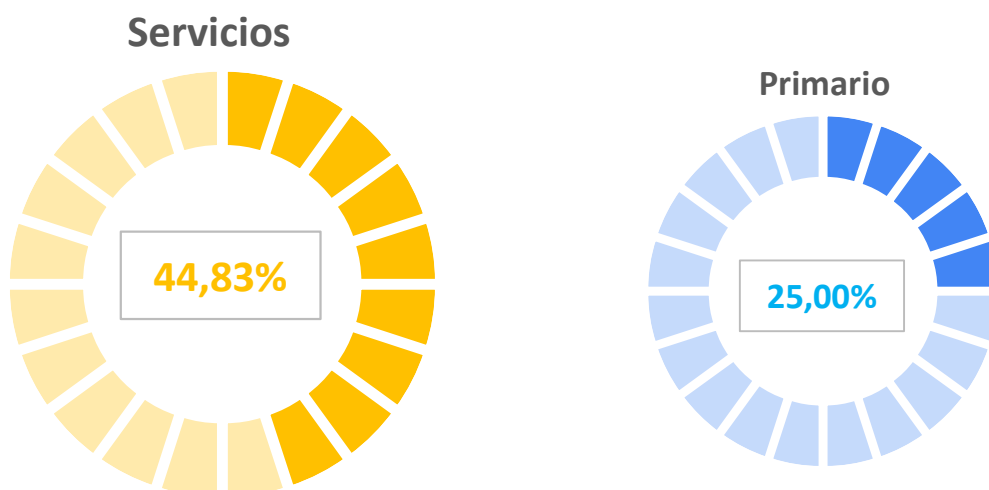
Un **importante 16,67%** del trabajo autónomo continua su actividad mediante **teletrabajo**. Este porcentaje es superior a valores registrados en otras provincias andaluzas y muy igualado si atendemos a la forma jurídica de las empresas.



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 en dos sectores claves para la economía de la provincia, 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 el conjunto de Andalucía, **es el sector primario el que está soportando mejor el envite de la crisis del Covid-19 en la provincia de Almería**, debido a la necesidad de mantener el mercado de productos de primera necesidad, entre los que se encuentran los alimentos.

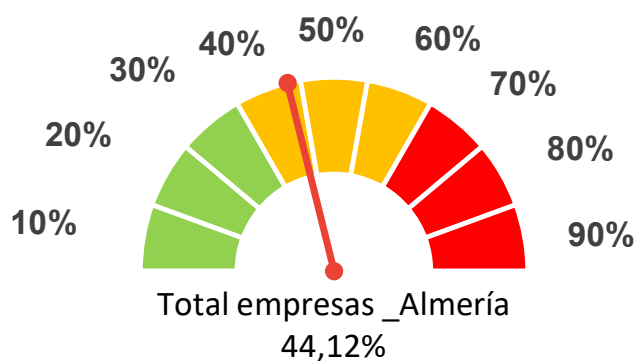
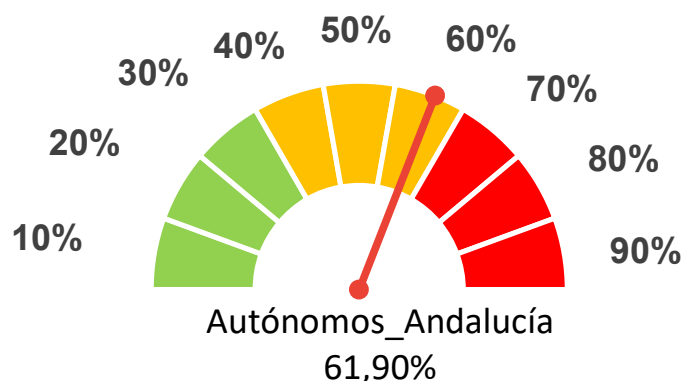
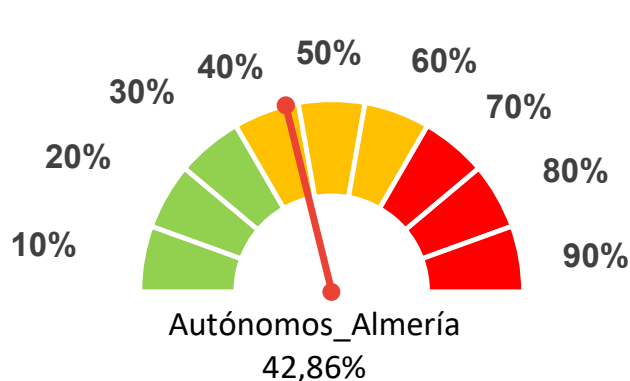
Cese de actividad por sectores



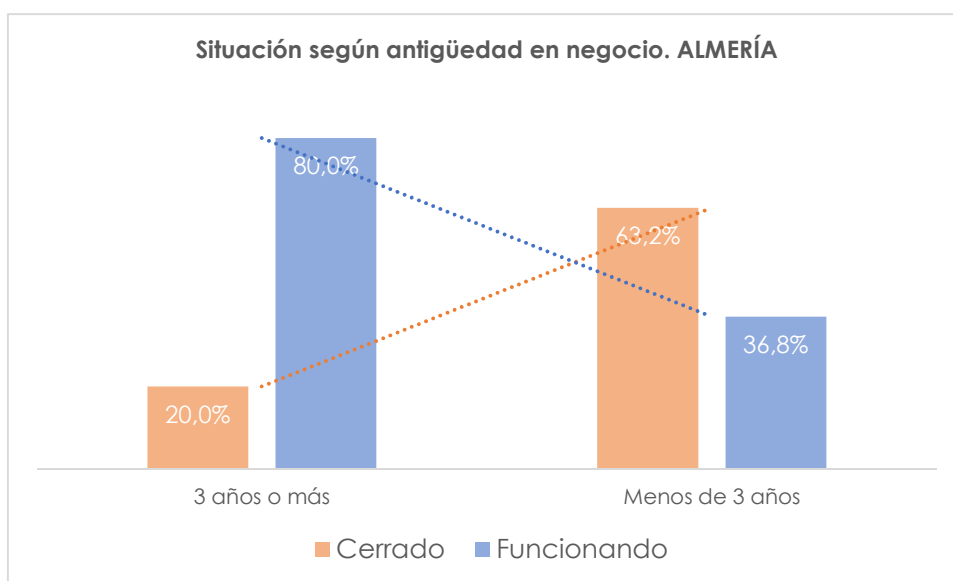
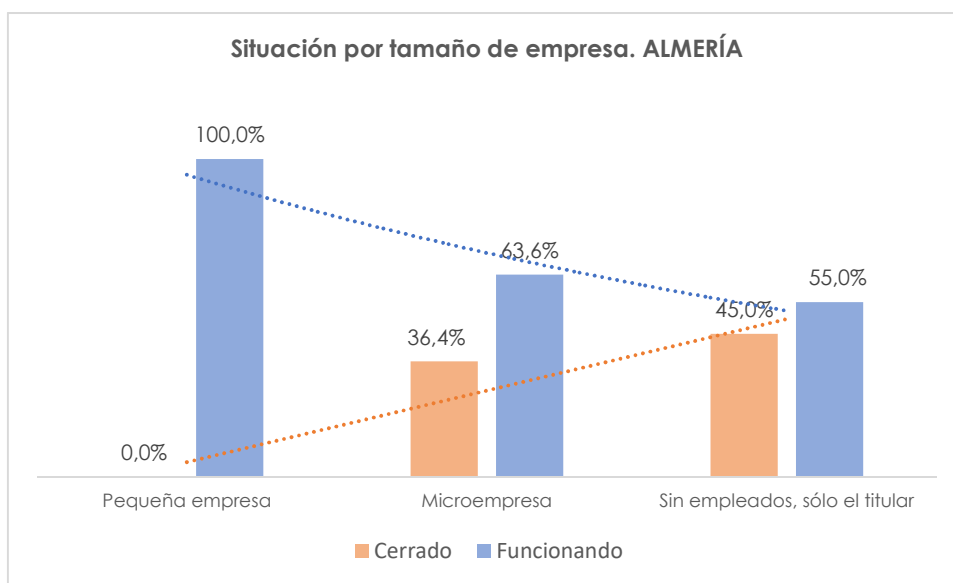
Atendiendo a la forma **jurídica**, **a priori el colectivo de trabajadores autónomos parece especialmente vulnerable**. En Almería el dato de afiliación media al régimen de trabajo autónomo en febrero era de 59.490 personas mientras que los datos del mes de mayo arrojaban una afiliación de 59.323 personas lo que supone **un descenso de 167 personas afiliadas en 3 meses (-0,28%)**, mientras que, **en Andalucía, la pérdida de afiliación ha sido de 5.635 personas (-1,05%)**.

Lo datos en la provincia de Almería, indican que el trabajo autónomo ha tenido un mejor resultado en estos meses, mostrando valores de cierre por debajo de la media provincial para el conjunto de empresas y muy por debajo del porcentaje de cierre de autónomos a nivel regional.

Cese de actividad autónomos Almería



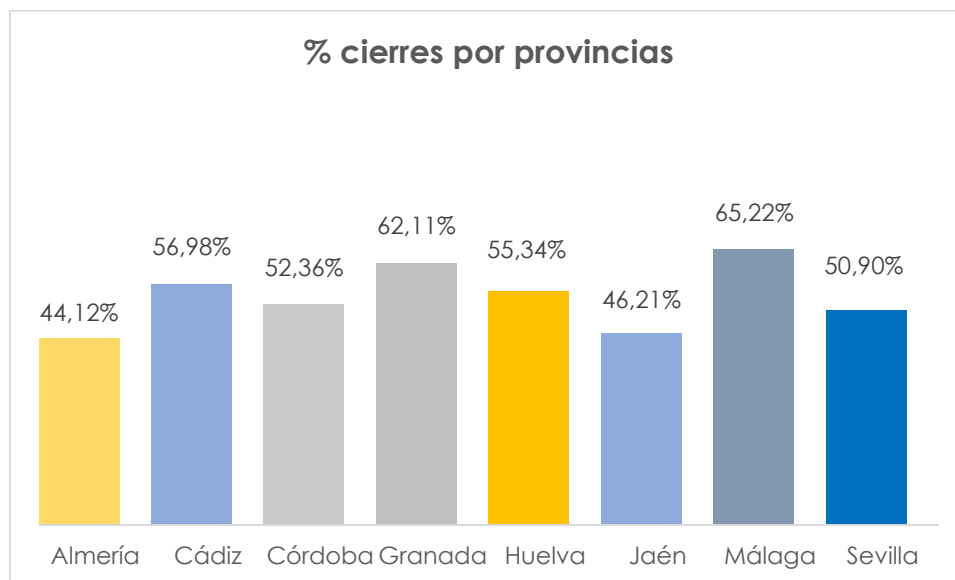
Otras variables tomadas en consideración vienen a indicar que **microempresas y empresas unipersonales, con antigüedad inferior a los 3 años presentan resultados especialmente negativos**. En este sentido, se puede apreciar una relación inversa entre tamaño de la empresa y la confirmación de cierre del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

Almería se sitúa como la provincia andaluza con un porcentaje más bajo en cierres de negocios como consecuencia de la crisis por COVID-19.



¿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 han buscado 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.

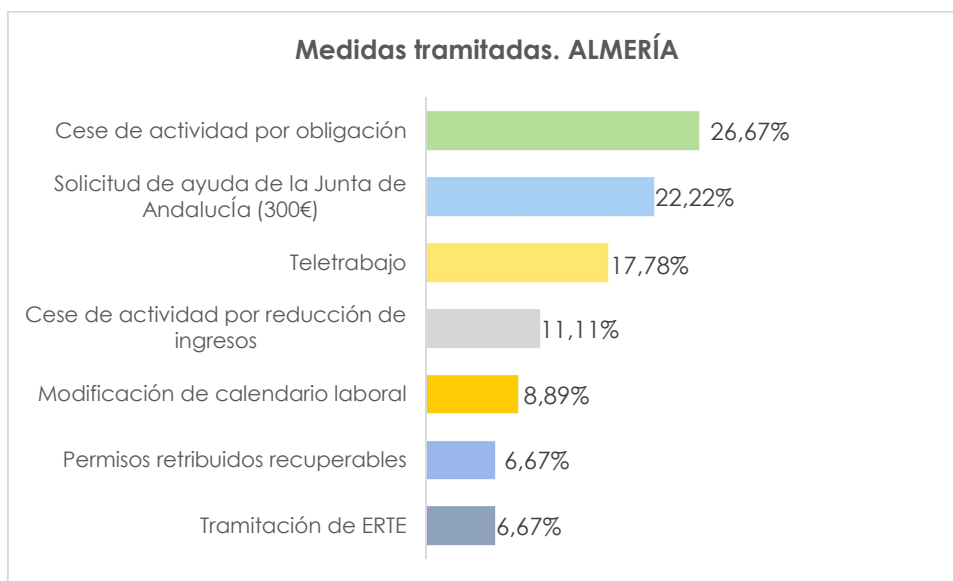
Según **datos de la Seguridad Social**, 1.016.670 autónomos habían solicitado la **prestación por cese de actividad** tras la declaración del estado de alarma y el anuncio de esta prestación extraordinaria. Esto supone que algo más del 31% del total de 3.261.729 afiliados a finales del mes de febrero 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 Almería las solicitudes de cese de actividad a 30 de abril ascendían a 17.032, siendo también la **7ª provincia andaluza en número de tramitaciones realizadas**, solo por delante de Huelva. Este dato indica que un **28% de personas afiliadas al RETA en Almería habría solicitado la prestación de cese de actividad**, porcentaje también bastante por debajo de lo ocurrido en otras provincias de Andalucía.

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 diferencia la medida más demandada también en Almería. Un 26,67% de los empresarios autónomos ha solicitado el cese de actividad** por verse afectado por el cierre obligado de su actividad y **un 11% afirma haberla solicitado por caídas de facturación importantes**. Esto significa que alrededor de un **37% 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 28% 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 en Almería una amplia demanda de algo más de 22%, siendo la segunda medida más demandada.



Por forma jurídica, el cese de actividad es la opción mayoritaria en el colectivo de trabajadores autónomos, mientras que en Economía Social sobresale la solicitud de ayuda a la Junta de Andalucía para autónomos y mutualistas y en las Sociedades Mercantiles predominan la tramitación de ERTES y la opción del teletrabajo.

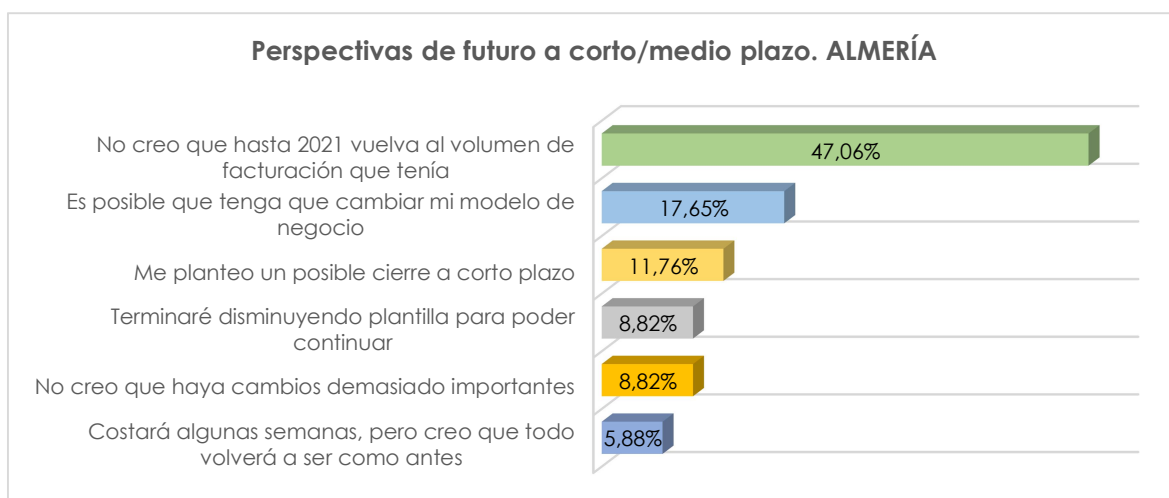
¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?

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

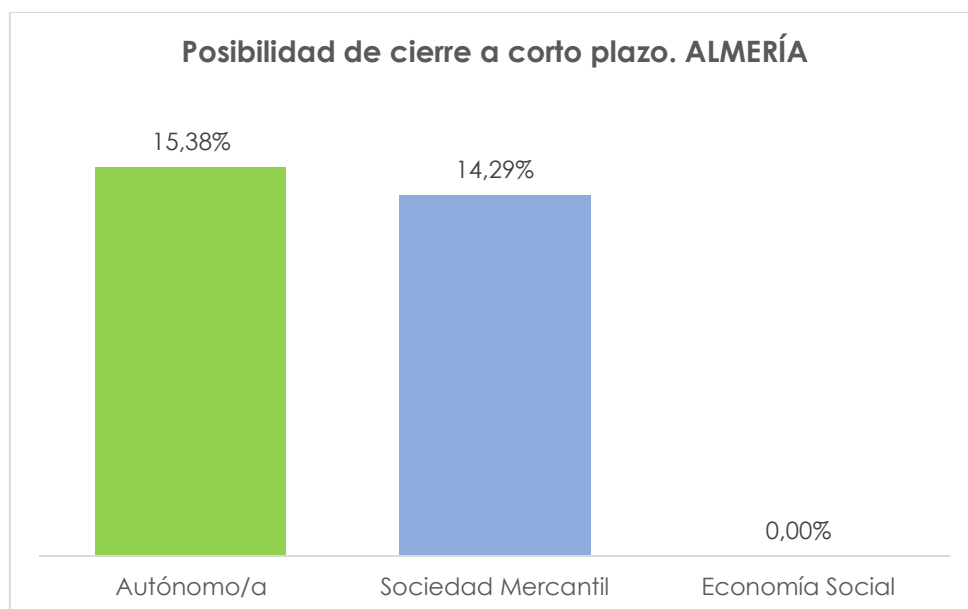
Sólo un 8,82% piensa que para sus negocios no supondrá un cambio sustancial. El 91% restante tiene asumido que la situación futura no será a corto o medio plazo igual que antes, incluyendo aquí un importante **11,76% cuyas perspectivas de futuro pasan por cerrar y abandonar su actividad empresarial.** Así un 79,41% de empresarios de Almería piensa en un futuro a corto y medio plazo que **estará plagado de cambios y de futuro incierto.**

En este bloque, **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 5,88% se plantea en semanas pero que para la mayor parte (47,06%) se alarga hasta el año que viene y, por tanto, **el 2020 se da por un año de transición** en el mejor de los casos.

Casi un **9% piensa que tendrá que reducir su plantilla** para la supervivencia del negocio, mientras que casi un 17,65% entiende que podrá **subsistir cambiando su modelo de negocio.**



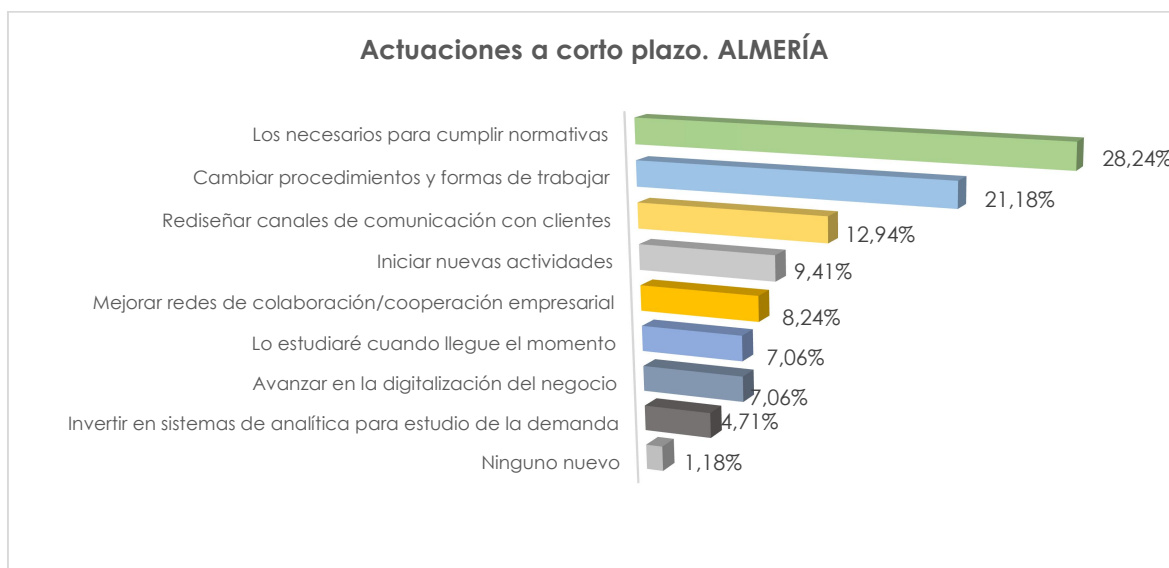
Esta situación se reproduce de un modo similar si atendemos a la forma jurídica, tamaño de la empresa o sector de actividad. Como se puede ver, **los autónomos almerienses son más pesimistas** y perciben la posibilidad de cierre en un futuro con mayor probabilidad, **aunque en un nivel muy similar al de sociedades mercantiles. La Economía Social presenta valores de optimismo muy altos.**



¿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 Almería, 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 Almería tienen muy claro que la situación va a exigir cambios en sus empresas y negocios**. Apenas el 1% 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: **5 de cada 10 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.

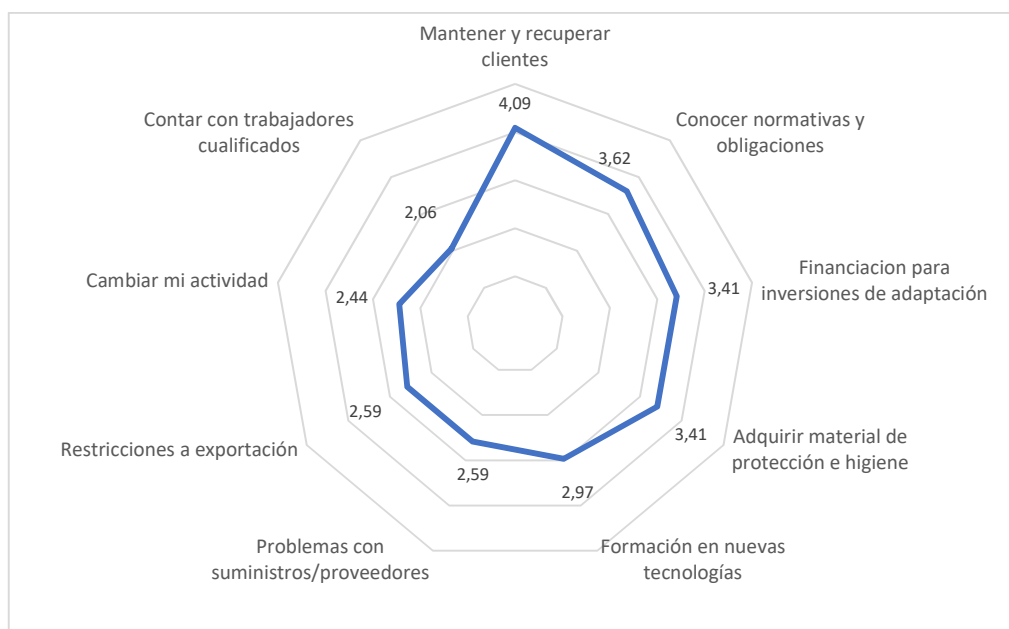
A partir de aquí, **los empresarios sitúan aquellas medidas que se podrían considerar más de gestión y de innovación empresarial y que están vinculadas a la relación con el cliente, la digitalización y el marketing**. También, hay que destacar en positivo la **apuesta por el cambio y la innovación rediseñando servicios y productos** y la importancia que, en Almería, se da a la **cooperación y colaboración empresarial**.

Destaca también que **un 7% de los empresarios almerienses 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 Almería, 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 Almería es la de recuperar y, en todo caso, no perder clientes** (4,09 sobre 5). Hay un gran temor a que después de un tiempo

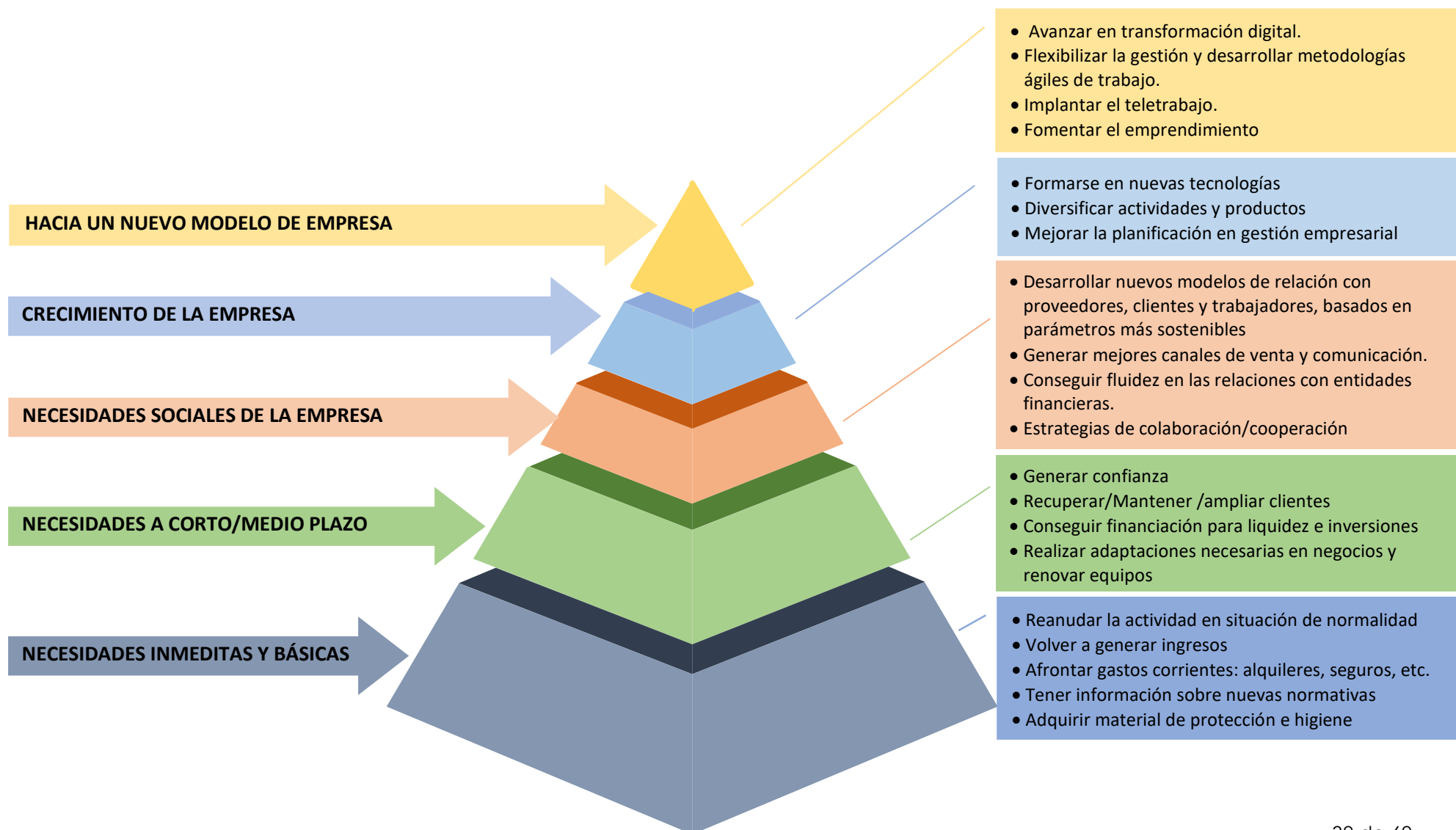
prolongado de cierre o de actividad mínima, unido a las medidas de distanciamiento social y el miedo latente en la sociedad, los clientes no vuelvan mantener los niveles de demanda anteriores.

El segundo bloque de preocupaciones tiene que ver con el **desconocimiento e incertidumbre existentes ante las nuevas normas** y prácticas de trabajo en cada actividad (3,62 puntos), la falta de **financiación** para acometer las inversiones necesarias para adaptar cada negocio y la **adquisición de material de protección e higiene** (ambas con 3,41).

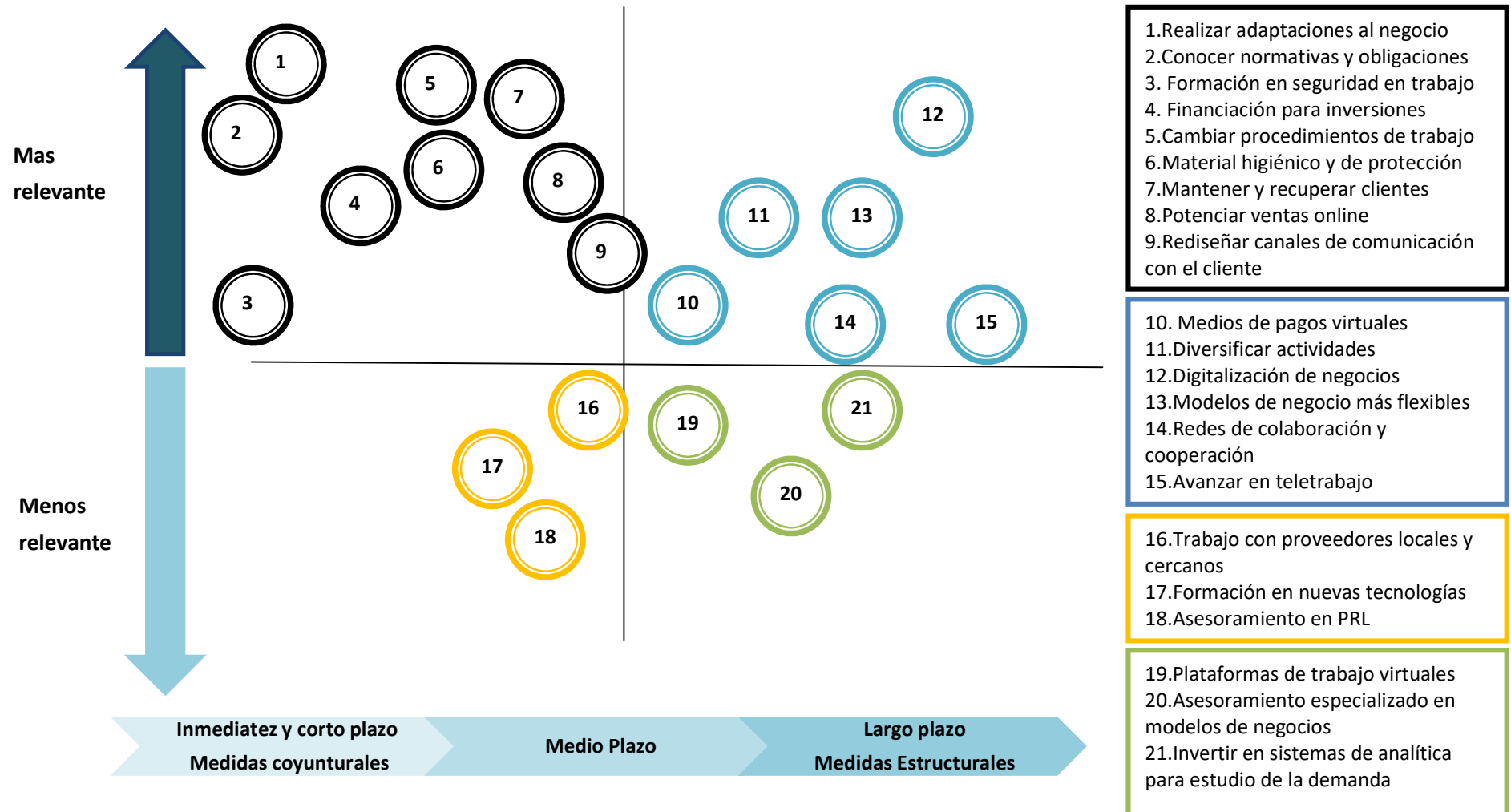
Preocupa mucho menos el no poder contar con trabajadores cualificados, lo que es entendible en un tejido empresarial con tan alto volumen de empresas unipersonales, así como las dificultades que pudieran existir para exportar ante el cierre de fronteras.

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.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES DETECTADAS EN LAS EMPRESAS Y TRABAJADORES AUTÓNOMOS ANDALUCES



NECESIDADES DEL TRABAJO AUTÓNOMO ANDALUZ EN ESCENARIO POST-COVID19



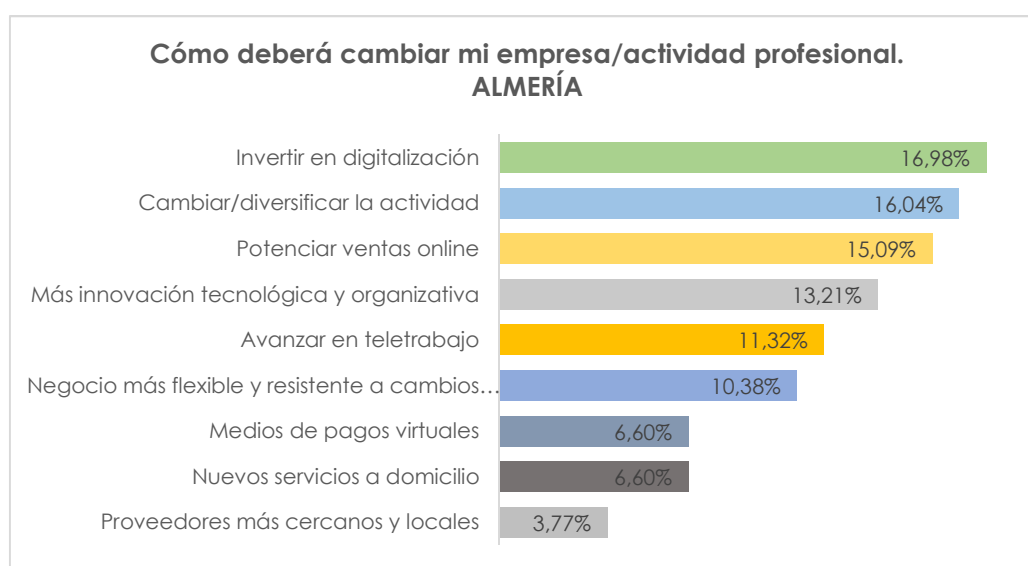
¿Cuáles de las siguientes medidas podrían ser más efectivas para que su negocio/actividad se adapte mejor al nuevo escenario que se plantea a corto y medio plazo?

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 Almería ofrecen el siguiente panorama:



Las principales **medidas identificadas para poder afrontar los retos** que se avecinan para las empresas y trabajadores autónomos son:

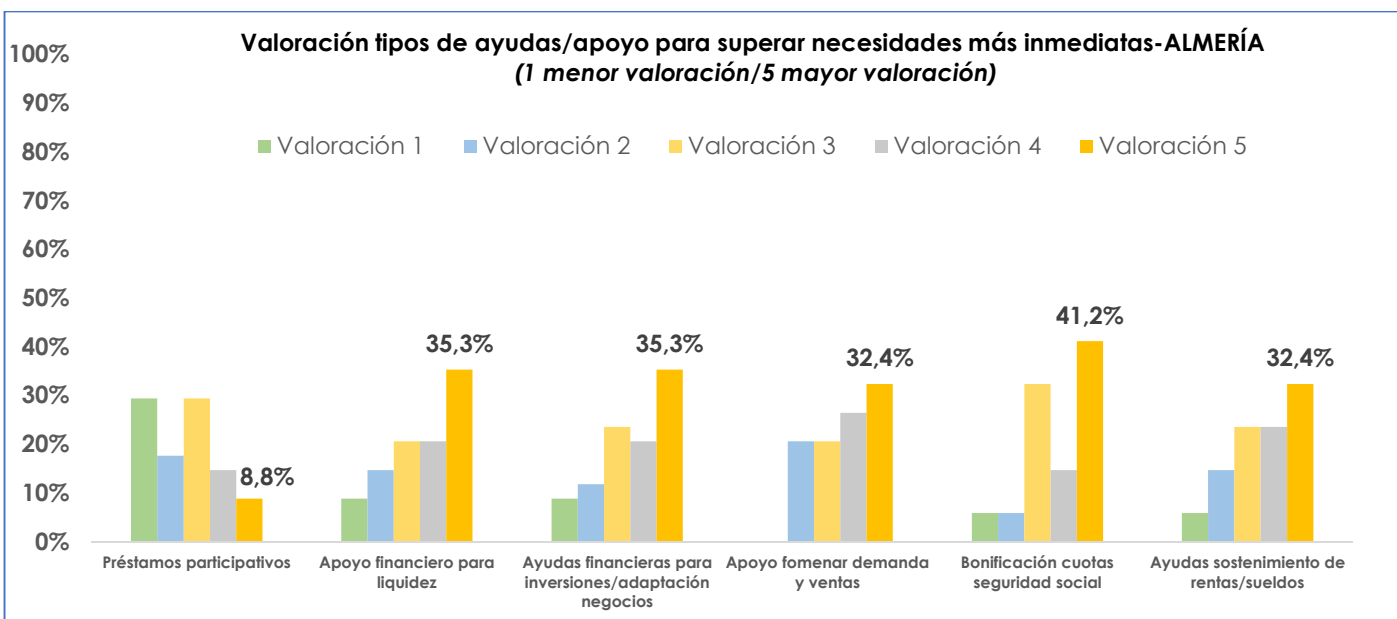
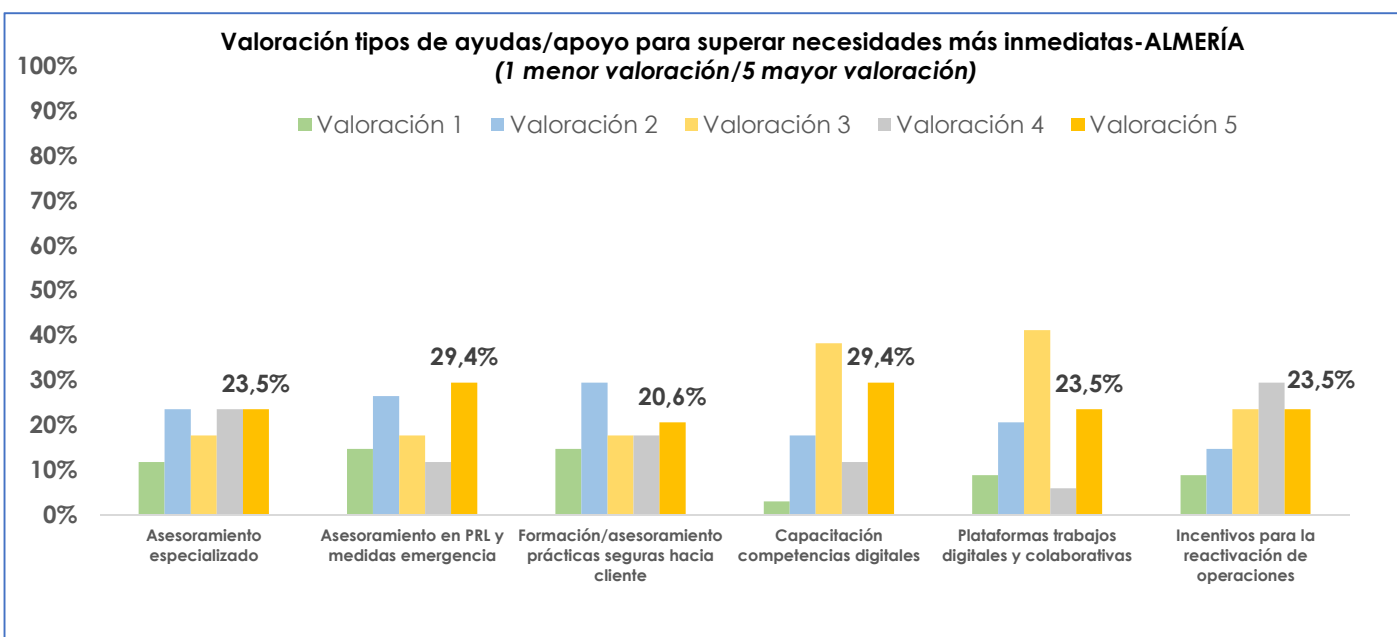
- a) Incrementar la apuesta por la **digitalización y la innovación tecnológica: 16,98%.**
- b) Apostar por **un cambio o diversificación de la actividad** desarrollada, **introduciendo nuevos servicios/productos: 16,04%.**
- c) Potenciar **ventas online** y el comercio electrónico: **15,09%.**
- d) **Innovar en tecnología y organización** de las empresas: **13,21%.**

Extraña ver la escasa demanda que recoge la opción de trabajar con **proveedores locales y más cercanos** (3,77%), a pesar de los problemas logísticos y de transporte derivados de la limitación de movimiento de mercancías y el cierre de fronteras.

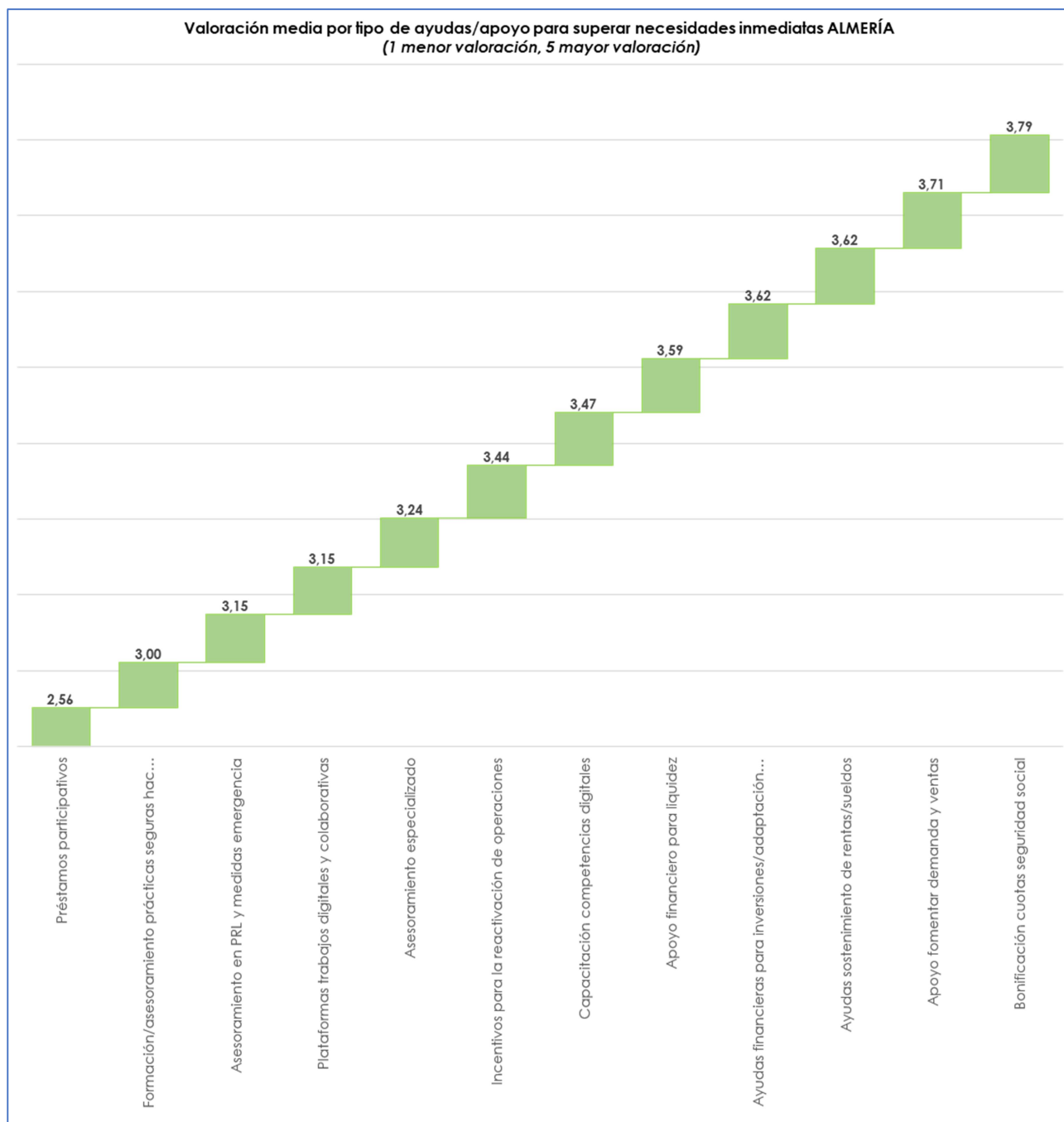
Centrando el análisis en el sector Servicios y en el sector Primario, se obtienen que, para **negocios vinculados fundamentalmente con la producción agraria**, la apuesta de futuro pasa por el **comercio electrónico** y por la **venta de productos directamente al domicilio** del cliente, mientras que en el **sector servicios** prima más la necesaria **digitalización y la diversificación de productos y/o 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, en la provincia de Almería un 41,2% de las empresas puntúa con la valoración máxima de 5 las **bonificaciones de las cuotas a la Seguridad Social**, seguido de ayudas financieras para inversiones y apoyo financiero, ambas, con porcentajes de respuestas del 35,3%. Ello, indica que, por norma general, las necesidades más inmediatas del tejido empresarial están relacionadas con la **falta de liquidez** a la que se han de enfrentar para reanudar su actividad.

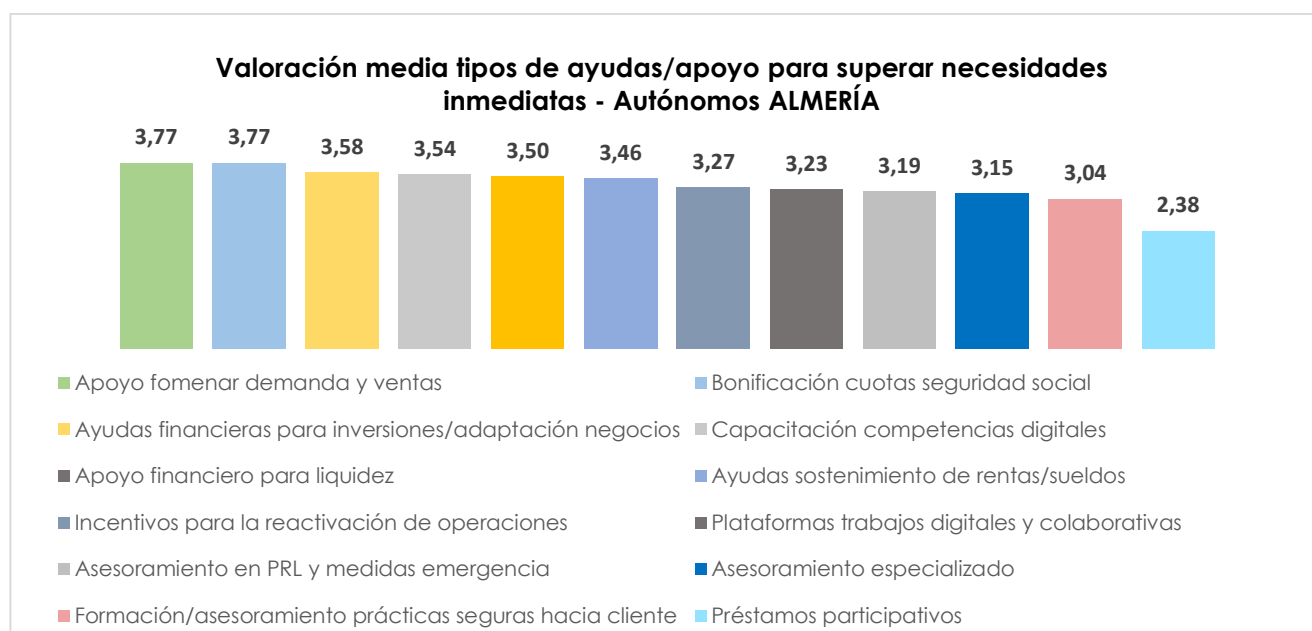


Por otro lado, a modo de síntesis global es interesante conocer la valoración media (entre 1 mínima y 5 máxima) de cada uno de los tipos de apoyos propuestos, que de forma más inmediata serán necesarios para las empresas. En este sentido, se confirma el análisis del gráfico anterior, ya que son las ayudas 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 3,62 en las ayudas financieras para inversiones,

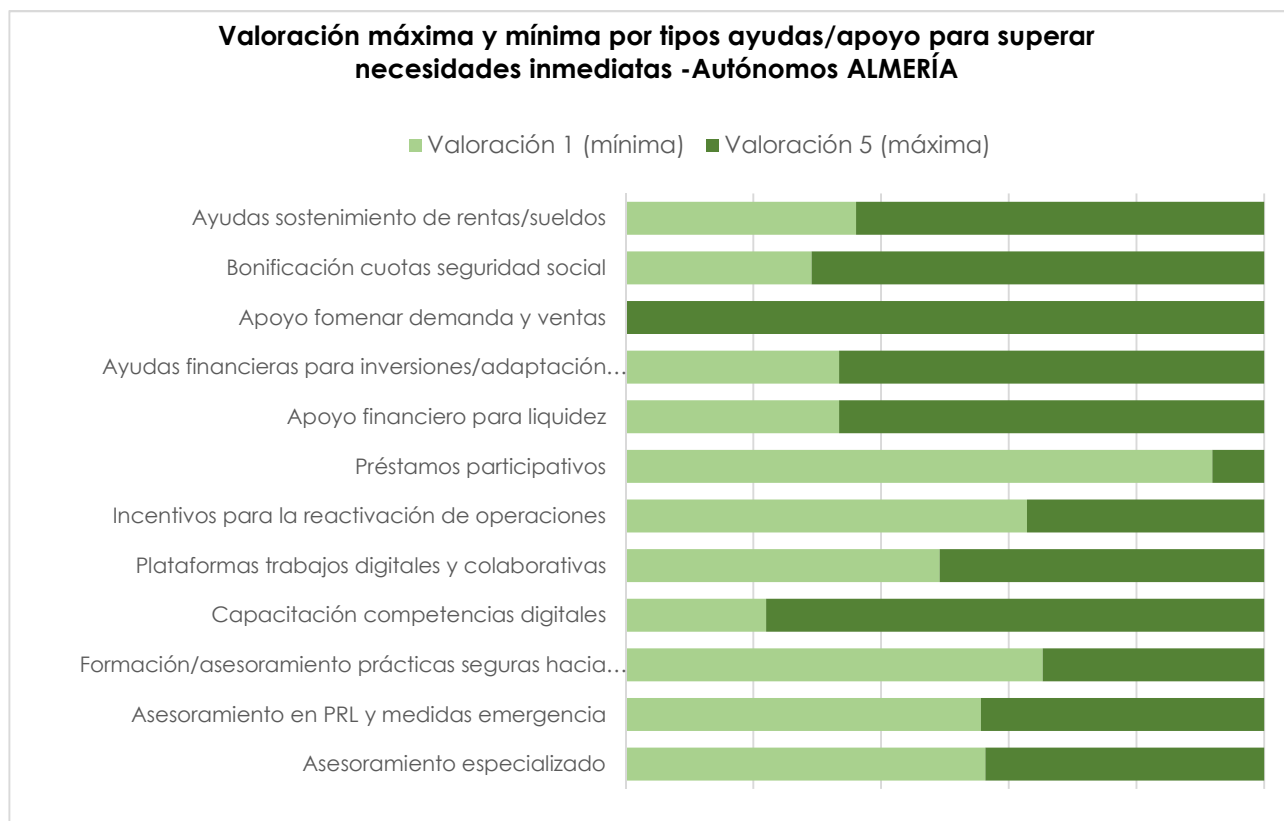
ayudas al sostenimiento de rentas/sueldos, 3,62, estando a la cabeza de este ranking, con una valoración media de 3,79 sobre 5, la **bonificación a las cuotas de la seguridad social**.

En el resto de medidas, no se baja de una valoración media de 3 sobre 5, excepto en los préstamos participativos, con una valoración media de 2,56.

En cuanto a los resultados obtenidos en la figura del **autónomo** en la provincia de Almería, 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 3,54, a la **capacitación en competencias digitales**.

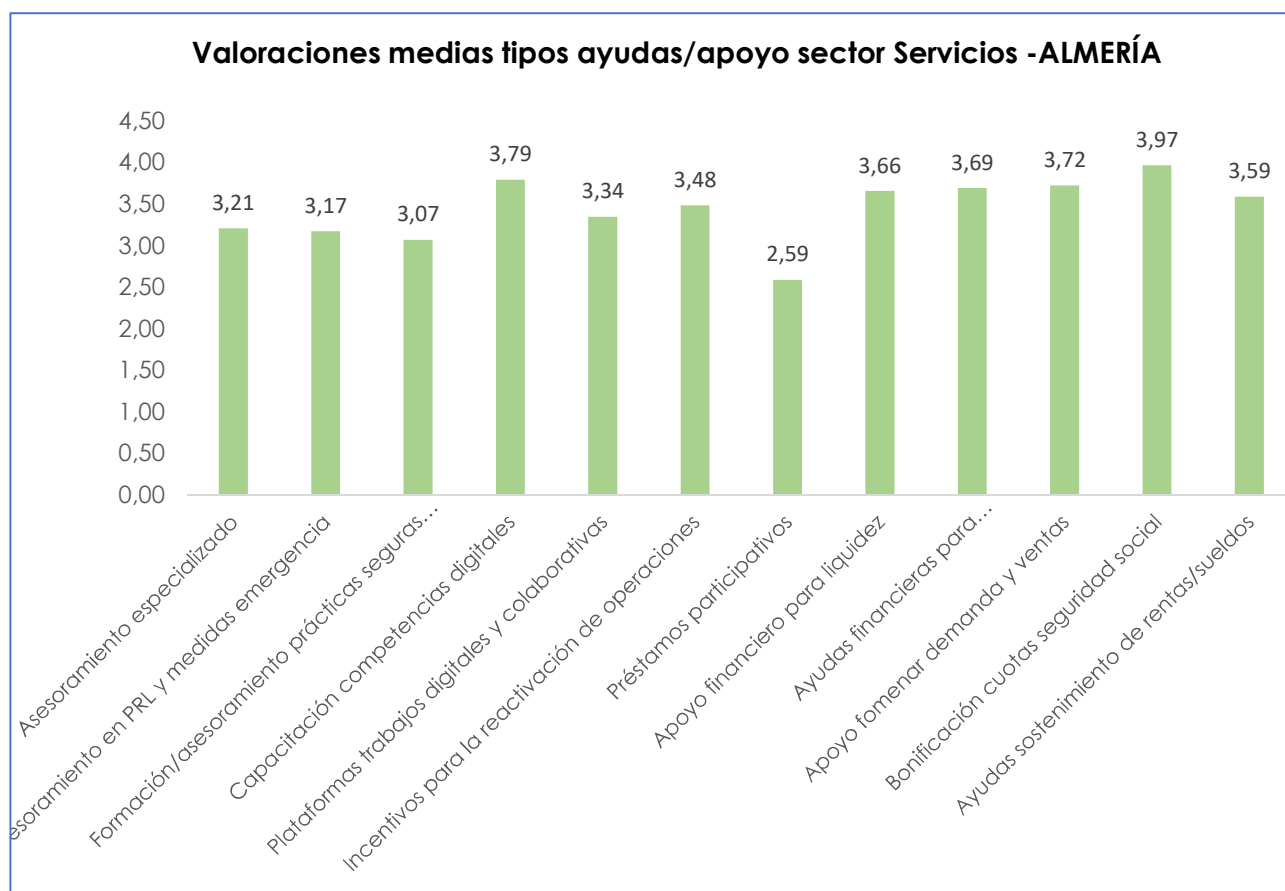


En cuanto a las **valoraciones máximas y mínimas** respondidas por los autónomos, centrándonos en este caso, en las menos valoradas, los préstamos participativos, el asesoramiento en PRL y medidas de urgencia, incentivos para la reactivación de operaciones y la formación/asesoramiento en prácticas seguras hacia el cliente, son las que en un mayor porcentaje han sido seleccionados con valoración 1 sobre 5.



Centrándonos en el **sector servicios**, en la provincia de Almería, 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 (3,97), dejando en un segundo plano aquellas actuaciones más centradas en servicios, tales como asesoramiento especializado, en PRL y formación.

Otro aspecto destacable es la importancia que el sector servicios, concede a la capacitación en competencias digitales, resultando llamativo, el escaso valor que el sector servicios le da a una posible financiación mediante préstamos participativos, con una valoración media de 2,59 sobre 5.



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

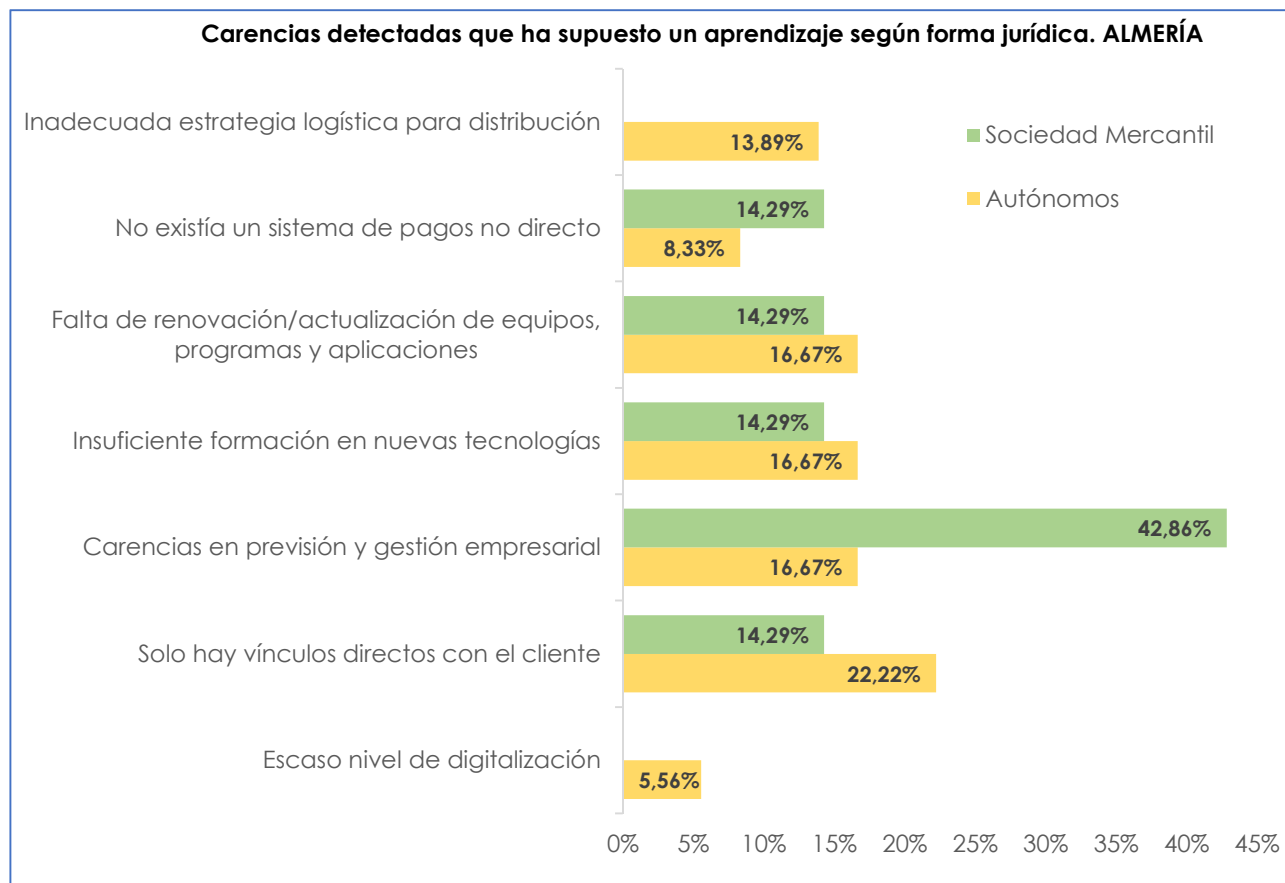
En este punto del cuestionario se ha tratado de plantear un autoanálisis, para que las empresas reconozcan **las debilidades o carencias** que el estado de alarma ha puesto de manifiesto en la provincia de Almería. Este planteamiento, sin duda, ayuda a identificar qué acciones concretas, o estrategias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



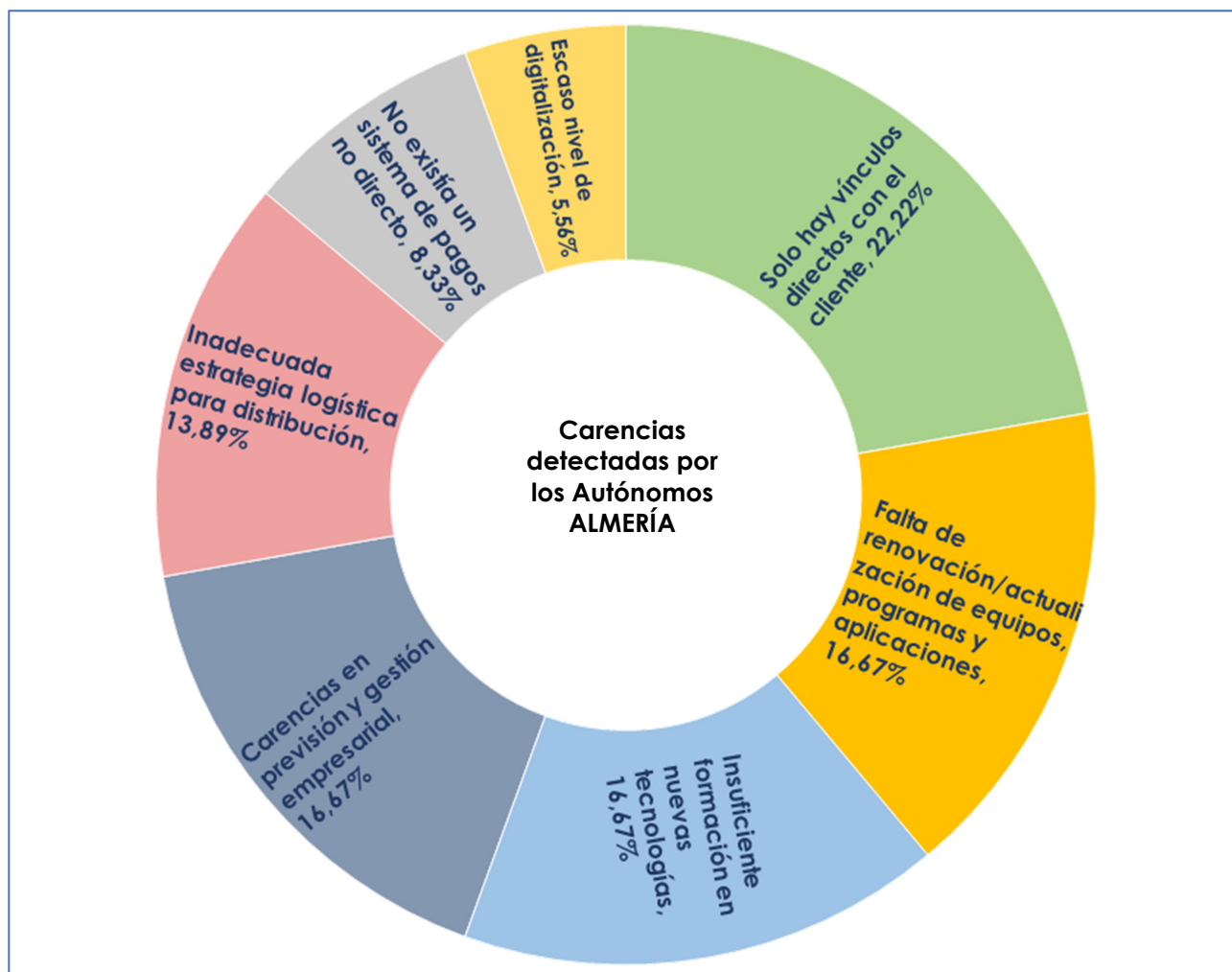
Partiendo de la selección de tres posibles respuestas a esta pregunta, a rasgos generales destaca que casi el 21% de las empresas reconocen que la **vinculación exclusivamente directa con el cliente ha supuesto una de las barreras más importantes**, junto con la **insuficiente formación en nuevas tecnologías**. 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 como única vía de desarrollo de la actividad empresarial.

Destaca que en torno al 21% 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, casi el 37% de las empresas concentran sus carencias en recursos digitales, formación en tecnología y falta de equipos, programas y aplicaciones

El siguiente gráfico muestra las diferentes percepciones detectadas en función de la **forma jurídica** empresarial, en este caso, sociedad mercantil y autónomos.



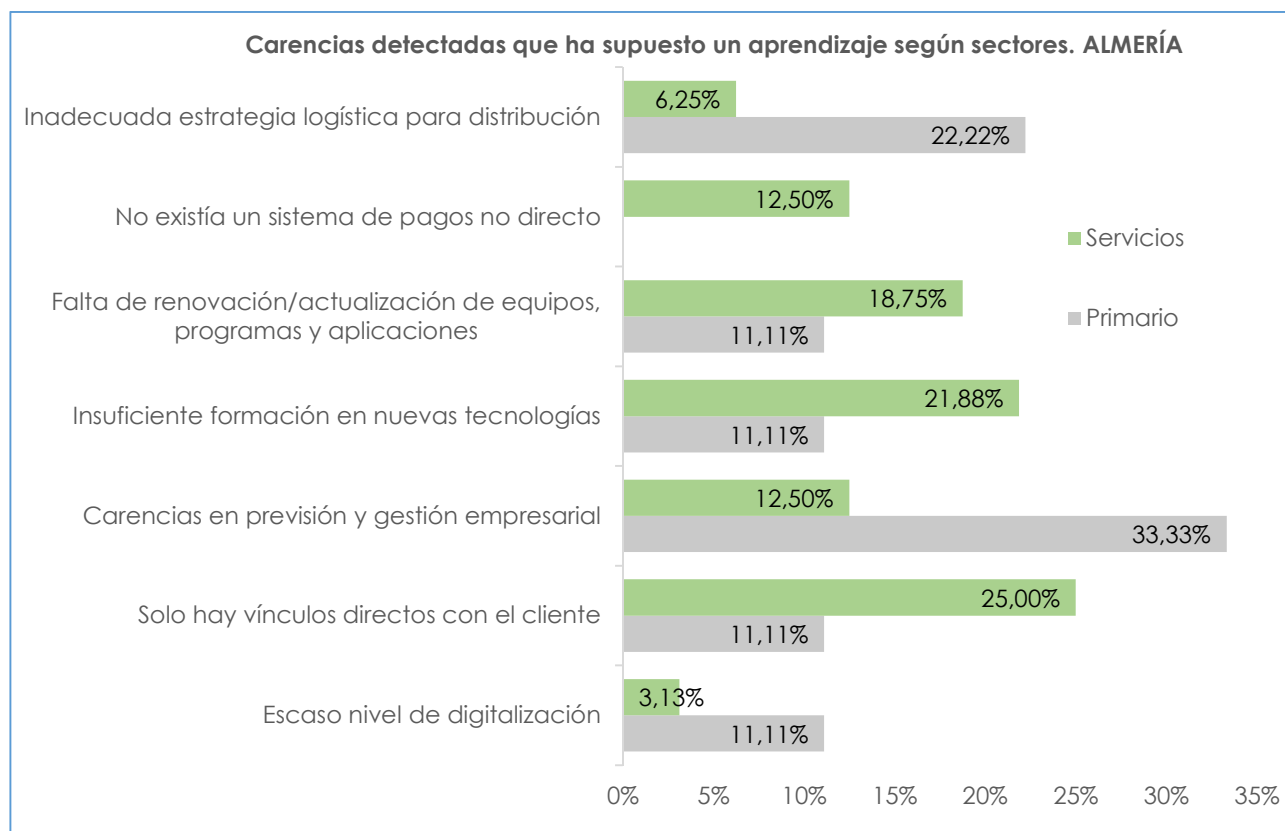
Si relacionamos este gráfico con el anterior, de resultados generales, se observa **la importancia de la relación directa con el cliente principalmente en los autónomos**, con porcentaje del 22,22%, hecho que afecta en menor grado a las sociedades mercantiles, 14,29%. No obstante, es significativo que casi el 43% de estas sociedades manifiestan carencias en previsión y gestión empresarial, muy por encima del casi 17% de respuestas de autónomos.



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 **insuficiente formación en nuevas tecnologías, falta renovación de equipos y programas** y las **carencias en previsión y gestión empresarial**, con porcentajes de 16,7%, que entienden como una barrera que necesariamente han de superar de forma inminente para afrontar la transición hacia la nueva normalidad con mayor garantía. A esto, añadir, con casi el 14% de respuestas, una **inadecuada estrategia logística para distribución**.

En el siguiente gráfico, se observa la **vinculación directa con el cliente como la principal carencia**, fundamentalmente en el sector servicios (25%), muy por encima del 11% de respuestas del sector primario. Precisamente en éste, destaca como una importante carencia, la **previsión y gestión empresarial** (33,33%). También es destacable, la

importancia que se le da en el sector servicios a **la falta de renovación de equipos y la insuficiente formación en nuevas tecnologías**, con porcentajes del 18,75% y 21,88% respectivamente.



Llamativo es el **escaso nivel de digitalización**, que irrumpe con más fuerza en el sector primario, el 11,1%. Por otro lado, en el sector servicios, el 12,5% han respondido que no disponían de un **sistema de pagos no directo**.

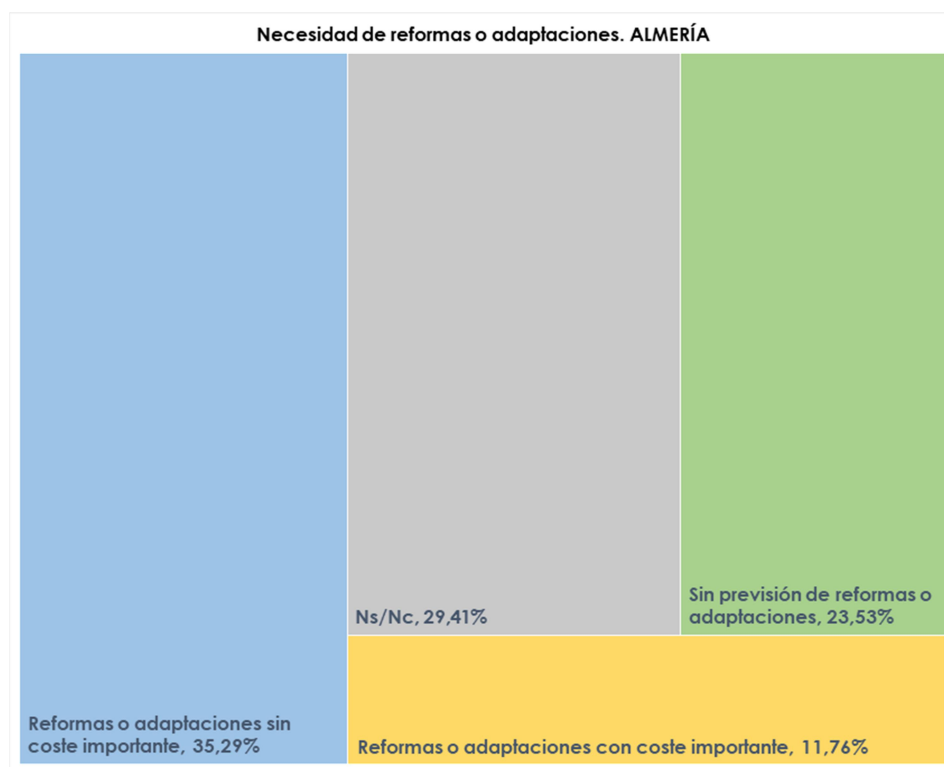
¿Necesitará reformas o adaptaciones?, ¿de qué tipo?

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.

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.

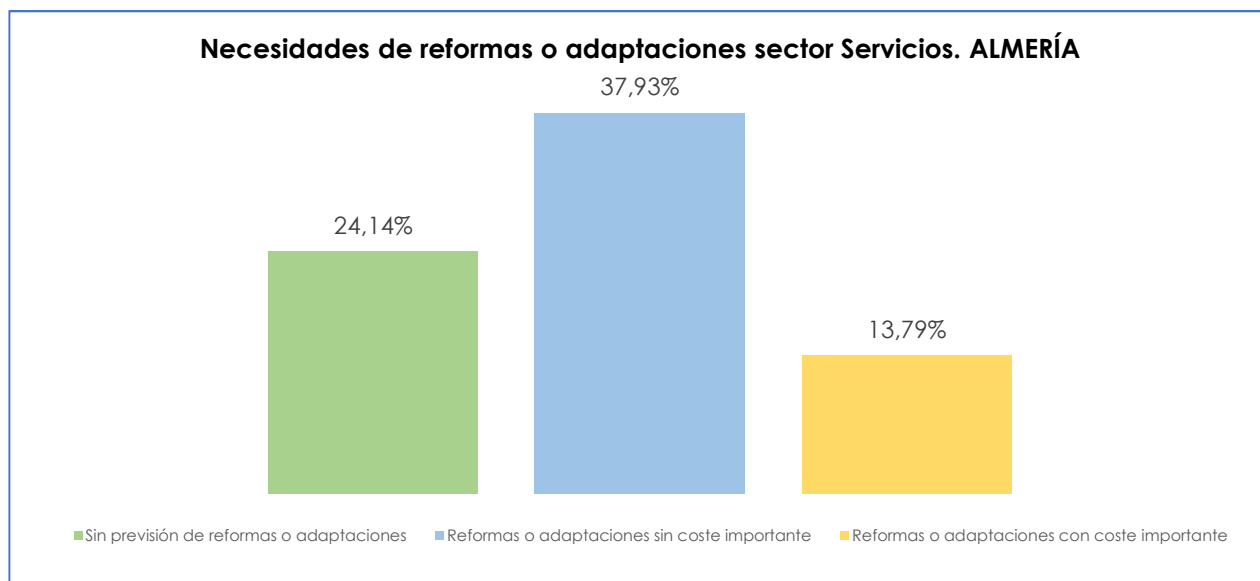
En el análisis de esta pregunta, queda de manifiesto **que la reanudación de la actividad empresarial va a exigir cambios en los negocios**, dando respuesta mayoritaria a las recomendaciones gubernamentales y, también, a las exigencias de los nuevos entornos.

Aproximadamente, el 47% de los empresarios encuestados de la provincia de Almería, afirman que se verán obligados a hacer **reformas y/o adaptaciones** en sus negocios, y entre éstos, 23,53 puntos por encima opinan que estas inversiones no le supondrán costes importantes, frente a los que piensan que sí lo serán.

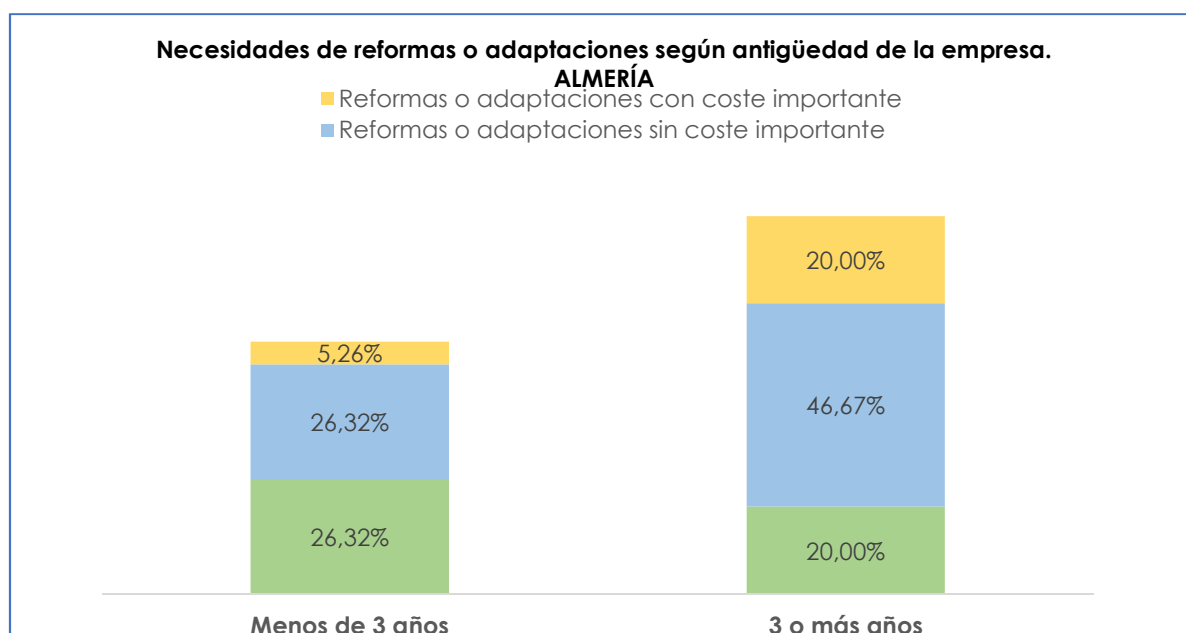


Según el análisis realizado, estas reformas y adaptaciones, están relacionadas, con el **cumplimiento de las disposiciones normativas**, establecidas por las administraciones para el **cumplimiento de las condiciones higiénicas en el espacio de trabajo y el distanciamiento social**, que afectan directamente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

En el sector **servicios**, más del 50%, reconoce que tendrán que hacer reformas o adaptaciones. En este caso, casi el 38% consideran que no será importantes, frente al 13,79%, que opinan que tendrán que acometer inversiones importantes. Por otro lado, el 24,14% de las empresas encuestadas de este sector, consideran que no será necesario realizar reformas o adaptaciones en sus negocios.



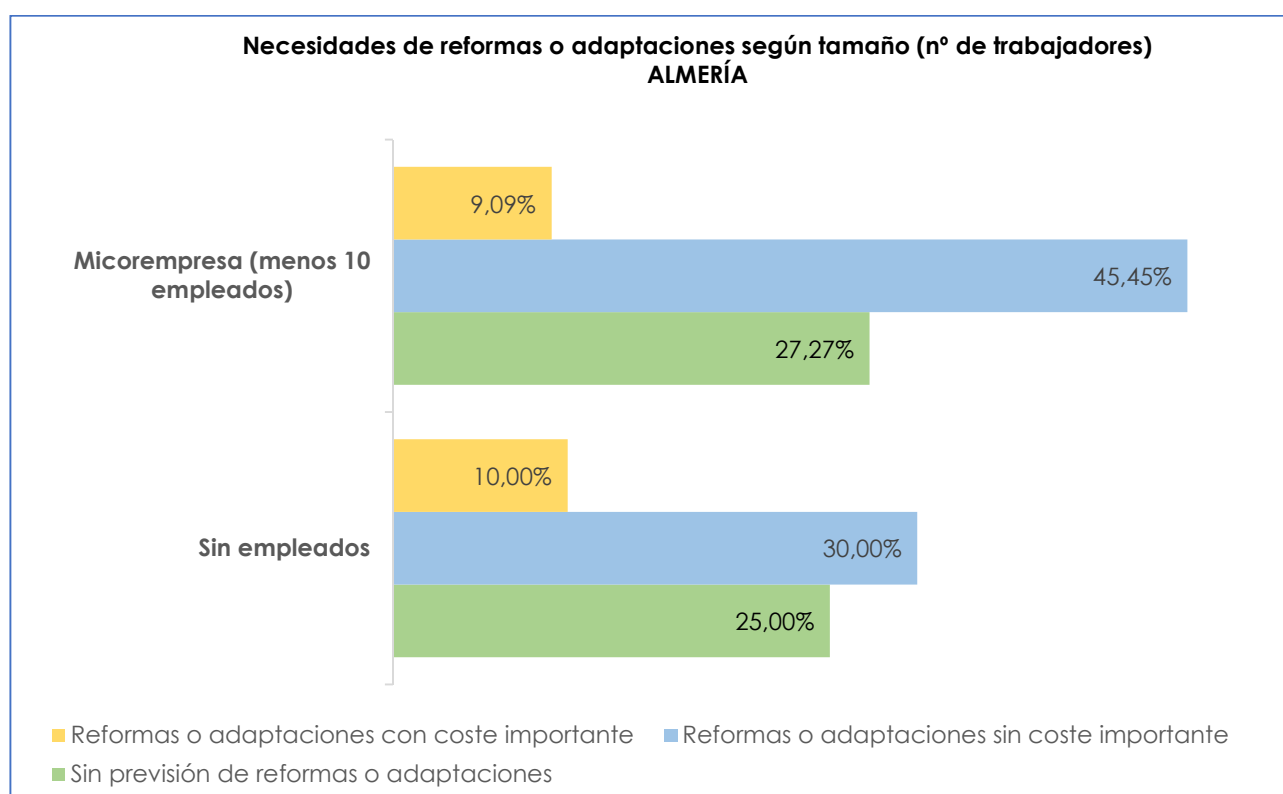
Tomando como referencia la **antigüedad de las empresas**, en la provincia de Almería, casi el 47% de las empresas con más de tres años necesitan hacer reformas o adaptaciones sin un coste importante, este porcentaje es del 26,32% para las empresas de menos de 3 años. Por otro lado, en lo que se refiere a reformas con costes importantes, los porcentajes en Almería son, el 20% en las empresas de más de tres años y tan sólo el 5,26% en las de menos de tres años.



Según el tamaño de las empresas, el 25% de las personas autónomas sin empleados, opinan que no tienen previsión de hacer reformas o adaptaciones, similar a las respuestas de las microempresas (27,27%). No obstante, el 30% de las empresas sin empleados, han respondido que necesitarían acometer reformas o adaptaciones en sus negocios, aunque sin coste importante, porcentaje que se eleva al 45,45% en el caso de las microempresas.

En cuanto a las reformas o adaptaciones con coste importante, aproximadamente el 9% de las empresas de menos de 10 empleados (microempresas), han respondido a esta opción, frente al 10% de los empresarios sin empleados.

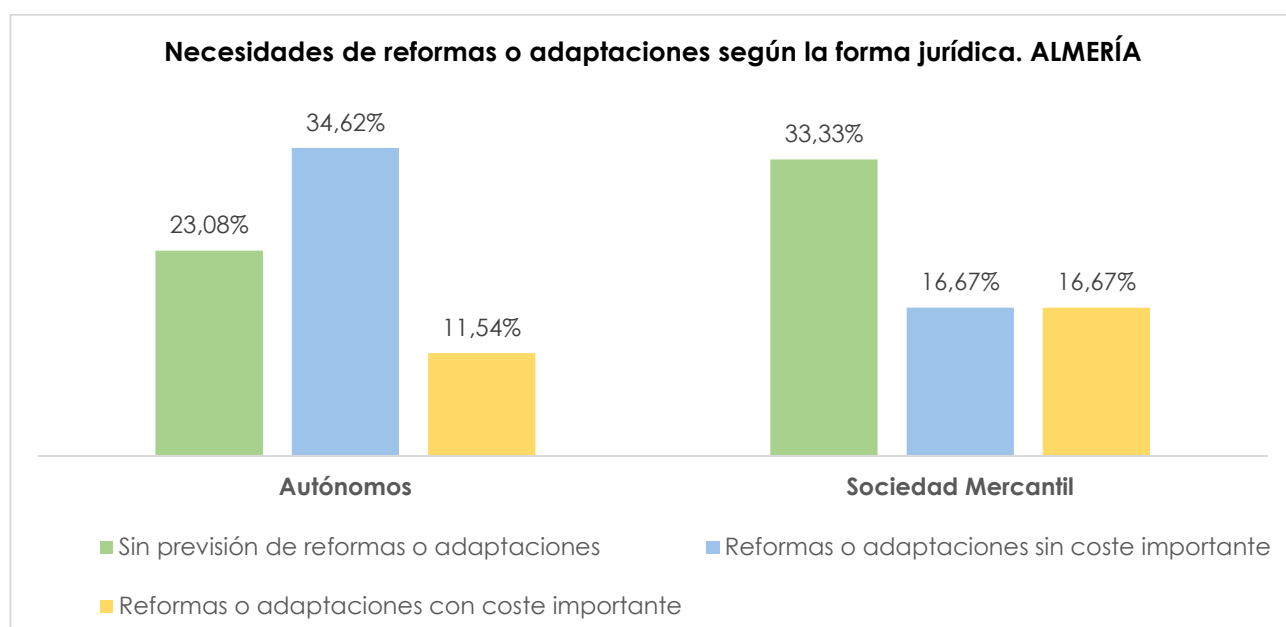
Es significativo, que casi el 67% de las pequeñas empresas, han manifestado que necesitarán realizar reformas, aunque sin una inversión importante.



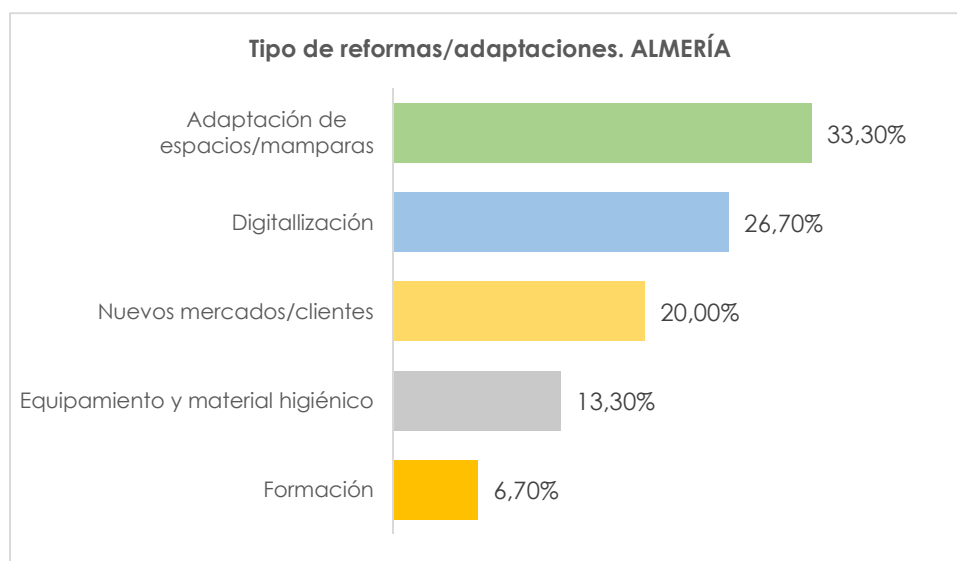
Por último, en la provincia de Almería, en las dos **formas jurídicas** analizadas, se manifiesta la realización de reformas o adaptaciones.

En lo que se refiere a reformas o adaptaciones menores, son los autónomos los que en mayor medida han optado por esta respuesta, el 34,62%, frente al 16,67% en sociedades mercantiles. Esta situación se revierte en el caso de necesidades en reformas o adaptaciones con costes importantes, el 16,67% en el caso de las sociedades mercantiles frente al 11,54% en los autónomos.

Por último, el 33,33% de las sociedades mercantiles han respondido que no prevén realizar ningún tipo de reformas o adaptaciones, porcentaje que disminuye casi en 10 puntos en el caso de los autónomos.



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

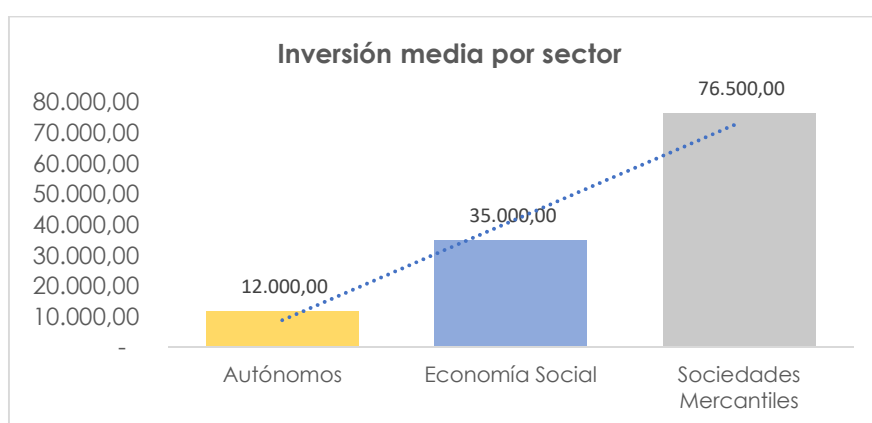


1. El primer grupo y más numeroso lo componen empresas que han indicado que sus adaptaciones vendrán dadas por la necesidad de acometer **inversiones dirigidas a adaptar los espacios de trabajo para cumplir** con las necesidades y normativas de distanciamiento y aislamiento social con objeto de evitar contagios. Una de cada tres empresas afirma tener previsto realizar inversiones en este ámbito.
2. Un segundo grupo, con un 26,70%, lo componen aquellas inversiones vinculada con las Nuevas Tecnologías en un intento de potenciar la **digitalización de sus negocios**:
 - La adquisición de nuevos equipos informáticos, instalación de fibra óptica y nuevas redes.
 - Mantenimiento e incluso potenciación del teletrabajo como nueva estrategia de relación en el entorno empresarial y laboral.
 - Inversión en publicidad y marketing online, atención y venta online, formación online, desarrollo y mejora de páginas Web, digitalización de procesos, etc.
3. Con una demanda por parte del 20% de las empresas y autónomos de Almería, se sitúa el grupo de quienes piensan en asumir un coste para **ampliar o cambiar mercados y clientes**.

4. Un tercer grupo corresponde al grupo de inversiones en **material sanitario e higiénico**. Este conjunto representa algo más del 13,30% del total.
 - La mayoría piensa realizar inversiones en consumibles de seguridad como pueden ser mascarillas, geles de manos, desinfectantes, guantes de látex, etc.
 - También se incluye la adquisición de maquinaria para la desinfección como máquinas de ozono, etc.
5. Un último grupo, con un 6,70%, se establece con empresarios que piensan **invertir en formación** y que fundamentalmente se dirige a dos ámbitos: nuevas tecnologías e idiomas.

Para la realización de estas inversiones, se prevé un coste medio de 36.000€ por empresa, en la provincia de Almería, bastante elevado en la comparativa con la media regional que es de 18.018,09€.

De acuerdo con la **forma jurídica** que toma la empresa, la mayor inversión se produce en empresas bajo la forma de sociedades mercantiles cuyo montante es muy superior a la inversión media de los autónomos y de las empresas de economía social en la provincia de Almería. Es necesario indicar, no obstante, que dos empresas de las encuestadas absorben buena parte de esta inversión al tener un desembolso muy importante.



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 Andalucía.

A través de una **entrevista personalizada**, en la que han participado 8 personas de reconocido prestigio, se ha recogido la opinión y aportaciones de cinco temas relacionados con el objeto del estudio, con el foco puesto en **el sector agroindustrial y el de la piedra natural, en el marco de la provincia de Almería**.

NOMBRE	ENTIDAD/EMPRESA	PUESTO
Cristóbal Aránega Cuevas	BIO CRISARA S.L.	Director General
Jesús Posadas Chinchilla	ASOCIACIÓN EMPRESARIOS DEL MÁRMOL DE ANDALUCÍA	Presidente
Antonio Jesús Fernández García	ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS DE ALMERÍA	Presidente
Santiago Alfonso Rodríguez	GRUPO COSENTINO, S.L.	Vicepresidente de Marketing y Comunicación
Alicia Cañadas	PARQUE CIENTÍFICO TECNOLÓGICO DE ALMERIA	Directora de Innovación
Diana Melero	ANDALUCIA OPEN FUTURE	Directora Crowdfunding El Cable
Encarnación Gil	ASEMPAL	Secretaria General
Caridad Herreras	FAECTA	Directora Provincial en Almería

Situación de partida.

Las empresas en general se encuentran en una **situación convulsa y muy dispar** dependiendo de su sector de actividad. Hay demasiados factores económicos de cuya evolución se sabe poco en estos momentos, como la situación de los mercados, 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.

La economía almeriense, en concreto, tiene dos situaciones muy diferentes: por un lado, los sectores de la agricultura y la construcción han mantenido un nivel razonable de actividad y, por otro, el turismo ha sido el mayor damnificado en este primer periodo de crisis. Aun así, en ambos casos los empresarios y autónomos muestran una actitud que siempre ha caracterizado al emprendedor almeriense, que es la **capacidad de reinventarse ante las dificultades** mediante pivotajes muy ágiles en modelos de negocio que hasta ahora se consideraban consolidados, y cambiando rápidamente su estructura para adaptarse a la que será la nueva situación a medio plazo.

La digitalización de procesos se ha acelerado en estos meses, y se ha demostrado que las redes de telecomunicaciones están preparadas para ello. Estos factores supondrán un importante beneficio al acortar las distancias físicas y geográficas que padece la provincia por la escasez de infraestructuras.

Además, **la mayoría de las empresas de nuestro entorno han sabido adaptarse al teletrabajo de una forma eficiente y rápida**. Hay muchas empresas que aún continúan en modo teletrabajo y que pretenden seguir así hasta septiembre. Las que están trabajando de manera presencial, lo están haciendo a turnos. En esta cuestión existe mucha diferencia entre sectores, ya que en la agricultura se ha estado trabajando de forma presencial en todo momento y las empresas tecnológicas han estado teletrabajando desde el primer minuto y están tardando más en incorporarse de forma presencial.

De cualquier modo, y de forma global, **las empresas necesitan estructuras sólidas de financiación, seguridad jurídica, y apoyo en la transformación digital y energética** que les permita mejorar la capacidad competitiva y la resistencia a situaciones extraordinarias, como la actual. De manera general todos los sectores van a necesitar liquidez, flexibilización y aplazamiento de obligaciones fiscales y cuotas a la seguridad social, ampliación de la duración de los ERTE, y agilidad en la tramitación administrativa, entre otras medidas.

En **economía social** el 38% de la cooperativas de trabajo de la provincia está en una situación delicada, siendo más afectados los sectores de turismo, comercio al por menor no alimentario, las artes gráficas, las actividades de ocio y las culturales, la educación ambiental, actividades extraescolares y academias, con importantes pérdidas de facturación hasta finales de 2020.

Las empresas del sector agroalimentario están bien posicionadas. Las necesidades más importantes deben estar encaminadas a asegurar la financiación a largo plazo con intereses "blandos". En el sector agroindustrial, la incidencia de esta crisis ha sido menor y por tanto ha podido mantener la actividad económica, aunque **los costes de producción se han visto incrementados**. Este sector ha sabido adaptarse a la situación y hacer frente a una demanda de abastecimiento mayor de la habitual.

Por el contrario, otros sectores, como el sector turístico o el comercio, están reiniciando la actividad lentamente, en la confianza de que sus clientes locales y nacionales les permitirán salvar la temporada estival y recuperar el consumo. El sector del turismo tiene que afrontar los retos más importantes en cuanto a la necesidad de adaptación integral de su estructura. El mercado ha cambiado radicalmente debido al cambio de hábitos y costumbres de los consumidores, aunque esto se irá olvidando poco a poco en cuanto se vuelva a la "normalidad".

En el **sector de la piedra natural** hay un amplio abanico de empresas, y cada una de ellas tiene su propia problemática y coyuntura. De forma general hay cierto temor en cómo podrán ir recuperando la normalidad que tenían antes de la crisis sanitaria. Hay **incertidumbre en cuanto a que sigan llegando de forma ágil y directa las ayudas**

económicas a las empresas a través de los fondos ICO, y se desconoce si será posible mantener los ERTES más allá de junio, septiembre o hasta final de año.

El sector se encuentra en una situación de debilidad en la demanda de los mercados y por la dificultad logística para poder operar en algunos casos. Hay una **caída importante de liquidez** en los negocios y es necesario poder renegociar préstamos.

Las empresas del sector de la piedra requieren de forma prioritaria el establecimiento de actuaciones como **mantener las líneas de financiación** a través de préstamos ICO o Garantía (en cuantía mayores que las existentes ahora mismo), mantener **los ERTES** hasta final de año, **incentivos** al mantenimiento y creación de empleo, así como las **ayudas** a la comercialización internacional y establecimiento en diferentes mercados.

Retos y necesidades de adaptación

De manera más inmediata, será necesario articular medidas orientadas a **facilitar la adaptación a los entornos de trabajo y a los estándares de desinfección y de distanciamiento** social impuestos tras la propagación de la pandemia.

El **teletrabajo y la transformación hacia un entorno digital** serán los retos más importantes para muchas empresas. 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.

Los desafíos más inmediatos serán la **optimización tecnológica, a través de la digitalización de los procesos**, y la implantación de metodologías ágiles, porque lo que realmente supone un reto es realizar el teletrabajo o un trabajo presencial donde todo esté perfectamente gestionado a través de **procesos óptimos y digitalizados** en la medida de lo posible.

Existen retos que se tendrán que afrontar sin remedio, como **establecer nuevos canales de comercialización y de relación con el cliente**, la ciberseguridad, o la aplicación de la inteligencia económica y competitiva en los negocios.

También hay que fomentar la **interiorización de la transformación digital** en las empresas. No basta con tener una herramienta de teletrabajo, será necesario ahondar en todos los procesos internos y realizar un análisis de automatización para abordar un plan de inversiones destinado a ser más eficientes en un mercado altamente competitivo. La eliminación de barreras geográficas supondrá la **entrada de players hasta ahora desconocidos en los mercados** y será necesario estar preparados.

En este “nuevo comienzo” las empresas y sus líderes tendrán 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 tendrá graves consecuencias.

Las empresas tienen que pararse a pensar para **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.

En el sector agroindustrial ha quedado patente la utilidad de la digitalización. Estamos en una sociedad cada vez más digitalizada y este proceso se ha acelerado por el covid19. Las ferias, exposiciones y grandes eventos multitudinarios van a perder relevancia, aunque seguirán siendo útiles y necesarios a otro nivel más profesional, siendo mucho más pragmático, eficiente y efectivo el contexto de las mismas.

Hay que **seguir apostando por la internacionalización**. Está bien consumir lo cercano, pero no se nos puede olvidar que vivimos en un mundo globalizado. El reto es adaptarse a los próximos cambios que se puedan producir, para ello la digitalización orientada a la

internacionalización es un elemento importante, así como la **especialización y apostar por productos de calidad**, de garantías, no tanto por un producto competitivo en precio, ya que en eso hay otros mercados emergentes con los que no es posible competir.

En el sector de la **piedra natural**, la comercialización e internacionalización de las empresas es clave para poder seguir creciendo, además de consolidar todo el empleo generado en los últimos años. En el momento en el que se encuentra el sector hay que aspirar a una **comercialización presencial en los diferentes mercados**, así como implantar estrategias comerciales inteligentes que permitan abrir nuevos mercados. La **internacionalización y el posicionamiento de la marca “Macael”** son claves para el sector.

Hay necesidad de **mejorar la digitalización de todos los procesos** para ser más eficientes y conjugar los factores de seguridad sanitaria con el cumplimiento de los deberes laborales, esto es con el incremento del teletrabajo y los cambios en la forma de reunirse e interactuar en los equipos.

Otro reto del sector es **mantener un flujo de ingresos mínimo para garantizar la sostenibilidad de los negocios**, por lo que hay priorizar esfuerzos de venta comercial en corto, y buscar fórmulas de cooperación para donde no puede llegar una empresa por sí sola.

Se va a requerir mucho talento y ambición, explorar nuevos métodos de dirección y aplicar diferentes estrategias comerciales. Las empresas tendrán que **aprender a convivir en entornos colaborativos** para afrontar todos estos retos con una visión global, ya que se trata de dibujar soluciones que afectan por igual a sectores o comunidades enteras.

Despegar con éxito y encontrar nuevas oportunidades

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.

Hay **sectores muy definidos** que probablemente estarán en mejor posición de salida, **fundamentalmente** en las actividades relacionadas con **la salud, turismo de calidad y de naturaleza, empresas auxiliares de la agricultura, transportes, atención a mayores**, y todo lo que tenga que ver **con lo digital y las nuevas tecnologías**.

El **sector tecnológico**, sin duda es un tren que no se puede dejar pasar. La generación de empleo en este sector es de calidad y además **repercute transversalmente en sectores clave** para la economía almeriense como son el **agrícola**, el de la **piedra natural** e incluso el **turismo**.

Los **negocios con mayores posibilidades de subsistir** y crecer serán aquellos que generen **mecanismos innovadores de transformación digital para empresas de sectores tradicionalmente físicos**. Por ejemplo, en los últimos tres meses las agencias de marketing tradicionales han cambiado su denominación por plataformas de transformación digital para sectores específicos, y este tipo de modificación cultural es hacia la que, con toda probabilidad, irán todos los sectores productivos.

La sostenibilidad será esencial y estará en la base de todas las actuaciones por lo que se abrirán nuevas **oportunidades en las actividades de innovación sostenible que generen un impacto medioambiental o social positivo**.

El sector agro, el sector de servicios y el de turismo disponen de excelentes empresarios y profesionales en la provincia de Almería, que convertirán esta crisis en nuevas oportunidades de negocio. Almería siempre ha sido una provincia que ha sabido

reinventarse y salir hacia delante. Con las ayudas que ha puesto a su disposición la administración pública podrán recuperar su cuota de mercado.

De hecho, **el sector agroalimentario se ha reforzado** y continuará con éxito su labor puesto que es un sector tecnificado y preparado. 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 que generen fidelidad de compra en el mercado.

Además, los sectores de servicios digitales y servicios tecnológicos tendrán oportunidades nuevas que poder desarrollar, al igual que las energías renovables y su aplicación en reformas de edificios residenciales y públicos.

El papel de la Administración autonómica

La actual crisis tiene su origen en la paralización de la actividad económica debido a un problema sanitario. Ante esta situación es preciso que todas las Administraciones, cada una en el ámbito de sus respectivas competencias, adopten medidas que permitan **preservar y dinamizar la actividad económica para facilitar la viabilidad de las empresas y la permanencia y generación de empleo.**

La Administración autonómica debe acometer, entre otras las siguientes actuaciones: dotar de mayor seguridad jurídica el marco normativo; agilizar y simplificar los procedimientos y trámites; promover una mayor coordinación administrativa; mejorar la dotación de líneas de financiación de circulante, especialmente a pequeñas empresas y autónomos; fomentar programas de segunda oportunidad; reforzar la inversión productiva; cumplir los compromisos de pago a proveedores, mejorar la fiscalidad y facilitar los aplazamientos de pago; establecer incentivos o subvenciones para que las empresas puedan adquirir los equipos y herramientas que permitan facilitar el teletrabajo,

el comercio y marketing digital; y apostar por la formación especializada de los trabajadores y desempleados hacia las nuevas actividades emergentes.

Será necesario **invertir en estudios de investigación** para conocer realmente el tipo de tejido productivo existente y sus necesidades en cuanto a inversiones para mejorar la digitalización, la optimización de procesos y la formación de los recursos humanos necesarios para incorporarlos a trabajar. A pesar del alto número de parados, hay muchos profesionales demandados en puestos que se quedan sin cubrir.

Es necesario **que la Administración apoye la democratización de los recursos formativos**, y a la vez que fomente conceptos de colaboración y cooperación como estrategia para ser más competitivos. Igualmente es necesario facilitar los procesos emprendedores, apoyar a las empresas existentes, reducir al máximo la burocracia, acortar los tiempos en las resoluciones, así como facilitar y avalar la financiación de proyectos.

También son necesarias medidas de **apoyo y fomento del teletrabajo**, para que las empresas puedan enfrentarse a situaciones imprevistas de este tipo con expectativas de éxito. Es necesario realizar una **inversión intensa en tecnología, consultoría y formación** para flexibilizar entornos de trabajo, favoreciendo el teletrabajo y los procesos colaborativos.

En el caso concreto del **sector de la piedra natural** se requiere **de un plan estratégico** como la herramienta más adecuada para superar la crisis lo antes posible.

Las **pymes y autónomos también 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. Un técnico de la administración que tenga esas cualidades se convierte en un aliado fundamental para el crecimiento de una empresa.

Pero todas las medidas que se pongan en marcha no tendrán la adecuada penetración y eficacia si no se parte de **un buen sistema de información y una gestión ágil** que elimine en lo posible las trabas burocráticas.

Iniciativas y palancas para el desarrollo de Andalucía y los sectores agroalimentario y piedra natural.

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.

Se requieren **fórmulas de colaboración entre empresas** del mismo sector y hacia el mismo mercado que a priori puede pensarse que colisionan pero que se han demostrado eficaces cuando se establecen objetivos de crecimiento. Además la **automatización y robotización** de ambos sectores les hará partir en mejores condiciones que otros mercados. Pero todo esto no será posible sin una **gestión adecuada del big data** para analizar y tomar las decisiones más adecuadas.

Los retos de futuro también pasan por la **adaptación de las empresas a la sostenibilidad**, uso de plástico cero, y reducción de la huella de carbono.

Habrà que **mejorar la internacionalización** apoyando la gestión de las empresas que compiten en mercados externos, creando **estrategias de marca de Almería** que permita su diferenciación, basada en la calidad, el desarrollo sostenible, la eficiencia y la innovación de los productos y procesos. Las administraciones y empresas deben promover la **formación de trabajadores especializados**, ya que existen experiencias

pioneras en el ámbito de la formación dual que permiten mantener la especialización del conocimiento existente ante la dificultad de competir en precio.

Para el sector de la **piedra natural** hay varias iniciativas y retos inmediatos que la administración autonómica debería poner en marcha con urgencia. Por un lado, una **estrategia comercial inteligente** y presencial que permita la consolidación internacional y apertura de nuevos mercados. Por otro, el **posicionamiento de la Marca Macael**, que es fundamental, al igual que estar presentes en mercados internacionales y poder optar a los grandes proyectos que permitirían seguir creciendo y generando empleo. Es necesario un **plan formativo** con la implantación de la Formación Profesional Dual e impulsar la Escuela del Mármol de Fines, incorporando formación de calidad en diseño.

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